

PATERNO
gruppo



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2022

Sommario

Il Gruppo Paterno	5
Highlights del Gruppo Paterno.....	7
1.1 La storia del Gruppo, il territorio e le Società della famiglia Paterno	8
Il percorso del Gruppo	9
1.2 L'etica del Gruppo, i suoi valori e le sue direttrici.....	10
I valori e l'etica del Gruppo Paterno	11
1.4 Le aree di business e le Società del Gruppo	12
1.6 L'analisi di materialità 2022.....	18
1.7 Il rapporto con gli stakeholder delle Società.....	20
1.8 Governance del Gruppo.....	21
1.9 GRI Content Index.....	23
Casatua Italia	27
3.1 La governance e i principi che guidano la Società	28
3.2 Il valore economico generato e distribuito	31
3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità	33
3.4 La gestione delle persone.....	39
3.5 La gestione dell'ambiente	43

1.

Il Gruppo Paterno

Lettera agli stakeholder

Il Gruppo Paterno ha deciso di rendere la sostenibilità parte integrante del proprio modello di business al fine di valorizzare una cultura aziendale basata su principi quali il rispetto per l'ambiente, l'innovazione efficiente, l'attenzione agli stakeholder, l'investimento nel capitale umano.

Nel presente report abbiamo deciso di esprimere il concetto di sostenibilità attraverso la capacità, prima, di leggerci e, poi, di presentarci in una forma utile per comprendere da dove proviene la reale ricchezza delle nostre attività e soprattutto come ci impegniamo a consegnarla alle future generazioni.

Qui raccontiamo del nostro modo di essere e di fare, delle iniziative che portiamo avanti, del nostro profondo legame con il territorio.

Responsabilità, passione, collaborazione e dialogo sono i principi che ci animano e ci fanno riconoscere. Qui ancora parliamo dell'impegno profuso in tutte le attività che svolgiamo da anni e della cura che rivolgiamo ai nostri clienti, ai nostri collaboratori, alle comunità locali, all'intero ecosistema che gravita attorno al nostro Gruppo.

Il nostro primo bilancio di sostenibilità è stato redatto per dare evidenza con numeri, tabelle e grafici degli sforzi che quotidianamente facciamo per concretizzare i nostri obiettivi, tenendo fede ai valori nei quali crediamo e ottimizzando i nostri business in un'ottica sostenibile.

Non fermarsi mai: questo è lo spirito con il quale affrontiamo il presente. Da qui nascono idee e si affermano nuovi modelli che migliorano le nostre prassi operative, correggono vecchie abitudini e, in definitiva, ci fanno progredire attraverso una continua assunzione di responsabilità nei confronti del futuro.

La nostra strategia per la sostenibilità si fonda in maniera trasversale su diverse dimensioni: l'ascolto dei clienti, la creazione di relazioni di fornitura con partner 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.

Buona lettura.

Il Presidente

Domiziano Paterno



IL GRUPPO
PATERNO

Dal 1986

2 generazione in 37
anni di storia

Società del perimetro

EuroBRICO
per tutti

casa
tua

Agencia
AGENZIA SERVIZI REGIONALI DEL CL

XAM
ASSOCIATI

GOVERNANCE

I valori e l'etica di business

- Integrità nel rispetto di Leggi e Regolamenti e legalità
- Ripudio di ogni discriminazione
- Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane ed equità dell'autorità
- Radicamento territoriale
- Trasparenza ed etica degli affari
- Diversità

La sostenibilità

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

MODELLO DI
SOSTENIBILITA'



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

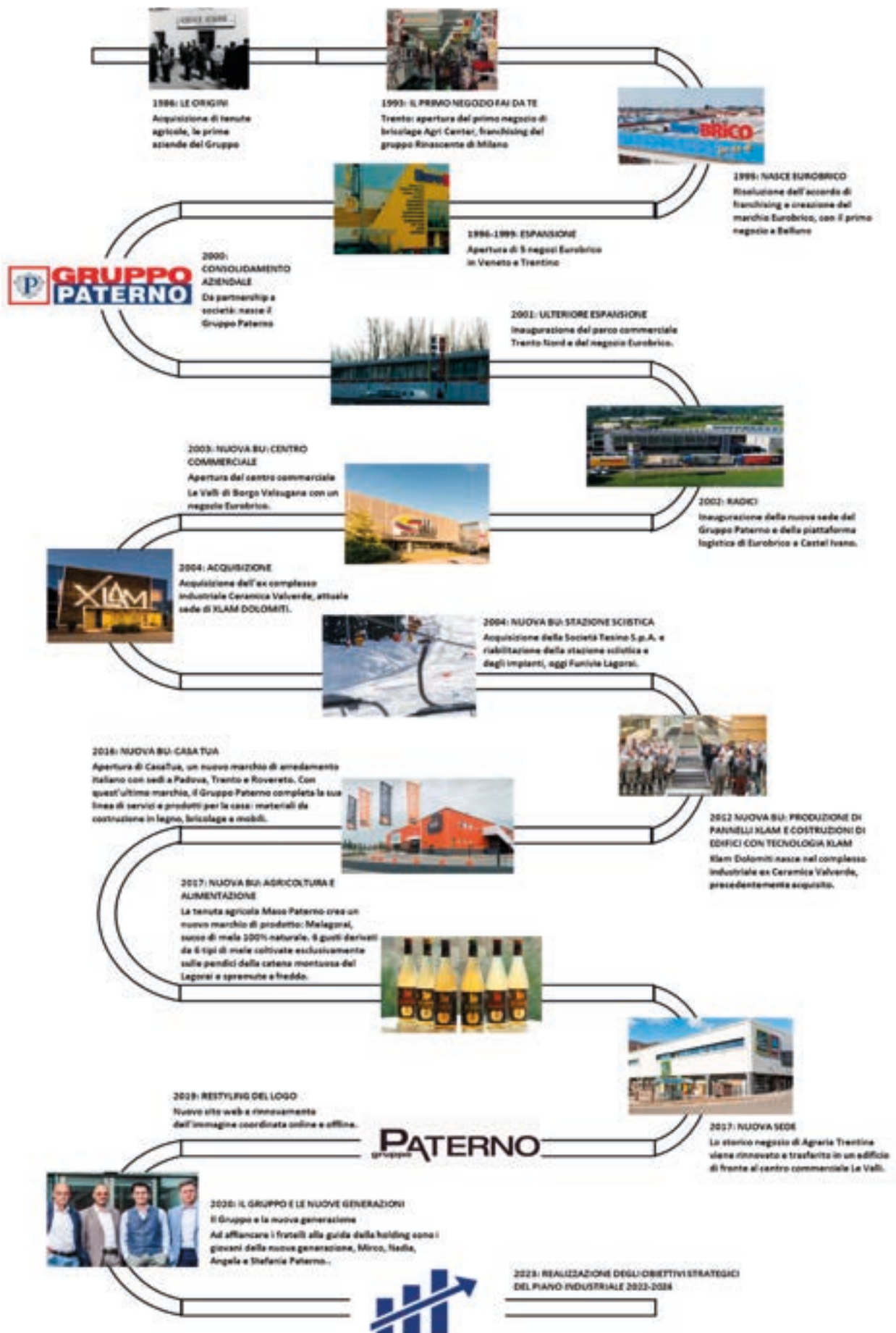
Fondato dai fratelli Paterno Domiziano, Sergio e Franco, il Gruppo Paterno è composto da aziende che operano in settori e con modelli di business molto diversi tra loro. La scelta dei fondatori è stata quella di **diversificare le attività** dell'Azienda mantenendo un forte legame con la propria terra 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 **Eurobrico** e all'inaugurazione del primo punto vendita a Belluno. Tra il 1996 e il 1999 il successo di Eurobrico consente di espandere il business nei territori di Veneto e Trentino, con l'apertura di altri 5 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 del Gruppo Paterno, che hanno portato all'apertura di ulteriori negozi di Eurobrico ed all'acquisizione, nel 2004, di un complesso industriale che sarebbe diventato la sede di **X-LAM DOLOMITI 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.

Questo primo Bilancio di sostenibilità del Gruppo Paterno si concentrerà principalmente 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 culturaziendale 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

«Puntiamo ad affidarci a fornitori di prodotti e servizi concorrenziali, volti a migliorare gli ambienti domestici, arricchire la quotidianità familiare e rendere ancora più piacevoli i momenti di svago in compagnia. Siamo impegnati ad offrire soluzioni innovative e convenienti che soddisfino le esigenze dei nostri clienti, garantendo al contempo la qualità e l'affidabilità dei prodotti che offriamo. Con il nostro impegno costante nella selezione accurata dei fornitori, miriamo a creare un'esperienza di shopping gratificante e soddisfacente per tutti i nostri clienti, rendendo i loro spazi domestici un luogo piacevole e accogliente in cui vivere e condividere momenti felici.»

EuroBRICO
for da ed



Casa Tua

"Offrire 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."



Xlam
Dolomiti

«Utilizzare e lavorare legno sostenibile nella costruzione di case di qualità superiore e sicure, offrendo soluzioni abitative che soddisfino le esigenze dei nostri clienti, creando ambienti confortevoli e sostenibili in cui le persone possano vivere felici e sicure.»



Funivie
Lagorai

«Creare un'esperienza indimenticabile per i visitatori, permettendo loro di connettersi con la bellezza naturale e la cultura uniche delle montagne Lagorai. Vogliamo promuovere la sostenibilità ambientale e sociale mentre forniamo servizi innovativi e sicuri per esplorare le vette alpine»



www.snl.lagorai.it

I valori e l'etica del Gruppo Paterno

I **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 dell'Azienda e nella sua cultura organizzativa. I valori Aziendali sono la **bussola morale** dell'organizzazione, essi 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 l'Azienda dovrebbe comportarsi in tutte le situazioni, indipendentemente dalle sfide che potrebbero presentarsi, e sono stati ripresi dai Codici Etici di Eurobrico, Casatua Italia e X-LAM Dolomiti.

I valori e l'etica

- **Integrità nel rispetto di Leggi e Regolamenti e legalità:** l'azienda crede profondamente nei valori democratici e condanna qualsiasi attività che possa avere finalità di terrorismo o di eversione dell'ordine democratico. Il Gruppo rispetta qualsiasi legge e, in generale, qualsiasi normativa locale, nazionale o internazionale applicabile in Italia e in ogni altro paese in cui si trovi a operare.
- **Ripudio di ogni discriminazione:** nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con le parti interessate, l'organizzazione evita ogni discriminazione in base all'età, sesso, sessualità, stato di salute, razza, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose dei suoi interlocutori.
- **Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane ed equità dell'autorità:** l'azienda riconosce la centralità delle risorse umane e ritiene che un fattore essenziale di successo e di sviluppo sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano.
- **Radicamento territoriale:** l'azienda si pone la finalità di realizzare progetti tendenti ad un coinvolgimento diretto della cittadinanza, delle istituzioni pubbliche e private, dell'imprenditoria e delle associazioni su tutto ciò che concerne l'educazione alla salute, la prevenzione e la presa in carico del proprio benessere.
- **Trasparenza ed etica degli affari:** la storia, l'identità ed i valori dell'organizzazione si declinano in un'etica degli affari fondata su affidabilità, solidità, trasparenza, correttezza in ambito contrattuale e tutela della concorrenza.
- **Diversità:** l'azienda esige dai propri amministratori, dipendenti e collaboratori comportamenti che garantiscano il più assoluto rispetto della dignità delle persone. In particolare l'azienda condanna ogni qualsiasi forma di discriminazione sulla base dell'appartenenza di genere, etnica, politica e religiosa.

Negli ultimi anni il Gruppo si sta impegnando sempre più per integrare i propri valori con la responsabilità sulle tematiche di **sostenibilità**, considerando quindi tutti gli aspetti ambientali, sociali, economici e di governance.

1.4 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 S.r.l.** 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 S.p.A.** che promuove e gestisce la "ski area Lagorai" di Passo Brocon.
- **Area agricola:** la Società Agricola Maso Paterno S.r.l. si occupa della coltivazione di mele; 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 S.p.A., controlla alcune società che forniscono servizi pressoché esclusivi alle principali iniziative del Gruppo: Euro Transport S.r.l., CTS Casatua Services S.r.l., 22 Rent S.r.l..
- **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, e questo primo bilancio di sostenibilità riguarda alcune di queste: Eurobrico Spa, Casatua Italia Srl, X-LAM Dolomiti Spa, Funivie Lagorai Spa ed Euroimmobiliare Spa.



PATERNO

gruppo

Area commerciale	Area industriale	Area turismo	
			
<p>EuroBRICO è un gruppo attivo nel settore del bricolage e del fai da te da più di trent'anni. L'azienda è presente in tutto il territorio nazionale con diversi punti vendita. I prodotti offerti spaziano dal giardinaggio all'arredamento con mobili di qualità per lo spazio esterno, dalle piscine per il divertimento, all'utensileria per la manutenzione della casa e i progetti fai da te.</p> <div data-bbox="186 1236 462 1417"> <p>+ 01 400 IMPIEGATI</p> <p>28 PUNTI VENDITA</p> <p>OLTRE 95.000 REFERENZE A SCOPPIO</p> <p>23.000 ARTICOLI DISPONIBILI ONLINE</p> </div>	<p>CasaTua Italia, nata nel 2016, si è velocemente affermata con successo, diventando in soli 18 mesi un riferimento per il settore dell'arredamento. Le ragioni del successo sono l'offerta di elementi di arredo di design italiano, il vasto assortimento e la qualità dei prodotti e del servizio. I servizi offerti ai clienti spaziano dalla progettazione grafica realizzata dal personale esperto, alla verifica e rilievo delle misure a domicilio; dal trasporto e montaggio direttamente a casa del cliente, allo smaltimento e ritiro dei mobili usati.</p> <div data-bbox="503 1372 779 1576"> <p>+ 01 500 IMPIEGATI</p> <p>24 PUNTI VENDITA</p> <p>SHOWROOM PER OLTRE 40.000 METRI</p> <p>5 CENTRI LOGISTICI DI GRANDI DIMENSIONI A TRENTO, VICENZA, GORIZIA, MILANO E BOLOGNA</p> </div>	<p>X-LAM Dolomiti si occupa della produzione di componenti strutturali in legno provenienti da foreste certificate secondo criteri di ecosostenibilità. X-LAM Dolomiti mette a disposizione prodotti all'avanguardia ed una conoscenza tecnica altamente specializzata ad imprese, progettisti ed architetti che intendono costruire guidati da una visione dell'edilizia nuova e contemporanea. Le costruzioni in legno progettate da X-LAM Dolomiti intercettano le esigenze contemporanee che esigono un nuovo modo di vivere le abitazioni costruite con materiali dal basso impatto ambientale e caratterizzate da un'alta efficienza energetica. Le soluzioni X-LAM Dolomiti garantiscono un ambiente vitale salubre e confortevole, inalterabile nel tempo e rispettoso delle risorse ambientali.</p> <div data-bbox="836 1666 1096 1871"> <p>CIRCA 80 DIPENDENTI</p> <p>1.000.000 Mq di prodotti X-LAM</p> <p>600 progetti completati</p> </div>	<p>Funivie Lagorai è la società del Gruppo dedicata alla gestione e alla promozione degli impianti sciistici di Passo Brocon, situato nella catena montuosa del Lagorai, nel Trentino orientale. Nel 2005 i fratelli Paterno hanno rilevato la precedente società di gestione degli impianti e in meno di 100 giorni hanno ridato vita a una stazione sciistica che sembrava destinata a chiudere. La stazione sciistica offre 15 km di piste di diversa difficoltà con 2 servizi di ristorazione direttamente sulle piste da sci e un negozio che vende e noleggia attrezzature per gli sport invernali.</p> <div data-bbox="1144 1462 1421 1689"> <p>CIRCA 60 DIPENDENTI Includo personale stagionale</p> <p>15 km di piste</p> <p>2 ristoranti</p> <p>1 negozio di attrezzature</p> </div>

1.5 La visione di sostenibilità, gli obiettivi del Gruppo e delle sue Società

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 e 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**.

Gli **SDGs** individuati sono:

	SDG	Descrizione
	SALUTE E BENESSERE	Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età
	ISTRUZIONE DI QUALITA'	Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti
	PARITÀ DI GENERE	Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze
	ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni
	LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti
	IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile
	RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni
	CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili
	LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze
	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
	PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

Il Gruppo Paterno nel corso del 2023 ha inoltre sviluppato 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 obiettivi principali che il Gruppo Paterno si prefigge di raggiungere nel breve periodo.

MACRO AREA	OBIETTIVO	TERMINE	SDGs
GOVERNANCE	Diffondere i valori aziendali e l'etica nella conduzione del business, rispettando i requisiti di compliance	Breve Medio Lungo	 
	Generare valore economico condiviso con i diversi stakeholder nel medio-lungo periodo	Breve Medio Lungo	
	Ridurre al minimo il rischio di interruzione dei sistemi informatici o di attacchi informatici	Breve	
CLIENTI	Migliorare il servizio e il prodotto offerto	Breve termine	  
PRODOTTI E FORNITORI	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	 
	Diffusione di pratiche di approvvigionamento sostenibile lungo la catena del valore e gestione responsabile della catena di fornitura	Medio Lungo	 
PERSONE	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	 
	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	  
	Creazione di valore condiviso per le comunità locali, investimenti nei territori e coinvolgimento di persone, enti e imprese locali.	Breve Medio	
AMBIENTE	Efficientamento dei consumi energetici e ridurre le emissioni dirette e indirette per raggiungere emissioni Net Zero a livello di Gruppo	Breve Medio Lungo	 
	Efficientamento della logistica e riduzione delle emissioni del Gruppo	Breve Medio	

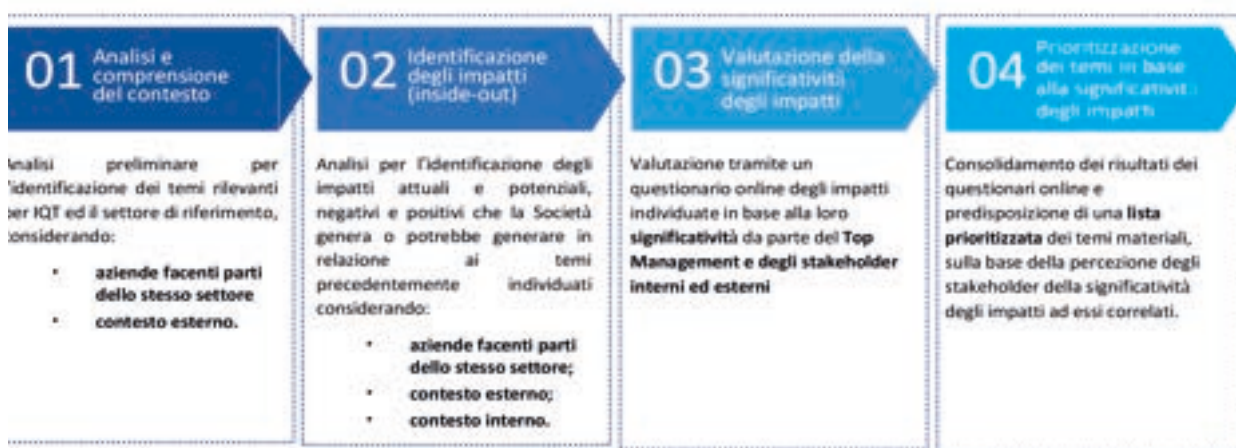
1.6 L'analisi di materialità 2022

Nei primi mesi del 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, il Gruppo 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 nuovo processo prevede di identificare i temi materiali sulla base della **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**.

Il processo di analisi di materialità si è svolto in **quattro fasi** principali:



Al fine di comprendere al meglio il contesto dell'organizzazione è stata effettuata 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.

In seguito, per ogni Società del Gruppo, il **Top Management** e altri Stakeholder interni ed esterni (Responsabili di funzione e di negozi per Eurobrico e Casatua Italia, responsabili di funzione, dipendenti e fornitori per X-lam Dolomiti e responsabili di funzione per Funivie Lagorai), sono stati chiamati a **valutare** gli impatti identificati preliminarmente sulla base della loro **significatività**, considerando sia la magnitudo che la probabilità di accadimento, attraverso un questionario *online* (Fase 3). Nella valutazione degli impatti e nel processo di materialità è stato coinvolto anche il **Consiglio di Amministrazione**.

Successivamente si è proceduto a **consolidare i risultati** delle quattro valutazioni delle Società per creare un'unica lista di temi materiali caratterizzata dalla differenziazione dei temi materiali per il Gruppo e quelli specifici per Società. Tutti i temi sottoposti alla valutazione hanno ottenuto un punteggio di significatività superiore alla soglia di materialità e pertanto sono risultati essere "temi materiali".

Di seguito è stata riportata la **tabella dei temi materiali identificati**, classificati per pilastro e suddivisi per tematica specifica e di Gruppo.

Temi materiali	Gruppo Paterno	Eurofisco	Casa Tam	Xiam	Famvie Lazzari
Temi strategici per il Gruppo					
Creazione di valore condiviso e continuità di business	X				
Etica, integrità aziendale e compliance	X				
IT, Privacy & Cybersecurity	X				
Soddisfazione del Cliente	X				
Gestione responsabile della catena di fornitura	X				
Qualità e sicurezza dei prodotti/ servizi	X				
Sviluppo e valorizzazione delle risorse umane	X				
Salute, sicurezza e benessere dei dipendenti	X				
Diversità, equità e inclusione	X				
Sviluppo e supporto della comunità	X				
Trasporto e logistica sostenibile	X				
Gestione delle risorse energetiche e emissioni	X				
Temi specifici per società					
Consumo responsabile		X	X	X	X
Accessibilità dei negozi (e dei luoghi di lavoro)		X	X		X
Materiali sostenibili				X	
Innovazione e Design di prodotto e di servizio		X	X	X	X
Biodiversità				X	X
Gestione delle sostanze chimiche				X	
Gestione responsabile e sostenibile dei rifiuti		X	X	X	X
Gestione delle risorse idriche					X

Legenda: ■ CLIENTI ■ GOVERNANCE ■ PRODOTTI & FORNITORI ■ SOCIALE ■ AMBIENTE

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.

1.7 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.

1.8 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.l.

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 aziendale. 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, nonché 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.

1.9 GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	il Gruppo Paterno ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° 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
GRI 2: Informativa Generale 2021	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 business	1.4 Le aree di business e le Società del 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
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	1.8 Governance del Gruppo
	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
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder 1.5 La visione di sostenibilità, gli obiettivi 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
Temati 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





3.

Casatua Italia: chi siamo

Casatua Italia, Società impegnata nel **settore del commercio al dettaglio di mobili e accessori per la casa** è stata inaugurata nel mese di settembre **2016**, con l'apertura del primo punto vendita della catena "Casa Tua Arredo Italiano" situato nel comune di Padova. Negli anni successivi, dal 2017 al 2021, 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** ben **14 punti vendita**, con una **superficie espositiva totale di 40.000 mq** dislocata tra Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Lombardia.

Si è velocemente affermata con successo diventando, in brevissimo tempo, un punto di riferimento per il settore dell'arredamento. Le ragioni del successo sono da attribuire, tra gli altri, agli elementi di arredo di design italiano, al vasto assortimento e alla qualità offerti.

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.



Nel corso del 2022, al fine di incrementare i volumi di vendita e diversificare il prodotto e la clientela, la Società ha dato vita al nuovo **marchio "Casatua Italia Relax"** specializzato nella vendita di arredi "d'appoggio", ovvero mobili e accessori che non richiedono servizi di montaggio complessi. Inoltre, l'Azienda ha eseguito degli interventi all'interno di Punti Vendita esistenti per la realizzazione di corner a marchio "Casatua Italia Relax" nei negozi di Padova, Rovereto, Ferrara, Torri di Quartesolo e Rozzano.



3.1 La governance e i principi che guidano la Società

La **conduzione etica** di un business non è semplicemente una scelta, ma un pilastro fondamentale che definisce l'identità e la durata dell'Azienda nel lungo termine. L'etica aziendale non riguarda solo l'aderenza alle leggi e ai regolamenti, ma implica un impegno profondo per agire in modo giusto e responsabile nei confronti di tutte le parti interessate.

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

La struttura degli organi di amministrazione e controllo



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.

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:

- PATERNO DOMIZIANO, presidente del Consiglio di Amministrazione (non indipendente ed esecutivo);
- PATERNO MIRCO, amministratore delegato (non indipendente ed esecutivo);
- PATERNO SERGIO, consigliere (non indipendente ed esecutivo).

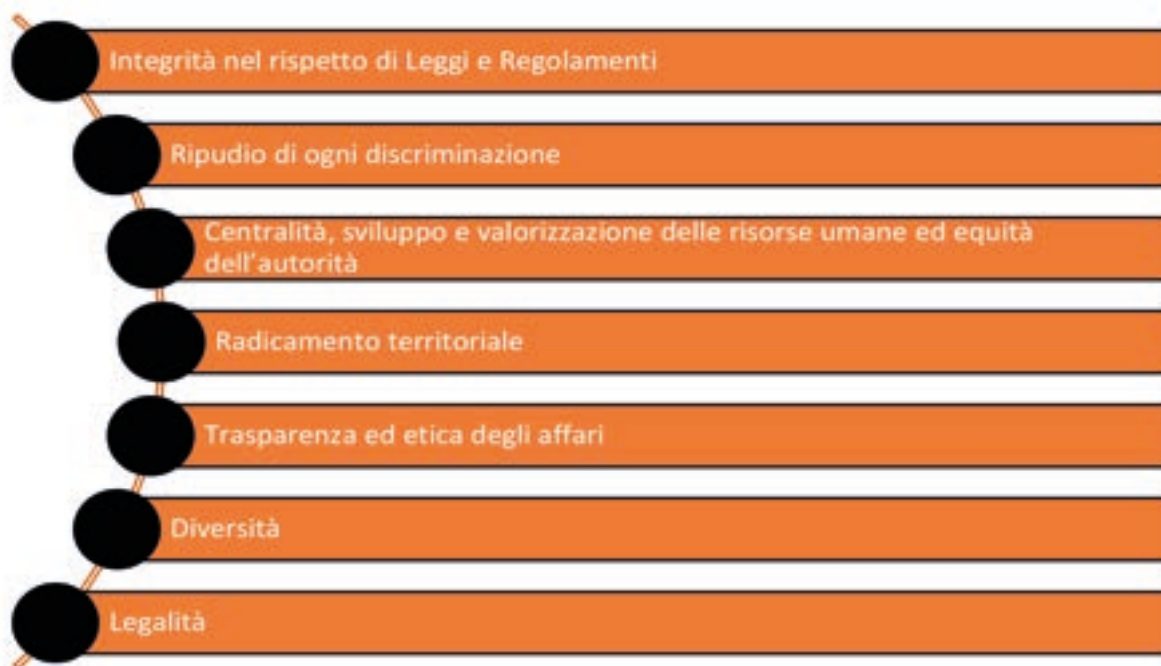


I membri del Consiglio hanno acquisito, nel corso degli anni, competenze in vari ambiti quali: risorse umane ambiente, finanza, innovazione e responsabilità sociale, contribuendo così al successo dell'organizzazione. Il 33% dei membri ha meno di 30 anni.

L'organismo di vigilanza di Casatua Italia dispone di tre membri, due donne e un uomo, due dei quali con un'età superiore ai 50 anni e uno inferiore ai 30.

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 obiettivi 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, anti-trust e pratiche monopolistiche**.

Infine, per la sua formazione giuridica e per alcune caratteristiche previste dalla normativa stessa, Casatua Italia ha redatto nel 2021 il proprio **"Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001"**. Questo consiste in un sistema di principi, valori, presidi e procedure che Casatua Italia ritiene fondamentali ed irrinunciabili per una corretta conduzione del business. La Società ne richiede quindi la più attenta osservanza ai componenti degli organi sociali e del management, ai dipendenti della Società, nonché a tutti coloro che operano, anche di fatto, per la Società, ivi compresi i soggetti terzi, con l'obiettivo di conformarsi alla normativa della responsabilità amministrativa degli Enti e di prevenire condotte illecite, la commissione di reati societari e corruzione attiva e passiva.

La sicurezza e la protezione dei dati

Oggi giorno 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. Questo 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, ciascuna realtà del Gruppo, nomina 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 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.

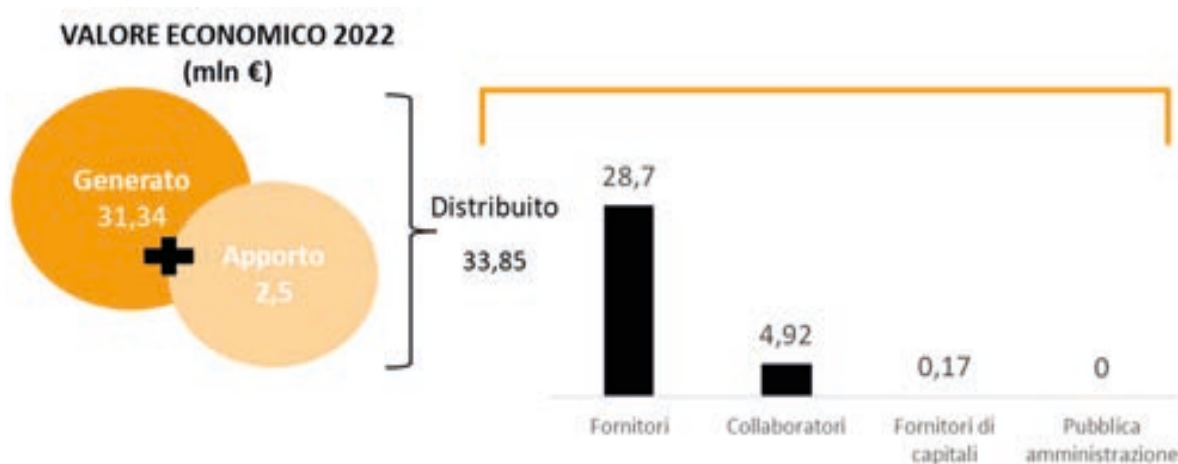
A riprova dell'attenzione che l'Organizzazione rivolge al tema, nell'ultimo triennio non si sono registrati episodi di perdite dei dati.

3.2 Il 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.

La strategia di diversificazione, l'attenzione ai dettagli dei prodotti e la scelta di segmenti specifici di clientela hanno contribuito alla progressiva crescita della Società, portando nel 2022 alla generazione di un **valore economico**¹ per circa **31,3 milioni di euro**, in aumento del 29% rispetto al 2021. Al valore economico generato si aggiunge un apporto della proprietà di ammontare pari a 2,5 milioni di Euro che contribuisce ai 33,85 milioni di Euro distribuiti ai diversi stakeholder, in primis fornitori e dipendenti.



	Unità di misura	2020	2021	2022
Valore economico generato		24.857.160	24.173.286	31.342.863
Apporto Proprietà	€	3.739.167	3.363.264	2.503.621
Valore economico distribuito		28.553.470	28.221.266	33.846.484
Costi operativi	€	23.875.486	23.502.561	28.758.755
Remunerazione dei collaboratori	€	4.587.285	4.541.369	4.917.598
Remunerazione dei fornitori di capitale	€	90.699	177.336	170.131
Remunerazione della pubblica amministrazione	€	-	-	-

¹ - Il valore economico generato rappresenta la ricchezza generata dall'azienda nello svolgimento delle proprie attività. Una parte significativa di questo valore viene a sua volta distribuito (valore economico distribuito), sotto forma di: costi operativi, salari e stipendi per i dipendenti, pagamenti ai fornitori di capitale e pagamenti alla Pubblica Amministrazione. In questo caso non viene rappresentato il valore trattenuto (differenza tra generato e distribuito) in quanto la Proprietà ha integrato la quota di valore distribuito con risorse del Gruppo.

Le attività di stakeholder engagement

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

Per quanto riguarda i **Dipendenti**, sono stati organizzati incontri regolari presso la sede Aziendale e i punti vendita. Questi incontri si sono tenuti settimanalmente o mensilmente, consentendo la condivisione dei risultati aziendali e di quelli dei punti vendita stessi. Inoltre, sono stati discussi gli **obiettivi di fatturato e di sviluppo**. Un aspetto significativo di questi incontri è stato 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 dei dipendenti.

Nel caso dei **Fornitori di Beni e Servizi**, è stata attuata una stretta collaborazione attraverso incontri sia presso la sede sociale dell'Azienda che presso i fornitori stessi. Questi incontri sono stati pianificati in occasione di nuove forniture, del rinnovo di contratti esistenti, dell'avvio di nuovi punti vendita o di campagne di vendita. Durante tali incontri, è stata condivisa informazione chiave riguardo ai prodotti da promuovere, l'organizzazione di esposizioni, l'avvio di campagne promozionali e la pianificazione degli allestimenti necessari per nuovi punti vendita o corner di vendita.

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 da Casatua Italia in ottica di sostenibilità

Casatua Italia ha consolidato 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.

Prodotti	Brand	Descrizione
Arredo	 	Selezione di mobili da bagno, bagni componibili con pensili, luci e altro
Camere	 	Camere da letto con letti, armadi, comò, specchiere: tutti in diverse finiture e misurazioni
Camerette	 	Possibilità di comporre camerette per bambini scegliendo colori, materiali e mobili
Complementi	 	Specchi, tappeti, pouff, guanciali, cuscini, materassi, quadri vintage
Cucine	 	Cucine con composizioni bloccate con possibilità di scelta di finiture e design, da quello più moderno a quello più classico
Cucine - elettrodomestici	 	Cucine componibili con la possibilità di scegliere i componenti, le finiture, i colori e abbinare gli elettrodomestici di vari marchi
Letto	 	Guanciali, cuscini anallergici e massaggianti, materassi in memory foam e materassi climatizzati
Salotti	 	Chaise longue, poltrone, divani che si trasformano in ampi e comodi letti
Soggiorni	 	Madie, pareti soggiorni, porta tv, pensili disponibili in tantissimi colori, finiture e combinazioni

I servizi offerti e la soddisfazione dei clienti

Molti sono i servizi che vengono garantiti ai clienti: il rapporto che si vuole instaurare con le persone che a Casatua Italia si affidano è basato sulla fiducia, al fine di poter capire necessità, idee e obiettivi e concretizzare il tutto in progetti grafici in 3D che rispecchino le aspettative del cliente. Il servizio di progettazione è personalizzato, come sono personalizzate tutte le prestazioni che Casatua Italia promuove. Nel punto vendita è possibile richiedere servizi aggiuntivi come la verifica e il rilievo 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.



L'anno **2020** ha portato tanti nuovi progetti, tra cui la realizzazione del **nuovo sito e-commerce**: i clienti possono infatti scegliere di acquistare i mobili di Casatua Italia direttamente da casa, con un semplice click. Cucine, soggiorni, camere, camerette, tavoli, sedie, complementi arredo e tanti altri prodotti potranno essere ordinati online e consegnati direttamente a domicilio, in pochissimi giorni e in piena comodità.

Sempre online, inoltre, il cliente può richiedere una **consulenza personalizzata** attraverso il sito dedicato, andando così a progettare la propria soluzione d'arredo direttamente presso la propria abitazione ed evitando, in questo modo, ulteriori e molteplici consumi dovuti agli spostamenti.

Casatua Italia, in prima linea per la riduzione degli impatti ambientali e sociali, anche attraverso nuovi strumenti tecnologici che permettono una gestione sostenibile in riferimento all'iter procedurale adottato dai punti vendita, attua inoltre metodi volti alla **digitalizzazione** del maggior numero di documentazione possibile. Attraverso funzioni telematiche vengono, infatti, archiviati materiali fondamentali quali contratti di vendita e rapportini di consegna.

Al fine di soddisfare ogni necessità, Casatua Italia adotta una **comunicazione fondata sulla trasparenza**, sulla **collaborazione** e la **cortesìa**: 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 obiettivi 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 efficace 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

L'attenzione a rendere i propri **spazi accessibili** è un elemento fondamentale per Casatua Italia. Tutti gli edifici facenti riferimento ai punti vendita vengono accuratamente selezionati sulla base di accessibilità e caratteristiche adeguate.

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.

Le esposizioni di tutti i punti vendita sono concepite, inoltre, tenendo conto delle dimensioni e degli spazi di manovra necessari per disporre agevolmente degli ambienti circostanti. L'assetto delle composizioni d'arredo è progettato nell'ottica di **evitare barriere architettoniche** e/o impedimenti d'ogni genere, proponendo un percorso espositivo con andamento continuo, direzionato e scevro di variazioni di livello. Tutti gli spazi espositivi, inoltre, sono stati concepiti nell'ottica migliorativa di poter essere rinnovati, revisionando nel tempo la fruibilità degli ambienti secondo necessità e normative.

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.

Ulteriori servizi, quali **trasporto e montaggio** dei bene acquistati, **ritiro e smaltimento** dell'usato vengono garantiti: personale specializzato si occupa della consegna presso il domicilio e consegna direttamente al piano gli elementi d'arredo ordinati presso i punti vendita fornendo così una prestazione continuativa e complementare. Il servizio di ritiro e smaltimento dell'usato permettono al cliente, infine, di evitare aggiuntive difficoltà gestionali ed organizzative degli arredi di cui intende disfarsi.

Innovazione di prodotto

Per Casatua Italia **l'innovazione** passa attraverso una proposta di prodotti all'avanguardia e una ge-

stione 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 obiettivo 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.

L'offerta di prodotti con materiali innovativi, di cui Casatua Italia si fa promotrice, sono proposti in una fascia di prezzo molto competitiva, andando così a rispondere alle esigenze della Società, riponendo attenzione al territorio ed al benessere.

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**.

La certificazione **FSC** è internazionale, indipendente e specifica del settore forestale. Mira alla salvaguardia della natura e dimostra l'impegno del fornitore qualificato verso valori ambientali, etici e sociali, adottando comportamenti responsabili e sostenibili.



In un'ottica di gestione ambientale, si qualifica anche la certificazione **ISO14001**, attenta a garantire un corretto e responsabile utilizzo delle risorse energetiche, naturali, nonché dei rifiuti e delle emissioni ambientali.

Con **OEKO-TEX** e la certificazione **ISO 45001**, inoltre, sono rispettivamente salvaguardate la salute dei consumatori e definiti standard per la protezione dei lavoratori in tutto il mondo.



Casatua Italia, attraverso il sistema di gestione ambientale e sociale certificato adottato dalle proprie aziende fornitrici, consente la riduzione degli sprechi, garantendo un approccio attento alle emergenze ambientali secondo la conformità legislativa. Tale sistema, inoltre, diventa strumento primario per migliorare i processi e permette all'Azienda, ai clienti ed al territorio di godere di importanti benefici.

Il marchio **Casatua Italia Relax**

Con l'obiettivo di espandere l'offerta di prodotti e raggiungere nuovi segmenti di clientela, nel corso del 2021 la Società ha lanciato il nuovo marchio "*Casatua Italia Relax*".

Questo nuovo brand è stato introdotto sul mercato attraverso l'apertura, a settembre, del primo punto vendita a Corsico (Mi), seguito da un secondo inaugurato in ottobre nel comune di Feltre (BL), all'interno del centro commerciale "Altanon". "Casatua Italia Relax" si specializza nella vendita di arredi "d'appoggio", ovvero mobili e accessori che non richiedono servizi di montaggio complessi e sono consegnati direttamente al cliente a domicilio. La gamma di prodotti comprende divani, letti e accessori/complementi come materassi, cuscini e biancheria per la camera da letto.

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 sostanze 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. Quest'ultima, inoltre, è supportata dal servizio di progettazione effettuato presso tutti i punti vendita. 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'obiettivo 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. Nel 2022, Casatua Italia, ha mantenuto rapporti di collaborazione lavorativa con **353 fornitori**, il **90%** dei quali con sede in Italia. 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. L'Azienda investe in comportamenti tesi alla diffusione ed al potenziamento di una cultura della tutela ambientale, promuovendo azioni eco responsabili. In questo senso i rapporti con i fornitori sono disciplinati da comunicazioni chiare sugli standard richiesti alla catena di fornitura, in termini di qualità di prodotto e servizio, di rispetto e tutela dei lavoratori e più in generale riguardo alle tematiche ESG. La capacità dei fornitori di rispettare i requisiti essenziali in ambito ESG è in continua valutazione da parte di Casatua Italia: in ogni fase del rapporto commerciale, sia in ambito di qualificazione che in itinere, l'Azienda si riserva la facoltà di **supervisionare l'adempimento dei propri collaboratori** ai requisiti ritenuti fondamentali e sottoscritti nel Codice Etico redatto.

Tramite l'adozione del Codice Etico, Casatua Italia ha inteso definire **valori etico-morali, regole e procedure** ritenute essenziali per ogni rapporto di proficua collaborazione. In questa prospettiva, l'Azienda ha chiesto a tutti i fornitori del Gruppo di sottoscrivere tale Codice, apprenderne i contenuti e rispettarne i precetti.

Numero di fornitori attivi dell'Azienda, sia in Italia che all'estero	Unità di misura	2020	2021	2022
Numero di fornitori attivi	n	363	353	353
Riportare la suddivisione percentuale delle spese di fornitura nelle aree geografiche di operatività dell'azienda	Unità di misura	2020	2021	2022
Trentino Alto Adige	%	7,5	10,3	14,7
Nord Italia (escluso Trentino)	%	58,1	61,0	62,0
Centro-Sud Italia	%	26,4	19,7	12,4
Estero	%	8,0	9,0	11,0

Il consumo responsabile nelle scelte dei clienti

I principi su cui si basa il consumo responsabile sono riscontrabili nel soddisfacimento delle esigenze contemporanee in equilibrio con il benessere ambientale e delle generazioni a venire. Nel rispetto di tale visione non sono sostenibili tutti quei comportamenti che contribuiscono all'aumento delle criticità relazionate alla salute delle persone e dell'ambiente. Casatua Italia, in veste di leader del settore arredo, promuove un **acquisto responsabile e sostenibile**, attraverso l'offerta di prodotti di qualità. Nello specifico, l'attenzione riservata alla scelta dei materiali, di cui gli elementi d'arredo si compongono, è un fattore fondamentale al quale fare riferimento quando si parla di consumo responsabile. Privilegiando la qualità, Casatua Italia garantisce la durevolezza nel tempo delle composizioni, evitando così la necessità di dover sostituire l'arredo dopo brevi periodi. La proposta d'arredo di Casatua Italia si contraddistingue per la valorizzazione di mobili **Made in Italy**: la qualità riscontrabile nella produzione italiana consente di rispondere all'esigenza di comprare meno e meglio. Il rispetto verso l'ambiente è maggiore, in quanto le emissioni collegate a produzione e trasporto sono contenute, rispetto ad un prodotto proveniente da un paese estero. Vivere la casa in modo più attento è, inoltre, il modo corretto per abbracciare un consumo responsabile. Gli arredatori presenti nei punti vendita Casatua Italia forniscono assistenza ai clienti anche dal punto di vista del mantenimento degli arredi, offrendo consigli in merito all'utilizzo di determinati prodotti per la pulizia degli elementi e supporto tecnico in relazione a macchie specifiche. La corretta cura e pulizia dell'arredo preserva il mobilio stesso, mantenendo nel tempo la qualità dei componenti. Il personale guida, così, i propri clienti verso scelte consapevoli e responsabili, andando anche ad inserire in soluzioni personalizzate elementi innovativi volti alla salvaguardia e durevolezza dei prodotti nel tempo. Anche attraverso il servizio di ritiro e smaltimento dei mobili usati l'Azienda dimostra la sua sensibilità e attenzione al tema.

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 personale dipendente di Casatua Italia, a fine 2022, è pari a **108** (9% in più rispetto a 2021): **103** sono i lavoratori impiegati con contratto a **tempo pieno** e **5** con contratto **part-time**. Inoltre, il **98%** dei collaboratori è assunto a **tempo indeterminato**.

Nel 2022 i lavoratori interinali a cui si è affidata Casatua Italia sono stati **30** (-12% rispetto al 2021).



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.

Dipendenti	Tipo di contratto di lavoro	Genere	Unità di misura	2020	2021	2022
Dipendenti per contratto di lavoro al 31 dicembre	Tempo indeterminato	Donne	Numero di teste	65	52	51
		Uomini	Numero di teste	42	47	55
		Totale	Numero di teste	107	99	106
	Tempo determinato	Donne	Numero di teste	1	0	0
		Uomini	Numero di teste	0	0	2
		Totale	Numero di teste	1	0	2
	Dipendenti a orario non garantito	Donne	Numero di teste	0	0	0
		Uomini	Numero di teste	0	0	0
		Totale	Numero di teste	0	0	0
	Totale			Numero di teste	108	99
Dipendenti	Tipo di contratto lavoro	Genere	Unità di misura	2020	2021	2022
Dipendenti per tipo di contratto al 31 dicembre	Full-time	Donne	Numero di teste	58	48	46
		Uomini	Numero di teste	42	47	57
		Totale	Numero di teste	100	95	103
	Part-time	Donne	Numero di teste	8	4	5
		Uomini	Numero di teste	0	0	0
		Totale	Numero di teste	8	4	5
Totale			Numero di teste	108	99	108

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 attestati, in linea con le esigenze interne, nel rispetto delle pari opportunità 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.

Nel 2022 la forza lavoro di Casatua Italia era formata da 16 dipendenti in età inferiore ai 30 anni, 54 tra i 30 e i 50 e 38 oltre i 50 anni.



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.

Dipendenti per fascia d'età		2020			2021			2022		
		< 30 anni	fra i 30 e i 50 anni	> 50 anni	< 30 anni	fra i 30 e i 50 anni	> 50 anni	< 30 anni	fra i 30 e i 50 anni	> 50 anni
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 Dicembre	Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impiegati	23	55	35	21	50	31	16	54	38
	Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		23	55	35	21	50	31	16	54	38

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

L'Azienda 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, nel corso del 2022 si sono verificati due infortuni sul lavoro che hanno coinvolto il personale dipendente², nessuno con gravi conseguenze e nessun decesso. Gli infortuni, per urto, fanno riferimento ad incidenti stradali avvenuti durante gli spostamenti da/per il luogo di lavoro. Sette sono le giornate perse a causa di infortuni sul lavoro e **12,50** è il tasso degli infortuni sul lavoro registrabili per il 2022.

² - Non sono disponibili, al 2022, informazioni relative agli infortuni di collaboratori non dipendenti.

DIPENDENTI	Unità di misura	2020	2021	2022
Ore lavorate	n.	151.506	151.808	160.142
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili, inclusi i decessi	n.	1	0	2
<i>di cui incidenti in itinere</i> <i>(solo se il trasporto è stato organizzato dall'Azienda e gli spostamenti sono avvenuti entro l'orario di lavoro)</i>	n.	0	0	2
<i>di cui infortuni sul lavoro con assenza da 1 a 3 giorni</i>	n.	0	0	0
<i>di cui infortuni sul lavoro con assenza superiore a 3 giorni</i>	n.	1	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (>6 mesi di assenza), escludendo i decessi	n.	0	0	0
Numero totale di decessi a seguito di infortunio sul lavoro	n.	0	0	0
Tasso degli infortuni sul lavoro registrabili	-	6,6	0	12,5
Tasso degli infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	0	0	0
Tasso di decessi	-	0	0	0
Giornate perse a causa di infortunio	n.	4	0	7

Sviluppo e supporto delle comunità

L'Azienda, 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.

I 14 punti vendita Casatua Italia sono dislocati e ramificati in tutto il nord Italia e, per ogni circoscrizione, vengono dedicate particolari attenzioni a tutte le attività territoriali di carattere sociale e culturale. 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. A questo riguardo, nel 2022 ha preso vita un'importante collaborazione con il **carcere di Trento**, al quale l'Azienda fornisce nuovi arredi per promuovere il benessere dei detenuti e degli operatori coinvolti.

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.

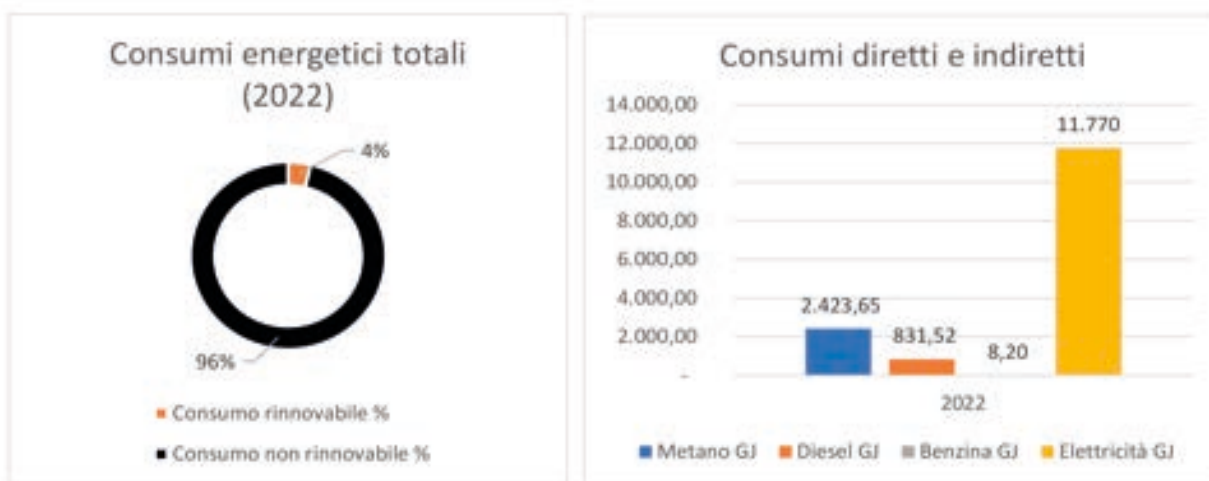
Riconoscere e valorizzare la forza del territorio rispecchia i principi ed i valori con cui Casatua Italia orienta la propria attività e le interazioni con l'ambiente che la circonda.

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 consumi energetici e le emissioni

Nel periodo di rendicontazione Casatua Italia ha consumato un totale di **15.033 GJ** di energia, di cui il **4%** da **fonte rinnovabile** e **96%** da **non rinnovabile**.



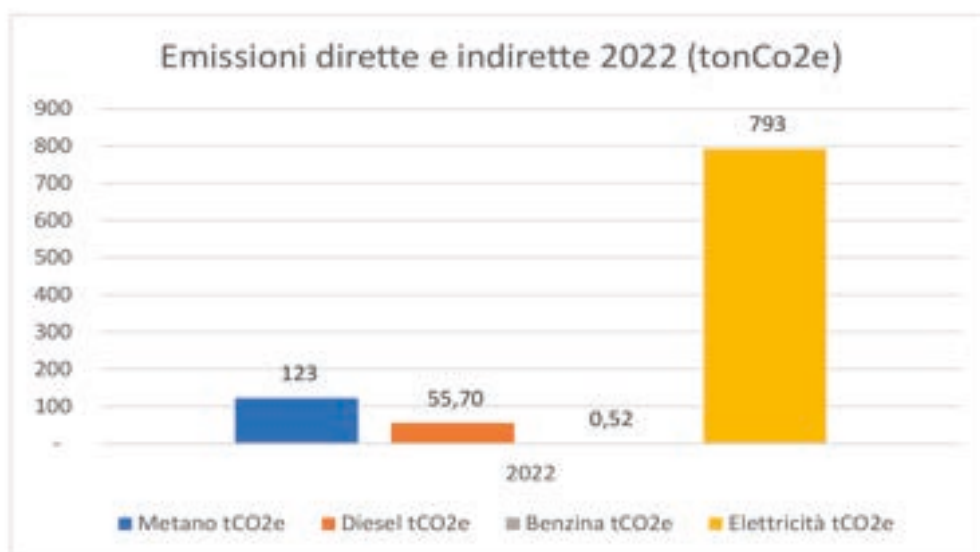
I **principali consumi diretti** per il riscaldamento sono dovuti all'impiego di **metano**, pari a **2.424 GJ**, mentre **839,72 GJ** (-37% rispetto al 2021) sono relativi ai **consumi di carburante** per la flotta Aziendale. Il carburante principale è il **diesel**. Per abbattere le emissioni di tale fonte fossile sono stati utilizzati **più di 300 litri di AdBlue**. I consumi di **energia elettrica** (solare autoprodotta e acquistata) nel 2022 sono risultati pari a **11.769 GJ** (7% in più rispetto al 2021). Il 5% dei consumi deriva da fonte rinnovabile e si tratta di energia interamente autoprodotta e auto-consumata dalla Società.

Consumi energetici	Unità di misura	2020	2021	2022
Consumi diretti totali	GJ	4.091	4.253	3.828
Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili				
Metano (riscaldamento)	GJ	2.973	2.860	2.424
Benzina (flotta auto)	GJ	2	3	8
Diesel (flotta auto)	GJ	873	1.008	832
Metano (flotta auto)	GJ	-	1	-
Fonte di energia rinnovabile				
Solare	GJ	243	382	564
Consumi indiretti (energia elettrica acquistata totali)	GJ	10.954	10.656	11.205
<i>Di cui con certificazione da fonte rinnovabile</i>	GJ	10.110	9.692	-
<i>Non rinnovabile</i>	GJ	844	964	11.205
TOTALE CONSUMI ENERGETICI	GJ	15.044	14.909	15.033

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.

I consumi energetici di Casatua Italia implicano **l'emissione in atmosfera di gas a effetto serra**, che nel 2022 sono state pari ad un ammontare complessivo di **1.141 tCO_{2e}**, includendo sia le dirette (Scope 1) derivanti dai consumi di combustibili, sia le indirette (Scope 2)³ dovute ai consumi di energia elettrica.



3 - Emissioni espresse secondo la metodologia Location Based che considera l'intensità media delle emissioni di GHG delle reti sulle quali si verifica il consumo di energia, utilizzando principalmente i dati relativi al fattore di emissione medio della rete. La metodologia Market Based, invece, si basa sulle emissioni di CO₂ emesse dai fornitori di energia da cui l'organizzazione acquista, tramite contratto, energia elettrica o sui fattori relativi al mercato di riferimento.

Emissioni dirette (Scope 1)	Unità di misura	2020	2021	2022
Emissioni dirette totali	tCO2e	195	212	179
Metano (riscaldamento)	tCO2e	137	145	123
Benzina (flotta auto)	tCO2e	0,01	0,20	0,52
Diesel (flotta auto)	tCO2e	58	66	56
Metano (flotta auto)	tCO2e		0,06	0

Emissioni indirette (Scope 2)	Unità di misura	2020		2021		2022	
		Location Based	Market Based	Location Based	Market Based	Location Based	Market Based
Emissioni indirette totali	tCO2 _e	790	107	793	122	961	1.423
<i>Di cui con certificazione da fonte rinnovabile</i>	tCO2 _e	730	-	721	-	-	-
<i>Non rinnovabile</i>	tCO2 _e	61	107	72	122	961	1.423

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 mantenuti 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 CO2 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.

A riprova di tale sensibilità, nel 2022, sono stati generati il **26%** c.a. di rifiuti in **meno** rispetto al 2021 e il **40%** circa rispetto al 2020.

Nel corso del 2022, Casatua Italia ha prodotto, infatti, **653 tonnellate di rifiuti**, tutti considerati non pericolosi. Il 75% dei rifiuti prodotti riguarda imballaggi misti, ingombranti e prodotti legnosi. Il restante 25% è principalmente riconducibile alla carta.

Rifiuti generati	Unità di misura	2020	2021	2022
Rifiuti generati totali	1000 kg	1.080	893	653
Rifiuti pericolosi		0	0	0
Rifiuti non pericolosi		1.080	893	653
Plastica		12	7	1
Carta		199	164	160
Imballaggi misti, ingombranti e legno		869	722	492

GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	La società Casatua Italia del Gruppo Paterno ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2022 – 31 dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.	
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Principi fondamentali - versione 2021	
GRI Sector Standard applicabili	Non disponibile	
Standard GRI/ altra fonte		
	Disclosures	Documento e paragrafo di riferimento
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	3.1 La governance e i principi che guidano la 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
	2-7 Dipendenti	3.4 La gestione delle persone
	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 la Società
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	3.1 La governance e i principi che guidano la Società
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	3.1 La governance e i principi che guidano la 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
Temî materiali		
GRI 3: Temî materiali 2021	3-1 Processo per determinare i temî materiali	1.6 L'analisi di materialità 2022
	3-2 Lista dei temî materiali	1.6 L'analisi di materialità 2022
Creazione di valore condiviso e continuità di business		
GRI 3: Temî materiali 2021	3-3 Gestione dei temî materiali	3.2 Il valore economico generato e distribuito
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	3.2 Il valore economico generato e distribuito
GRI 201: Performance economiche 2016	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.	3.2 Il valore economico generato e distribuito
Gestione responsabile della catena di fornitura		
GRI 3-3: Temî materiali 2021	3-3 Gestione dei temî materiali	3.4 La gestione delle persone
	GRI 204: Prassi di approvvigionamento 2016	204-1: Percentuale di spesa presso i fornitori locali
Etica, integrità aziendale e compliance		
GRI 3: Temî materiali 2021	3-3 Gestione dei temî materiali	3.1 La governance e i principi che guidano la Società
	GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3: Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese
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 la Società
Gestione delle risorse energetiche e emissioni		
GRI 3-3: Temî materiali 2021	3-3 Gestione dei temî materiali	3.5 La gestione dell'ambiente
	GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Standard GRI/ altra fonte	Disclosures	Documento e paragrafo di riferimento
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 sostenibile dei rifiuti		
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.5 La gestione dell'ambiente
GRI 306: Rifiuti 2016	306-3: Rifiuti prodotti	3.5 La gestione dell'ambiente
Salute, sicurezza e benessere 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 403-9: Infortuni sul lavoro	3.4 La gestione delle persone
Sviluppo e valorizzazione delle risorse umane		
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
Diversità, equità ed inclusione		
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	3.1 La governance e i principi che guidano la Società 3.4 La gestione delle persone
GRI 406: Non discriminazione 2016	GRI 406-1: Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	3.4 La gestione delle persone
Sviluppo e supporto delle comunità		
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 La gestione delle persone
Qualità e Sicurezza dei prodotti/ servizi		
GRI 3-3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	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
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	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
IT, Privacy & Cybersecurity		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.1 La governance e i principi che guidano la Società
GRI 418: Privacy del cliente 2016	418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	3.1 La governance e i principi che guidano la Società
Soddisfazione del cliente		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
Accessibilità dei negozi (e dei luoghi di lavoro)		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
Innovazione e Design di prodotto e di servizio		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
Consumo responsabile		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.3 I prodotti e servizi offerti da Casatua Italia in ottica di sostenibilità
Trasporto e logistica sostenibile		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.5 La gestione dell'ambiente