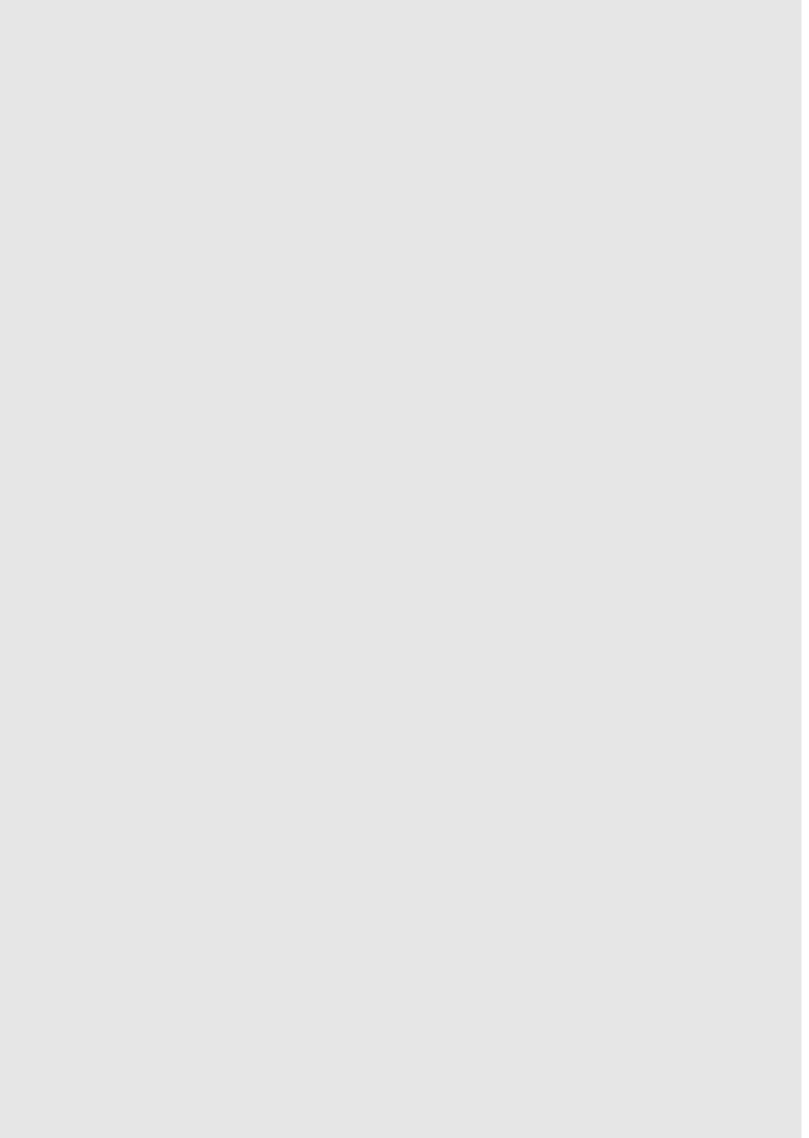
## BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025



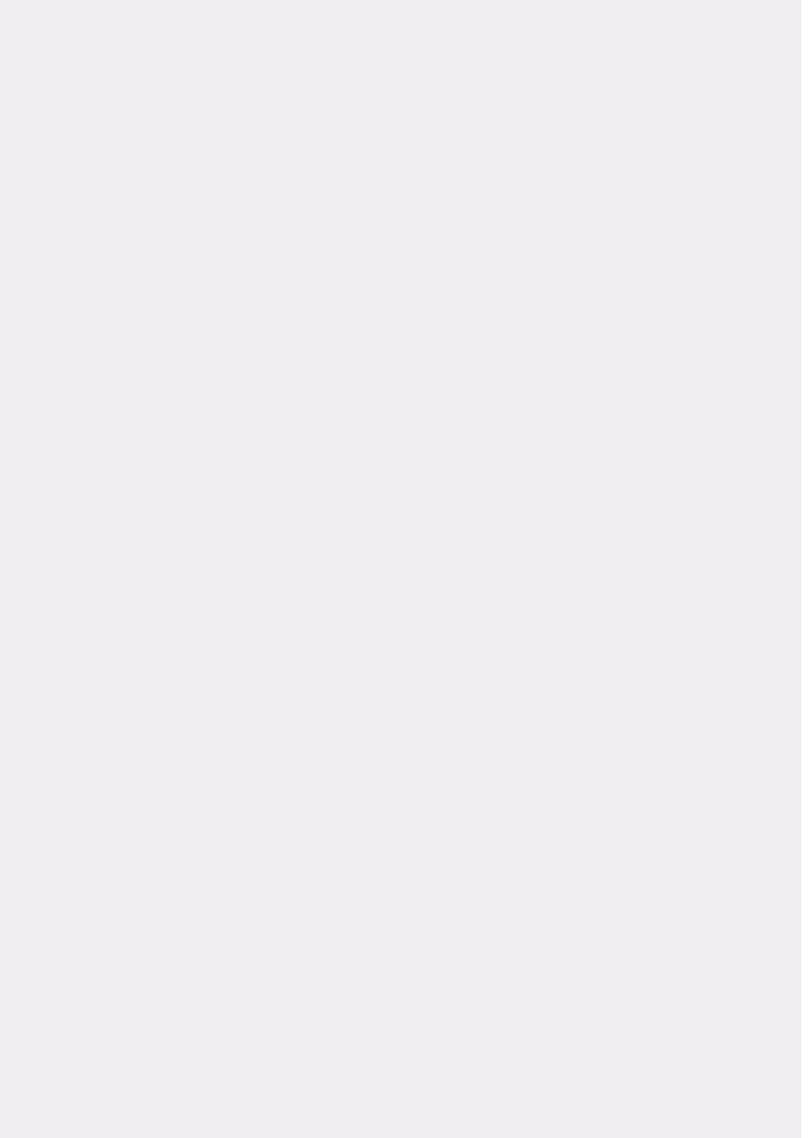
PATERNO 1

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023



### Sommario

1.	II Gruppo	o Paterno: lettera agli stakeholder	pag.	5
	1.1	La storia del Gruppo, il territorio e le Società della famiglia Paterno	pag.	7
	1.2	L'etica del Gruppo, i suoi valori e le sue direttrici	pag.	8
	1.3	Le aree di business e le Società del Gruppo	pag.	14
	1.4	L'analisi di materialità	pag.	18
	1.5	Il rapporto con gli stakeholder delle Società	pag.	20
	1.6	Governance del Gruppo	pag.	21
	1.7	GRI Content Index	pag.	23
2.	Eurobric	o Spa	pag.	25
	2.1	La governance e i principi che guidano la Società	pag.	27
	2.2	l valore economico generato e distribuito	pag.	32
	2.3	l prodotti e servizi offerti in ottica di sostenibilità	pag.	34
	2.4	La gestione delle persone	pag.	38
	2.5	La gestione dell'ambiente	pag.	41
	2.6	GRI Content Index	pag.	45
3.	Casatua	Italia SrI	pag.	49
	3.1	La governance e i principi che guidano la Società	pag.	51
	3.2	l valore economico generato e distribuito	pag.	55
	3.3	I prodotti e servizi offerti in ottica di sostenibilità	pag.	57
	3.4	La gestione delle persone	pag.	62
	3.5	La gestione dell'ambiente	pag.	66
	3.6	GRI Content Index	pag.	70
4.		olomiti Spa	pag.	73
	4.1	La governance e i principi che guidano la Società	pag.	75
	4.2	I valore economico generato e distribuito	pag.	81
	4.3	I prodotti e servizi offerti in ottica di sostenibilità	pag.	83
	4.4	La gestione delle persone	pag.	89
	4.5	La gestione dell'ambiente	pag.	94
	4.6	GRI Content Index	pag.	98
5.	Funivie l	agorai Spa	pag.	103
	5.1	La governance e i principi che guidano la Società	pag.	105
	5.2	l valore economico generato e distribuito	pag.	107
	5.3	l prodotti e servizi offerti in ottica di sostenibilità	pag.	111
	5.4	La gestione delle persone	pag.	118
	5.5	La gestione dell'ambiente	pag.	122
	5.6	GRI Content Index	pag.	126
6.	Euroimn	nobiliare Spa	pag.	129
	6.1	La governance e i principi che guidano la Società	pag.	131
	6.2	l valore economico generato e distribuito	pag.	131
	6.3	GRI Content Index	pag.	133
7.	Allegati		pag.	134
	7.1	Nota metodologica	pag.	134
		1 Principi e criteri di reporting	pag.	134
		2 Metodologia di calcolo	pag.	136
	7.1.3	3 Definizione dei temi materiali	pag.	137



### Il Gruppo Paterno Lettera agli stakeholder

Siamo alla seconda pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Paterno da quando abbiamo deciso di rendere la sostenibilità stessa parte integrante del nostro modello di business.

L'intento, rimane quello di valorizzare una cultura aziendale che si fonda su principi quali il rispetto per l'ambiente, l'innovazione efficiente, l'attenzione agli stakeholder e l'investimento nel capitale umano.

Ancora una volta raccontiamo del nostro modo di essere e di fare quotidiano, delle iniziative che portiamo avanti con impegno e passione, nonché del profondo legame con il territorio che da sempre ci contraddistingue.

Responsabilità, passione, collaborazione e dialogo rimangono principi che ci animano e ci fanno riconoscere all'esterno.

I risultati ottenuti dal Gruppo Paterno e rendicontati attraverso numeri, tabelle e grafici in questo secondo report, sono estremamente positivi e derivano dall'ambizione e dalla dedizione profuse da parte di tutti i nostri collaboratori, che lavorano ogni giorno con impegno per raggiungere gli obiettivi prefissati anche in un'ottica di sostenibilità.

Nella scelta di fornitori e partner commerciali affidabili e sensibili ai temi della sostenibilità, l'attenzione rivolta al benessere e alla sicurezza di tutti i nostri collaboratori e nel nostro costante impegno a favore delle comunità si manifesta lo spirito proattivo con il quale affrontiamo il presente.

In conclusione, nonostante uno scenario globale ancora incerto e complesso, i risultati ottenuti e i feedback degli stakeholder, confermano anche in questa seconda pubblicazione la validità del nostro modello di business, capace di coniugare crescita economica ed equilibrio finanziario con i principi di sostenibilità sociale ed ambientale.

In questa ottica, la nostra strategia a favore della sostenibilità continuerà pertanto a fondarsi su diverse dimensioni: l'ascolto nei confronti dei clienti, la creazione di relazioni di fornitura sensibili alle tematiche di sostenibilità, la riduzione dei consumi energetici, la costante adozione di misure volte a migliorare la sicurezza sul lavoro e il clima interno, la creazione di valore condiviso con il territorio e le comunità.



Il Presidente Domiziano Paterno

### 1.1 La storia del Gruppo, il territorio e le Società della famiglia Paterno

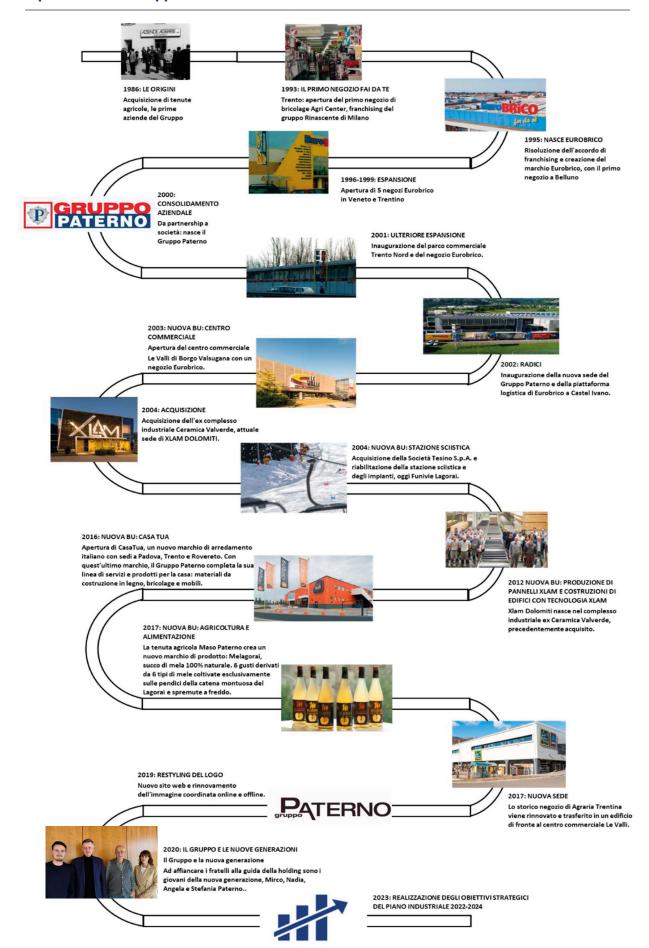
Fondato dai fratelli Paterno Domiziano, Sergio e Franco, il Gruppo Paterno è composto da aziende che operano in settori e con modelli di business molto diversi tra loro.

La scelta dei fondatori è stata quella di diversificare le attività mantenendo un forte legame con la propria terra d'origine. Per questo motivo, ogni società del Gruppo nasce e si sviluppa sul territorio del Trentino con l'obiettivo di creare un indotto economico e sociale nei luoghi in cui la famiglia ha mosso i suoi primi passi.

La storia della famiglia Paterno inizia dall'agricoltura, settore di cui si occupa da diverse generazioni, ed è proprio l'Azienda agricola a conduzione familiare che ha dato origine alla differenziazione dei modelli di business e alla futura costituzione della holding: la coltivazione alle pendici delle montagne del Lagorai e le attività imprenditoriali ad essa collegate hanno permesso alla famiglia di allargare lo sguardo verso orizzonti più ampi, tenendo fede alle proprie origini. Nel 1993 la famiglia Paterno apre un negozio Fai da te in franchising a Trento, che porterà alla fondazione, due anni dopo, di **EUROBRI-CO** e all'inaugurazione del primo punto vendita. Tra il 1996 e il 1999 il successo ottenuto consente di espandere il business nei territori di Veneto e Trentino, con l'apertura di altri cinque punti vendita. Nel 2000 avviene il consolidamento aziendale con la creazione del **Gruppo Paterno**: gli anni successivi hanno assistito ad una grande espansione e successo, che hanno portato all'apertura di ulteriori negozi ed all'acquisizione, nel 2004, di un complesso industriale che sarebbe diventato la sede di X-LAM DOLOMITI (fondata successivamente nel 2012) e della stazione sciistica FUNIVIE LAGORAI. Nel 2016 il Gruppo crea un nuovo marchio, CASATUA ITALIA, che offre soluzioni di arredamento su vasta scala. Il marchio **MELAGORAI** nasce nel 2017 dall'esperienza dell'Azienda agricola Maso Paterno: le mele, uno dei prodotti agricoli d'eccellenza del Trentino, vengono trasformate in una linea di succhi 100% naturali.

Il presente Bilancio di sostenibilità del Gruppo Paterno, si concentra ancora una volta sulle aziende a servizio dell'"Ambiente casa" - dalla produzione di pannelli in legno e progettazione di case in legno di X-LAM DOLOMITI, all'arredamento italiano di Casatua Italia, al Fai da Te di Eurobrico - e sull'impianto sciistico di Funivie Lagorai.

### Il percorso del Gruppo



### 1.2 L'etica del Gruppo, i suoi valori e le sue direttrici

Per il Gruppo Paterno, la condivisione dell'etica e dei valori di Gruppo è di fondamentale importanza.

Questi elementi forniscono una guida strategica per l'intera organizzazione, aiutando a concentrarsi sugli obiettivi chiave e sulla direzione da seguire, fungendo da unificatore per il personale delle singole Società. Quando i dipendenti condividono una visione comune e si identificano con i valori aziendali, sono più motivati e impegnati nel loro lavoro. Alla base di una cultura aziendale positiva, c'è la definizione della ragione dell'esistenza dell'organizzazione stessa, che consente di prendere decisioni etiche mantenendo un allineamento ai propri principi.

### Eurobrico

Collaborare con partner volti a migliorare gli ambienti domestici, arricchire la quotidianità familiare e rendere ancora più piacevoli i momenti di svago in compagnia. Offrire soluzioni innovative e convenienti che soddisfino le esigenze dei clienti garantendo al contempo qualità ed l'affidabilità dei prodotti. Impegno costante nella selezione dei fornitori per garantire un'esperienza di acquisto gratificante e soddisfacente, rendendo ali spazi domestici luoghi piacevoli ed accoglienti in cui vivere e condividere momenti felici

### Casatua Italia

Realizzare soluzioni innovative e di alta qualità per arredare gli spazi abitativi dei nostri clienti, creando ambienti che riflettano il loro stile e le loro esigenze, garantendo comfort ed estetica

### X-lam Dolomiti

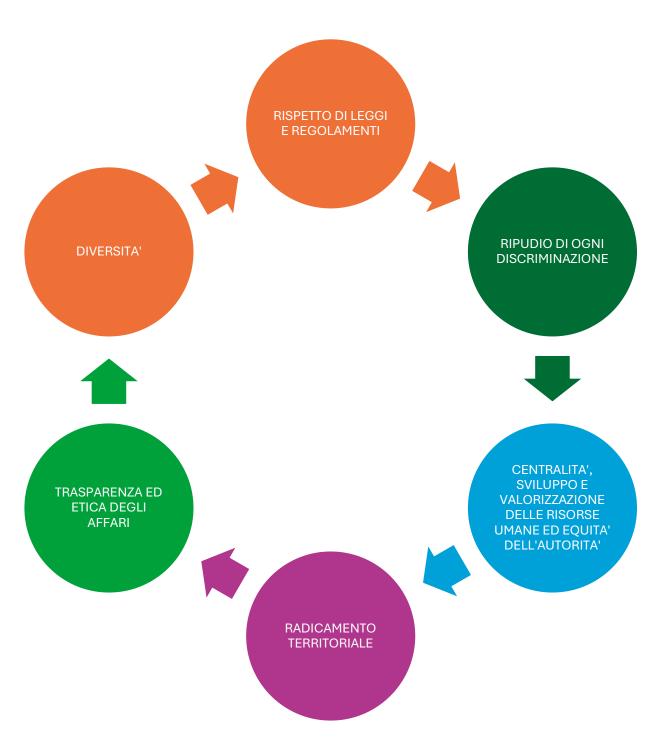
Progettare prodotti avanzati ed un knowhow altamente specializzato a imprese, progettisti e architetti orientati verso un'edilizia in legno innovativa, contemporanea e sostenibile. Il punto di forza dell'azienda è la combinazione tra la tradizione trentina nella lavorazione del legno e le più moderne tecniche di ingegneria e bioedilizia. rispondendo alle esigenze attuali di abitazioni a basso impatto ambientale, ad alta efficienza e dotate di un livello di comfort e salubrità molto elevati

### Funivie Lagorai

Garantire un'esperienza indimenticabile ai visitatori. permettendo loro di connettersi con le bellezze naturali e la cultura tipiche delle montagne Lagorai. Promuovere la sostenibilità ambientale e sociale mentre forniamo servizi innovativi e sicuri per esplorare le vette alpine

**VALORI aziendali e l'ETICA** del Gruppo Paterno rappresentano i principi fondamentali e le credenze che guidano il comportamento e le decisioni dell'organizzazione. Sono un elemento cruciale nell'identità e nella sua cultura aziendale-organizzativa. Costituiscono la bussola morale dell'organizzazione, definiscono ciò che è giusto e sbagliato per l'azienda e stabiliscono gli standard etici che devono essere rispettati.

Questi valori forniscono una guida chiara su come comportarsi in ogni situazione, indipendentemente dalle sfide che potrebbero presentarsi, e sono stati ripresi dai Codici Etici delle singole aziende del Gruppo Paterno.



Il Gruppo inoltre si impegna quotidianamente per integrare i propri valori con la responsabilità sulle tematiche di **SOSTENIBILITÀ**, considerando quindi tutti gli aspetti ambientali, sociali, economici e di governance.

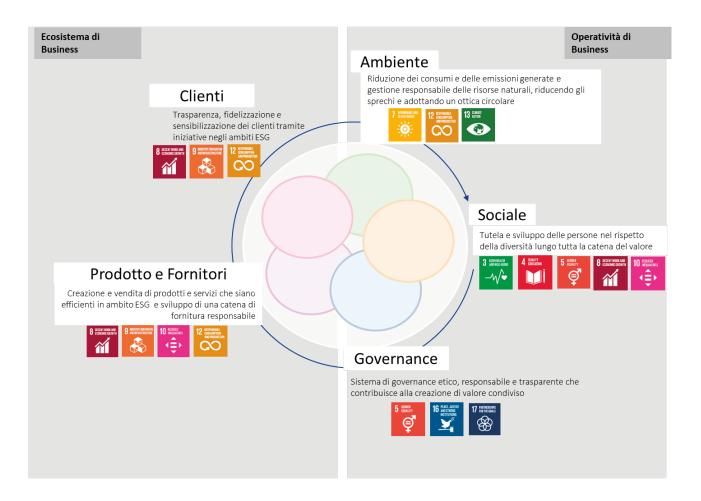
Negli ultimi decenni diversi aspetti, come le evoluzioni normative, la crescente attenzione dei consumatori e le pressioni delle istituzioni finanziarie, stanno orientando il mondo del Business ad un approccio sempre più consapevole e attento nei confronti di ambiente, persone e comunità.

Il Gruppo Paterno ha colto la sfida in riferimento alla propria responsabilità, intraprendendo un percorso di integrazione dei principi di Sostenibilità nella propria strategia aziendale, finalizzato alla creazione di un impatto positivo sociale, ambientale oltre che economico. L'Azienda ritiene infatti fondamentale promuovere il cambiamento e la diffusione della cultura della Sostenibilità tra tutti i suoi Stakeholder con l'obiettivo di aumentare il livello di consapevolezza e sensibilità tramite progetti, servizi e prodotti sempre più orientati alla Sostenibilità.

L'impegno è anche rivolto a garantire che iniziative, politiche, certificazioni e le altre azioni in ambito ESG (Environmental, Social e Governance) vengano comunicate in maniera trasparente e veritiera dalla Società sia internamente a tutti i dipendenti e collaboratori, che esternamente.

Il Gruppo Paterno, nel suo approccio alla sostenibilità, integra i diversi aspetti sociali, ambientali e di governance sia nell'offerta delle soluzioni ai propri clienti e nei rapporti con i fornitori (ecosistema di business), che nella conduzione e operatività del business, generando così valore condiviso per i diversi stakeholder: clienti, fornitori, dipendenti, comunità locale e pubblica amministrazione.

Il Gruppo ha delineato il proprio modello di sostenibilità su cinque direttrici:



### L'Ecosistema di Business

Essendo un'organizzazione di vendita di prodotti e servizi, il Gruppo Paterno reputa di fondamentale importanza il pilastro dei CLIENTI, con i quali vuole costruire un rapporto basato sulla trasparenza e sulla loro soddisfazione, al fine di fidelizzarli e sensibilizzarli in merito agli aspetti ESG.

Il pilastro PRODOTTO-FORNITORI racchiude tutte le attività del Gruppo Paterno correlate alla progettazione e vendita di prodotti, soluzioni e servizi di qualità, sicuri ed innovativi. Per il Gruppo è importante impegnarsi nell'innovazione, nell'approvvigionamento di prodotti sempre più sostenibili grazie alla collaborazione con i propri fornitori e nel monitoraggio dei livelli di qualità e di sicurezza dei prodotti e servizi offerti, garantendo elevate prestazioni.

### L'Operatività di Business

Il pilastro di Governance incorpora i valori e l'etica che guidano il Gruppo Paterno, definendo il sistema di politiche e procedure. L'organizzazione adotta un sistema di Governance etico, responsabile e trasparente che contribuisce alla creazione di valore condiviso.

Le PERSONE del Gruppo Paterno sono una risorsa fondamentale per il successo del Gruppo e la realizzazione della sua missione. Pertanto, l'organizzazione si impegna a proteggere la diversità e l'unicità di ogni individuo, promuovendo il benessere e sostenendo lo sviluppo personale attraverso programmi di formazione. Il Gruppo si impegna inoltre negli impatti sociali a livello locale, supportando le comunità dei territori in cui opera.

L'attenzione verso l'AMBIENTE si concretizza con una crescente attenzione ai diversi aspetti ambientali (energia, acqua, biodiversità e rifiuti) che possono avere impatti rilevanti sull'ecosistema. Il Gruppo Paterno si impegna a monitorare e diminuire i propri consumi e le emissioni generate e promuove, allo stesso tempo, la gestione responsabile delle risorse naturali, riducendo gli sprechi e adottando un'ottica di economia circolare.

A ciascun pilastro sono stati correlati i **Sustainable Development Goals** a cui il Gruppo Paterno contribuisce.

Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile **SDGs** sono una chiamata universale all'azione per realizzare un modello economico sostenibile che ponga fine alla povertà, protegga il pianeta e migliori le vite e le prospettive di tutti, ovunque. I 17 Obiettivi sono stati adottati da tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite nel 2015, nell'ambito dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, che ha definito un piano di 15 anni per raggiungere gli Obiettivi. Gli SDG sono un principio fondamentale del Trattato sull'Unione europea e un obiettivo prioritario per le politiche interne ed esterne dell'UE.

A valle di un'attenta analisi, che ha tenuto in considerazione le aree a maggiore impatto data l'attività di business, il Gruppo Paterno ha selezionato 13 SDGs tra i 17 obiettivi dichiarati dall'ONU. Su questi, l'organizzazione ha scelto di concentrare il proprio impegno tramite azioni specifiche da implementare nel breve, medio e lungo termine.

	SDG	Descrizione
3 GEODHEAUN AND WELL-BEING	SALUTE E BENESSERE	Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età
4 QUALITY EDUCATION	ISTRUZIONE DI QUALITA'	Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti
5 CENDER CONTACT OF THE CONTACT OF T	PARITÀ DI GENERE	Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze
7 NEDROVBUL AND CLEAN EMERCY	ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni
8 DECENT WORK AND EXPROVED BY	LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile
10 REDUCED INEQUALITIES	RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni
12 RESTOUSELE CONSUMPTION AND PRODUCTION	CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili
13 GLIVATE	LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze
16 PEACE JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE	Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli
17 PARTNERS-UPS	PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

Il Gruppo Paterno a partire dal 2023 ha sviluppato e sta portando avanti con impegno un **Piano e una Strategia di Sostenibilità** suddivisa per le 5 macroaree di interesse che prevede obiettivi qualitativi e quantitativi per il breve, medio e lungo periodo.



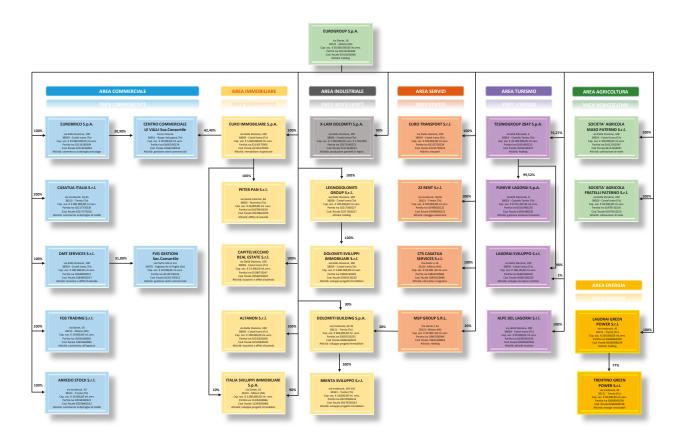
Di seguito vengono rappresentati gli obbiettivi principali che il Gruppo Paterno si prefissa di raggiungere nel breve periodo.

MACRO AREA	ОВІЕТТІVО	TERMINE	SDGs
	Diffondere i valori aziendali e l'etica nella conduzione del business, rispettando i requisiti di compliance	Breve Medio Lungo	5 there 16 receives being the state of the s
GOVERNANCE	Generare valore economico condiviso con i diversi stakeholder nel medio-lungo periodo	Breve Medio Lungo	17 HATTHE GOALS
	Ridurre al minimo il rischio di interruzione dei sistemi informatici o di attacchi informatici	Breve	w w
CLIENTI	Migliorare il servizio e il prodotto offerto	Breve termine	8 DOZNI UDDE OID. 9 MARITIM DANASTRI 12 DOZDOTNI ADDROCKTO
PRODOTTI E	Offrire soluzioni con elevati standard di qualità e affidabilità per garantire la sicurezza dei consumatori aderendo agli standard internazionali ed alle normative in materia di sicurezza e qualità dei prodotti	Breve Medio	8 DOWN OF THE PROPERTY OF THE
FORNITORI	Diffusione di pratiche di approvvigionamento sostenibile lungo la catena del valore e gestione responsabile della catena di fornitura	Medio Lungo	(\$) CO
	Promuovere la salute, la sicurezza e l'integrità psico -fisica delle persone, garantendo luoghi di lavoro salubri e sicuri.	Breve Medio Lungo	
	Sostenere la crescita professionale e personale attraverso lo sviluppo continuo di competenze, ricercando la soddisfazione delle risorse e l'attrazione dei talenti	Breve Medio Lungo	3 Augustudes  4 William
PERSONE	Garantire un ambiente di lavoro inclusivo, che valorizzi la persona e accolga le diversità, assicurando equità di trattamento e ripudiando comportamenti discriminatori, così da garantire il benessere e lo sviluppo delle persone.	Breve Medio Lungo	5 titled B recoverage on recov
	Creazione di valore condiviso per le comunità locali, investimenti nei territori e coinvolgimento di persone, enti e imprese locali.	Breve Medio	4€}
AMBIENTE	Efficientamento dei consumi energetici e ridurre le emissioni dirette e indirette per raggiungere emissioni Net Zero a livello di Gruppo	Breve Medio Lungo	7 CLAR SHEET 12 MANDERS MANDER
	Efficientamento della logistica e riduzione delle emissioni del Gruppo	Breve Medio	Id action

### 1.3 Le aree di business e le Società del Gruppo

Il Gruppo Paterno nasce nel 1986 grazie allo spirito imprenditoriale dei fratelli Domiziano, Sergio e Franco Paterno. Il Gruppo è controllato attraverso la holding Eurogroup S.p.A. la quale controlla 28 società operanti in 7 diverse aree di attività:

- Area commerciale: il retail rappresenta il core business del Gruppo ed è focalizzato su due settori: bricolage e arredamento, dove operano rispettivamente EUROBRICO e CASATUA ITALIA.
- Area immobiliare: l'ingente patrimonio immobiliare del Gruppo è costituito prevalentemente da asset di natura commerciale, logistico-direzionale ed industriale, localizzati in Trentino e Veneto e strumentali alle attività delle società commerciali ed industriali controllate. Il Gruppo è anche in grado di curare tutte le fasi relative allo sviluppo di iniziative immobiliari (residenziali o commerciali) da destinare alla vendita o alla locazione a soggetti terzi, disponendo al proprio interno di competenze tecniche per la gestione efficiente dei progetti sviluppati e del patrimonio immobiliare detenuto (ottimizzazione costi e razionalizzazione investimenti). Qui opera la società del Gruppo EUROIMMOBILIARE.
- Area industriale: il Gruppo, nel 2012, ha avviato l'attività di produzione di pannelli strutturali in legno con tecnologia X-LAM DOLOMITI e di costruzione di fabbricati in bioedilizia, realizzando nel sito industriale di Castelnuovo (TN) il più grande stabilimento italiano interamente automatizzato. Oggi X-Lam Dolomiti opera sia nel mercato domestico che internazionale, rappresentando un punto di riferimento nello specifico settore.
- Area turismo: il Gruppo è attivo attraverso la sub-holding TesinoGroup 2847 S.p.A., partecipata anche da Trentino Sviluppo S.p.A. (Società detenuta integralmente dalla Provincia Autonoma di Trento) e specificamente con la controllata FUNIVIE LAGORAI che promuove e gestisce la "ski area Lagorai" di Passo Brocon.
- Area agricola: la Società Agricola Maso Paterno si occupa della coltivazione di meleti i cui impianti sono localizzati in Trentino nella zona della Bassa Valsugana (TN) e complessivamente conteggiano oltre 75.000 piante di diverse varietà su 30 ettari di terreno.
- Area servizi (a supporto delle attività del Gruppo): la holding, Eurogroup controlla alcune società che forniscono servizi pressoché esclusivi alle principali iniziative del Gruppo: Euro Transport, CTS Casatua Services, 22 Rent
- Area energie rinnovabili: Il focus riguarda la realizzazione di impianti fotovoltaici, prevalentemente in copertura dei fabbricati del Gruppo allo scopo di fornire energia "green" ed ecosostenibile alle proprie attività commerciali e industriali ed accrescere l'indipendenza energetica del Gruppo.



Il Gruppo Paterno comprende diverse società, ed il presente report di Sostenibilità riguarda solo alcune di esse:





400 collaboratori28 punti vendita50.000 referenze a scaffale45.000 articoli disponibili online

www.eurobrico.com

È la società del Gruppo che opera nel settore del Fai da Te e del bricolage. Nata nel 1993, è presente sul territorio nazionale con oltre 28 punti vendita dislocati in Triveneto e Lombardia.

I punti vendita si sviluppano su superfici che vanno dai 1.500 ai 6.000 mq e propongono oltre 50.000 referenze a scaffale. A queste si aggiungono 25.000 prodotti presenti sul sito e-commerce che è online dal 2015. **Eurobrico** dispone di 10.000 mq dedicati alla logistica, ai trasporti e all'import/export dei prodotti.



200 collaboratori 13 punti vendita 30.000 mq di showroom 5 centri logistici di grandi dimensioni

www.casatuaitalia.it

Casatua Italia, arredamento dalla qualità e dallo stile 100% made in Italy, offre molti servizi ai propri clienti: dalla progettazione grafica realizzata da personale interno esperto, alla verifica e rilievio misure a domicilio; dal trasporto e montaggio direttamente a casa del cliente, allo smaltimento e ritiro dei mobili usati. Dal 2020 la realizzazione del nuovo sito e-commerce: i clienti possono infatti scegliere di acquistare i mobili direttamente da casa con un semplice click: cucine, soggiorni, camere, camerette, tavoli, sedie, complementi d'arredo e tanti altri prodotti potranno essere ordinati e consegnati a casa dei clienti, in pochissimi giorni e in piena comodità.



90 collaboratori3.000 commesse gestite12.000 Ton di Co2 stoccate all'anno1.500.000 mq di CLT prodotti

www.xlamdolomiti.it

Si occupa di produzione, progettazione e costruzione di edifici in **XLAM** di piccole, medie e grandi dimensioni. È un'impresa innovativa, nata dalla scommessa dei fratelli Paterno di dare spazio a un'idea di edilizia sostenibile: costruire case ecosostenibili in tempi rapidi, con costi certi e materiale certificato.



70 collaboratori
15 km di piste
2 ristoranti
1 noleggio attrezzatura sciistica
www.skilagorai.it

Si occupa della gestione e promozione degli impianti sciistici di Passo Brocon, località del Lagorai nel Trentino Orientale.

Nel 2005 i fratelli Paterno rilevano la società di gestione degli impianti precedente e ridanno vita, in meno di 100 giorni, ad una stazione sciistica che sembrava destinata alla chiusura.

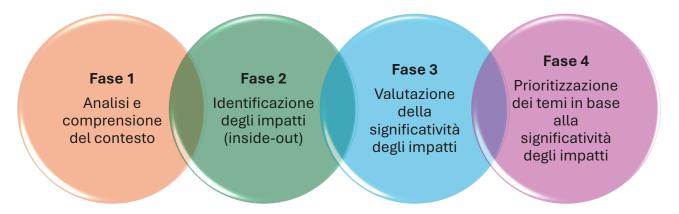
Con un investimento di oltre 10 milioni di euro, il Gruppo dimostra il suo attaccamento al territorio e trasforma un'area pressoché dimenticata in una piccola ma curata località sciistica, meta invernale di famiglie con bambini, amanti delle discipline invernali e sci club locali.

### 1.4 L'analisi di materialità

Nel 2023, il Gruppo ha svolto la sua prima analisi di materialità, ovvero il processo volto a identificare i temi di sostenibilità rilevanti per il business e per i propri stakeholder.

A tal fine, ha adottato un approccio metodologico seguendo le nuove linee guida definite dai GRI Universal Standards 2021, introducendo il concetto di impact materiality o materialità di impatto, delineato dal "GRI 3: Material Topics 2021". Il processo ha portato all'identificazione di temi materiali sulla base della loro significatività, ovvero il livello di beneficio o di gravità, dei relativi impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che l'organizzazione genera o potrebbe generare su economia, società (inclusi gli aspetti relativi ai diritti umani) e ambiente.

L'attività, si è articolata in queste quattro fasi,

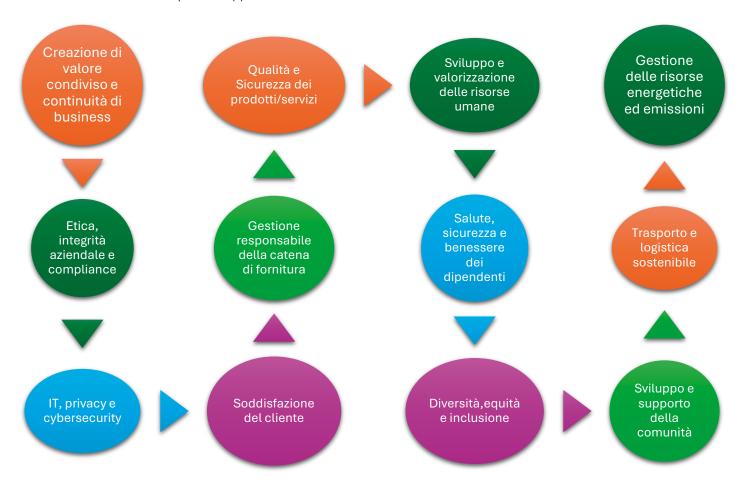


ed è stata preceduta da un'analisi preliminare che ha permesso la creazione di una lista di temi di sostenibilità potenzialmente rilevanti per il Gruppo Paterno e di individuare gli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi ad essi correlati che l'organizzazione genera o potrebbe generare (Fase 1 e 2). Essendo i business del Gruppo molto differenti tra loro, nello svolgimento di questa analisi sono stati presi come riferimento i competitors di ogni Società del Gruppo e documentazione esterna relativa alle tendenze di settore.

Di seguito si riporta un prospetto riepilogativo dei temi materiali identificati in occasione dell'analisi del 2023 che risulta ancora attuale, classificati per pilastro e suddivisi per tematica specifica e di Gruppo.

I temi risultati materiali per il Gruppo Paterno ricoprono tutte le cinque macroaree ESG. Alcune tematiche sono state valutate materiali per il Gruppo, in quanto valgono per tutte le Società comprese nel perimetro di rendicontazione, mentre altre sono state considerate e valutate in maniera specifica per ogni Azienda del Gruppo in quanto attinenti solo a determinati modelli di Business.

### I TEMI STRATEGICI per il Gruppo

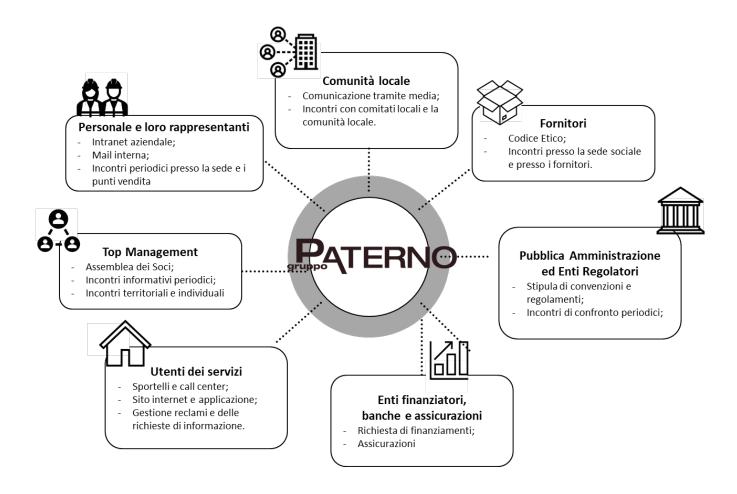


### I TEMI SPECIFICI per le società del Gruppo

Temi materiali	EUROBRICO	CASATUA ITALIA	X-LAM DOLOMITI	FUNIVIE LAGORAI
Consumo responsabile				
Accessibilità dei negozi (e dei luoghi di lavoro)	•	•		•
Materiali sostenibili			•	
Innovazione e design di prodotto e di servizio	•	•	•	•
Biodiversità			•	•
Gestione delle sostanze chimiche			•	
Gestione responsabile e sostenibile dei rifiuti	•	•	•	•
Gestione delle risorse idriche				•

### 1.5 Il rapporto con gli stakeholder delle Società

Il Gruppo Paterno mira a costruire e mantenere relazioni solide, durature e consolidate nel tempo con i propri Stakeholder, sia interni che esterni. A tale fine si impegna nella proposta di molteplici attività specifiche rivolte all'engagement



Il dialogo continuo e l'engagement con i propri Stakeholder rilevanti rappresenta per Paterno la base per lo sviluppo di una strategia di business che possa rispondere ai trend più attuali, alle necessità e alle aspettative dei principali interlocutori.

Il Gruppo si impegna in tal senso garantendo molteplici e continue occasioni di scambio in varie modalità di interazione sulla base delle necessità individuate. Teams meeting, workshop, seminari, survey, iniziative di team-building, newsletter, comunicazioni e pubblicazioni sui canali social, adesione ad associazioni, partnership o sponsorizzazioni sono solo alcune delle modalità di engagement promosse.

### 1.6 Governance del Gruppo

Le persone che gestiscono le decisioni e costituiscono la governance del Gruppo sono Domiziano Paterno, Presidente e Amministratore Delegato di Eurogroup Spa e Sergio Paterno, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Eurobrico S.p.A.

La seconda generazione è oggi rappresentata da Nadia Paterno, Amministratore di Eurobrico S.p.A e Mirco Paterno Amministratore Delegato di Casatua Itali S.r.I.

Il Gruppo Paterno ha adottato per Eurobrico, Casatua Italia e X-LAM Dolomiti un codice etico che costituisce un pilastro fondamentale nella costruzione di una cultura aziendale basata su valori e principi morali solidi. Questo documento delinea gli standard di comportamento attesi da parte di tutti coloro che operano all'interno e a nome dell'Azienda. Il codice etico non solo stabilisce linee guida chiare su questioni di integrità, trasparenza e rispetto, ma contribuisce anche a creare un ambiente lavorativo in cui prevale il rispetto reciproco e l'equità. Attraverso l'adozione di un codice etico, il Gruppo Paterno dimostra il suo impegno nell'agire in conformità con le leggi e i regolamenti, nonché nell'assumere una responsabilità sociale e ambientale.

Al Codice Etico è legato il Modello 231, un sistema di gestione dei rischi volto a prevenire la commissione di reati da parte dell'Azienda stessa o dei suoi dipendenti nell'ambito dell'attività azienda-le. Il Modello 231 è stato adottato da Eurobrico, Casatua Italia e X-LAM Dolomiti, a dimostrazione dell'impegno di Paterno nel promuovere una cultura aziendale basata sull'etica e la conformità, non-ché per contribuire a proteggere le Aziende da possibili violazioni normative che potrebbero avere conseguenze finanziarie e reputazionali significative. L'Organismo di Vigilanza, attraverso la sua indipendenza e competenza, verifica l'effettiva attuazione delle misure preventive e correttive stabilite dal Modello 231, garantendo un costante monitoraggio e la possibilità di apportare miglioramenti continuativi al sistema di gestione dei rischi.

Il Gruppo Paterno riconosce l'importanza di analizzare e valutare con attenzione la gestione dei rischi aziendali al fine di garantire una crescita e un'operatività responsabile delle società del Gruppo. La valutazione dei rischi comprende l'identificazione, l'analisi e la mitigazione delle potenziali minacce che potrebbero influenzare negativamente l'ambiente operativo, sociale ed economico. Attraverso un'attenta valutazione dei rischi, l'Organizzazione può adottare strategie proattive per affrontarli, migliorando la resilienza aziendale e riducendo l'impatto negativo sulle parti interessate. Questo processo non solo promuove la continuità operativa, ma contribuisce anche a un maggiore coinvolgimento degli stakeholder, migliorando la fiducia nel Gruppo e sostenendo il suo impegno verso una gestione responsabile e sostenibile. Per questo motivo, il Gruppo sta cominciando a valutare l'implementazione di questa analisi.

### IT, Privacy e Cybersecurity

L'importanza della sicurezza dei dati informatici Aziendali è cruciale nel panorama attuale caratterizzato dalla crescente digitalizzazione delle operazioni commerciali. I dati Aziendali rappresentano un patrimonio prezioso che abbraccia informazioni finanziarie, strategiche e personali dei dipendenti e dei clienti. La violazione di questa fiducia può avere conseguenze gravi, minacciando non solo la reputazione dell'Organizzazione ma anche causando perdite finanziarie e legali significative.

La sicurezza dei dati informatici non riguarda solo la protezione contro attacchi esterni come hacker e malware, ma anche la gestione degli accessi interni e delle autorizzazioni. Per questi motivi, Il team Privacy del Gruppo Paterno è composto dall'Ufficio ICT, dall'Ufficio Legale e dall'Ufficio del Personale, in collaborazione per la parte di rispettiva competenza e si impegna nell'Implementare protocolli di sicurezza robusti, nel controllo, aggiornamento e backup dei registri di trattamento dei dati personali, sulla gestione degli adempimenti relativi all'attività degli Amministratori di Sistema e sull'attività di informazione al personale dipendente. Investire nella sicurezza dei dati non solo preserva l'integrità delle informazioni sensibili, ma anche la fiducia dei clienti e la stabilità operativa del Gruppo in un mondo sempre più interconnesso e digitalizzato. Nell'ultimo triennio (2019–2022) il Gruppo Paterno non ha registrato denunce comprovate ricevute riguardanti violazioni della privacy.



### 1.7 GRI Content Index

2. Dichiarazione d'uso	Il Gruppo Paterno ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1º gennaio 2022 – 31 dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Principi fondamentali - versione 2021
GRI Sector Standard applicabili	Non Applicabile

Standard GRI/ altra fonte	Disclosure	Documento e paragrafo di riferimento
	2-1 Dettagli organizzativi	7.1 Nota Metodologica
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	7.1 Nota Metodologica
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	7.1 Nota Metodologica
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di	1.4 Le aree di business e le Società del
	business	Gruppo
	2-9 Struttura e composizione della governance	Lettera agli stakeholder
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.8 Governance del Gruppo
GRI 2: Informativa	2-11 Presidente del più alto organo di governo	1.8 Governance del Gruppo
Generale 2021	2-12 Ruolo del più alto organo di governance nella supervisione della gestione degli impatti	1.8 Governance del Gruppo
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	1.8 Governance del Gruppo
	2-14 Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	1.8 Governance del Gruppo
		Lettera agli stakeholder
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo	1.5 La visione di sostenibilità, gli obiettivi
	sostenibile	del Gruppo e delle sue Società ed il contributo agli SDGs
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.7 Il rapporto con gli stakeholder delle Società
Temi materiali		
GRI 3: Temi	3-1 Processo per determinare i temi materiali	1.6 L'analisi di materialità 2022
materiali 2021	3-2 Lista dei temi materiali	1.6 L'analisi di materialità 2022









### 3. CASATUA ITALIA

### 3.1 La governance e i principi che guidano la Società

Casatua Italia, è la società del Gruppo impegnata nel settore del commercio al dettaglio di mobili e accessori per la casa è stata inaugurata nel mese di settembre 2016. Negli anni successivi ha avviato una serie di nuove aperture, principalmente localizzate nelle regioni centro/nord est Italia, ampliando la presenza della catena.

Casatua Italia conta sul territorio del Nord Italia (Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Lombardia) 14 punti vendita, con una superficie espositiva totale di oltre 40.000 mg.

Dal 2022, la società ha dato vita al nuovo marchio "Casatua Relax" specializzato nella vendita di arredi "d'appoggio", ovvero mobili e accessori che non richiedono servizi di montaggio complessi.



Nei punti vendita di Casatua Italia, la clientela ha l'opportunità di sperimentare e toccare con mano l'ampia gamma di prodotti messi a disposizione: gli ampi showroom permettono ai clienti di esplorare i mobili e i complementi d'arredo esposti seguendo un percorso consigliato e dedicato.

È consapevole di contribuire con il proprio operato, con senso di responsabilità ed integrità morale, al processo di sviluppo e crescita dell'economia italiana: crede nel valore del lavoro e considera la legalità, la correttezza e la trasparenza dell'agire presupposti imprescindibili per il raggiungimento dei proprio obiettivi economici, produttivi e sociali.

Casatua Italia s.r.l. è una Società a responsabilità limitata con socio unico, a sistema di amministrazione pluripersonale collegiale, soggetta al controllo del revisore legale.

### Consiglio di amministrazione Collegio Sindacale Revisore legale Organismo di Vigilanza

### La struttura degli organi di amministrazione e controllo

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione, che non è anche dirigente dell'Organizzazione, viene nominato su proposta del socio unico Eurogroup S.p.A. mentre gli Amministratori Delegati vengono incaricati con delibera del Consiglio di Amministrazione. I membri degli organi di governo sono selezionati all'interno della famiglia proprietaria del Gruppo selezionando, in particolare, le figure con maggiore esperienza in ambito commerciale e finanziario/amministrativo.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da 3 consiglieri:



Domiziano Paterno, Presidente del Consiglio di Amministrazione (Non indipendente e non esecutivo)



Mirco Paterno, Amministratore Delegato (Non indipendente ed esecutivo)

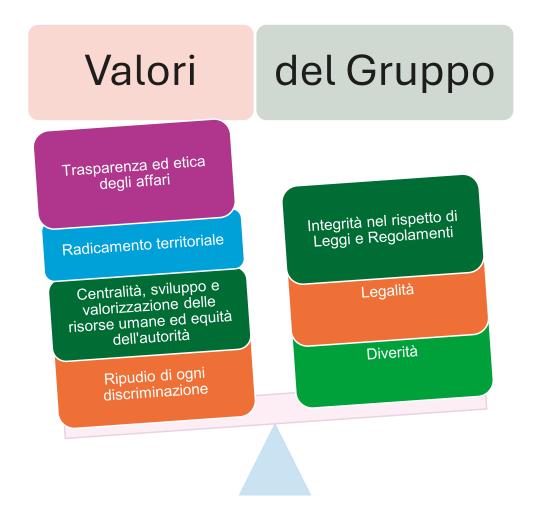


Sergio Paterno, Consigliere (Non indipendente ed esecutivo)

L'attività di Casatua Italia si basa su valori fondamentali, che ne definiscono al contempo l'identità.

In tal senso, nel 2021, l'Azienda ha stilato un proprio Codice Etico volto a regolare il complesso di diritti e responsabilità assunti nei confronti di coloro con i quali Casatua Italia interagisce nello svolgimento delle proprie attività. Inoltre, l'adozione del Codice ha inteso definire valori morali e procedure chiare ed uniformate

In particolare, i valori esplicitati all'interno del documento, sono di seguito esposti:



Tutti i destinatari del Codice Etico sono tenuti ad applicare correttamente tali principi, i quali definiscono l'identità e l'operato di Casatua Italia. La condivisione di ideali ed obbiettivi è basilare per la creazione di collaborazioni di qualsiasi natura tra l'Azienda, consulenti e fornitori.

A riprova dell'eticità e integrità che caratterizzano la conduzione del business, nell'ultimo triennio, non si sono verificati né episodi di corruzione né l'organizzazione ha subito azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche.

Infine, per la sua formazione giuridica e per alcune caratteristiche previste dalla normativa stessa, Casatua Italia ha adottato nel 2021 il "Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001". Questo rappresenta un sistema di principi, valori, presidi e procedure che Casatua Italia ritiene essenziali per una corretta conduzione del business. L' Organizzazione richiede quindi un rigoroso rispetto di questi principi da parte dei membri degli organi sociali, della direzione, dei dipendenti e di tutti coloro che operano per conto dell'Azienda, compresi i soggetti terzi, con l'obiettivo di conformarsi alla legislazione sulla responsabilità amministrativa degli enti e prevenire comportamenti illegali, la commissione di reati aziendali e atti di corruzione attiva e passiva.

### La sicurezza e la protezione dei dati

Oggigiorno la sicurezza e la protezione dei dati sono diventate priorità fondamentali per le aziende di ogni settore. La gestione responsabile dei dati sensibili non solo è necessaria per rispettare normative e leggi, ma è anche essenziale per preservare l'integrità dell'Azienda e la fiducia dei clienti.

Casatua Italia gode della supervisione di un team Privacy, trasversale per tutte le Società del Gruppo Paterno e composto dall'Ufficio ICT, dall'Ufficio Legale e dall'Ufficio del Personale, che in esso collaborano in maniera attiva, ciascuno per le questioni di rispettiva competenza.

Le loro principali attività in materia di IT, Privacy e Cybersecurity, riguardano il controllo e l'aggiornamento dei registri di trattamento dei dati personali, la gestione degli adempimenti relativi all'attività degli Amministratori di Sistema, l'organizzazione delle attività di informazione al personale dipendente e l'Amministratori di Sistema.

Inoltre, Casatua Italia, come le altre Società del Gruppo Paterno, ha nominato un proprio DPO (Data Protection Officer), traducibile come Responsabile della Protezione dei Dati, ruolo chiave all'interno di un'organizzazione, responsabile della gestione e dell'implementazione delle politiche e delle pratiche di protezione dei dati personali. Il principale compito del DPO è quello di garantire che l'Azienda rispetti le normative sulla protezione dei dati e adotti le migliori pratiche per garantire la sicurezza e la privacy dei dati personali dei clienti, dipendenti e altre parti interessate.

A riprova dell'attenzione che l'Organizzazione rivolge al tema, nell'ultimo triennio non si sono registrati episodi di perdite dei dati.



### 3.2 I valore economico generato e distribuito

Casatua Italia si pone il principale obiettivo di creare valore economico nel medio-lungo periodo, mirando a generare benefici che si estendano oltre il mero aspetto finanziario.

Il processo di creazione di valore avviene attraverso l'attività di progettazione e vendita di soluzioni di arredamento per la casa.

Questo approccio coinvolge attivamente una serie di attori chiave e risorse, con l'obiettivo di redistribuire il valore economico all'interno del territorio e tra vari stakeholder. La redistribuzione di questo valore assume un ruolo cruciale nel creare una rete di connessioni solide e sostenibili. Casatua Italia si impegna a far sì che i propri fornitori beneficino di una distribuzione equa del valore, costruendo una relazione di fiducia e mutuo vantaggio nel lungo termine. I collaboratori trovano sicurezza e opportunità di crescita attraverso la generazione di occupazione sostenibile, mentre le famiglie del territorio possono trarre vantaggio dalla stabilità economica promossa dalle iniziative messe in atto dall'Azienda.

### Questi in sintesi i dati relativi all'anno 2023:



27,9 mln di euro di valore economico generato;



32,1 mln di euro di valore economico distribuito di cui

- 27,8 mln di euro a fornitori di merci
- 5,5 mln di euro distribuito ai dipendenti (Es. salari, benefit, oneri sociali)
- 348 ml euro a fornitori di capitali



### Le attività di stakeholder engagement

Per coinvolgere le diverse categorie di stakeholder vengono utilizzati specifici canali di comunicazione per garantire un dialogo efficace e una condivisione accurata delle informazioni rilevanti. Nello specifico:

È attuata una stretta collaborazione attraverso incontri sia presso la sede aziendale che presso i fornitori stessi. Questi incontri vengono pianificati in occasione di nuove forniture, del rinnovo di contratti esistenti, dell'avvio di nuovi punti vendita o di campagne promozionali di vendita.

Vengono inoltre condivise informazioni chiave riguardo a prodotti da promuovere o l'organizzazione di esposizioni

Vengono organizzati regolari incontri settimanali o mensili presso la sede aziendale e nei punti vendita, consentendo la condivisione dei risultati aziendali e di quelli delle filiali. In tali incontri vengono inoltre discussi obietti di fatturato e di sviluppo. Aspetto significativo è il riconoscimento dei risultati ottenuti mediante ulteriori quote di retribuzione in base agli obiettivi raggiunti al fine di stimolare un maggior impegno e rendimento da parte loro

FORNITORI DI BENI e SERVIZI



**DIPENDENTI** 



In sintesi, le attività di coinvolgimento degli Stakeholder hanno permesso di stabilire una comunicazione diretta e proficua con i Dipendenti e i Fornitori di Beni e Servizi. Attraverso canali di comunicazione dedicati e incontri periodici, è stato possibile condividere informazioni rilevanti, obiettivi e risultati aziendali, garantendo così un coinvolgimento attivo e una collaborazione efficace con entrambe le categorie di Stakeholder.

### 3.3 I prodotti e servizi offerti in ottica di sostenibilità

Casatua Italia consolida la sua reputazione nel settore dell'arredamento grazie all'offerta di una vasta gamma di servizi e prodotti studiati per garantire ai clienti un'esperienza di acquisto senza eguali: ogni dettaglio è attentamente curato, dall'inizio alla fine del percorso, per offrire una soluzione completa e soddisfacente. Questa in sintesi la gamma articoli e servizi che offre:

### •Selezione di mobili bagno, bagno componibili con pensili, luci **ARREDO** e altro •Camere da letto con letti, armadi, comò, specchiere: tutti in CAMERE diverse finiture e misurezioni • Possibilità di comporre camerette per bambini scegliendo CAMERETTE colori, materiali e mobili •Specchi, tappeti, pouff, guanciali, cuscini, materassi, quadri COMPLEMENTI vintage •Cucine con composizioni bloccate con possibilità di scelta di **CUCINE** finiture e design, da quello più moderno a quello più classico •Cucine componibili con la possibilità di scegliere i **CUCINE**componeni, le finiture, i colori ed abbinare elettrodomestici di **ELETTRODOMESTICI** vari marchi •Guanciali, cuscini anallergici e massaggianti, materassi in **LETTO** memory foam e materassi climatizzati •Chaise longue, poltrone, divani che si trasformano in ampi e SALOTTI comodi letti • Madie, pareti soggiorni, porta tv, pensili disponibili in **SOGGIORNI** tantissimi colori, finiture e combinazioni

### I servizi offerti e la soddisfazione dei clienti

Molti sono i servizi che vengono garantiti ai clienti: il servizio di progettazione è personalizzato, come sono personalizzate tutte le prestazioni che Casatua Italia promuove.

Nei punti vendita è anche possibile richiedere servizi aggiuntivi come la verifica e il rilievo delle misure a domicilio ed il ritiro e lo smaltimento dell'usato.

Finalità di queste prestazioni sono la semplificazione e lo sgravio di ulteriori preoccupazioni in merito all'esperienza d'acquisto, affidando il cliente a personale esperto e competente. Facilitanti risultano essere anche le modalità di pagamento disponibili, sia in punto vendita che a domicilio, oltre a disporre dell'opportunità di effettuare pagamenti rateizzati attraverso la stipula di finanziamenti e accedere ad incentivi fiscali.

Anche il servizio di trasporto è finalizzato all'agevolazione del cliente: in fase d'acquisto, quest'ultimo può decidere la modalità di consegna dei propri beni; trasporto e montaggio dei propri acquisti da parte di personale specializzato o ritiro diretto in magazzino.

In Casatua Italia, inoltre, è insito un importante dinamismo commerciale rivolto alla persona, che permette l'accesso a beni e servizi anche attraverso un e-commerce strutturato ed un customer service disponibile ed attento. Tramite telefono, live chat, e-mail o social networks è possibile interagire con personale dedicato, professionale e accorto verso ogni esigenza.

Al fine di soddisfare ogni necessità, Casatua Italia adotta una comunicazione fondata sulla trasparenza, sulla collaborazione e la cortesia: le informazioni fornite alla clientela sono sempre il più accurate e complete possibile, in modo da consentire al cliente stesso di prendere decisioni consapevoli in merito ai propri acquisti.

Le persone sono il fulcro centrale delle attività di Casatua Italia, la quale si adopera al fine di proporre servizi che agevolino i clienti durante tutta l'esperienza in punto vendita. Gli arredatori, presenti presso tutti i negozi Casatua Italia, sono qualificati da passione, professionalità e competenza, in accordo ad una propensione all'ascolto verso le necessità e gli obbiettivi dei clienti. La disponibilità verso la clientela parte dall'accoglienza in negozio e si sviluppa in tutte le prestazioni proposte: gli arredatori di Casatua Italia sono a completa disposizione per guidare e consigliare i clienti nelle fasi di ideazione e sviluppo dell'arredo desiderato, dimostrando considerazione ed ascolto verso le esigenze manifestate.

La soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti Casatua Italia passano attraverso un servizio clienti competente e personalizzato. L'attenzione verso le persone che ogni giorno si rivolgono a Casatua Italia è espressa, inoltre, da nuove promozioni e linee di prodotti sempre aggiornate, per rispondere in modo efficacie alle necessità ed alle aspirazioni del cliente contemporaneo.

La valutazione della soddisfazione dei propri clienti per Casatua Italia passa anche attraverso piattaforme certificate di raccolta e gestione di recensioni e tramite un importante servizio clienti dedito all'ascolto ed alla comprensione delle persone che ad esso si rivolgono. Feedaty, in questo senso, è un autorevole strumento a cui Casatua Italia fa riferimento: si tratta di una piattaforma dedita alla raccolta di valutazioni ed opinioni degli acquirenti reali a cui essa si rivolge subito dopo l'acquisto. Le recensioni sono controllate e verificate in modo imparziale da un team di professionisti che comunicano, così, affidabilità, autorevolezza e serietà sia all'Azienda che agli utenti. Le recensioni certificate aiutano i consumatori ad acquistare consapevolmente e Casatua Italia a trasmettere fiducia e trasparenza ai clienti finali. L'Azienda è molto attenta al percepito dei propri clienti e prende molto

seriamente le valutazioni rilasciate sui portali a cui si affida. Il customer service, in questo senso, interagisce attivamente con i propri o possibili acquirenti, fornendo informazioni puntuali ed assistenza all'occorrenza. Il servizio clienti si adopera al fine di accompagnare ed aiutare le persone che ad esso si rivolgono, fungendo da collegamento con il personale di competenza, per fornire un pronto e risolutivo intervento in ogni situazione. La completa soddisfazione dei propri clienti è per Casatua Italia fondamentale e, per il raggiungimento della felicità dei propri acquirenti, si avvale di professionalità, ascolto e disponibilità, al fine di offrire garanzie e sicurezza.

### L'accessibilità dei negozi

La possibilità di raggiungere i negozi, in maniera agile, per persone con disabilità o difficoltà motorie, viene garantita sia dalla tipologia di immobile sia dall'implementazione in loco di attrezzature di servizio idonee: è possibile entrare in ogni punto vendita Casatua Italia in modo agevole e fruire degli spazi in sicurezza ed autonomia, anche per le persone con ridotte capacità motorie o sensoriali. Quasi tutti i punti vendita, infatti, presentano l'intero spazio espositivo a piano terra. I negozi ubicati a piani rialzati sono dotati di ascensori conformi e scale mobili. L'entrata agli stores è garantita, inoltre, dalla presenza di porte d'ingresso conformi al passaggio di persone con mobilità ridotta, nel rispetto delle normative vigenti.

Anche all'area esterna ai negozi è riservata cura ed attenzione: un buon numero di parcheggi sono dedicati esclusivamente a persone con disabilità, al fine di facilitare ulteriormente l'accessibilità agli edifici.

La sensibilità di Casatua Italia in merito alla tematica comprende anche servizi dedicati alla persona: durante l'esperienza d'acquisto, in tutti i punti vendita, i clienti sono seguiti da professionisti, quali gli arredatori, che, attraverso campionari dedicati, favoriscono un'esperienza tattile, sensoriale e visiva, andando a mitigare eventuali difficoltà.

### Innovazione di prodotto

Per Casatua Italia l'innovazione passa attraverso una proposta di prodotti all'avanguardia e una gestione delle risorse umane basata su principi etici e rispettosi di tutti i diritti, promuovendo e proponendo linee d'arredo con sempre migliori performance ambientali, di sostenibilità in termini di dispendio energetico e di sfruttamento del territorio.

Il servizio di progettazione dei punti vendita Casatua Italia prevede l'inserimento di elementi d'arredo realizzati con materiali a basso impatto ambientale.

Un obbiettivo prioritario per Casatua Italia risulta essere, altresì, l'implementazione di innovativi sistemi di gestione e di nuovi materiali sostenibili, al fine di creare un dialogo costante tra arredo, progettazione e natura: la salvaguardia dell'ambiente è legata a doppio filo con il tema del benessere, in un binomio uomo-ambiente rivolto all'eco-compatibilità e all'eco-sostenibilità.

È il caso, per esempio, dell'utilizzo di un materiale quale il PET, PVC green 100% riciclabile, disponibile in diversi colori e finiture. Casatua Italia propone elementi in questo innovativo materiale nell'ambito delle cucine, promuovendo così l'utilizzo di nuove tecnologie, sensibilizzando e proponendo un'alternativa valida e sostenibile, che non emette sostanze tossiche nell'ambiente, garantendo igiene e praticità, resistenza agli urti al calore.

Nello sviluppo di proposte sostenibili, Casatua Italia adotta anche una strategia aziendale volta alla garanzia di tutti i prodotti facenti parte della propria offerta attraverso certificazioni internazionali ottenute dai propri fornitori che assicurano un importante contributo agli aspetti di sostenibilità: FSC, ISO14001, OEKO-TEX e ISO 45001.

### L'attenzione verso la qualità e la sicurezza nei prodotti e servizi offerti

L'affidabilità dei prodotti è garantita dalla qualità dei prodotti stessi. Cura, attenzione e lavorazione delle materie prime conferiscono all'azienda elevati standard in termini di valore e sicurezza. In fase d'acquisto, solitamente, il cliente è guidato da senso estetico e caratteristiche funzionali. Gli elementi d'arredo, al di là del design intrinseco, devono possedere requisiti di sicurezza a tutela del consumatore. Un arredo può essere definito sicuro quando soddisfa determinati requisiti in termini di affidabilità: destinazione d'uso ed assenza di sostanze dannose per le persone e l'ambiente sono prerogative primarie.

Casatua Italia, attraverso le sue proposte d'arredo, tende ad un continuo e costante miglioramento della sicurezza, in termini di qualità ed affidabilità dei prodotti. Tutte le linee offerte sono sottoposte a molteplici verifiche da parte dell'azienda e delle ditte fornitrici, quali il controllo in merito all'emissione di formaldeide, al contenuto di sostante pericolose, alle emissioni di composti organici volatili e alla resistenza al calore.

La salute delle persone è fondamentale e prioritaria e Casatua Italia vi pone la massima attenzione. Un'accurata verifica porta ad una sempre maggiore qualità dell'offerta, la quale vede un incremento anche dal punto di vista quantitativo per rispondere ad una sempre crescente richiesta da parte dei clienti, che Casatua Italia soddisfa con linee innovative e progettazioni personalizzate. Gli elementi d'arredo di Casatua Italia appagano tutte le diverse abitudini e necessità attraverso materiali che coniugano estetica, praticità d'uso e sicurezza.

Personale qualificato, quali gli arredatori, mette a disposizione la propria esperienza e professionalità al fine di proporre soluzioni ergonomiche, risaltando eventuali criticità e fornendo consigli per una migliore disposizione dell'arredamento. La professionalità degli arredatori si esprime, pertanto, attraverso progettazioni in grado di posizionare gli elementi d'arredo in modo tale da massimizzare la sicurezza, il comfort e l'efficienza dell'ambiente finale. L'obbiettivo è quello di creare soluzioni su misura, sicure e adatte alle persone che quotidianamente vivono quel determinato spazio. Una corretta progettazione dell'arredo aumenta la soddisfazione del cliente e fornisce un'ambiente più piacevole ed ottimizzato.

A conferma dell'attenzione che Casatua Italia riserva alla qualità e sicurezza dei propri prodotti e servizi, nell'ultimo triennio, non sono state ricevute segnalazioni rispetto ad episodi di non conformità.

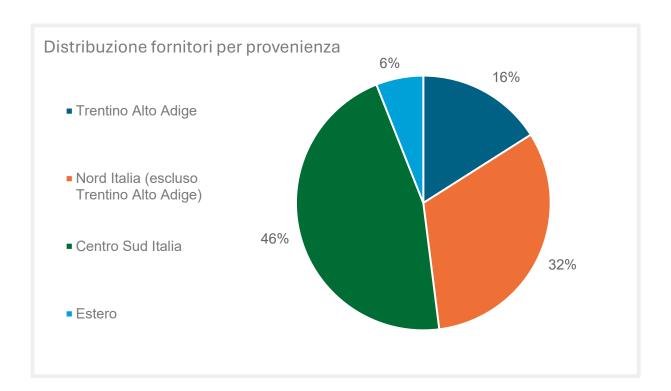
#### La Catena di Fornitura

La gestione della catena di fornitura è un tema prioritario per Casatua Italia. Tra i destinatari del Codice Etico dell'Azienda sono compresi i fornitori di beni e servizi, la cui sottoscrizione al documento, a partire dall'anno 2022, è essenziale al fine di una proficua, consapevole e corretta collaborazione fra le parti.

Il contributo al processo di sviluppo e crescita civile si esprime con Casatua Italia attraverso una gestione consapevole ed attenta delle catene di fornitura ad essa collegate: i rapporti con i fornitori sono definiti sulla base di accurati standard professionali ed etici, al fine di tutelare salute, sicurezza e salvaguardia dell'ambiente.

Rispetto a quest'ultima tematica, Casatua Italia si impegna a promuovere la tutela dell'ambiente attraverso il rispetto delle norme vigenti e favorendo un sistema di gestione che si appoggia a certificazioni internazionali. Quest'ultime sono strumenti di valutazione e garanzia verso l'impegno delle case fornitrici in tema di sostenibilità e tutela dell'ambiente. L'azienda, inoltre, è fortemente impegnata nella prevenzione degli inquinamenti e sensibilizza dipendenti e collaboratori a tutte le questioni di stampo ambientale.

Per Casatua Italia il processo produttivo deve essere responsabile e gli aspetti di sostenibilità lungo tutto la filiera sono prioritari. L'ambiente è un bene primario della comunità e Casatua Italia, essendo radicata nel territorio, lo sa bene: la collaborazione con le aziende fornitrici è determinata dalla valutazione dell'impatto ambientale e sociale che consegue alla catena produttiva dell'impresa fornitrice stessa.

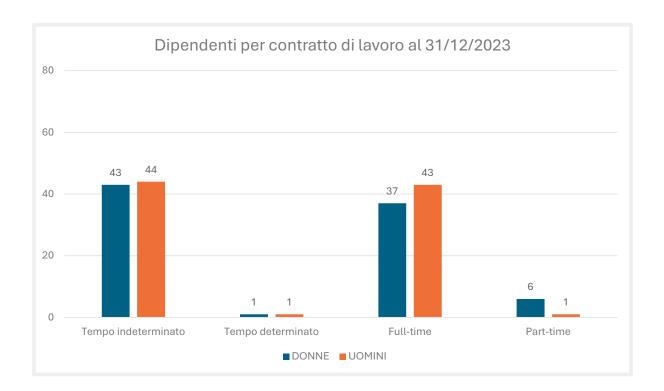


## 3.4 La gestione delle persone

Nel settore dell'arredamento, l'importanza del capitale umano non può essere sottovalutata. Le aziende che si occupano di progettare, produrre e vendere arredi dipendono in modo significativo dalle competenze, dalla creatività e dall'esperienza dei propri dipendenti. Il capitale umano rappresenta il cuore pulsante di un'azienda di arredamento, guidandola verso il successo attraverso innovazione, design eccezionale e servizio clienti di qualità.

Il capitale umano è il motore trainante di ogni aspetto dell'operatività aziendale: dalla fase di ideazione e progettazione all'effettiva produzione e vendita, le persone coinvolte sono fondamentali per raggiungere soddisfazione e successo. Investire nella formazione, nello sviluppo e nel benessere dei dipendenti è essenziale per mantenere un vantaggio competitivo nel mercato, in continua evoluzione.

Alcuni dati sul personale di Casatua Italia riassunti nelle tabelle sottostanti al 31 dicembre 2023:



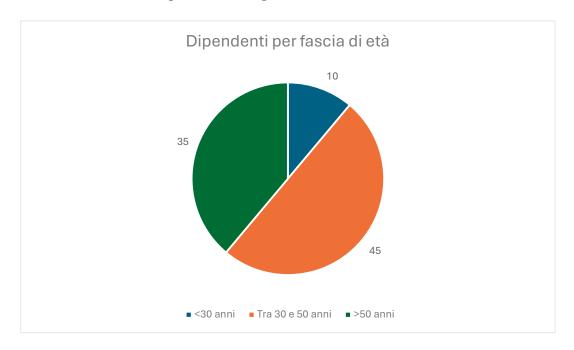
## Diversità, equità e inclusione

In ciascun contesto aziendale la diversità non riguarda solo meramente l'aspetto etnico o culturale, ma anche le differenze di genere, età, background educativo, esperienza lavorativa e punti di vista. La diversità rappresenta un'opportunità e un vantaggio strategico, portando una serie di impatti positivi che influenzano sia l'ambiente lavorativo interno che il successo complessivo dell'azienda.

In Casatua Italia l'attenzione riservata alla valorizzazione delle diversità e inclusione delle differenze e al rispetto dei diritti umani è presente in tutte le aree di operatività, in primis nella selezione e gestione delle risorse umane, capitale indispensabile per la prosperità Aziendale.

La valutazione del personale da assumere viene effettuata sulla base della corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesti, in linea con le esigenze interne, nel rispetto delle pari opportuni-

tà per tutti i soggetti coinvolti. Le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psico-attitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. La Direzione del Gruppo adotta, nell'attività di selezione, opportune misure al fine di evitare favoritismi ed agevolazioni di ogni sorta ed effettua un'attenta selezione.



Tutto il personale risulta assunto con regolare contratto di lavoro, di prestazione professionale o di stage: non viene tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

Nell'ambito dei processi di gestione e di sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili dei candidati e su considerazioni di merito. L'accesso a ruoli ed incarichi avviene sulla base delle competenze e delle capacità. Inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite forme di flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolino le persone in stato di maternità nonché coloro che devono prendersi cura dei figli. Infine, a conferma di quanto detto in precedenza, nel corso degli ultimi tre anni non si sono registrati episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione.

#### Formazione, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane

Nel mondo aziendale in continua evoluzione, la formazione del personale dipendente è un investimento cruciale per il successo a lungo termine di un'organizzazione. La crescita e lo sviluppo dei dipendenti non solo migliorano le competenze individuali, ma portano anche a un miglioramento complessivo delle prestazioni aziendali.

In tal senso Casatua Italia mette a disposizione delle persone strumenti informativi e formativi con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del capitale umano presente nell'organizzazione.

Sono previste, per il personale di Casatua Italia, sia una formazione interna di affiancamento, erogata in determinati momenti della vita professionale, (esempio: per i neo-assunti è prevista una introduzione all'attività) ed una formazione ricorrente rivolta al personale operativo (esempio: formazione in materia di sicurezza negli ambienti di lavoro, come previsto dalla normativa vigente).

#### Salute, sicurezza e benessere

Casatua Italia si impegna ad offrire un ambiente di lavoro in grado di proteggere la salute e la sicurezza del proprio personale, diffondendo e consolidando una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutto il personale.

Tra i principali obiettivi, vi è quello di proteggere le risorse umane cercando costantemente le sinergie necessarie anche a livello di collaborazioni esterne.

A tutti i dipendenti, è imposto di rispettare le norme e le procedure interne in materia di prevenzione dei rischi e di tutela della salute e sicurezza e di segnalare tempestivamente le eventuali carenze oppure il mancato rispetto delle norme applicabili.

Casatua Italia, in concerto con le altre Società del Gruppo Paterno, adotta inoltre le misure generali di tutela della salute e della sicurezza sul lavoro prescritte dalla normativa con particolare riferimento a quanto dispone il D.Lgs 81/08.

L'azienda si impegna attivamente a promuovere un ambiente di lavoro sicuro e sano per tutti i suoi dipendenti. Per raggiungere questo obiettivo, svolge una serie di attività cruciali. Innanzitutto, l'azienda si dedica all'identificazione dei pericoli presenti nell'ambiente di lavoro e alla valutazione dei rischi associati, garantendo così che tutte le potenziali fonti di pericolo siano conosciute e valutate in modo approfondito, facendo proprio un Sistema di Gestione per la Salute e la Sicurezza sul Lavoro conforme alle Linee Guida UNI-INAIL.

Questo processo fornisce una base solida per lo sviluppo di strategie e misure preventive per ridurre al minimo i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori. Inoltre, l'azienda offre servizi di medicina del lavoro per garantire la salute e il benessere dei dipendenti.

Questi servizi includono il monitoraggio della salute e consulenza sanitaria per affrontare tempestivamente eventuali problemi di salute legati al lavoro. La prevenzione è la chiave per evitare problemi di salute occupazionali e migliorare la qualità della vita dei lavoratori.

Inoltre, l'azienda promuove attivamente la partecipazione e la consultazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Coinvolgere i dipendenti nella discussione e nella formulazione di politiche e procedure aziendali relative alla sicurezza permette di ottenere un feedback prezioso e di assicurarsi che le iniziative siano efficaci e rispettino le esigenze del personale. La comunicazione aperta e trasparente è fondamentale per creare un ambiente di lavoro sicuro e collaborativo, che valorizzi la salute e la sicurezza di tutti i dipendenti.

A riprova di tale sensibilità, anche nel corso del 2023 si sono verificati due infortuni sul lavoro che hanno coinvolto il personale dipendente.

#### Sviluppo e supporto delle comunità

Casatua Italia, con un forte legame con il territorio, da sempre presta attenzione alle necessità ed alle esigenze espresse dalle comunità in cui è presente, in un percorso di crescita sinergico. Attraverso la realtà commerciale di Casatua Italia, l'occupazione locale ha registrato, nel corso degli anni, un incremento e l'Azienda stessa sostiene attivamente e nel concreto iniziative a supporto delle località di operatività.

L'adesione ai progetti viene definita sulla base di bisogno sociale e natura aggregativa degli eventi stessi. Le iniziative a cui Casatua Italia aderisce sono sempre volte alla coesione tra comunità e territorio, per sostenere uno sviluppo positivo e cooperativo.

Secondo quest'ottica vengono primariamente definite le modalità di sostegno idonee sulla base delle esigenze locali riscontrate. Le aree di azione qualificate come prioritarie dal direttivo possono essere localizzate nell'ambito sportivo, culturale e sociale. A quest'ultima area d'intervento fanno riferimento iniziative intraprese da Casatua Italia e che la vedono protagonista attiva in contesti di necessità a livello territoriale ed internazionale.

Casatua Italia cerca di rispondere costantemente ad esigenze specifiche, al fine di assicurare maggiore vicinanza e mutualità tra comunità, territorio e la propria realtà commerciale. L'azienda è attiva e continuerà ad attivarsi per la promozione dello sviluppo locale attraverso una connessione con la collettività territoriale di riferimento, agendo, dunque, al fine di sostenere una Società capace di riconoscere e risaltare le risorse che la compongono, le potenzialità intrinseche, le differenze di genere, andando a promuovere benessere ed integrazione.

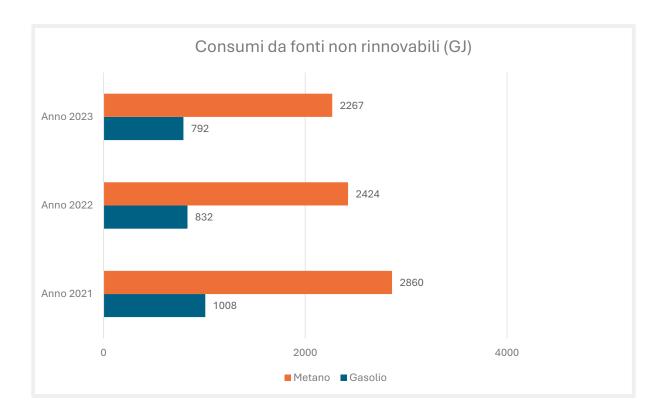
Riconoscere e valorizzare la forza del territorio rispecchia i principi ed i valori con cui Casatua Italia orienta la propria attività e le interazioni con l'ambiente che la circonda



## 3.5 La gestione dell'ambiente

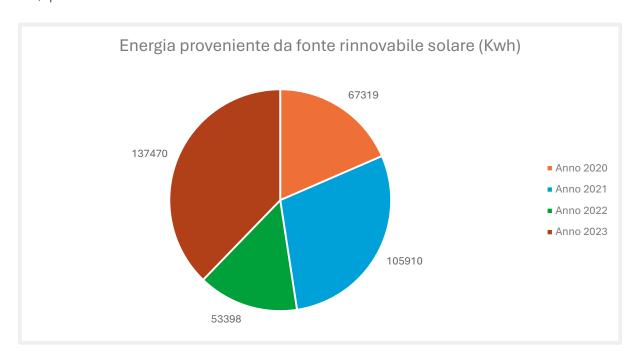
Attraverso misure concrete e collaborazioni mirate, Casatua Italia si impegna a dimostrare il proprio impegno nel contribuire alla tutela dell'ambiente, con l'obiettivo di limitare sempre più l'impatto delle proprie attività sui consumi energetici e sulle emissioni prodotte, sui trasporti e sulla generazione di rifiuti.

I principali consumi diretti sono dovuti all'impiego di gas metano impiegato per riscaldamento degli ambienti di lavoro e vendita, mentre una parte sono da attribuire al carburante (per lo più diesel) impiegato nella flotta dei veicoli aziendali. Per abbattere le emissioni di tale fonte fossile, vengono costantemente utilizzati additivi quali AdBlue. Nel 2023 ne sono stati introdotti oltre 240 Lt



Casatua Italia sostiene inoltre attività ed investimenti importanti volti a conseguire un significativo risparmio energetico mediante il ricorso alla fonte energetica rinnovabile: l'utilizzo di energia solare nasce dall'esigenza di coniugare la compatibilità con esigenze architettoniche e di tutela ambientale, evitando qualsiasi forma di inquinamento acustico, notevole risparmio di combustibile fossile e l'abbattimento nella produzione di emissioni di CO2. Queste prassi di sostenibilità testimoniano e confermano l'impegno dell'Organizzazione nel rispettare l'ambiente e la salubrità dell'aria presso le comunità in cui opera ed è presente con le proprie filiali.

Questa l'evoluzione degli ultimi esercizi per quanto riguarda l'impiego della principale fonte rinnovabile, quella solare:



## Trasporti e logistica sostenibile

Nell'industria dell'arredamento, l'attenzione al trasporto sostenibile e alla logistica a basso impatto sta diventando sempre più cruciale. La crescente sensibilità verso le questioni ambientali e il desiderio di adottare pratiche Aziendali responsabili stanno spingendo le aziende a riconsiderare il modo in cui i loro prodotti vengono trasportati e consegnati. L'integrazione di strategie di trasporto sostenibile non solo riduce l'impatto ambientale, ma può anche rappresentare un vantaggio competitivo nel mercato moderno.

Considerate le esigenze di movimentazione merci e prodotti da e verso le sedi di Casatua Italia dislocate sul territorio nazionale, nonché quelle legate allo spostamento delle persone che utilizzano i mezzi della flotta veicoli commerciali, l'organizzazione dei trasporti rappresenta una delle fasi a maggior impatto economico ed ambientale.

Per la consegna di merci e prodotti nelle filiali vengono per lo più utilizzati servizi di trasporto effettuati da fornitori esterni. Dove invece utilizza servizi interni aziendali, Casatua Italia garantisce la messa a disposizione di mezzi che presentino tecnologie di ultima generazione e a ridotto impatto di emissioni in atmosfera. Su questi mezzi, inoltre, vengono attivati servizi di manutenzione full service in modo tale da assicurare un mantenimento nel tempo delle caratteristiche prestazionali pari al nuovo.

Anche per il trasporto e il trasferimento di persone che utilizzano la flotta veicoli commerciali Aziendali, come anticipato, le Società del Gruppo mettono a disposizione dei propri dipendenti mezzi moderni e tecnologicamente all'avanguardia, costantemente manutenuti per garantirne le migliori prestazioni nel tempo.

Significativo contributo alla tutela ambientale ed alla riduzione delle emissioni in atmosfera, viene assicurato dalla recente convenzione stipulata con un fornitore di carburanti Trentino per l'acquisto di biocarburante che, rispetto al tradizionale diesel di origine fossile) abbatte le emissioni di CO<sub>2</sub> fino al 90%.

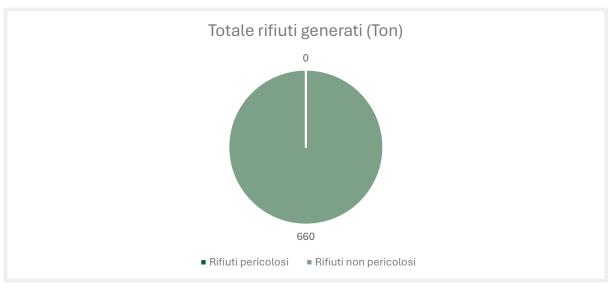


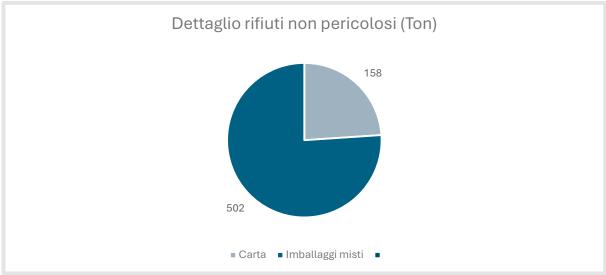
### La gestione responsabile dei rifiuti prodotti

La gestione responsabile dei rifiuti è diventata un imperativo globale nel contesto di una crescente preoccupazione per l'ambiente e la sostenibilità. Con l'aumento della popolazione mondiale e il conseguente aumento dei rifiuti prodotti, è fondamentale adottare pratiche sostenibili per minimizzare l'impatto negativo sull'ecosistema e proteggere le risorse naturali. La gestione responsabile dei rifiuti non è solo una questione di leggi e regolamenti, ma una responsabilità collettiva per preservare il nostro pianeta per le generazioni future.

Casatua Italia, riconoscendosi in questa responsabilità collettiva che richiede l'impegno di tutti, supporta la riduzione alla fonte, il riciclo, il riuso e l'adozione di pratiche sostenibili.

Il trend relativo alla produzione di rifiuti negli ultimi due anni è rimasto pressoché costante:





# 3.7 GRI Content Index

GRI Sector Standard applicabili	Non disponibile
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Principi fondamentali - versione 2021
Dichiarazione d'uso	La società Casatua Italia del Gruppo Paterno ha rendicontato le informazioni citate in ques indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2022 – 31 dicembre 2022 con riferimen agli Standard GRI.

Standard GRI/ altra fonte	Disclosure	Documento e paragrafo di riferimento
	2-1 Dettagli organizzativi	3.1 La governance e i principi che guidano Società 7.1 Nota metodologica
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	7.1 Nota metodologica
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	7.1 Nota metodologica
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	3. CasaTua: chi siamo 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 2: Informativa	2-7 Dipendenti	3.4 La gestione delle persone
Generale 2021	2-8 Lavoratori non dipendenti	3.4 La gestione delle persone
	2-9 Struttura e composizione della governance	3.1 La governance e i principi che guidano Società
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	3.1 La governance e i principi che guidano Società
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	3.1 La governance e i principi che guidano Società
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	3.2 Il valore economico generato e distribuito
	2-30 Contratti collettivi	3.4 La gestione delle persone
Temi materiali		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo per determinare i temi materiali	1.6 L'analisi di materialità 2022
	3-2 Lista dei temi materiali	1.6 L'analisi di materialità 2022
Creazione di valore condivi	so e continuità di business	
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.2 Il valore economico generato e distribuito
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito  Nota: l'indicatore è stato rendicontato parzialmente in linea con le richieste, non è stato riportato il valore trattenuto in quanto è stato considerato un apporto integrativo della Proprietà al valore distribuito.	_
Gestione responsabile della		
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
GRI 204: Prassi di approvvigionamento 2016	204-1: Percentuale di spesa presso i fornitori locali	3.4 La gestione delle persone
Etica, integrità aziendale e	compliance	
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.1 La governance e i principi che guidano Società
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3: Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	3.1 La governance e i principi che guidano Società
GRI 206: Comportamento anti-competitivo 2016	206-1: Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	3.1 La governance e i principi che guidano Società
Gestione delle risorse ener	getiche e emissioni	
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.5 La gestione dell'ambiente
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	3.5 La gestione dell'ambiente
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) 305-2 Emissioni indirette di GHG (Scope 2)	3.5 La gestione dell'ambiente
Gestione responsabile e so		

	e sostenibile dei rifiuti	
GRI 3-3: Temi	3-3 Gestione dei temi materiali	3.5 La gestione dell'ambiente
materiali 2021		
GRI 306: Rifiuti 2016	306-3: Rifiuti prodotti	3.5 La gestione dell'ambiente
Salute, sicurezza e ben	essere dei dipendenti	
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
GRI 403: Salute e sicurezza dei dipendenti 2016	403-1: Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro 403-02: Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti 403-03: Servizi di medicina del lavoro 403-04: Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro 403-5: Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro 403-6: Promozione della salute dei lavoratori	3.4 La gestione delle persone
Cuilumna a valerizzazio	403-9: Infortuni sul lavoro	
Sviluppo e valorizzazion GRI 3-3: Temi	ne delle risorse umane	
materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
Diversità, equità ed inc	lusione	
GRI 3-3: Temi		
materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	GRI 405-1: Diversità tra i componenti degli organi di governo dell'organizzazione in termini di età, sesso e altri indicatori rilevanti per le categorie vulnerabili	la Società
GRI 406: Non discriminazione 2016		3.4 La gestione delle persone
Sviluppo e supporto de	lle comunità	
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
GRI 3-3: Temi materiali 2021 Qualità e Sicurezza dei	3-3 Gestione dei temi materiali	
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	
GRI 3-3: Temi materiali 2021 Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021 GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	3-3 Gestione dei temi materiali prodotti/ servizi	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua
GRI 3-3: Temi materiali 2021 Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021 GRI 416: Salute e	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021 Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021 GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi urity  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersect GRI 3: Temi materiali 2021  GRI 418: Privacy del	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi irity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali 2021  GRI 418: Privacy del cliente 2016	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi irity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali 2021  GRI 418: Privacy del cliente 2016  Soddisfazione del cliente GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi urity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti  te  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali 2021  GRI 418: Privacy del cliente 2016  Soddisfazione del cliente GRI 3: Temi materiali 2021  Accessibilità dei negoz GRI 3: Temi materiali	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi urity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti  te  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali 2021  GRI 418: Privacy del cliente 2016  Soddisfazione del clien GRI 3: Temi materiali 2021  Accessibilità dei negoz GRI 3: Temi materiali 2021  Accessibilità dei negoz GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi irity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti  ite  3-3 Gestione dei temi materiali  i (e dei luoghi di lavoro)  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021  Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021  GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016  GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016  IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali 2021  GRI 418: Privacy del cliente 2016  Soddisfazione del clien GRI 3: Temi materiali 2021  Accessibilità dei negoz GRI 3: Temi materiali 2021  Innovazione e Design d GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi irity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti  ite  3-3 Gestione dei temi materiali  i (e dei luoghi di lavoro)  3-3 Gestione dei temi materiali  i prodotto e di servizio  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatualitalia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021 Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021 GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016 GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016 IT, Privacy & Cybersect GRI 3: Temi materiali 2021 GRI 418: Privacy del cliente 2016 Soddisfazione del cliente GRI 3: Temi materiali 2021 Accessibilità dei negoz GRI 3: Temi materiali 2021 Innovazione e Design d GRI 3: Temi materiali	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi irity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti  ite  3-3 Gestione dei temi materiali  i (e dei luoghi di lavoro)  3-3 Gestione dei temi materiali  i prodotto e di servizio  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 3-3: Temi materiali 2021 Qualità e Sicurezza dei GRI 3-3: Temi materiali 2021 GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016 GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016 IT, Privacy & Cybersecu GRI 3: Temi materiali 2021 GRI 418: Privacy del cliente 2016 Soddisfazione del client GRI 3: Temi materiali 2021 Accessibilità dei negoz GRI 3: Temi materiali 2021 Innovazione e Design d GRI 3: Temi materiali 2021 Consumo responsabile GRI 3: Temi materiali	3-3 Gestione dei temi materiali  prodotti/ servizi  3-3 Gestione dei temi materiali  416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi  417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi irity  3-3 Gestione dei temi materiali  418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti ite  3-3 Gestione dei temi materiali  i (e dei luoghi di lavoro)  3-3 Gestione dei temi materiali  i prodotto e di servizio  3-3 Gestione dei temi materiali  3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità 3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità