

Thun SpA Società Benefit  
Relazione di Impatto 2022

Giugno 2023

## **INDICE**

**Lettera di Simon Thun**

**Capitolo 1 – Chi siamo**

**Capitolo 2 - Usare il business come forza positiva**

**Capitolo 3 - Lo statuto di Thun**

**Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: Persone**

Storia di Impatto 2022

Smart Week: organizzazione e flessibilità.

Obiettivi 2022

Impegni 2023

**Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: Comunità**

Storia d'impatto 2022

I nostri volontari aziendali

Obiettivi 2022

Impegni 2023

**Capitolo 6 - La terza finalità specifica di beneficio comune: Ambiente**

Storia d'impatto 2022

Migliorare i nostri prodotti e promuovere la mobilità sostenibile

Obiettivi 2022

Impegni 2023

**Capitolo 7 – Responsabilità, sostenibilità, trasparenza**

**Capitolo 8 - Relazione di impatto**

Reviewed with Care by Nativa

## Lettera di Simon Thun

Il 2022 è stato un altro anno molto particolare, sotto diversi punti di vista, in cui nuove dinamiche globali hanno aperto scenari imprevisi, accelerando ulteriormente i cambiamenti già in corso e le sfide a cui non solo le aziende, ma la società tutta si trova a far fronte.

Come Gruppo, abbiamo affrontato questo contesto così imprevedibile ricorrendo al modus operandi che da sempre ci caratterizza: quello del “learning by doing”, dell’apprendere attraverso l’esperienza pratica, la partecipazione attiva volta alla risoluzione dei problemi e al superamento delle sfide.

Adattarsi alle mutevoli condizioni internazionali non è cosa facile, per nessun’azienda, ma nel nostro caso abbiamo potuto contare sulla solidità di una governance forte e decisa che ha fatto del modello benefit la propria bussola. L’adozione dello status di Società Benefit agli inizi del 2022, ci guida e ci permette di avanzare senza esitazioni verso chiari obiettivi di beneficio comune capaci di concretizzare i valori che ci guidano da sempre. Abbiamo quindi orientato la nostra spinta verso un miglioramento continuo rispetto a tre direttrici: le Persone, la Comunità e l’Ambiente.

In particolare, la vocazione verso la comunità caratterizza il nostro Gruppo da tempo, grazie all’operato di Fondazione Lene Thun, che promuove un servizio permanente di terapia ricreativa attraverso laboratori di modellazione dell’argilla rivolti ai bambini e ai ragazzi ricoverati nei reparti ospedalieri.

La trasformazione in Società Benefit ha rafforzato questo ruolo di sostegno alla Fondazione e il legame con le comunità in cui operiamo, insegnandoci come in questo contesto in continuo mutamento sia essenziale coltivare un rapporto costante con i nostri stakeholder, di ascolto e azione comune. Nel corso di quest’anno abbiamo infatti rafforzato le collaborazioni con gli ospedali, raggiungendo nel corso dell’anno 5.000 sorrisi grazie all’attivazione di un numero sempre maggiore del personale di tutto il Gruppo e il coinvolgimento capillare degli imprenditori e dei volontari sul territorio.

Siamo consapevoli che questo è solo l’inizio del nostro percorso e sappiamo che le sfide cresceranno in futuro, ma ci impegniamo a promuovere un’atmosfera positiva e stimolante che possa guidare la

crescita del nostro Gruppo e delle sue Persone verso un futuro sostenibile e inclusivo.

*Simon Thun*

*VicePresidente LENET Group e Responsabile di Impatto*

## Capitolo 1 – Chi siamo

### *La storia di THUN e la costituzione del Gruppo LENET*

La storia di THUN ha inizio nel 1950 con la nascita del primo Angelo di Bolzano, la dolce figura ceramica che la contessa Lene Thun modellò guardando i figli che dormivano. Dalla prima creazione di Lene Thun è nato un brand originale, dalla forte riconoscibilità e potenza evocativa: oggi l'Angelo è infatti uno dei simboli dell'Alto Adige e della città di Bolzano, ed è presente in moltissime case italiane.

Grazie anche al passaggio generazionale ai vertici aziendali, nel tempo il Gruppo Thun è evoluto da realtà familiare con una dimensione puramente artigianale a una più spiccatamente industriale con una forte presenza retail, aprendo all'industrializzazione su larga scala e costruendo tutta la rete distributiva, uscendo dalla regione per allargarsi prima all'Italia – partendo dal Centro e dal Sud – e poi all'Europa. Il nuovo millennio ha sancito un ulteriore cambio di passo con la creazione di una rete di store monomarca e il lancio dell'e-commerce per cominciare a integrare canali diversi e migliorare l'esperienza d'acquisto del consumatore.

Negli ultimi anni questa sinergia tra touchpoint è diventata sempre più strategica, accanto allo sviluppo coordinato e interconnesso tra logistica e digitale grazie al lavoro di Connecthub Logistics e Connecthub Digital, le aziende del gruppo che forniscono servizi 4.0 di distribuzione, system integration e Business Intelligence permettendo l'integrazione fra canali fisici e digitali, così come tra magazzini centrali, punti vendita, e-commerce e marketplace.

L'acquisizione dei nuovi brand La Porcellana Bianca, Rose&Tulipani e Rituali Domestici nel settore gift&home decor, la creazione di nuove opportunità di sviluppo come Luxpets – l'innovativo marketplace high-end dedicato ad accessori, abbigliamento, food e servizi per animali da compagnia – e una nuova visione imprenditoriale del Vice Presidente Simon Thun hanno portato a riunire i marchi, l'e-commerce, il digitale e la logistica sotto un'unica piattaforma strategica: LENET Group.

LENET è una piattaforma di imprese nata come evoluzione di Thun SpA per permettere la gestione flessibile del nuovo modello di business omnicanale. Grazie al suo modello a rete, questa nuova realtà integra retail, e-commerce, marketplace, logistica e piattaforme digitali in una sinergia innovativa tra B2B e B2C.

A partire dal 2021, il Gruppo LENET ha deciso di intraprendere un percorso di progressiva evoluzione del proprio modello di business rispetto alle tematiche di sostenibilità, coinvolgendo tutte le figure in azienda in un cambiamento culturale che integri in ogni aspetto del business considerazioni sociali o ambientali in maniera intenzionale e organica.

Per questo, nei primi mesi del 2022, la capogruppo Thun SpA ha acquisito lo status giuridico di Società Benefit e definito un piano di miglioramento pluriennale delle performance di sostenibilità che coinvolge pervasivamente tutte le funzioni aziendali.

*“Le finalità di beneficio comune sono elaborate da ogni Società Benefit in maniera soggettiva, rispondendo a quella che è la propria personale vocazione. La scelta di quelle del Gruppo LENET è avvenuta attraverso un’attenta esplorazione, volta a rispondere alla domanda: “Perché il nostro Gruppo esiste?”. Le tre finalità emerse sono frutto di questo lavoro di profonda riflessione sul senso ultimo del nostro agire come Gruppo. In quest’ottica, l’evoluzione in Società Benefit è stato per noi uno strumento utile ad ufficializzare questa vocazione, proteggerla nel lungo periodo e partire per un viaggio di evoluzione verso nuovi modelli sostenibili e rigenerativi con fondamenta solide e in una direzione condivisa con gli stakeholder.” - Paola Adamo, Corporate Sustainability Director Gruppo LENET*

## **NOTA METODOLOGICA**

La presente Relazione di Impatto nasce dall’impegno di Thun SpA Società Benefit di rendicontare annualmente gli impatti rispetto alle finalità di beneficio comune inserite a Statuto come richiesto dalla legge n.208 del 28/12/2015.

Data la forte interconnessione e interdipendenza delle diverse realtà che fanno parte del Gruppo di cui Thun SpA SB è capogruppo, nella redazione del presente documento sono state incluse nel perimetro di pianificazione le attività e gli impatti non solo di Thun SpA SB, ma anche delle altre società del Gruppo, prestando attenzione che il perimetro di riferimento delle specifiche attività sia chiaramente specificato.

Con l'obiettivo di restituire un quadro più completo, accurato e affidabile del perseguimento del beneficio comune del Gruppo, i prossimi capitoli raccontano quindi le storie e gli obiettivi di Thun SpA, Unitable, Connecthub, Connecthub Digital, PTM Digital SHPK, Tangshan Thun Business e Luxpets.

Seguendo lo stesso approccio metodologico, la valutazione dell'impatto complessivo di Thun calcolato attraverso lo strumento del B Impact Assessment riferito all'anno 2022 e riportato al capitolo 7 del presente documento è stato calcolato perimetrando l'intero Gruppo e consolidando in un unico assessment la performance di sostenibilità delle società di cui sopra.

Questa seconda relazione d'impatto include sia la rendicontazione rispetto alle azioni e agli obiettivi definiti nell'esercizio precedente, il 2022, per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato, sia la definizione degli obiettivi per l'anno seguente, il 2023.

## Capitolo 2 - Usare il business come forza positiva

Nel gennaio 2022, Thun SpA ha acquisito lo status giuridico di Società Benefit. L'evoluzione del nostro statuto rende ancora più concreto e intenzionale il nostro impegno ad operare in maniera responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti degli utenti, delle persone che lavorano con noi, della comunità e dell'ambiente. Questo importante passo, fortemente voluto dal Management e dal Consiglio di Amministrazione, rafforza il nostro percorso di responsabilità e di miglioramento continuo.

Le società tradizionali, per antica statuizione giuridica, hanno come scopo ultimo dell'attività di business esclusivamente la distribuzione degli utili agli azionisti, come previsto dalle uniche normative in vigore fino al 2016. Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione del modello di business tradizionale, un paradigma più avanzato in cui oltre al perseguimento del profitto, come dichiarato nello stesso oggetto sociale a statuto, il fine dell'azienda è quello di creare un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente.

Il modello delle Società Benefit si basa su due pilastri:

1. Nel proprio operare quotidiano, le Società Benefit rivolgono l'attenzione a tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, per la creazione di valore condiviso e di lungo periodo, e cristallizzano questo impegno nell'oggetto sociale dello statuto aziendale.
2. In maniera continuativa e sistematica, le Società Benefit si impegnano a misurare l'effetto positivo che generano sulla società e sull'ambiente con lo stesso livello di accuratezza e rigore con cui vengono misurati i risultati di natura finanziaria ed economica.

Le Società Benefit scelgono volontariamente di perseguire in modo responsabile e trasparente uno o più obiettivi di beneficio comune nell'ambito delle loro attività aziendali. Per beneficio comune si intende la realizzazione di uno o più effetti positivi sulle persone, le comunità, i territori, l'ambiente, i beni, le attività culturali e sociali, gli enti e le associazioni e gli altri portatori di interesse.

La gestione delle Società Benefit richiede agli amministratori di trovare un equilibrio tra gli interessi degli azionisti e quelli della collettività. Le Società Benefit sono infine tenute a nominare una persona responsabile dell'impatto dell'azienda, che si occupa di gestire le attività volte al perseguimento delle finalità.

Le finalità vengono perseguite tramite degli obiettivi che la società annualmente si impegna a porsi e a rendicontare all'interno della Relazione di Impatto.



La Relazione di Impatto deve essere allegata al bilancio d'esercizio annuale e contribuisce ad aumentare la trasparenza aziendale, integrando alle informazioni di natura finanziaria una serie di importanti indicazioni di carattere non finanziario inerenti alle finalità di Beneficio Comune incluse nello statuto.

Per la misurazione quantitativa dell'impatto Thun ha scelto il B Impact Assessment come protocollo di misurazione (<http://bimpactassessment.net/>), la cui misura d'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0-200. Per dettagli sulla valutazione di Thun consultare il capitolo 7.

## Capitolo 3 - Lo statuto di Thun

Abbiamo inserito nel nostro statuto tre finalità specifiche di beneficio comune, che intendiamo perseguire nell'esercizio dell'attività economica di impresa. Nelle pagine seguenti illustriamo come intendiamo farlo.

### ***Estratto dell' Art. 3 Statuto Thun SpA SB***

In qualità di società benefit, la società intende perseguire più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse.

La società ha per oggetto le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

1. Esprimere un ruolo di leadership sperimentando innovazione continua sui temi dell'inclusione e del benessere della persona, attraverso la diffusione di una cultura interna incentrata sulla crescita e sul rispetto, dove ciascuno possa trovare le migliori condizioni per esprimere il proprio massimo potenziale e contribuire al successo e all'impatto positivo dell'azienda. L'impegno della società si estende anche nel proprio ecosistema promuovendo i valori della trasparenza e della collaborazione con i propri partner. **(PERSONE)**
2. Lasciare un segno visibile e concreto nelle comunità in cui opera promuovendo il metodo della terapia ricreativa nelle sue diverse modalità di applicazione come mezzo per donare benessere ai più fragili e sostenerli nel loro percorso di crescita e nel miglioramento della risposta terapeutica. In particolare, attraverso il supporto continuativo e permanente alla Fondazione Lene Thun, la società sostiene la ceramica terapia che utilizza la modellazione dell'argilla come mezzo per l'espressione creativa del sé e per la riscoperta della dimensione ludica e gioiosa di bambini e ragazzi in contesti di patologia o disagio. **(COMUNITÀ)**
3. Adottare standard ambientali sempre più evolutivi per un uso responsabile delle risorse e il miglioramento continuo degli impatti aziendali. In particolare, la società promuove un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica. **(AMBIENTE)**

## Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: Persone

*Thun si impegna a esprimere un ruolo di leadership sperimentando innovazione continua sui temi dell'inclusione e del benessere della persona, attraverso la diffusione di una cultura interna incentrata sulla crescita e sul rispetto, dove ciascuno possa trovare le migliori condizioni per esprimere il proprio massimo potenziale e contribuire al successo e all'impatto positivo dell'azienda. L'impegno della società si estende anche nel proprio ecosistema promuovendo i valori della trasparenza e della collaborazione con i propri partner.*

Il valore e la leva di crescita più importante per noi sono le persone. Ci impegniamo da sempre affinché l'esperienza di lavoro in Thun sia profondamente formativa e sia basata su principi di arricchimento reciproco. Costruiamo apertamente sugli errori e non sulla cultura della colpa. Siamo consapevoli che non esista la possibilità di adottare un unico approccio che vada bene per tutti, quindi valorizziamo le diversità e investiamo per trovare soluzioni che permettano la massima espressione di sé e la piena integrazione delle dimensioni personali e professionali di ciascuno.

### **Storia di Impatto 2022**

#### **Smart Week: organizzazione e flessibilità.**

LENET ha da sempre posto in grande rilievo la promozione dell'innovazione nei temi relativi alla gestione e valorizzazione delle proprie persone. Nel corso degli anni, come Gruppo, ci siamo posti l'obiettivo di creare un ambiente incentrato sulla crescita professionale e personale, che consenta di massimizzare il valore generato e contribuire alla redditività aziendale, fornendo al contempo un'esperienza stimolante e ricca di opportunità per lo sviluppo del potenziale individuale e personale di ciascuno.

In armonia con questi principi, a partire dal 2022 abbiamo iniziato un progetto di sperimentazione della Smart Week, un'organizzazione settimanale agile condivisa da tutto il gruppo, che permetta di rendere progressivamente il venerdì un giorno in cui le persone non sono tenute a essere reperibili e in cui vige il divieto di programmare riunioni ed eventi aziendali. In questo modo le agende si liberano per lasciare spazio a lavoro individuale, approfondimenti e benessere personale e aprire la strada a ulteriori esperimenti di flessibilità.

Per agevolare l'implementazione e l'accettazione della Smart Week da parte di tutte le famiglie professionali del Gruppo si è proposta l'adozione di una gestione della settimana lavorativa condivisa. Partendo dalla comprensione delle diverse sfide operative che questo grande cambiamento di mentalità comporta, la Smart Week adotta tre pilastri fondamentali: il martedì, momento di coordinamento e messa a punto, il mercoledì - dedicato alla propria famiglia professionale - e il venerdì, giorno di completa flessibilità.

Di martedì ogni dipartimento discute l'avanzamento del business e l'andamento delle performance rispetto agli obiettivi settimanali e insieme vengono individuate eventuali azioni correttive da mettere in campo durante il resto della settimana. Il mercoledì è invece tempo congruo per lavorare all'interno del

proprio team - per ragionare e pianificare insieme sul medio e sul lungo periodo. Questa scansione temporale e organizzativa, una sorta di grande orologio comune che regola la vita aziendale sintonizzandola sullo stesso ritmo, ha permesso di limitare il sopravvento di priorità che possano intaccare il venerdì come giornata di decompressione. L'ultimo giorno della settimana canonicamente considerata lavorativa, ogni collaboratore può autoregolarsi scegliendo come gestire il proprio tempo, senza vincoli orari o di luoghi, nello spirito secondo il quale la varietà di tempi ed esigenze presenti in azienda rappresenta una risorsa anziché un limite. Grazie allo smart friday si lascia libertà di autogestire e personalizzare il proprio orario nei restanti giorni della settimana, compatibilmente con le mansioni svolte in azienda, con l'intenzione di valorizzare i risultati invece che la presenza o la formalità della timbratura - che abbiamo abolito anni fa a tutti i livelli.

Allo stesso modo, se dovesse sorgere la necessità di un appuntamento importante da vivere insieme in presenza proprio di venerdì, ai team leader è lasciata la sensibilità di comprenderne i motivi precisi e autorizzare la riunione sulla base del buonsenso - con il risultato che qualsiasi scarto dalla regola è ormai diffusamente considerato un'eccezione. Spesso queste occasioni sono volutamente organizzate come incontri conviviali, momenti in cui il ritrovarsi in sede coincide con il rigenerare le relazioni, davanti a un aperitivo o a una tavola apparecchiata.

Dopo alcuni mesi dall'inizio del percorso, abbiamo voluto ascoltare e analizzare le considerazioni e gli spunti dei collaboratori attraverso un questionario somministrato a tutto il personale, per capire di che grado di soddisfazione godesse l'iniziativa e individuare aree di miglioramento ulteriore.

Sebbene il nuovo approccio flessibile abbia ricevuto valutazioni molto positive, è emersa, per alcune persone e per i reparti più legati per via delle mansioni stesse, la necessità di un maggiore accompagnamento nell'adattarsi a questo nuovo modello di coordinamento flessibile. Come Gruppo, abbiamo quindi introdotto ogni venerdì l'invito - esteso a tutte le sedi e a ogni collaboratore - a una serie di iniziative di natura culturale e ricreativa lontano dal luogo di lavoro. Interi team hanno così potuto partecipare a visite al museo locale, giri in bicicletta e altre attività ludiche e di team building, come l'*escape room*, messe a disposizione gratuitamente con l'intento di favorire e aiutare ad abbracciare estensivamente la logica secondo la quale il venerdì si possa legittimamente decidere di non lavorare.

I sintomi più evidenti che questo cambiamento culturale stia attecchendo sono il tasso di assenteismo molto basso e il fatto che l'agenda dei dirigenti si sia effettivamente modulata in funzione della Smart Week.

## Obiettivi 2022

Attività 2022	Target	Stato	Note
Sperimentazione del programma Smart Friday a partire da maggio 2022 fino aprile 2023 per tutti i dipendenti delle sedi aziendali in Italia e del programma Smart Week per le funzioni aziendali storicamente più legate all'azienda	Avvio dei programmi pilota con successo	100%	Sperimentazione completata. La fase di valutazione a giugno 2023 tramite survey a tutte le persone di LENET permetterà di cogliere maggiori feedback ma si può già affermare che è stato percepito un cambiamento, un'opportunità di flessibilità (seppur vissuto in maniera diversa a seconda dei diversi reparti)
Contrattualizzazione dello smart working con accordi individuali a tutte le persone che possano svolgere parte delle proprie mansioni in remoto.	Completamento dell'attività	100%	Implementato
Implementazione del piano MBO ed MBC che includa un obiettivo legato alla certificazione B corp per il personale di sede e al raggiungimento degli obiettivi di raccolta fondi per tutto il personale commerciale	Attivazione per il gruppo di personale identificato (circa il 30% della popolazione aziendale)	100%	Implementato
Nomina del Diversity Equity & Inclusion Manager che si occupi di definire e monitorare il programma di DE&I e assicuri l'attivo coinvolgimento dei dipendenti nel generare idee ed iniziative da sviluppare in corso d'anno	Completamento dell'attività	50%	Nominato il DE&I Manager ma rimandato al 2023 il programma di monitoraggio
Elaborare l'analisi della situazione di baseline per quanto riguarda dati sulla popolazione aziendale (gender, generation, nationality, etc) per far emergere possibili aree di intervento e spunti per la creazione di ERGs	Completamento dell'attività	0%	Rimandato per via di altre priorità in corso d'anno
Roll-out di un piano di formazione su temi di DE&I e sostenibilità per tutto il personale	Almeno 2 ore di formazione a persona	0%	Rimandato per via di altre priorità in corso d'anno

Disegno ed implementazione dell'indagine di clima My LENET 2022 per monitorare il modo in cui le persone percepiscono e interpretano l'ambiente lavorativo e identificare aree di miglioramento su cui definire un piano di azioni	Riattivazione continua dell'attività 80% livello di partecipazione	0%	Rimandata al 2023 per poter implementare un perimetro di indagine più ampio, declinando le diverse tematiche su più anni: 2023: flessibilità, leadership e servizi 2024: 1 continuativa da definire + soddisfazione retributiva e di crescita 2025: 2 continuative da definire + 1 nuova
Implementazione di un progetto pilota per la mappatura del potenziale a supporto della definizione di un piano di sviluppo di carriera per le persone identificate come TO EVOLVE dai rispettivi responsabili in fase di performance review 2022	Attivazione del progetto pilota per 7 dipendenti	100%	Implementato

### Impegni 2023

Attività 2023	Target 2023
Proseguimento della Smart Week con alcune evoluzioni ed erogazione della survey per recepire i feedback ottenuti dalle persone del Gruppo nel mese di giugno 2023	Conferma dell'iniziativa
Mantenimento del piano MBO ed MBC che includa un obiettivo legato alle finalità di beneficio comune, per il personale di sede, e al raggiungimento degli obiettivi di raccolta fondi per tutto il personale commerciale	Completamento dell'attività
Elaborazione dell'analisi della situazione di baseline per quanto riguarda dati sulla popolazione aziendale (gender, generation, nationality, etc) per far emergere possibili aree di intervento e spunti per la creazione di ERGs	Completamento dell'attività
Definire e monitorare il programma di DE&I per assicurare l'attivo coinvolgimento dei dipendenti nel generare idee ed iniziative da sviluppare in corso d'anno	Completamento dell'attività

Roll-out di un piano di formazione su temi di DE&I e sostenibilità per tutto il personale grazie ad un piano di Ambassadorship	Completamento dell'attività
Disegno ed implementazione dell'indagine con i dipendenti su misure di flessibilità, stile di leadership e qualità dei servizi	Completamento dell'attività
Proseguimento del progetto per la mappatura del potenziale a supporto della definizione di un piano di sviluppo di carriera per le persone identificate come TO EVOLVE dai rispettivi responsabili in fase di performance review 2023	Conferma del programma sui partecipanti 2021 e kick off attività con i nuovi 5 To Evolve 2022
Elaborazione e condivisione del Manuale dei Lavoratori a disposizione di tutte le persone di LENET	Completamento dell'attività

## Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: Comunità

*Thun si impegna a lasciare un segno visibile e concreto nelle comunità in cui opera promuovendo il metodo della terapia ricreativa nelle sue diverse modalità di applicazione come mezzo per donare benessere ai più fragili e sostenerli nel loro percorso di crescita e nel miglioramento della risposta terapeutica. In particolare, attraverso il supporto continuativo e permanente alla Fondazione Lene Thun, Thun sostiene la ceramico terapia che utilizza la modellazione dell'argilla come mezzo per l'espressione creativa del sé e per la riscoperta della dimensione ludica e gioiosa di bambini e ragazzi in contesti di patologia o disagio.*

Il nostro legame con la comunità e il territorio in cui operiamo si esprime principalmente attraverso le attività della nostra Fondazione. Come Gruppo, sentiamo la responsabilità di un impegno diretto e costante nel creare le condizioni per cui Fondazione Lene Thun possa garantire l'offerta di un servizio continuativo e permanente di terapia ricreativa attraverso la modellazione ceramica a bambini e ragazzi con patologie gravi o croniche per aiutarli a trovare un canale espressivo e di sfogo per il loro sostegno emotivo e il miglioramento della risposta terapeutica.

### **Storia d'impatto 2022**

#### **I nostri volontari aziendali**

Come Gruppo, abbiamo un forte legame con la comunità e il territorio in cui operiamo, legame che si manifesta attraverso le attività svolte grazie alla Fondazione. Ogni anno assumiamo e rinnoviamo infatti il nostro impegno a lavorare direttamente e costantemente per creare le condizioni che permettano a Fondazione Lene Thun di garantire un servizio continuo e permanente di terapia ricreativa attraverso la modellazione ceramica a bambini e ragazzi con patologie gravi o croniche in cura negli ospedali nostri partner, supportando il percorso di cura di 5.000 pazienti in media ogni anno.

Il Gruppo LENET, attraverso le sue aziende, mette infatti a disposizione le risorse necessarie per garantire la sostenibilità economica e la continuità delle attività progettuali della Fondazione, incluse la condivisione delle competenze gestionali e organizzative, la catena di distribuzione dei brand per la raccolta fondi e l'infrastruttura informatica. Quest'integrazione tra le attività aziendali del Gruppo e la Fondazione ci permette di lavorare insieme verso un obiettivo comune: portare gioia e benessere attraverso la ceramico-terapia, garantendo la diffusione dei suoi benefici a livello nazionale e non solo.

Quest'anno è iniziato nel segno della ripartenza dei laboratori dal vivo dopo la parentesi digitale dettata dall'emergenza sanitaria degli ultimi anni, che pure ci ha permesso di raggiungere importanti risultati ed



è ora parte integrante della nostra attività. Inoltre, siamo stati in grado di espandere la nostra presenza anche all'estero, presso l'Ospedale Charité Universitätsmedizin di Berlino, nel reparto di pediatria oncologica. Durante tutto l'anno, i ceramisti della Fondazione sono stati gli unici visitatori esterni autorizzati ad entrare in ospedale, grazie al riconoscimento dell'impegno nel fornire un servizio essenziale e di grande valore per i pazienti.

Oltre alle attività continuative negli ospedali, Fondazione porta avanti degli speciali laboratori estivi, dedicati a particolari gruppi di persone all'interno della comunità che si ritrovano a vivere condizioni di particolare fragilità. Quest'anno gli sforzi sono stati tesi a migliorare la situazione emergenziale vissuta dai bambini ucraini e dalle loro famiglie rifugiate in Italia, contribuendo a lenire le sofferenze psicologiche legate ad eventi traumatici di enorme impatto emotivo. Grazie alla collaborazione con alcune tra le più importanti Onlus operanti in Italia, il progetto è stato attivo dal lunedì al sabato per tutto il mese di luglio e ha permesso di aiutare oltre 350 persone sfollate, tra cui molti bimbi, a Roma e a Milano. In questo contesto, le persone e i collaboratori del Gruppo sono state invitate a partecipare come volontari aziendali, con la possibilità di contribuire ai laboratori a prescindere dalla propria funzione e dalle proprie responsabilità professionali, in qualità di "assistente ceramista". Sono stati coinvolti tutti i brand del Gruppo: THUN, La Porcellana Bianca, Rose e Tulipani, Rituali Domestici, Connect Hub e Luxpets, raccogliendo oltre 70 candidature sia della sede centrale che di diversi negozi del territorio, creando anche un'occasione di scambio e sinergia tra persone appartenenti a famiglie professionali diverse.

Attraverso un approccio ormai consolidato, l'attività svolta durante l'orario di lavoro è stata supportata al 100% dal Gruppo e interamente a carico delle aziende (giornate di lavoro regolarmente retribuite, vitto, trasporti e alloggio). Ad oggi sono circa 200 i dipendenti coinvolti nel programma di impegno e volontariato aziendale e oltre 4000 le ore dedicate a diverse iniziative, dall'aiuto ai laboratori permanenti, ai progetti speciali sul territorio italiano, fino alle campagne di fundraising. Siamo orgogliosi di promuovere iniziative che favoriscano il coinvolgimento interno e facilitino l'azione e l'impegno di ciascuna persona nel supportare la missione della Fondazione e diffondere i benefici della ceramico-terapia alla comunità.

## Obiettivi 2022

Attività 2022	Target	Stato	Note
Raggiungere almeno 5.000 bambini e persone fragili attraverso il servizio permanente di terapia ricreativa offerto agli Ospedali italiani e nelle realtà in cui operiamo	Min 5.000 sorrisi, i soggetti coinvolti nei laboratori sia in presenza che digitali	100%	L'obiettivo è stato superato, raggiungendo 5.835 sorrisi tra laboratori in presenza e digitali
Sostenere economicamente la Fondazione Lene Thun attraverso le attività continuative e istituzionali di raccolta fondi	€ 2 mio di raccolta fondi (+36% vs 2021)	75%	L'obiettivo è stato parzialmente raggiunto, con un sostegno pari a € 1.943k (+29% vs 2021)
Mettere a disposizione della Fondazione Lene Thun tutta la rete distributiva monomarca (sia negozi diretti che franchising) dei brand di Gruppo per attività di raccolta fondi per tutti i giorni dell'anno	100% negozi diretti 90% dei monomarca THUN 20% dei plurimarca THUN	100%	L'obiettivo è stato superato, coinvolgendo il 100% dei negozi diretti 96% dei monomarca THUN 42% dei plurimarca THUN
Garantire a tutti i dipendenti del Gruppo LENET la possibilità di effettuare, in orario lavorativo, attività di volontariato in qualità di «assistente ceramista» presso i laboratori (fisici/digitali) di Fondazione Lene Thun (sia permanenti che laboratori speciali)	Accesso a tutti i dipendenti 800 h/anno effettivamente erogate	100%	L'obiettivo è stato superato, raggiungendo le 936 h/anno effettivamente erogate
Sostenere la Fondazione Lene Thun in attività organizzativo-gestionali d'impresa attraverso il tempo dedicato dai dipendenti di LENET Group nel rispettivo ruolo professionale di questi ultimi	Circa 40.000 h/anno 2h/persona a settimana per 500 persone	100%	Implementato
Coinvolgere in maniera diretta i partner (franchising e wholesale) per lo svolgimento di attività di volontariato in qualità di «assistente ceramista» presso i laboratori (fisici/digitali) di Fondazione Lene Thun (sia permanenti che laboratori speciali)	50 imprenditori	50%	L'obiettivo è stato parzialmente raggiunto con il coinvolgimento di 19 imprenditori

Avviare il programma di raccolta fondi anche nella rete distributiva wholesale dei brand La Porcellana Bianca, Rose&Tulipani e Rituali Domestici con l'organizzazione di almeno una campagna raccolta fondi per Fondazione Lene Thun	Attivazione 20 pdv Almeno 1 evento a pdv	100%	L'obiettivo è stato raggiunto con il coinvolgimento di almeno 30 pdv
Attivazione della collaborazione con Sorriso Academy per la gestione del bistrò aziendale senza pagamento di affitto per l'intero anno 2022, garantendo supporto e mentoring per la gestione del business plan dell'attività	Completamento dell'attività	100%	Implementato
Messa a disposizione di spazi aziendali per la costituzione di un proprio headquarter alla Sorriso Academy senza pagamento di affitto per tutto l'anno 2022 e della palestra aziendale ed eventuali corsi che saranno attivati per i dipendenti del Gruppo nel corso dell'anno e di eventuali ulteriori spazi aziendali necessari per le attività della associazione	Completamento dell'attività	100%	Implementato
Garantire una attività di comunicazione e sponsorizzazione presso tutti i dipendenti del Gruppo di eventi organizzati dalla Sorriso Academy per incentivare la partecipazione	Completamento dell'attività	100%	Implementato
Laboratori speciali sostenuti dal volontariato aziendale per i bambini profughi dall'Ucraina e le loro mamme a Milano e Roma	2 laboratori continuativi a luglio	100%	Implementato, attraverso 30 laboratori di ceramico-terapia dedicati a 481 bimbi ucraini rifugiati in Italia e alle loro famiglie

### Impegni 2023

Attività 2023	Target 2023
Raggiungere almeno 8.000 bambini e persone fragili attraverso il servizio permanente di terapia ricreativa offerto agli Ospedali italiani e nelle realtà in cui operiamo	Min 8.000 sorrisi (+41%) sorrisi, i soggetti coinvolti nei laboratori sia in presenza che digitali
Sostenere economicamente la Fondazione Lene Thun attraverso le attività continuative e istituzionali di raccolta fondi	1.9K € di raccolta fondi, in linea con il 2022
Mettere a disposizione della Fondazione Lene Thun tutta la rete distributiva monomarca (sia negozi diretti che franchising) dei brand di Gruppo per attività di raccolta fondi per tutti i giorni dell'anno	100% negozi diretti 90% dei monomarca THUN 50% dei plurimarca THUN
Garantire a tutti i dipendenti del Gruppo LENET la possibilità di effettuare, in orario lavorativo, attività di volontariato in qualità di «assistente ceramista» presso i laboratori (fisici/digitali) di Fondazione Lene Thun (sia permanenti che laboratori speciali)	Accesso a tutti i dipendenti 800 h/anno effettivamente erogate (8h x 100 persone)
Sostenere la Fondazione Lene Thun in attività organizzativo-gestionali d'impresa attraverso il tempo dedicato dai dipendenti di LENET Group nel rispettivo ruolo professionale di questi ultimi	Circa 40.000 h/anno 2h/persona a settimana per 500 persone Implementazione di un sistema di monitoraggio puntuale delle ore dedicate al sostegno della FLT
Coinvolgere in maniera diretta i partner (franchising e wholesale) per lo svolgimento di attività di volontariato in qualità di «assistente ceramista» presso i laboratori (fisici/digitali) di Fondazione Lene Thun (sia permanenti che laboratori speciali)	20 imprenditori
Avviare il programma di raccolta fondi anche nella rete distributiva wholesale dei brand La Porcellana Bianca, Rose&Tulipani e Rituals Domestici con l'organizzazione di almeno una campagna raccolta fondi per Fondazione Lene Thun	Coinvolgimento 30 punti di vendita Partecipazione ad almeno 1 campagna solidale
Attivazione del Progetto Orto e di programmi di attività motorie rivolti a Sorriso Academy	Completamento dell'attività

<p>Proseguimento della messa a disposizione di spazi aziendali per l'headquarter della Sorriso Academy senza pagamento di affitto per tutto l'anno 2023 e della palestra aziendale ed eventuali corsi che saranno attivati per i dipendenti del Gruppo nel corso dell'anno e di eventuali ulteriori spazi aziendali necessari per le attività della associazione</p>	<p>Completamento dell'attività</p>
<p>Garantire una attività di comunicazione e sponsorizzazione presso tutti i dipendenti del Gruppo di eventi organizzati dalla Sorriso Academy per incentivare la partecipazione</p>	<p>Completamento dell'attività</p>
<p>Laboratori speciali sostenuti dal volontariato aziendale nei mesi estivi</p>	<p>2 laboratori continuativi a luglio</p>
<p>Ceramico-Terapia: pubblicazione prima Ricerca Scientifica sugli effetti dei laboratori di ceramico-terapia negli ospedali</p>	<p>Pubblicazione risultati scientifici ed estensione osservazione in 6 centri oncologici</p>

## Capitolo 6 - La terza finalità specifica di beneficio comune: Ambiente

*LENET si impegna ad adottare standard ambientali sempre più evolutivi per un uso responsabile delle risorse e il miglioramento continuo degli impatti aziendali. In particolare, la società promuove un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.*

Come rappresentanti del mondo del business, crediamo che il nostro ruolo sia fondamentale per contribuire al raggiungimento degli obiettivi di neutralità climatica che l'Unione Europea ha stabilito per il 2050. Siamo consapevoli che sarà fondamentale intervenire su tutte le aree di impatto delle nostre operazioni, dal disegno del prodotto, alla gestione delle attività di business e della catena di fornitura, alla governance, per abbracciare un nuovo modello che possa contribuire alla soluzione della più grande sfida che l'umanità è chiamata ad affrontare.

Anche attraverso la nostra adesione a [CO2alizione](#), abbiamo intenzione di collaborare con altre aziende che condividono la stessa urgenza per mettere a fattor comune criticità e soluzioni, consapevoli che solo insieme possiamo contribuire al raggiungere degli obiettivi che ci siamo dati.

### Storia d'impatto 2022

#### Migliorare i nostri prodotti e promuovere la mobilità sostenibile

Esistiamo per donare gioia e accompagnare i nostri clienti nei loro momenti di felicità e non avrebbe senso farlo senza prenderci cura anche dell'ambiente in cui operiamo. Per approfondire gli impatti associati al nostro operato, abbiamo avviato un processo di valutazione del livello di sostenibilità dei nostri prodotti per direzionare al meglio le azioni di miglioramento.

Ogni prodotto è come un iceberg: ciò che si vede narra solo una parte di una storia più grande, che parte dall'estrazione delle materie prime fino allo smaltimento o al riciclo. Per questo, è necessario misurare il livello di sostenibilità considerando l'intero ciclo di vita dei prodotti rispetto ai Principi di Sostenibilità fondamentali secondo i quali, in una società sostenibile:

1. La natura non è soggetta ad un'estrazione sistematicamente crescente di sostanze dalla crosta terrestre.
2. La natura non è soggetta all'esposizione sistematicamente crescente di sostanze prodotte dalla società.
3. La natura non è soggetta a un degrado fisico sistematico.
4. Le persone non affrontano impedimenti nel soddisfare i loro bisogni umani basilari.

Abbiamo quindi valutato gli impatti di due prodotti iconici e più rappresentativi dell'intero portafoglio, Teddy Buon Anno 2022 e la Tazzina Special Edition 2021, attraverso l'SLCA (Sustainability Life Cycle Assessment), uno strumento di analisi che considera tutte le scelte da un punto di vista sistemico, sostenibile e innovativo sull'intero ciclo di vita, per indirizzare la scelta dei materiali, il processo produttivo e la costruzione del prodotto nel rispetto dei Principi di Sostenibilità.

Quest'analisi è servita a poter direzionare al meglio e a informare i nostri piani strategici e il lavoro che i designer realizzeranno a partire dal 2023, per il miglioramento delle aree di prodotto emerse come prioritarie: dalla scelta delle materie prime alla produzione fino al fine vita. In particolare, inizieremo con il rinforzare le pratiche di tracciabilità delle materie prime, applicando un nuovo modello di relazione con la nostra catena di fornitura: un framework di co-evoluzione che prevede uno scambio continuo tra azienda e fornitori fondato sulla trasparenza e la collaborazione. Abbiamo già rapporti solidi con i nostri fornitori, basati sulla fiducia e su un impegno reciproco a lungo termine: seguiamo il loro personale affiancandolo per 7 mesi prima che possa operare in autonomia. Questo per essere certi che raggiunga le alte competenze artigianali di manipolazione dell'argilla richieste dai nostri standard. Per servire al meglio l'evoluzione della nostra realtà familiare in gruppo industriale, vogliamo ora strutturare questo rapporto in modo collaborativo, al fine di rinforzare la sostenibilità dei nostri processi produttivi. Periodicamente, condivideremo i risultati di questa mappatura di performance con i fornitori stessi per identificare insieme le aree di forze e quelle di miglioramento reciproco. Perché il nostro Gruppo possa evolvere è necessario infatti che lo facciano tutti i fornitori da cui dipende la nostra performance. In questo modo, i nostri fornitori partner potranno divenire a loro volta un motore di sviluppo sostenibile per tutte le realtà con le quali operano. Abbiamo iniziato rivedendo il nostro Codice di Condotta e il processo di valutazione dei nostri partner, includendo parametri di sostenibilità al pari di quelli di qualità, costo e servizio. Siamo convinti che questo nuovo modo di lavorare potrà innescare processi virtuosi di concorrenza positiva tra i fornitori, che accelereranno a loro volta il raggiungimento di risultati tangibili su larga scala.

Nel corso di quest'anno, abbiamo inoltre intrapreso un importante investimento volto a dotare il nostro parco mezzi di auto ibride ed elettriche e di colonnine di ricarica, al fine di contribuire al miglioramento della qualità dell'aria e della salute delle comunità in cui operiamo, nonché di limitare il nostro impatto ambientale legato alla mobilità convenzionale basata sull'utilizzo prevalente di veicoli a combustione interna.

Abbiamo acquistato complessivamente 10 mezzi, equipaggiati con la tecnologia ibrida ed elettrica, e iniziato l'installazione di 10 punti di ricarica, di cui 7 nella sede di Bolzano e 3 in quella di Mantova, con l'obiettivo di favorire l'utilizzo di soluzioni di mobilità sostenibile da parte dei nostri dipendenti e della comunità locale.

Il nostro investimento in soluzioni di mobilità sostenibile contribuisce all'Obiettivo 7 degli SDGs, Energia Pulita e Accessibile, e ci permette di contribuire alla transizione verso un futuro più sostenibile, promuovendo l'uso di energie pulite e riducendo la dipendenza dai combustibili fossili. L'adozione di veicoli a basse emissioni all'interno del nostro parco auto e l'allestimento delle postazioni di ricarica

offerte gratuitamente per i nostri dipendenti è un primo passo importante che inquadreremo a partire dal prossimo anno in un piano strutturato per il raggiungimento degli obiettivi di neutralità climatica che abbiamo sottoscritto.

## Obiettivi 2022

Attività 2022	Target	Stato	Note
Autoproduzione di energia elettrica con l'impianto fotovoltaico di Bolzano e Mantova	Livello produttivo in linea con gli anni precedenti	100%	Implementato
Garanzie di origine per il fabbisogno energetico della sede di Bolzano e del polo logistico di Mantova	100% rinnovabile per sedi di Bolzano e Mantova	100%	Implementato
ISO 14001 si Connecthub Logistics e applicazione delle buone prassi su Bolzano per al gestione dei rifiuti	Certificazione ISO14001 di CH Logistics	100%	Implementato
Attivazione di un sistema di monitoraggio integrato dei consumi (energia, acqua, luce e gas) su tutte le sedi e punti di vendita	Avvio attività	75%	Il sistema di monitoraggio è stato attivato per energia, gas e rifiuti sia sulle sedi che sui negozi. Per quanto riguarda l'acqua, è stato attivato sulle sedi ed è stata valutata la non materialità sui negozi, per via del minimo impatto idrico dei punti di vendita.
Auto ibride ed elettriche nel parco mezzi. Installazione di colonnine per la ricarica elettrica	Attivazione nuova policy di mobilità. Installazione di 8 colonnine	50%	L'installazione delle 8 colonnine è stata completata in parte nei primi mesi del 2023. Si sono inoltre riscontrati ritardi nell'approvvigionamento delle auto elettriche e ibride.



Definizione di una politica di acquisto sostenibile su tutte le categorie da implementare nelle revisioni dei contratti	Attivazione della politica	50%	Attivazione della politica di acquisti sui fornitori indiretti. Rimandata l'estensione ai fornitori diretti per via di altre priorità in corso d'anno
Acquisto di materiali cartacei per il punto vendita (shopper e POP) con certificazione FSC e con percentuali di riciclato.	100% con certificazione FSC Tutti i materiali per i diversi brand includono percentuali di carta riciclata	100%	Implementato
Laboratorio di ottimizzazione dei materiali e del design di packaging e POP e definizione delle linee guida di miglioramento	Completamento dell'attività	0%	Rimandato per via di altre priorità in corso d'anno
Analisi di baseline su prodotto e definizione di linee guida di miglioramento	Completamento dell'attività	100%	Analisi di baseline condotta su due prodotti iconici, uno di ceramica e uno di porcellana. Sono state definite le azioni di miglioramento da implementare su una vasta percentuale del portafoglio prodotti
Analisi di baseline sugli edifici e definizione di linee guida di miglioramento	Completamento dell'attività	25%	È stato identificato il campione ma il completamento dell'attività è stato rimandato per via di altre priorità in corso d'anno

### Impegni 2023

Attività 2023	Target 2023
Autoproduzione di energia elettrica con l'impianto fotovoltaico di Bolzano e Mantova	Livello produttivo in linea con gli anni precedenti
Mantenimento delle garanzie di origine per il fabbisogno energetico della sede di Bolzano e del polo logistico di Mantova	100% rinnovabile

Mantenimento della certificazione ISO 14001 su Connecthub Logistics	Mantenimento della certificazione
Mantenimento di un sistema di monitoraggio integrato dei consumi (energia, luce e gas) su tutte le sedi e i punti di vendita. Monitoraggio dei consumi di acqua per le sedi	Conferma dell'iniziativa
Allargamento dell'offerta di auto ibride ed elettriche nel parco mezzi	Acquisto di altre 5 automobili Installazione di altre 4 colonnine
Acquisto di materiali cartacei per il punto vendita (shopper e POP) con certificazione FSC e con percentuali di riciclato	100% con certificazione FSC, passaggio all'80% di carta riciclata su shopper e confezionamenti, nonché utilizzo di rPET sul 100% dei nastri
Laboratorio di ottimizzazione dei materiali e del design di packaging e POP e definizione delle linee guida di miglioramento	Proseguo dell'attività
Ricezione delle innovazioni che scaturiranno dai laboratori di innovazione dei materiali e del design di packaging e POP per implementarle nella politica di acquisto sostenibile sui fornitori sia diretti che indiretti	Completamento dell'attività
Codice di Condotta: stesura e condivisione con il parco fornitori	Completamento dell'attività
Definizione di un piano di co-evoluzione dei fornitori del Gruppo LENET (analisi di baseline della pratiche di sostenibilità dei fornitori, questionario di qualifica)	Completamento dell'attività
Definizione di una strategia climatica basata sui più riconosciuti framework internazionali road-to-zero tramite l'identificazione delle voci di emissioni più rilevanti (hotspot)	Completamento dell'attività
Definizione di un piano di comunicazione su fine vita prodotti e buone pratiche di smaltimento/recupero prodotti per educare e sensibilizzare rispetto al fine vita dei prodotti.	Completamento dell'attività



## Capitolo 7 – Responsabilità, sostenibilità, trasparenza

Dal 2021 misuriamo i nostri impatti aziendali sotto il profilo sociale e ambientale utilizzando lo standard internazionale di terza parte *B Impact Assessment (BIA)*, sviluppato dalla non profit americana B Lab. A partire dall'analisi con questo strumento, abbiamo impostato un piano di evoluzione pluriennale della nostra performance di sostenibilità in tutte le aree significative allineato con il nostro piano strategico di gruppo.

Nel corso dello scorso anno, abbiamo aperto un dialogo con B Lab per il riconoscimento della certificazione B Corp nel quale è emerso che il nostro specifico modello di business a supporto continuativo delle attività di Fondazione Lene Thun nei laboratori di ceramico-terapia negli ospedali pediatrici in Italia e all'estero, non è riconosciuto secondo i parametri considerati dall'attuale standard di misurazione. Essendo l'impatto generato verso la comunità attraverso la Fondazione un 'elemento centrale dell'espressione della nostra vocazione aziendale, abbiamo deciso di sospendere il nostro percorso di certificazione B Corp, auspicando che il processo di miglioramento continuativo dello standard BIA possa evolvere per valorizzare anche questa specificità.

Continueremo ad utilizzare lo strumento per indirizzare le nostre azioni di miglioramento e rendicontare l'impatto aziendale complessivo nelle nostre relazioni di impatto annuali per ottemperare agli obblighi di trasparenza previsti dalla legge in materia di Società Benefit.

La valutazione dell'impatto complessivo di Thun riferito all'anno 2022 è stata di 78,6 punti, escludendo per il momento l'impatto positivo sulla comunità che esprimiamo attraverso il sostegno continuativo e radicato nelle attività di gruppo alla Fondazione Lene Thun.

Nella tabella di seguito il dettaglio della nostra performance per area:

<b>AREA DI IMPATTO</b>	<b>Punteggio Thun</b>	<b>Punteggio medio*</b>
<b>GOVERNANCE</b>	<b>16,7</b>	<b>6,3</b>
Missione e Impegno	2,7	1,1
Etica e trasparenza	3,9	3,4
Protezione della missione	10	-
<b>PERSONE</b>	<b>25,1</b>	<b>18,1</b>
Sicurezza finanziaria	3,6	6,7
Salute & benessere	8,5	7,1
Sviluppo professionale	3,7	2,8
Coinvolgimento e soddisfazione	4,2	4,6
<b>COMUNITÀ</b>	<b>18,6</b>	<b>10,8</b>
Diversità, equità e inclusione	2,9	3,2
Impatto economico	1,7	4
Impegno civico e donazioni	5,3	1,8
Fornitori e distributori	8,5	3,1
<b>AMBIENTE</b>	<b>14</b>	<b>10,8</b>
Management Ambientale	2,6	3,3
Aria & Clima	5,3	3,7
Acqua	1,9	1,3

Terra & Vita	4,1	5,1
<b>CLIENTI</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Gestione del cliente	4	2,9
<b>PUNTEGGIO TOTALE</b>	<b>78,6</b>	<b>76,6</b>

*\*Benchmark di tutte le aziende di dimensione comparabile che hanno completato il B Impact Assessment*

## Capitolo 8 - Relazione di impatto

### Reviewed with Care by Nativa

Questa relazione di impatto è il risultato di un processo di review che Thun ha chiesto di effettuare a Nativa Srl SB per migliorare il livello di attendibilità e precisione di quanto riportato, in conformità con gli impegni di trasparenza, responsabilità e corretta governance che caratterizzano le Società Benefit.

La verifica da parte di Nativa riguarda a) il risultato annuale di impatto B Corp misurato con il B Impact Assessment, che soddisfa pienamente i requisiti di cui alla L. 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384 sulle società benefit e b) l'impegno effettivo nel perseguire il raggiungimento delle finalità specifiche di beneficio comune come Società Benefit così come esplicitate all'oggetto sociale dello statuto dell'azienda.

La verifica si basa su tre fondamentali attività, che tengono come riferimento i principi contabili fissati dal codice civile: continuità, prudenza, competenza, separazione, costanza, prevalenza della sostanza sulla forma. In particolare:

- identificazione della corretta assegnazione di responsabilità nelle diverse aree aziendali per assicurare che siano stati coinvolti i ruoli chiave nei diversi ambiti di valutazione e sia assicurato il know how necessario per il corretto completamento del BIA.

Nel caso specifico, l'azienda ha assicurato il coinvolgimento e formazione delle persone nelle diverse aree di impatto che potessero offrire il supporto più adeguato per la valutazione dei dati rilevanti.

- Attendibilità del processo di raccolta del dato per assicurare che il dato e l'informazione prodotta siano basati su un processo strutturato in qualità.

Nel caso specifico, l'azienda ha progettato un processo di raccolta e verifica dei dati aziendali, strutturato in modo da coinvolgere tutte le funzioni aziendali coinvolte. È stato altresì implementato un meccanismo di quality check che garantisca l'attendibilità del dato stesso.

- Corretta compilazione del BIA: assicurare che le informazioni siano inserite nello strumento di analisi in maniera completa, chiara, accurata e corretta.

Nel caso specifico sono state verificate e validate le risposte del BIA con i referenti del Team responsabili della compilazione.

## GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE

**B CORP** - Benefit Corporation, sono le aziende certificate dall'ente B Lab in tutto il mondo che superano la soglia degli 80 punti nel BIA, lo strumento di misurazione dell'impatto, impegnandosi volontariamente a rispettare i più alti standard di performance, trasparenza e responsabilità e operando in modo da ottimizzare il loro impatto positivo verso i loro dipendenti, le comunità in cui operano e l'ambiente.

**BIA** – *Benefit Impact Assessment*, è lo strumento più completo di misura dell'impatto generato dalle aziende sviluppato da B Lab, reso disponibile gratuitamente anche in italiano e già stato adottato da oltre 120.000 aziende nel mondo. Il BIA permette di misurare con un numero su una scala da 0 a 200 l'impatto che l'azienda genera sui propri dipendenti, le comunità in cui opera e l'ambiente.

**SB** - *Società Benefit*, è una qualificazione giuridica che le società possono decidere di adottare, introdotta in Italia nel 2016 e presente nel mondo in 39 stati americani (come Benefit Corporation) e in Colombia, Francia, Ecuador, British Columbia, Perù, Uruguay, Ruanda, Spagna e Panama che identifica le aziende che nell'esercizio dell'attività d'impresa, perseguono volontariamente oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune. Per diventare Società Benefit le aziende devono quindi modificare il proprio statuto per impegnarsi formalmente a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera.

**B LAB** – è l'ente non profit che ha creato e promuove il movimento delle B Corp nel mondo con la visione di creare un nuovo modello economico che usi il business come una forza positiva e crei una prosperità condivisa e duratura. Oltre a rilasciare la certificazione B Corp, promuove nel mondo l'adozione a livello governativo dell'istituto giuridico che regola le Benefit Corporation e affianca centinaia di migliaia di aziende per misurare in modo rigoroso e migliorare il proprio impatto positivo su società e ambiente.