



Bilancio di Sostenibilità 2023

Indice

Nota metodologica e perimetro di rendicontazione	5
Introduzione	6
Lettera agli stakeholder	8
Highlights	10
Il mondo Sonepar	13
1.1 Chi siamo	14
1.2 La nostra organizzazione	19
La sostenibilità in Sonepar	27
2.1 Il coinvolgimento degli stakeholder	28
2.2 Analisi di materialità	38
2.3 La comunicazione della sostenibilità Sonepar	45
2.4 La politica di sostenibilità	46
2.5 Sonepar e gli SDG's	48
2.6 Un passo concreto verso la sostenibilità: la green offer	51
2.7 La nostra traiettoria di decarbonizzazione	52
2.8 Sonepar e i rating ESG	56
2.9 Partecipazione alle iniziative di sostenibilità e associazionismo	57
Governance	59
3.1 Struttura di Governance	60
3.2 Strumenti di Governance e Compliance	68
3.3 Qualità, sicurezza ed etichettatura dei prodotti	76

Prosperity	77
Valore condiviso	78
4.1 I risultati economico-finanziari	80
4.2 Gli investimenti e lo sviluppo	88
4.3 Il procurement e le relazioni con le supply chain	90
4.4 Le relazioni con i clienti e il mercato	95

Planet	101
5.1 Energia e acqua	102
5.2 Materiali e packaging	106
5.3 Rifiuti	108
5.4 Parco auto e trasferte	109
5.5 Logistica e trasporti	111
5.6 Emissioni	116

People	121
6.1 I numeri del nostro organico	122
6.2 Retribuzioni, incentivi e benefit	132
6.3 Diversità & inclusione	134
6.4 Performance e talenti	138
6.5 L'ascolto delle persone Sonepar	140
6.6 L'employee experience	141
6.7 Le attività di onboarding	142
6.8 Sonepar per le giovani leve	143
6.9 Formazione	146
6.10 L'attenzione alla sicurezza	152
6.11 Il supporto ai territori e alla solidarietà	155

Appendice	157
Dettaglio dati economico - patrimoniali	158
Dettaglio dati organico	164

Indice dei contenuti GRI	183
---------------------------------	------------



Nota metodologica e perimetro di rendicontazione

La Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito anche “Dichiarazione Non Finanziaria” o “DNF” o “bilancio di sostenibilità”), predisposta in conformità al D.lgs. 254/2016, assicura la comprensione dell’attività dell’azienda, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto prodotto attraverso la rendicontazione dei temi rilevanti previsti dagli artt. 3 e 4 del D.lgs. 254/2016 con riferimento all’esercizio 2023 (dal 1 gennaio al 31 dicembre).

I contenuti sono stati selezionati sulla base dell’analisi di materialità che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità rilevanti per gli stakeholder e per l’azienda.

Il bilancio di sostenibilità 2023 è stato redatto in conformità ai Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards definiti nel 2016 e revisionati con decorrenza 2023 dal Global Reporting Initiative (GRI).

Per consentire la comparabilità nel tempo, è stato introdotto - laddove possibile - il confronto dei dati con le annualità 2021 e 2022.

Il presente bilancio di sostenibilità è afferibile al seguente perimetro di rendicontazione:



Sonepar Italia SpA Unipersonale



Elettroveneta SpA Unipersonale



HDUEA srl

Laddove possibile i dati e le informazioni sono stati presentati disaggregati per le tre aziende che quindi verranno indicate puntualmente facendo riferimento alla denominazione sociale.

La particolare conformazione organizzativa delle tre realtà - che prevede la centralizzazione di alcuni servizi comuni e generali quali la gestione degli acquisti, della logistica e delle risorse umane - non sempre ha reso possibile questo grado di analiticità.

In questi casi i dati saranno presentati in modo aggregato sotto la dicitura “Sonepar”.

Le aziende fanno parte del Gruppo internazionale Sonepar che - quando citato - verrà richiamato come “Gruppo Sonepar”.

Introduzione

In un mondo caratterizzato sempre più da problematiche ambientali, tensioni sociali e sperequazioni economiche, essere sostenibili non è più un'opzione ma una necessità per rafforzare la resilienza dell'azienda e per garantire una spinta reale e concreta alla transizione energetica di tutto il comparto.

Tuttavia, la sostenibilità non può essere ridotta a un semplice slogan pubblicitario; deve incarnare un approccio concreto e pragmatico alla gestione aziendale e del business.

È necessario un cambio di approccio che integri nei modelli imprenditoriali l'impegno ambientale, le pratiche sociali e il benessere delle persone.

Le dichiarazioni di intenti non sono più sufficienti e devono essere supportate da azioni concrete, tangibili e verificabili.

In Sonepar Italia abbiamo avviato da tempo questo cammino su un percorso evolutivo virtuoso che possa portare allo sviluppo di un benessere condiviso. Nel 2023 abbiamo pubblicato il nostro primo bilancio con l'obiettivo di misurare questo impegno e comunicarlo ai nostri stakeholder.

In questa seconda edizione, redatta ancora su base volontaria, vogliamo essere ancora più puntuali ed esaustivi fornendo informazioni ampie e dettagliate in grado di descrivere l'operato aziendale e il valore generato non solo per gli azionisti, ma per tutte le parti interessate.

Vogliamo, così, rafforzare in modo trasparente le relazioni con tutti gli interlocutori, offrendo uno strumento di consultazione accessibile e comprensibile in grado di evidenziare non solo le attività rivolte alla riduzione degli impatti negativi ma anche l'impegno a far sì che l'azienda sia un motore di sviluppo positivo per tutti.

Per rendere comparabili le due edizioni, anche quest'anno abbiamo strutturato il bilancio in quattro capitoli:

Governance

La sostenibilità permea l'intera struttura aziendale, sia in senso verticale sia orizzontale. Senza una visione chiara, una guida stabile e un impegno tangibile, diventa difficile implementare il cambio di modello di business richiesto da questo approccio. In questo capitolo, esponiamo il modello organizzativo aziendale, la strategia e gli strumenti utilizzati per governare la sostenibilità, le iniziative di coinvolgimento degli stakeholder e l'analisi di materialità. In particolare, ci concentriamo sull'importanza della compliance che è da sempre un faro guida per l'azienda e il Gruppo.

Prosperity

L'obiettivo primario di un'azienda resta generare profitto. Tuttavia, un'azienda sostenibile non si limita a utilizzare il profitto per remunerare il capitale investito ma mira anche a generare impatti positivi per gli stakeholder.

Questo capitolo esamina i risultati economico-finanziari dell'azienda, con particolare attenzione alla qualità delle relazioni con i clienti, i fornitori, il settore finanziario e, più in generale, le filiere e le catene del valore. Il tutto con un'attenzione particolare al benessere diffuso che deriva da tali relazioni, valutandone l'impatto qualitativo.

Planet

La sostenibilità implica innanzitutto un impegno verso l'ambiente. Ognuno di noi ha la responsabilità di contribuire alla lotta ai cambiamenti climatici. Il pianeta è al centro del nostro modello di business e dei nostri valori e pertanto ci impegniamo quotidianamente per ottimizzare le nostre attività e i nostri consumi, al fine di ridurre gli impatti ambientali generati.

People

Le aziende non sono gli stabilimenti e gli impianti, sono soprattutto le persone, come persone sono i clienti, i fornitori, le collettività.

Per questo motivo abbiamo deciso di porre le persone al centro della nostra attività. Lavoriamo quotidianamente per assicurare ai nostri collaboratori, alle nostre collaboratrici e a tutta la comunità di riferimento il raggiungimento di un obiettivo che rappresenta appieno la vera sostenibilità: il benessere condiviso.

Essere sostenibili non è una strategia di marketing ma l'assunzione della responsabilità del proprio operato nel lungo periodo.

Allo stesso tempo essere sostenibili non è un traguardo fisso ma un approccio aziendale che rimodula il pensiero imprenditoriale, le strutture organizzative e le azioni di tutti fondendo innovazione, miglioramento continuo e visione multistakeholder.

Negli ultimi anni, il Gruppo Sonepar ha messo al centro del proprio piano industriale lo sviluppo sostenibile. Noi siamo chiamati a concretizzarlo per il nostro Paese di riferimento, sapendo che il percorso sarà lungo e in costante evoluzione.

Il bilancio di sostenibilità rappresenterà sempre più una guida in grado di orientarci con pragmatismo e realismo, indicandoci come ci stiamo muovendo e soprattutto dove dobbiamo andare.

Continuiamo il nostro viaggio...
insieme.

Lettera agli stakeholder



Sostenibilità è oggi una parola estremamente diffusa e di uso comune. Sviluppare una traiettoria veramente sostenibile in azienda, però, rappresenta un'evoluzione complessa, profonda e non immediata. Per questo in Sonepar vogliamo che la sostenibilità rappresenti un punto di riferimento che, basandosi su un sistema di valori forte e concreto, ci consenta di tracciare nuovi percorsi di sviluppo in grado di ridefinire le priorità dell'agire aziendale con il fine ultimo di creare valore condiviso per le generazioni presenti e future, nella tutela degli equilibri ambientali e sociali che ci sostengono.

Un viaggio così importante richiede una mappa precisa e puntuale, per questo siamo giunti alla seconda edizione del nostro bilancio di sostenibilità: uno strumento pragmatico che ci permette di formalizzare le nostre strategie, di sistematizzare le nostre politiche, di misurare le nostre azioni e di condividere il nostro impegno con tutti i nostri stakeholder.

Una seconda edizione più strutturata e completa, resa possibile dalla crescita del livello di consapevolezza su queste tematiche all'interno della nostra organizzazione.

Proprio consapevolezza rappresenta una parola chiave perché è la diffusione di una cultura sostenibile tra le persone che abitano e interagiscono con l'ecosistema aziendale che garantisce l'implementazione di una strategia di sostenibilità integrata che poi possa portare a comportamenti e azioni in grado di fare veramente la differenza.

La partecipazione di tutte le parti interessate è cruciale in questo processo. Ogni membro della nostra organizzazione, dai dirigenti ai collaboratori e alle collaboratrici, gioca un ruolo essenziale nel promuovere e sostenere i nostri obiettivi di sostenibilità ed è attraverso il coinvolgimento attivo e la condivisione delle migliori pratiche che possiamo garantire una trasformazione autentica e duratura.

Proprio per questo, anche questo bilancio è stato realizzato in modo fortemente partecipativo e con il contributo fattivo di tutte le funzioni aziendali alle quali va il mio ringraziamento per l'impegno convinto profuso.

In questo contesto il rispetto delle normative rimane un aspetto essenziale.

Da sempre la compliance rappresenta per il nostro gruppo un pilastro imprescindibile del nostro modus operandi.

Soprattutto nell'ambito della sostenibilità, l'evoluzione continua e spesso repentina dei quadri regolatori richiede un approccio rigoroso e ben strutturato, perché il rispetto delle normative non è un semplice dovere bensì una conferma ulteriore delle responsabilità che siamo pronti ad assumerci.

Sappiamo che il futuro non lascia spazio a vuote dichiarazioni d'intenti e ci rendiamo pienamente responsabili degli impatti che generiamo e degli obiettivi che ci poniamo.

La sostenibilità non contempla un traguardo, bensì un'evoluzione continua.

Ogni successo, ogni obiettivo raggiunto, implica vette più alte da conquistare.

La complessità delle sfide aumenta, richiedendo uno sforzo crescente e una pianificazione strategica dettagliata. Un approccio strutturato è fondamentale per garantire un costante progresso e costruire la resilienza della nostra azienda nel lungo termine.

Essere un'azienda leader significa non solo rispettare le normative e ridurre gli impatti ambientali, ma anche innovare continuamente per trovare soluzioni che possano fare realmente la differenza. Vogliamo essere protagonisti positivi di questo cambiamento, mettendo a disposizione dei nostri interlocutori tutta la nostra passione e competenza nel mondo elettrico.

Crediamo fermamente che le aziende del futuro saranno giudicate non solo per le loro performance economiche, ma anche per il loro impegno sociale e ambientale.

Vogliamo rimanere "Vicini al tuo futuro", costruendo un piano d'azione in grado di generare valore condiviso nel presente e di tutelare il benessere delle generazioni future, mantenendo una posizione di leadership nel settore.

Questa non è una promessa ma l'approccio che ogni giorno orienta le nostre scelte.

Ing. Sergio Novello

Presidente e Amministratore Delegato

Sonepar Italia

**“ La
sostenibilità non
contempla un
traguardo, bensì
un'evoluzione
continua. ”**

Highlights



€ 1,67 miliardi [+9%]

I ricavi totali delle tre aziende nel 2023



€ 1,62 miliardi [+3%]

Il valore condiviso dalle tre aziende nel 2023



161

I punti vendita distribuiti sul territorio nazionale



€ 340 milioni [+118%]

Il valore del transato in e-commerce dalle tre aziende nel 2023
(2021/23 • +118%)



657 MW

La potenza installata con le vendite nel fotovoltaico nel biennio 2022-2023



3.168.066 [-0,6%]

Numero degli ordini ricevuti e gestiti nel 2023



€ 1,4 miliardi [+2%]

Il valore degli acquisti totali nel 2023



1.507

I fornitori attivi nel 2023



93%

I fornitori core "nazionali"



82.000 mq

La superficie totale dei sette centri di distribuzione in Italia



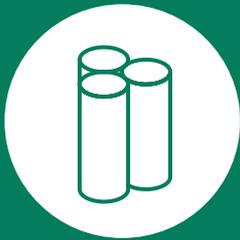
7 milioni [+11%]

I colli movimentati nei nostri centri di distribuzione nel 2023



1,5 milioni [+9%]

Le spedizioni gestite nel 2023



-61%

La riduzione degli imballaggi in plastica



-17%

La riduzione dell'intensità dei consumi di gas



-8%

La riduzione dell'intensità dei consumi elettrici



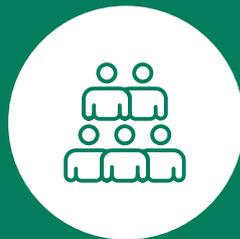
-28%

La riduzione dei rifiuti in plastica



-51,4%

La riduzione delle emissioni scope 1 e 2 market based



2.165 [+10%]

I collaboratori totali delle tre aziende



+21%

L'incremento delle dipendenti



442

Le assunzioni totali nel triennio 2021-2023



35%

I dipendenti totali under 35 nel 2023



20.553 [+44%]

Le ore di formazione totali nel 2023



3.592 [3.387%]

Le ore di formazione su tematiche ESG nel 2023



€ 285.000

Il valore delle sponsorizzazioni totali nel triennio 2021-2023

N.B. se non esplicitato diversamente tutti i dati che indicano una differenza percentuale tra gli anni sono computati sul triennio 2021 - 2023



capitolo 1

Il mondo Sonepar

“ *Dietro ogni impresa di successo c'è qualcuno che ha preso una decisione coraggiosa*

Peter Ferdinand Drucker

”

Siamo l'azienda leader nella distribuzione di prodotti e soluzioni per il mercato elettrico.

Una posizione che ci rende orgogliosi e al contempo consapevoli delle nostre responsabilità. Ogni giorno lavoriamo con passione, competenza e attenzione per supportare i nostri clienti, i professionisti del settore elettrico, nel loro business quotidiano, offrendo soluzioni innovative e personalizzate.

Il nostro obiettivo è chiaro: essere al passo con le sfide di un mondo di prodotti e processi in continua e rapida evoluzione, anticipando le esigenze del mercato e proponendo nuove tecnologie e strumenti digitali per rispondere ai nuovi bisogni che nascono con l'avanzare del progresso. Siamo una realtà di grandi dimensioni, articolata, orgogliosa dei propri valori e dei propri collaboratori; un'azienda che fa delle persone uno dei propri punti di forza.



Il mondo Sonepar Chi siamo

1.1 Chi siamo

1.1.1 Le aziende



Sonepar Italia

Siamo il punto di riferimento nella distribuzione di prodotti e soluzioni per il mercato elettrico e siamo parte del Gruppo internazionale Sonepar.

Da quando abbiamo iniziato la nostra attività in Italia nel 1988, abbiamo costantemente ampliato la nostra presenza sia attraverso la crescita interna sia grazie a una serie di acquisizioni strategiche.

Nel 2023, insieme ad Elettroveneta e HDUEA, siamo stati presenti in tutto il territorio nazionale con una rete estesa su 161 punti vendita, distribuiti in 17 regioni; gestendo, inoltre, 7 centri distributivi e contando su circa 2.200 dipendenti che hanno contribuito al nostro successo e alla soddisfazione dei nostri clienti.



Elettroveneta

Elettroveneta significa "Passione per il tuo lavoro". Da più di 40 anni, ci impegniamo al fianco dei professionisti del settore elettrico, offrendo soluzioni efficienti con dedizione e attenzione.

Siamo guidati dall'energia e dall'entusiasmo nel fornire risposte personalizzate, materiali e tecnologie in ogni ambito dell'elettricità in cui operiamo.

La nostra rete di vendita si estende attraverso il Veneto e il Friuli-Venezia Giulia. Questa struttura sinergica ci consente di essere veramente vicini alle esigenze dei professionisti, sia dal punto di vista geografico che operativo.

Il nostro logo incarna una simbologia forte e iconica che riflette la nostra radicata presenza territoriale e trasmette appieno i valori che guidano il nostro impegno quotidiano: empatia, pragmatismo, intraprendenza e orgoglio per il territorio di appartenenza.



HDUEA

HDUEA va oltre il semplice ruolo di distributore: si configura come il partner ideale per installatori, progettisti e tutti i professionisti operanti nel settore HVAC.

Offriamo non solo soluzioni per progetti residenziali, industriali e commerciali, ma anche consulenza e formazione continua. Presso la nostra sede a Padova, è possibile esplorare direttamente le soluzioni che proponiamo, valutarne la tecnologia e sperimentarne il funzionamento. Tutto ciò avviene mantenendo costantemente aggiornate le proprie competenze e potendo contare su un team di professionisti specializzati che assiste in ogni fase del processo.

Sonepar nel mondo

Sonepar Italia e le sue controllate Elettroveneta e HDUEA fanno parte del gruppo Sonepar: una multinazionale privata e indipendente, leader mondiale nella distribuzione di prodotti, soluzioni e servizi correlati per il mercato elettrico.

Nel 2023 il gruppo ha fatturato 33,3 miliardi di euro grazie a una copertura in 42 paesi e oltre 45.000 dipendenti.

1.1.2 Il nostro purpose



L'umanità si trova di fronte a sfide collettive di proporzioni enormi. Il nostro "Purpose" rappresenta un modo per indirizzare tutta la nostra energia verso queste sfide, contribuendo così al benessere del pianeta e dei suoi abitanti per gli anni a venire.

Nel 2022, abbiamo avviato un percorso per definire la nostra ragione d'essere più profonda. Si tratta di una dichiarazione potente che spiega perché esistiamo, ciò che

ci tiene uniti e quale sarà il nostro contributo alla società in cui viviamo. Per coordinare le iniziative a livello globale e diffondere questo approccio a tutti i livelli dell'organizzazione, è stato creato il Purpose Board composto da 23 membri attivi rappresentativi di tutte le regioni e funzioni. Nell'aprile 2023 abbiamo lanciato a livello globale il nostro purpose: **accelerare il progresso per le generazioni future**. Una dichiarazione che racchiude tutti i nostri elementi peculiari: voler essere un punto di riferimento per il mondo elettrico pur restando un'azienda a conduzione familiare; concretizzando un cambiamento verso un modello efficiente, sicuro e sostenibile per tutti grazie a un miglior utilizzo dell'energia elettrica. Per concretizzare questo orientamento abbiamo definito sei direttrici:



Formazione Continua

Entro il 2028, Sonepar intende offrire a tutti i propri dipendenti e su base annuale una formazione sulla sostenibilità. Con l'obiettivo finale di promuovere soluzioni sostenibili, la nostra forza vendita sarà la più preparata nel settore della distribuzione di materiale elettrico.



Un "customer journey" sostenibile per i nostri clienti

Entro il 2028, Sonepar vuole fornire a ciascun cliente l'alternativa a minor emissione di CO₂ per ogni preventivo richiesto.



Circularità dei prodotti

Entro il 2028, Sonepar si impegna a utilizzare il 100% di imballaggi provenienti da materiali riciclati e riciclare il 100% dei prodotti resi a Sonepar dai clienti.



Parità di genere

Entro il 2028, Sonepar intende assumere ogni anno almeno il 40% di donne nella propria forza lavoro.



Comunità

Entro il 2028, Sonepar intende creare il Programma Sonepar Powering Community in ogni paese in cui è presente. Svilupperà e supporterà programmi educativi dedicati ad ogni ecosistema, offrirà opportunità alle persone vulnerabili e fornirà supporto in caso di disastri naturali.



Condivisione

Riconoscere il contributo delle persone Sonepar al successo della trasformazione.



Il mondo Sonepar

Chi siamo

1.1.3 I nostri valori

Cliente al centro

Vogliamo essere sempre vicini al cliente per garantire la soddisfazione dei suoi bisogni.

- **Diamo ascolto** ai clienti per comprenderne e anticiparne le esigenze con soluzioni innovative e personalizzate.
- **Supportiamo** il cliente con le nostre competenze e la nostra consulenza agevolando e semplificando la sua attività professionale e risolvendo i suoi problemi.
- **Rendiamo accessibili** le nostre soluzioni con la nostra vicinanza fisica, digitale ed emotiva.



Persone e Pianeta

La nostra responsabilità per la sostenibilità e un futuro migliore.

- **Ispiriamo** pratiche sostenibili, riducendo gli impatti, guidando e promuovendo la transizione energetica.
- **Valorizziamo** tutte le diversità e favoriamo l'inclusività perché da queste sinergie si sviluppano le migliori soluzioni.
- **Costruiamo** relazioni di lungo periodo con tutti i nostri referenti grazie a rispetto reciproco, trasparenza e onestà.



Intraprendenza

Vogliamo migliorarci continuamente, aprire nuove strade ed esplorare nuovi orizzonti.

- **Siamo curiosi** del futuro e il nostro spirito ci porta a sperimentare e implementare il cambiamento.
- **Abbiamo le competenze e la giusta ambizione** per favorire un cambiamento positivo.
- **Mettiamo al centro l'innovazione** che però per noi non deve mai essere fine a sé stessa ma deve sempre offrire vantaggio migliorando il modello precedente.



Responsabilità del Leader

Vogliamo essere sempre un positivo punto di riferimento e un buon esempio.

- **Vogliamo essere il miglior esempio** in termini di integrità e professionalità perché questa è la responsabilità dei leader.
- **Adottiamo i più elevati standard etici, sociali e ambientali** perché la compliance e il rispetto delle regole, delle persone e del pianeta sono una responsabilità di tutti noi.
- **Vogliamo adottare per primi le innovazioni** e puntiamo a valorizzare tutte le potenzialità del mercato dove operiamo.



1.1.4 La nostra missione

In un'epoca in cui la transizione elettrica diventa sempre più essenziale per lo sviluppo, il benessere e la sostenibilità, ci impegniamo a essere leader in Italia e nel mondo nella distribuzione di prodotti e soluzioni per il mercato elettrico.

Partendo da questa posizione di grande orgoglio e responsabilità, affrontiamo quotidianamente il nostro lavoro con passione, competenza e cortesia, per accompagnare i nostri clienti nel loro percorso di acquisto e sviluppo del business.

Vogliamo supportare tutti i professionisti del settore elettrico nell'interpretare e gestire un mondo in continua evoluzione, caratterizzato da esigenze, prodotti, processi e soluzioni in costante cambiamento.

Questo mondo, complesso e dinamico, richiede un forte orientamento verso il futuro, l'adozione di nuove tecnologie e l'utilizzo di strumenti digitali e noi vogliamo essere attori primari nell'anticipare e nel trasformare il cambiamento in opportunità per tutta la filiera.

Siamo un'azienda di grandi dimensioni, orgogliosa dei nostri valori e dei nostri collaboratori; le persone che lavorano con noi sono uno dei nostri principali fattori di successo.

La nostra missione è essere sempre un punto di riferimento per tutti gli operatori del settore, diventando il principale distributore elettrico professionale al mondo in grado di offrire ai nostri clienti un'esperienza completamente digitalizzata e omnicanale.

1

1.1.5 Powered by Difference: le diversità ci rendono unici

In Sonepar siamo assolutamente consapevoli che le diversità sono ciò che rende sia le persone che le aziende uniche. Queste differenze diventano punti di forza insostituibili, contribuendo a creare un ambiente di confronto positivo e sinergico in grado di generare momenti di crescita, miglioramento e innovazione.

Pertanto, ci impegniamo quotidianamente a valorizzare queste differenze, lavorando per promuovere l'unità senza mai sacrificare la diversità. Il nostro payoff globale, **'Powered by Difference'**, riflette questo impegno.

Questa forza prende origine dal nostro interno e si traduce in valore per il cliente attraverso i nostri principi, le nostre competenze, il nostro impegno e la nostra passione.

Tale valore è perfettamente riassunto nella nostra promessa storica - 'Vicini al tuo futuro' - che sottolinea l'assoluta centralità del cliente, delle persone e del pianeta evidenziando, altresì, il nostro impegno a essere responsabili nei confronti dei nostri stakeholder, poiché siamo consapevoli di come il futuro dipenda dall'impegno concreto di tutti noi.



Il mondo Sonepar Chi siamo

I punti di forza che ci rendono unici



Presenza multi-nazionale e multi-regionale

Bilanciamo l'approccio e la visione globale con l'attenzione e la vicinanza locale, in modo da poter supportare il cliente con la forza delle esperienze e delle competenze maturate e condivise a livello di gruppo.



Sensibilità ai temi ambientali, della diversità e dell'inclusività

Le persone e il pianeta sono al centro della nostra filosofia. Promuoviamo la transizione energetica offrendo le migliori soluzioni "green" e sosteniamo la diversità e l'inclusione perché dal confronto e dalla commistione di esperienze, competenze e punti di vista si generano la crescita e lo sviluppo.



Collaborazioni con partner nazionali e internazionali

Vogliamo proporre ai nostri clienti i migliori prodotti e le migliori soluzioni disponibili sul mercato: per questo selezioniamo solo i brand di riferimento, in grado di garantire i massimi standard di prestazioni, qualità e affidabilità.



Soluzioni più innovative per l'intera filiera e l'esperienza omnicanale

Investiamo in una catena distributiva efficiente, innovativa e basata su tecnologie all'avanguardia in grado di offrire i migliori standard di servizio e la miglior esperienza omnicanale fisica e digitale.



Sistema logistico più capillare con il più ampio assortimento

Siamo presenti su tutto il territorio nazionale con 161 punti vendita e 7 centri di distribuzione (dati aggiornati al 31/12/2023). Perché per essere vicini al cliente dobbiamo garantire anche la massima velocità, la puntualità e l'affidabilità delle forniture.



Experience center, solution center e solution point

Con l'aiuto dei nostri tecnici specializzati, offriamo ai professionisti del settore spazi innovativi e polifunzionali nei quali trovare e testare i prodotti, sviluppare le proprie competenze, conseguire certificazioni, toccare con mano l'innovazione.



Elevatissimi standard in termini di compliance e valori etici

Il rispetto delle regole, delle normative, delle persone e del pianeta sono per noi imprescindibili: per questo vogliamo dare concretezza alla nostra compliance, adottando i più elevati standard etici, sociali e ambientali.

1.2 La nostra organizzazione

1..2.1 Il nostro modello organizzativo: i mercati specialistici

Per essere ancora più vicina alle esigenze dei clienti, fino a tutto il 2023 la nostra azienda è stata organizzata per presidiare in modo verticale sette mercati specialistici.



Energie rinnovabili

Energia secondo natura



Installazione civile

Materiale elettrico per gli impianti moderni



Automazione industriale

Moltiplichiamo l'efficienza



Attrezzature e materiale di consumo

Gli strumenti per lavorare al meglio



Power distribution

La rete che accende il tuo mondo



Cavi

L'energia che scorre sicura



Soluzioni connesse

Connessi al futuro



Climatizzazione e termoidraulica

Soluzioni ad alta efficienza



Illuminazione

Illuminiamo il benessere





Il mondo Sonepar La nostra organizzazione

1.2.2 Il nostro modello organizzativo: l'organizzazione territoriale

Nel settore della distribuzione, la copertura territoriale è un elemento fondamentale per garantire una vera vicinanza al cliente. Per questo nel 2023 abbiamo operato **in 17 regioni italiane**, con l'obiettivo di fornire un singolo e elevato standard di servizio in tutto il paese.

La nostra presenza capillare è stata supportata da **7 centri di distribuzione e da oltre 160 punti vendita**.

Fino a tutto il 2023, la nostra rete è stata organizzata in **tre divisioni operative** - nord, centro e sud - per garantire lo stesso elevato standard di servizio su tutti i territori, adattandoci alle specificità locali in modo personalizzato.

Da sempre, la nostra attenzione non si limita, però, solo al processo di vendita ma comprende anche una vasta gamma di servizi di supporto, dal marketing alle relazioni con i principali partner del settore produttivo.

Questo mix di territorialità e centralizzazione rende Sonepar un successo unico nel panorama italiano della distribuzione.



Centri di distribuzione Sonepar Italia

Padova
Pomezia (Roma)
Catania
Modugno (Bari)
Cagliari



Centri di distribuzione Elettroveneta

Tribano (Padova)*
Boara (Padova)*



Centri di distribuzione HDUEA

Padova

Organizzazione territoriale Sonepar**



DIVISIONE NORD - Punti Vendita: 46

Regioni: Lombardia, Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna



DIVISIONE CENTRO - Punti Vendita: 51

Regioni: Lazio, Toscana, Umbria, Abruzzo, Marche



DIVISIONE SUD E ISOLE - Punti Vendita: 43

Regioni: Campania, Basilicata, Puglia, Molise, Calabria, Sicilia, Sardegna

SEDI DIREZIONALI

Sede Centrale Sonepar Italia: Padova

Sede Direzione Nord Sonepar Italia: Padova

Sede Direzione Centro Sonepar Italia: Roma Magliana

Sede Direzione Sud e Isole Sonepar Italia: Casoria Napoli



Organizzazione territoriale Elettroveneta

Punti Vendita: 21

Regioni: Veneto, Friuli Venezia Giulia

SEDI DIREZIONALI

Sede Centrale Elettroveneta: Padova

Organizzazione territoriale HDUEA

SEDI DIREZIONALI

Sede Centrale HDUEA: Padova

* Il Ce. Di. di Tribano è stato chiuso al 31/12/2023.
Il Ce. Di. di Boara è in dismissione da marzo 2024.

** L'organizzazione territoriale presentata è rimasta operativa fino a dicembre 2023.
Nel 2024 è stato implementato un nuovo modello che viene presentato nel paragrafo successivo.



1



Il mondo Sonepar

La nostra organizzazione

1.2.3 Il nostro approccio omnicanale

La nostra missione è quella di offrire al cliente la massima soddisfazione in ogni momento e in ogni suo progetto.

Partendo dall'approfondita conoscenza delle diverse esigenze vogliamo ottimizzare la loro esperienza integrando i canali di comunicazione e vendita e superando la distinzione tra online e offline.

La nostra strategia omnicanale si basa su punti vendita territoriali, e-commerce e soluzioni system to system.

IL NETWORK TERRITORIALE

La nostra rete commerciale è composta da oltre 160 punti vendita in grado di coprire capillarmente 17 regioni italiane.

La presenza di 600 tecnici garantisce il massimo supporto ai clienti di tutte le dimensioni e di tutte le tipologie.

L'attenta gestione della logistica permette di assicurare sempre la piena disponibilità dei prodotti richiesti.

E-COMMERCE

La nostra piattaforma e-commerce è pensata per offrire un'esperienza online unica e rivoluzionaria nel settore del materiale elettrico. Una soluzione innovativa, potente e facile da usare, in grado di mettere a disposizione un catalogo prodotti di oltre 700.000 articoli accompagnati da informazioni dettagliate e aggiornate nonché la disponibilità a magazzino.

SYSTEM TO SYSTEM

Offriamo strumenti tecnologici avanzati, che facilitano il processo di acquisto e la relazione commerciale. Le connessioni System to System, permettono al cliente di integrare il catalogo prodotti nel proprio sistema gestionale e di accedere in tempo reale a tutte le informazioni tecniche. Questa tecnologia è realizzabile anche tramite protocollo EDI, che rende più rapido e semplice il processo d'ordine.

LA DIGITALIZZAZIONE AL SERVIZIO DEL CLIENTE: I PROGETTI FUTURI

MIGLIORAMENTO DEI PROCESSI END TO END

Fast on boarding

Per facilitare l'accesso all'e-commerce per i professionisti del mondo elettrico è in fase di implementazione l'opzione di iscrizione alla piattaforma in modo facilitato e con acquisto immediato tramite carta di credito e scala sconti standard.

Track and trace

È in fase di implementazione un primo sistema di tracciamento dell'ordine on-line che potrà essere caratterizzato da quattro stadi di avanzamento: ricevuto, in lavorazione, presa in carico del corriere, in transito.

Lead time

Grazie all'applicazione dell'intelligenza artificiale sui dati storici e a una gestione più puntuale delle informazioni dei fornitori verrà fornita al cliente una stima più precisa dei tempi di consegna qualora il prodotto richiesto non fosse disponibile a magazzino.

POTENZIAMENTO PIATTAFORMA SPARK

Associate Experience

Grazie all'integrazione tecnologica, il progetto punta a sviluppare un'unica interfaccia per tutto il processo end to end: dalla codifica del cliente all'inserimento fino alla gestione del CRM.

MIGLIORAMENTO CUSTOMER EXPERIENCE

Big Data e cluster comportamentali

Per meglio rispondere alle esigenze dei clienti verranno utilizzati i big data per segmentare i clienti non più solo tramite parametri tradizionali ma tramite cluster comportamentali. L'algoritmo permetterà, su base qualitativa e predittiva, di mappare meglio il cliente suggerendo attività e interventi per migliorare il suo livello di soddisfazione.

1.2.4 Un'esperienza a 360°

Essere attenti al futuro fa parte del nostro dna per questo abbiamo innovato anche il concetto di vicinanza e supporto al cliente strutturandolo in tre livelli. Gli Experience Center sono spazi dove clienti e fornitori possono toccare con mano i prodotti e le soluzioni. I Solution Center offrono supporto tecnico con un team di esperti qualificati. I Solution Point mettono a disposizione del cliente consulenza specializzata all'interno del punto vendita.



EXPERIENCE CENTER

Gli Experience Center sono luoghi di divulgazione della conoscenza messi a disposizione di tutti gli stakeholder aziendali: clienti, colleghi tecnico-commerciali e più in generale chiunque voglia seguire l'evoluzione tecnologica del mondo elettrico. Negli Experience Center è possibile toccare con mano tutte le nostre soluzioni svolgendo prove, programmando gli impianti, testando l'automazione. Il tutto supportato da un fitto programma di corsi di formazione per clienti e dipendenti, spesso in collaborazione con i tecnici referenti delle aziende produttrici o fornitori.



SOLUTION CENTER

Nei Solution Center, installatori e progettisti possono rivolgersi ai nostri specialisti del settore per una consulenza professionale.

Un team altamente qualificato offre supporto tecnico per rispondere alle diverse esigenze del mercato.

La consulenza viene fornita sia in presenza che da remoto, sia ai clienti sia alla forza vendita, garantendo anche formazione e aggiornamento continui.



SOLUTION POINT

I Solution Point offrono consulenza ai clienti tramite personale esperto all'interno del punto vendita, in un corner dedicato con materiali dimostrativi ed esperienziali.

Il servizio riguarda le seguenti linee di specializzazione: Automazione Industriale, Power Distribution, Soluzioni Connesse, Illuminazione, Climatizzazione, Termoidraulica, Energie Rinnovabili.





Il mondo Sonepar La nostra organizzazione

1.2.5 Ancora più vicini ai clienti: la riorganizzazione del 2024

In un mercato sempre più complesso e dinamico, crediamo fortemente che specializzazione e prossimità territoriale rappresentino un binomio imprescindibile e inscindibile per essere realmente vicini alle esigenze dei clienti.

Per questo abbiamo rivisto in modo profondo il nostro modello organizzativo.

Un progetto tanto impegnativo quanto importante che ha visto la luce a inizio 2024 e da subito è andato a caratterizzare la nuova proposta di valore Sonepar per il mercato italiano.

L'obiettivo è ulteriormente potenziare il valore aggiunto che possiamo garantire ai professionisti del mondo elettrico, affiancandoli con maggior competenza e professionalità anche sui singoli ambiti di specializzazione.

Il progetto è stato sviluppato su due assi portanti:

- **riorganizzazione territoriale**
- **riorganizzazione specialistica**

LA RIORGANIZZAZIONE TERRITORIALE: LE BUSINESS AREA

Per garantire ancor più vicinanza ai nostri clienti abbiamo rivisitato la nostra organizzazione territoriale con un riassetto in Business Area Nord e Business Area Centro, Sud e Isole.

Questo nuovo approccio ci consente di rafforzare la nostra professionalità in tutto il territorio nazionale, adattandoci alle specifiche esigenze e alle caratteristiche delle diverse zone.

La nuova organizzazione ci permetterà di essere attenti e sensibili alle specificità territoriali gestendo in modo puntuale, non solo il processo di vendita ma anche tutti i servizi correlati.

Le aree servite

- **Area Nord:** Lombardia, Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche.
- **Area Centro, Sud e Isole:** Lazio, Abruzzo, Campania, Basilicata, Puglia, Molise, Calabria, Sicilia, Sardegna.

“

Siamo convinti che questo nuovo assetto organizzativo possa dare grande impulso alle competenze, alle specializzazioni e alle capacità progettuali che contraddistinguono un distributore evoluto come Sonepar Italia e possa supportare la crescita aziendale.

La transizione verso un'organizzazione costruita attorno al lavoro sinergico delle business area con le tre business unit - Industry, Building e Sustainability - ci permetterà di offrire un supporto più efficace al nostro network, con un coordinamento della filiera interna più serrato, consentendoci di portare sul mercato soluzioni e tecnologie dall'elevato valore aggiunto grazie a professionisti sempre più specializzati.

”

Sergio Novello
Presidente e AD Sonepar Italia

LA RIORGANIZZAZIONE SPECIALISTICA: LE BUSINESS UNIT

Per assicurare la massima efficienza, abbiamo sviluppato un modello organizzativo che si basa non solo sulle due Business Area territoriali ma anche su tre Business Unit, ciascuna specializzata in un settore chiave del mercato elettrico. Ogni Business Unit dispone di un team dedicato e altamente specializzato, focalizzato sullo sviluppo delle rispettive linee di prodotto. Questo approccio consente di offrire competenze, consulenze e servizi altamente specializzati sui vari ambiti e costruiti su misura per ogni cliente.

Grazie a questa organizzazione, siamo in grado di adattarci in modo flessibile e competitivo sul mercato, garantendo il massimo livello di qualità e completezza nei servizi e nelle offerte che proponiamo.

Business Unit: industry

La Business Unit Industry è dedicata a soddisfare le esigenze delle industrie, offrendo consulenza, supporto tecnico alla progettazione e soluzioni innovative e personalizzate. I nostri clienti possono contare su una vasta gamma di servizi, tra cui: sopralluogo, assistenza pre e post-vendita, consulenza tecnica e finanziaria e molto altro.

Le linee di prodotto di questa Business Unit spaziano dall'automazione industriale alla power distribution fino alle attrezzature e i materiali di consumo.

Grazie a questa offerta completa e all'esperienza del nostro team specializzato, siamo in grado di fornire soluzioni su misura che rispondono alle specifiche esigenze del settore industriale.

Le soluzioni proposte

- automazione industriale
- power distribution
- attrezzature e materiale di consumo

Business Unit: building

La Business Unit Building si concentra sul settore degli edifici residenziali, commerciali e pubblici, con l'obiettivo di renderli più efficienti, sicuri, confortevoli e sostenibili attraverso soluzioni di alta qualità. Nello specifico ci focalizziamo su quattro specializzazioni principali: illuminazione, soluzioni connesse, installazioni civili e cavi.

Offriamo ai nostri clienti servizi dedicati sia nella fase di

progettazione che nel post-vendita, fornendo soluzioni evolute che sfruttano tecnologie avanzate nei campi dell'elettronica, dell'informatica e della domotica.

Il nostro obiettivo è supportare i clienti nell'ottenere edifici all'avanguardia, sia dal punto di vista tecnologico che ambientale, contribuendo così a creare ambienti abitativi e lavorativi migliori e più sostenibili.

Le soluzioni proposte

- soluzioni connesse
- illuminazione
- installazioni civili
- cavi

Business Unit: sustainability

La Business Unit Sustainability offre soluzioni integrate per il comfort e il risparmio energetico. Nel campo delle energie rinnovabili, forniamo servizi di consulenza tecnica e progettazione degli impianti per la produzione di energia pulita, supportando i nostri clienti nel loro percorso verso una maggiore sostenibilità ambientale.

Nell'ambito della climatizzazione e termoidraulica, ci concentriamo sui sistemi per ambienti residenziali, commerciali e industriali, ponendo particolare attenzione al benessere termico e alla qualità dell'aria. Utilizziamo tecnologie avanzate per garantire soluzioni efficaci che migliorino il comfort degli utenti e riducano l'impatto ambientale.

Le soluzioni proposte

- energie rinnovabili
- termotecnica e climatizzazione

LA RIORGANIZZAZIONE DELLA STRUTTURA MANAGERIALE

Per accelerare la piena operatività del nuovo modello abbiamo modificato anche la struttura del management evolvendo il Comitato di Direzione in un innovativo leadership team in grado di dare ulteriormente concretizzare il valore per il cliente e valorizzare le competenze dei singoli manager.



capitolo 2

La sostenibilità in Sonepar

“ La più grande minaccia al nostro pianeta è la convinzione che lo salverà qualcun altro.

Robert Swan

”

La sostenibilità non è una moda passeggera ma un cambiamento di paradigma fondamentale e imprescindibile per garantire un futuro al nostro pianeta e ai nostri figli.

Oggi la sostenibilità non può più essere fatta con gli slogan o le dichiarazioni di intenti.

Servono visione strategica, piani di azione, attività in grado di produrre risultati concreti.

Un approccio che richiede un ripensamento dell'azienda ma che richiede anche apertura e coinvolgimento di tutti gli stakeholder.

Perché le aziende veramente sostenibili devono necessariamente essere orientate a produrre valore e benessere per tutti.

2.1 Il coinvolgimento degli stakeholder

Un modello di sviluppo sostenibile introduce una nuova prospettiva di analisi dei successi aziendali.

Infatti, i traguardi economici e finanziari sono interdipendenti con la creazione di valore condivisibile con i propri stakeholder.

Un'azienda, quindi, si può definire sostenibile se capace di valorizzare la voce delle persone da cui è costituita e con cui interagisce durante questo processo di ripartizione del valore. Al fine di comprendere le esternalità positive e negative generate dall'attività aziendale, è necessario iniziare da una mappatura puntuale degli stakeholder, coinvolgendoli

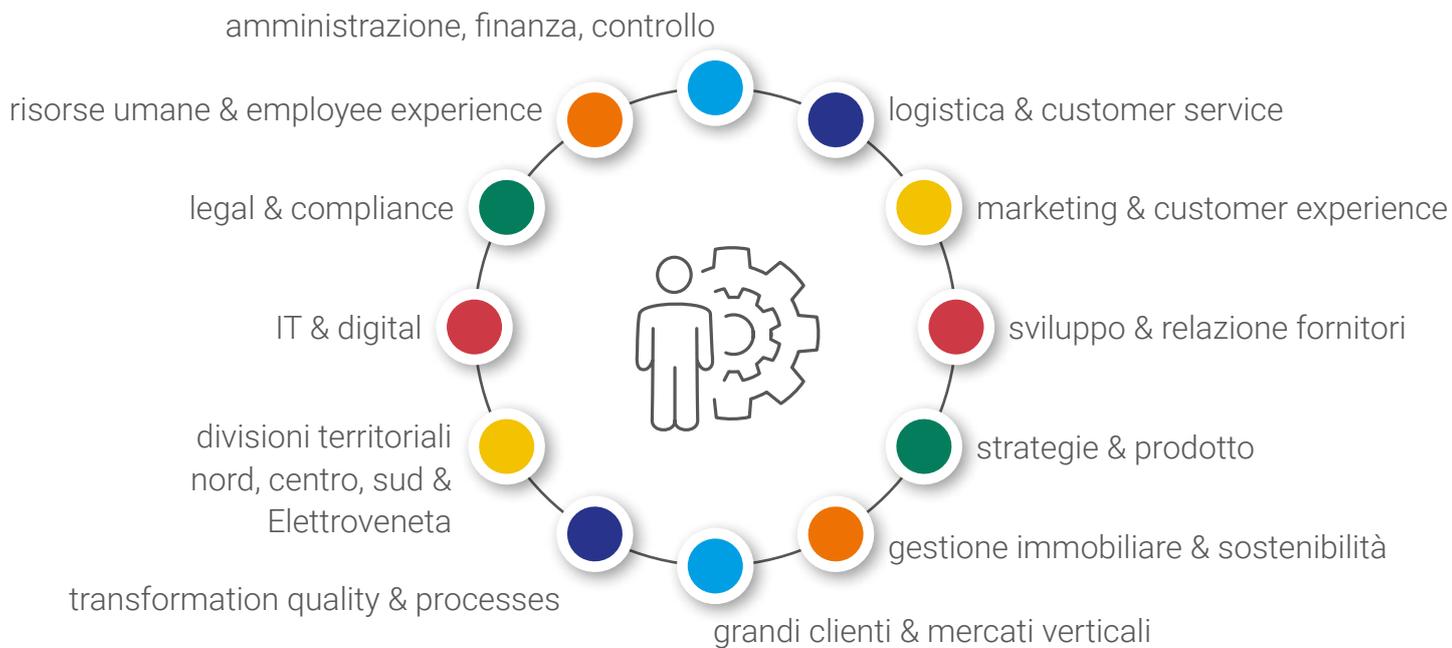
direttamente in un'indagine mirata a evidenziare, non solo le loro aspettative e le percezioni rispetto all'agire sostenibile dell'azienda, ma anche i temi di sostenibilità considerati da loro prioritari.

Tutte le attività realizzate sono state guidate dalla piena trasparenza e dal confronto attivo con tutti i portatori di interesse al fine di poter orientare al meglio sia l'attività di rendicontazione sia tutta l'attività di fine tuning e implementazione della strategia di sostenibilità nel medio-lungo periodo.

2.1.1 La mappatura degli stakeholder

Il primo step propedeutico all'attività di engagement è stata la mappatura degli stakeholder. Quest'attività è stata realizzata nel corso di un **focus group** - gestito e moderato da una società di consulenza specializzata in queste

attività - tenutosi presso la filiale di Elettroveneta di Schio in data 26 marzo 2024 e che ha visto il coinvolgimento di tutte le prime linee aziendali e nello specifico i manager di riferimento delle aree:



Al focus group ha preso parte anche il Presidente e Amministratore Delegato di Sonepar (Sonepar Italia, Elettroveneta, HDUEA).

L'obiettivo dell'attività è stato quello di identificare le strutture relazionali interne ed esterne dell'azienda, partendo dallo studio della catena del valore e delle operazioni quotidiane aziendali ed evidenziando, anche tramite l'uso di specifici strumenti operativi quali ad esempio la "matrice influenza-dipendenza", l'importanza e il potere delle

relazioni che l'azienda intrattiene con tutti i propri portatori di interesse.

L'attività ha permesso di individuare i profili degli stakeholder più significativi che, successivamente, sono stati utilizzati per la profilazione delle attività di engagement.



Clienti

- Elettricista/impiantista individuale
- Piccola impresa di elettricisti/impiantisti
- Grande impresa di elettricisti/impiantisti
- Studio di progettazione/Engineering
- Industria (OEM/MRO)
- Quadristi
- Rivendite di materiale elettrico
- Negozi o catene di retail
- Utilities o Pubbliche Amministrazioni



Fornitori

- Partner e fornitori di prodotti (fornitori core)
- Fornitori di servizi o materiali a supporto dell'attività aziendale (fornitori non core)



Altri stakeholder esterni

- Rappresentanti di enti di formazione, scuola e università
- Rappresentanti di enti o associazioni di volontariato, sportive o culturali
- Rappresentanti di associazioni di categoria
- Rappresentanti di enti di controllo/auditor
- Rappresentati mondo bancario



Stakeholder interni

- Collaboratore Sonepar
- Board o manager Sonepar

2.1.2 L'attività di engagement



Lo scopo principale dell'attività di ascolto e coinvolgimento degli stakeholder è stato quello di indagare le percezioni e le aspettative degli intervistati, interni ed esterni, in merito alla sostenibilità e all'agire contestuale di Sonepar.

I dati raccolti attraverso la combinazione dei pareri di tutti gli stakeholder coinvolti hanno consentito lo sviluppo della cosiddetta analisi di materialità ovvero l'individuazione dei temi materiali, quindi rilevanti, nell'ambito della sostenibilità.

Un'attenta valutazione del risultato ha permesso, quindi, di elaborare la gerarchizzazione dei temi materiali e presentarla visivamente tramite uno strumento schematico quale la matrice di materialità.

Le informazioni raccolte racchiudono un importante valore che può essere concretizzato nell'indirizzamento delle azioni e della strategia di sostenibilità di Sonepar. Sono altresì utili per la redazione del presente bilancio, il cui obiettivo ultimo rimane quello di mostrare in modo chiaro e accessibile gli sforzi compiuti dall'azienda. Tenendo fermi i criteri di struttura e impostazione previsti dal framework GRI, questo bilancio mira anche a essere uno strumento di rendicontazione e di comunicazione, con lo scopo di condividere informazioni preziose in maniera accessibile.

Il cuore dell'attività di engagement è stata la somministrazione di un apposito questionario tramite metodologia CAWI/MAWI che **ha generato 1.644 risposte**.

Il questionario è stato veicolato, sia esternamente sia internamente, tramite un'azione mirata di direct e-mailing.

A livello interno, i risultati dell'analisi sono stati arricchiti e approfonditi tramite interviste one to one con i responsabili di tutte le funzioni aziendali inizialmente coinvolti anche nel focus group per la mappatura degli stakeholder. Le interviste hanno permesso di indagare la sensibilità dei rappresentanti dei livelli più rilevanti di governance aziendale verso le tematiche della sostenibilità.

Il profilo dei rispondenti evidenzia un altissimo grado di partecipazione interno, pari all'86% del totale.

Il numero assoluto delle risposte ricevute dagli stakeholder interni è, inoltre, notevolmente aumentato rispetto al precedente anno.

Il dato rappresenta indubbiamente un segnale positivo per l'azienda, che nell'anno trascorso è riuscita a costruire un'efficace strategia interna per incrementare la sensibilità dei propri collaboratori verso il tema della sostenibilità.

Seppur la percentuale dei rispondenti esterni risulta visibilmente inferiore (14%), è necessario notare che, al fine della rappresentatività del campione, il numero di risposte ottenute dalle categorie di stakeholder esterni più rilevanti

in termini operativi è da considerarsi complessivamente positivo, anche se minore in termini assoluti rispetto al numero di collaboratori interni.

A titolo esemplificativo, gli elettricisti e piccoli impiantisti hanno inoltrato un totale di 104 risposte, che in termini percentuali corrisponde al 6% del totale, ma in termini assoluti garantisce le opinioni di più di cento voci di soggetti esterni all'azienda (in crescita del 9% rispetto all'anno scorso).

Con lo scopo di migliorare ulteriormente la rappresentatività del campione, ci impegneremo a potenziare i canali di engagement degli stakeholder esterni, soprattutto tramite i punti vendita, per raggiungere un tasso di ingaggio positivo quanto quello interno.

1.644

I rispondenti alla survey di stakeholder engagement

+77%

L'incremento del numero dei partecipanti alla survey

2

I rispondenti alla survey

	numero	%
STAKEHOLDER ESTERNI		
Elettricista/piccolo impiantista	104	6%
Grande impresa elettricisti/impiantisti	30	2%
Industria (OEM - MRO)	21	1%
Partner Sonepar - fornitore prodotti	52	3%
Fornitore di servizi o materiali a supporto dell'attività aziendale	20	1%
STAKEHOLDER INTERNI		
Dipendente/responsabile punto vendita Sonepar	1.344	82%
Board/manager Sonepar	73	5%
TOTALE	1.644	100%

2.1.3 La sostenibilità dal punto di vista degli stakeholder

LA DOMANDA DELLA SURVEY

Secondo te, un'azienda sostenibile è un'azienda che...

Sostenibilità è un concetto in divenire. È un tema ampio che presenta numerose sfaccettature.

Il significato che un soggetto o un'azienda attribuisce alla sostenibilità tende ad indirizzare le azioni che tale soggetto intende intraprendere per diventare più sostenibile.

Per questo, la prima domanda della survey vuole indagare la definizione del concetto di azienda sostenibile secondo gli stakeholder di Sonepar.

Il **rispetto dell'ambiente e del territorio registra il valore più alto (64%)** a testimonianza del fatto che l'attenzione per il cambiamento climatico ed il rispetto delle risorse del nostro pianeta sono considerati aspetti chiave di una strategia di sviluppo aziendale sostenibile.

Anche il tema della **transizione energetica ed ecologica** registra una percentuale di preferenze elevata (61%), con un tasso percentuale nettamente maggiore per gli stakeholder interni (66%) rispetto agli esterni (19%). Questa differenza è probabilmente legata al ruolo di Sonepar nel mondo elettrico che comporta una crescita della sensibilità e della cultura della popolazione aziendale su questi ambiti.

Per quanto concerne la sfera sociale, il 42% degli intervistati

evidenzia l'importanza del **contributo dell'azienda al benessere collettivo di collaboratori interni ed esterni, a cui si affianca la creazione di un ambiente di lavoro sicuro (21%) e la garanzia di un trattamento paritario e senza discriminazioni (17%)**.

La tematica dell'**efficientamento** e della **riduzione degli impatti della logistica** totalizza il 40% generale, ma ottiene solo il 19% tra i rispondenti esterni.

Al contrario, l'**agire trasparente ed in modo etico** è più rilevante all'esterno (34%) piuttosto che tra i collaboratori interni (15%).

Infine, nella definizione di una strategia aziendale di sostenibilità, il 18% dei rispondenti attribuisce importanza all'impegno per l'innovazione e la digitalizzazione.

Per evitare un'eccessiva dispersione nelle risposte, gli intervistati potevano segnalare tre opzioni su una rosa di otto caratterizzazioni.

I risultati seguenti presentano le preferenze dell'ultima indagine raffrontata alle percentuali emerse nell'indagine dell'anno precedente.



Un'azienda che contribuisce al benessere collettivo (collaboratori, fornitori, comunità)

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	42%	58%	39%
2022	13%	13%	13%



Un'azienda che non inquina, che limita gli impatti ambientali e rispetta il territorio

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	64%	52%	66%
2022	68%	67%	66%



Un'azienda che efficienta e riduce gli impatti della logistica

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	40%	19%	43%
2022	32%	24%	35%



Un'azienda che contribuisce attivamente alla transizione ecologica ed energetica

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	61%	33%	66%
2022	67%	57%	71%



Un'azienda attenta alle condizioni di lavoro e alla sicurezza dei suoi collaboratori

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	21%	32%	20%
2022	16%	16%	16%



Un'azienda che garantisce parità di trattamento ai collaboratori

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	17%	11%	19%
2022	14%	11%	15%



Un'azienda impegnata sul fronte dell'innovazione e della digitalizzazione

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	15%	17%	14%
2022	10%	12%	10%



Un'azienda che opera in maniera trasparente ed etica

	totale stakeholder	stakeholder esterni	stakeholder interni
2023	18%	34%	15%
2022	14%	14%	13%



2.1.4 Il percepito sostenibile di Sonepar

LA DOMANDA DELLA SURVEY

Dal tuo punto di vista, quanto Sonepar è un'azienda...

Sulla base delle opzioni esplorate nella domanda precedente, abbiamo chiesto agli intervistati di valutare su base soggettiva l'operato di Sonepar in riferimento alle declinazioni della sostenibilità elencate.

È stata utilizzata una scala a quattro valori qualitativi alla quale è stato collegato un valore quantitativo crescente per poter elaborare i dati medi:



Il punteggio totalizzato dall'azienda è notevolmente positivo, registrando **valori superiori al 2,5 in tutti i campi**. È inoltre rilevante il grado di corrispondenza tra i dati interni ed esterni, evidente sintomo di allineamento tra i risultati concreti della strategia di sostenibilità implementata e la corretta percezione degli stakeholder supportata da un significativo sforzo comunicativo dei successi all'esterno dell'azienda.

La trasparenza e l'etica primeggiano insieme all'impegno per l'innovazione e la digitalizzazione. Gli intervistati riconoscono inoltre gli sforzi compiuti da Sonepar per la creazione di un ambiente di lavoro sicuro, paritario e privo di discriminazioni. Infatti, risulta positivo anche il dato sul contributo dell'azienda al benessere collettivo.



Quanto Sonepar è un'azienda che contribuisce al benessere collettivo

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	3%	38%	47%	12%
stakeholder esterni	4%	43%	41%	12%
stakeholder interni	2%	37%	49%	12%

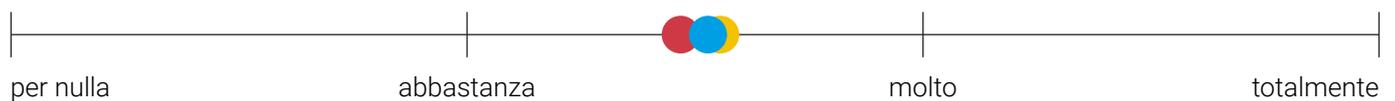


● media totale stakeholder - 2,69 ● media stakeholder esterni - 2,61 ● media stakeholder interni - 2,70



Quanto Sonepar è un'azienda che non inquina, che limita gli impatti ambientali e rispetta il territorio

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	3%	47%	42%	8%
stakeholder esterni	7%	47%	39%	7%
stakeholder interni	3%	47%	42%	8%

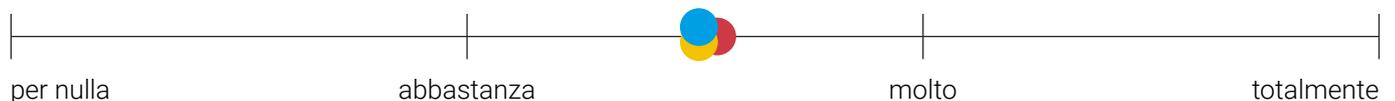


● media totale stakeholder - 2,53 ● media stakeholder esterni - 2,47 ● media stakeholder interni - 2,54



Quanto Sonepar è un'azienda che efficiente e riduce gli impatti della logistica

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	5%	47%	39%	9%
stakeholder esterni	9%	39%	41%	11%
stakeholder interni	5%	48%	39%	8%



● media totale stakeholder - 2,51 ● media stakeholder esterni - 2,55 ● media stakeholder interni - 2,51

2

2

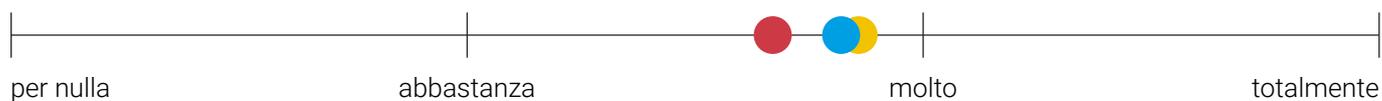
La sostenibilità in Sonepar

Il coinvolgimento degli stakeholder



Quanto Sonepar è un'azienda che contribuisce attivamente alla transizione ecologica ed energetica

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	2%	31%	52%	15%
stakeholder esterni	4%	41%	44%	11%
stakeholder interni	2%	30%	54%	14%

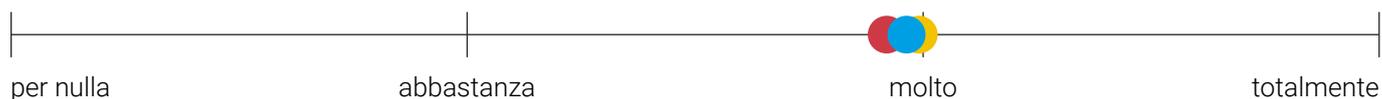


● media totale stakeholder - 2,78 ● media stakeholder esterni - 2,63 ● media stakeholder interni - 2,81



Quanto Sonepar è un'azienda attenta alle condizioni di lavoro e alla sicurezza dei suoi collaboratori

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	2%	25%	49%	24%
stakeholder esterni	0%	30%	50%	20%
stakeholder interni	2%	25%	48%	25%



● media totale stakeholder - 2,94 ● media stakeholder esterni - 2,88 ● media stakeholder interni - 2,95



Quanto Sonepar è un'azienda che garantisce parità di trattamento ai collaboratori

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	3%	25%	42%	30%
stakeholder esterni	1%	33%	48%	18%
stakeholder interni	4%	24%	41%	31%



● media totale stakeholder - 2,98 ● media stakeholder esterni - 2,82 ● media stakeholder interni - 3,00



Quanto Sonepar è un'azienda impegnata sul fronte dell'innovazione e della digitalizzazione

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	1%	13%	49%	37%
stakeholder esterni	2%	21%	50%	27%
stakeholder interni	1%	11%	49%	39%

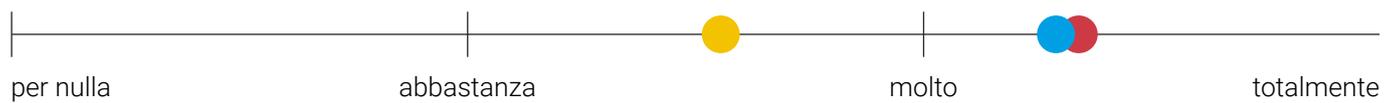


● media totale stakeholder - 3,23 ● media stakeholder esterni - 3,02 ● media stakeholder interni - 3,27



Quanto Sonepar è un'azienda che opera in maniera trasparente ed etica

	per nulla	abbastanza	molto	totalmente
totale stakeholder	1%	14%	42%	43%
stakeholder esterni	3%	26%	48%	23%
stakeholder interni	1%	13%	41%	45%



● media totale stakeholder - 3,25 ● media stakeholder esterni - 2,90 ● media stakeholder interni - 3,30

2

2.2 Analisi di materialità

L'analisi di materialità è un processo fondamentale che coinvolge gli stakeholder per identificare e valutare le tematiche più significative e prioritarie per un'azienda. Questo approccio aiuta a definire in modo ottimale la strategia e le azioni di sostenibilità, indirizzandole verso le vere esigenze e richieste di tutte le parti interessate.

In questo paragrafo, verranno presentati due strumenti utilizzati per analizzare e valutare i temi materiali.

Matrice di Materialità

La Matrice di Materialità rappresenta graficamente l'importanza e l'impatto delle varie tematiche sulla sostenibilità dell'azienda. Le tematiche vengono posizionate su un grafico a due assi in base alla loro rilevanza per l'azienda e il loro impatto sugli stakeholder. Le tematiche considerate più rilevanti e con un impatto significativo occupano posizioni strategiche all'interno della matrice sebbene in un'ottica di doppia materialità tutte le evidenze dell'attività di engagement rappresentano temi sensibili per la politica di sostenibilità aziendale.

Prioritizzazione dei Temi Materiali

Il processo di Prioritizzazione dei Temi Materiali implica la valutazione e il ranking delle tematiche in base alla loro importanza e urgenza.

Le tematiche vengono valutate considerando criteri come l'impatto sull'azienda, l'interesse degli stakeholder e le normative vigenti.

Le tematiche più cruciali e urgenti vengono identificate e ricevono priorità nell'allocazione delle risorse e nella pianificazione delle azioni di sostenibilità.

Questi strumenti saranno utilizzati per orientare l'attività di comunicazione sull'agire sostenibile, evidenziando e approfondendo le tematiche più sensibili per gli stakeholder esterni. Inoltre, indirizzeranno la governance aziendale verso ambiti e progetti realmente rilevanti per l'impresa, i suoi interlocutori interni e i suoi partner esterni, contribuendo così alla creazione di valore condiviso.



2.2.1 Matrice di materialità

LA DOMANDA DELLA SURVEY

Sul piano ambientale, sociale ed economico e di governance quanto è importante che Sonepar si impegni nei seguenti ambiti?

Le evidenze raccolte attraverso l'attività di stakeholder engagement sono state impiegate nella costruzione della matrice di materialità.

La realizzazione grafica della matrice non rientra più tra le richieste dei GRI Sustainability Reporting Standards, ma scegliamo di utilizzare ancora questo strumento visuale per la sua intelligibilità ed efficacia visiva. La matrice permette, infatti, di individuare in modo chiaro le intersezioni dei temi rilevanti per Sonepar e per gli stakeholder esterni.

L'interpretazione del grafico tiene in considerazione che – in base a quanto previsto anche dai futuri standard ESRS e dal principio di doppia materialità – l'identificazione dei temi materiali deve essere il risultato della combinazione tra le tematiche che riscontrano la contemporanea rilevanza per le due tipologie di stakeholder e quelle che sono considerate prioritarie anche per una sola tipologia di interlocutori.

Questa tipologia di analisi permette di:

- orientare la comunicazione sulla strategia di sostenibilità messa in atto da Sonepar verso le tematiche realmente sensibili per gli stakeholder esterni;
- evidenziare i temi e gli ambiti di azione maggiormente rilevanti per l'impresa e i suoi interlocutori esterni al fine di indirizzare la governance aziendale nella costruzione di un effettivo percorso di creazione di valore condiviso.

Sulla base dell'analisi del modello di business Sonepar e del modello economico-aziendale del settore elettrico nonché sulla base degli studi di sostenibilità generali e verticali per questo settore sono state individuate 16 tematiche utilizzate nel questionario di ascolto.

Le tematiche indagate

Queste tematiche sono state ripartite in tre domande focalizzate su:

- tematiche ambientali (6 issue);
- tematiche sociali (5 issue);
- tematiche economiche e di governance (5 issue).

La scala di valori

Per tutte le 16 tematiche è stato chiesto al rispondente di esprimere un giudizio di rilevanza da 1 ("per nulla importante") a 5 ("essenziale").

Interesse per gli stakeholder esterni

È stato rilevato calcolando la media ponderata delle risposte di tutti i portatori di interesse esterni (esclusi quindi i collaboratori e il board aziendale) alla domanda specifica prevista nel questionario.

Interesse per Sonepar

Sul fronte interno l'analisi dell'interesse e della rilevanza è stata condotta sia con i collaboratori sia con il board (analisi questa condotta sia a livello quantitativo tramite la survey sia a livello qualitativo tramite le interviste in profondità).

Non si è voluto, quindi, limitare l'analisi interna al board in quanto crediamo fortemente che lo sviluppo sostenibile dell'azienda, per quanto guidato ed indirizzato dai vertici, sia il risultato della creazione di una cultura che coltiva la sostenibilità in tutti i livelli dell'organizzazione e che porta ad una volontà di partecipazione da parte di tutti i collaboratori.

TEMATICHE AMBIENTALI

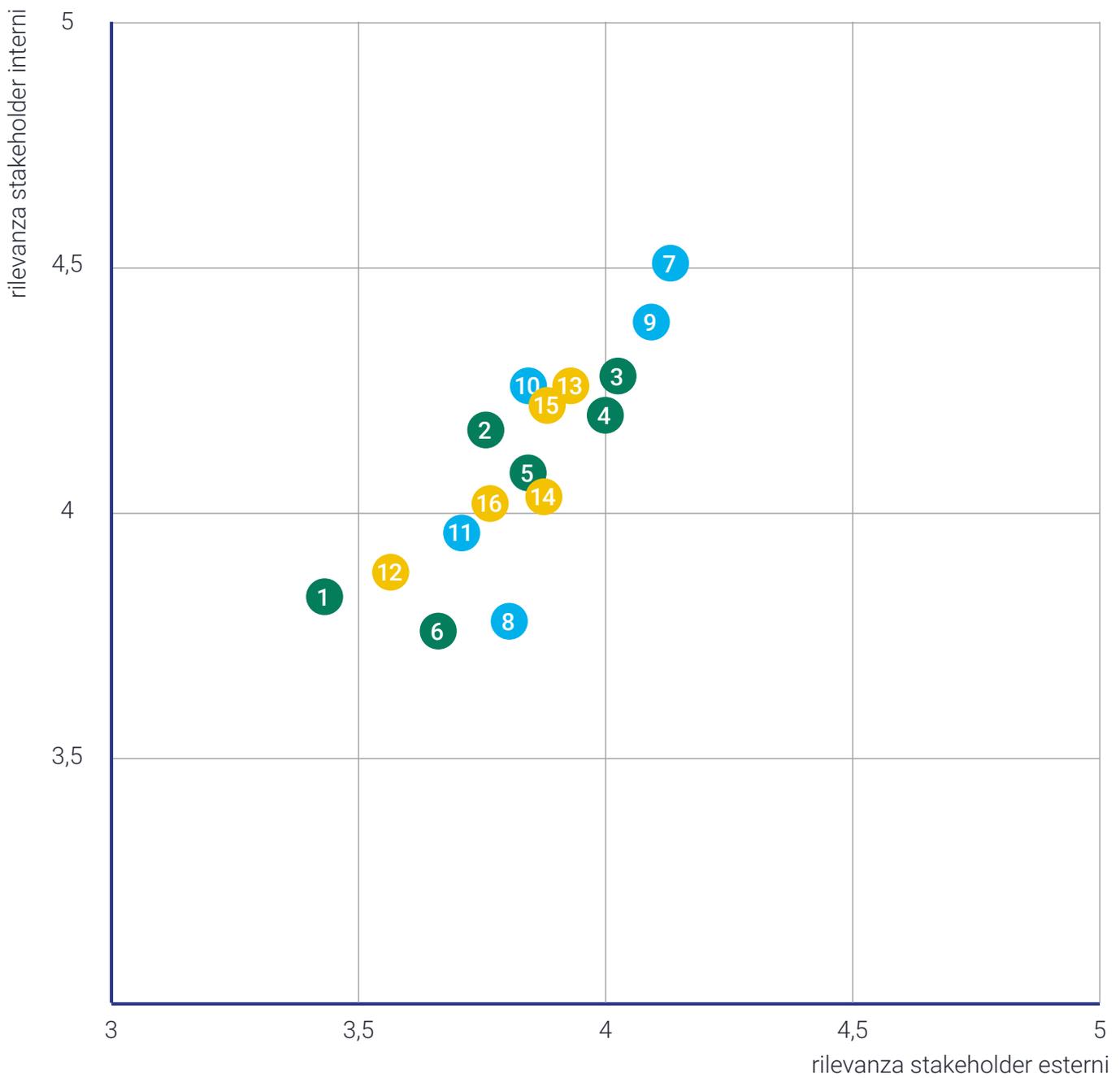
		totale	esterni	interni
1	Riduzione degli impatti dei punti vendita e delle sedi	3,77	3,45	3,83
2	Riduzione degli impatti della logistica e dei trasporti	4,11	3,79	4,17
3	Riduzione del packaging e dei rifiuti	4,25	4,07	4,28
4	Riduzione delle emissioni	4,17	4,00	4,20
5	Proposta di prodotti ad alto efficientamento energetico	4,04	3,89	4,07
6	Monitoraggio degli impatti ambientali dei fornitori	3,75	3,69	3,76

TEMATICHE SOCIALI

7	Condizioni di lavoro e sicurezza dei d	4,46	4,18	4,51
8	Condizioni di lavoro e sicurezza dei fornitori	3,79	3,84	3,78
9	Sviluppo dei talenti e formazione dei collaboratori	4,36	4,14	4,39
10	Sviluppo di progetti di pari opportunità e inclusione	4,21	3,88	4,26
11	Sviluppo di interventi a supporto della collettività e della solidarietà	3,93	3,74	3,96

TEMATICHE ECONOMICHE E DI GOVERNANCE

12	Creazione di benessere per tutti gli stakeholder	3,84	3,59	3,88
13	Trasparenza, etica e integrità della gestione	4,22	3,97	4,26
14	Gestione etica e trasparente dei fornitori	4,02	3,90	4,04
15	Progetti di innovazione e digitalizzazione	4,18	3,92	4,22
16	Promozione di un comportamento sostenibile presso i clienti	3,99	3,80	4,02



2.2.2 Priorizzazione dei temi materiali

Dall'entrata in vigore nel 2023 del "GRI 3 - Temi materiali" inserito nello standard universale GRI, la materialità dei temi è analizzata anche dal punto di vista della priorità d'intervento.

La seguente gerarchizzazione dei temi è il risultato di una complessa valutazione che ha visto il coinvolgimento di esperti ed opinion leader di settore ed è emersa dall'analisi quantitativa e qualitativa delle molteplici attività di stakeholder engagement citate.

1. EFFICIENTAMENTO DELLA LOGISTICA



Impegno costante rivolto all'ottimizzazione dei processi e dei materiali utilizzati attraverso uno studio puntuale su warehouse e transport management, accompagnato dall'obiettivo contestuale di miglioramento del lead time e del grado di soddisfazione del cliente.

Attività chiave:

- Efficientamento dei processi di movimentazione interna ed esterna dei prodotti
- Monitoraggio dei trasporti esterni e della movimentazione interna
- Riduzione emissioni del warehouse e transport management

2. INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE



Potenziamento costante dell'interfaccia digitale dell'azienda come strumento per coltivare la vicinanza al cliente ed investimento continuo nella transizione digitale dell'azienda, ponendo particolare attenzione al tema della cybersecurity.

Attività chiave:

- Implementazione robusta della trasformazione digitale nei processi di business e nella relazione con il cliente
- Offerta di un'esperienza sempre più omnichannel
- Massimizzazione della sicurezza nella gestione dei dati e delle informazioni

3. ATTENZIONE ALLE PERSONE



Impegno nella creazione di un ambiente di lavoro sano e sicuro, che garantisca parità di genere e assenza di discriminazioni e che favorisca lo sviluppo personale e professionale, parallelamente incrementando l'attrattiva dell'azienda per il reclutamento di talenti esterni.

Attività chiave:

- Massima attenzione alla sicurezza dei luoghi e delle condizioni di lavoro
- Politiche di diversità, equità e inclusione reali e integrate nel modello di business
- Formazione e sviluppo personale e professionale di tutti i collaboratori

4. GESTIONE SOSTENIBILE DELLE CATENE DI FORNITURA



Attenzione nella valutazione del grado di sostenibilità dei marchi distribuiti e dei partner aziendali, e impegno per la costruzione di relazioni basate su etica e trasparenza lungo tutta la catena di approvvigionamento e distribuzione.

Attività chiave:

- Focus crescente sulla sostenibilità dei fornitori
- Gestione trasparente ed etica delle supply chain
- Introduzione di nuovi criteri di procurement basati su valutazioni di sostenibilità

5. SOSTENIBILITÀ DEI PUNTI VENDITA E DELLE INFRASTRUTTURE



Attenzione al miglioramento costante di tutte le infrastrutture e i punti vendita al fine di ottimizzare le prestazioni dal punto di vista del fabbisogno energetico, idrico e della gestione dei rifiuti.

Il tutto mantenendo la promessa di offrire la miglior esperienza di acquisto al cliente.

Attività chiave:

- Efficientamento costante delle strutture (sedi, centri di distribuzione e punti vendita)
- Massima attenzione in una gestione dei rifiuti efficiente e sostenibile
- Garanzia della miglior experience nel punto vendita

6. CONTRIBUTO ALLA TRANSIZIONE ENERGETICA



Impegno nella sensibilizzazione dei professionisti del mondo energetico sul tema della transizione in chiave sostenibile, attraverso attività di consulenza e formazione ma anche tramite iniziative specifiche sui prodotti quali lo sviluppo del progetto Green Offer.

Attività chiave:

- Potenziamento della Green Offer (più prodotti e più informazioni)
- Formazione e divulgazione sui temi di sostenibilità presso i clienti e gli attori della catena del valore
- Sviluppo di servizi e consulenze verticalizzate sui temi green



7. GESTIONE SOSTENIBILE DI PACKAGING E RIFIUTI



Investimento nell'efficienza di gestione dei packaging coinvolti nelle operazioni aziendali e ricerca costante di soluzioni alternative per incrementare le opportunità di riutilizzo e minimizzare gli sprechi, riducendo parallelamente la quantità di rifiuti da smaltire.

Attività chiave:

- Riduzione del packaging e dei rifiuti generati soprattutto dalle attività core
- Sviluppo progetti di circolarità
- Utilizzo crescente di materiali sostenibili e rinnovabili sia da parte di Sonepar sia da parte dei fornitori

8. TRASPARENZA ED ETICA



Impegno nella diffusione di una cultura saldamente fondata sulla trasparenza e su un operare etico, con l'obiettivo ultimo di mantenere elevati standard di integrità nella gestione e rafforzare la fiducia degli stakeholder nei confronti della realtà aziendale.

Attività chiave:

- Garanzia del più alto livello di etica del business
- Costruzione di relazioni forti e credibili con gli stakeholder
- Garanzia della totale compliance

9. CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO



Rilettura e reinterpretazione della catena di creazione del valore in un'ottica di condivisione dello stesso con gli stakeholder interni ed esterni e con il territorio in cui l'azienda opera.

Attività chiave:

- Focus su tutti gli stakeholder
- Ruolo attivo nel contesto socio-economico di riferimento
- Generazione reale di un benessere condiviso per tutti i portatori di interesse Sonepar

2.3 La comunicazione della sostenibilità Sonepar

LA DOMANDA DELLA SURVEY

Indica quali canali secondo te possono essere particolarmente funzionali per comunicarti la sostenibilità di Sonepar

La comunicazione della sostenibilità aziendale è un'operazione imprescindibile che garantisce il rafforzamento del rapporto con gli stakeholder interni ed esterni, stimolando l'interesse per la strategia di sviluppo sostenibile messa in atto ed evidenziando il processo di creazione del valore condiviso. Per questo gli stakeholder intervistati sono stati invitati ad esprimere la propria opinione su quali possano essere i canali di interesse per trasmettere le informazioni rispetto agli impegni sostenibili di Sonepar.

Per evitare un'eccessiva dispersione delle risposte con conseguente perdita di significato delle indicazioni raccolte, è stato possibile indicare solo due opzioni.

Questo limite ha modificato in modo rilevante il valore assoluto delle percentuali espresse evidenziando così i reali canali prioritari e di interesse per gli stakeholder.

Gli strumenti principali individuati sono i social media (35%) e il sito internet aziendale (38%) che, oltre a rispecchiare il forte orientamento digitale dell'azienda, costituiscono dei canali facilmente accessibili, rapidamente aggiornabili e in grado di offrire un livello di approfondimento crescente e in linea con le aspettative e gli interessi del singolo utente. Una percentuale rilevante (33%) ha mostrato interesse per le attività di comunicazione presso i punti vendita che, da sempre, rappresentano un punto di contatto imprescindibile tra azienda e cliente. Significativa anche la quota di rispondenti (29%) che indica nel bilancio di sostenibilità uno strumento fondamentale per avviare qualsiasi strategia di comunicazione di sostenibilità. A prescindere dal canale scelto, i contenuti comunicati dovranno essere in linea con quanto richiesto dagli emergenti quadri normativi (come, ad esempio, la Direttiva sui Green Claims).

2



Bilancio di sostenibilità

totale	esterni	interni
29%	26%	29%



Brochure specifiche

totale	esterni	interni
14%	11%	14%



Campagne pubblicitarie specifiche

totale	esterni	interni
21%	19%	22%



Sito internet aziendale

totale	esterni	interni
38%	43%	37%



Sito internet dedicato

totale	esterni	interni
9%	15%	8%



Social media

totale	esterni	interni
35%	23%	37%



Articoli su riviste di settore

totale	esterni	interni
7%	4%	7%



Attività sui punti vendita

totale	esterni	interni
33%	32%	33%

2.4 La politica di sostenibilità



Il primato globale raggiunto dal Gruppo Sonepar nella distribuzione di prodotti e soluzioni elettriche ci affida un'indiscutibile responsabilità nel guidare la transizione del mercato elettrico verso la sostenibilità.

Una politica di sostenibilità efficace deve essere integrata e concreta, concepita su scala globale ma applicabile ad ogni realtà organizzativa appartenente al Gruppo.

Con l'obiettivo ultimo di rimanere un punto di riferimento per i fornitori, i clienti e tutti gli stakeholder, il Gruppo ha dunque elaborato un piano strategico integrato per costruire una filosofia globale di sostenibilità e per orientare concretamente le operazioni dei prossimi cinque anni. Come branch operativa sul territorio italiano il nostro obiettivo è recepire e concretizzare questa visione generale contestualizzandola sulle specificità tecniche, normative e di mercato del nostro paese.

La formalizzazione della nostra politica di sostenibilità

prende in esame la matrice di materialità, le attività di mappatura e gestione del rischio e le voci degli stakeholder interni ed esterni, il tutto in armonia con il Purpose del Gruppo. Il piano strategico, denominato **Impact Plan**, si fonda su **quattro pilastri e tre campi d'azione** ed orienta l'agire nelle tre aree di ambiente, governance e persone. Sul fondamento di tale approccio, sono stati individuati e definiti tre ambiti di azioni

GLI AMBITI DI AZIONE

Governance e integrità

Sono riconosciute come motori fondamentali per la crescita sostenibile di Sonepar.

A questi due aspetti deve necessariamente essere correlata anche la compliance letta come fonte di creazione del valore ma anche come principio guida nell'ottimizzazione dei processi e nelle operazioni di gestione e mitigazione dei rischi.

Concretizziamo questo valore attraverso un programma specifico - il **Compliance Program** - concepito nell'ottica di miglioramento costante e orientato al pieno rispetto di stringenti norme etiche.

Ambiente

Siamo consapevoli dell'importanza e della rilevanza del ruolo che possiamo ricoprire nell'indirizzare il mercato elettrico verso orizzonti più sostenibili. Per questo ci impegniamo a favorire la transizione del mercato verso fonti di energia pulita e soluzioni circolari, concentrandoci, inoltre, sulla minimizzazione dei nostri impatti ambientali e della nostra impronta di carbonio (attraverso un approccio validato nel 2022 dalla Science Based Targets Initiative - SBTi). Il contesto delineato dalla confluenza tra sostenibilità e valori aziendali disegna, quindi, le linee guida nell'elaborazione della nostra politica e della nostra linea di azioni. Il piano strategico deve, di conseguenza, riflettere le ambiziose aspettative di crescita del Gruppo, coincidenti con le prospettive di accelerazione globale dell'elettrificazione e di impiego di energie rinnovabili.

Capitale sociale e umano

Questo ambito si traduce nella rilevanza che attribuiamo alle persone, siano esse dipendenti o stakeholder esterni.

Questa tematica evidenzia il nostro impegno nel costruire un ambiente di lavoro inclusivo e sicuro, una gestione delle risorse umane ottimizzata e un'organizzazione flessibile che valorizzi tutti i livelli strutturali.

A sostegno delle tre vie di azione, l'Impact Plan del Gruppo Sonepar individua quattro pilastri portanti.

I PILASTRI PORTANTI

Performance

Mantenere elevati livelli di performance economico-finanziaria costituisce un fattore prioritario per dare continuità alla creazione di valore condiviso lungo tutta la catena del valore.

I due target principali individuati al fine di garantire performance di successo sono:

- la **digitalizzazione**, in grado di garantire l'efficienza dell'esperienza d'acquisto omnichannel;
- l'**automazione e standardizzazione** dei processi attraverso l'utilizzo di strumenti di robotica e l'applicazione dell'Internet of Things.

Clienti

Il cliente al centro rappresenta uno dei nostri quattro valori fondamentali. Questo focus viene declinato tramite due principi:

- il più alto livello di **personalizzazione dell'offerta** e del servizio;
- l'impegno costante per **innovare ed ottimizzare** le soluzioni offerte, anche attraverso l'eccellenza di un'esperienza di acquisto omnicanale.

La struttura dell'Impact Plan offre l'opportunità di evidenziare ancora una volta le intersezioni e le molteplici sfaccettature che si originano nella progettazione di un piano di sostenibilità integrato.

Gli obiettivi concepiti dal Gruppo Sonepar nell'ambito dei quattro pilastri generano tra di loro interdipendenze e favoriscono intersezioni tra le aree di azione, esigendo che gli impegni in senso sostenibile siano sempre valutati attraverso un'interpretazione olistica, come previsto nel contesto di una strategia di sostenibilità efficacemente integrata.

Anche in Italia vogliamo ispirarci ai principi e al plan del Gruppo per elaborare un modello di business responsabile che conduca alla creazione di valore condiviso generando ricadute positive per tutti gli stakeholder e il territorio.

Pianeta

In linea con gli Accordi di Parigi, il Gruppo Sonepar si impegna a ridurre la propria impronta di carbonio in tutti i paesi in cui opera e ad agire per limitare l'aumento della temperatura globale a 1.5 °C. Per questo sono stati implementati piani di **formazione intensiva** sulla sostenibilità e iniziative come il programma **Green Offer**, anche nell'ottica di raggiungere il Net Zero a livello globale.

Persone

Riconosciamo l'importanza delle persone che collaborano nel processo di creazione di valore e a tal fine identifichiamo tre priorità per una gestione più sostenibile ed una valorizzazione delle risorse umane:

- la creazione di un **ambiente di lavoro inclusivo ed equo** che garantisca lo sviluppo e la formazione dei dipendenti;
- la predisposizione di strumenti di **analisi dati per la gestione dei talenti** interni e per monitorare il loro coinvolgimento e benessere;
- la creazione di un'**organizzazione flessibile** che incentivi la crescita e lo sviluppo continuo delle conoscenze ad ogni livello della struttura organizzativa.

2.5 Sonepar e gli SDG's

La sostenibilità rappresenta un cambio radicale di paradigma. Lo sviluppo sostenibile rivoluziona il concetto di crescita economica lineare aggiungendo obiettivi trasversali per il benessere delle persone e del pianeta. Impone di tenere in considerazione i bisogni delle generazioni future ed invita ad una nuova prospettiva d'analisi sulle azioni nel presente.

Nel tentativo di evidenziare le principali aree di intervento e per guidare il cambiamento, nel settembre 2015 i governi dei paesi membri dell'ONU hanno sottoscritto l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, individuando 17 obiettivi generali e 169 target specifici.

L'Agenda coinvolge direttamente i paesi e tutte le componenti della società civile, invitando ogni soggetto a prendere parte a un nuovo modello di sviluppo che equilibra gli interessi economici con il rispetto del pianeta e delle persone. Le imprese che scelgono la sostenibilità sono consapevoli

dell'impatto positivo che essa può avere sulla propria catena del valore, guidando nuove strategie per la creazione di un concreto vantaggio competitivo nel rispetto dell'ambiente e delle persone.

Riconosciamo il potere che la sostenibilità ha per incrementare l'efficienza e le performance della propria catena del valore e, quindi, in accordo con la strategia Impact Plan del Gruppo Sonepar, le azioni da noi intraprese in Italia e identificate come possibili contributi per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 sono state organizzate secondo i quattro pilastri di performance, persone, pianeta e clienti.

È significativo notare come gli stessi obiettivi dell'Agenda siano impattati dall'agire strategico concepito nell'ambito di pilastri diversi, come prova della permeabilità dei contorni che delimitano i tre temi di governance, persone e pianeta.



PERFORMANCE



Ci impegniamo quotidianamente per creare una governance efficace in grado di ottimizzare la catena del valore e contribuendo al benessere generale dei nostri stakeholder. L'ottimizzazione costante dei processi, lo sviluppo continuo dei talenti interni e la creazione di un ambiente di lavoro sicuro ed inclusivo garantiscono l'eccellenza della performance.

Innovazione, digitalizzazione, inclusione e integrità sono i fondamenti che i vertici dell'azienda seguono per tracciare la strategia di sostenibilità e crescita interna.

Coerentemente con questo possiamo identificare tre principi che indirizzano le nostre azioni:

- **INTEGRAZIONE:** vogliamo integrare sempre più gli obiettivi di sostenibilità nelle prospettive di crescita aziendale;
- **RESPONSABILITÀ:** siamo consapevoli delle responsabilità dei vertici aziendali nell'elaborazione di una strategia sostenibile di creazione del valore e del ruolo di tutti i livelli aziendali nella sua concretizzazione;
- **INNOVAZIONE:** concretizziamo una prospettiva di crescita che incentivi l'innovazione e l'ottimizzazione, valorizzando tutti gli anelli della catena del valore, siano essi persone o infrastrutture, al fine di generare benessere condiviso.

CLIENTI



In Sonepar mettiamo da sempre al centro i nostri clienti e il loro grado di soddisfazione. Il nostro impegno è volto a migliorare costantemente l'esperienza complessiva di interazione con il cliente, investendo nella qualità delle soluzioni offerte, in un'esperienza accessibile e multicanale nonché in una logistica efficiente.

Coerentemente con questo possiamo identificare tre principi che indirizzano le nostre azioni:

- **DIGITALIZZAZIONE:** investiamo costantemente nella digitalizzazione per favorire un'esperienza multicanale intuitiva, coinvolgente ed efficiente, con un'attenzione particolare rivolta ai temi della tutela dati e della cybersecurity;
- **AFFIDABILITÀ:** potenziamo quotidianamente la qualità della nostra offerta al fine di alimentare l'affidabilità del marchio, attraverso innovazione costante e ottimizzazione della logistica;
- **TRASPARENZA:** promuoviamo con forza un rapporto di fiducia con il cliente basato sull'integrità e la trasparenza.

2

PIANETA



Il benessere del pianeta e la fruibilità delle sue risorse rappresenta un ingrediente fondamentale per la continuità delle attività umane, e quindi dell'azienda.

Il nostro ruolo centrale nel mercato elettrico ci chiama a essere responsabili riducendo i nostri impatti e garantendo soluzioni energetiche più sostenibili.

Coerentemente con questo possiamo identificare tre principi che indirizzano le nostre azioni:

- **RIDUZIONE:** ci impegniamo concretamente per la riduzione costante delle emissioni delle nostre attività e dei nostri processi;
- **TRANSIZIONE:** siamo determinati ad assumere un ruolo di leadership nella guida della transizione verso un mercato elettrico più sostenibile;
- **CIRCOLARITÀ:** implementiamo azioni ed iniziative sempre più specifiche e concrete volte all'incremento della sensibilità ambientale e della circolarità dei processi.

PERSONE



Riconosciamo l'importanza dei nostri stakeholder. Collaboratori, collaboratrici, fornitori e partner sono in primo luogo persone e ci impegniamo a massimizzare il loro benessere e ottimizzare la loro esperienza, con la consapevolezza del beneficio che questo approccio apporta allo sviluppo complessivo della realtà aziendale.

Coerentemente con questo possiamo identificare tre principi che indirizzano le nostre azioni:

- **INCLUSIONE:** alimentiamo un ambiente di lavoro che metta al centro i diritti umani, l'inclusione, la sicurezza e che sia fondato su parità di genere e assenza di discriminazioni;
- **FORMAZIONE:** investiamo costantemente nella formazione dei nostri talenti per favorire lo sviluppo personale e professionale;
- **COLLABORAZIONE:** operiamo per creare una struttura organizzativa che favorisca sempre più la comunicazione e la collaborazione tra tutti gli stakeholder al fine di ottimizzare il processo di condivisione del valore.

2.6 Un passo concreto verso la sostenibilità: la green offer

Sonepar ha conquistato un innegabile ruolo di leadership sul mercato elettrico mondiale.

Siamo consapevoli della responsabilità che questo ruolo comporta e ci impegniamo costantemente per offrire l'eccellenza ai nostri clienti e per costruire un modello di business virtuoso che sia d'esempio all'intero mercato.

In linea con ciò abbiamo implementato l'iniziativa Green Offer, **il primo indicatore di performance ambientali di prodotto nel mercato del materiale elettrico.**

La Green Offer ha l'obiettivo di supportare il cliente nella fase di acquisto, fornendo informazioni trasparenti e chiare sulla sostenibilità ambientale del prodotto e permettendo all'acquirente di scegliere consapevolmente prodotti che gli consentano di ridurre la propria impronta di carbonio.

I prodotti sono esaminati secondo un **metodo scientifico in grado di valutare le emissioni di CO₂** generate lungo il loro ciclo di vita. Per fare ciò, ci siamo avvalsi di una meticolosa procedura di calcolo che è stata **convalidata dall'organismo indipendente Bureau Veritas.**

La valutazione delle emissioni è basata sulle informazioni ambientali (dichiarazioni ambientali di prodotto e analisi LCA) fornite dai partner. Il risultato viene tradotto in un'etichetta associata al prodotto e che indica la classificazione in base a tre livelli di performance:

- A (eccellente)
- B (molto buono)
- C (buono).

La Green Offer si inserisce nel piano di trasformazione digitale Sonepar. Nella piattaforma e-commerce, infatti, è disponibile l'apposito filtro di ricerca per agevolare l'individuazione di questi particolari prodotti.

Il fine ultimo della Green Offer è, quindi, offrire al cliente un sistema di valutazione della sostenibilità efficace, intuitivo e che faciliti la comparazione tra prodotti, permettendogli di scegliere consapevolmente quelli con la minore impronta di carbonio.

Crediamo moltissimo in questo progetto e l'obiettivo futuro è quello di ampliare sempre più il numero di prodotti sottoposti a questa valutazione e alla conseguente "etichettatura".



Indicatore del livello di CO₂



Confronto prodotti



CO₂ nell'intero ciclo di vita

2



2.7 La nostra traiettoria di decarbonizzazione

2.7.1 L'approccio alla decarbonizzazione

L'identificazione e la misurazione degli impatti ambientali rappresenta solo il primo passo per avviare un reale processo di sostenibilità ambientale orientato alla decarbonizzazione e al raggiungimento degli obiettivi definiti con l'Accordo di Parigi che mira a limitare l'aumento della temperatura globale a 1,5-2 gradi Celsius sopra i livelli preindustriali.

In Sonepar siamo consapevoli del ruolo attivo che possiamo avere in questa traiettoria contribuendo in modo concreto non solo nella riduzione degli impatti del nostro business ma anche nei processi dei nostri clienti, in particolar modo quelli che operano nel settore edile, impiantistico e industriale.

Per questo - facendo nostro l'orientamento generale del Gruppo Sonepar - intendiamo sfruttare la nostra leadership per contribuire a ridurre l'impronta di carbonio della nostra catena di valore.

Vogliamo diventare **il primo operatore globale nella distribuzione di soluzioni per il mondo elettrico in grado**

di accelerare l'adozione da parte del mercato di prodotti caratterizzati da elevata efficienza, circolarità e carbon neutrality globale.

Per questo - anche a livello italiano - vogliamo essere protagonisti concreti del **progetto Global Net Zero, che punta a ridurre le emissioni di gas serra del Gruppo il più vicino possibile allo zero** raggiungendo gli obiettivi scientifici di contenimento dell'aumento della temperatura globale e di sviluppo di un approccio circolare effettivo lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti al fine di ridurre gli sprechi.

Il Gruppo ha aderito all'SBTi nel 2022 e si è impegnato a fissare obiettivi di riduzione delle emissioni di carbonio in linea con l'Accordo sul clima di Parigi, che mira a limitare il riscaldamento globale.

Il Gruppo ha definito gli obiettivi di riduzione delle emissioni di carbonio per il 2030 per gli scopi 1, 2 e 3.

Il 24 dicembre 2022, l'SBTi ha convalidato l'obiettivo di Sonepar per gli ambiti 1 e 2 e ha stabilito la coerenza del piano con una traiettoria di 1,5°C.

Sonepar e la convalida SBTi



Inquadra il qr code con lo smartphone e approfondisci il nostro impegno sostenibile.

In alternativa usa questo link
<https://bit.ly/sostenibilitasonepar>

“

Sonepar è al centro dell'ecosistema elettrico e siamo lieti di annunciare la convalida dell'SBTi, che conferma ulteriormente l'impegno di Sonepar a diventare il distributore elettrico leader a livello mondiale, accelerando l'adozione da parte del mercato di soluzioni energetiche pulite e di emissioni nette globali pari a zero.”

”

Philippe Delpech - Chief Executive Officer Gruppo Sonepar

**NET
ZERO**

2.7.2 La strategia di decarbonizzazione

Il piano strategico "Impact" di Sonepar è fortemente basato sul pilastro "Planet" che definisce la traiettoria ambientale del Gruppo traducendola in una politica specifica e in piani d'azione descritti nella roadmap "Planet", integrata nella strategia commerciale e allineata agli impegni del piano strategico. La strategia prevede tre ambiti fondamentali.

TRANSFORM • Evolviamo il modello di business, i processi e le infrastrutture per misurare, controllare e ridurre gli impatti climatici

Vogliamo essere un esempio per i nostri clienti, implementando tecnologie che riducano il nostro impatto. In particolare ci stiamo concentrando sulla riduzione dell'impronta di carbonio (efficientamenti e approvvigionamenti energetici sostenibili per le nostre infrastrutture, efficientamenti della logistica, procurement sostenibile, ecc.) seguendo una tabella di marcia per il raggiungimento dell'obiettivo di 1,5 °C fissato dall'SBTi. In parallelo stiamo implementando una serie di azioni in grado di ridurre i rifiuti incrementando anche i processi di circolarità.



ENGAGE • Coinvolgiamo e formiamo tutti i dipendenti sui temi della sostenibilità

Abbiamo creato l'Energy Transition Academy, che mira ad accelerare il cambiamento culturale sviluppando una generazione di operatori responsabili e impegnati, attraverso la formazione di tutti i collaboratori. L'Accademia è destinata ad essere aperta ai clienti Sonepar. Fin dal suo avvio, sono stati resi disponibili due corsi di formazione, obbligatori per tutti i collaboratori del Gruppo.

Oltre all'Academy, in Sonepar sviluppiamo e promuoviamo quotidianamente percorsi di formazione e di divulgazione culturale sui temi ambientali, della D&I e della compliance. Nel 2023 sono state erogate 3.592 di formazioni su questi temi.



MARKET • Valorizziamo la Green Offer

La Green Offer rappresenta una rivoluzione per il mondo elettrico. Abbiamo sviluppato una metodologia e un indicatore che consentono ai clienti di confrontare le emissioni di CO₂ eq associate ai prodotti per scegliere i più sostenibili, aiutandoli così a ridurre il loro impatto.



2.7.3 Gli impegni sulla via della decarbonizzazione

A partire dal 2020, il Gruppo ha definito gli impegni e le principali da realizzare al fine di raggiungere gli obiettivi degli scope 1 e 2 (e successivamente l'ambito 3).

Il Gruppo e conseguentemente tutte le country si sono impegnate ad attuare tutte le azioni necessarie per accelerare la transizione energetica e raggiungere questi obiettivi.



**100% energia sostenibile
15% produzione propria
entro il 2023**

Vogliamo ridurre gli impatti generati dall'approvvigionamento energetico acquistando solo energia verde certificata (obiettivo raggiunto nel 2023) e aumentando la produzione dei nostri impianti fotovoltaici (oggi pari al 4% del totale).



**100% energy management
entro il 2023**

Vogliamo ridurre gli impatti delle nostre infrastrutture introducendo i più evoluti sistemi di controllo, regolazione e gestione energetica. L'attività è già in fase di implementazione per la sede direzionale di Padova.



**100% riciclo dei rifiuti
entro il 2030**

Puntiamo al 100% di riciclo dei rifiuti generati dai nostri processi riducendo in particolar modo il ricorso alla carta (nel 2023 la plastica è stata ridotta del 28% rispetto al 2021).

A livello centrale sono stati tracciati ed elaborati, grazie a uno specifico sistema di data science - oltre 50.000 dati raccolti in una quarantina di paesi.

Per raggiungere gli obiettivi strategici, il Gruppo ha definito le seguenti attività:



**100% illuminazione a LED
entro il 2025**

Vogliamo ridurre gli impatti generati dall'illuminazione delle nostre infrastrutture. Nel 2024 è proseguito in modo sostenuto sia il progetto di relamping sia il più ampio progetto di riammodernamento dei nostri punti vendita.



**100% veicoli "low carbon"
entro il 2030**

Vogliamo accelerare la transizione del nostro parco mezzi introducendo un numero crescente di veicoli a basso impatto (nel 2023 le auto elettriche e ibride sono aumentate del 13% rispetto al 2021 con un'incidenza del 17% sul totale).



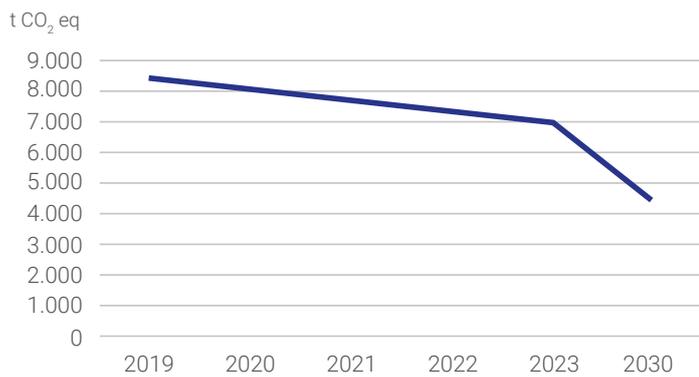
**Proposta di prodotti a più bassa impronta
di carbonio**

Vogliamo trasformare la nostra catena di fornitura per promuovere prodotti con le migliori prestazioni ambientali in tutti i nostri canali di distribuzione.

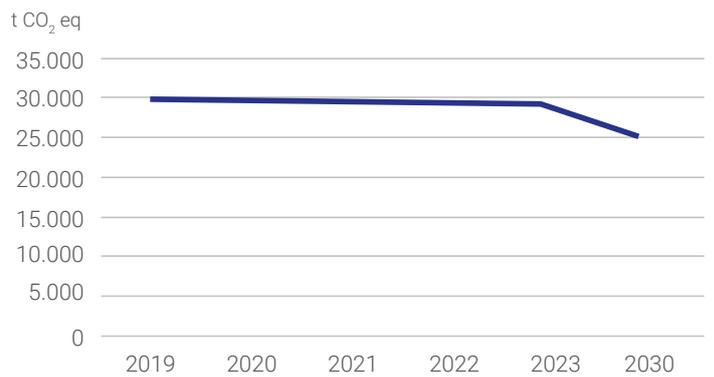
Scenario per obiettivo

	Italia 2030	Gruppo 2030
Target riduzione emissioni scope 1 & 2 (1,5 °C)	-46%	-46,2%
Target riduzione emissioni scope 3 (2 °C)	-17%	-13,5%

Traiettorie scope 1&2 scenario 1,5 °C



Traiettorie scope 3 scenario 2 °C



2



I nostri obiettivi di riduzione dell'emissioni di gas serra sono stati convalidati dall'iniziativa Science Based Targets (SBTi), un'organizzazione che aiuta le imprese a fissare obiettivi ambiziosi in linea con le ultime scoperte scientifiche sul clima.



2.8 Sonepar e i rating ESG



scoring 89/100



ECOVADIS

EcoVadis rappresenta una piattaforma globale dedicata alla valutazione della sostenibilità basata su un'analisi dettagliata delle pratiche aziendali comprese quelle legate all'ambiente, al lavoro e ai diritti umani, all'etica e agli acquisti sostenibili.

Le imprese vengono valutate secondo una serie di criteri e indicatori specifici, ottenendo un punteggio che riflette il livello di sostenibilità delle loro pratiche.

Le valutazioni di EcoVadis sono ampiamente utilizzate dalle aziende come strumento per valutare e mitigare i rischi legati alla sostenibilità lungo la catena di approvvigionamento, nonché per prendere decisioni d'acquisto consapevoli nel contesto della sostenibilità.

Come **Sonepar Italia** abbiamo ottenuto, nel dicembre 2023, il **rating silver**.

Come **Elettroveneta** abbiamo ottenuto, nel 2021, il **rating bronze** rinnovato a maggio 2024.

OPEN-ES

La piattaforma Open ES (Open Emission Scenario) è un'iniziativa che mira a fornire uno strumento open-source per la simulazione e la valutazione degli scenari di emissione di gas serra e inquinanti atmosferici.

Per offrire ai nostri clienti una fotografia ancora più puntuale del nostro approccio sostenibile abbiamo da tempo sviluppato l'accreditamento su questa piattaforma.

A fine 2023 è stato concluso il processo di revisione che ha portato a inizio 2024 all'ottenimento di uno **scoring di sostenibilità di 89/100**.

SYNESGY

Il rating Synesgy, basato sul framework proprietario Crif, rappresenta un sistema di valutazione che misura la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa delle aziende attraverso un dettagliato set di indicatori. Questi KPI monitorano diverse aree aziendali, tra cui ambiente, lavoro, etica e acquisti sostenibili.

La valutazione Synesgy fornisce un'analisi approfondita delle prestazioni aziendali in materia di sostenibilità, consentendo alle aziende di comprendere e migliorare il proprio impatto sociale e ambientale. Tale rating può essere utilizzato come dimostrazione dell'impegno verso la sostenibilità e come strumento per comunicare in modo trasparente con gli stakeholder, inclusi clienti, investitori e partner commerciali.

I lavori di accreditamento per Sonepar Italia si sono conclusi a settembre 2023 con il riconoscimento di un overall score B-Buono.

2.9 Partecipazione alle iniziative di sostenibilità e associazionismo

GLOBAL COMPACT

Lanciato nel 2000 dal Segretario Generale delle Nazioni Unite, il Global Compact è un'iniziativa che promuove il coinvolgimento delle imprese nella promozione di valori fondamentali e principi universali in materia di diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione.

Il Gruppo Sonepar ha aderito al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2021 e si impegna a sostenere i 10 principi del quadro internazionale volontario.



United Nations
Global Compact



Inquadra il qr code con lo smartphone e approfondisci il nostro impegno con il Global Compact.

In alternativa usa questo link
<https://bit.ly/compactsonepar>

SBTi

Avviata nel 2015, Science Based Targets (SBTi) è un'iniziativa globale che mira a mobilitare le imprese per ridurre le emissioni di gas serra in linea con le raccomandazioni scientifiche per limitare il riscaldamento globale.

Science Based Targets (SBT) definisce una serie di obiettivi di riduzione delle emissioni di gas serra che sono scientificamente validati e considerati coerenti con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul clima, che mira a limitare l'aumento della temperatura media globale a 1,5°C rispetto ai livelli preindustriali.

Il Gruppo Sonepar ha validato la propria carbon footprint complessiva nel 2022.



SCIENCE
BASED
TARGETS

FME - FEDERAZIONE NAZIONALE GROSSISTI DISTRIBUTORI MATERIALE ELETTRICO

Dal 1970 FME è l'associazione che aggrega e rappresenta i più importanti player nazionali della distribuzione di materiale elettrico. Tramite azioni mirate, l'organizzazione di eventi e l'erogazione di una formazione verticale, la Federazione è quotidianamente impegnata nella creazione di un ambiente favorevole alla crescita e al successo delle aziende associate.

La nostra partecipazione alla vita associativa è particolarmente dinamica grazie anche alla presenza del nostro Presidente e Amministratore Delegato - Sergio Novello - nel Consiglio Direttivo.



FEDERAZIONE NAZIONALE
GROSSISTI DISTRIBUTORI
DI MATERIALE ELETTRICO



sonepar

Powered *by* **Difference**

capitolo 3

Governance

“ Un lungo viaggio di mille miglia si inizia col muovere un passo.

Lao Tzu

”

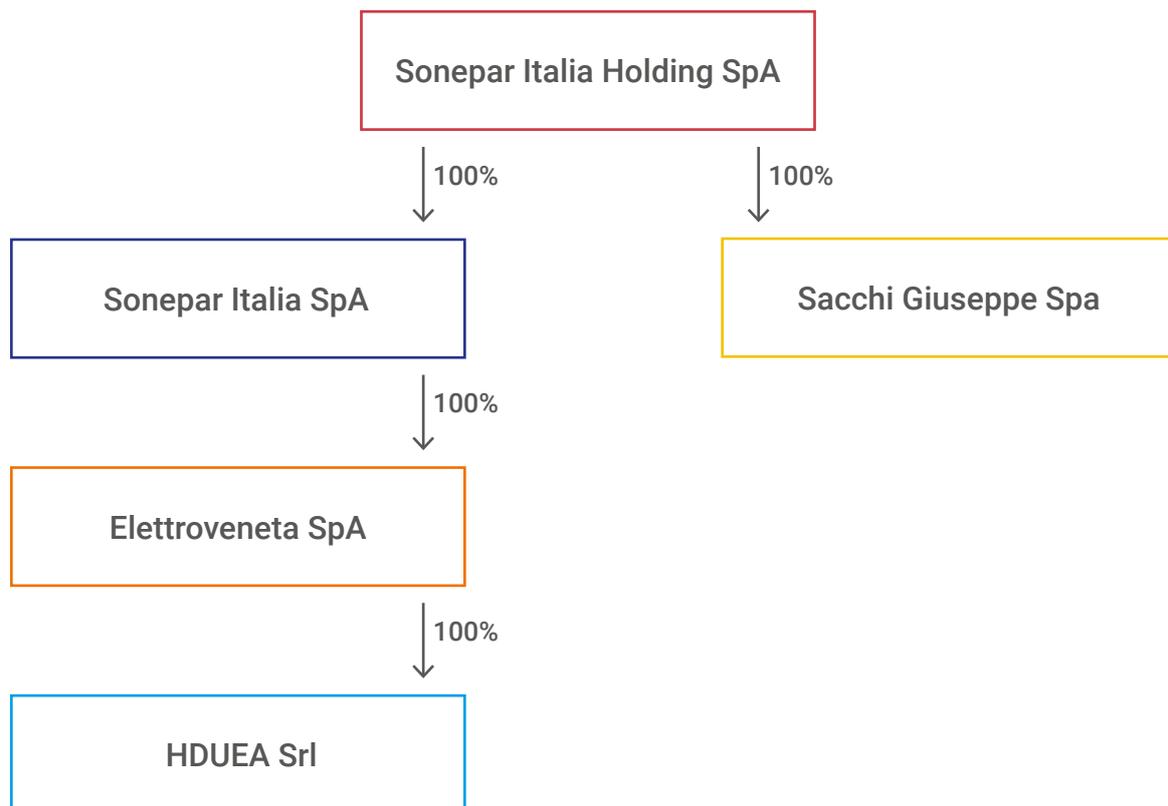
La sostenibilità non è una mera definizione, bensì un approccio che permea le nostre azioni quotidiane. Non si tratta di un traguardo statico da raggiungere una volta per tutte ma piuttosto di un cammino in costante evoluzione che richiede una chiara visione del percorso da seguire.

È come percorrere una strada che richiede impegno costante e determinazione da parte di ogni membro dell'azienda. Pertanto, è essenziale che l'impresa sia guidata da una governance solida, che ponga al centro del proprio modello di sviluppo il concetto di benessere condiviso con tutti gli stakeholder. Questo benessere condiviso non è solo un obiettivo auspicabile ma rappresenta un elemento cruciale per garantire la continuità del business nel lungo termine.



3.1 Struttura di Governance

3.1.1 La struttura del Gruppo italiano e il perimetro di rendicontazione



Come indicato nella nota metodologica, il presente bilancio di sostenibilità è stato redatto con riferimento al seguente perimetro di rendicontazione:

- **Sonepar Italia SpA Unipersonale**
- **Elettroveneta SpA Unipersonale**
- **HDUEA Srl**

Dove possibile, i dati e le informazioni sono stati presentati in modo dettagliato per ciascuna delle tre aziende, che verranno quindi indicate esplicitamente facendo riferimento

alla loro denominazione sociale.

La peculiare struttura organizzativa del Gruppo e delle singole aziende, che prevede la centralizzazione di alcuni servizi comuni e generali come gli acquisti, la logistica e le risorse umane, non sempre ha consentito la disaggregazione tra le tre realtà. In tali casi, i dati saranno presentati in modo aggregato con la dicitura 'Sonepar'.

Le suddette aziende fanno parte del Gruppo internazionale Sonepar che, laddove necessario, sarà citato come 'Gruppo Sonepar'.

3.1.2 Organi di governo aziendale - Sonepar Italia



SONEPAR ITALIA

Sede aziendale

Riviera Maestri del Lavoro 24 - Padova

49 anni

L'età media dei componenti del Consiglio di Amministrazione

51 anni

L'età media dei componenti del Collegio Sindacale

N: B: - L'età dei membri degli organi di governance è calcolata al 31 dicembre 2023.

3

Consiglio di Amministrazione (aggiornato al 31.12.2023)

La governance di Sonepar Italia è garantita da un consiglio di amministrazione composto da quattro membri:

Nominativo	Carica	Genere	Età
Sergio Novello	Presidente e Amministratore Delegato	M	56
Andrea Dalla Vecchia	Consigliere e procuratore	M	50
Emanuele Decataldo	Consigliere e procuratore	M	39
Donato Fiore	Consigliere e procuratore	M	51

Durata in carica dei membri Consiglio di Amministrazione: fino ad approvazione del bilancio 31/12/2024.

Durata carica di procuratore: fino a revoca.



Collegio sindacale (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Paolo Santuliana	Presidente	M	60
Claudia Falduti	Sindaca	F	54
Matteo Molendi	Sindaco	M	40
Veronica Bosco	Sindaca supplente	F	50
Valentina Bullo	Sindaca supplente	F	51

Durata in carica dei membri Collegio Sindacale: fino ad approvazione del bilancio 31/12/2025.

Organismo di vigilanza (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Josephine Romano	Presidente	F	55
Emanuele Decataldo	Membro interno	M	39
Eugenia Anna Gesuito	Membro interno	F	30

Società di revisione

Mazars Italia SpA.

Titolari di altre cariche (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Sonepar Italia Holding SpA	Socio Unico		
Gianfranco Baccichetto	Procuratore speciale	M	60
Andrea Bernardinello	Procuratore	M	47
Thierry Conte	Procuratore	M	61
Alessandro Di Monte	Procuratore	M	40
Antonino Fabrizio Isaia	Procuratore speciale	M	58
Diego Malvestio	Procuratore	M	49
Donato Marcotto	Procuratore	M	53
Giovanni Mazza	Procuratore	M	55
Elisabetta Petrossi	Procuratrice	F	57
Samantha Pozzi	Procuratrice speciale	F	47
Marco Trentin	Procuratore	M	45

Comitato di direzione (aggiornato al 31.12.2023)

Al fine di coordinare al meglio le funzioni aziendali e gestire la complessità organizzativa è istituito uno specifico Comitato di Direzione che comprende tutti i manager apicali.

Nominativo	Carica	Genere	Età
Sergio Novello	Presidente e Amministratore Delegato	M	56
Gianfranco Baccichetto	VP IT & Digital	M	60
Andrea Bernardinello	Direttore divisione Sud e Isole	M	47
Thierry Conte	VP Supply Chain	M	61
Andrea Da Re	Direttore Strategie e Prodotto	M	52
Andrea Dalla Vecchia	VP Finance	M	50
Emanuele Decataldo	General Counsel	M	39
Donato Fiore	VP Human Resources	M	51
Davide Lombardi	Direttore Grandi Clienti e Mercati Verticali	M	41
Mauro Maccioni	Direttore Gestione Immobiliare e Sostenibilità	M	60
Diego Malvestio	VP Transformation Quality and Processes	M	49
Giovanni Mazza	VP Commercial	M	55
Matteo Michieli	Direttore Divisione Centro	M	45
Elisabetta Petrossi	VP Marketing	F	57
Francesco Sferra	Direttore Generale Elettroveneta	M	51
Marco Trentin	Direttore Divisione Nord	M	45
Marco Zambelli	VP Vendor Relations	M	67

Direttori territoriali (aggiornati al 31.12.2023)

Per garantire una maggiore presenza capillare nel territorio e un livello di servizio commerciale adeguato a ciascun mercato regionale, Sonepar Italia è organizzata in tre divisioni territoriali alle quali si aggiunge una gestione ad hoc dei grandi clienti e dei mercati verticali oltre a una direzione strategie e prodotto che gestisce i mercati specialistici.

Nominativo	Carica	Genere	Età
Marco Trentin	Direttore Divisione Nord	M	45
Matteo Michieli	Direttore Divisione Centro	M	45
Giovanni Mazza	Direttore Divisione Sud & Isole	M	55
Davide Lombardi	Direttore Grandi Clienti e Mercati Verticali	M	41
Andrea Da Re	Direttore Strategie e Prodotto	M	52



Nomina del Presidente del Consiglio di Amministrazione e gestione dei potenziali conflitti di interesse.

Il Presidente del Consiglio di amministrazione è nominato tra i membri del Consiglio su proposta dell'Azionista di maggioranza che ne stabilisce le responsabilità e il compenso.

A livello di Gruppo sono stati definiti dei principi operativi che devono essere applicati da tutti i funzionari e collaboratori con ruoli di governance. Queste figure dovranno:

- gestire con equilibrio la fiducia e la supervisione dei collaboratori e della struttura;
- divulgare e rafforzare un approccio responsabile, comune e condiviso alla sicurezza, all'integrità, all'ambiente e al controllo;
- rafforzare un approccio alla gestione dei dati e delle informazioni fortemente orientato alla sicurezza e a una gestione consapevole dei rischi e delle opportunità;
- astenersi, a prescindere dal livello o dalla posizione, dall'utilizzare i propri titoli o le proprie posizioni per procurare a se stessi o a terzi qualsiasi vantaggio, finanziario o di altro tipo;
- rivelare qualsiasi conflitto di interesse potenziale o effettivo con il Gruppo.

In particolare, il Codice di Condotta contiene gli standard etici, sociali e ambientali applicabili all'interno di tutte le aziende Gruppo.

Le aspettative sui collaboratori coinvolti nella governance aziendale sono orientate a

- garantire la massima priorità all'etica nelle azioni e decisioni;
- rispettare il Codice di Condotta e tutte le norme correlate e applicabili;
- promuovere l'integrità, la sicurezza e la tutela dell'ambiente;
- sviluppare un senso di rispetto reciproco nei confronti del Gruppo, dei suoi collaboratori e dei suoi stakeholder;
- premiare la lealtà, l'efficienza, l'iniziativa e il servizio;
- evitare qualsiasi azione o decisione che non potrebbero difendere in pubblico.

Gestione della sostenibilità: il ruolo del Consiglio di Amministrazione e la funzione sostenibilità

Per noi di Sonepar la sostenibilità sta diventando sempre di più centrale nel nostro modello di business.

Questo si riverbera anche nella struttura organizzativa e nei ruoli degli organi di governance.

Nell'ambito delle sue competenze e in coordinamento con le indicazioni del Gruppo, il Consiglio di Amministrazione è l'organo preposto alla definizione, aggiornamento e

approvazione della strategia di sostenibilità e all'attuazione, nei vari ambiti aziendali, delle responsabilità per la sua attuazione.

Per concretizzare le strategie e i piani di azione, all'interno della nostra struttura organizzativa è individuata una specifica funzione delegata alle tematiche ESG.

3.1.3 Organi di governo aziendale - Elettroveneta



ELETTROVENETA

Sede aziendale

Viale Navigazione Interna 48 - Padova

52 anni

L'età media dei componenti del Consiglio di Amministrazione

52 anni

L'età media dei componenti del Collegio Sindacale

N: B: - L'età dei membri degli organi di governance è calcolata al 31 dicembre 2023.

3

Consiglio di Amministrazione (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Sergio Novello	Presidente	M	56
Andrea Dalla Vecchia	Consigliere	M	50
Francesco Sferra	Consigliere	M	52

Durata in carica dei membri Consiglio di Amministrazione: fino ad approvazione del bilancio 31/12/2024.

Durata carica di procuratore: fino a revoca.



Collegio sindacale (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Matteo Molendi	Presidente	M	40
Luca Bassan	Sindaco	M	61
Claudia Falduti	Sindaca	F	54
Veronica Bosco	Sindaca supplente	F	50
Enrico Merlo	Sindaco supplente	M	56

Durata in carica dei membri Collegio Sindacale: fino ad approvazione del bilancio 31/12/2024

Organismo di vigilanza (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Josephine Romano	Presidente	F	55
Silvia Buso	Membro interno	F	38
Cristiano Osti	Membro interno	M	54

Società di revisione

Mazars Italia SpA.

Titolari di altre cariche (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Sonepar Italia SpA	Socio unico		
Thierry Conte	Procuratore speciale	M	61
Antonino Fabrizio Isaia	Procuratore speciale	M	58
Donato Fiore	Procuratore speciale	M	51
Claudio Schiavon	Procuratore speciale	M	57

3.1.4 Organi di governo aziendale - HDUEA



Sede aziendale

Riviera Maestri del Lavoro 24 - Padova

53 anni

L'età media dei componenti del Consiglio di Amministrazione

N: B: - L'età dei membri degli organi di governance è calcolata al 31 dicembre 2023.

3

Consiglio di Amministrazione (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Sergio Novello	Presidente	M	56
Andrea Dalla Vecchia	Consigliere	M	50
Andrea Da Re	Consigliere	M	52
Stefano Duri	Consigliere	M	56

Revisore legale

Mazars Italia SpA.

Titolari di altre cariche (aggiornato al 31.12.2023)

Nominativo	Carica	Genere	Età
Elettroveneta SpA	Socio Unico		
Andrea Dalla Vecchia	Procuratore speciale	M	50

3.2 Strumenti di Governance e Compliance

3.2.1 Codice Etico



Il Codice Etico - approvato nel 2016 e revisionato nel 2019 - rappresenta un documento di ampia portata, approvato dal Consiglio di Amministrazione, che contiene una serie di principi di "deontologia aziendale". Questi principi, in coerenza con i nostri valori, sono da noi riconosciuti come fondamentali e per questo ne richiediamo il rigoroso rispetto da parte di tutti i nostri dipendenti e di coloro che collaborano, anche esternamente alla società, per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Il nostro Codice Etico è allineato con i principi espressi nel Codice di Condotta del Gruppo Sonepar, che orienta le attività commerciali e le relazioni aziendali sui valori fondamentali del rispetto e dell'integrità.

Il Codice Etico evidenzia e definisce i seguenti principi fondamentali:

- legalità;
- prevenzione della corruzione pubblica, privata e del traffico di influenze illecite;
- prevenzione del conflitto d'interessi;
- professionalità e affidabilità;
- trasparenza e correttezza nella gestione delle informazioni societarie;
- riservatezza e tutela dei dati personali;
- valore della persona e delle risorse umane;
- tutela della sicurezza sul lavoro e dell'ambiente;
- prevenzione del riciclaggio di denaro e dell'auto riciclaggio;
- tutela della concorrenza;
- qualità dei prodotti;
- tutela della proprietà intellettuale;
- corretta gestione dei sistemi informativi.



Inquadra il qr code con lo smartphone e accedi al nostro codice etico.

In alternativa usa questo link
<https://bit.ly/codiceeticosonepar>

Il Codice Etico regola i rapporti tra l'azienda e la Pubblica Amministrazione, i clienti, i fornitori, i partner e tutte le istituzioni e organizzazioni, identificando anche il ruolo dell'Organismo di Vigilanza e le relative sanzioni.

Il documento è soggetto a periodici monitoraggi e aggiornamenti, sia in risposta alle nuove normative legislative, sia a seguito di modifiche nell'operatività o nell'organizzazione interna dell'azienda. Ci impegniamo costantemente a diffondere il Codice, garantendo che tutti i destinatari ne siano informati e fornendo una formazione adeguata ai nostri collaboratori sui suoi contenuti.

La versione completa del documento è disponibile sui siti sonepar.it ed elettroveneta.it.



Inquadra il qr code con lo smartphone e approfondisci il nostro impegno per la compliance. In alternativa usa questo link <https://bit.ly/compliancesonepar>

“

L'integrità è da sempre un valore chiave e un comportamento richiesto in Sonepar. Oggi, in un mondo in cui il rispetto delle regole (compliance) è sempre più necessario, il Gruppo ha consolidato un sostanziale programma in favore della compliance e contro la corruzione, sia per infondere l'importanza di combattere questo male, sia per aiutare tutti ad evitare, individuare e impedire qualsiasi azione non conforme.”

”

Marie-Christine Coisne-Roquette - Presidente Gruppo Sonepar

3.2.2 Modello di organizzazione, gestione e controllo ex d. lgs. 231/2001



Con l'introduzione del Decreto Legislativo n. 231 del 2001, è stata istituita la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni, anche se non riconosciute. Prima dell'entrata in vigore di questa normativa, la responsabilità penale ricadeva esclusivamente sulle singole persone fisiche.

Il Decreto 231 del 2001 introduce e disciplina la responsabilità degli Enti (imprese, società, associazioni) per una serie di reati commessi da soggetti che:

- appartengono agli Enti;
- rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione della Società o di una sua unità organizzativa dotata di amministrazione, di direzione, di autonomia finanziaria e funzionale;
- esercitano, anche di fatto, la gestione o il controllo della stessa sottoposti alla direzione o alla vigilanza di uno dei soggetti sopra indicati.

In linea con quanto descritto nel Codice Etico, fin dal 2016 in Sonepar abbiamo adottato, da marzo 2019, il modello 231 sulla cui efficacia e osservanza opera un organismo di controllo (Organismo di Vigilanza) dotato di poteri di iniziativa e controllo e presieduto da un soggetto esterno al fine di garantirne la piena autonomia.

Gli obiettivi legati all'introduzione del modello sono:

- consolidare una cultura della prevenzione del reato e del controllo nell'ambito del raggiungimento degli obiettivi aziendali;
- prevenire e vietare comportamenti che possano integrare le fattispecie di reato di cui al Decreto;
- diffondere la consapevolezza che dalla violazione del Decreto, delle prescrizioni contenute nel Modello e dei principi del Codice Etico, possa derivare l'applicazione di misure sanzionatorie anche a carico della Società;
- consentire alla Società, grazie ad un sistema di protocolli di controllo e a una costante azione di monitoraggio sulla corretta attuazione di tale sistema, di prevenire e/o contrastare tempestivamente la commissione di reati rilevanti ai sensi del Decreto.

3

3.2.3 Anticorruzione e conflitti di interesse



Abbiamo sviluppato una disciplina specifica per prevenire i casi di corruzione, integrando ulteriormente il Codice Etico e il Modello 231. Il nostro impegno non si limita alla definizione del modello, ma include anche l'applicazione quotidiana attraverso un sistema di monitoraggio adeguato, supportato da un quadro sanzionatorio correlato.

In quest'ambito si inserisce anche la **gestione dei potenziali conflitti di interesse del Presidente del Consiglio di Amministrazione** delle tre società che è anche un dirigente apicale di Sonepar Italia. Questa fattispecie è regolata da una procedura dedicata che include la compilazione di un questionario periodico dettagliato, finalizzato a prevenire qualsiasi criticità.

3.2.4 Whistleblowing



Il termine "whistleblowing" si riferisce alla possibilità per i dipendenti di segnalare, nell'interesse generale, eventuali illeciti di cui sono venuti a conoscenza durante il loro rapporto di lavoro, come previsto dall'articolo 54 bis del decreto legislativo n. 165/2001, modificato dalla legge 30 novembre 2017, n. 179.

La disciplina del whistleblowing è espressamente richiamata all'interno del nostro modello di organizzazione, gestione e controllo. Ciononostante, con un documento rilasciato a gennaio 2020, abbiamo definito una politica di segnalazione per offrire a tutti coloro che fossero a conoscenza di situazioni o comportamenti che, in buona fede, ritengono possano costituire violazioni del Codice di condotta, del Codice di condotta dei fornitori, nonché delle politiche o procedure di Sonepar e/o delle leggi e regolamenti in vigore, un modo per identificare e condividere tali preoccupazioni.

I collaboratori di Sonepar possono, quindi, inoltrare le segnalazioni in primo luogo ai propri responsabili, oppure al Dipartimento Risorse Umane di Sonepar o all'Ufficio Legale del Gruppo. Nel caso in cui il dipendente preferisca non interagire direttamente con il personale aziendale, o nel caso di segnalazioni esterne, è disponibile un sistema che consente di comunicare presunte irregolarità in forma anonima a una terza parte indipendente selezionata dall'azienda.



Inquadra il qr code con lo smartphone per approfondire la nostra politica di segnalazione.

In alternativa usa questo link
<https://bit.ly/whistleblowingsonepar>

Le segnalazioni possono essere effettuate in qualsiasi momento, 24 ore su 24, tramite una piattaforma disponibile all'indirizzo www.sonepar.com/alert supportata da linea criptata e protetta da password.

Le violazioni, effettive o presunte, possono riguardare in via esemplificativa le seguenti aree:

- diritti umani;
- frode;
- corruzione;
- millantato credito;
- riservatezza dei dati;

- molestie;
- sanzioni internazionali ed embargo;
- salute e sicurezza;
- ambiente;
- discriminazioni;
- reati o illeciti.

La procedura è fortemente orientata ai principi di riservatezza, di assenza di ritorsioni, della protezione dei dati e della buona fede.

Sonepar, i propri partner commerciali e i relativi collaboratori si impegnano ad astenersi da qualsiasi ritorsione nei confronti delle persone che hanno effettuato una segnalazione in buona fede o che hanno partecipato alle indagini.

3.2.5 Anticoncorrenzialità



In Sonepar, dedichiamo la massima attenzione alle corrette dinamiche di mercato perché siamo convinti che la concorrenza stimoli l'innovazione favorendo la produttività e la crescita economica. Pertanto, considerando anche le dimensioni significative dell'azienda, abbiamo istituito un insieme di regole e azioni di vigilanza mirate a prevenire comportamenti e strategie che potrebbero portare a posizioni di monopolio o a accordi collusivi in grado potenzialmente di danneggiare i clienti, ostacolare l'ingresso di imprese concorrenti sul mercato o, più in generale, di distorcere la libera concorrenza.

I principi fondamentali sono espressi nel MOG 231 ma per dare ulteriore concretezza a questi criteri abbiamo voluto sviluppare un vero **Programma Antitrust** basato su:

- **Manuale di compliance** con l'obiettivo di regolare i principi generali e le norme pratiche di condotta a cui ogni destinatario è tenuto a conformarsi nell'esercizio della propria attività lavorativa.
- **Linee guida per l'applicazione del programma** con la finalità di aiutare i dipendenti e i collaboratori aziendali a scegliere e adottare le azioni corrette nel caso in cui ci si trovi di fronte a situazioni potenzialmente a rischio.
- **Glossario antitrust** con lo scopo di rafforzare la consapevolezza, di diffondere la conoscenza dell'importanza e degli scopi del diritto antitrust, e di consolidare un ambiente operativo e di controllo idoneo a mitigare il rischio di commissione di illeciti antitrust e fornire una guida per prevenire azioni, comportamenti e omissioni che violino la normativa.

Il Programma - sviluppato dall'area Legal & Compliance a valle di un'approfondita analisi dei potenziali rischi - si applica, senza esclusione alcuna, a tutte le aree, funzioni e divisioni aziendali.

Per attuare il programma, infine, abbiamo individuato un Antitrust Compliance Officer (ACO).

3.2.6 Politica per la qualità



Un Sistema di Gestione della Qualità raggruppa tutte le attività collegate e interdipendenti che influenzano la qualità di un prodotto o di un servizio.

Il Sistema di gestione della qualità è costituito da:

- una struttura organizzativa;
- i processi;
- le responsabilità;
- le procedure;
- le risorse;
- persone che sanno cosa fare;
- persone che sanno come farlo;
- persone che hanno i mezzi per farlo;
- persone motivate a farlo perché hanno un obiettivo comune.

Il sistema di gestione per la qualità Sonepar Italia è certificato ISO 9001:2015.

3.2.7 Politica per la sicurezza dei dati e delle informazioni



La protezione dei dati personali è una priorità assoluta per noi di Sonepar. Dedichiamo grande attenzione e facciamo del nostro meglio per garantire la sicurezza e l'accurata elaborazione delle informazioni di cui veniamo a conoscenza.

Abbiamo sviluppato tutte le attività necessarie, comprese nomine, procedure e comportamenti, per essere **conformi al GDPR** (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati). Inoltre, dato il crescente utilizzo delle piattaforme digitali, siamo stati chiamati non solo ad adeguarci alla **nuova normativa sui cosiddetti cookies, ma anche a introdurre specifici e rigorosi protocolli di cybersecurity.**

Con lo scopo di individuare le disposizioni operative interne, abbiamo implementato anche un **modello organizzativo e di gestione della privacy** che richiama le procedure interne sulla protezione dei dati personali e si ispira in modo sostanziale alle indicazioni previste dallo standard ISO 27001.

3.2.8 Politica per la parità di genere, la diversità e l'inclusione



Inquadra il qr code con lo smartphone e approfondisci il nostro approccio alla D&I.

In alternativa usa questo link
<https://bit.ly/deisonepar>



Inquadra il qr code con lo smartphone e scarica la nostra politica per la parità di genere.

In alternativa usa questo link
<https://bit.ly/paritasonepar>

In Sonepar, abbracciamo con fermezza i valori dell'inclusività, della parità di genere e dell'integrazione all'interno del contesto aziendale e sociale.

Riteniamo che la diversità sia motivo di sviluppo, confronto costruttivo e crescita personale.

Crediamo che le donne rappresentino una risorsa indispensabile in un'epoca in cui è cruciale riconsiderare il nostro futuro sotto l'ottica della sostenibilità.

Vogliamo plasmare un ambiente aziendale autenticamente inclusivo, delineando e attuando un profilo integrato, equo e giusto che tenga conto di ambiente, economia e società.

Per questo motivo abbiamo deciso di adottare una **policy aziendale orientata alla eliminazione del gender gap** in tutte le aree considerate più critiche.

Vogliamo garantire che la gestione di tutte le fasi del percorso lavorativo all'interno della nostra organizzazione - dalla selezione, all'onboarding, fino all'accesso alla formazione e alle opportunità di crescita, compresa la retribuzione - sia basata sui principi di pari opportunità, inclusione e meritocrazia. Questo approccio è supportato da sistemi di segnalazione e monitoraggio adeguati, che ci consentono di individuare e eliminare qualsiasi forma di disparità.

Il nostro impegno in questo ambito ci ha portato a ottenere la **certificazione per la parità di genere secondo UNI PdR125** nel mese di maggio 2023.

Per ulteriormente rafforzare e concretizzare questo impegno abbiamo creato un **Comitato Guida Pari Opportunità** che coadiuva l'Alta Direzione nella definizione degli obiettivi da inserire nel piano strategico. Tra questi possiamo evidenziare:

- creare un mondo del lavoro più equo in termini di pari opportunità di carriera, competitività e flessibilità;
- sostenere l'incremento dell'occupazione femminile;
- garantire equità retributiva di genere, agevolando la partecipazione e la permanenza delle donne nel contesto lavorativo, attraverso il sostegno degli oneri di cura, valorizzando le competenze, assicurando l'equa remunerazione di lavori e occupazioni con equivalente valore socioeconomico e promuovendo una condizione di indipendenza economica (pari retribuzione per lavori di pari valore);
- assicurare uguali opportunità nello sviluppo delle capacità e nell'applicazione dei talenti individuali, garantendo la partecipazione equa e paritaria a percorsi di formazione e di valorizzazione, con la presenza di entrambi i sessi, inclusi corsi sulla leadership.

Per questo ci impegniamo quotidianamente a:

- garantire flessibilità aggiuntiva per i lavoratori con impegni genitoriali e/o caregiver;
- implementare la governance ed il monitoraggio della diversity e della gender parity in azienda;
- adottare prassi adeguate alla divulgazione della Policy di Genere all'interno del contesto aziendale e divulgazione delle informazioni relative alla gender parity;
- supportare le madri lavoratrici e padri lavoratori, prevedendo policy e benefit, oltre il CCNL di riferimento, dedicate alla tutela della maternità/ paternità e servizi per favorire la conciliazione dei tempi di vita personale e lavorativa;
- favorire la promozione trasversale del principio di parità di genere per ciascun livello di inquadramento contrattuale, nonché l'introduzione di nozioni di gender mainstreaming;
- favorire la promozione di un linguaggio che favorisca il dialogo ed il superamento di espressioni o manifestazioni sessiste.

3.2.9 Politica per la sicurezza nei luoghi di lavoro



1.108

le ore di formazione nel
2023 su temi di sostenibilità

1.982

le ore di formazione nel
2023 su temi di D&I

I nostri collaboratori costituiscono la nostra risorsa strategica primaria. Assicurare il rispetto dei loro diritti e la tutela della loro sicurezza è un imperativo assoluto per noi. Pertanto, adottiamo ogni possibile misura per prevenire gli incidenti e riteniamo che la prevenzione e la formazione siano gli strumenti più efficaci per ridurre i rischi. Per questo ci siamo dotati di una **struttura organizzativa** coerente rispetto alla normativa di cui al D.Lgs. 81/2008 e s.m.i. (c.d. "Testo Unico Sicurezza"), nell'ottica di definire in termini chiari e univoci ruoli e responsabilità, nonché di prevenire il rischio di infortuni gravi, ascrivibili alla categoria dei reati di omicidio colposo e lesioni colpose gravi o gravissime.

Al riguardo, il Consiglio di Amministrazione ha riconosciuto al Presidente (nonché Amministratore Delegato) il ruolo di Datore di Lavoro ("DdL") di Sonepar, con piena autonomia decisionale e facoltà di delega.

Al fine di valutare in modo dettagliato i presenti nell'ambiente lavorativo e con l'obiettivo di identificare potenziali pericoli per la salute e la sicurezza dei lavoratori è stato altresì definito il **Documento di Valutazione del Rischio (DVR)** all'interno del quale sono stati identificati e valutati tutti i fattori di rischio definendo le conseguenti misure di prevenzione e protezione nonché i piani di emergenza.

502

le ore di formazione nel
2023 su temi di compliance

3.846

le ore di formazione nel
2023 su temi di sicurezza

LA FORMAZIONE PER LA CREAZIONE DI UNA CULTURA DELL'ETICA E DELLA COMPLIANCE

Per rafforzare la cultura e l'orientamento all'etica, alla compliance (in particolare anticorruzione e anticoncorrenzialità), alla D&I e alla sicurezza in azienda, la formazione riveste un ruolo fondamentale.

Per questo in Sonepar abbiamo creato di percorsi di divulgazione, formazione e approfondimento su questi temi [per approfondire vedi capitolo People - Formazione].

3.2.10 Gli strumenti di compliance a livello internazionale

Il tema dell'integrità, dell'equità, della fiducia e del rispetto rappresenta da sempre un elemento fondativo dell'approccio Sonepar a livello internazionale.

Siamo convinti che il rispetto degli standard legali ed etici sia un elemento centrale nella costruzione di un'azienda sostenibile, nonché una fonte di valore aggiunto che contribuisce a garantire la crescita di lungo periodo.

Per questo, il Gruppo ha definito alcuni strumenti fondamentali per indirizzare al meglio l'operato non solo dei dipendenti ma anche dei partner e dei fornitori.



Inquadra il qr code con lo smartphone e scarica il nostro codice di condotta.

In alternativa usa questo link <https://bit.ly/condottasonepar>



Inquadra il qr code con lo smartphone e scarica il nostro codice di condotta dei fornitori.

In alternativa usa questo link <https://bit.ly/condottaifornitori>

Codice di condotta

Rilasciato la prima volta nel 2017 e successivamente aggiornato nel 2020, il Codice di Condotta Sonepar rappresenta a livello globale il documento di riferimento in tema di conformità e integrità interne al Gruppo.

Con questo Codice abbiamo voluto definire i principi e le regole di buona condotta, che devono guidare tutta la popolazione aziendale Sonepar nel proprio operato quotidiano, in qualsiasi parte del mondo.

Ciascun collaboratore ha accesso alla versione digitale del Codice di Condotta nella propria lingua e ne riceve una copia non appena entra a far parte del Gruppo. Al fine di garantire la comprensione e l'adesione da parte di ciascuno, il Codice è consultabile in 20 lingue.

Codice di condotta dei fornitori

Il rispetto delle norme, l'integrità e la compliance non si applicano solo ai dipendenti. Il Gruppo Sonepar, e conseguentemente anche Sonepar Italia, richiede che tutti i partner condividano i suoi stessi elevati standard etici e, a tale proposito, ha delineato standard specifici in un Codice di Condotta dei Fornitori dedicato, sviluppando procedure e strumenti volti a valutare l'operato dei propri partner.

In particolare, **il Codice di Condotta prevede un focus sui temi diritti umani (lavoro minorile, tratta di esseri umani, lavoro forzato), ambiente, salute e sicurezza nonché compliance sui temi di anti-corruzione, concorrenza e conflitto di interessi.**

Programma di conformità Sonepar

Ai fini di un'attuazione efficace dei principi e degli standard definiti nel Codice di Condotta sono state definite delle apposite Politiche e Procedure di conformità in grado di declinare a livello locale gli standard definiti a livello globale.

Sono state, quindi, approfondite diverse tematiche quali la promozione di una concorrenza leale, la prevenzione della corruzione, la tutela della riservatezza dei dati e l'osservanza di divieti e regolamenti commerciali internazionali.

Il Codice di Condotta Sonepar e le relative Politiche e Procedure rientrano in un più ampio Programma di conformità, che disciplina anche le campagne educative e informative, la mappatura dei rischi, le comunicazioni, le segnalazioni, la valutazione dei partner commerciali, gli obblighi contabili e di rendicontazione nonché le valutazioni e le verifiche.

3.3 Qualità, sicurezza ed etichettatura dei prodotti

Per quanto riguarda l'origine di ciascun articolo, produciamo una dichiarazione specifica su richiesta del cliente, basandoci sulle informazioni fornite dal produttore. In conformità con la normativa vigente, ogni sei mesi richiediamo ai nostri fornitori le **dichiarazioni riguardanti la presenza di sostanze altamente cancerogene, come previsto dal regolamento europeo 1907/2006 (REACH).**

Nel caso in cui il fornitore non fornisca tali dichiarazioni, il nostro team commerciale provvede a richiederle direttamente, articolo per articolo, per garantire la conformità. Ogni prodotto che forniamo è accompagnato dalla **documentazione adeguata riguardante l'uso e le avvertenze, in conformità con i regolamenti specifici di ogni categoria.**

Contrattualmente, i produttori sono responsabili in solido per quanto forniscono a Sonepar.

Tutti gli articoli sono conformi alle normative europee di riferimento. Operiamo in **piena conformità con le disposizioni dell'Accordo Internazionale sul trasporto delle merci pericolose (ADR)**, implementando

procedure specifiche gestite da personale debitamente formato.

Rispettiamo tutte le **normative sull'etichettatura ambientale degli imballaggi, come previsto dal Decreto Legislativo 116/2020.**

Sul fronte della sicurezza sono definite una serie di **procedure operative che comprendono tutte le azioni e le attività (anche di informazione e formazione) per una corretta e sicura gestione, movimentazione, trasporto e stoccaggio dei prodotti pericolosi** come ad esempio le batterie al litio.

Infine, a ottobre 2023, è stata rilasciata un'apposita **procedura per l'identificazione dei cosiddetti "articoli dual use"** (ovvero quei prodotti o materiali che, sebbene presentino un prevalente utilizzo civile potrebbero essere impiegati anche a scopi militari) con l'obiettivo di permettere agli operatori di individuare tali prodotti e allineare correttamente quanto dichiarato al cliente e/o alle dogane con l'effettiva valenza/caratteristica di un determinato articolo distribuito da Sonepar.



capitolo 4

Prosperity

“ La creazione di valore condiviso è il modo più potente per incentivare l'economia e la prosperità sociale. ”

Michael E. Porter

La transizione verso un paradigma sostenibile di crescita aziendale rappresenta un'innegabile opportunità di accelerazione economica. La sostenibilità in azienda non elimina la rilevanza del profitto come obiettivo del fare impresa, ma piuttosto lo reinterpreta secondo una nuova chiave di lettura.

Il fine ultimo dell'azienda sostenibile è la creazione di valore condiviso. Infatti, la catena del valore è la protagonista di questo nuovo percorso verso la prosperità. Tutti coloro che interagiscono con l'azienda e contribuiscono al raggiungimento dei suoi obiettivi economico-finanziari sono riconosciuti come beneficiari del valore creato. Gli stakeholder, il territorio e le comunità diventano, quindi, destinatari diretti del benessere generato dall'azienda.



Valore condiviso

Il fine dell'azienda rimane la generazione di profitto. Infatti, un'azienda sana riesce a garantire continuità del business e conseguentemente a tenere fede agli impegni presi nei confronti di collaboratori, fornitori, collettività e Stato.

Un'azienda sostenibile allarga i propri orizzonti strategici con l'obiettivo finale di reinterpretare i propri processi in chiave di creazione di valore da condividere con i propri stakeholder.

La visione tradizionale della responsabilità d'impresa presentata dalla CSR (Corporate Social Responsibility) evolve nel concetto di CSV, ovvero nella creazione di valore condiviso.

Questo approccio impone una rilettura delle voci di bilancio civilistico, in particolare, quelli che in chiave finanziaria sono identificati come costi, nell'ottica di valore condiviso vengono classificati come parte di tale valore movimentato e diffuso.

Gli acquisti non sono costi ma sono trasferimenti di valore che permettono a fornitori e partner di continuare ad operare. Anche le retribuzioni non devono essere interpretate dall'azienda come costi, ma piuttosto come condivisione diretta del valore generato con i collaboratori che hanno contribuito alla sua stessa creazione.

Gli oneri finanziari permettono di alimentare il sistema del credito e le tasse sorreggono l'architettura e le infrastrutture pubbliche.

Sponsorizzazioni e liberalità costituiscono un sostegno concreto al terzo settore, alla cultura e allo sport.

Gli utili non distribuiti si traducono in un investimento diretto per il perseguimento degli obiettivi strategici.

	Sonepar Italia	Elettroveneta	HDUEA	Totale
Acquisti	1.165.161.748	222.725.449	8.127.934	1.396.015.131
Costi del personale	98.639.644	12.444.590	415.649	111.499.883
Interessi e oneri finanziari	11.722.852	1.648.048	1.399	13.372.299
Tasse	35.889.445	6.088.001	76.483	42.053.929
Sponsorizzazioni e liberalità	81.927	40.027	57	122.011
Totale valore distribuito agli stakeholder	1.311.495.616	242.946.115	8.621.522	1.563.063.253
Utili non distribuiti	43.513.409	16.494.553	216.153	60.224.115
Totale valore condiviso	1.355.009.025	259.440.668	8.837.675	1.623.287.368

Nel calcolo dello Shared Value di Sonepar abbiamo considerato, così come da bilancio civilistico il valore totale degli acquisti (per materie prime, consumo, merci servizi e godimento di beni di terzi);

il totale delle retribuzioni (salari, stipendi, oneri sociali e trattamento di fine rapporto);

gli interessi e gli oneri finanziari verso le banche (compresi gli interessi relativi agli sconti fiscali);

le tasse;

il valore delle sponsorizzazioni e delle liberalità;

gli utili non distribuiti agli azionisti e destinati a riserva straordinaria.



4

	2022	2023	differenza
Acquisti	1.374.040.186	1.396.015.131	2%
Retribuzioni	109.954.957	111.499.883	1%
Interessi e oneri finanziari	7.942.207	13.372.299	68%
Tasse	43.587.763	42.053.929	-4%
Sponsorizzazioni e liberalità	135.820	122.011	-10%
Totale valore distribuito agli stakeholder	1.535.660.933	1.563.063.253	2%
Utili non distribuiti	44.010.908	60.224.115	37%
Totale valore condiviso	1.579.720.676	1.623.287.368	3%

4.1 I risultati economico-finanziari

4.1.1 Scenario di mercato

A livello macroeconomico, nel 2023 l'attività economica globale è stata frenata dall'alta inflazione e dalle condizioni di finanziamento restrittive. Nonostante la vivace dinamica dei servizi nelle principali economie, il ciclo manifatturiero debole ha ridotto le prospettive di crescita del commercio internazionale e influenzato negativamente le quotazioni delle materie prime e dei prodotti energetici. L'inflazione di fondo è rimasta elevata, nonostante gli sforzi per ridurla.

In Italia, la crescita del PIL si è sostanzialmente arrestata in primavera 2023. Dopo un rimbalzo nel primo trimestre, il prodotto interno lordo è rimasto pressoché invariato a causa della contrazione dell'attività manifatturiera, influenzata dall'indebolimento del ciclo industriale globale. L'espansione dei consumi delle famiglie è proseguita a ritmi più lenti, mentre gli investimenti sono stati frenati dalle condizioni di finanziamento più rigide e da prospettive di domanda meno favorevoli.

Alla fine del 2023, la crescita economica italiana è stata quasi nulla, ostacolata dalle condizioni creditizie restrittive e dai prezzi elevati dell'energia. I consumi sono rimasti

stagnanti e gli investimenti si sono ridotti. L'attività manifatturiera è diminuita, mentre si è stabilizzata nei servizi ed è aumentata nelle costruzioni, sostenute dagli incentivi fiscali. Il mercato del lavoro ha mostrato segnali di tenuta, con un aumento dell'occupazione, anche se a ritmi inferiori rispetto alla prima parte dell'anno. Il tasso di partecipazione ha raggiunto un nuovo massimo storico, mentre quello di disoccupazione è rimasto stabile.

Nel nostro settore di riferimento, il 2023 è stato caratterizzato da una forte domanda nel settore delle costruzioni, sostenuta da importanti incentivi fiscali per interventi di recupero edilizio volti al miglioramento delle prestazioni energetiche. Questo effetto, iniziato nel 2021 e consistente nel 2022, è proseguito nel 2023, sebbene in misura minore a causa di modifiche normative che hanno ristretto la platea degli interventi incentivati e reso più complesso l'accesso ai contributi tramite la "cessione del credito". Abbiamo svolto un'importante attività di supporto ai propri clienti per rendere fruibili gli incentivi fiscali e sostenere la domanda di prodotti.



Guardando al 2024, secondo le stime della Banca d'Italia, l'attività economica in Italia è aumentata leggermente nel primo trimestre, ancora frenata dalla flessione della manifattura, ma sostenuta da una ripresa nei servizi. I consumi, che recupereranno solo parzialmente il calo della fine dello scorso anno, sono accompagnati da un lieve incremento degli investimenti privati, sostenuti dall'autofinanziamento. L'occupazione, dopo un forte aumento alla fine del 2023, è rimasta stabile nei primi due mesi del 2024.

Secondo le proiezioni, il PIL dovrebbe crescere dello 0,6% nel 2024, beneficiando della ripresa dei redditi reali e della domanda estera.

L'inflazione di fondo, sostenuta dai costi unitari del lavoro, dovrebbe collocarsi al 2% in media quest'anno, scendendo all'1,7% nel prossimo biennio.

Secondo l'analisi del CRESME, l'attività di manutenzione del patrimonio residenziale inizierà una contrazione significativa nel 2024 e nel 2025, passando dai 120 miliardi di euro a valori correnti del 2022 a 60 miliardi nel 2026.

La spinta delle opere pubbliche non sarà sufficiente a mantenere stabile l'intero mercato, ma solo ad attenuarne la caduta. Tra gennaio 2019 e agosto 2023 sono stati messi in gara 267 miliardi di euro di lavori pubblici, di cui 74 miliardi relativi al PNRR, e ne sono stati aggiudicati 204 miliardi, di cui 48 miliardi del PNRR. La sfida delle opere pubbliche, che dovrebbero continuare a crescere fino al 2027, riguarda la capacità realizzativa.

L'inflazione e le politiche monetarie restrittive, insieme ai picchi raggiunti dalle compravendite, hanno determinato un brusco rallentamento nel settore immobiliare residenziale, con valori negativi significativi anche nelle aree più dinamiche del Paese. Nel comparto della riqualificazione residenziale, la mancata cessione dei crediti fiscali comporta rischi per le imprese meno strutturate e una possibile interruzione dei flussi di liquidità, con conseguente interruzione delle forniture e aumento dei casi di lavori non completati.

4



1,67 miliardi

I ricavi totali della produzione operativa delle tre aziende nel 2023 al netto dei trasferimenti intercompany (+9% rispetto al 2022)



150 milioni

Il risultato netto totale delle tre aziende nel 2023 (+31% rispetto al 2022)



4.1.2 Principali dati di bilancio

Principali voci del conto economico Sonepar Italia

Nel 2023 abbiamo perseguito una politica di sviluppo organico per garantire l'integrazione e la crescita dei punti vendita di più recente acquisizione, con l'obiettivo di aumentare la densità territoriale e offrire un servizio eccellente alla clientela. Nelle aree già presidiate, sono state costantemente intraprese attività di miglioramento dell'efficacia del business nei vari punti vendita, tra cui manutenzione straordinaria in alcuni store e rilocalizzazione di altri.

I ricavi di vendita hanno raggiunto € 1.387.429.844, con un incremento del 5% rispetto al 2022, quando erano pari a € 1.319.212.364.

Il Valore Aggiunto generato è di € 228.708.414, pari al 16,48% dei ricavi (rispetto al 17,98% del 2022).

Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) si attesta a € 130.068.770 (9,37% dei ricavi), leggermente in calo rispetto ai € 140.555.159 (10,65% dei ricavi) del 2022,

principalmente a causa della contrazione dei margini sulle vendite rispetto all'anno precedente.

In ambito finanziario, va ricordato che la tesoreria è accentrata presso il Gruppo internazionale Sonepar: i fabbisogni finanziari del sottogruppo italiano sono interamente coperti, direttamente o indirettamente, dalla casa madre tramite cash pooling e finanziamenti a medio termine, rendendo sostanzialmente nullo il ricorso all'indebitamento bancario domestico.

Nel 2023, la società ha ottenuto dividendi dalle proprie controllate per € 50.000.000 e realizzato proventi di natura finanziaria per € 8.426.615, in netto aumento rispetto ai € 4.736.775 dell'anno precedente. La crescita dei tassi di interesse si riflette nella voce "oneri finanziari", che nel 2023 hanno raggiunto € 14.249.364, raddoppiando rispetto ai € 7.844.332 del 2022.

Il risultato netto dell'anno è pari a € 133.513.409.

	2022	2023	Diff.
Valore aggiunto	237.203.551	228.708.414	-4%
MOL	140.555.159	130.068.770	-7%
Risultato operativo	113.459.839	106.406.161	-6%
EBIT normalizzato	137.739.362	183.652.218	+33%
Risultato Lordo	129.895.030	169.402.854	+30%
Risultato netto	94.047.391	133.513.409	+42%

Indicatori finanziari e patrimoniali Sonepar Italia

Il margine di struttura primario risulta positivo per Euro 175.961.199 (Euro 119.099.336 nel 2022, 72.926.250 nel 2021), con un quoziente pari a 2,01. Il margine di disponibilità, con un valore in termini assoluti di Euro +26.939.287 (Euro -20.727.306 nel 2022 e Euro -46.118.036 nel 2021)

ed un quoziente di disponibilità pari a 1,04, incrementato rispetto al precedente esercizio, evidenzia anch'esso il riflesso di una gestione virtuosa e capace di adattarsi alle situazioni congiunturali, con un miglioramento anno su anno di circa + 47,7 milioni di Euro.

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Margine primario di struttura	119.099.336	175.961.199	+48%
Quoziente primario di struttura	1,71	2,01	+18%
Margine secondario di struttura	135.402.344	191.279.311	+41%
Quoziente secondario di struttura	1,81	2,10	+16%
Quoziente indebitamento complessivo	2,3	2,03	-12%
Margine di disponibilità	-20.727.306	26.939.287	-230%
Quoziente di disponibilità	0,97	1,04	+7%

38,2%

ROE - redditività dell'equity
(32,9% nel 2022)

11,5%

ROI - redditività degli investimenti
(14,0% nel 2022)

7,7%

ROS - redditività sui ricavi
(8,6% nel 2022)

Indici di bilancio analizzati

ROE

Il ROE offre una misurazione sintetica in percentuale dell'economicità globale della gestione aziendale nel suo complesso e della capacità di remunerare il capitale proprio.

ROI

Il ROI offre una misurazione sintetica in percentuale dell'economicità della gestione corrente caratteristica e della capacità di autofinanziamento dell'azienda indipendentemente dalle scelte di struttura finanziaria.

ROS

Il ROS è uno degli indici più significativi dell'efficienza di un'azienda. Si ottiene mettendo in rapporto il risultato operativo e il fatturato, cioè il volume dei ricavi di vendita.



Principali voci del conto economico Elettroveneta

Nel corso del 2023, abbiamo continuato a sviluppare il business nelle aree storiche come Veneto e Friuli Venezia Giulia, mantenendo una rinnovata attenzione ai livelli di soddisfazione dei clienti e all'efficienza nella gestione aziendale.

I ricavi di vendita hanno raggiunto € 271.914.252, con un valore aggiunto generato di € 32.725.610, pari al 12,04% dei ricavi.

Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) è stato di € 20.281.020 in calo rispetto ai € 30.269.272 del 2022. Questa riduzione è dovuta principalmente alla diminuzione dei margini su alcune linee di prodotti e alla dinamica concorrenziale dei prezzi, sebbene la gestione attenta dei costi aziendali, sia diretti che di struttura, e le economie di scala derivanti dall'appartenenza al Gruppo Sonepar abbiano contribuito a ottenere buoni risultati.

La domanda di prodotti è rimasta intensa, ma ha subito una riduzione nella parte finale dell'anno rispetto al 2022.

Tuttavia, ciò ha permesso di mantenere un volume di vendite significativo con una buona marginalità operativa. Il risultato operativo si attesta a € 18.297.580, rispetto ai € 21.151.281 dell'anno precedente, rappresentando il 6,73% dei ricavi (rispetto al 7,62% nel 2022).

L'area finanziaria rimane positiva con un apporto netto di circa € 1,05 milioni (rispetto a € 1,75 milioni nel 2022), grazie anche alle politiche di pagamento anticipato dei fornitori. Gli oneri finanziari hanno registrato una riduzione a causa del minor utilizzo delle linee di credito bancarie per il sostegno del circolante e dei benefici dei finanziamenti "cash pooling" di Elettroveneta S.p.A. con la controllante Sonepar Italia S.p.A.

Il risultato ante imposte è pari a € 22.582.554 (rispetto a € 24.041.239 nel 2022), mentre le imposte di competenza sono state contabilizzate per € 6.088.001.

Il risultato netto del 2023 è un utile pari a € 16.494.553.

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Valore aggiunto	43.089.937	32.725.610	-24%
MOL	30.269.272	20.281.020	-33%
Risultato operativo	21.151.281	18.297.580	-13%
EBIT normalizzato	26.981.994	24.289.447	-10%
Risultato Lordo	24.041.239	22.582.554	-6%
Risultato netto	17.307.375	16.494.553	-5%

Indicatori finanziari e patrimoniali Elettroveneta

La situazione finanziaria si conferma più che solida, in miglioramento di anno in anno, grazie all'attenta gestione in termini di capitale circolante e ai risultati operativi generati annualmente. Il margine di struttura primario risulta positivo per Euro 42,8 milioni rispetto al dato di Euro 75,5 milioni del 2022, con un quoziente pari a 30,02 (33,77 nel 2022).

Il margine di disponibilità evidenzia anch'esso il positivo riflesso della virtuosa gestione con un valore in termini assoluti di Euro + 32,7 milioni ed un quoziente di 1,27. Il patrimonio netto, al 31 dicembre 2023, è pari ad Euro 44.314.800. Nel corso del 2023 abbiamo versato un dividendo con prelievo da riserve di utili a favore dei soci per Euro 50.000.000.

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Margine primario di struttura	75.515.883	42.838.630	-43%
Quoziente primario di struttura	33,77	30,02	-11%
Margine secondario di struttura	81.272.325	47.309.378	-42%
Quoziente secondario di struttura	36,27	33,05	-9%
Quoziente indebitamento complessivo	1,67	2,87	72%
Margine di disponibilità	50.296.884	32.671.795	-35%
Quoziente di disponibilità	1,4	1,27	-9%

37,2%

ROE - redditività dell'equity
(22,2% nel 2022)

10,7%

ROI - redditività degli investimenti
(10,2% nel 2022)

6,7%

ROS - redditività sui ricavi
(7,6% nel 2022)



Principali voci del conto economico HDUEA

Nel corso del 2023, abbiamo continuato a servire i clienti nei territori e nei mercati afferenti al nostro core business.

I ricavi di vendita hanno raggiunto € 12,8 milioni, in calo rispetto ai € 27,9 milioni del 2022, ma sostanzialmente in linea con i valori del 2021, quando le vendite erano pari a € 11,2 milioni.

Il Valore Aggiunto generato è stato di € 711 mila, pari al 5,57% delle vendite, rispetto ai € 3,6 milioni del 2022 (12,82% dei ricavi) e al milione di € del 2021 (9,12% dei ricavi).

Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) è stato di € 295 mila, in contrazione rispetto ai valori straordinari del 2022, quando

era pari a € 3,1 milioni. Questo calo è dovuto principalmente alla diminuzione della domanda di prodotti come caldaie e sistemi di condizionamento legati agli incentivi fiscali del "superbonus 110%", che avevano generato un boom nel 2021 e 2022, con un effetto opposto nel 2023.

Il risultato ante imposte è stato di € 292.636, mentre le imposte di competenza sono state contabilizzate per € 76.483.

Il risultato netto è positivo, con un utile di € 216.153.

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Valore aggiunto	3.579.859	711.392	-80%
MOL	3.093.959	295.743	-90%
Risultato operativo	3.090.464	285.783	-91%
EBIT normalizzato	3.713.975	395.735	-89%
Oneri finanziari	51.573	103.099	+100%
Risultato Lordo	3.662.402	292.636	-92%
Risultato netto	2.656.142	216.153	-92%



Indicatori finanziari e patrimoniali HDUEA

La situazione finanziaria si conferma più che solida, in miglioramento di anno in anno, grazie all'attenta gestione in termini di capitale circolante ed ai risultati operativi generati annualmente.

Il margine di struttura primario risulta positivo per € 3,852 milioni (€ 3,635 milioni del 2022) con un quoziente pari a 6.668 rispetto al dato di 3.805 dell'anno precedente.

Il margine di disponibilità presenta un valore che risente in modo positivo del capitale circolante ed evidenzia un valore in termini assoluti di € +852 mila, rispetto al valore di € -3,3 milioni del 2022.

Il patrimonio netto, al 31 dicembre 2023, è pari ad € + 3.852.660.

	2022	2023	Diff.
Margine primario di struttura	3.635.550	3.852.084	+6%
Quoziente primario di struttura	3.805,27	6.688,65	+76%
Margine secondario di struttura	3.687.414	3.892.655	+6%
Quoziente secondario di struttura	3.859,54	6.759,08	+75%
Quoziente indebitamento complessivo	3,11	2,18	-30%
Margine di disponibilità	-3.307.098	851.988	-126%
Quoziente di disponibilità	0,71	1,10	+55%

5,6%

ROE - redditività dell'equity
(73,0% nel 2022)

2,3%

ROI - redditività degli investimenti
(20,7% nel 2022)

2,2%

ROS - redditività sui ricavi
(11,1% nel 2022)

4.2 Gli investimenti e lo sviluppo

Anche nel 2023, abbiamo proseguito la nostra attività di sviluppo nell'ambito dei processi e della gestione dei servizi di vendita. Su questo fronte il potenziamento e lo sviluppo delle infrastrutture e degli applicativi tecnologici e digitali rappresentano, per noi, una direzione imprescindibile.

Il 2023, inoltre, ha visto la conclusione del progetto del nuovo centro logistico di Padova. Nel 2021 avevamo acquistato la proprietà dell'immobile adiacente al Ce. Di di Padova per un valore di € 18.055.500.

L'obiettivo è stato quello di riorganizzare, armonizzare ed efficientare la struttura logistica del Gruppo.

Nel corso dell'esercizio 2023 sono stati realizzati i necessari collegamenti e ultimati gli investimenti strutturali che hanno reso l'immobile idoneo ad ospitare i magazzini automatici per la movimentazione di cavi e articoli di piccole dimensioni. La messa a regime del nuovo centro ha permesso di vendere il capannone di Tribano (Padova) adibito a magazzino Elettroveneta.

L'intervento ha portato al raddoppio della superficie a disposizione per l'attività operativa e ha richiesto un investimento netto per oltre 8,8 milioni di € nel solo 2023, per un valore complessivo dell'operazione di € 42,5 milioni.



8,8 milioni

l'investimento nel 2023 per il nuovo centro logistico automatizzato

42,5 milioni

il valore complessivo dell'operazione "nuovo centro logistico di Padova"



Il nuovo centro logistico automatizzato di Padova

Molte delle attività dei Ce. Di. hanno ancora un basso grado di meccanizzazione e richiedono perciò un alto tasso di gestione manuale dei processi. L'handling dei prodotti può, però, rappresentare un ambito di intervento chiave per incrementare il grado di efficienza ed efficacia complessivo, ma anche per il miglioramento degli impatti generati.

In ragione di ciò, nel 2024 è diventato operativo il nuovo centro logistico automatizzato di Padova. Un progetto strategico che contribuisce al percorso di digitalizzazione dei processi aziendali e al rafforzamento dell'orientamento omnicanale che caratterizza da sempre il nostro approccio al cliente.

Il nuovo hub permette di **movimentare circa 1.300 colli l'ora per un totale di 4.500.000 all'anno**. La gestione dei processi è altamente automatizzata tramite una soluzione autostore per lo stoccaggio ad alta densità ed un sistema di convogliamento studiato ad hoc. Tra i vantaggi concreti dell'innovativo Ce. Di. è importante citare:

- riduzione del numero di muletti al deposito/picking per il 60% delle righe;
- architettura ad alta intensità di stoccaggio che garantisce il massimo sfruttamento degli spazi;

- ottimizzazione dei processi e dell'ergonomia;
- efficientamento dei processi gestiti.

La presenza di **124 robot**, suddivisi in 16 baie di picking, permette di ottimizzare l'organizzazione degli ordini, anche grazie all'alta densità di stoccaggio che contraddistingue l'hub e tramite l'introduzione dell'innovativa tecnologia pick by light. L'impianto è inoltre completato da un sistema di convogliamento per carichi leggeri composto da 1,4 km di linee dedicate. Nell'ottica di ridurre l'utilizzo di materiali di consumo a perdere, quali il cartone, per le proprie spedizioni l'impianto impiega **circa 70.000 contenitori riutilizzabili in materiale plastico ad alta durabilità**.

Il nuovo hub logistico ha una **superficie di 90.000 metri quadri e impiega 220 addetti specializzati**.

PROGETTI FUTURI: IL NUOVO CE. DI. DI POMEZIA

Il modello organizzativo, strutturale e tecnologico implementato a Padova farà da riferimento per l'ammmodernamento di tutta la rete logistica a partire dal Ce. Di. di Pomezia per i quali sono già partiti i lavori che vedranno verosimilmente la conclusione nel 2024/2025.



4.3 Il procurement e le relazioni con le supply chain

4.3.1 L'approccio alla gestione dei fornitori

Per un'azienda di distribuzione come Sonepar, la gestione del procurement e delle supply chain assume un ruolo strategico e fondamentale, il cui impatto si estende necessariamente anche alla sostenibilità.

La scelta di fornitori impegnati attivamente su queste tematiche influisce positivamente sulla sostenibilità complessiva della nostra azienda, soprattutto considerando il settore in cui operiamo, che ci chiama a contribuire attivamente alla transizione energetica e sostenibile.

La selezione e la proposta ai nostri clienti di brand e prodotti orientati alla riduzione delle esternalità negative e alla promozione del risparmio energetico e dell'elettrificazione sono e saranno sempre più al centro delle nostre attività.

Per ottimizzare il procurement e allineare le strategie, abbiamo centralizzato la gestione degli acquisti di Sonepar, Elettroveneta e HDUEA a Padova dal 2016.

Al momento non sono state ancora formalizzate politiche e procedure formali per la valutazione e il ranking dei fornitori in base alla sostenibilità. Tuttavia, l'obiettivo è introdurre procedure di accreditamento focalizzate su questi aspetti, per rafforzare la nostra offerta "green".

Nel 2023 è stato avviato un progetto pilota che ha visto la somministrazione di un primo **questionario di valutazione** dell'operato sostenibile rivolto a un gruppo selezionato di fornitori aziendali strategici.

L'indagine ha visto la partecipazione di **63 aziende** che sono state analizzate sul fronte del comportamento ambientale, sociale e di governance al quale è stato, conseguentemente, attribuito un punteggio.

Sulla scorta di questa prima esperienza, l'obiettivo è quello di introdurre e istituzionalizzare delle procedure di accreditamento focalizzate anche su questi aspetti soprattutto nell'ottica di rafforzare una "green offer" concreta e rilevante.

Per semplificare la lettura dei dati presentati in questo capitolo, gli acquisti sono stati divisi in:

- **acquisti core** ovvero tutti gli acquisti riferiti a prodotti, servizi e soluzioni che vengono poi rivenduti - tramite i punti vendita fisici o digitali - ai nostri clienti;
- **acquisti non core** ovvero tutti gli acquisti riferiti a prodotti e servizi accessori al business principale del retail.

La natura specifica del nostro business e la correlata volontà di offrire ai nostri clienti le migliori soluzioni disponibili nel mercato richiede la selezione di partner core di rilevanza internazionale.

Tuttavia, preferiamo stabilire relazioni prioritarie con le filiali italiane di queste multinazionali quando possibile.

Questo approccio ci consente di generare impatti positivi sul territorio italiano, nonostante i processi produttivi di queste aziende siano distribuiti su scala globale. Pertanto, i fornitori core saranno indicati come "nazionali" nelle tabelle sottostanti.

D'altra parte, i fornitori non core sono tutti italiani, riflettendo il nostro impegno a supportare l'economia locale e a mantenere relazioni strette con fornitori nazionali per le attività accessorie al nostro core business.

4.3.2 Il codice di condotta dei fornitori

In un business molto peculiare come il retail specialistico la selezione e la gestione dei partner commerciali costituisce un elemento fondamentale della nostra gestione.

Per questo volendo mantenere i più elevati standard etici e di compliance, il comportamento dei fornitori rappresenta un elemento di valutazione imprescindibile.

Per questo invitiamo tutti i nostri partner - e le loro rispettive filiere - a condividere questo stesso impegno rispettando non solo le leggi e i regolamenti nazionali e internazionali ma anche controfirmando il Codice di Condotta Sonepar.

Disciplinando un set ampio di fattispecie, il Codice di Condotta non può non tenere in considerazione alcuni elementi chiave di sostenibilità, tra questi:

DIRITTI UMANI

Vogliamo che i nostri fornitori rispettino i diritti umani e la privacy di ciascun individuo e trattino gli altri individui con rispetto e dignità, promuovendo la diversità e le pari opportunità sostenendo una cultura inclusiva, impegnata ed etica.

In particolare siamo attenti a valutare il comportamento sul fronte del lavoro minorile (diretto e indiretto), sulla tratta di esseri umani e sul lavoro forzato.

MOLESTIE

Tutti i nostri fornitori sono tenuti a prevenire qualsiasi forma di molestia e a garantire che i propri collaboratori possano lavorare in un ambiente in cui non si praticano abusi fisici, psicologici o di altra natura.

DIRITTI DEI LAVORATORI

I nostri fornitori devono garantire il rispetto dei diritti dei propri lavoratori e attenersi a tutte le leggi e ai regolamenti in vigore nel paese o nei paesi in cui operano.

Tale obbligo si estende a tutti i diritti e agli standard minimi relativi ai salari, alle agevolazioni e alle condizioni lavorative.

I nostri fornitori sono altresì tenuti ad osservare i requisiti legali previsti in materia di retribuzione e orario di lavoro dei dipendenti.

Infine, i fornitori sono tenuti a rispettare la libertà di associazione dei lavoratori nonché il loro diritto di confrontarsi apertamente con la dirigenza in merito alle condizioni di lavoro senza temere abusi, intimidazioni, penalizzazioni, ingerenze o ritorsioni.

AMBIENTE, SALUTE E SICUREZZA

I nostri fornitori sono tenuti a rispettare l'ambiente e ad adoperarsi per ridurre al minimo l'impatto ambientale delle proprie attività, impegnandosi altresì a impiegare l'energia in modo quanto più efficiente possibile e a promuovere il ricorso alle energie rinnovabili.

I fornitori devono, altresì, garantire la sicurezza, la salute e il benessere dei propri dipendenti, dei visitatori e di chiunque sia coinvolto nelle loro attività.

Inoltre, sono tenuti ad adempiere a tutte le leggi e alla normativa applicabile nonché a compiere ogni ragionevole sforzo al fine di rispettare le procedure in materia di salute e sicurezza.

Infine, il Codice di Condotta disciplina alcuni aspetti chiave della compliance tra i quali: corruzione, concorrenza, proprietà intellettuale, conflitto di interessi e conformità alle leggi e ai regolamenti internazionali.



Inquadra il qr code con lo smartphone e scarica il nostro codice di condotta dei fornitori. In alternativa usa questo link <https://bit.ly/condottaforntori>

4.3.3 La qualifica dei fornitori “no core”

Il nostro core business è fortemente basato sulla gestione dei fornitori strategici che offrono tutti quei prodotti, servizi e soluzioni che vengono poi da noi distribuiti ai nostri clienti.

Ma una realtà complessa come quella di Sonepar non potrebbe correttamente funzionare senza un parco fornitori “non core” in grado di supportarci in tutte quelle attività a supporto del business principale e più in generale della gestione aziendale.

Per tale ragione, anche per questa tipologia di fornitori abbiamo definito - con decorrenza 1 gennaio 2023

- un'apposita procedura di qualifica che tenga conto anche della valutazione del rischio di corruzione.

Una procedura che integra in modo molto puntuale quanto individuato nel manuale della compliance (in particolare la policy 317 “trattare con i partner commerciali”). L'iter punta a garantire non solo un valido confronto tra più partner commerciali proponenti ma soprattutto una corretta gestione della rischiosità correlata al soggetto scelto.

PRODOTTI PROVENIENTI DA AREE DI CONFLITTO

Il Gruppo Sonepar ripone la massima attenzione all'origine dei prodotti acquistati con un focus specifico per le aree di conflitto.

In particolare, a seguito dell'escalation militare in Ucraina, il Gruppo ha emanato nel marzo 2022 un memorandum vincolante per tutte le branch nazionali che ha recepito quanto previsto dal Reg. UE 2023/1214 mod. art.3 octies del reg. UE 833/2014.

Sonepar non è presente in Russia, Ucraina e Bielorussia, pertanto l'esposizione è limitata. I rischi riguardano principalmente le importazioni, le esportazioni e alcuni partner commerciali con conseguente potenziale esposizione reputazionale.

Di fatto sono state bloccate tutte le transazioni (di acquisto e di vendita diretta e indiretta) verso le aree russe e bielorusse mentre tutte le attività verso l'Ucraina devono essere autorizzate dall'area Legal & Compliance.



1.344

I fornitori core attivi nel 2023



93%

I fornitori core "nazionali"



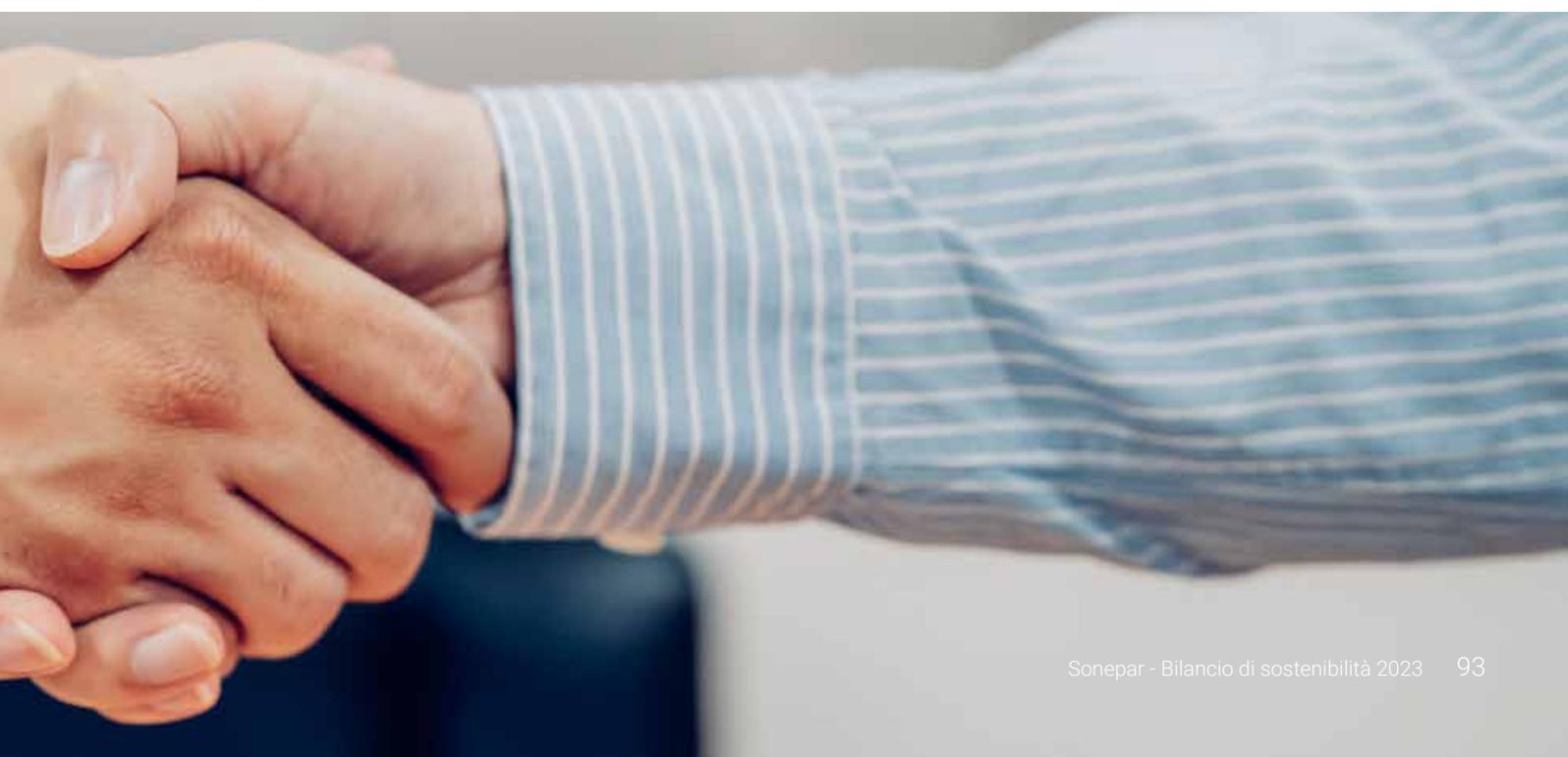
€1.380.427.430

Il valore totale degli acquisti nel 2023
(+0,1% rispetto al 2022)

Numero fornitori core

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	1010	987	824
di cui nazionali	928	889	753
Elettroveneta	451	445	454
di cui nazionali	430	421	432
HDUEA	53	60	66
di cui nazionali	53	60	65
Totale Sonepar	1.514	1.492	1.344
Differenza anno su anno		-1%	-10%
% fornitori nazionali	93%	92%	93%

4



**Valore acquisti da fornitori core (dati in euro)**

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	815.093.000	1.096.677.000	1.167.818.664
Elettroveneta	150.945.000	225.974.000	180.683.288
HDUEA	11.223.000	33.282.000	6.337.478
Totale Sonepar	977.261.000	1.355.933.000	1.354.839.430
Differenza anno su anno		+38,7%	-0,1%

Numero fornitori non core

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	93	75	113
Elettroveneta	49	41	45
HDUEA	5	5	5
Totale Sonepar	147	121	163
Differenza anno su anno		-18%	+35%
% fornitori nazionali	100%	100%	100%

Valore acquisti da fornitori non core (dati in euro)

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	16.266.000	21.084.000	23.078.000
Elettroveneta	1.230.000	2.096.000	2.500.000
HDUEA	10.000	10.000	10.000
Totale Sonepar	17.506.000	23.190.000	25.587.000
Differenza anno su anno		+32%	+10%

Valore totale degli acquisti

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	831.359.000	1.117.761.000	1.190.896.664
Elettrovenete	152.175.000	228.070.000	183.183.288
HDUEA	11.233.000	33.292.000	6.347.478
Totale acquisti	994.767.000	1.379.123.000	1.380.427.430
Differenza anno su anno		+38,6%	+0,1%

4.4 Le relazioni con i clienti e il mercato

Cliente al centro: questo è uno dei quattro valori fondamentali di Sonepar.

Tutto inizia dall'ascolto, per comprendere e anticipare le esigenze dei clienti con soluzioni innovative e personalizzate. Il nostro obiettivo è supportare i professionisti del mondo elettrico con competenze e consulenza, facilitando e semplificando la loro attività professionale e risolvendo i loro problemi. Rendiamo accessibili le nostre soluzioni grazie alla nostra presenza fisica, digitale ed emotiva.

Questo approccio innovativo e personalizzato ci consente di migliorare l'esperienza del cliente, integrando tutti i canali e eliminando i confini tra online e offline.

La nostra strategia omnicanale integra il network di vendita con soluzioni digitali avanzate e una struttura dedicata ai grandi clienti per i più alti livelli di consulenza.

La gamma di strumenti digitali che Sonepar propone cresce regolarmente, seguendo gli sviluppi tecnologici, offrendo soluzioni sempre più efficaci e accessibili, come la nuova piattaforma e-commerce.

La tecnologia e le funzionalità della nuova piattaforma sono state sviluppate per rispondere alle esigenze dei clienti, con l'ambizione di diventare la prima azienda al mondo nella distribuzione di materiale elettrico a offrire un'esperienza d'acquisto completamente digitale e sincronizzata.

I nostri principali target di riferimento:



Installatori del mondo elettrico e HVAC



Industria (OEM - MRO)



Quadristi



Negozi e catene retail



Progettisti e studi di engineering



Utilities e Pubbliche Amministrazioni

4.4.1 I numeri dell'attività commerciale Sonepar



3.168.066

Il numero degli ordini gestiti da Sonepar Italia ed Elettroveneta nel 2023



680.412

Il numero degli ordini gestiti da Sonepar Italia ed Elettroveneta nei canali digitali nel 2023



€ 340.139.704

Il valore del transato nell'e-commerce nel 2023 (+23% rispetto al 2022)

Ordini gestiti Sonepar Italia

	2021	2022	2023
n. ordini gestiti nei canali tradizionali	2.226.697	2.210.212	2.101.536
Differenza anno su anno		-0,7%	-4,9%
n. ordini gestiti nei canali digitali	446.200	486.227	583.754
Differenza anno su anno		+9,0%	+20,1%
Totale ordini gestiti	2.672.897	2.696.439	2.685.290
Differenza anno su anno		+0,9%	-0,4%
% ordini nei canali digitali	+17%	+18%	+22%

Ordini gestiti Elettroveneta

	2021	2022	2023
n. ordini gestiti nei canali tradizionali	434.588	392.900	386.118
Differenza anno su anno		-9,6%	-1,7%
n. ordini gestiti nei canali digitali	79.992	85.067	96.658
Differenza anno su anno		+6,3%	+13,6%
Totale ordini gestiti	514.580	477.967	482.776
Differenza anno su anno		-7,1%	+1,0%
% ordini nei canali digitali	+16%	+18%	+20%

Valore transato in e-commerce (dati in euro)

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	137.503.742	243.009.253	298.519.219
Differenza anno su anno		+77%	+23%
Elettroveneta	18.668.350	34.428.845	41.242.286
Differenza anno su anno		+84%	+20%
HDUEA	0	58.371	378.199
Differenza anno su anno			+548%
Totale	156.172.092	277.496.469	340.139.704
Differenza anno su anno		+78%	+23%
Transato e-commerce/ricavi delle vendite	+14%	+17%	+20%

Reclami gestiti Sonepar Italia

	2021	2022	2023
Nord	16.549	11.968	16.984
Centro	8.641	12.502	8.855
Sud	4.185	7.160	6.422
Totale Sonepar	29.375	31.630	32.261
Differenza anno su anno		+8%	+2%
Rapporto reclami/ordini	1,10%	1,17%	1,20%

Reclami gestiti Elettroveneta

	2021	2022	2023
n. reclami	7.462	7.103	5.200
Differenza anno su anno		-5%	-27%
Rapporto reclami/ordini	+1,5%	+1,5%	+1,1%



Prosperity

Le relazioni con i clienti e il mercato

4.4.2 Focus sui grandi clienti

L'obiettivo principale del servizio di gestione dei Grandi Clienti è anticipare e interpretare le evoluzioni del mercato elettrico, garantendo accessibilità e convenienza per tutti gli operatori del settore.

Puntiamo a fornire un supporto specializzato alle aziende attraverso un team di esperti in grado di offrire assistenza tecnico-commerciale di alto livello e una serie di servizi su misura.

Puntiamo alla massima personalizzazione comprendendo l'assistenza amministrativa, lo sviluppo di strumenti digitali su misura nonché servizi logistici avanzati.

Il tutto è pensato per soddisfare le esigenze dei general contractor, delle industrie (come quelle petrolifere, alimentari, di packaging, chimiche, ecc.), delle multiutility del settore energetico e dei grandi rivenditori.

L'attenzione crescente dei grandi clienti verso i temi della sostenibilità rappresenta per noi un grande stimolo per evolvere sempre più in questa direzione.

I temi di Industria 5.0 - che impattano in modo significativo sugli ambiti di risparmio energetico - la sempre maggior rilevanza dell'automazione e delle soluzioni connesse, la richiesta in aumento di soluzioni caratterizzate da prestazioni crescenti di sostenibilità stanno modificando i criteri di scelta e le dinamiche di procurement dei nostri interlocutori.

L'evoluzione dei modelli di business di questi attori, unita alla crescente consapevolezza dell'importanza della sostenibilità lungo tutta la catena di produzione, ci spinge a fornire risposte precise e concrete.

Un indicatore tangibile di questo focus è rappresentato dalla crescente richiesta di dati e informazioni riguardanti le nostre pratiche sostenibili. Nel 2023, ad esempio, abbiamo ricevuto richieste di compilazione di questionari di valutazione specifici da parte di 15 dei nostri grandi clienti affiancati anche da due attività di audit diretto presso le nostre sedi.



15

I questionari di sostenibilità richiesti nel 2022 a Sonepar da parte dei "grandi clienti"



2

Gli audit svolti dai clienti presso le nostre sedi

Grandi clienti e sostenibilità: alcune best practice

Sonepar e Repower

Repower è un punto di riferimento nel settore della produzione, della distribuzione e della fornitura di energia elettrica.

Con una forte attenzione alla sostenibilità e all'innovazione, Repower è impegnata a fornire soluzioni energetiche avanzate e sostenibili per il futuro.

L'azienda però non fornisce solo energia da fonti rinnovabili, opera nel campo dell'efficientamento energetico offrendo anche servizi, consulenze e soluzioni tra le quali spicca l'ambito del relamping.

Abbiamo supportato Repower in un'attività di formazione verticale per i propri consulenti proprio sui temi del relamping e del risparmio energetico spaziando dagli ambiti tecnici alle modalità di vendita e valorizzazione presso i clienti fino ad esplorare anche soluzioni evolute e integrate di efficientamento.

Sonepar e ABC Napoli

Nel 2023 l'azienda speciale Acqua Bene Comune Napoli, Ente gestore del Servizio Idrico della città ha avviato un importante progetto di ammodernamento e digitalizzazione delle reti idriche.

La città verrà dotata di una rete idrica "intelligente" gestita attraverso una evoluta piattaforma di Smart Water Management che consentirà un utilizzo sempre più ottimale dell'acqua, con la conseguente riduzione degli sprechi idrici.

Siamo risultati aggiudicatari, assieme ad altri fornitori, per la fornitura e installazione di misuratori di portata, misuratori di pressione onde multipartitiche per controllo qualità acqua, PAT per recupero energia, noise-logger per ricerca perdite.

Progetti Enel ed Edison

Tra i progetti più significativi gestiti nel 2023 nell'ambito dei grandi clienti segnaliamo:

- relamping e ammodernamento dell'impianto antincendio della centrale Enel Green Power Roncovalgrande Maccagno (VA);
- relamping della centrale idroelettrica Edison di Torviscosa (UD).

Tutte queste attività sono state caratterizzate non solo dalla fornitura di prodotti ma anche da una significativa componente di consulenza tecnica e impiantistica.

4





capitolo 3

Planet



Ci deve essere un modo migliore per fare le cose che vogliamo, un modo che non inquina il cielo, o la pioggia o la terra.

Paul McCartney



Le aziende devono rendersi attori protagonisti del cambiamento. Riconoscere i propri impatti sull'ambiente ed impegnarsi a minimizzarli. Il rispetto ed il consumo consapevole delle risorse diventano priorità intersecate alla strategia di crescita aziendale.

Per Sonepar, agire internamente per la sostenibilità è una priorità e guidare il cambiamento dell'intero mercato ne è la conseguenza inevitabile.



5.1 Energia e acqua

Data la natura non manifatturiera dei processi di Sonepar, i consumi dell'azienda si concentrano quasi esclusivamente nelle operazioni delle sedi direzionali e dei punti vendita.

In linea con ciò, l'azienda ha operato recentemente un processo di restyling delle filiali finalizzato da un lato a migliorare l'experience del cliente e a creare un'identità estetica coerente per tutti i punti vendita, dall'altro ad efficientare le prestazioni energetiche degli immobili. Il progetto ha coinvolto 106 store, tra cui tutti quelli a marchio Elettroveneta con il nuovo logo e la nuova immagine aziendale. La ristrutturazione ha riguardato sia il layout dei negozi sia il loro aspetto impiantistico e di fruibilità. Nell'ottica di riduzione degli impatti generati dai consumi energetici le nuove strutture si caratterizzano per:

- sistemi di riscaldamento e raffreddamento elettrici in sostituzione degli impianti a gas;
- infissi innovativi a "taglio termico";
- illuminazione a LED;
- miglioramento della coibentazione dell'involucro edilizio;
- miglioramento degli standard di sicurezza.

Contestualmente all'ammodernamento al fine di efficientare i punti vendita, abbiamo proseguito le operazioni di rinnovamento dell'immagine aziendale negli store a marchio Sonepar e nel 2024 verrà portato a termine il progetto per la sostituzione dei vecchi sistemi di illuminazione in tutti i punti vendita.



5.1.1 Consumi di gas complessivi (sedi e punti vendita)

La tabella indica l'energia generata dal gas naturale utilizzato negli impianti.

HHV (Higher Heating Value) è il contenuto di calore del combustibile in unità di energia per massa o volume di combustibile e misura il calore rilasciato durante la combustione.

	2021	2022	2023
Consumi gas naturale (MWh HHV)	12.139	11.586	10.330
Differenza anno su anno		-5%	-11%
Superficie totale (mq)	293.959	311.453	301.047
Intensità energetica (consumi/superficie totale)	0,041	0,037	0,034
Differenza anno su anno		-10%	-8%

5.1.2 Consumi elettrici complessivi (sedi e punti vendita)

I consumi energetici del 2023 presentano un leggero rialzo a fronte del processo di sostituzione degli impianti di riscaldamento e climatizzazione a gas con soluzioni idroniche alimentate a energia elettrica.

I consumi energetici riportati tengono in considerazione il fabbisogno espresso dalle colonnine di ricarica delle auto elettriche presenti nei punti vendita. Ad oggi sono circa 50 le colonnine installate presso 50 filiali attrezzate.

	2021	2022	2023
Consumi elettrici (MWh)	11.853	10.651	11.158
Differenza anno su anno		-10%	5%
Superficie totale (mq)	293.959	311.453	301.047
Intensità energetica (consumi/superficie totale)	0,040	0,034	0,037
Differenza anno su anno		-15%	+8%

CALCOLO DELL'INTENSITÀ ENERGETICA

Al fine di semplificare la lettura dei dati, i consumi sono presentati in modo aggregato e sono calcolati rilevando il fabbisogno energetico dei punti vendita, dei Ce. Di. e degli uffici direzionali.

Rilevare l'andamento dei consumi annuali in termini assoluti, però, potrebbe rappresentare un'operazione poco rilevante per valutare l'efficientamento energetico che stiamo compiendo nelle nostre infrastrutture.

L'aumento del fabbisogno energetico che risulterebbe

evidenziato da questo tipo di dato è infatti primariamente il risultato della politica di espansione di Sonepar e quindi derivante dall'aumento delle superfici acquisite dall'azienda. Per ottenere un indicatore significativo dell'efficienza energetica di Sonepar è necessario quindi mettere in rapporto i consumi in termini assoluti con i metri di superficie totale degli immobili adibiti all'attività core dell'azienda. Ipotizzando un monte ore costante nei vari anni, il risultato che si ottiene dal calcolo è la cosiddetta intensità energetica.



5.1.3 Gli impianti fotovoltaici e l'energia rinnovabile

Il 2023 ha visto il raggiungimento di un importante traguardo. Il totale dell'energia acquistata è certificata 100% da fonte sostenibile.

Da notare, inoltre, la quota di energia da fonti rinnovabili prodotta e destinata all'autoconsumo grazie all'impianto fotovoltaico installato sul tetto della sede direzionale di Padova e presso i punti vendita di Selvazzano e Udine. Quota che sarà destinata a salire nei prossimi anni.

L'eliminazione del vecchio gruppo frigorifero e della centrale termica hanno altresì liberato un'ulteriore frazione del tetto che permetterà l'ampliamento dell'impianto. Nel 2024, la potenza complessiva è stimata a salire a circa 1,2 MWp, includendo anche l'impianto da circa 300 KWp installato sul nuovo hub logistico di Padova.

	2021	2022	2023
Energia rinnovabile acquistata (% su totale consumi)	-	60%	96%
Energia rinnovabile prodotta (% su totale consumi)	3%	5%	4%
Totale energia rinnovabile utilizzata	5%	65%	100%
Totale produzione propria energia rinnovabile (MWh)	334	418	433



1,2 MWp

La potenza generata dall'impianto fotovoltaico installato a Padova

100%

La percentuale di energia acquistata proveniente da fonte rinnovabile

3.1.4 Consumi idrici

Come già evidenziato, essendo la nostra attività core la distribuzione e non includendo processi manifatturieri che impieghino acqua, i nostri consumi idrici corrispondono essenzialmente al fabbisogno di natura sanitaria al servizio dei nostri dipendenti.

Nel 2023, considerando il fabbisogno totale registrato nei Ce. Di, nei punti vendita e nelle sedi direzionali, sono stati consumati 31.651 metri cubi di acqua.

5.1.4 Il ruolo di Sonepar nella transizione energetica dei clienti

Il nostro ruolo di leader nel settore dell'energia elettrica ci impone di guidare anche la transizione verso soluzioni a basso impatto ambientale. Per questo motivo, oltre al progetto Green offer, stiamo rafforzando sempre più il nostro portafoglio prodotti con soluzioni in grado di garantire il più alto livello di efficientamento energetico.

La gamma di prodotti che rientrano in questa categoria è vasta e comprende, tra gli altri, gli impianti fotovoltaici, i sistemi di regolazione, gli impianti idronici e i sistemi illuminotecnici a basso consumo. Tutta la nostra rete di vendita è preparata e orientata a soddisfare le esigenze dei professionisti in questo ambito, assistendoli nell'individuare le soluzioni migliori. Ma il nostro impegno va oltre la vendita di prodotti e sistemi comprendendo anche un costante lavoro di formazione e comunicazione finalizzato a promuovere una cultura sostenibile lungo tutta la nostra catena del valore.

L'obiettivo è generare un impatto positivo non solo attraverso l'adozione di soluzioni innovative, ma anche grazie ai benefici ambientali derivanti dalla loro implementazione e utilizzo. L'aumento delle vendite di sistemi fotovoltaici (escludendo gli effetti positivi del Superbonus 110% e dell'inflazione sui prezzi) è un chiaro indicatore dell'efficacia di questa strategia aziendale. In questo bilancio di sostenibilità, riportiamo le vendite in termini non solo di valore - fortemente influenzate dagli andamenti dei prezzi - ma anche di potenza installata. L'obiettivo per i prossimi rendiconti è quello di includere anche i dati relativi agli altri prodotti "sostenibili".



+20%

L'incremento della potenza installata dei sistemi fotovoltaici

Vendite sistemi fotovoltaici

	2022	2023
Sonepar Italia		
Vendite in valore [euro]	403.800.000	337.200.000
Potenza installata [MW]	295	355
Elettroveneta		
Vendite in valore [euro]	n.d.	47.500.000
Potenza installata [MW]	n.d.	7
Totale		
Vendite in valore [euro]	n.d.	384.700.000
Potenza installata [MW]	n.d.	362





5.2 Materiali e packaging

In un'azienda di distribuzione come Sonepar, gli impatti ambientali non sono generati solo dai trasporti ma anche dai materiali impiegati per il packaging dei prodotti commercializzati. Con l'obiettivo di minimizzare gli impatti dei materiali, abbiamo dunque individuato tre fronti strategici d'azione:

- riduzione dell'utilizzo di materiali di consumo a perdere;
- ricerca di materiali sostenibili;
- implementazione di progetti circolari.

I materiali di imballaggio impiegati sono il legno, il cartone e la plastica.

Gli **imballi in legno** sono riconducibili alle bobine dei cavi e ai pallet. Un'alta percentuale di bobine viene recuperata, riparata e riutilizzata fino al raggiungimento del loro naturale deterioramento. I pallet invece sono tendenzialmente a perdere.

Gli **imballi in cartone** includono principalmente scatole e similari. È importante evidenziare che in Sonepar impieghiamo cartone con una percentuale di riciclato pari ad almeno il 70% e rivolgiamo un'attenzione costante verso la riduzione dell'impatto legato a questa tipologia di packaging.

In tal senso, è stato attivato un progetto innovativo che

permette di ridurre i volumi delle scatole impiegate di circa il 30%. Gli imballaggi utilizzati, infatti, hanno tre misure standardizzate e attraverso un'operazione meccanica Sonepar riesce a adattare il cartone alle misure dei prodotti in esso contenuti. Quest'iniziativa evidenzia l'approccio integrato che l'azienda applica per incrementare la propria sostenibilità in modo capillare. Infatti, anche se questo passaggio non riduce la quantità di cartone utilizzato, riesce a comprimere i volumi dei colli permettendo all'azienda di sfruttare al meglio lo spazio sui mezzi che effettuano le spedizioni, e diminuendo potenzialmente il numero di viaggi e conseguentemente le emissioni.

Gli **imballi in plastica** si riferiscono al film in polietilene utilizzato a protezione dei colli movimentati.

In Sonepar siamo consapevoli dell'impatto ambientale generato da questo materiale e coerentemente opera nel tentativo di ridurre il consumo e ottimizzarne le prestazioni. In particolare, lo spessore del film è stato ridotto (da 23 a 17 micron) mantenendo invariate le qualità performative e riducendo il volume utilizzato. Inoltre, l'utilizzo di un apposito macchinario garantisce la minimizzazione degli sfridi prodotti.

In valore assoluto, la crescita aziendale ha necessariamente portato ad un incremento degli imballaggi utilizzati, ma contestualmente continuiamo a innovare, impegnandoci a trovare soluzioni più sostenibili e meno impattanti.

PROGETTI FUTURI: NUOVE MODALITÀ DI HANDLING

Nell'ottica di ridurre il cartone utilizzato, l'azienda ha intrapreso un'iniziativa virtuosa che prevede la sostituzione degli imballaggi in cartone a perdere con ceste in plastica rigida. Questo progetto deriva da una profonda comprensione del concetto di sostenibilità che non si limita a comparare l'impatto ambientale dei materiali in sé ma approfondisce l'analisi attraverso un'indagine sull'intero ciclo di vita del prodotto. Infatti, seppur il materiale plastico delle ceste possa di

per sé essere additato come meno sostenibile del cartone riciclato, la lunga durabilità e la garanzia di riutilizzo rende l'alternativa delle ceste in plastica più sostenibile. Sonepar sta cercando di applicare questo progetto lungo l'intera catena di fornitura e distribuzione. Per far sì che però l'iniziativa si diffonda è necessaria un'efficace campagna di sensibilizzazione che permetta a tutti i collaboratori e partner di comprenderne profondamente le motivazioni.

Totale imballi

	2021	2022	2023
Consumo di materiale da imballaggio (tonnellate)			
Legno	600	760	946
Cartone	390	476	544
Plastica	128	115	49
Altri materiali	16	0	0
Totale Imballi (tonnellate)	1.134	1.351	1.539
Differenza anno su anno		+19%	+14%
Rapporto quantità imballi/spedizioni gestite	0,00082	0,00093	0,00102
Differenza anno su anno		+12%	+11%

-30%

La riduzione stimata del volume delle scatole grazie al nuovo sistema di packaging

-57%

La riduzione delle tonnellate di plastica impiegata negli imballaggi

5





5.3 Rifiuti

Come evidenziato analizzando gli impatti della logistica, i materiali da imballaggio rappresentano la quota maggioritaria dei rifiuti generati da Sonepar.

Data l'assenza di processi manifatturieri, anche la quantità di rifiuti speciali e pericolosi è minima e riferibile principalmente a materiale elettrico, toner e altro materiale da ufficio.

I rifiuti sono correttamente smistati e gestiti con le aziende di igiene ambientale di riferimento. Ciononostante, non abbiamo ancora avviato reali e strutturati progetti di circolarità.

Lo smaltimento dei rifiuti generici o pericolosi RAEE è gestito attraverso raccolta differenziata. Il deposito di entrambe le tipologie di rifiuti entro il perimetro delle infrastrutture aziendali è regolamentato da apposite procedure scritte. Tali procedure, dettagliate e soggette a rendicontazione, sono previste anche per lo smaltimento delle batterie a ioni di litio.

Tutti i prodotti soggetti a contributo di smaltimento sono catalogati e gestiti preliminarmente in fase di codifica e operativamente ad ogni acquisto.

Rifiuti (tonnellate)

	2021	2022	2023
Rifiuti non pericolosi			
Legno	807	853	929
Carta	9	7	6
Cartone	1.034	983	975
Plastica	81	59	58
Rifiuti pericolosi			
RAEE	42	52	88
Totale	1.973	1.954	2.056
Differenza anno su anno		-1,0%	+5,2%
Rapporto rifiuti/colli movimentati (*1000)	0,315	0,290	0,296
Differenza anno su anno		-7,9%	+2,2%



-28%

La riduzione dei rifiuti in plastica nel triennio 2021-2023

-6%

La riduzione del rapporto rifiuti/colli movimentati nel triennio 2021-2023

5.4 Parco auto e trasferte

Tutta la logistica – attività core di Sonepar – viene gestita in outsourcing.

I consumi di carburanti rendicontati in questo paragrafo sono, quindi, da attribuire a viaggi e spostamenti professionali del nostro personale.

La flotta è composta da 645 autovetture di cui 96 ibride (8 in più rispetto al 2022) e 11 elettriche (2 in più rispetto al 2022).

È in atto la valutazione di una potenziale transizione verso la motorizzazione ibrida/elettrica che deve, però, tenere presente le esigenze operative della popolazione aziendale. Le divisioni territoriali stanno, inoltre, implementando sistemi di monitoraggio dei viaggi in auto dei collaboratori dalle sedi direzionali verso i punti vendita, incoraggiando l'utilizzo delle auto elettriche ove possibile.

Le tabelle seguenti evidenziano una diminuzione del trend di crescita rispetto al consumo di carburanti.

Seppur il valore del consumo in termini assoluti sia aumentato, l'incremento percentuale dell'8% è molto inferiore rispetto all'incremento registrato nel biennio precedente (25%). Ciò è probabilmente legato all'inserimento di nuovi veicoli elettrici e ibridi nella flotta aziendale.

I dati di trend relativi ai consumi e ai viaggi del 2023 risultano fortemente influenzati - soprattutto rispetto ai valori del 2021 - a fronte della progressiva ripresa della normale attività a fronte dell'eliminazione delle limitazioni post-pandemiche.

Notevole l'aumento della percentuale di chilometri percorsi in treno, che infatti si attesta attorno al 33% del totale, rispetto al 4% registrato nell'anno 2022.



**Parco automezzi (numero automezzi)**

	2021	2022	2023
Elettriche	9	9	11
Ibride	84	88	96
Diesel	458	506	538
Totale	551	603	645
Differenza anno su anno		+9%	+7%

Consumi carburanti (litri)

	2021	2022	2023
Benzina	125.447	173.878	180.395
Gasolio	829.143	1.019.318	1.105.899
Totale	954.590	1.193.196	1.286.294
Differenza anno su anno		+25%	+8%
Consumo carburanti/parco automezzi	1732,5	1978,8	1994,3
Differenza anno su anno		+14%	+1%

Viaggi (distanze totali in km)

	2021	2022	2023
Aereo	379.350	883.350	714.350
Treno	1.400	37.350	352.000
Totale	380.750	920.700	1.066.350
Differenza anno su anno		+142%	+16%

5.5 Logistica e trasporti

5.5.1 La logistica interna

La logistica rappresenta un'attività core per un'azienda di distribuzione come Sonepar. La gestione del flusso di prodotti verso i punti vendita è la funzione vitale che garantisce la più ampia disponibilità di soluzioni per tutti i professionisti del mercato elettrico.

È dall'analisi delle operazioni di logistica che emergono i dati sui materiali, il packaging e le emissioni di cui l'azienda è responsabile. L'ottimizzazione della logistica diventa perciò un tema chiave nell'ambito della sostenibilità ambientale.

Il percorso delle merci è lineare ma la sua gestione richiede un'attenzione costante al fine di mantenere un'alta

efficienza nei trasporti ed elevati standard di disponibilità dei prodotti nei punti vendita.

La gestione del procurement è centralizzata in modo da massimizzare la coordinazione tra le aziende e raggiungere il massimo grado di efficienza.

L'area acquisti e l'ufficio approvvigionamento avviano il processo in funzione del piano di approvvigionamento e di stock.

Lo stoccaggio dei prodotti presso i nostri innovativi Centri di Distribuzione (Ce. Di.) è lo step che precede lo smistamento degli stessi nei molteplici punti vendita distribuiti sull'intero territorio nazionale.

I centri di distribuzione

	n. centri	dimensione centri (mq)
Sonepar	5	60.000
Elettroveneta	1	19.000
HDUEA	1	3.000
Totale	7	82.000

7

I Centri di Distribuzione attivi nel 2023

82.000 mq

La superficie totale dei centri di distribuzione



Centri di distribuzione Sonepar Italia

Padova
Pomezia (Roma)
Catania
Modugno (Bari)
Cagliari



Centri di distribuzione Elettroveneta

Padova



Centri di distribuzione HDUEA

Padova



Il totale dei colli in entrata è leggermente diminuito rispetto all'anno 2022, ma in linea con la crescita del business si nota una forte tendenza di crescita positiva nel numero di colli in uscita, che incide infatti sull'aumento assoluto del numero di colli movimentati in totale.

Il numero totale dei muletti impiegati diminuisce. Grazie all'ottimizzazione delle operazioni di stoccaggio e di movimentazione delle merci, il numero di muletti necessari nei nostri Ce. Di. diminuisce nonostante la crescita dei volumi dei prodotti gestiti.

Colli in entrata

	2021	2022	2023
Sonepar	1.361.520	1.464.000	1.507.920
Elettroveneta	357.120	384.000	326.400
HDUEA	6.811	8.358	8.525
Totale colli in entrata	1.725.451	1.856.358	1.842.845
Differenza anno su anno		+8%	-1%

Colli in uscita

	2021	2022	2023
Sonepar	3.651.552	3.926.400	4.279.776
Elettroveneta	881.640	948.000	805.800
HDUEA	5.526	7.512	8.263
Totale colli in uscita	4.538.718	4.881.912	5.093.839
Differenza anno su anno		+8%	+4%

Totale colli movimentati

	2021	2022	2023
Sonepar	5.013.072	5.390.400	5.787.696
Elettroveneta	1.238.760	1.332.000	1.132.200
HDUEA	12.337	15.870	16.788
Totale colli movimentati	6.264.169	6.738.270	6.936.684
Differenza anno su anno		8%	3%

Muletti

	2021	2022	2023
Sonepar	211	213	205
Elettroveneta	22	24	15
HDUEA	2	3	3
Totale muletti	235	240	223
Differenza anno su anno		+2%	-7%

Colli per muletto

	2021	2022	2023
Sonepar	23.759	25.307	28.233
Elettroveneta	56.307	55.500	75.480
HDUEA	6.169	5.290	5.596
Totale colli per muletto	26.656	28.076	31.106
Differenza anno su anno		+5%	+11%

5





5.5.2 La logistica esterna e i trasporti

In Sonepar gestiamo scrupolosamente le attività interne dei nostri Centri di Distribuzione.

La gestione degli arrivi e delle partenze dei Ce. Di. è invece più complessa delle operazioni interne, infatti i trasporti in entrata rimangono sotto il controllo dei singoli fornitori, mentre i trasporti dei colli in uscita sono esternalizzati al fine di massimizzarne l'efficienza.

L'uscita dei colli è affidata non solo a grandi spedizionieri ma soprattutto a piccoli "corrieri" (con una quota superiore al 95% dei trasporti gestiti). La scelta di cooperare con realtà piccole deriva dalla volontà di distribuire maggiormente il valore e creare molteplici opportunità di business e crescita per i piccoli imprenditori coinvolti, coltivando inoltre stretti rapporti di fiducia con gli stessi che risultano in standard qualitativi molto elevati.

La presenza capillare sul territorio nazionale, che rimane un punto di forza del nostro brand, ci impone di ricorrere principalmente al trasporto su gomma. In ragione del basso grado di sensibilità rispetto al tema della sostenibilità nel settore dei trasporti, ci troviamo attualmente in difficoltà nell'elaborazione di criteri di valutazione di potenziali partner logistici sulla base dei loro impegni verso un agire

più sostenibile. Ciononostante, per quanto riguarda le consegne nei grandi centri cittadini (i.e. Roma) privilegiamo le realtà che già fanno ricorso a mezzi elettrici.

Il nostro obiettivo è sviluppare la sensibilizzazione dei potenziali partner verso i temi della sostenibilità, incoraggiando percorsi di sviluppo sostenibile grazie all'introduzione di criteri di selezione che valorizzino e diano precedenza alle realtà in grado di garantire, non solo il massimo standard prestazionale, ma anche risultati concreti nella minimizzazione degli impatti generati dalle proprie attività.

La riduzione delle emissioni non è il solo tema di cui una gestione logistica sostenibile deve tenere conto. Infatti, anche la costante ottimizzazione dei "viaggi" e del transport management assumono un ruolo chiave per la rivisitazione in chiave sostenibile delle operazioni di logistica.

L'obiettivo di creare una rete di logistica sostenibile richiede un'ottimizzazione costante delle prestazioni attraverso la puntuale integrazione tra warehouse management e transport management e tramite l'impiego di specifici software per l'efficientamento. Un'attenzione particolare è rivolta inoltre alla gestione del cosiddetto backhauling, ovvero i viaggi di ritorno che altrimenti tornerebbero a vuoto.

Corrieri coinvolti nel transport management

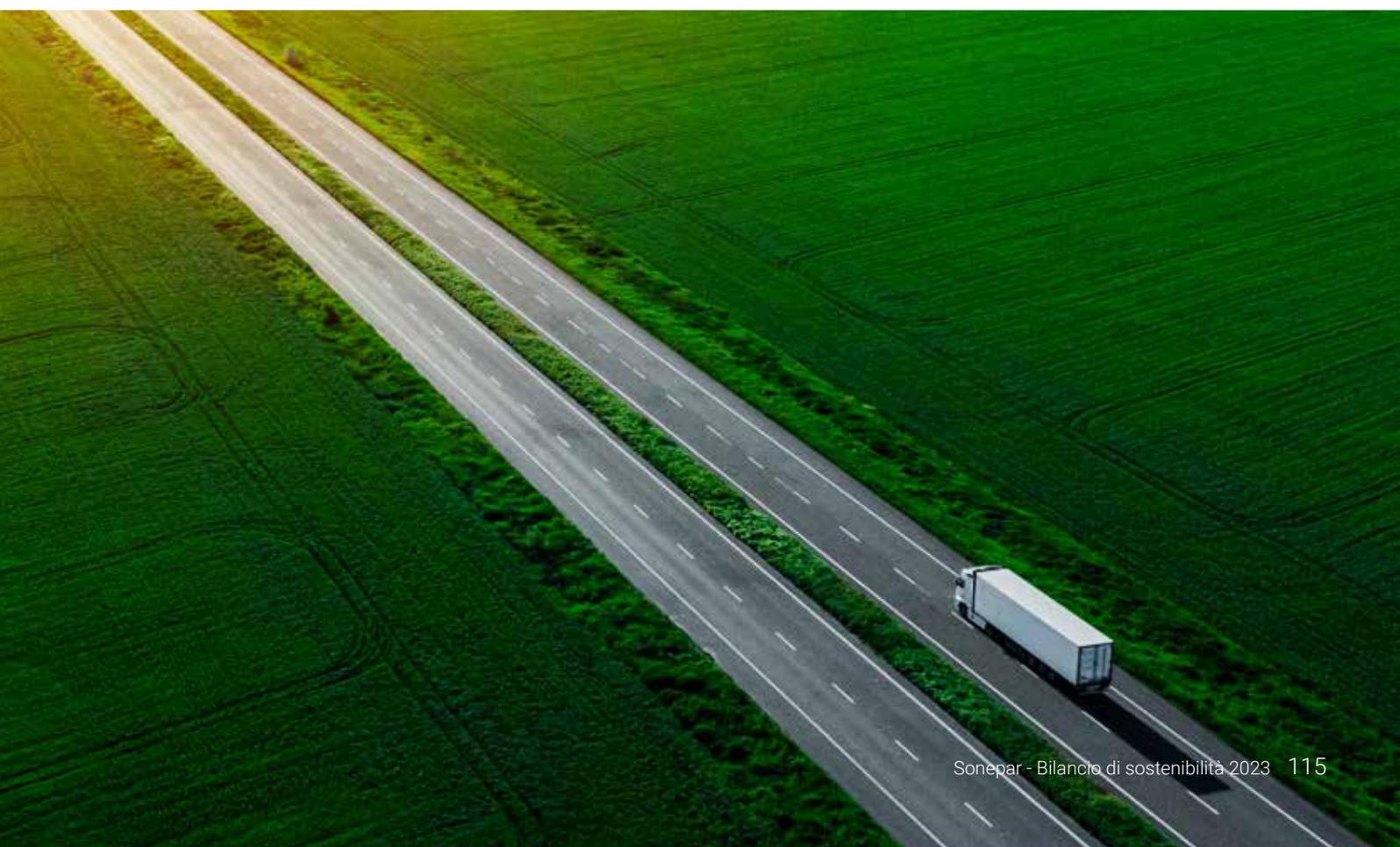
	2021	2022	2023
Sonepar	328	330	340
Elettroveneta	85	87	75
HDUEA	2	3	2
Totale corrieri	415	420	417
Differenza anno su anno		+1%	-1%

Numero spedizioni gestite annualmente (stima)

	2021	2022	2023
Sonepar	1.027.650	1.105.000	1.138.150
Elettroveneta	345.000	348.000	358.440
HDUEA	3.600	4.800	4.944
Totale numero spedizioni gestite	1.376.250	1.457.800	1.501.534
Differenza anno su anno		+6%	+3%

Numero totale km percorsi nel transport management (stima)

	2021	2022	2023
Sonepar	73.800.000	74.250.000	76.500.000
Elettroveneta	19.125.000	19.575.000	16.875.000
HDUEA	450.000	675.000	450.000
Totale numero Km	93.375.000	94.500.000	93.825.000
Differenza anno su anno		+1%	-1%





5.6 Emissioni

Le emissioni di CO₂ causate direttamente ed indirettamente dalle principali attività delle tre aziende oggetto di rendicontazione possono essere categorizzate come segue:

- Emissioni dirette Scope 1, comprendenti le emissioni generate da fonti di proprietà o controllate delle imprese in oggetto ovvero emissioni di gas serra causate dal consumo di combustibili da parte di Sonepar.
- Emissioni indirette Scope 2, comprendenti le emissioni generate dall'energia acquistata da Sonepar, principalmente ai fini dei consumi elettrici, e quindi causate dalla combustione di combustibili da parte di terzi.
- Emissioni indirette Scope 3, comprendenti tutte le emissioni connesse alle attività dell'azienda e generate principalmente lungo la sua catena del valore che non rientrano né nello Scope 1 né nello Scope 2 (i.e. le emissioni causate dalla mobilità dei dipendenti, dalla catena di fornitura, dall'utilizzo di beni prodotti, ecc.).

Il calcolo delle emissioni indirette Scope 2 e Scope 3 derivanti dai consumi elettrici è stato determinato

attraverso due criteri:

- Location-based, orienta il calcolo sulla base di fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia su scala regionale, subnazionale e nazionale.
- Market-based, orienta il calcolo sulla base delle emissioni generate dai fornitori di energia da cui l'azienda si rifornisce tramite contratto, o in alternativa sulla base di fattori relativi al mercato di riferimento.

Il calcolo delle emissioni di seguito riportato è stato effettuato tramite l'uso di un'apposita piattaforma messa a disposizione dal Gruppo e che, attraverso criteri di conversione riconosciuti a livello internazionale, permette di effettuare calcoli affidabili degli impatti.

Nel 2023 Sonepar ha attestato la provenienza del 100% della propria energia da fonti rinnovabili, riducendo la quota di emissioni Scope 2 market based a zero. Inoltre, il contributo generato dall'autoproduzione dei propri impianti fotovoltaici ha portato ad un risultato negativo (-204) nel calcolo delle emissioni Scope 2 market based.

	2021	2022	2023
Emissioni Scope 1 (tCO₂e)			
Consumi di gas	2.051	1.958	1.746
Consumi di carburanti	2.386	2.981	3.214
Gas refrigeranti	38	29	29
Totale emissioni Scope 1	4.475	4.968	4.989
Differenza anno su anno		+4,20%	+0,4%
Emissioni Scope 2 (tCO₂e) - location based			
Consumi elettrici	3.283	2.678	3.016
Differenza anno su anno		-18,4%	+12,6%
Emissioni Scope 2 (tCO₂e) - market based			
Consumi elettrici	5.368	1.711	-204
Differenza anno su anno		-68%	-111,9%

	2021	2022	2023
Emissioni Scope 3 (tCO₂e) - location based			
UPSTREAM			
Logistica	15.719	20.708	22.624
Pendolarismo	2.587	2.720	2.389
Viaggi	172	194	181
Consumi elettrici	1.196	1.010	1.078
Consumi di gas	433	414	369
Consumo di carburanti	611	761	822
Packaging - legno	22	28	35
Packaging - cartone	152	186	212
Packaging - plastica	305	274	117
Packaging - altri materiali	3	0	0
Rifiuti - legno	217	229	250
Rifiuti - carta	7	5	4
Rifiuti - cartone	762	724	719
Plastica	88	64	63
Totale upstream	22.274	27.317	28.863
DOWNSTREAM			
Logistica	11.603	15.536	17.002
Totale scope 3 - location based	33.877	42.853	45.865
Differenza anno su anno		+26,5%	+7%
Emissioni Scope 3 (tCO₂e) - market based			
UPSTREAM			
Logistica	15.719	20.708	22.624
Pendolarismo	2.587	2.720	2.389
Viaggi	172	194	181
Consumi elettrici	1.196	718	552
Consumi di gas	433	414	369



Planet Emissioni

	2021	2022	2023
Consumo di carburanti	611	761	822
Packaging - legno	22	28	35
Packaging - cartone	152	186	212
Packaging - plastica	305	274	117
Packaging - altri materiali	3	0	0
Rifiuti - legno	217	229	250
Rifiuti - carta	7	5	4
Rifiuti - cartone	762	724	719
Plastica	88	64	63
Totale upstream	22.274	27.025	28.337
DOWNSTREAM			
Logistica	11.603	15.536	17.002
Totale scope 3 - market based	33.877	42.561	45.339
Differenza anno su anno		+25,6%	+6,5%

Come prevedibile, data l'attività core dell'azienda, nel calcolo degli impatti Scope 3 risulta evidente l'elevato impatto della logistica. Ciononostante, tale calcolo si rivela particolarmente complesso data la modalità scelta per la gestione della logistica upstream e downstream. Questa è infatti totalmente in outsourcing e ciò comporta una particolare difficoltà per il tracciamento dei percorsi effettivi delle spedizioni di Sonepar, anche a causa del ricorso alla modalità del groupage.

A tal proposito, il Gruppo ha previsto quattro metodologie di stima per il calcolo dei km percorsi e dei relativi impatti, dal meno accurato al più puntuale. La disponibilità dei dati disponibili ad oggi, forza all'applicazione della variante meno accurata. Questa mette a sistema i dati di fatturato, filtrati

dagli effetti dell'inflazione, con degli indici medi di intensità di trasporto.

Possiamo osservare una riduzione dell'aumento percentuale delle emissioni totali location based. Il 2023 registra infatti +6,7%, a discapito dell'aumento del 21,3% verificatosi nel biennio precedente.

Per il futuro, Sonepar si pone l'obiettivo di sensibilizzare gli operatori logistici nello sviluppare modalità di tracciamento analitico incoraggiando lo sviluppo di tecnologie apposite con lo scopo di migliorare le procedure di calcolo degli impatti. Il grado di precisione garantito dagli operatori nel calcolo delle proprie emissioni diventerà un elemento di valutazione sempre più centrale per la scelta dei partner.

-28,4%

La riduzione delle emissioni Scope 1 e Scope 2 market based

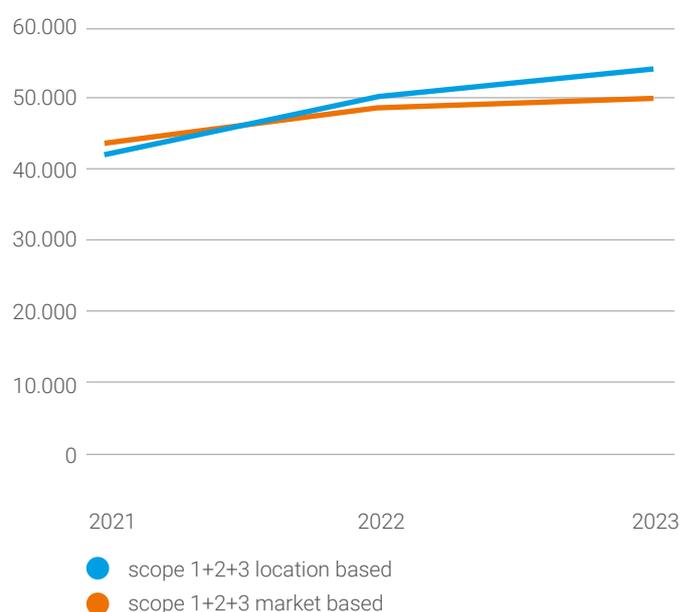
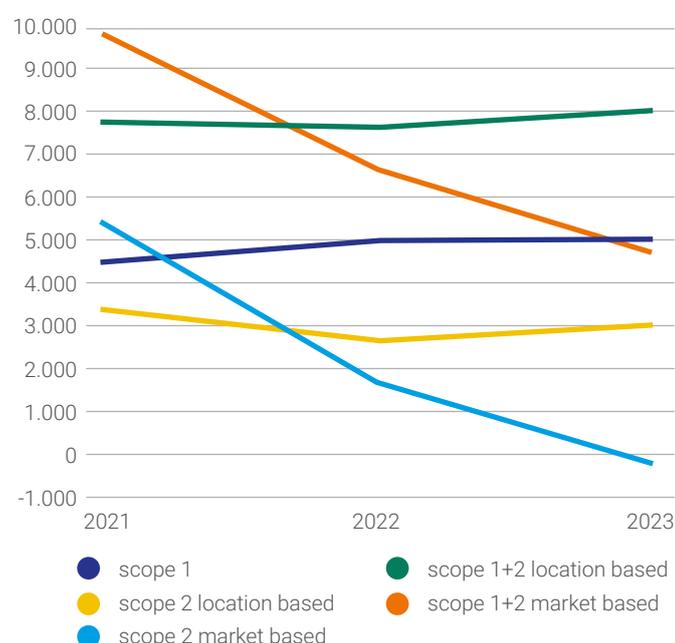
-51,4%

La riduzione delle emissioni Scope 1 e Scope 2 market based nel triennio 2021-2023

-1,2%

La riduzione nel 2023 delle emissioni Scope 3 market based rapportate al numero di spedizioni gestite nell'anno

	2021	2022	2023
Totale Emissioni			
Totale Scope 1 e Scope 2 - location based	7.758	7.646	8.005
Differenza anno su anno		-1,4%	+4,7%
Intensità emissioni (tot. Emissioni/nr. Spedizioni)	0,0056	0,0052	0,0053
Totale scope 1 e scope 2 - market based	9.843	6.679	4.785
Differenza anno su anno		-32,1%	-28,4%
Intensità emissioni (tot. Emissioni/nr. Spedizioni)	0,0072	0,0046	0,0032
Differenza anno su anno		-36,1%	-30,4%
Totale Scope 1, Scope 2 e Scope 3 - location based			
Totale Scope 1, Scope 2 e Scope 3 - location based	41.635	50.499	53.870
Differenza anno su anno		+21,3%	+6,7%
Intensità emissioni (tot. Emissioni/nr. Spedizioni)	0,0303	0,0346	0,0359
Differenza anno su anno		+14,2%	+3,7%
Totale Scope 1, Scope 2, Scope 3 - market based			
Totale Scope 1, Scope 2, Scope 3 - market based	43.720	49.240	50.124
Differenza anno su anno		12,6%	1,8%
Intensità emissioni (tot. Emissioni/nr. Spedizioni)	0,0318	0,0338	0,0334
Differenza anno su anno		+6,3%	-1,2%





Spazio Experience

Building Automation

Specializzazioni

Building Automation

Energie Rinnovabili

HVAC e Termoidraulica

Power Distribution

Illuminazione

capitolo 6

People

“

*Se tutti avanziamo insieme,
il successo arriverà da solo.*

Henry Ford

”

Le aziende non sono solo costituite da impianti, infrastrutture e prodotti, ma soprattutto dalle persone che collaborano e lavorano insieme.

Solo garantendo le giuste condizioni di lavoro, i massimi standard di sicurezza e un clima positivo si possono raggiungere risultati importanti e duraturi, rendendo l'azienda veramente sostenibile.

Per noi il benessere e la soddisfazione dei nostri collaboratori e delle nostre collaboratrici sono obiettivi prioritari. Ci impegniamo quotidianamente per assicurare che la formazione continua, la cultura organizzativa, l'inclusione e la parità non rimangano semplici dichiarazioni generiche, ma diventino concretamente i pilastri su cui costruire un percorso che mette al centro le persone - sia interne che esterne all'organizzazione - che sono i veri beneficiari del nostro impegno verso la generazione di valore condiviso.





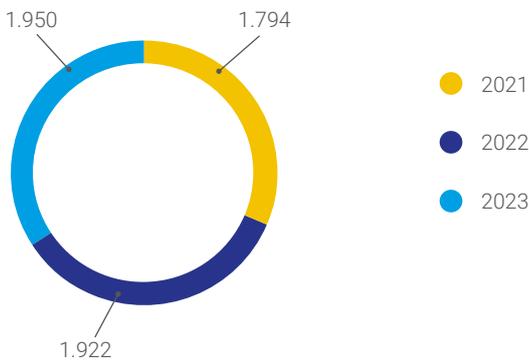
People

I numeri del nostro organico

6.1 I numeri del nostro organico

6.1.1. Dipendenti

Numero totale di dipendenti



1.950

I dipendenti totali nel 2023

+9%

L'incremento dei dipendenti nel triennio 2021- 2023

+21%

L'incremento della quota di dipendenti femminili nel triennio 2021- 2023

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Totale Sonepar Italia	183	1.384	1.567	207	1.485	1.692	216	1.509	1.725
Totale Elettroveneta	23	201	224	27	199	226	26	195	221
Totale HDUEA	0	3	3	1	3	4	1	3	4
Totale Sonepar	206	1.588	1.794	235	1.687	1.922	243	1.707	1.950
Differenza anno su anno				14,1%	6,2%	7,1%	3,4%	1,2%	1,5%

Nota per la lettura dei dati: i dati per genere sono stati raccolti utilizzando la segmentazione suggerita dallo standard GRI ovvero: donne, uomini, altro, non risponde. Non avendo individuato attribuzioni diverse dal genere donne e uomini le colonne "altro" e "non risponde" sono state eliminate al fine di semplificare la lettura delle tabelle.

Numero totale di dipendenti per inquadramento e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Dirigenti	1	17	18	1	18	19	1	19	20
Quadri	6	76	82	5	71	76	8	70	78
Impiegati	192	1.218	1.410	215	1.291	1.506	218	1.327	1.545
Operai	4	254	258	7	286	293	9	272	281
Apprendisti impiegati	3	21	24	7	21	28	7	19	26
Apprendisti operai	0	2	2	0	0	0	0	0	0
Totale	206	1.588	1.794	235	1.687	1.922	243	1.707	1.950

Numero totale di dipendenti per tipologia di contratto e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Tempo indeterminato	201	1.558	1.759	227	1.663	1.890	208	1.487	1.695
Tempo determinato	2	7	9	1	3	4	28	201	229
Apprendistato	3	23	26	7	21	28	7	19	26
Altro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	206	1.588	1.794	235	1.687	1.922	243	1.707	1.950

Dipendenti tempo pieno / part time per genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Tempo pieno	164	1.582	1.746	193	1.677	1.870	201	1.700	1.901
Tempo parziale	42	6	48	42	10	52	42	7	49
Totale	206	1.588	1.794	235	1.687	1.922	243	1.707	1.950

* i dati disaggregati per singola azienda sono disponibili in appendice



People

I numeri del nostro organico

Dipendenti per età e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Età inferiore ai 26 anni	0	40	40	3	46	49	2	36	38
Dai 26 ai 35 anni	23	180	203	33	202	235	35	191	226
Dai 36 ai 45 anni	63	417	480	68	408	476	54	378	432
Dai 46 ai 55 anni	97	663	760	98	708	806	105	673	778
Dai 56 ai 65 anni	23	283	306	33	319	352	45	371	416
Oltre i 65 anni	0	5	5	0	4	4	2	58	60
Totale	206	1.588	1.794	235	1.687	1.922	243	1.707	1.950

Dipendenti per area geografica e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

Nota metodologica: la forte dislocazione territoriale di un'azienda come Sonepar rende particolarmente polverizzata la ripartizione per area geografica dei dipendenti.

Un'analisi puntuale porterebbe, infatti, a dover determinare una segmentazione in 17 regioni italiane.

Per semplificare la lettura del dato abbiamo così utilizzato come criterio di geolocalizzazione la ripartizione in divisioni che caratterizza la nostra organizzazione commerciale. Nel calcolo complessivo le aree risultano così suddivise:

Area Nord

Comprende i dipendenti della divisione nord di Sonepar Italia dislocati nelle regioni Lombardia, Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, nonché

i collaboratori che operano nella divisione Italia centralizzata negli uffici di Padova, i collaboratori Elettroveneta dislocati tra Veneto e Friuli Venezia Giulia e i dipendenti HDUEA operanti a Padova.

Area Centro

Comprende i dipendenti della divisione centro di Sonepar Italia operanti nelle regioni Lazio, Toscana, Umbria, Abruzzo, Marche.

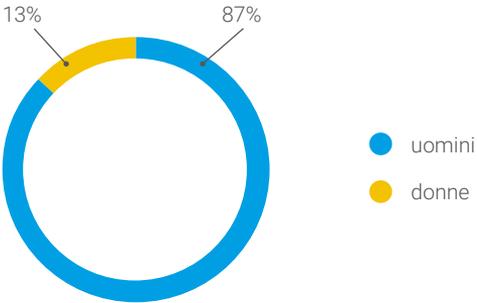
Area Sud

Comprende i dipendenti della divisione centro di Sonepar Italia operanti nelle regioni Campania, Basilicata, Puglia, Molise, Calabria, Sicilia, Sardegna.

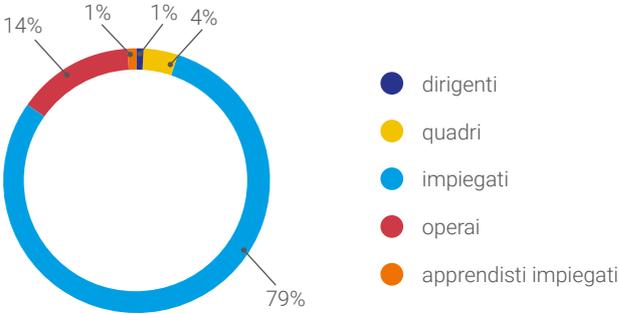
	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Area nord	165	957	1.122	187	971	1.158	193	976	1.169
Area centro	22	365	387	25	379	404	27	397	424
Area sud	19	266	285	23	337	360	23	334	357
Totale	206	1.588	1.794	235	1.687	1.922	243	1.707	1.950

* i dati disaggregati per singola azienda sono disponibili in appendice

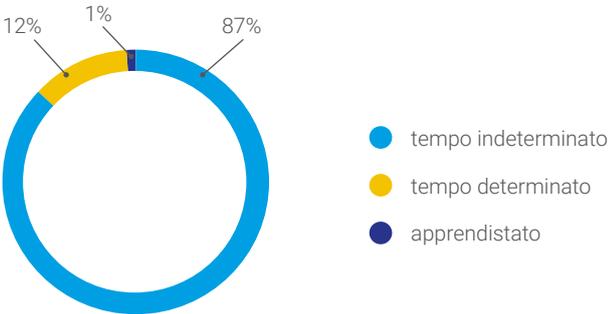
Dipendenti per genere 2023



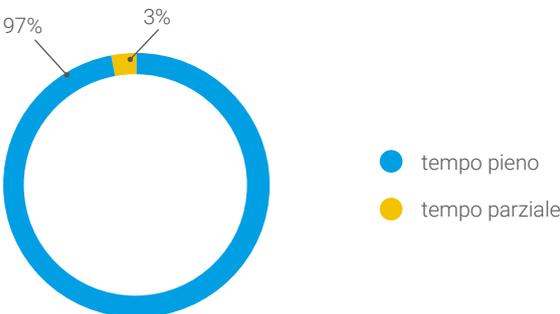
Dipendenti per inquadramento 2023



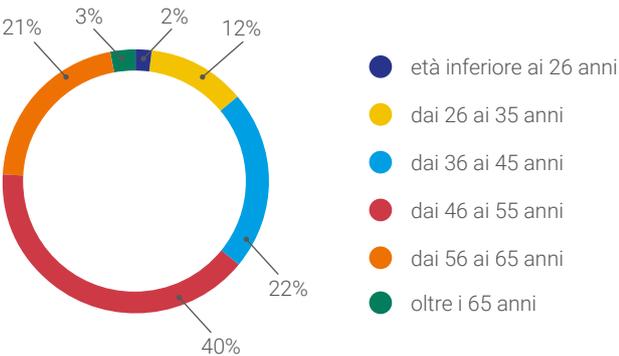
Dipendenti per tipologia di contratto 2023



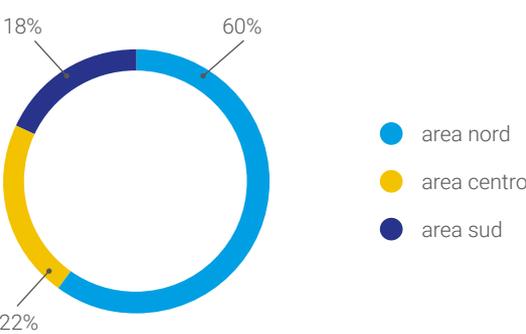
Dipendenti tempo pieno / part time 2023



Dipendenti per età 2023



Dipendenti per area geografica 2023



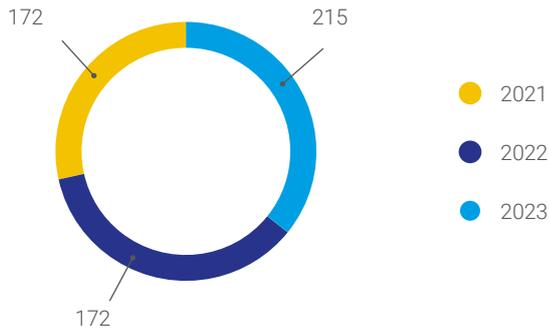


People

I numeri del nostro organico

6.1.2 Non dipendenti

SONEPAR TOTALE - Numero collaboratori



215

I non dipendenti con contratto di somministrazione nel 2023

+60%

L'incremento della quota di non dipendenti femminili nel triennio 2021-2023

Nota metodologica:

nel calcolo dei collaboratori non dipendenti sono stati inseriti i lavoratori con contratto di somministrazione.

Non dipendenti con contratto di somministrazione per genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Sonepar Italia	35	134	169	40	131	171	54	156	210
Elettroveneta	0	2	2	0	1	1	2	3	5
HDUEA	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Sonepar Totale	35	137	172	40	132	172	56	159	215

Non dipendenti per funzione e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impiegati	7	7	14	7	14	21	7	11	18
Operai	28	130	158	33	118	151	49	148	197
Apprendisti impiegati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	35	137	172	40	132	172	56	159	215

Non dipendenti tempo pieno / part time per genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Tempo pieno	35	133	168	39	129	168	54	158	212
Tempo parziale	0	4	4	1	3	4	2	1	3
Totale	35	137	172	40	132	172	56	159	215

Non dipendenti per età e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Età inferiore ai 26 anni	7	43	50	16	42	58	18	52	70
Dai 26 ai 35 anni	16	61	77	14	49	63	25	64	89
Dai 36 ai 45 anni	11	23	34	7	27	34	8	28	36
Dai 46 ai 55 anni	1	7	8	3	9	12	4	10	14
Dai 56 ai 65 anni	0	3	3	0	5	5	1	5	6
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	35	137	172	40	132	172	56	159	215

6

Non dipendenti per area geografica e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR TOTALE									
Area nord	35	134	169	40	130	170	51	140	191
Area centro	0	2	2	0	2	2	3	9	12
Area sud	0	1	1	0	0	0	2	10	12
Totale	35	137	172	40	132	172	56	159	215

* i dati disaggregati per singola azienda sono disponibili in appendice

6

People

I numeri del nostro organico

6.1.3 Assunzioni e dimissioni

La crescita del volume di affari dell'ultimo triennio ha portato a uno sviluppo dell'organico e, di conseguenza, al ricorso a nuovi collaboratori. Le assunzioni nel triennio in analisi sono pari a 442 con una quota di circa il 16% di nuove entrate femminili.

Assunzioni (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Età inferiore ai 26 anni	0	26	26	4	24	28	2	16	18
Dai 26 ai 35 anni	9	49	58	15	46	61	10	42	52
Dai 36 ai 45 anni	4	23	27	12	25	37	2	30	32
Dai 46 ai 55 anni	1	23	24	3	20	23	3	19	22
Dai 56 ai 65 anni	0	3	3	0	1	1	1	8	9
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Totale	14	124	138	34	116	150	18	116	134



422

le assunzioni nel triennio 2021-2023



66

le assunzioni femminili triennio 2021-2023



Nel triennio oggetto di analisi le dimissioni registrate sono pari a 357 (12% donne) con un saldo tra assunzioni e dimissioni pari +65 persone.

Dimissioni (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Età inferiore ai 26 anni	0	4	4	0	4	4	1	5	6
Dai 26 ai 35 anni	1	17	18	1	17	18	4	21	25
Dai 36 ai 45 anni	5	31	36	5	31	36	3	17	20
Dai 46 ai 55 anni	2	25	27	2	25	27	3	27	30
Dai 56 ai 65 anni	4	28	32	4	28	32	3	44	47
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	3	3	0	4	4
Totale	17	88	105	12	108	120	14	118	132



* i dati disaggregati per singola azienda sono disponibili in appendice



6

People

I numeri del nostro organico

6.1.4 Ore lavorate x1.000 (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)*

Le ore lavorate nel 2023 sono state a pari a 3.319.000 con una crescita del 12% rispetto al 2021. Le ore totali lavorate nel triennio 2021/23 sono pari 9.377.000 (12% la quota di ore lavorate femminili).

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Ore lavorate	320	2.637	2.957	349	2.752	3.101	383	2.936	3.319
Ore prestazione teorica	396	3.177	3.573	429	3.370	3.790	469	3.514	3.983
Ore Ordinarie	320	2.638	2.958	349	2.752	3.101	381	2.911	3.292
Ore Smart Working	45	52	97	30	30	60	18	11	29
Ore Straordinario	1,6	20	22	3	21	24	3	26	29
Ore non lavorate	64	482	546	74	515	589	77	513	590

Nota metodologica

Dati arrotondati e presentati in migliaia di ore. Il calcolo delle ore non lavorate comprende

Ore allattamento, ore aspettativa, ore cig, ore congedo matrimoniale, ore donazione sangue, ore ferie/ex fest/rol, ore flex/banca ore, ore infortunio, ore malattia, ore malattia figlio, ore maternità, ore permesso L.104, ore permesso non retribuito, ore permesso retribuito, ore sospensione, ore permessi per lutto.

* i dati puntuali e disaggregati per singola azienda sono disponibili in appendice



6.1.5 Permessi e congedi parentali (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)

La nostra attenzione alla conciliazione vita lavoro è misurabile anche nella crescita misurata in questi anni sul fronte dei permessi parentali aumentati nel 2023 del 36% rispetto al 2021. Da segnalare in particolar modo la crescita del 74% dei permessi per paternità.

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Allattamento	307	0	307	529	0	529	523	0	523
Ore malattia figlio	66	124	190	24	64	88,00	362	32	394
Ore maternità e congedi	6.968	1.989	8.957	6.864	2.732	9.596	6.750	3.456	10.206
Ore permesso l.104	4.320	15.750	20.070	3.807	17.619	21.426	4.039	25.540	29.579
Permessi lutto	185	1.273	1.458	155	1.523	1.678	95	1.455	1.550
Totale	11.846	19.136	30.983	11.379	21.938	33.317	11.769	30.483	42.252
Differenza anno su anno				-4%	15%	8%	3%	39%	27%





People

Retribuzioni, incentivi e benefit

6.2 Retribuzioni, incentivi e benefit

6.2.1 Retribuzioni e fringe benefit

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Fringe benefit totali	82.877	1.247.757	1.330.635	110.821	1.375.047	1.485.868	122.638	1.503.069	1.625.707
Netto del mese	4.295.434	36.716.607	41.012.041	4.850.741	41.000.794	45.851.536	5.444.596	44.947.929	50.392.525
Totale	4.378.311	37.964.364	42.342.676	4.961.562	42.375.841	47.337.404	5.567.234	46.450.998	52.018.232
diff. anno su anno				13,3%	11,6%	11,8%	12,2%	9,6%	9,9%
ELETTROVENETA									
Fringe benefit totali	4.600	98.484	103.084	11.063	149.295	160.358	9.178	171.685	180.863
Netto del mese	574.763	6.219.382	6.794.145	529.727	5.941.800	6.471.527	552.117	5.922.820	6.474.937
Totale Elettroveneta	579.363	6.317.866	6.897.229	540.790	6.091.095	6.631.885	561.295	6.094.505	6.655.800
diff. anno su anno				-6,7%	-3,6%	-3,8%	3,8%	0,1%	0,4%
HDUEA									
Fringe benefit totali	n.d.	n.d.	n.d.	258	4.217	4.475	258	2.949	3.207
Netto del mese	n.d.	n.d.	n.d.	17.888	114.674	132.562	25.496	100.736	126.232
Totale HDUEA	n.d.	n.d.	n.d.	18.146	118.891	137.037	25.754	103.685	129.439
diff. anno su anno							41,9%	-12,8%	-5,5%

6.2.2 Rapporto retribuzioni

	2021		2022		2023	
	donne	uomini	donne	uomini	donne	uomini
Sonepar Italia	2.094	2.243	1.825	2.180	2.293	2.476
Elettroveneta	2.006	2.462	1.859	2.403	2.062	2.561
HDUEA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2.761	3.066

6.2.3 Sistemi premianti, incentivi e benefit

La retribuzione dei nostri collaboratori include l'implementazione di sistemi premianti basati sul conseguimento degli obiettivi aziendali, che solitamente sono definiti per specifiche aree funzionali o correlati alle prestazioni individuali di successo.

Inoltre, sono previsti incentivi e schemi di remunerazione specifici per il reparto vendite e per il raggiungimento degli obiettivi fissati per i singoli manager.

La valutazione delle performance viene condotta su tutta la nostra popolazione aziendale attraverso la piattaforma Sonepeople, che consente ai collaboratori di partecipare a sessioni di autovalutazione e successivi feedback.

Attualmente, offriamo diverse forme di benefit, tra cui:

- Ente Bilaterale Padova;
- Fondo Est, che fornisce assistenza sanitaria integrativa per il commercio, il turismo, i servizi e settori correlati;
- Fondo FASDAC, che offre assistenza sanitaria per i dirigenti delle aziende commerciali;
- Fondo Fon.te, un fondo pensione complementare per i dipendenti nel settore terziario, commercio, turismo e servizi;
- Piano welfare;
- Convenzioni aziendali per acquisti scontati.

6.2.4 Welfare

Nel 2023 è stato introdotto, in aggiunta ai classici strumenti di incentivazione monetaria, un piano di welfare aziendale con lo scopo di assicurare al personale dipendente la possibilità di fruire di una serie benefici finalizzati al supporto della vita personale e familiare, nonché al potenziamento della propria copertura previdenziale e sanitaria.

I termini e le condizioni di attuazione del Piano Welfare sono disciplinati da un apposito regolamento.

Il Piano avrà una durata biennale: ed è entrato in vigore il 15/02/2023.

Per il Piano 2023 l'azienda ha assegnato ai Titolari un Conto Welfare pari a euro 1.500,00 spendibile nei seguenti ambiti:

- carrello della spesa (buoni acquisto/buoni benzina);
- contribuzione alla previdenza complementare;
- rimborso spese scolastiche per i familiari;
- pacchetti sanitari e rimborso spese sanitarie;
- rimborso spese assistenziali;
- servizi di educazione, istruzione, ricreazione e socio-sanitari e, in particolare:
- acquisto abbonamenti casa-lavoro;
- rimborso quota parte interessi passivi del mutuo.

PARTECIPAZIONE AL CAPITALE DEI DIPENDENTI E DEI MANAGER

Con l'introduzione del purpose, il Gruppo Sonepar ha deciso di attivare ogni anno l'attribuzione di azioni ai dipendenti e ai manager.

L'iniziativa partirà con il 2024 e vedrà la distribuzione di 80 azioni - del valore di 25,20 euro cad. - per ogni dipendente con un investimento stimato di circa 100 milioni annuo su base globale.

L'obiettivo non è solo il riconoscimento del contributo del collaboratore ai risultati aziendali ma anche incentivare in modo concreto la retention.

La partecipazione al capitale non è comunque una novità in Sonepar in quanto era già stata implementata con l'attribuzione di cinquanta azioni per collaboratore nell'occasione dell'anniversario.

6.3 Diversità & inclusione

6.3.1 Il nostro impegno per la diversità e l'inclusione

Powered by difference è lo slogan che caratterizza il nostro operato a livello globale.

Le differenze per noi rappresentano, quindi, dei punti di forza sui quali costruire il nostro vantaggio competitivo, il nostro posizionamento di mercato e la proposta di valore che offriamo ai nostri clienti.

Allo stesso modo l'inclusione costituisce per noi un aspetto fondamentale.

Vogliamo garantire che a tutte le persone - a prescindere da sesso, provenienza, religione - sia sempre garantito pari accesso a tutte le opportunità e a tutte le risorse che Sonepar mette a disposizione.

La nostra traiettoria di sviluppo è fortemente centrata sulla costruzione di un ambiente di lavoro in cui tutti possano sentirsi al sicuro, esprimere le proprie idee e percepire un reale senso di appartenenza a un gruppo forte e coeso.

Il nostro impegno si è concretizzato in questi anni non solo con una serie di progetti importanti ma con la formalizzazione di un approccio strategico che ha comportato anche la revisione della struttura organizzativa.

Abbiamo così definito una vera e propria **D&I strategy** supportata da un team di lavoro specialistico (**Comitato Guida Pari Opportunità**) composto da tre persone e posto in staff direttamente all'Amministratore Delegato.



Inquadra il qr code con lo smartphone e approfondisci il nostro approccio alla D&I. In alternativa usa questo link <https://bit.ly/deisonepar>



Inquadra il qr code con lo smartphone e scarica la nostra politica per la parità di genere. In alternativa usa questo link <https://bit.ly/paritasonepar>

6.3.2 Diversità e inclusione: gli obiettivi

La nostra D&I strategy non solo definisce gli elementi fondamentali che orientano le nostre azioni ma prevede anche una serie di obiettivi molto precisi e puntuali. Gli ambiti prioritari, in linea con quanto indicato dal Gruppo, sono:

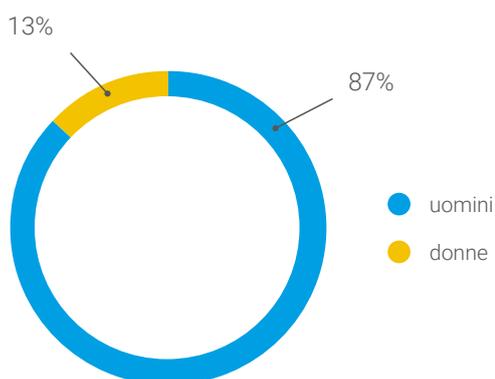
- attrarre, trattenere e promuovere le donne, riducendo il gender split e potenziando le assunzioni femminili e rendendo accessibili i percorsi di carriera;
- promuovere la diversità a tutti i livelli, in particolare sviluppando la cultura interna e consentendo alle persone con diversi background di crescere nell'organizzazione;
- promuovere un ambiente di lavoro inclusivo per le persone con disabilità;
- aumentare l'inserimento di giovani all'interno dell'organizzazione, anche tramite canali di recruiting e inserimento facilitanti, come l'Accademia Sonepar Italia / Elettroveneta.

Per concretizzare questo impegno è **stata definita una roadmap puntuale** che per ogni obiettivo individua un piano di azioni concrete da implementare correlate a un set di indicatori per misurare l'efficacia.

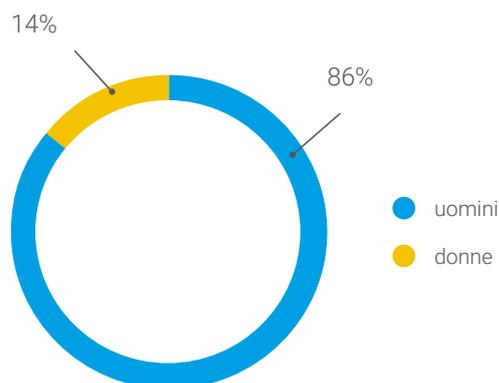
GLI OBIETTIVI DI DETTAGLIO

Ambito	Obiettivo 2025
% donne sul totale dell'organico	15%
% donne assunte	>30%
% di donne nelle liste di promozione per i livelli da 2 a 4	> 35%
% di collaboratori formati sui temi D&I	100%
% di collaboratori valutati sulle performance e sulle potenzialità	100%
% di collaboratori con disabilità	7%
D&I Open Voices Index	86%
% di giovani under 30 in organico	15%
% di collaboratori non dipendenti inclusi nella piattaforma Sonepeople	100%

Dipendenti per genere 2023



Totale popolazione aziendale per genere 2023





6.3.3 Principali progetti di D&I implementati

In Sonepar, abbracciamo con determinazione i principi fondamentali dell'inclusività, della parità di genere e dell'integrazione all'interno del tessuto aziendale e sociale.

I progetti avviati sono numerosi e vedono come fattore imprescindibile la diffusione di una cultura della diversità e dell'inclusione che passa anche - come già presentato - dalla formazione e dalla comunicazione interna.

Tra i progetti più significativi possiamo evidenziare:

POLICY AZIENDALE

Per istituzionalizzare il nostro impegno e orientare l'azione di tutte le persone Sonepar verso l'implementazione di una vera cultura D&I in azienda abbiamo deciso di adottare una **policy aziendale orientata alla eliminazione del gender gap** in tutte le aree considerate più critiche.

CERTIFICAZIONE PARITÀ DI GENERE UNI PdR125

Nel mese di maggio 2023 abbiamo ottenuto la **certificazione per la parità di genere secondo UNI PdR125**.

Abbiamo, di conseguenza, implementato uno specifico sistema di gestione che prevede:

- definizione della politica di parità di genere
- definizione di un piano strategico correlato alle politiche e che preveda obiettivi e azioni
- attuazione del piano e monitoraggio continuo delle attività
- gestione della documentazione, comunicazione, audit e interventi sulle eventuali non conformità

ADESIONE AL BANDO #RIPARTO

Un progetto dalla fortissima connotazione welfare ma specificatamente rivolto al mondo femminile e pensato per agevolare il rientro al lavoro delle madri, favorire la natalità e il work-life balance.

Con l'adesione a questo bando, presentato nel 2024 e che vedrà l'avvio effettivo nel 2025 puntiamo a incidere positivamente sulla vita professionale delle nostre collaboratrici dopo il parto o l'adozione, offrendo loro gli strumenti per armonizzare le esigenze lavorative con quelle della cura dei nuovi figli anche nell'ottica di una più equa condivisione

del tempo di cura tra i genitori e di consapevole assunzione del ruolo genitoriale.

Avremo, in tal modo, la possibilità di sviluppare un piano di supporto in grado di integrare incentivi alla natalità con pillole sul well-being post rientro al lavoro, coaching specifici per le neomamme e iniziative di self-discovery.

4WEEKS4INCLUSION

Siamo stati partner silver di 4W4I, una "maratona" di quattro settimane (dal 12 ottobre al 14 novembre 2023) che ha visto circa 400 aziende alternarsi in una staffetta di webinar ed eventi dedicati alla valorizzazione delle diversità e all'inclusione.

Il nostro contributo si è focalizzato sulle disabilità "invisibili".

FONDAZIONE LIBELLULA

Partecipiamo con convinzione ed entusiasmo ai progetti della Fondazione Libellula centrati sulla prevenzione e il contrasto di ogni forma di violenza sulle donne e di discriminazione di genere.

I pilastri dell'iniziativa possono essere riassunti in equità, armonia dei legami e rispetto di ogni essere umano; aspetti questi assolutamente in linea con i nostri valori fondamentali.

Insieme a Fondazione Libellula abbiamo implementato un programma di attività personalizzate di informazione e sensibilizzazione su violenza e discriminazione di genere. Il tutto agendo concretamente sul piano culturale e sugli elementi tipici quali: stereotipi, empowerment, linguaggio, managerialità inclusiva e servizi di contrasto alle molestie.

6.3.4 Progetti in fase di implementazione

QUOTE ROSA IN MAGAZZINO

L'innovazione e l'automazione dei nuovi centri logistici ci ha permesso di modificare l'approccio alla gestione della movimentazione di magazzino: non è più la persona che va verso la merce ma la merce che raggiunge la persona.

Questo - oltre a ridurre il rischio infortuni - rappresenta un cambio fondamentale di paradigma che rende meno fisico il lavoro e quindi molto più accessibile alle donne.

Il nostro obiettivo, di conseguenza, è rendere sempre più "democratica" la gestione della logistica con un coinvolgimento attivo delle donne all'interno di procedure fortemente automatizzate.

Nel 2023 abbiamo finalmente abbattuto la soglia psicologica del 20% di quota rosa in magazzino.

NUOVE ASSUNZIONI

Il gender mix rappresenta un aspetto fondamentale della strategia indicata dal Gruppo. L'obiettivo è quello di arrivare ad almeno una quota femminile del 25% nelle nuove assunzioni e ad una forbice tra il 25 e il 32% entro il 2025.

CERTIFICAZIONE GEEIS

Per ulteriormente concretizzare il nostro impegno sui temi della D&I, abbiamo avviato l'iter per ottenere nel 2024 la **certificazione GEEIS - Gender Equality European & International Standard**.

L'obiettivo di GEEIS è valorizzare l'impegno delle organizzazioni, valutando l'adesione a ciascun requisito dello standard in riferimento a cinque diversi livelli:

- assunzione di un impegno formale;
- attuazione di azioni concrete sui temi dell'uguaglianza di genere e diversity;
- valutazione dell'efficacia delle azioni implementate;
- impegno al miglioramento continuo attraverso lo sviluppo di buone pratiche;
- misurazione dell'impatto delle buone pratiche sui loro beneficiari.





6.4 Performance e talenti

6.4.1 Performance e talent management

Una strategia aziendale efficace attribuisce lo stesso valore ai successi ottenuti in termini di performance e al benessere delle persone che contribuiscono al raggiungimento di tali traguardi.

Una cultura lavorativa fondata sulla cooperazione e la comunicazione è quindi fondamentale per una gestione ottimizzata delle performance ma anche per il perseguimento di un modello di business sempre più sostenibile dal punto di vista sociale.

Il processo di gestione delle performance dei nostri collaboratori e delle nostre collaboratrici prevede **tre passaggi essenziali**:

- piano degli obiettivi personali
- monitoraggio
- revisione periodica

Il primo step prevede la definizione del **piano obiettivi personale** ed è contestuale ad un incontro tra collaboratore e manager, volto proprio a identificare i target di crescita individuale per l'anno a venire.

La performance del collaboratore, relativamente agli obiettivi prefissati, sarà poi soggetta a **monitoraggio lungo l'intero anno** e supportata direttamente dal manager attraverso feedback costanti.

Il processo si conclude a fine anno con un **incontro tra manager e collaboratore al fine di rivedere i risultati** ottenuti rispetto agli obiettivi e documentare i progressi.

In Sonepar ci impegniamo costantemente per migliorare la qualità dei nostri modelli manageriali attraverso l'ascolto attivo dei nostri collaboratori e tramite l'impiego di piattaforme come Sonepeople in grado di coadiuvare il monitoraggio delle performance di tutti.

LA PIATTAFORMA SONEPEOPLE

La piattaforma Sonepeople nasce con lo scopo di creare un unico luogo di incontro per la gestione e la formazione dei talenti del Gruppo.

Il sito interviene a sussidio di quattro aree d'azione:

- HR management
- formazione
- performance
- sviluppo di carriera

La piattaforma si configura, quindi, come uno strumento di monitoraggio di tutte le risorse e dei loro profili professionali, con l'obiettivo di dare un supporto concreto ai collaboratori e al contempo fornire al team HR un quadro

aggiornato dei talenti aziendali.

La sezione rivolta alla formazione ha registrato dati molto positivi nel 2023, infatti il **97,2% dei collaboratori ha seguito percorsi di formazione per un totale di 16.687 ore di formazione totali**. Tra i vari obiettivi futuri della piattaforma troviamo l'integrazione dei percorsi di apprendimento con delle verticalizzazioni specifiche nell'ambito linguistico e del coaching.

Allo stesso tempo è in continua evoluzione la user experience al fine di poter garantire la miglior accessibilità e la piena fruibilità di tutti i contenuti.

L'alto potenziale della piattaforma è racchiuso, inoltre, nella parte rivolta al monitoraggio delle performance e goal dei talenti, nonché al processo di talent review.

6.4.2 Talent review

I manager di Sonepar si impegnano a costruire una cultura del feedback che possa incentivare una comunicazione assertiva con i collaboratori e possa creare una fiducia reciproca tra i diversi livelli di governance aziendale.

Il processo di talent review diventa fondamentale allo scopo di creare un canale di confronto diretto con i dipendenti per valutarne le traiettorie di sviluppo professionale.

Abbiamo identificato **quattro fasi** di sviluppo del processo:

- confronto tra manager e collaboratore
- valutazione del potenziale e delle performance
- sviluppo piano personalizzato
- identificazione obiettivi di sviluppo individuali

Il **confronto diretto tra manager e collaboratore** è lo step propedeutico all'attività di review. Questo passaggio ha lo scopo di definire gli sviluppi di carriera indagando le aspirazioni e le aspettative della risorsa.

Il manager, in seguito, ha il compito di **valutare** attentamente, insieme al team HR, **le performance e il potenziale** della persona. Questo processo è schematizzato e standardizzato attraverso l'uso di una matrice che permette di inquadrare in modo chiaro la posizione della risorsa rispetto al punteggio ottenuto nelle due aree valutate.

Il processo di valutazione è seguito dall'**elaborazione di piani di successione**, identificando i collaboratori che potenzialmente potranno ricoprire determinati ruoli quando e dove Sonepar dovesse avere bisogno.

L'ultimo step del processo prevede l'**identificazione di obiettivi di sviluppo individuali** ed opportunità di formazione da inserire all'interno di un piano di sviluppo personale che verrà monitorato nel tempo.

6

Su questo fronte, Sonepeople offre specifici programmi per lo sviluppo delle capacità manageriali di gestione delle performance e costituisce il mezzo ultimo per la registrazione degli obiettivi di sviluppo professionale dei collaboratori. Sonepeople favorisce, inoltre, l'applicazione e la standardizzazione del processo di talent review.

Nel 2023, **255 collaboratori sono stati formati su tale processo per un totale di 765 ore di formazione e il 94% dei dipendenti ha ricevuto una valutazione di performance e potenziale** attraverso la specifica matrice sopracitata.

Il Gruppo si pone l'obiettivo di continuare ad incrementare il tasso di coinvolgimento diretto dei collaboratori, migliorando la navigabilità della piattaforma e aumentando la disponibilità dei contenuti in lingue diverse.

16.687

le ore di formazione seguite dai collaboratori sulla piattaforma Sonepeople

94%

la percentuale di collaboratori che hanno ricevuto una valutazione di performance tramite la piattaforma Sonepeople

6.5 L'ascolto delle persone Sonepar

Siamo concretamente impegnati per valorizzare le voci dei nostri collaboratori. L'ascolto attivo dei dipendenti favorisce il loro coinvolgimento nel processo di innovazione e crescita dell'azienda, tracciando sentieri di collaborazione ispirata a performance evolutive di successo.

L'INIZIATIVA LET'S TALK

Coerentemente con questi valori, dal 5 al 19 settembre 2023 è stata implementata e somministrata, a livello di Gruppo, una survey incentrata su Engagement, Diversity & Inclusion e Purpose. L'iniziativa prende il nome di **"Let's Talk"**, un titolo che esplicita lo scopo di incoraggiare il coinvolgimento attivo dei collaboratori interni.

La percentuale di partecipazione dei collaboratori di Sonepar Italia ha raggiunto l'83%, un traguardo importante che evidenzia la rilevanza dei processi interni di creazione di una cultura lavorativa fondata sulla cooperazione e la partecipazione agli obiettivi strategici aziendali.

La categoria di domande che riguardano il grado di realizzazione personale e professionale, insieme al gradimento generale dell'esperienza lavorativa in Sonepar, ha registrato

l'89% (88,5% nella precedente indagine svolta nel 2021) di risposte indicanti i valori più alti della scala qualitativa di valutazione proposta ai rispondenti.

Tale dato indica, quindi, la percentuale di persone che ha risposto "Assolutamente d'accordo" o "Abbastanza d'accordo" rispetto a statement quali "Sono orgoglioso/a di lavorare per la mia Operating Company" e "Il mio lavoro mi offre un senso di realizzazione personale".

Le risposte positive inerenti i temi del benessere, del rispetto e dell'inclusività hanno registrato un tasso dell'85,5% (83% nel 2021).

La survey ha, inoltre, voluto monitorare l'apprendimento e la percezione del purpose aziendale, a seguito del lancio dello stesso e il conseguente sforzo comunicativo di Sonepar. Il Purpose Index ha così totalizzato un punteggio dell'87% evidenziando un ottimo recepimento del "why" aziendale.

Visto il riscontro positivo e la rilevanza della survey, l'iniziativa "Let's Talk" verrà ripetuta ciclicamente al fine di rafforzare un momento di ascolto aperto e costruttivo.

83%

Il tasso di coinvolgimento interno Sonepar Italia ed Elettroveneta all'iniziativa Let's talk

66%

Il tasso di coinvolgimento medio di Gruppo all'iniziativa Let's talk



6.6 L'employee experience

L'esperienza dei nostri collaboratori assume un valore centrale nella strategia di crescita dell'azienda, per questo ci impegniamo costantemente per migliorare le condizioni di lavoro dei nostri dipendenti con l'obiettivo di attrarre nuovi talenti, valorizzare quelli già impiegati ed affiancarli nel loro percorso di sviluppo e crescita personale e professionale.

Coerentemente con ciò, è stata quindi elaborata una **roadmap apposita che identifica 8 campi di intervento prioritari al fine di migliorare l'employee experience.**

Le 8 aree d'azione individuate percorrono le fasi dell'intero percorso del collaboratore in azienda, dalla sua assunzione e induction, alle politiche di remunerazione, sviluppo e management, per concludere con l'engagement, il riconoscimento ed il pensionamento. Le aree della roadmap sono state poi ulteriormente sviluppate ed implementate attraverso specifici target ed iniziative. Il ciclo di obiettivi si compone come segue:



1. Attract me

Ci impegniamo ad incrementare la nostra attrattività attraverso una employer branding strategy strutturata e costruendo un ambiente di lavoro fondato sulla parità di genere e la formazione costante.



2. Get me started

Ci impegniamo a guidare i nuovi collaboratori in un percorso di sviluppo professionale dedicato, avvalendoci inoltre di strumenti quali la piattaforma Sonepeople e le survey di monitoraggio dell'induction.



3. Pay me

Ci impegniamo a stanziare un significativo budget per il welfare dei dipendenti, accompagnato dalla stipula di convenzioni e sconti dedicati.



4. Develop me

Ci impegniamo a garantire costantemente opportunità di formazione e sviluppo professionale attraverso piattaforme dedicate al coaching e alla formazione, quali Sonepeople, e offrendo opportunità di sviluppo mirate alla specializzazione o a progetti interni quali la Green Offer.



5. Manage me

Ci impegniamo a costruire una cultura manageriale fondata sull'inclusività e il feedback continuo, offrendo inoltre opportunità di formazione su modelli di leadership di successo.



6. Engage me

Ci impegniamo a mantenere un elevato tasso di engagement dei collaboratori tramite una cultura aziendale volta all'inclusione e alla collaborazione, e attraverso survey di monitoraggio e specifiche iniziative quali i Learning days e la Sustainability Week.



7. Recognize me

Ci impegniamo a favorire una cultura che premi il merito e riconosca i successi individuali e collettivi, attraverso feedback diretti e targhe di riconoscimento.



8. Retire me

Ci impegniamo a monitorare il benessere dei collaboratori fino al termine del loro percorso in azienda organizzando colloqui con i dipendenti uscenti.

6.7 Le attività di onboarding

L'universo Sonepar è complesso e articolato per questo richiede una procedura di induction estremamente attenta e curata al fine di agevolare l'inserimento riducendo al contempo lo stress e le tensioni.

Per i neo assunti è, quindi, previsto un preciso calendario di attività che include un momento di benvenuto denominato **welcome day** durante il quale le persone recentemente assunte hanno la possibilità di visitare la sede centrale di Padova, conoscere l'Amministratore Delegato e prendere contatto con gli elementi chiave della cultura Sonepar.

Il welcome day rappresenta un'occasione unica per conoscersi, confrontarsi e riflettere sui valori dell'azienda grazie anche a workshop ed attività esperienziali.

Specifiche attività di induction sono previste anche per i cambi di ruolo. Essendo questi dei momenti di forte discontinuità lavorativa richiedono un particolare accompagnamento per ridurre le eventuali tensioni agevolando l'inserimento del collaboratore nella nuova posizione.

I WELCOME DAY 2023

26 - 27 giugno > Sonepar

9 - 10 ottobre > Elettroveneta

13 - 14 novembre > Sonepar

Attività

- Presentazione del mondo Sonepar da parte dell'Amministratore Delegato
- Interventi delle funzione HR, legal e sostenibilità
- Visita del punto vendita e del Ce. Di. di Padova
- Laboratorio creativo sui valori Sonepar



6.8 Sonepar per le giovani leve

6.8.1 Sonepar Academy

Il progetto Sonepar Academy - giunto nel 2023 alla 19ma edizione - punta a formare diplomate e diplomati da inserire nella squadra Sonepar.

Nato con una vocazione principalmente territoriale, la Sonepar Academy oggi vanta un respiro nazionale ed è strutturata su un piano formativo ampio e basato su quattro settimane di formazione in aula, un mese di training on the job, una settimana di follow up in presenza e ulteriori ore di follow up online.

Un format di successo che ci ha portato nell'ultimo anno a raddoppiare l'erogazione.

In particolare, l'obiettivo delle ultime edizioni non è stato solo quello di continuare nel percorso di formazione per i giovani ma di incrementare in modo sensibile la partecipazione femminile, rafforzando i valori dell'inclusività e della gender equality e offrendo alle donne opportunità di lavoro concrete in un ambito storicamente a netta dominanza maschile.

Il tutto con l'obiettivo 100% employability ovvero inserire tutti i partecipanti o direttamente in Sonepar o presso le aziende nostre partner.

I dati delle due edizioni 2023:

- **40 partecipanti**
- **14 le ragazze**
- **17 le province di provenienza**
- **200+ ore di formazione erogate in aula**
- **1 mese di formazione nei punti vendita Sonepar**



57

I ragazzi formati nelle tre edizioni 2022-2023 della Sonepar Academy



42%

La percentuale di partecipanti donne nelle tre edizioni 2022-2023



100%

Il tasso di inserimento dei ragazzi che hanno partecipato all'ultima edizione

6.8.2 Progetti con le scuole

Abbiamo una forte fiducia nei giovani e nell'importanza della formazione, pertanto intendiamo mantenere un costante e proattivo legame con le istituzioni scolastiche e accademiche.

Sul fronte scolastico la nostra attenzione è principalmente rivolta agli istituti dei settori tecnici e professionali legati al mondo dell'elettricità con i quali ci avvaliamo delle modalità di coinvolgimento previste dai programmi di alternanza scuola-lavoro, conformi alle normative vigenti.

Nel 2023 sono stati **32 i ragazzi coinvolti in attività di PCTO** ovvero in percorsi curriculari per le competenze trasversali e l'orientamento strutturati sull'affiancamento nei task nei punti vendita con un'attenzione particolare alle attività di banco.

Sul fronte universitario, invece, avviamo con convinzione ed entusiasmo le attività di **tirocinio** con un affiancamento concreto alle funzioni HR, marketing e logistica. Nel 2023 abbiamo **coinvolto 5 studenti**.

In ambo i casi, l'obiettivo è offrire ai ragazzi un'esperienza diretta nel mondo del lavoro, consentendo loro di acquisire competenze pratiche utili per il futuro. Vogliamo contribuire alla costruzione del loro bagaglio di competenze, che potranno mettere in pratica al termine del loro percorso formativo.



37

I ragazzi coinvolti nel 2023 nelle attività di PCTO e di tirocinio universitario



6.8.3 Employer branding

La nostra visione della "Responsabilità del leader" non si limita semplicemente a essere un punto di riferimento nel mercato ma include anche l'impegno a diventare un'azienda di interesse per le nuove generazioni.

Collaboriamo attivamente con istituti scolastici, università e centri di formazione per costruire relazioni positive che contribuiscano a consolidare la nostra reputazione e a diventare sempre più un'azienda di riferimento per le ambizioni professionali dei giovani.

Eventi specifici

EVENTO	DETTAGLIO	PERSONE COINVOLTE
Education a Padova con Ranstad	Coinvolgimento di una classe dell'istituto Enaip Padova con presentazione aziendale, programma formativo, orientamento e career day	16
Education a Bolzano con Ranstad	Coinvolgimento di un Istituto Superiore di Bolzano con presentazione aziendale, programma formativo, orientamento e career day	18
Fondazione Clerici	Visita al punto vendita di Milano per un gruppo di studenti provenienti dal Sudan che hanno frequentato un corso di formazione nel settore elettrico/elettronico	3

Eventi pubblici

EVENTO	DETTAGLIO	PERSONE COINVOLTE
SPS	Fiera dell'automazione e del digitale al supporto dell'industria	evento aperto
Job & Orienta Verona	Fiera dedicata agli studenti delle scuole superiori e dell'università finalizzata a far entrare in contatto i giovani con le realtà aziendali del territorio	evento aperto
Career Day H-Farm Treviso	Evento organizzato da H-Farm per agevolare l'incontro tra studenti e aziende del territorio	200+
UNIZEB	Progetto organizzato dall'Università di Padova relativo alla costruzione di una struttura a zero emissioni. Il progetto ha visto la fornitura di alcuni materiali da parte di Sonepar e la partecipazione di un gruppo di studenti all'evento di presentazione.	evento aperto



6.9 Formazione

In Sonepar, diamo un'importanza fondamentale alle persone e alle loro competenze. La formazione e i programmi di miglioramento continuo costituiscono un solido pilastro della nostra visione aziendale.

Non ci limitiamo a soddisfare i requisiti di formazione obbligatoria e di sicurezza; miriamo a dotare i nostri collaboratori e alle nostre collaboratrici degli strumenti e delle competenze necessarie per eccellere in un ambiente aziendale dinamico. Ogni giorno ci impegniamo per diventare un punto di riferimento per l'elevata qualità dei servizi che offriamo.

20.533 ore

La formazione erogata nel 2023

14.725

I partecipanti totali alle iniziative di formazione 2023

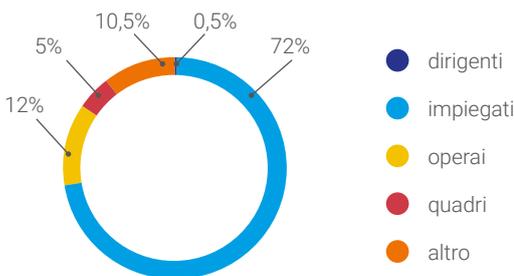
3.592 ore

La formazione su tematiche ESG nel 2023

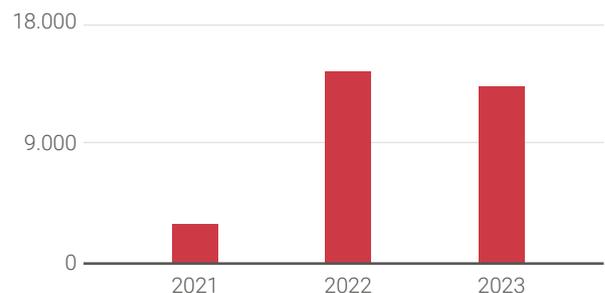
Partecipanti per funzione*

	2021	2022	2023
Dirigenti	73	154	72
Impiegati	2.413	12.139	10.605
Operai	315	1.550	1.756
Quadri	213	711	746
Altro (tirocinanti, non dipendenti, ecc.)	230	1.700	1.546
Totale	3.244	16.254	14.725
Differenza anno su anno		+401%	-9%

2023 - Partecipanti per funzione



Partecipanti ai corsi di formazione

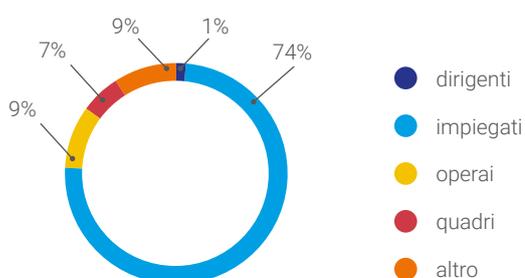


* il numero dei partecipanti computa tutti i partecipanti ai singoli corsi di formazione proposti. Il singolo collaboratore che ha preso parte a più percorsi viene conteggiato per il totale del numero dei corsi seguiti.

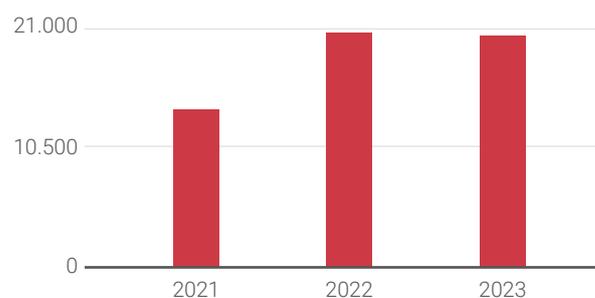
Ore erogate per funzione

	2021	2022	2023
Dirigenti	834	228	257
Impiegati	9.509	15.972	15.301
Operai	1.250	1.580	1.823
Quadri	1.609	1.265	1.351
Altro (tirocinanti, non dipendenti, ecc.)	1.105	1.624	1.801
Totale	14.307	20.669	20.553
Differenza anno su anno		+44%	-1%

2023 - Ore erogate per funzione

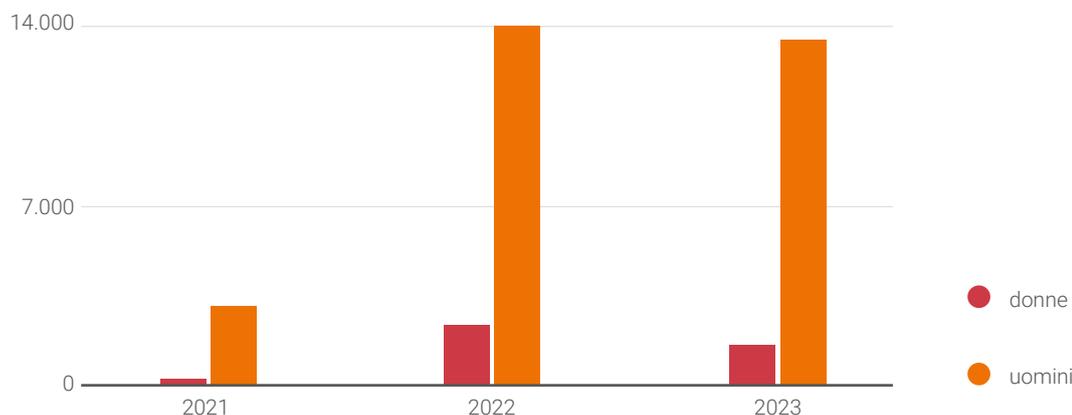


Ore erogate in formazione



Partecipanti per genere*

	2021		2022		2023	
	n.	%	n.	%	n.	%
Donne	201	6%	2.273	14%	1.798	12%
Uomini	3.043	94%	13.981	86%	12.927	88%
Totale	3.244	100%	16.254	100%	14.725	100%

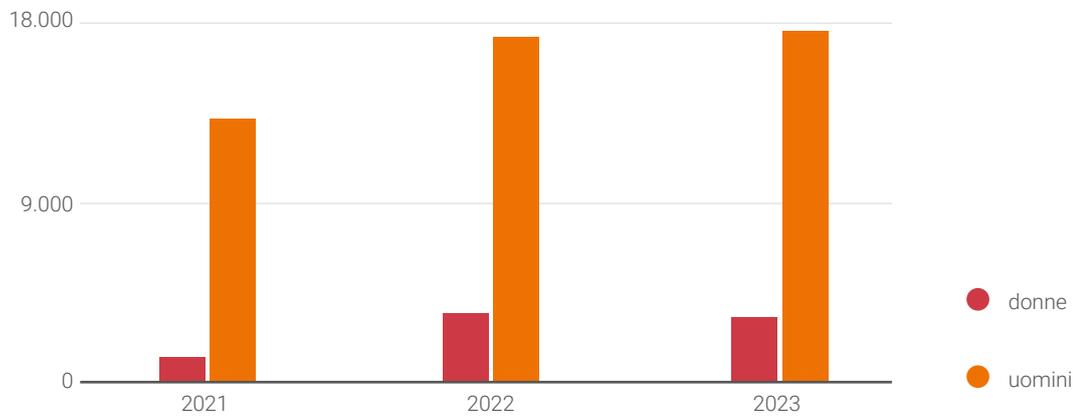


6

People Formazione

Ore erogate per genere

	2021		2022		2023	
	n.	%	n.	%	n.	%
Donne	1.290	9%	3.226	16%	3.033	15%
Uomini	13.017	91%	17.443	84%	17.500	85%
Totale	14.307	100%	20.669	100%	20.533	100%



Nota metodologica: le tabelle presentate fanno riferimento a tutta la popolazione Sonepar ovvero Sonepar Italia, Elettroveneta, HDUEA. Il calcolo dei partecipanti è stato condotto misurando l'effettiva partecipazione ai singoli momenti formativi. Qualora la stessa persona abbia partecipato a più corsi è stata contabilizzata per tutti i corsi effettivamente frequentati.

I principali ambiti di formazione

Tematica	ore
Formazione tecnica e di business	5.306
Tematiche ESG	3.592
Leadership e management	2.166
Competenze di comunicazione	1.511
Sonepepole	1.306
Onboarding	1.032
App e strumenti di lavoro	525



98

gli item presenti nella libreria italiana (+20% rispetto al 2022)



8,9

il giudizio medio di soddisfazione dei partecipanti (in una scala da 1 a 10)

6.9.1 Formazione sui temi della sostenibilità

La transizione verso la sostenibilità è per noi di Sonepar un processo collaborativo che richiede il coinvolgimento attivo di tutti i nostri collaboratori.

Il nostro obiettivo è promuovere una cultura e una sensibilità interna verso pratiche sostenibili, sia a livello professionale che personale. Vogliamo che l'intera popolazione aziendale diventi motore di questo cambiamento, il quale non solo avrà un impatto positivo sul pianeta, ma influenzerà anche il nostro modello di business e il modo in cui progettiamo e offriamo servizi ai nostri clienti.

Un importante filone formativo è dedicato ai temi generali della sostenibilità, con l'obiettivo di rafforzare il background culturale necessario per valorizzare l'offerta green e, più in generale, il nostro contributo alla transizione energetica. In questo contesto, si inserisce anche l'attività della Energy

Transition Academy. All'interno di questo ambito e in linea con i nostri valori fondamentali che sottolineano l'inclusione e le pari opportunità, si inseriscono i **percorsi specifici sulla diversity & inclusion**.

Un terzo ambito è stato dedicato al **tema della compliance**. L'obiettivo è quello di rafforzare una cultura diffusa della legalità, della trasparenza e del rispetto dei quadri regolatori interni ed esterni.

Per il futuro, miriamo a potenziare ulteriormente l'offerta formativa anche per rendere questi momenti uno strumento concreto per migliorare le relazioni con i nostri clienti.

Il tutto con l'obiettivo di consolidare il nostro ruolo di guida in questa transizione nel mercato.

Numero ore di formazione su tematiche generali di sostenibilità

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	100	1.043	985
Elettroveneta	0	150	120
HDUEA	0	3	3
Totale	100	1.196	1.108
Differenza anno su anno		1.096%	-7%

Numero ore di formazione su tematiche di D&I

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	3	177	1.770
Elettroveneta	0	64	208
HDUEA	0	0	4
Totale	3	241	1.982
Differenza anno su anno		7.933%	722%

Numero ore di formazione su tematiche di compliance

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	n.d.	1.066	450
Elettroveneta	n.d.	283	49
HDUEA	n.d.	13	3
Totale	n.d.	1.362	502
Differenza anno su anno			-63%

Numero ore di formazione totale su tematiche ESG

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	103	2.286	3.205
Elettroveneta	0	497	377
HDUEA	0	16	10
Totale	103	2.799	3.592
Differenza anno su anno		2.617%	28%

6.9.2 Energy transition academy

Per agevolare la diffusione della cultura della sostenibilità è stato implementato - a livello di Gruppo - un innovativo progetto di e-learning: Sonepar Energy Transition Academy. La prima pillola formativa - verticalizzata sui temi della crisi climatica e dell'impronta di carbonio - è stata distribuita nel 2022.

A giugno 2023 è stato lanciato il secondo modulo focalizzato sull'economia circolare.

Nel 2024 è in previsione una revisione profonda dell'academy in modo da offrire una focalizzazione molto verticale e specifica sui temi della green offer.

LE PIATTAFORME DIGITALI PER LA FORMAZIONE

Sonepeople

La principale piattaforma digitale utilizzata per l'erogazione della formazione è Sonepeople. Una piattaforma proprietaria che viene utilizzata per una gestione integrata e sinergica della popolazione aziendale: formazione, sviluppo di carriera, valutazione delle performance, ecc. [per i dettagli vedi l'approfondimento nell'apposito box]

BeGlobal

Piattaforma specialistica per l'insegnamento delle lingue. Con accesso illimitato 24/7 e la disponibilità di oltre 10.000 attività on line permette di sviluppare percorsi di formazione fortemente personalizzati anche in linea con il livello e la posizione lavorativa.

Otherwise

Raccoglie le attività formative finalizzate alla leadership, alla gestione del cambiamento organizzativo, alla motivazione e al team building. In Sonepar è stata utilizzata per fornire strumenti e stimoli per la gestione manageriale rinforzando la conoscenza e l'implementazione del modello di leadership.

Simundia

Piattaforma dedicata al coaching situazionale che si pone l'obiettivo di garantire un rapido sviluppo del dipendente, in modo che possa essere operativo al termine della sessione e affrontare le future sfide professionali. Con questa modalità possiamo offrire più di 800 contenuti somministrati con articoli, strumenti, video, webinar, podcast, libri fondamentali per arricchire le competenze manageriali, di comunicazione e, più in generale, le performance individuali.

Linkedin learning

Piattaforma per l'autoapprendimento di competenze tecniche e trasversali.

Skilla

Piattaforma per la formazione obbligatoria sulla sicurezza.

PROGETTI FORMATIVI 2024

Supporto al cambio mansione

Verranno potenziati i percorsi formativi di supporto al cambio mansione con un focus particolare anche sulle soft skills quali le tecniche di vendita, la comunicazione negoziale, la leadership e la gestione del tempo.

Sales campus

In continuità con il percorso erogato nel 2022, verrà ripresa la formazione sulle tecniche di vendita con un'attenzione particolare alle figure legate ai mercati specialistici. Con questo vogliamo fornire gli strumenti commerciali alle nostre figure più tecniche favorendo le capacità di vendita anche in ottica green offer.

Leadership

Verrà potenziata l'offerta erogata tramite la piattaforma Otherwise con l'inserimento di contenuti verticali sull'empowerment, l'efficienza organizzativa e le decisioni.

Coaching

Verrà ulteriormente valorizzata la piattaforma Simundia con l'introduzione di 20 coaching specificatamente dedicati alle donne.

LA COMUNICAZIONE DEL PURPOSE

L'introduzione del Purpose aziendale, "Accelerare il progresso per le generazioni future", è stata accompagnata da iniziative volte a formare e sensibilizzare i collaboratori interni su questo nuovo elemento della strategia aziendale.

In particolare, con la partecipazione della Direzione, dei manager delle divisioni e dei Servizi Centrali, sono state organizzate sessioni specifiche di workshop da maggio a settembre 2023.

Le discussioni hanno visto anche l'utilizzo di strumenti innovativi e di interazione quali la piattaforma Mentimeter. Lo scopo di tali iniziative è stato l'avvio di una riflessione sulle possibili modalità di diffusione del Purpose nella vita lavorativa quotidiana, ma anche di invitare i manager a portare avanti la Purpose Conversation all'interno dei propri team.

6.10 L'attenzione alla sicurezza

6.10.1 L'approccio alla sicurezza

Per noi di Sonepar, la sicurezza è una priorità assoluta per questo lavoriamo e investiamo ogni giorno per diffondere una cultura che porti poi all'applicazione delle migliori pratiche e dei comportamenti individuali più virtuosi.

Desideriamo che ogni membro del nostro team - dalle sedi direzionali ai punti vendita passando per i centri di distribuzione - non consideri la sicurezza come un obbligo ma come un beneficio personale, per i colleghi e per l'intera organizzazione.

Per questo ci siamo dotati di una struttura organizzativa coerente con il rispetto del Testo Unico Sicurezza e di tutta la normativa di riferimento.

In tal modo vogliamo che siano sempre definiti in modo chiaro e univoco i ruoli e le responsabilità al fine di prevenire ogni tipologia di infortunio.

Il tema della sicurezza è delegato ai più alti livelli organizzativi e in tal senso il Consiglio di Amministrazione ha

riconosciuto al Presidente (nonché Amministratore Delegato) il ruolo di Datore di Lavoro ("DdL") di Sonepar, con piena autonomia decisionale, nonché con facoltà di delega ai referenti aziendali dotati di adeguata capacità tecnica, professionalità ed esperienza nella materia in questione.

In particolare è stata assegnata delega al Direttore Logistica e Processi (in relazione ai poli logistici) e al Responsabile Infrastrutture Nazionale (in relazione ai punti vendita).

È stato, conseguentemente, predisposto il Documento di Valutazione dei Rischi ("DVR") contenente la valutazione dei rischi in materia di salute e sicurezza dei lavoratori individuati in relazione alle attività svolte, nonché le misure idonee per la relativa prevenzione e la nomina del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (di seguito anche "RSPP").

6.10.2 L'organizzazione della sicurezza

Per concretizzare l'approccio definito nella politica per la sicurezza riducendo conseguentemente tutti i fattori di rischio è stato definito uno specifico modello organizzativo.

I compiti e le responsabilità dei soggetti coinvolti sono definiti formalmente in coerenza con lo schema organizzativo e funzionale aziendale, soprattutto per le figure specifiche operanti nell'ambito delle attività a rischio-reato in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Il sistema di gestione degli adempimenti in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro prevede un sistema di controllo specifico anche sul mantenimento nel tempo delle condizioni di idoneità delle misure adottate, attraverso l'opera del Servizio di Prevenzione e Protezione coordinato dal RSPP.

La nostra struttura organizzativa prevede le seguenti figure:

- Delegati ex art. 16 D.Lgs. 81/2008;
- Dirigenti;
- Preposti;
- Responsabili e addetti al servizio di prevenzione e protezione;
- Addetti al primo soccorso;
- Addetti alla prevenzione degli incendi;
- Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;
- Medico competente;
- Lavoratori.

6.10.3 Infortuni e malattie professionali

Numero infortuni per tipologia

	2021	2022	2023
Covid	2	0	0
Itinere	13	9	13
Lavoro	11	12	9
Totale	26	21	22
Differenza anno su anno		-19%	+5%

Giorni totali per tipologia di infortunio

	2021	2022	2023
Covid	23	0	0
Itinere	345	453	247
Lavoro	177	485	142
Totale	545	938	389
Differenza anno su anno		+72%	-59%

Incidenza infortuni

	2021	2022	2023
Numero infortuni	26	21	22
Numero medio dipendenti in forza	1.568,50	1.647,00	1.724,00
Percentuale di incidenza	1,66	1,28	1,28

Indici infortunistici

	2021	2022	2023
Indice di frequenza	10,023	7,707	7,207
Indice di gravità	0,034	2,358	1,334

Malattie professionali

Tunnel carpale, ernia discale lombare, spondilodiscopatia rachide lombare, tendinopatia, lombosciatalgia.

	2022	2023
Numero decessi per malattie professionali	0	0
Numero di casi di malattie professionali	4	4



People

L'attenzione alla sicurezza

6.10.4 Formazione sulla sicurezza

Principali programmi di formazione sulla sicurezza:

formazione relativa alle mansioni e ruoli aziendali quali lavoratore, preposto, carrellista, primo soccorso, antincendio, RLS, ASPP.

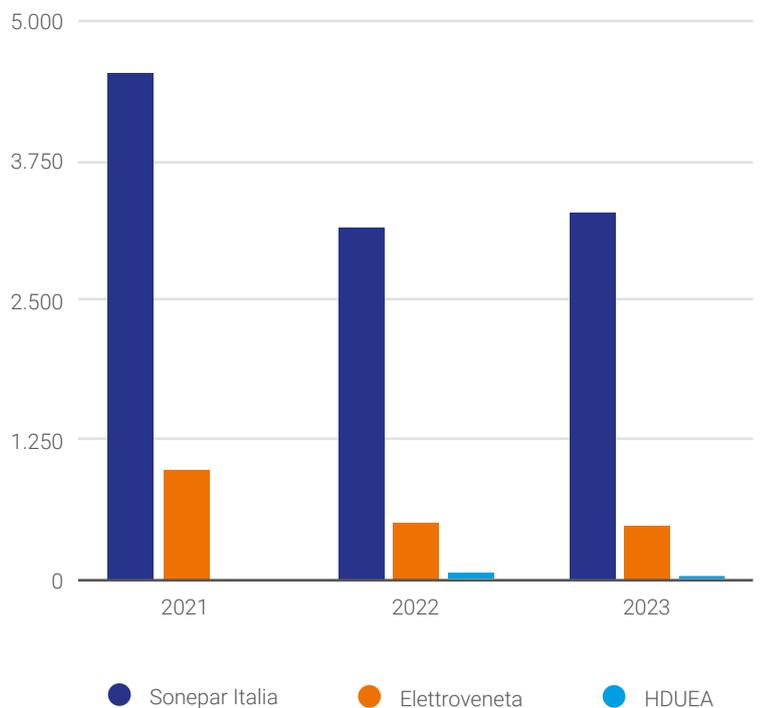
Ore erogate in formazione per la sicurezza

	2021	2022	2023
Sonepar Italia	4.627	3.232	3.348
Elettroveneta	1.007	496	486
HDUEA	0	24	12
Totale	5.634	3.752	3.846
Differenza anno su anno		-33%	+3%



3.846

Le ore di formazione sulla sicurezza erogate nel 2023



6.11 Il supporto ai territori e alla solidarietà

Le aziende devono essere parte integrante dei territori in cui operano e delle comunità a cui fanno riferimento. Per questo motivo, desideriamo contribuire attivamente al mondo dello sport e a importanti progetti di solidarietà.

Le nostre sponsorizzazioni sportive non si limitano alle squadre di calcio di primo piano come l'Udinese ma abbracciano anche altre discipline come il basket, la pallavolo e l'hockey, supportando la Virtus Bologna, la Pallavolo Padova e l'Asiago Hockey.

Tuttavia, per noi, la vera potenza dello sport risiede non solo nelle grandi manifestazioni, ma soprattutto nelle piccole realtà che utilizzano lo sport come strumento di inclusione e coesione sociale. È per questo motivo che abbiamo scelto di sostenere l'ASD Sport Life Onlus di Montebelluna (TV), un'associazione che si impegna costantemente a favore delle persone con disabilità, promuovendo l'inclusione attraverso l'attività sportiva.



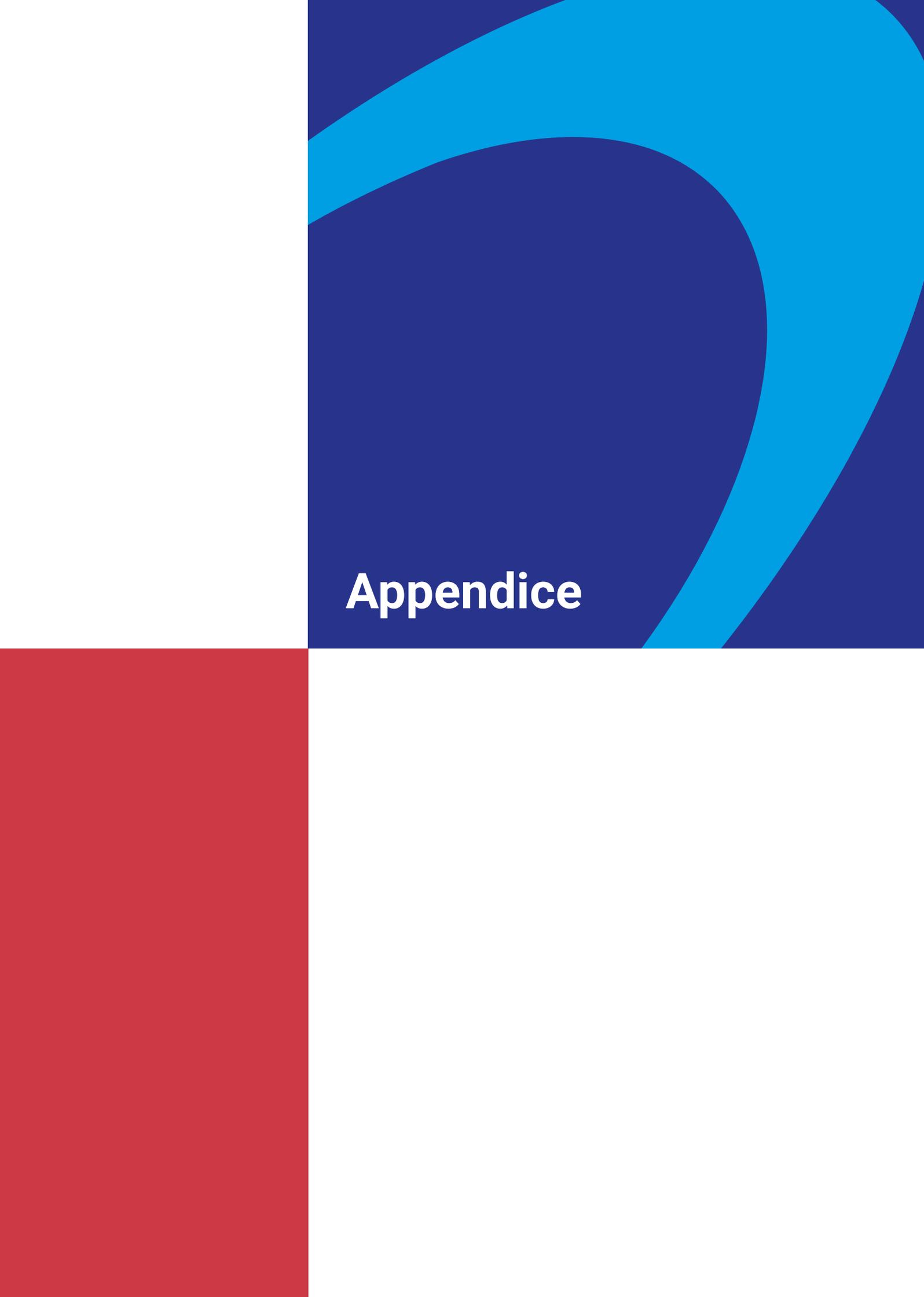
€ 122.011

Il valore delle sponsorizzazioni e dei contributi per progetti di solidarietà nel 2023

	2021	2022	2023
Sponsorizzazioni	34.825	121.344	77.688
Progetti di solidarietà e altre erogazioni per beneficenza	25.876	14.476	44.323
Totale	60.701	135.820	122.011
Differenza anno su anno		+124%	-10%





The image features a white background with a large, abstract graphic on the right side. This graphic consists of overlapping curved shapes in two shades of blue: a bright, vibrant blue and a darker, navy blue. The shapes create a sense of depth and movement. On the left side, there is a solid red vertical bar that extends from the bottom edge towards the top. The word "Appendice" is written in a clean, white, sans-serif font, positioned in the lower-left area of the blue graphic.

Appendice

Capitolo 4 - Prosperity

Conto economico riclassificato (criterio funzionale) Sonepar Italia

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Ricavi produzione operativa	1.319.212.364	1.387.429.844	+5%
Costi esterni operativi	1.082.008.813	1.158.721.430	+7%
Valore aggiunto	237.203.551	228.708.414	-4%
Costi del personale	96.648.392	98.639.644	+2%
MOL	140.555.159	130.068.770	-7%
Ammortamenti e accantonamenti	27.095.320	23.662.609	-13%
Risultato operativo	113.459.839	106.406.161	-6%
Risultato area accessoria	19.542.748	18.816.442	-4%
Risultato area finanziaria	4.736.775	58.429.615	+1.134%
EBIT normalizzato	137.739.362	183.652.218	+33%
Oneri finanziari	7.844.332	14.249.364	+82%
Risultato Lordo	129.895.030	169.402.854	+30%
Imposte sul reddito	35.847.639	35.889.445	0%
Risultato netto	94.047.391	133.513.409	+42%

Stato Patrimoniale riclassificato con il criterio finanziario - Sonepar Italia

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Immobilizzazioni immateriali	32.607.036	28.285.981	-13%
Immobilizzazioni materiali	66.275.052	77.353.629	17%
Immobilizzazioni finanziarie	67.915.992	67.810.016	-0,2%
Attivo fisso	166.798.080	173.449.626	4%
Magazzino	156.129.650	164.340.024	5%
Liquidità differite	615.932.259	719.036.610	17%
Liquidità immediate	4.962.763	1.237.764	-75%
Capitale investito	943.822.752	1.058.064.024	12%
Capitale Sociale	28.000.000	28.000.000	0%
Riserve	257.897.416	321.410.825	25%
Mezzi propri	285.897.416	349.410.825	22%
Passività consolidate	16.303.008	15.318.112	-6%
Passività correnti	641.622.327	693.335.087	8%
Capitale di finanziamento	943.822.752	1.058.064.024	12%

Conto economico riclassificato (criterio funzionale) Elettroveneta

dati in euro	2022	2023	Diff.
Ricavi produzione operativa	277.458.610	271.914.252	-2%
Costi esterni operativi	234.368.673	239.188.642	+2%
Valore aggiunto	43.089.937	32.725.610	-24%
Costi del personale	12.820.665	12.444.590	-3%
MOL	30.269.272	20.281.020	-33%
Ammortamenti e accantonamenti	9.117.991	1.983.440	-78%
Risultato operativo	21.151.281	18.297.580	-13%
Risultato area accessoria	1.131.847	3.245.988	+187%
Risultato area finanziaria	4.698.866	2.745.879	-42%
EBIT normalizzato	26.981.994	24.289.447	-10%
Oneri finanziari	2.940.755	1.706.893	-42%
Risultato Lordo	24.041.239	22.582.554	-6%
Imposte sul reddito	6.733.864	6.088.001	-10%
Risultato netto	17.307.375	16.494.553	-5%

Stato Patrimoniale riclassificato con il criterio finanziario - Elettroveneta

dati in euro	2022	2023	Diff.
Immobilizzazioni immateriali	952.677	576.389	-39%
Immobilizzazioni materiali	1.034.839	582.928	-44%
Immobilizzazioni finanziarie	316.854	316.853	0%
Attivo fisso	2.304.370	1.476.170	-36%
Magazzino	30.975.440	14.637.583	-53%
Liquidità differite	139.646.681	154.189.818	+10%
Liquidità immediate	35.107.616	1.295.162	-96%
Capitale investito	208.034.107	171.598.733	-18%
Capitale Sociale	520.000	520.000	0%
Riserve	77.300.253	43.794.800	-43%
Mezzi propri	77.820.253	44.314.800	-43%
Passività consolidate	5.756.442	4.470.748	-22%
Passività correnti	124.457.412	122.813.185	-1%
Capitale di finanziamento	208.034.107	171.598.733	-18%

Conto economico riclassificato (criterio funzionale) HDUEA

(dati in euro)	2022	2023	Diff.
Ricavi produzione operativa	27.932.190	12.779.814	-54%
Costi esterni operativi	24.352.331	12.068.422	-50%
Valore aggiunto	3.579.859	711.392	-80%
Costi del personale	485.900	415.649	-14%
MOL	3.093.959	295.743	-90%
Ammortamenti e accantonamenti	3.495	9.960	185%
Risultato operativo	3.090.464	285.783	-91%
Risultato area accessoria	56.405	16.141	-71%
Risultato area finanziaria	567.106	93.811	-83%
EBIT normalizzato	3.713.975	395.735	-89%
Oneri finanziari	51.573	103.099	+100%
Risultato Lordo	3.662.402	292.636	-92%
Imposte sul reddito	1.006.260	76.483	-92%
Risultato netto	2.656.142	216.153	-92%

Stato Patrimoniale riclassificato con il criterio finanziario (dati in euro)

	2022	2023	Diff.
Immobilizzazioni immateriali	159	106	23%
Immobilizzazioni materiali	792	465	-41%
Immobilizzazioni finanziarie	5	5	0%
Attivo fisso	956	576	-40%
Magazzino	6.994.511	3.040.667	-44%
Liquidità differite	7.934.093	9.211.152	16%
Liquidità immediate	8.370	9.753	17%
Capitale investito	14.937.930	12.262.148	-18%
Capitale Sociale	100.000	100.000	0%
Riserve	3.536.507	3.752.660	6%
Mezzi propri	3.636.506	3.852.660	6%
Passività consolidate	51.863	40.571	-22%
Passività correnti	11.249.560	8.368.917	-26%
Capitale di finanziamento	14.937.930	12.262.148	-18%

Capitolo 6 - People

Dati organico disaggregati per azienda

Dipendenti per inquadramento e genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Dirigenti	1	15	16	1	17	18	1	18	19
Quadri	6	60	66	5	56	61	8	54	62
Impiegati	169	1.049	1.218	188	1.124	1.312	191	1.163	1.354
Operai	4	241	245	7	274	281	9	261	270
Apprendisti impiegati	3	17	20	6	14	20	7	13	20
Apprendisti operai	0	2	2	0	0	0	0	0	0
Totale	183	1.384	1.567	207	1.485	1.692	216	1.509	1.725
ELETTROVENETA									
Dirigenti	0	2	2	0	1	1	0	1	1
Quadri	0	15	15	0	14	14	0	16	16
Impiegati	23	167	190	26	165	191	26	161	187
Operai	0	13	13	0	12	12	0	11	11
Apprendisti impiegati	0	4	4	1	7	8	0	6	6
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	23	201	224	27	199	226	26	195	221
HDUEA									
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	1	1	0	1	1	0	0	0
Impiegati	0	2	2	1	2	3	1	3	4
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti impiegati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	3	3	1	3	4	1	3	4

Dipendenti per tipologia di contratto e genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Tempo indeterminato	178	1.361	1.539	200	1.469	1.669	207	1.481	1.688
Tempo determinato	2	4	6	1	2	3	2	15	17
Apprendistato	3	19	22	6	14	20	7	13	20
Altro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	183	1.384	1.567	207	1.485	1.692	216	1.509	1.725
ELETTROVENETA									
Tempo indeterminato	23	194	217	26	191	217	0	3	3
Tempo determinato	0	3	3	0	1	1	26	186	212
Apprendistato	0	4	4	1	7	8	0	6	6
Altro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	23	201	224	27	199	226	26	195	221
HDUEA									
Tempo indeterminato	0	3	3	1	3	4	1	3	4
Tempo determinato	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendistato	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	3	3	1	3	4	1	3	4

Dipendenti tempo pieno / part time per genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Tempo pieno	152	1.379	1.531	174	1.477	1.651	182	1.503	1.685
Tempo parziale	31	5	36	33	8	41	34	6	40
Totale	183	1.384	1.567	207	1.485	1.692	216	1.509	1.725
ELETTROVENETA									
Tempo pieno	12	200	212	18	197	215	18	194	212
Tempo parziale	11	1	12	9	2	11	8	1	9
Totale	23	201	224	27	199	226	26	195	221
HDUEA									
Tempo pieno	0	3	3	1	3	4	1	3	4
Tempo parziale	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	3	3	1	3	4	1	3	4

Dipendenti per età e genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Età inferiore ai 26 anni	0	32	32	1	38	39	2	36	38
Dai 26 ai 35 anni	22	149	171	30	177	207	34	183	217
Dai 36 ai 45 anni	52	371	423	56	356	412	50	359	409
Dai 46 ai 55 anni	86	585	671	88	635	723	94	623	717
Dai 56 ai 65 anni	23	242	265	32	275	307	36	298	334
Oltre i 65 anni	0	5	5	0	4	4	0	10	10
Totale	183	1.384	1.567	207	1.485	1.692	216	1.509	1.725
ELETTROVENETA									
Età inferiore ai 26 anni	0	8	8	2	8	10	1	7	8
Dai 26 ai 35 anni	1	30	31	3	24	27	3	18	21
Dai 36 ai 45 anni	11	46	57	11	52	63	11	50	61
Dai 46 ai 55 anni	11	76	87	10	71	81	9	72	81
Dai 56 ai 65 anni	0	41	41	1	44	45	2	48	50
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	23	201	224	27	199	226	26	195	221
HDUEA									
Età inferiore ai 26 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 26 ai 35 anni	0	1	1	0	1	1	0	1	1
Dai 36 ai 45 anni	0	0	0	1	0	1	1	1	2
Dai 46 ai 55 anni	0	2	2	0	2	2	0	0	0
Dai 56 ai 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	3	3	1	3	4	1	3	4

Dipendenti per area geografica e genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Divisione Italia	49	447	496	56	462	518	110	296	406
Divisione nord	93	306	399	103	307	410	56	482	538
Divisione centro	22	365	387	25	379	404	27	397	424
Divisione sud	19	266	285	23	337	360	23	334	357
Totale	183	1.384	1.567	207	1.485	1.692	216	1.509	1.725
ELETTROVENETA									
Divisione Elettroveneta	23	201	224	27	199	226	26	195	221
Totale	23	201	224	27	199	226	25	195	221
HDUEA									
Divisione HDUEA	0	3	3	1	3	4	1	3	4
Totale	0	3	3	1	3	4	1	3	4

Non dipendenti per funzione e genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impiegati	7	6	13	7	14	21	7	10	17
Operai	28	128	156	33	117	150	47	146	193
Apprendisti impiegati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	35	134	169	40	131	171	54	156	210
ELETTROVENETA									
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impiegati	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Operai	0	2	2	0	1	1	2	2	4
Apprendisti impiegati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	2	2	0	1	1	2	3	5
HDUEA									
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impiegati	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti impiegati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	1	1	0	0	0	0	0	0



Appendice

Non dipendenti per area geografica e genere

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Divisione Italia	34	129	163	37	119	156	43	127	170
Divisione nord	1	2	3	3	10	13	6	10	16
Divisione centro	0	2	2	0	2	2	3	9	12
Divisione sud	0	1	1	0	0	0	2	10	12
Totale	35	134	169	40	131	171	54	156	210
ELETTROVENETA									
Divisione Elettroveneta	0	2	2	0	1	1	2	3	5
Totale	0	2	2	0	1	1	2	3	5
HDUEA									
Divisione HDUEA	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Totale	0	1	1	0	0	0	0	0	0

Assunzioni

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Età inferiore ai 26 anni	0	21	21	2	19	21	2	16	18
Dai 26 ai 35 anni	9	34	43	13	41	54	8	36	44
Dai 36 ai 45 anni	4	20	24	9	19	28	2	26	28
Dai 46 ai 55 anni	0	17	17	3	15	18	2	13	15
Dai 56 ai 65 anni	0	3	3	0	1	1	1	6	7
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	13	95	108	27	95	122	15	97	112
ELETTROVENETA									
Età inferiore ai 26 anni	0	5	5	2	5	7	0	0	0
Dai 26 ai 35 anni	0	14	14	2	5	7	2	6	8
Dai 36 ai 45 anni	0	3	3	2	5	7	0	3	3
Dai 46 ai 55 anni	1	6	7	0	5	5	1	6	7
Dai 56 ai 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Totale	1	28	29	6	20	26	3	18	21
HDUEA									
Età inferiore ai 26 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 26 ai 35 anni	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Dai 36 ai 45 anni	0	0	0	1	1	2	0	1	1
Dai 46 ai 55 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 56 ai 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	1	1	1	1	2	0	1	1

Dimissioni

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Età inferiore ai 26 anni	0	1	1	0	2	2	0	5	5
Dai 26 ai 35 anni	1	5	6	1	11	12	3	13	16
Dai 36 ai 45 anni	4	13	17	3	27	30	2	13	15
Dai 46 ai 55 anni	2	15	17	2	21	23	2	22	24
Dai 56 ai 65 anni	4	22	26	4	21	25	3	40	43
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	3	3	0	4	4
Totale	11	56	67	10	85	95	10	97	107
ELETTROVENETA									
Età inferiore ai 26 anni	0	0	0	0	2	2	1	0	1
Dai 26 ai 35 anni	3	5	8	0	6	6	1	8	9
Dai 36 ai 45 anni	0	6	6	2	4	6	1	4	5
Dai 46 ai 55 anni	0	15	15	0	4	4	1	5	6
Dai 56 ai 65 anni	3	6	9	0	7	7	0	4	4
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	6	32	38	2	23	25	4	21	25
HDUEA									
Età inferiore ai 26 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 26 ai 35 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 36 ai 45 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 46 ai 55 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dai 56 ai 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0								

Ore lavorate

	2021			2022			2023		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
SONEPAR ITALIA									
Ore lavorate	287.854,67	2.288.459,37	2.576.314,04	315.211,92	2.409.553,72	2.724.765,64	345.108,70	2.593.915,48	2.939.024,18
Ore prestazione t.	352.652,08	2.745.921,50	3.098.573,58	385.785,50	2.940.097,65	3.325.883,15	417.552,00	3.094.002,75	3.511.554,75
Ore Ordinarie	287.837,00	2.289.395,80	2.577.232,80	315.209,18	2.409.873,72	2.725.082,90	343.156,78	2.570.616,30	2.913.773,08
Ore Smart Working	45.064,42	50.176,67	95.241,09	30.137,50	29.090,25	59.227,75	18.713,75	11.548,00	30.261,75
Ore Straordinario	1.385,41	17.213,09	18.598,50	2.029,34	19.157,83	21.187,17	2.190,67	24.626,18	26.816,85
Ore non lavorate	57.308,92	419.242,17	476.551,09	65.512,17	445.459,30	510.971,47	66.177,42	454.134,75	520.312,17
ELETTROVENETA									
Ore lavorate	32.823,00	348.817,62	381.640,62	32.877,50	336.434,80	369.312,30	37.114,75	337.537,65	374.652,40
Ore prestazione t.	44.075,50	431.442,00	475.517,50	42.842,00	422.851,50	465.693,50	49.600,00	412.727,50	462.327,50
Ore Ordinarie	32.823,00	348.817,62	381.640,62	32.877,50	336.434,80	369.312,30	36.748,00	335.196,15	371.944,15
Ore Smart Working	753,00	2.798,50	3.551,50	15,00	1.238,50	1.253,50	12,00	119,50	131,50
Ore Straordinario	224,00	3.671,80	3.895,80	353,00	2.803,25	3.156,25	371,00	2.341,50	2.712,50
Ore non lavorate	6.959,50	63.583,63	70.543,13	8.614,25	69.519,70	78.133,95	10.972,00	58.740,42	69.712,42
HDUEA									
Ore lavorate	n.d.	n.d.	n.d.	1.147,25	6.324,25	7.471,50	1.728,75	5.215,50	6.944,25
Ore prestazione t.	n.d.	n.d.	n.d.	1.352,00	7.216,00	8.568,00	1.992,00	7.576,00	9.568,00
Ore Ordinarie	n.d.	n.d.	n.d.	1.147,25	6.324,25	7.471,50	1.720,75	5.199,50	6.920,25
Ore Smart Working	n.d.	n.d.	n.d.	21,75	96,00	117,75	64,00	0,00	64,00
Ore Straordinario	n.d.	n.d.	n.d.	8,00	32,00	40,00	8,00	16,00	24,00
Ore non lavorate	n.d.	n.d.	n.d.	204,75	891,75	1.096,50	271,25	616,50	887,75



Appendice



Appendice

Dettagli ore lavorate Sonepar Italia 2023

Dettagli ore lavorate Elettroveneta 2021

	donne	uomini	totale
Allattamento			
Ore allattamento	0,00	0,00	0,00
Ore malattia figlio			
Malattia figlio < 3 anni	0,00	0,00	0,00
Malattia figlio 3-8 anni	20,00	0,00	20,00
Ore maternità			
Cong. Obbligatorio padre max 10 gg. <5 mesi bamb.	0,00	200,00	200,00
Cong. Obbligatorio padre max 7 gg. <5 me	0,00	96,00	96,00
Congedo genitor.retrib.COVID19	68,00	0,00	68,00
Maternità anticipata	147,00	0,00	147,00
Maternità facoltativa retr.	560,00	0,00	560,00
Maternità facoltativa retr. A ore	0,00	16,00	16,00
Maternità obbligatoria	633,00	0,00	633,00
Ore permesso l.104			
Congedi straord. Gravi handicap/motivi familiari	0,00	0,00	0,00
Permessi per disabili fruiti hh COVID19	0,00	0,00	0,00
Permessi a ore l. 104	0,00	282,00	282,00
Permessi giornalieri l. 104	384,00	1.200,50	1.584,50
Permessi lutto			
P. Lutto	8,00	88,00	96,00
Totale	1.820,00	1.882,50	3.702,50

7

Dettagli ore lavorate Elettroveneta 2022

	donne	uomini	totale
Allattamento			
Ore allattamento	88,00	0,00	88,00
Ore malattia figlio			
Malattia figlio < 3 anni	16,00	0,00	16,00
Malattia figlio 3-8 anni	8,00	0,00	8,00
Ore maternità			
Cong. Obbligatorio padre max 10 gg. <5 mesi bamb.	0,00	280,00	280,00
Cong. Obbligatorio padre max 7 gg. <5 me	0,00	0,00	0,00
Congedo genitor.retrib.COVID19	36,00	28,00	64,00
Maternità anticipata	0,00	0,00	0,00
Maternità facoltativa retr.	1.028,00	0,00	1.028,00
Maternità facoltativa retr. A ore	0,00	0,00	0,00
Maternità obbligatoria	585,00	0,00	585,00
Ore permesso l.104			
Congedi straord. Gravi handicap/motivi familiari	0,00	0,00	0,00
Per.disabili fruiti hh COVID19	0,00	0,00	0,00
Permessi a ore l. 104	0,00	426,00	426,00
Permessi giornalieri l. 104	324,00	907,50	1.231,50
Permessi lutto			
P. Lutto	0,00	164,50	164,50
Totale	2.085,00	1.806,00	3.891,00

Dettagli ore lavorate Elettroveneta 2023

	donne	uomini	totale
Allattamento			
Ore allattamento	166,5	0	166,5
Ore malattia figlio			
Malattia figlio < 3 anni	0	0	0
Malattia figlio 3-8 anni	32	0	32
Ore maternità			
Cong. Obbligatorio padre max 10 gg. <5 mesi bamb.	0	488	488
Cong. Obbligatorio padre max 7 gg. <5 me	0	0	0
Congedo genitor.retrib.COVID19	0	0	0
Maternità anticipata	1.736	0	1.736
Maternità facoltativa retr.	0	8	8
Maternità facoltativa retr. A ore	0	0	0
Maternità obbligatoria	1.848	0	1.848
Ore permesso l.104			
Congedi straord. Gravi handicap/motivi familiari	0	1.120	1.120
Per.disabili fruiti hh COVID19	0	0	0
Permessi a ore l. 104	0	448	448
Permessi giornalieri l. 104	52	1.373,25	1.425,25
Permessi lutto			
P. Lutto	0	72	72
Totale	3.834,5	3.509,25	7.343,75

Dettagli ore lavorate HDUEA 2023

			2023
	donne	uomini	totale
Allattamento			
Ore allattamento	0	0	0
Ore malattia figlio			
Malattia figlio < 3 anni	0	0	0
Malattia figlio 3-8 anni	0	0	0
Ore maternità			
Cong. Obbligatorio padre max 10 gg. <5 mesi bamb.	0	0	0
Cong. Obbligatorio padre max 7 gg. <5 me	0	0	0
Congedo genitor.retrib.COVID19	0	0	0
Maternità anticipata	0	0	0
Maternità facoltativa retr.	16	0	16
Maternità facoltativa retr. A ore	0	0	0
Maternità obbligatoria	0	0	0
Ore permesso l.104			
Congedi straord. Gravi handicap/motivi familiari	0	0	0
Permessi per disabili fruiti hh COVID19	0	0	0
Permessi a ore l. 104	0	0	0
Permessi giornalieri l. 104	0	0	0
Permessi lutto			
P. Lutto	0	0	0
Totale	16	0	16

The image features a modern, abstract graphic design. The top right corner is dominated by overlapping curved shapes in vibrant red and yellow. The bottom left corner is a solid, deep blue rectangle. The rest of the page is white. The text 'Indice dei contenuti GRI' is positioned in the lower right area, overlapping the white background and the bottom edge of the red and yellow shapes.

Indice dei contenuti GRI

Indice dei contenuti GRI

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE TITLE	NUMERO DI PAGINA	OMISSIONI
GRI 2: Informativa Generale 2021 - L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione	2-1	Dettagli organizzativi	14-18	
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	5; 19	
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	5	
	2-4	Revisione delle informazioni	5	
GRI 2: Informativa Generale 2021 - Attività e lavoratori	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	5; 19	
	2-7	Lavoratori dipendenti	94-99	
	2-8	Lavoratori non dipendenti	100-103	
GRI 2: Informativa Generale 2021 - Governance	2-9	Struttura e composizione della governance	19-25	
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	20; 23; 25; 28	
	2-15	Conflitti di interesse	28	
GRI 2: Informativa Generale 2021 - Strategia, politiche e prassi	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	34-36	
	2-23	Impegno in termini di policy	27-37	
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	27-33	
GRI 2: Informativa Generale 2021 - Coinvolgimento degli stakeholder	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	39-48	
GRI 3: Temati Materiali	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	49-54	
	3-2	Elenco di temi materiali	49	

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE TITLE	NUMERO DI PAGINA	OMISSIONI
GRI 201 Performance economica 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	56-65; 69-74	
	201 - 1	Valore economico diretto generato e distribuito	56-57	
GRI 203 Impatti economici indiretti 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	73-74	
	203 - 2	Impatti economici indiretti significativi	66-68	
GRI 204 Prassi di approvvigionamento 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	67	
	204 - 1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	28; 31	
GRI 205 Anticorruzione 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	28	
	205 - 2	Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	28	
GRI 206 Comportamento anticompetitivo 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	30-31	
GRI 207 Tasse 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	59-61	

Indice dei contenuti GRI

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE TITLE	NUMERO DI PAGINA	OMISSIONI
GRI 301 Materiali 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	80-81	
	301 - 1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	80-81	
GRI 302 Energia 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	82-84	
	302 - 1	Consumo di energia interno all'organizzazione	83	
	302 - 3	Intensità energetica	83	
	302 - 4	Riduzione del consumo di energia	82	
GRI 303 Acqua e affluenti 2018	3 - 3	Gestione temi materiali	84	
GRI 305 Emissioni 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	88-91	
	305 - 1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	88	
	305 - 2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	89	
	305 - 3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	90-91	
	305 - 4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	91	
	305 - 5	Riduzione di emissioni a gas effetto serra (GHG)	91	
GRI 306 Rifiuti 206	3 - 3	Gestione temi materiali	85	
	306 - 1	Generazioni di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	85	
	306 - 3	Rifiuti generati	85	
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	66-67	

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE TITLE	NUMERO DI PAGINA	OMISSIONI
GRI 401 Occupazione 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	94-117	
	401 - 1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	104-105	
	401 - 2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	112-114	
	401 - 3	Congedo parentale	108-110	
GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018	3 - 3	Gestione temi materiali	120-121	
	403 - 1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	120-121	
	403 - 5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	1201-121	
	403 - 6	Promozione della salute dei lavoratori	120-121	
	403 - 9	Infortuni sul lavoro	120-121	
	403 - 10	Malattie professionali	120-121	
GRI 404 Formazione e istruzione 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	114-117	
	404 - 1	Numero medio di ore di formazione	115	
	404 - 2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	117	
GRI 405 Diversità e pari opportunità 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	16-17; 20-25; 30; 94-117	
	405 - 1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	20-25	
	405 - 2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	112-113	

Indice dei contenuti GRI

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE TITLE	NUMERO DI PAGINA	OMISSIONI
GRI 413 Comunità locali 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	118-119; 122	
	413 - 1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	118-119	
	413 - 2	Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	122	
GRI 417 Marketing ed etichettatura 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	92	
	417 - 1	Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	92	
GRI 418 Privacy dei clienti 2016	3 - 3	Gestione temi materiali	29	



Un ringraziamento a tutto il team
Sonepar Italia, Elettroveneta e HDUEA per
la partecipazione attiva alla realizzazione
del presente bilancio di sostenibilità.

Coordinamento generale,
strutturazione cruscotto kpi,
data collecting, stakeholder engagement,
realizzazione contenutistica,
progetto grafico ed editing a cura di



sintesifactory.it

sonepar.it
elettroveneta.it
hdua.it

seguidici su

