



LENET  
GROUP

2023

RELAZIONE D'IMPATTO

## INDICE

<b>Lettera di Simon Thun</b>	<b>3</b>
<b>Capitolo 1 – Chi siamo</b>	<b>6</b>
<b>Capitolo 2 - Usare il business come forza positiva</b>	<b>8</b>
<b>Capitolo 3 - Lo statuto di Thun</b>	<b>10</b>
<b>Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: Persone</b>	<b>11</b>
Storia di Impatto 2023	
Diversity&Inclusion per abilitare la crescita dell'individuo e della squadra	11
Obiettivi 2023	13
Impegni 2024	14
<b>Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: Comunità</b>	<b>15</b>
Storia d'impatto 2023	
Il sostegno continuo alle attività della Fondazione Lene Thun	15
Obiettivi 2023	16
Impegni 2024	18
<b>Capitolo 6 - La terza finalità specifica di beneficio comune: Ambiente</b>	<b>19</b>
Storia d'impatto 2023	
L'ottimizzazione del packaging: da limitazione a opportunità	19
Obiettivi 2023	21
Impegni 2024	22
<b>Capitolo 7 – Responsabilità, sostenibilità, trasparenza</b>	<b>23</b>
Reviewed with Care by NATIVA	24

## Lettera di Simon Thun

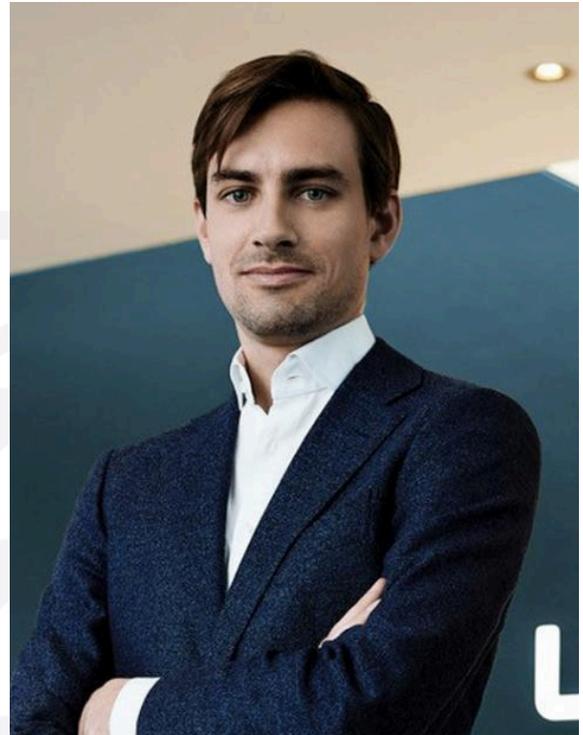
Il 2023, in continuità con il precedente, si è confermato un anno complesso segnato da difficoltà economiche globali che si sono ripercosse non solo sulle aziende ma anche sui consumatori.

All'interno di questa cornice, come Gruppo Lenet abbiamo affrontato le sfide del mercato grazie alla diversificazione delle aree di business, sostenendo l'internazionalizzazione dei nostri brand, continuando a credere nell'importanza di operare in maniera responsabile verso le persone e l'ambiente in cui operiamo.

Siamo diventati Società Benefit agli inizi del 2022 credendo che l'integrazione fra persone, comunità e ambiente permetta di ottenere dei risultati sia economici che di benessere comune. Crediamo che un futuro sostenibile si basi su scelte consapevoli.

Continua quindi la nostra vocazione verso la comunità tramite l'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.

Il percorso sta proseguendo e vogliamo che evolva, proprio per questo si stanno portando avanti dei progetti di ricerca scientifica a dimostrazione dell'efficacia terapeutica della lavorazione della ceramica.



Nei prossimi anni vogliamo continuare ad essere una di quelle imprese che generano valore, impegnandoci nel fare business in modo innovativo e virtuoso mettendo al centro Persone, Comunità e Ambiente.

Simon Thun  
VicePresidente LENET Group

## NOTA METODOLOGICA

**L**a 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, Connecthub, Connecthub Digital, 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 2023 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 2023, 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 2024.

## Capitolo 1 – Chi siamo

### Il gruppo LENET

LENET Group è un gruppo industriale che integra brand, servizi e imprese nei settori Gift, Home Decoration, Tableware e Pet luxury, con un modello di business che spazia dal retail alla piattaforma logistica e all'ecosistema di servizi digitali.

Una visione d'impresa con un filo conduttore forte: trasformare gli spazi in cui viviamo in 'CASA': Casa come luogo dell'anima, da arredare con cura. Casa come luogo del talento, la nostra azienda. Casa come ambiente, per una crescita sostenibile.

Il gruppo nasce dalla evoluzione di Thun SpA per permettere la gestione flessibile del nuovo modello di business facendo leva su 73 anni di storia e la visione delle tre generazioni di fondatori che hanno interpretato l'evoluzione aziendale fino a portarla alle dimensioni attuali con 118 milioni di fatturato nel 2022, oltre 750 collaboratori e 4 sedi nel mondo.



### La storia - Innovatori dal 1950

*1950* - I conti Otmar e Lene danno vita alle Officine Ceramiche THUN a Castel Klebestein a Bolzano.

*1978* - A 23 anni Peter Thun assume la guida dell'azienda rinnovando il sogno della madre: creare doni che regalano emozione.

*1992* - THUN diventa una S.p.A con 150 dipendenti e inaugura una nuova sede in via Galvani.

*1998* - Al via il THUN Club, all'insegna della gioia del collezionismo: oggi conta più di 2 milioni di appassionati.

*2004* - Inizia l'avventura del franchising con l'apertura del primo THUN Shop. Oggi sono più di 200 i punti vendita a insegna THUN.

2006 - Nasce la Fondazione Lene Thun, ONLUS che promuove laboratori di ceramico-terapia nelle oncologie pediatriche.

2008 - Viene inaugurato il centro logistico di Mantova, cuore della distribuzione dell'azienda.

2011 - L'azienda crea le nuove proposte Donna e Bimbo e completa l'universo delle collezioni THUN interamente dedicate al regalo.

2013 - Con Simon Thun la terza generazione della famiglia entra in azienda.

2015 - Viene istituita la funzione dedicata alla gestione delle principali aree di Corporate Social Responsibility.

2017 THUN si trasforma da produttore a retailer. Dalla fusione tra know-how logistico e digitale ha origine Connecthub, abilitatore omnicanale per le imprese.

2019 - Simon Thun diventa Vice Presidente di THUN SpA.

2020 - Entrano a far parte del portfolio aziendale i brand La Porcellana Bianca, Rose&Tulipani e Rituali Domestici.

2021 - Nasce LENET Group, piattaforma strategica di imprese. Viene inaugurato LUXPETS, primo marketplace high-end per il settore pet.

2022 - L'azienda capogruppo THUN SpA diventa ufficialmente Società Benefit.



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

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, nel gennaio 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.



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 dalla proprietà e dal management, 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 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. **(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 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 2023**

#### **Diversity&Inclusion per abilitare la crescita dell'individuo e della squadra**

Il progetto *ToBeYourself* in Lenet è nato a novembre 2023 con l'obiettivo di promuovere la diffusione di una cultura aziendale centrata sul rispetto e sulla valorizzazione della diversità come abilitatori dello sviluppo del potenziale di ciascuno e della crescita individuale.

Il primo passo è stato quello di istituire il Team D&I Lenet responsabile di portare avanti i progetti dedicati: i membri del team sono stati selezionati attraverso una survey, fondamentale anche per approfondire come i collaboratori del nostro Gruppo percepiscono l'importanza della Diversity & Inclusion a livello generale, aziendale e individuale.

Il team dedicato è trasversale rispetto età, genere, funzione e sede aziendale e ha identificato come primo obiettivo quello di definire il piano di azione D&I per il 2024.

In particolare, sono stati avviati due progetti paralleli. Il primo porterà avanti la progettualità per l'istituzione della figura dell'Angelo Custode, il punto di riferimento del neoassunto per i suoi primi mesi in azienda, per rendere il suo ingresso il più fluido e sereno possibile garantendo la sua inclusione all'interno del Gruppo Lenet nel migliore dei modi. Il team si occuperà di delineare le finalità e le responsabilità del ruolo per supportare il *Custodito* nel percepire l'appartenenza al gruppo in tempi più brevi grazie al sostegno dell'*Angelo*, e di definire il processo per la gestione del feedback, assicurandosi che sia continuativo nel tempo. Il secondo progetto prevede la scrittura del *Manifesto Lenet della Diversity & Inclusion*, un documento che delinea i valori fondanti e la visione del Gruppo rispetto a questi temi e che servirà da bussola per orientare le attività future.

Altro obiettivo portato avanti dal team è stato il riconoscimento delle figure aziendali che durante l'anno si sono distinte per aver trovato soluzioni innovative e di sostegno concreto per i colleghi con tenacia e continua motivazione, dando sempre un esempio positivo. Nel corso della riunione plenaria, tenutasi il 14 dicembre 2023, sono stati quindi nominati 22 collaboratori e collaboratrici Lenet che nel corso dell'anno hanno lavorato per trovare soluzioni pronte e risolutive, nei piccoli e grandi problemi quotidiani, dando un supporto a prescindere dall'etichetta del reparto, direzione o azienda, facendosi promotori e promotrici di un nuovo modo di lavorare insieme per il successo di un'unica grande squadra di cui tutti facciamo parte.

## Obiettivi 2023

Attività 2023	Target	Stato	Note
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	100%	Nel marzo 2023 è stata erogata una survey per raccogliere feedback sull'esperienza maturata in merito alla Smart Week; il format è stato quindi rivisto per dare priorità ai team che chiedevano di vivere di più lo spazio in condivisione, con la conferma di alcune logiche di flessibilità (ad esempio, smart working individuale). L'iniziativa è stata sospesa alla luce del nuovo assetto organizzativo.

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	0%	Il piano MBO ed MBC è stato sospeso da maggio 2023 quando è emerso che i risultati economici dell'anno non sarebbero stati in linea con gli obiettivi aziendali. Per i prossimi anni si è deciso di cambiare logica e di impostare dei processi di revisione continuativi degli obiettivi sia individuali che trasversali con un monitoraggio mensile rispetto al raggiungimento di questi per allargare la partecipazione a tutte le persone del Gruppo.
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	100%	Effettuata un'analisi attraverso l'erogazione di una survey per le sedi (Bolzano, Mantova, Milano) funzionale alla definizione delle attività del gruppo D&I
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	100%	È stato nominato il D&I manager per la gestione del team, sono stati coinvolti 19 ambassador selezionati per interesse personale nelle 3 sedi di Bolzano, Mantova e Milano ed è stato definito il programma dell'anno con riunioni di follow up.
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	0%	L'attività è stata posticipata al 2024 dal momento che il gruppo degli ambassador è stato strutturato in ritardo rispetto ad altre priorità di organizzazione. Per il 2024 sono confermate le attività del team, con corsi su inclusione femminile ("Cybermamma").
Disegno ed implementazione dell'indagine con i dipendenti su misure di flessibilità, stile di leadership e qualità dei servizi	Completamento dell'attività	100%	È stata erogata una survey su "servizi e bistrot" e una su "flessibilità e leadership".
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	100%	Nel 2023 il programma è proseguito registrando due crescite interne TO EVOLVE. Il programma è ora concluso.
Elaborazione e condivisione del Manuale dei Lavoratori a disposizione di tutte le persone di LENET	Completamento dell'attività	90%	Il Manuale dei Lavoratori è stato completato; la pubblicazione interna è prevista per maggio 2024.

## Impegni 2024

Attività 2024	Target 2024
Attivazione di un progetto di ingaggio del team Prodotto attraverso 6 incontri per migliorare le dinamiche di gruppo e la collaborazione	Riscontro di gradimento da parte dei partecipanti sugli incontri effettuati di almeno di 4 su scala da 1 a 5
Attivazione del progetto Community, eventi di inclusione per le persone di Lenet a 360°	Attivazione del team e messa a terra di 8 eventi (Olimpiadi Lenet, Cinema, Lotta contro violenza di genere, Cyber Mum e altri da

	strutturare)
Implementazione delle Olimpiadi LENET, evento in cui tutte le persone delle sedi vengono nella sede di Bolzano per confrontarsi in sfide divertenti per creare spirito di squadra e condivisione	Attivazione del progetto e coinvolgimento di almeno 150 partecipanti
Attivazione del progetto LIVE MY LIFE, i dipendenti per un giorno si scambiano lavoro per comprendere a fondo i punti di vista dell'altro, creare empatia e profonda condivisione	Attivazione del progetto e coinvolgimento di almeno 20 candidati
Prosecuzione delle attività del D&I team attraverso: erogazione di un seminario con polizia di stato sulla violenza di genere, erogazione del corso "Essere una cyber mamma - dedicato alle mamme nell'era digitale", elaborazione del Manifesto D&I del Gruppo Lenet	Completamento dell'attività
Attivazione di un progetto di sviluppo manageriale rivolto a 8-10 crescite interne come proseguimento dell'iniziativa TO EVOLVE	Attivazione del programma e coinvolgimento di 8-10 persone
Erogazione programma di sviluppo di un approccio di leadership gentile nei manager dedicata alle prime e seconde linee	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 2023**

#### **Il sostegno continuo alle attività della Fondazione Lene Thun**

Nel corso del 2023 il Gruppo ha continuato a sostenere le attività della Fondazione Lene Thun attraverso il supporto continuativo e professionale alle attività di gestione e di raccolta fondi e il

volontariato diffuso. Grazie a questo sostegno, la Fondazione ha potuto portare avanti alcuni importanti progetti di ricerca scientifica per la validazione dei benefici terapeutici legati alla ceramico-terapia.

Il primo passaggio è stato il completamento del processo di validazione del questionario *ArtsObs*, uno strumento che permette la raccolta scientifica di dati e l'osservazione dei benefici della terapia.

Il 2023 ha visto inoltre la pubblicazione dei primi risultati di un progetto di ricerca condotto con AIEOP/Policlinico A. Gemelli riguardo i benefici del modello di presa in carico globale, ossia l'analisi dell'effetto dei laboratori sullo stato fisico e psichico del piccolo paziente e della sua famiglia. I risultati pubblicati hanno confermato impatti positivi sia sulle variabili medico-cliniche (presenza di dolore, fatigue, malessere, nausea) che psicologiche (umore, ansia, rabbia, livello di energia).

Infine, l'esperienza dei laboratori di ceramico-terapia è stata quest'anno estesa agli operatori sanitari, sottoposti a carichi di lavoro resi ancora più gravosi dall'emergenza pandemica, che ha amplificato gli elementi di criticità preesistenti. L'obiettivo è stato quello di migliorare le dinamiche e il clima di gruppo, potenziare l'alleanza tra i componenti dello staff medico e infermieristico, e valutare il livello di burnout nel personale sanitario prima e dopo i laboratori.

Le persone del Gruppo Lenet hanno anche avuto l'opportunità di partecipare in modo diretto come volontari alle attività dei laboratori speciali, in collaborazione con la Polizia di Stato in favore dei bambini e ragazzi affetti da patologie nello spettro dell'autismo o altre disabilità croniche del piano "Marco Valerio". I laboratori si sono svolti a Castel Stifterhof a Merano per guidare 74 piccoli artisti in un progetto collettivo attraverso un percorso di crescita dell'autostima e della socializzazione alla riscoperta di diverse abilità che ha portato alla creazione di opere in argilla e dato vita al "Giardino degli animali": un luogo meraviglioso, abitato da piante e creature fantastiche che aiutano a sognare, che si trasforma con le stagioni arricchendosi di nuove forme e colori. Lontani dal caos e protetti dalle mura del castello, gli animali di ceramica nati dalla fantasia dei bambini si sono così dati "appuntamento" in un'area riservata del giardino, insieme a nuovi fiori, funghi colorati e tutto ciò che i piccoli artisti hanno voluto creare.

## Obiettivi 2023

Attività 2023	Target	Stato	Note
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%), i soggetti coinvolti nei laboratori sia in presenza che digitali	100%	Raggiunti 8.601 sorrisi +47,4% vs 2022
Sostenere economicamente la Fondazione Lene Thun attraverso le attività continuative e istituzionali di raccolta fondi	1,9M € di raccolta fondi, in linea con il 2022	100%	Raggiunti 1,94M € di raccolta fondi
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	95%	Coinvolti <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% negozi diretti</li> <li>• 96% dei monomarca THUN</li> <li>• 48% dei plurimarca THUN</li> </ul>
Garantire a tutti i dipendenti del Gruppo	Accesso a tutti i dipendenti	100%	Raggiunte 880 h

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)	800 h/anno effettivamente erogate (8hx100 persone)		volontariato aziendale (da confermare con jessica) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 128 h laboratori come volontariato Lenet</li> <li>• 752 h fundraising</li> </ul>
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	70%	Le attività previste sono state erogate come da piano. Il monitoraggio puntuale spostato nel 2024, diventa un KPI importante da tenere sotto controllo
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	50%	Coinvolti 9 imprenditori per un totale di 36 h
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	Coinvolgimento 30 punti di vendita Partecipazione ad almeno 1 campagna solidale	60%	Coinvolti 20 pdb 18 pdv della rete distributiva wholesale e 2 diretti In tutti i 20 pdv è stata organizzata almeno una campagna solidale di raccolta fondi
Attivazione del Progetto Orto e di programmi di attività motorie rivolti a Sorriso Academy	Completamento dell'attività	30%	L'attività del Progetto Orto è stata posticipata al 2024 e riprogettata per la creazione di un giardino ornamentale. Le attività motorie sono organizzate in autonomia dai ragazzi del Sorriso Academy che possono inoltre usufruire della palestra aziendale per accedere a corsi organizzati (corso di yoga/pilates).
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	Completamento dell'attività	100%	Spazi mantenuti e attivati i corsi per i dipendenti.
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%	Continua comunicazione a tutti i dipendenti
Laboratori speciali sostenuti dal volontariato aziendale nei mesi estivi	2 laboratori continuativi a luglio	100%	Organizzate 2 settimane di laboratorio a luglio in collaborazione con il piano di assistenza Marco Valerio della Polizia di Stato
Ceramico-Terapia: pubblicazione prima Ricerca Scientifica sugli effetti dei laboratori di ceramico-terapia negli ospedali	Pubblicazione risultati scientifici ed estensione osservazione in 6 centri oncologici	100%	Presentati e pubblicati 2 poster scientifici in collaborazione con AIEOP Coinvolte 6 strutture ospedaliere con il metodo di ricerca Arts Obs

## Impegni 2024

Attività 2024	Target 2024
Raggiungere almeno 10.000 bambini e persone fragili attraverso il servizio permanente di terapia ricreativa offerto agli Ospedali italiani e nelle realtà in cui operiamo	Min 10.000 sorrisi (+16% vs 2023), i soggetti coinvolti nei laboratori sia in presenza che digitali attraverso il mantenimento della collaborazione con 33 ospedali e avvio con 2 nuovi
Sostenere economicamente la Fondazione Lene Thun attraverso le attività continuative e istituzionali di raccolta fondi	1,5M € di raccolta fondi
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 95% 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) in sede come supporto e in store come fundraiser	Accesso a tutti i dipendenti 800 h/anno effettivamente erogate (coinvolgendo ca. 150 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 (in e out Lenet) 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
Consolidare 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	Coinvolgimento 30 punti di vendita Partecipazione ad almeno 1 campagna solidale
Attivazione del Progetto Giardino Ornamentale rivolto a Sorriso Academy	Completamento dell'attività
Proseguimento della messa a disposizione di spazi aziendali per l'headquarter della Sorriso Academy senza pagamento di affitto per tutto l'anno 2024 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
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
Organizzazione di un progetto sostenuto dal volontariato aziendale nei mesi estivi	1 progetto nei mesi estivi
Ceramico-Terapia: pubblicazione Ricerca Scientifica Arts Obs sugli effetti dei laboratori di ceramico-terapia negli ospedali e avvio misurazione degli effetti della terapia ricreativa sul personale medico (con la pubblicazione di un poster entro l'anno)	Pubblicazione risultati scientifici Arts Obs Avvio misurazione sul personale medico Pubblicazione di un poster

## 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.

### Storia d'impatto 2023

#### L'ottimizzazione del packaging: da limitazione a opportunità

Le analisi SLCA (*Strategic Life Cycle Assessment*) che avevamo condotto lo scorso anno su due prodotti iconici del nostro portafoglio avevano identificato il packaging come un'area di miglioramento chiave su cui intervenire per minimizzare il nostro impatto ambientale.

Per garantire la protezione delle nostre grafiche durante le spedizioni via mare dal Far East che sottopongono le scatole a sfregamenti intensi, i nostri attuali packaging sono infatti plastificati. Nonostante questo non alteri la loro riciclabilità, essendo il film plastico largamente inferiore rispetto al 5%, ovvero il massimo tollerato dalla legge, comunque rende il recupero della carta a fine vita come materia prima seconda molto meno efficiente. Inoltre, per garantire la solidità e la resa grafica

dei colori scelti è necessario ricorrere ad una stampa a 5 colori e selezionare un cartoncino perfettamente bianco, soluzioni a più alto impatto ambientale rispetto a possibili alternative ad oggi disponibili sul mercato.

Abbiamo quindi attivato nel corso dell'anno un team multifunzionale, dal marketing, alla logistica e alla direzione prodotto, per identificare delle possibili soluzioni. Con il coinvolgimento anche dei nostri fornitori, prima italiani e poi dislocati in prossimità delle fabbriche in Vietnam, abbiamo lavorato per sostituire l'attuale grafica istituzionale a fondo millerighe e fiocco con una a colore uniforme avana. Questo ci ha permesso di eliminare la protezione di film plastico, utilizzare un cartoncino riciclato per l'80% non totalmente sbiancato e di impiegare una stampa a due colori. La nuova soluzione permette quindi di rinfrescare e ringiovanire la grafica, risparmiare sui costi e contemporaneamente ridurre gli impatti ambientali associati alla produzione del packaging finito.

Il cambio è attualmente in fase pilota, con un test che ha coinvolto un nostro fornitore in Vietnam su 17 referenze per verificare aspetti come il gradimento di mercato e la gestione logistica (come l'accuratezza di lettura al sorting e la scorrevolezza sul nastro). Prevediamo di applicare questa nuova soluzione a tutte le nuove referenze a partire dalla stagione primavera/estate 2025, presente nei negozi a partire da dicembre 2024.

Nel corso dell'anno e fino al 2025 si avvierà anche il *running change* delle referenze continuative per utilizzare tutti i materiali già presenti a magazzino ed evitare sprechi.

## Obiettivi 2023

Attività 2023	Target	Stato	Note
Autoproduzione di energia elettrica con l'impianto fotovoltaico di Bolzano e Mantova	Livello produttivo in linea con gli anni precedenti	100% BZ 100% MN	
Mantenimento delle garanzie di origine per il fabbisogno energetico della sede di Bolzano e del polo logistico di Mantova	100% rinnovabile	100% BZ 100% MN	Energia idroelettrica
Mantenimento della certificazione ISO 14001 su Connecthub Logistics	Mantenimento della certificazione	100%	
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	100%	Confermata su BZ, MN, MI e pdv
Allargamento dell'offerta di auto ibride ed elettriche nel parco mezzi	Acquisto di altre 5 automobili Installazione di altre 4 colonnine	100%	Acquistate 5 auto Installate colonnine 1 MN e 5 BZ

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	100%	
Laboratorio di ottimizzazione dei materiali e del design di packaging e POP e definizione delle linee guida di miglioramento	Proseguo dell'attività	100%	
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	50%	POP Indicazioni già applicate in pratica ma ancora non formalizzate, policy nel 24 Per il packaging in SS 2025
Codice di Condotta: stesura e condivisione con il parco fornitori	Completamento dell'attività	100%	Condivisione a tutti i fornitori e ai nuovi fornitori quando esiste un contratto
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	0%	Lo scenario organizzativo è stato cambiato alla luce di riorganizzazione di maggio 2023 e abbiamo dovuto rivedere le priorità alla luce di un piano di business diverso
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	0%	Lo scenario organizzativo è stato cambiato alla luce di riorganizzazione di maggio 2023 e abbiamo dovuto rivedere le priorità alla luce di un piano di business diverso
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	0%	Attività slittata al prossimo anno

## Impegni 2024

Attività 2024	Target 2024
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
Efficientamento degli impianti esistenti MN con installazione di un software per il monitoraggio	10% risparmio energetico
Mantenimento della certificazione ISO 14001 su Connecthub Logistics ed estensione dell'applicazione delle buone prassi a Thun SpA SB	Mantenimento della certificazione e estensione delle buone prassi
Mantenimento di un sistema di monitoraggio integrato dei consumi (energia, luce e gas) su tutte le sedi e i punti di vendita e definizione di obiettivi di riduzione Monitoraggio dei consumi di acqua per le sedi e definizione di obiettivi di	Mantenimento del monitoraggio e definizione di obiettivi

riduzione	
Acquisto di carta con certificazione FSC per i cataloghi del Gruppo	Tutti i cataloghi per il gruppo
Laboratorio di ottimizzazione dei materiali e del design di packaging e POP e definizione delle linee guida di miglioramento	Riutilizzazione materiali POP più volte l'anno
Implementazione su tutto il portafoglio delle innovazioni di packaging identificate nel corso dei laboratori sui materiali e il design di packaging e POP nella politica di acquisto sostenibile sui fornitori sia diretti che indiretti.	Inizio nuovo pack sostenibile color avana (scatole riciclate e riciclabili) Tovagliette riutilizzabili in cartotecnica
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, anche per ottemperare agli obblighi di trasparenza previsti dalla legge in materia di Società Benefit.

La valutazione dell'impatto complessivo di Thun riferito all'anno 2023 è stata di **77,5** 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:

AREA DI IMPATTO	Punteggio Thun	Punteggio medio*
GOVERNANCE	15,7	6,5
PERSONE	24,7	18,2
COMUNITÀ	17,3	10,9
AMBIENTE	15,7	11,1
CLIENTI	4	2
<b>PUNTEGGIO TOTALE</b>	<b>77,5</b>	<b>77,9</b>

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

## Reviewed with Care by NATIVA

Questa relazione di impatto è il risultato di un processo di review che il Gruppo Lenet ha chiesto di effettuare a NATIVA 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;

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.

[NATIVA](#) è la Regenerative Design Company che supporta centinaia di aziende in una radicale evoluzione del proprio business, accelerandone la transizione da modelli economici estrattivi a modelli rigenerativi.

È la prima Società Benefit in Europa e B Corp in Italia.

