

# Bilancio di Sostenibilità 2024



# Indice

<b>Identità, strategia e modello aziendale</b>	<b>7</b>
Il mondo Sonepar	8
Strategia e modello aziendale	15
La nostra Politica di Sostenibilità	32
Governance aziendale	41
Analisi di doppia rilevanza e stakeholder engagement	48
<b>Ambiente</b>	<b>74</b>
La nostra politica per l'ambiente	75
Cambiamenti climatici	77
Inquinamento, acqua e biodiversità	103
Uso delle risorse ed economia circolare	105
<b>Persone</b>	<b>110</b>
Forza lavoro propria	114
Forza lavoro nella catena del valore	157
Comunità interessate	160
Clienti e utilizzatori finali	163
<b>Governance</b>	<b>170</b>
La nostra politica per la cultura e l'impresa	171
Gestione dei rapporti con i fornitori	183
Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva	189
<b>Datapoint</b>	<b>193</b>

# Criteri generali per la redazione

## ESRS 2: BP-1 / BP-2

Il presente bilancio di sostenibilità è stato redatto in conformità alla Corporate Sustainability Reporting Directive 2022/2464/UE - recante modifica del regolamento UE 537/201, della direttiva 2004/109/CE, della direttiva 2006/43/CE e della direttiva 2013/34/UE - e nel rispetto degli standard di rendicontazione European Sustainability Reporting Standards (ESRS) definiti dal Regolamento Delegato dell'Unione Europea 2023/2772. La suddetta direttiva è stata recepita in Italia per mezzo del decreto legislativo 6 settembre 2024, n. 125.

L'azienda, pur non essendo attualmente soggetta all'obbligo di redigere una dichiarazione di sostenibilità secondo il quadro normativo vigente, ha deciso di farlo su base volontaria. Questa scelta è data dalla volontà di prepararsi all'introduzione futura dell'obbligatorietà. Il documento, quindi, mira a essere conforme alle normative, mantenendo al contempo una flessibilità che riflette il carattere volontario dell'iniziativa e la natura evolutiva del percorso intrapreso.

### PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Il perimetro di rendicontazione della presente dichiarazione di sostenibilità fa riferimento alle aziende:

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

Dove possibile, i dati e le informazioni sono stati presentati separatamente per le tre aziende, che saranno indicate esplicitamente utilizzando la loro denominazione sociale.

La specifica struttura organizzativa delle tre realtà, che prevede la centralizzazione di alcuni servizi comuni come la gestione degli acquisti, la logistica e le risorse umane, non ha sempre consentito di raggiungere questo livello di dettaglio.

In questi casi, i dati saranno presentati in forma aggregata con la dicitura "Sonepar".

Le aziende appartengono al Gruppo internazionale Sonepar, che, quando menzionato, sarà indicato come "Gruppo Sonepar".

## CATENA DEL VALORE

Sonepar ha avviato un processo volto a includere nella presente dichiarazione i dati della catena del valore a monte e a valle. La valutazione della rilevanza degli impatti, dei rischi e delle opportunità ha preso in considerazione i rapporti e le dipendenze derivanti dall'intera catena del valore. Tuttavia, al fine di garantire il rispetto delle caratteristiche qualitative richieste, le informazioni rendicontate sulle tematiche ambientali e sociali sono limitate. In assenza di un sufficiente grado di granularità dei dati riguardanti la catena del valore, l'azienda ha scelto di aggregare ove possibile secondo criteri geografici o di prodotto, garantendo così una maggiore comprensibilità. L'azienda si impegna ad ampliare la copertura della catena del valore, con l'obiettivo di soddisfare pienamente i requisiti di rendicontazione nelle prossime edizioni e in accordo con le tempistiche previste dai quadri normativi.

## OMISSIONE DI INFORMAZIONI

L'azienda si è avvalsa dell'opzione di omettere informazioni classificate e sensibili corrispondenti a proprietà intellettuale, know-how, risultati di innovazione o traiettorie strategiche impattanti sugli equilibri competitivi e di mercato impegnandosi a divulgare tutte le altre informazioni richieste al fine di rispettare l'obbligo di disclosure in questione.

## ORIZZONTI TEMPORALI

L'orizzonte temporale di riferimento corrisponde all'anno finanziario 2024. Al fine di rendicontare i progressi compiuti, dove possibile i dati sono confrontati con i valori degli anni 2022 e 2023. La definizione degli orizzonti temporali di breve (un anno), medio (fino a cinque anni) e lungo periodo (oltre i cinque anni) non si discosta dai requisiti normativi. Laddove non siano presenti dati prospettici su impatti, rischi, opportunità, azioni od obiettivi, o in caso siano presenti secondo orizzonti temporali differenti da quelli indicati, l'azienda ne specifica la motivazione e si impegna nell'adempimento futuro di tale requisito redazionale.

## STIME E METODI DI CALCOLO

Le informazioni riguardanti le stime e le variabili proxy utilizzate sono illustrate congiuntamente ai relativi obblighi di informativa. I metodi di calcolo applicati sono descritti in relazione ai rispettivi dati. Fattori di calcolo e ulteriori precisazioni possono essere trovati in appendice.



## Introduzione

In un contesto globale caratterizzato da sfide ambientali, sociali ed economiche, adottare un modello sostenibile non è più una scelta, ma una necessità per rafforzare la resilienza aziendale e supportare la transizione energetica. La sostenibilità richiede azioni concrete e misurabili, non solo dichiarazioni d'intenti.

In Sonepar, da tempo perseguiamo uno sviluppo che promuova il benessere condiviso. Nel 2023, con riferimento all'anno finanziario 2022, abbiamo pubblicato il nostro primo bilancio di sostenibilità e, con questa nuova edizione, aggiornata secondo i requisiti CSRD e gli standard ESRS, offriamo informazioni più precise e trasparenti sul nostro operato e sul valore generato per tutti gli stakeholder.

La sostenibilità per noi non è una strategia di marketing, ma un impegno dinamico che integra innovazione, miglioramento continuo e una visione multistakeholder. Il bilancio rappresenta una guida pragmatica per orientare le nostre scelte, misurare i progressi e indicare le direzioni future.

# Highlights



**5**  
I Centri di Distribuzione attivi nel 2024



**433 MW**  
La potenza installata con le vendite del fotovoltaico nel 2024



**3.198.731.111€**  
Il valore condiviso generato nel 2024



**2.371**  
Gli stakeholder coinvolti nell'analisi di doppia materialità



**100%**  
L'energia acquistata da fonti rinnovabili



**-10%**  
Il consumo di carburanti rapportato al parco automezzi del 2024



**20%**  
La riduzione delle emissioni Scope 1 e Scope 2 market based nel triennio 2022-2024



**-28%**  
La riduzione dei rifiuti pericolosi prodotti nel 2024



**-10%**  
La riduzione dei rifiuti totali prodotti nel 2024



**1.944**  
I dipendenti nel 2024



**+10%**  
Le assunzioni nel 2024



**97%**  
La percentuale di dipendenti a tempo indeterminato



**33.064**  
Le ore erogate di formazione nel 2024



**22.961**  
I partecipanti alla formazione nel 2024



**3.757**  
Le ore di formazione su tematiche ESG



**+126%**  
L'incremento delle sponsorizzazioni totali nel 2024

A modern conference room with a long white table, beige chairs, and large windows. The room is viewed through a glass partition. The ceiling has a grid of recessed lights and skylights. The floor is made of light-colored wood. The text "Identità, strategia e modello aziendale" is overlaid on the right side of the image.

# **Identità, strategia e modello aziendale**





## capitolo 1

# Il mondo Sonepar

Siamo l'azienda leader nella distribuzione di prodotti e soluzioni per il settore elettrico. Un ruolo che ci rende fieri e, al contempo, consapevoli delle responsabilità che comporta.

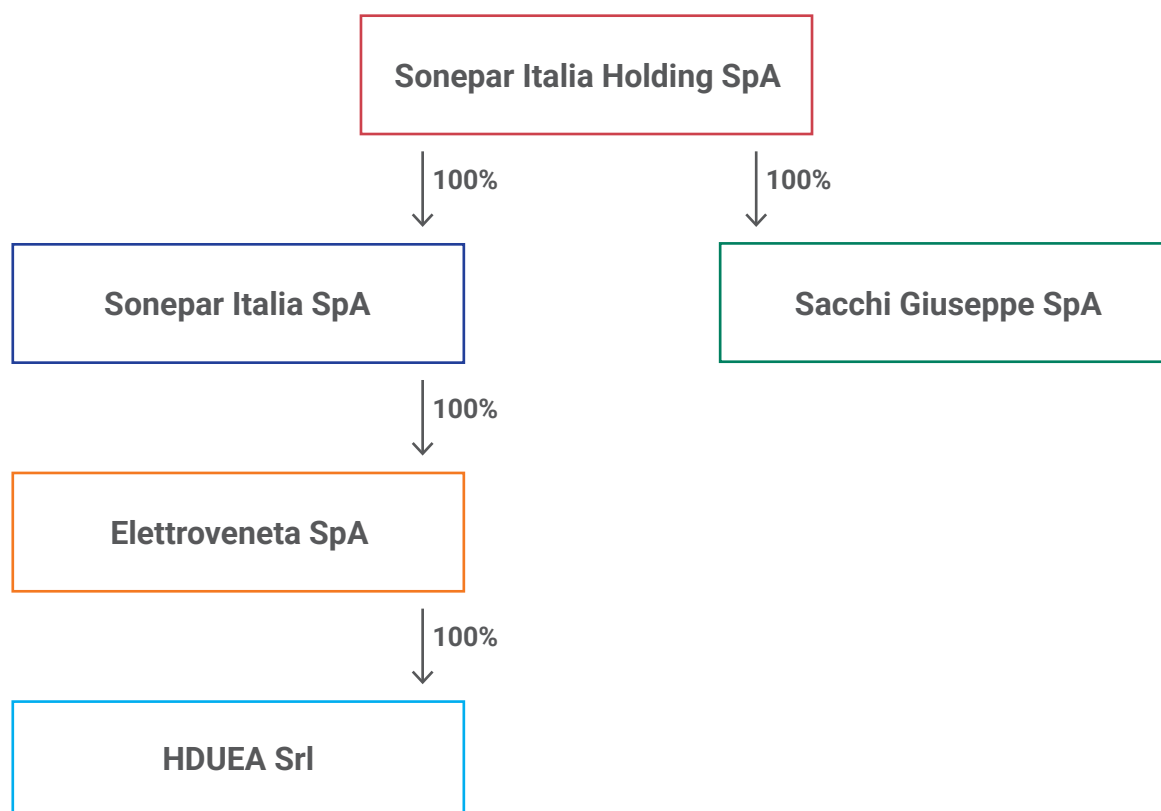
Ogni giorno, mettiamo passione, competenza e attenzione nel supportare i nostri clienti, i professionisti del settore elettrico, nelle sfide quotidiane, offrendo soluzioni innovative e su misura.

Il nostro obiettivo è chiaro: essere sempre pronti ad affrontare le sfide di un mercato in costante evoluzione, anticipando le esigenze dei nostri clienti e proponendo tecnologie all'avanguardia e strumenti digitali per rispondere ai bisogni che emergono con l'avanzare del progresso.

Siamo una realtà di grandi dimensioni orgogliosa dei propri valori e dei propri collaboratori.

Le persone rappresentano uno dei nostri principali punti di forza.

## 1.1 Il Gruppo Sonepar Italia



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'.

## 1.2 Le Aziende rendicontate



### 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 2024, insieme ad Elettroveneta e HDUEA, siamo stati presenti in modo capillare in Italia con una rete di 165 punti vendita in 17 regioni, 5 centri distributivi e circa 2.300 collaboratori.



### 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 2024 il gruppo ha fatturato 32,5 miliardi di euro grazie a una copertura in 40 paesi, strutturata su quasi 2.400 punti vendita, 190 centri di distribuzione e oltre 46.000 collaboratori.



## 1.3 Il nostro Purpose



L'umanità è oggi di fronte a sfide collettive di enorme portata. Il nostro Purpose rappresenta un modo per canalizzare tutta la nostra energia verso queste sfide, contribuendo così al benessere del pianeta e delle sue popolazioni per le generazioni future. Nel 2022 abbiamo intrapreso un percorso per definire una ragione d'essere più profonda, una dichiarazione potente che spiega il nostro scopo, ciò che ci unisce e il nostro contributo alla società.

Per coordinare le iniziative globali e diffondere questo approccio a tutti i livelli dell'organizzazione, è stato creato il Purpose Board, composto da 23 membri provenienti da tutte le regioni e funzioni.

Nel 2023, abbiamo ufficialmente lanciato il nostro purpose: **“acceleriamo il progresso per le generazioni future”**.

Una dichiarazione che riassume i nostri valori distintivi: desideriamo essere un punto di riferimento per il mondo elettrico, mantenendo però la nostra natura di azienda a conduzione familiare, promuovendo un cambiamento verso un modello di energia più efficiente, sicuro e sostenibile per tutti.

Per realizzare questo impegno, abbiamo identificato sei direttrici strategiche:



### Formazione Continua

Entro il 2028, il Gruppo 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, il Gruppo Sonepar vuole fornire a ciascun cliente l'alternativa a minor emissione di CO<sub>2</sub> per ogni preventivo richiesto.



### Circolarità dei prodotti

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



### Inclusione

Entro il 2028, Sonepar si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo per tutte le persone, promuovendo equità, merito e un approccio sostenibile alla performance, che valorizzi il contributo di ciascuna persona nel tempo.



### Comunità

Entro il 2028, il Gruppo 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 dei collaboratori del Gruppo Sonepar al successo della trasformazione.

## 1.4 I nostri valori

### Cliente al centro

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

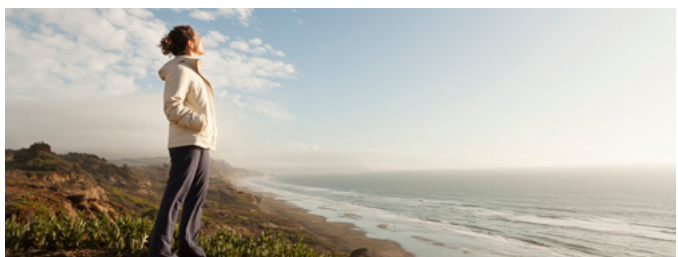
- **Diamo ascolto** ai clienti per comprenderne e anticiparne le esigenze con soluzioni innovative e personalizzate.
- **Supportiamo** il cliente con le nostre competenze e la nostra consulenza agevolando e semplificando la sua attività professionale e risolvendo i suoi problemi.
- **Rendiamo accessibili** 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.
- **Abbracciamo per primi le innovazioni** e puntiamo a valorizzare tutte potenzialità del mercato dove operiamo.



## 1.5 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.

## 1.6 Powered by Difference: i punti di forza che 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.

## 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 165 punti vendita e 5 centri di distribuzione (dati aggiornati al 31/12/2024). 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.





## capitolo 2

# Strategia e modello aziendale

### ESRS 2: SBM-1

Nel 2024 ha preso vita un progetto particolarmente impegnativo che ha immediatamente influenzato la nostra proposta di valore sul mercato italiano: la nostra **riorganizzazione**. La spinta verso questa trasformazione è derivata dalla crescente complessità e dinamicità del mercato, per cui la specializzazione e la vicinanza territoriale sono diventati un binomio fondamentale per rispondere efficacemente alle esigenze dei clienti.

L'obiettivo primario è incrementare il valore aggiunto che possiamo offrire ai professionisti del settore elettrico, supportandoli con maggiore competenza e professionalità nelle diverse aree di specializzazione.

Il progetto si è sviluppato in due direzioni principali:

- **organizzazione territoriale;**
- **organizzazione specialistica.**

## 2.1 L'organizzazione territoriale: le business area

Nel settore della distribuzione, la copertura territoriale è essenziale per garantire una reale vicinanza al cliente. Per questo, nel 2024, siamo stati presenti **in 17 regioni italiane**, con l'obiettivo di offrire un elevato standard di servizio uniforme su tutto il territorio nazionale. La nostra capillare presenza è stata sostenuta da **5 centri di distribuzione e 165 punti vendita**.

Tuttavia, la nostra attenzione non si concentra solo sul processo di vendita, ma include anche una vasta gamma di servizi di supporto, che spaziano dal marketing alla gestione delle relazioni con i principali partner del settore produttivo. Questo equilibrio tra presenza territoriale e centralizzazione rende Sonepar un leader indiscusso nel panorama italiano della distribuzione.



### LE ACQUISIZIONI DEL 2024 E IL RAFFORZAMENTO DELLA PRESENZA TERRITORIALE

#### MA.EL Srl - Marche

Nella primavera del 2024, abbiamo acquisito il ramo d'azienda di **MA.EL Srl**, storico distributore di materiale elettrico con sede a Tolentino (MC). Questa operazione ha portato la nostra rete nelle Marche a 8 punti vendita, garantendo continuità nella qualità del servizio e ampliando l'offerta territoriale.

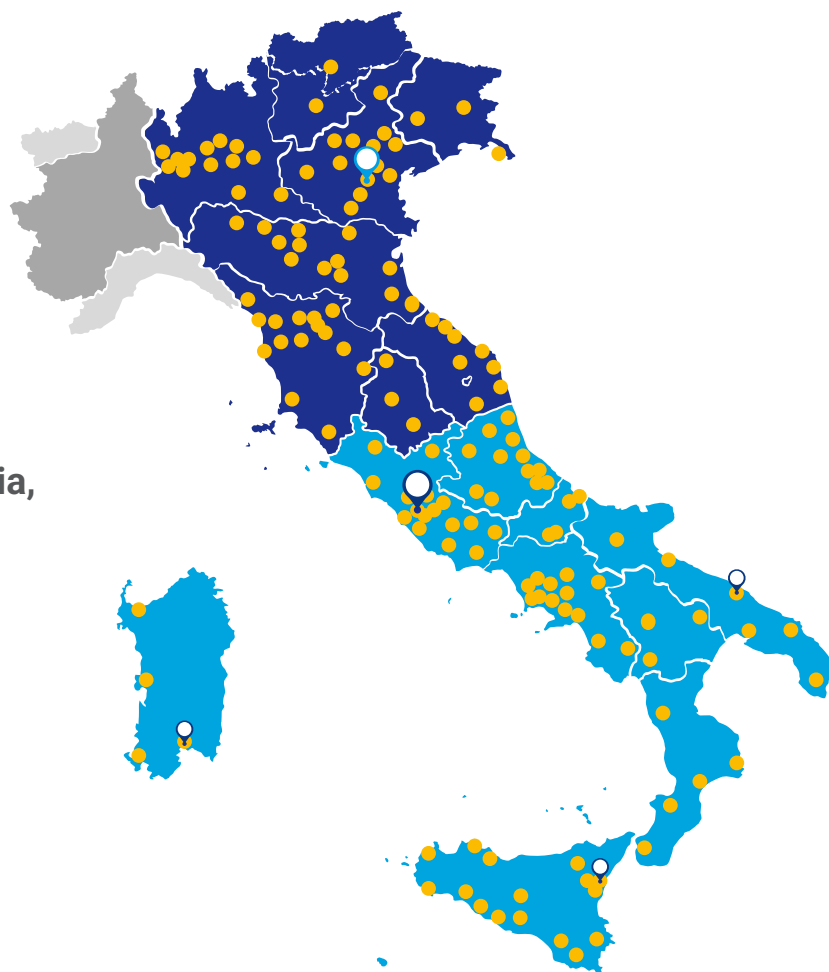
#### Mega Electric Srl - Abruzzo e Molise

A novembre/dicembre 2024, abbiamo acquisito **Mega Electric Srl**, operante nei settori elettrotecnico, illuminazione, climatizzazione ed energie rinnovabili. Con questa acquisizione abbiamo esteso significativamente la nostra presenza in Abruzzo e Molise.

#### Gruppo MET - Sicilia

Per rafforzare la presenza in Sicilia, sempre a fine 2024 abbiamo completato l'acquisizione del **Gruppo MET**, realtà di circa 15 milioni di euro di fatturato e 9 punti vendita distribuiti tra Catania, Siracusa, Agrigento e Palermo.





### Centri di distribuzione Sonepar Italia, Elettroveneta, HDUEA

Padova  
Pomezia (Roma)  
Catania  
Modugno (Bari)  
Cagliari

### Organizzazione territoriale Sonepar Italia

●  
AREA NORD  
Regioni: Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche

●  
AREA CENTRO, SUD E ISOLE  
Regioni: Lazio, Abruzzo, Campania, Basilicata, Puglia, Molise, Calabria, Sicilia, Sardegna.

●  
SEDI DIREZIONALE SONEPAR ITALIA  
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

●  
Regioni: Veneto, Friuli Venezia Giulia  
SEDE DIREZIONALE ELETTROVENETA  
Sede Centrale Elettroveneta: Padova

### Organizzazione territoriale HDUEA

●  
SEDE DIREZIONALE HDUEA  
Sede Centrale HDUEA: Padova

## 2.2 L'organizzazione specialistica: le Business Unit e i prodotti

Il nostro nuovo modello organizzativo non si limita a due Business Area, ma è ulteriormente suddiviso in tre Business Unit, ciascuna specializzata in un settore chiave del mercato elettrico. Ogni Business Unit è supportata da un team dedicato e altamente qualificato, focalizzato sulle specifiche linee di prodotto. Grazie a questa struttura siamo in grado di offrire servizi, competenze e consulenze altamente specializzati e su misura per ogni cliente. In questo modo, ci adattiamo con flessibilità e competitività al mercato, garantendo al contempo la qualità e la completezza dei servizi offerti.

### BUSINESS UNIT **INDUSTRY**

La Business Unit Industry è dedicata a soddisfare le esigenze del settore industriale, offrendo consulenza, supporto tecnico nella progettazione e soluzioni innovative e personalizzate. I nostri clienti possono avvalersi di una vasta gamma di servizi, tra cui sopralluoghi, assistenza pre e post-vendita, consulenza tecnica e finanziaria, e molto altro. Le linee di prodotto di questa Business Unit comprendono:



automazione industriale;



power distribution;



attrezzature e materiale  
di consumo;



cavi.

### BUSINESS UNIT **SUSTAINABILITY & BUILDING**

La Business Unit Sustainability & Building si occupa di edifici residenziali, commerciali, industriali e pubblici, con l'obiettivo di aumentarne l'efficienza energetica, la sicurezza e il comfort attraverso l'impiego di tecnologie innovative. Fornisce ai Clienti servizi di consulenza tecnica e progettazione di impianti per la produzione di energia sostenibile.

Ci concentriamo su:



energie  
rinnovabili;



installazione  
civile;



soluzioni  
connesse;



illuminazione;



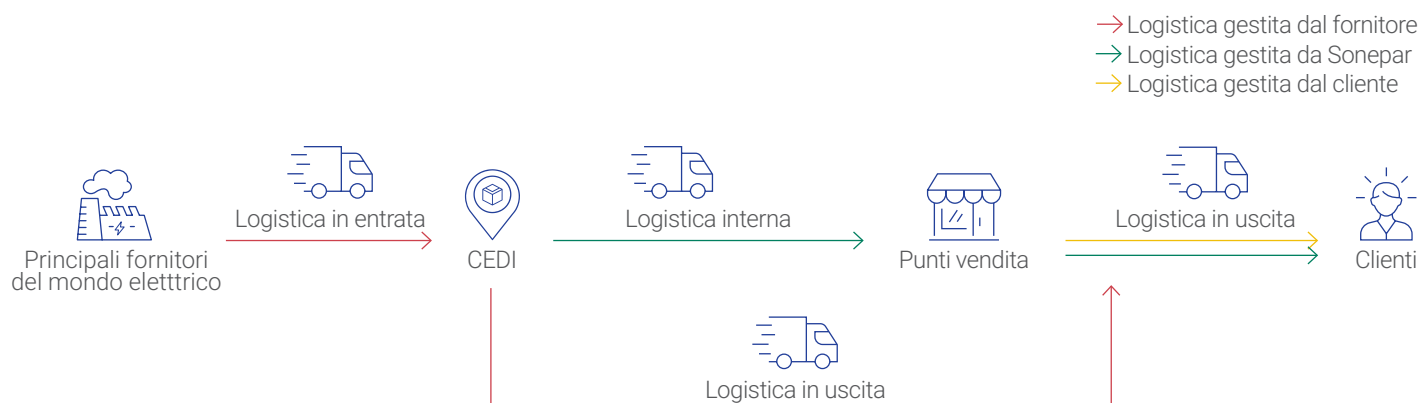
climatizzazione e  
termoidraulica.

Ci occupiamo di energie rinnovabili, promuovendo tecnologie pulite come il fotovoltaico e la cogenerazione; di installazioni civili, con soluzioni che spaziano dal residenziale ai contesti più complessi come strutture ospedaliere e industriali; di soluzioni connesse, che uniscono domotica, sicurezza e comunicazione dati per la realizzazione di edifici intelligenti; di illuminazione, con proposte innovative e consulenza illuminotecnica dedicata; e infine di climatizzazione e termoidraulica, offrendo sistemi avanzati di riscaldamento, raffrescamento e ventilazione.

Grazie a partnership con i migliori brand del settore e all'impiego di tecnologie all'avanguardia, noi proponiamo soluzioni affidabili e sostenibili, capaci di rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione.

## 2.3 Il nostro processo e la nostra catena del valore

La nostra catena del valore e il nostro processo aziendale si sviluppano in diverse fasi, tutte orientate a garantire un'efficace distribuzione di soluzioni e prodotti per il settore elettrico.



### Fasi upstream

La fase upstream della nostra catena del valore coinvolge tutte le attività che portano i nostri partner alla progettazione, ingegnerizzazione, prototipazione, produzione e distribuzione di prodotti e soluzioni per il mercato elettrico. Rientrano in queste fasi gli approvvigionamenti di materia prima e i processi di produzione e assemblaggio nonché tutte le attività di stoccaggio e delivery. Nel nostro ruolo di retailer specializzato, non entriamo nelle fasi di produzione ma ovviamente valutiamo, con specifiche attività di procurement, i processi e i prodotti offerti dai nostri fornitori non solo da un punto di vista di performance e di rispondenza alle caratteristiche tecniche richieste ma sempre più anche da un punto di vista di sostenibilità.

### Fasi core

**Il nostro processo: selezione, acquisto, handling, stoccaggio e distribuzione dei prodotti.**

La nostra attività **core** consiste nella **distribuzione specializzata di materiale elettrico**, strumentazione industriale, automazione, soluzioni per l'efficienza energetica e tecnologie per edifici intelligenti. Operiamo come **interfaccia strategica tra produttori e clienti finali**, garantendo un flusso continuo, tempestivo ed efficiente di prodotti e soluzioni lungo tutta la filiera elettrotecnica

### Acquisto

La nostra supply chain inizia con l'approvvigionamento di prodotti e soluzioni per il settore elettrico da fornitori

selezionati, che assicurano elevati standard di qualità e innovazione. Emettiamo un ordine di acquisto verso i suoi **fornitori core**, ossia quelli da cui acquistiamo i prodotti, i servizi e le soluzioni destinati direttamente alla rivendita sia tramite i punti vendita fisici che digitali. La logistica in entrata è principalmente gestita dai fornitori, che si occupano della consegna dei materiali presso i nostri centri di distribuzione. Il processo integra inoltre il backhauling, un sistema che permette ai camion di ritirare merce anche nel viaggio di ritorno, evitando i trasporti a vuoto e contribuendo a ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>.

### Handling e stoccaggio

I materiali vengono quindi convogliati nei **Centri di Distribuzione (CEDI)**, dove vengono gestiti secondo processi di **logistica integrata** e ottimizzazione dei flussi fisici e informativi.

Una volta ricevuta la merce, ogni unità è sottoposta a un processo articolato di:

- **controllo qualitativo e quantitativo**, per verificare la corrispondenza con gli ordini e gli standard attesi;
- **identificazione e tracciabilità**, mediante sistemi barcode/RFID integrati nel gestionale;
- **handling automatizzato o semi-automatizzato**, con movimentazione efficiente delle merci mediante carrelli elevatori, sorter e magazzini verticali;
- **stoccaggio ottimizzato**, in scaffalature dinamiche o aree dedicate per garantire un accesso rapido in fase di picking.

L'intera catena logistica è progettata secondo **principi di efficienza operativa, sicurezza e sostenibilità**, con l'obiettivo di ridurre al minimo i tempi di attraversamento, le emissioni logistiche e gli sprechi di risorse.

Il nostro modello consente un'elevata capillarità sul territorio, servendo clienti professionali attraverso una rete di **filiali, e-commerce e consegne dirette**, spesso con lead time in giornata. Parallelamente, integriamo nei nostri processi elementi di **digitalizzazione, automazione e business intelligence**, che supportano il monitoraggio delle performance operative, la gestione predittiva delle scorte e l'ottimizzazione dei flussi di consegna, in un'ottica di miglioramento continuo.

Attraverso queste attività, non solo garantiamo **affidabilità e continuità del servizio** verso clienti attivi in settori strategici come edilizia, industria, energie rinnovabili e pubblica amministrazione, ma ci configuriamo anche come **partner di riferimento per l'innovazione sostenibile** nella catena di fornitura elettrica.

## Fase Downstream

La fase downstream comprende tutte le attività di utilizzo dei prodotti da parte dei nostri clienti.

I nostri prodotti sono pensati e selezionati per garantire un ciclo di vita lungo e coerente con la vita media degli impianti elettrici. I componenti sono, però, per la maggior parte materiali potenzialmente riciclabili (case in plastica, metalli, parti in ferro/acciaio, ecc.). Questo aumenterà sempre di più l'attenzione del comparto verso i criteri di economia circolare nell'ottica di un disassemblaggio e un recupero una volta dismesso o ricondizionato l'impianto elettrico di destinazione.

## Distribuzione

A questo punto, i prodotti possono seguire diverse modalità di **distribuzione** in base alla modalità di acquisto scelta dai clienti.

Il cliente può decidere dove acquistare il prodotto: punto vendita fisico, e-commerce o system to system.

Per i canali fisici, la merce stoccata nei CEDI viene spostata nei vari punti vendita tramite una logistica intraziendale.

Si sta, inoltre, valutando l'inserimento di "locker" all'interno dei punti vendita per rendere il ritiro dei prodotti sempre accessibile ai clienti.

Per i canali digitali (e-commerce o system to system), l'ordine viene gestito e inviato direttamente al CEDI che provvede alla spedizione al cliente.

La **logistica in uscita** può essere gestita direttamente da Sonepar o può essere a carico del cliente, a seconda delle necessità.



## IL NOSTRO APPROCCIO OMNISCANALE

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 omniscanale si basa su punti vendita territoriali, e-commerce e soluzioni system to system.

## 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 750.000 articoli accompagnati da informazioni dettagliate e aggiornate nonché la disponibilità a magazzino.

### APP SONEPAR ITALIA

L'app Sonepar Italia è progettata per offrire un'esperienza d'acquisto mobile ancora più efficiente, intuitiva e sicura, a supporto delle attività quotidiane dei professionisti del settore elettrico. Attraverso l'app è possibile consultare in tempo reale la disponibilità dei prodotti, accedere a schede tecniche dettagliate e completare gli ordini con rapidità, direttamente da smartphone o tablet. Tra le funzionalità avanzate, la "Modalità Business" consente di oscurare i prezzi per facilitare trattative riservate con i propri clienti, mentre la funzione di scansione dei prodotti in punto vendita semplifica ulteriormente la creazione degli ordini, rendendo il processo ancora più veloce.

### IL NETWORK TERRITORIALE

La nostra rete commerciale è composta da 165 punti vendita in grado di coprire capillarmente 17 regioni italiane. La presenza di oltre 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.

## 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: Experience Center, Solution Center e Solution Point.



### EXPERIENCE CENTER

Gli Experience Center sono luoghi di divulgazione della conoscenza messi a disposizione di clienti, colleghi tecnico-commerciali e chiunque voglia seguire l'evoluzione tecnologica del mondo elettrico. Negli Experience Center è possibile effettuare test, programmare soluzioni d'integrazione per impianti residenziali e di automazione industriale e organizzare 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 avvalersi della consulenza esperta dei nostri specialisti del settore. Un team altamente qualificato è a disposizione per offrire supporto tecnico, rispondendo in modo puntuale alle diverse esigenze del mercato. La consulenza viene fornita sia in presenza che a distanza, sia ai clienti che alla forza vendita, assicurando al contempo opportunità di formazione continua e aggiornamento sulle ultime novità del settore.



### SOLUTION POINT

I Solution Point offrono consulenza diretta ai clienti attraverso personale esperto all'interno di un angolo dedicato nel punto vendita dove sono esposti materiali dimostrativi ed esperienziali.

I servizi forniti coprono diverse aree di specializzazione tra cui: Automazione Industriale, Power Distribution, Soluzioni Connesse, Illuminazione, Climatizzazione, Termoidraulica ed Energie Rinnovabili.

### 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.

### DIGITAL CHAMPION

Presente nei punti vendita Sonepar, il Digital Champion è una figura specializzata nel fornire supporto all'utilizzo delle soluzioni digitali offerte dall'azienda, dalla piattaforma e-commerce all'app mobile. Facilita l'accesso agli strumenti digitali, supporta nella comprensione delle funzionalità e offre indicazioni operative utili all'ottimizzazione dei processi d'acquisto. Fornisce inoltre aggiornamenti costanti sulle novità digitali, contribuendo alla diffusione e all'efficace utilizzo delle tecnologie Sonepar.

## 2.4 I nostri stakeholder

Il successo economico e finanziario di un'azienda è strettamente legato alla creazione di valore condiviso con i suoi stakeholder. Un'impresa si può definire sostenibile quando ascolta e valorizza le persone che la compongono e con cui interagisce nel processo di distribuzione del valore.

Per comprendere le esternalità, positive e negative, generate dall'attività aziendale, è essenziale **mappare** gli stakeholder e coinvolgerli in un'indagine mirata a identificare aspettative, percezioni e priorità in tema di sostenibilità.

Questa analisi è stata condotta durante il focus group tenutosi a febbraio 2024 presso la filiale Elettroveneta di Schio. L'incontro ha permesso di identificare le relazioni interne ed esterne dell'azienda, partendo dall'analisi della catena del valore e dei processi aziendali, supportata da strumenti operativi specifici.

Grazie a questo lavoro, abbiamo individuato i profili degli stakeholder più rilevanti, utilizzandoli come base per le successive attività di stakeholder engagement, propedeutiche anche alla redazione di questo bilancio di sostenibilità.



### Stakeholder interni

- Collaboratore/dipendente Sonepar
- Board o manager Sonepar



### Fornitori

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



### Clienti

- Eletttricista/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



### 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
- Rappresentanti del mondo bancario



## 2.4.1 Stakeholder e tematiche ESG

Il coinvolgimento attivo degli stakeholder è un elemento chiave per comprendere l'impatto dell'azienda e orientare le strategie di sostenibilità.

Di seguito, la tabella sintetizza le **macro-tematiche ESG** più rilevanti per gli stakeholder che presentano un alto grado di dipendenza dalle nostre operazioni e/o

che possono influenzare in modo significativo la sua operatività. Questi temi sono emersi dall'analisi delle tendenze di settore, delle priorità espresse da associazioni di categoria, comunità locali e società civile, nonché dall'evoluzione delle normative nazionali e internazionali. Tali elementi hanno contribuito a delineare il framework per l'analisi di rilevanza.

Stakeholder chiave	Tematiche ESG più rilevanti
Soci, proprietà e direzione	Solidità e redditività di impresa Clienti Collaboratori Fornitori
Clienti	Qualità del prodotto e del servizio Trasparenza ed etica Conformità alle normative Sostenibilità dei prodotti
Collaboratori/dipendenti	Salute e sicurezza sul lavoro Formazione e crescita professionale Coinvolgimento Sicurezza occupazionale Rapporti contrattuali e personali corretti
Fornitori	Criteri di valutazione trasparenti Trasparenza ed etica Coinvolgimento Solvibilità
Collettività ed enti locali	Rispetto delle normative Sviluppo economico e sociale della comunità Tutela ambientale Trasparenza ed etica
Istituzioni	Tutela ambientale Riduzione dell'impronta di carbonio Salute e sicurezza sul lavoro Responsabilità lungo la catena del valore Trasparenza ed etica

Questa matrice tematica è stata utilizzata come guida per affinare l'analisi di doppia materialità presentata di seguito e per rafforzare il processo di integrazione delle esigenze degli stakeholder nella strategia di sostenibilità aziendale.

## 2.5 Il nostro organico

Nel seguente prospetto è indicato il numero dei dipendenti ripartito per azienda. I dettagli sono disponibili nella sezione Persone.

	Sonepar Italia	Elettroveneta	HDUEA	Totale
Dirigenti	18	1	0	19
Quadri	63	13	1	77
Impiegati	1.381	184	2	1.567
Operai	235	10	0	245
Apprendisti impiegati	32	4	0	36
<b>Totale</b>	<b>1.729</b>	<b>212</b>	<b>3</b>	<b>1.944</b>

## 2.6 Clienti e mercati

**Il cliente al centro:** questo è uno dei quattro valori fondamentali di Sonepar. Il nostro approccio inizia sempre dall'ascolto, per comprendere e anticipare le esigenze dei clienti con soluzioni innovative e su misura. Il nostro obiettivo è supportare i professionisti del settore elettrico, offrendo competenze e consulenza, semplificando la loro attività professionale e risolvendo i loro problemi. Le nostre soluzioni sono facilmente accessibili grazie alla nostra presenza fisica, digitale ed emotiva.

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

La nostra strategia omnicanale unisce il network di vendita con soluzioni digitali avanzate e una struttura dedicata ai grandi clienti per offrire consulenza di altissimo livello.

La nostra offerta di strumenti digitali cresce costantemente, in linea con i progressi tecnologici, per proporre soluzioni sempre più efficaci e accessibili, come la nuova piattaforma e-commerce. La tecnologia e le funzionalità della piattaforma sono state sviluppate per rispondere alle esigenze dei clienti, con l'ambizione di rendere Sonepar il primo distributore di materiale elettrico al mondo a offrire un'esperienza d'acquisto completamente digitale e sincronizzata.

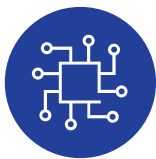
### I nostri principali target di riferimento:



Installatori del mondo elettrico e HVAC



Industria (OEM - MRO)



Quadristi



Negozi e catene retail



Progettisti e studi di engineering



Utilities e Pubbliche Amministrazioni

### I NUMERI DELL'ATTIVITÀ COMMERCIALE SONEPAR



**2,59 mln**

il numero degli ordini gestiti da Sonepar Italia ed Elettroveneta nel 2024



**0,43 mln**

il numero degli ordini gestiti da Sonepar Italia ed Elettroveneta nei canali digitali nel 2024



**374,86 mln**

il valore del transato nell'e-commerce nel 2024  
(+35% nel triennio 2022-2024)



## Ordini gestiti da Sonepar Italia

	2022	2023	2024
<b>N. ordini gestiti nei canali tradizionali</b>	<b>2.210.212</b>	<b>2.101.536</b>	<b>1.911.245</b>
Differenza anno su anno		-5%	-9%
<b>N. ordini gestiti nei canali digitali</b>	<b>486.227</b>	<b>583.754</b>	<b>679.589</b>
Differenza anno su anno		+20%	+16%
<b>Totale ordini gestiti</b>	<b>2.696.439</b>	<b>2.685.290</b>	<b>2.590.834</b>
Differenza anno su anno		-0,4%	-4%
% ordini nei canali digitali	18%	22%	26%

## Ordini gestiti da Elettroveneta

	2022	2023	2024
<b>N. ordini gestiti nei canali tradizionali</b>	<b>392.900</b>	<b>386.118</b>	<b>326.761</b>
Differenza anno su anno		-2%	-15%
<b>N. ordini gestiti nei canali digitali</b>	<b>85.067</b>	<b>96.658</b>	<b>105.802</b>
Differenza anno su anno		+14%	+9%
<b>Totale ordini gestiti</b>	<b>477.967</b>	<b>482.776</b>	<b>432.563</b>
Differenza anno su anno		+1%	-10%
% ordini nei canali digitali	18%	20%	24%

## Valore transato in e-commerce (dati in euro)

	2022	2023	2024
<b>Sonepar Italia</b>	<b>243.009.253</b>	<b>298.519.219</b>	<b>331.630.777</b>
Differenza anno su anno		+23%	+11%
<b>Elettroveneta</b>	<b>34.428.845</b>	<b>41.242.286</b>	<b>42.912.174</b>
Differenza anno su anno		+20%	+4%
<b>HDUEA</b>	<b>58.371</b>	<b>378.199</b>	<b>316.590</b>
Differenza anno su anno		+548%	-16%
<b>TOTALE</b>	<b>277.496.469</b>	<b>340.139.704</b>	<b>374.859.541</b>
Differenza anno su anno		+23%	+10%
<b>Transato e-commerce/ricavi delle vendite</b>	<b>+17%</b>	<b>+20%</b>	<b>+24%</b>

## I GRANDI CLIENTI

L'obiettivo principale del servizio di gestione dei Grandi Clienti è anticipare e interpretare le tendenze del mercato elettrico, assicurando al contempo accessibilità e convenienza per tutti gli attori del settore. Ci impegniamo a fornire supporto specializzato alle aziende tramite un team di esperti, che offre assistenza tecnico-commerciale di alto livello e soluzioni personalizzate.

La nostra offerta si distingue per la massima personalizzazione, che include supporto amministrativo, lo sviluppo di strumenti digitali su misura e servizi logistici avanzati. Ogni servizio è progettato per rispondere alle esigenze di general contractor, industrie (come quelle

petrolifere, alimentari, chimiche, di packaging, ecc.), multiutility nel settore energetico e grandi rivenditori.

Il crescente interesse dei grandi clienti per la sostenibilità ci stimola a progredire continuamente in questa direzione. Temi come l'Industria 5.0, l'importanza sempre maggiore dell'automazione e delle soluzioni connesse e la crescente domanda di soluzioni con standard elevati di sostenibilità stanno cambiando le scelte e le dinamiche di procurement dei nostri clienti. L'evoluzione dei modelli di business di questi attori, unita alla crescente consapevolezza riguardo alla sostenibilità lungo l'intera catena di produzione, spinge a fornire risposte concrete e mirate.

## IL FOTOVOLTAICO

Noi di Sonepar, in qualità di punto di riferimento nel settore elettrico, ci impegniamo ad essere parte attiva nel processo di transizione verso soluzioni energetiche a ridotto impatto ambientale.

Per questo, oltre all'iniziativa Green Offer, stiamo ampliando in modo significativo il nostro portafoglio con prodotti ad alto rendimento energetico.

La gamma include un ampio spettro di soluzioni come impianti fotovoltaici, sistemi di regolazione, tecnologie idroniche e illuminazione a basso consumo. Tutta la nostra rete vendita è preparata per supportare i professionisti nell'individuare le soluzioni più adatte, combinando performance e sostenibilità.

Il nostro impegno, tuttavia, va oltre la proposta commerciale: investiamo costantemente in formazione e comunicazione per promuovere una cultura della sostenibilità lungo l'intera catena del valore.

L'obiettivo è generare un impatto ambientale positivo sia attraverso l'adozione di tecnologie innovative, sia grazie ai benefici concreti derivanti dal loro utilizzo.

Sul fronte degli impianti fotovoltaici, le vendite in valore presentano una regressione legata esclusivamente al trend di contrazione dei prezzi.

La crescita, invece, della potenza installata testimonia la validità della nostra proposta e l'attenzione verso queste tecnologie, al netto degli effetti del Superbonus 110% e dell'inflazione.

Finiti, comunque, gli effetti degli incentivi si sta rimodulando il mix di prodotti con uno spostamento dagli impianti residenziali a quelli commerciali e industriali che richiedono potenze maggiori e inverter più grandi.

Ad oggi la quota del fotovoltaico Sonepar nel canale dei distributori elettrici è pari a circa il 30%.



## Vendita impianti fotovoltaici

	2023	2024	Differenza
<b>Sonepar Italia</b>			
Vendite in valore (euro)	288.471.522	171.905.664	-40%
Potenza installata (MW)	355	370	+4%
<b>Elettroveneta</b>			
Vendite in valore (euro)	48.610.638	31.805.997	-35%
Potenza installata (MW)	57	63	+11%





## LE SOLUZIONI PER I DATA CENTER E LE RICADUTE DI SOSTENIBILITÀ

Il costante sviluppo del settore dei data center, spinto dalla digitalizzazione dei servizi, dall'intelligenza artificiale e dalla diffusione del cloud, rappresenta un ambito strategico, sia in termini di innovazione tecnologica sia in ottica di sostenibilità. In risposta a queste esigenze, abbiamo sviluppato un'offerta integrata e trasversale che coinvolge quasi tutte le nostre linee di prodotto e di servizio. Le soluzioni proposte includono:

- **sistemi di distribuzione elettrica e protezione dell'alimentazione:** quadri elettrici, interruttori, cavi;
- **UPS e sistemi di backup** per garantire continuità e sicurezza anche in condizioni critiche;
- **sistemi di climatizzazione e raffreddamento ad alta efficienza,** fondamentali per la gestione termica degli ambienti IT;
- **impianti fotovoltaici,** per ridurre la dipendenza energetica da fonti fossili e migliorare il profilo emissivo delle strutture.

Questo approccio integrato ci consente di offrire soluzioni chiavi in mano a supporto della transizione energetica dei data center, affiancando progettisti, installatori e gestori nella configurazione di ambienti resilienti, efficienti e sostenibili.

La crescente centralità dei data center impone un approccio strutturato alla sostenibilità, che tenga conto non solo delle performance energetiche e ambientali dei singoli componenti, ma anche della gestione intelligente dei carichi, dell'ottimizzazione dell'efficienza energetica complessiva (PUE) e della riduzione delle emissioni indirette. In questo contesto, ci proponiamo come partner tecnologico e sostenibile, in grado di accompagnare la trasformazione digitale del Paese nel rispetto degli obiettivi climatici e delle migliori pratiche ambientali del settore.

## ALTRI TREND TECNOLOGICI E INDUSTRIALI A SUPPORTO DELLA TRANSIZIONE SOSTENIBILE

La trasformazione del settore industriale, guidata dalla Transizione 5.0, unisce automazione avanzata, digitalizzazione e sostenibilità ambientale all'interno di un quadro normativo e strategico sempre più integrato. Questo approccio, che collega l'innovazione tecnologica agli obiettivi ESG, ci offre un'opportunità di sviluppo e ci posiziona come partner di riferimento nella transizione energetica e digitale dei nostri clienti.

Tra le tecnologie più promettenti ci sono i **quadri elettrici smart con sistemi di misurazione e diagnostica integrata**, che ci permettono di controllare in tempo reale consumi, performance e stati operativi degli impianti. A queste si affiancano **piattaforme software per analizzare l'impatto ambientale**, strumenti essenziali per una gestione consapevole e sostenibile delle risorse energetiche.

**L'intelligenza artificiale** sta ridefinendo il modo in cui le macchine interagiscono e ottimizzano le performance. Pur rappresentando una sfida continua, manteniamo un presidio costante su questi sviluppi, integrando progressivamente funzionalità AI nei nostri sistemi di distribuzione e controllo.

La **power distribution** diventa sempre più strategica nella transizione elettrica: la crescente elettrificazione, dalla mobilità agli impianti industriali, aumenta le pressioni sulle infrastrutture esistenti. Per questo osserviamo una forte espansione dei quadri elettrici cablati, fondamentali per garantire continuità, sicurezza ed efficienza dei sistemi elettrici moderni.

Grazie a un'offerta tecnologicamente avanzata e a servizi a valore aggiunto, ci proponiamo come abilitatore della Transizione 5.0, supportando i nostri clienti nell'integrazione di soluzioni che coniughino innovazione, efficienza operativa e responsabilità ambientale.

## 2.7 Valore condiviso

L'obiettivo principale di un'azienda è la generazione di profitto. Un'azienda sana, infatti, è in grado di garantire la continuità del business e di onorare gli impegni presi nei confronti di collaboratori, fornitori, comunità e Stato. Un'impresa sostenibile, tuttavia, espande i propri orizzonti strategici, mirando a ripensare i suoi processi con l'obiettivo di creare valore da condividere con tutti gli stakeholder. La tradizionale visione della responsabilità d'impresa, espressa dalla CSR (Corporate Social Responsibility), evolve nel concetto di CSV, cioè **Creazione di Valore Condiviso**.

Questo nuovo approccio richiede una rilettura dei bilanci aziendali, in particolare delle voci finanziarie comunemente identificate come costi, che, nell'ottica del valore condiviso, vengono invece visti come elementi che contribuiscono al valore collettivo generato e distribuito.

Gli acquisti non sono semplicemente costi, ma trasferimenti di valore che consentono ai fornitori e partner di continuare a operare.

Le retribuzioni non devono essere interpretate come un costo, ma come una condivisione diretta del valore creato, che viene redistribuito ai collaboratori che hanno contribuito alla sua realizzazione.

Gli oneri finanziari, a loro volta, alimentano il sistema del credito, mentre le tasse sostengono le infrastrutture e l'architettura pubblica.

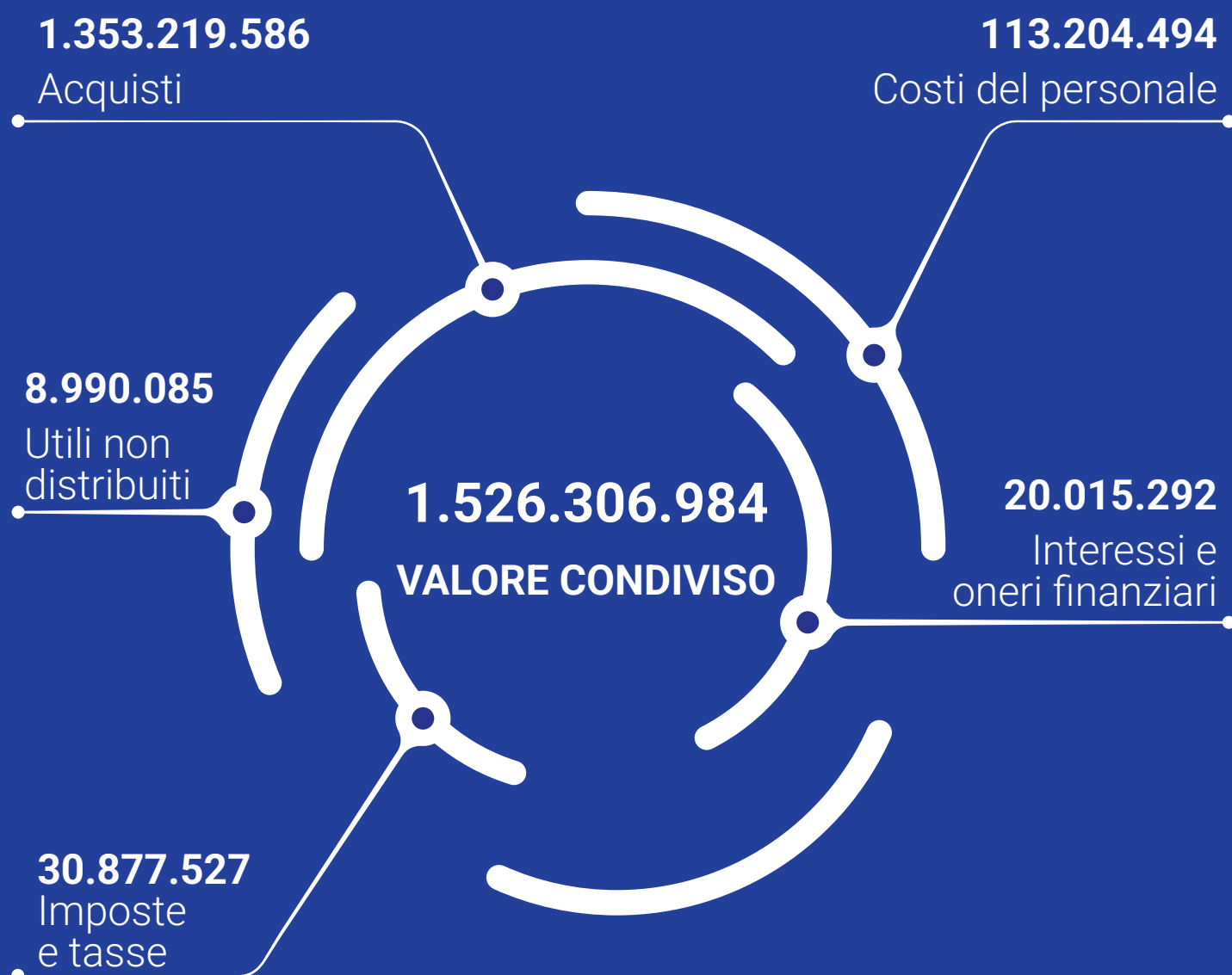
Gli utili non distribuiti, infine, si trasformano in investimenti diretti per il raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali.

### Valore condiviso per azienda nel 2024

	Sonepar Italia	Elettroveneta	HDUEA	Totale
Acquisti	1.179.063.221	168.403.459	5.752.906	1.353.219.586
Costi del personale	100.662.498	12.165.873	376.123	113.204.494
Interessi e oneri finanziari	19.528.009	433.363	53.920	20.015.292
Imposte e tasse	26.605.798	4.176.304	95.425	30.877.527
<b>Totale valore distribuito agli stakeholder</b>	<b>1.325.859.526</b>	<b>185.178.999</b>	<b>6.278.374</b>	<b>1.517.316.899</b>
Utili non distribuiti	7.517.962	1.251.062	221.061	8.990.085
<b>Totale valore generato</b>	<b>1.333.377.488</b>	<b>186.430.061</b>	<b>6.499.435</b>	<b>3.198.731.111</b>

Nel calcolo dello Shared Value 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;
- le imposte e le tasse;
- gli utili non distribuiti agli azionisti e destinati a riserva straordinaria.



### Valore condiviso complessivo nel 2024

	2023	2024	Differenza
Acquisti	1.396.015.131	1.353.219.586	-3%
Costi del personale	111.499.883	113.204.494	+2%
Interessi e oneri finanziari	16.059.015	20.015.292	+25%
Imposte e tasse	42.053.929	30.877.527	-27%
<b>Totale valore distribuito agli stakeholder</b>	<b>1.625.852.073</b>	<b>1.517.316.899</b>	<b>-3%</b>
Utili non distribuiti	60.224.115	8.990.085	-85%
<b>Totale valore generato</b>	<b>1.625.852.073</b>	<b>1.526.306.984</b>	<b>-6%</b>



## capitolo 3

# La nostra Politica di Sostenibilità

Il primato globale conquistato dal Gruppo Sonepar nella distribuzione di prodotti e soluzioni elettriche comporta una responsabilità significativa nel guidare la transizione del mercato elettrico verso la sostenibilità. In linea con questo, il Gruppo ha aderito al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2021 e si impegna a sostenere i 10 principi del quadro internazionale volontario.

Con l'intento di consolidare il nostro ruolo di punto di riferimento per fornitori, clienti e tutti gli stakeholder, il Gruppo ha sviluppato un piano strategico integrato, mirato a costruire una filosofia globale di sostenibilità e a orientare le operazioni dei prossimi cinque anni. Come branch operativa in Italia, il nostro obiettivo è recepire e concretizzare questa visione, adattandola alle peculiarità tecniche, normative e di mercato del nostro Paese.

La nostra politica di sostenibilità si fonda sulla matrice di materialità, le attività di mappatura e gestione del rischio, e le aspettative degli stakeholder interni ed esterni, in piena coerenza con il Purpose del Gruppo e con il piano strategico di Gruppo, denominato **Impact Plan** articolato su **tre ambiti d'azione e quattro pilastri**.

## 3.1 Ambiti d'azione e pilastri portanti



### I nostri ambiti d'azione

Sul fondamento di tale approccio, sono stati individuati e definiti i seguenti tre ambiti di azione.

#### Governance e integrità

Sono riconosciuti come fattori chiave per la nostra crescita sostenibile. A questi due aspetti si aggiunge la compliance, intesa non solo come fonte di creazione del valore, ma anche come principio fondamentale per l'ottimizzazione dei processi e per la gestione e mitigazione dei rischi. Per concretizzare questo valore, abbiamo sviluppato un programma dedicato, il **Compliance Program**, progettato con l'obiettivo di un miglioramento continuo e incentrato sul pieno rispetto di rigorosi standard etici.

#### Ambiente

Siamo pienamente consapevoli dell'importanza del nostro ruolo nel guidare il mercato elettrico verso soluzioni più sostenibili. Per questo motivo, ci impegniamo attivamente a promuovere la transizione verso fonti di energia pulita e modelli circolari, con un'attenzione particolare alla riduzione del nostro impatto ambientale e della nostra impronta di carbonio (questo impegno è supportato da un approccio validato nel 2022 dalla Science Based Targets Initiative - SBTi).

Il nostro approccio alla sostenibilità, che si intreccia profondamente con i valori aziendali, costituisce la base per lo sviluppo della nostra politica e delle azioni concrete. Il piano strategico, quindi, deve rispecchiare le ambiziose aspettative di crescita del Gruppo, in linea con le prospettive globali di accelerazione dell'elettrificazione e dell'adozione di energie rinnovabili.

#### Capitale sociale e umano

Questo ambito riflette l'importanza che attribuiamo alle persone, siano esse dipendenti o stakeholder esterni. Si concretizza nel nostro impegno a creare un ambiente di lavoro inclusivo e sicuro, a gestire le risorse umane in modo ottimale e a costruire un'organizzazione flessibile che valorizzi ogni livello strutturale.



## I nostri pilastri

A supporto di questi tre campi di azione, l'Impact Plan del Gruppo Sonepar identifica quattro pilastri fondamentali.

### Performance

Mantenere elevati livelli di performance economico-finanziaria è prioritario per assicurare la continuità nella creazione di valore condiviso lungo l'intera catena del valore.

I due obiettivi principali identificati per garantire il successo delle performance sono:

- processo di **digitalizzazione**, guidato da un'ambiziosa roadmap che prevede l'implementazione globale della Piattaforma Spark, con l'obiettivo di offrire un'esperienza d'acquisto omnicanale ottimizzata e accuratamente sincronizzata per segmento di clientela e categoria di prodotto. Significa supportare la forza vendita nell'ottimizzare la gestione dei portafogli clienti, mettendo a disposizione dati strategici utili ad attrarre nuovi potenziali clienti e a migliorare i tassi di conversione e fidelizzazione;
- **l'automazione** e la **standardizzazione** delle piattaforme logistiche, tramite l'impiego di tecnologie robotiche, l'aumento di capacità di stoccaggio, e l'applicazione dell'Internet of Things.

Le iniziative prioritarie sviluppate nel 2024 sono state:

- adozione delle best practice nella gestione dei prezzi tramite centri di eccellenza regionali;
- accelerazione della diffusione della Piattaforma Spark e dei servizi digitali;
- acquisti centralizzati di prodotti fotovoltaici;
- adozione accelerata dei marchi proprietari come TRADEFORCE, Lit by Cardi ed Excel;
- focus sui servizi per l'industria.

### Clienti

Il cliente al centro rappresenta uno dei nostri quattro valori. Questo impegno si concretizza in due principi chiave:

- offrire il massimo livello di **personalizzazione dell'offerta** e del servizio, e una migliorata esperienza per i nostri tre principali clienti: installatori elettrici, industria e operatori del settore energia ed infrastrutture;
- un impegno continuo nell'**innovare e ottimizzare** l'offerta con soluzioni integrate, (come lo sviluppo di servizi correlati ai prodotti e competenze tecniche specifiche), con una catena di fornitura più sostenibile e un'esperienza d'acquisto multicanale che sia fluida e di eccellenza.

La struttura dell'Impact Plan ci consente di evidenziare ancora una volta le connessioni e le molteplici dimensioni che emergono nella creazione di un piano di sostenibilità integrato.

### Pianeta

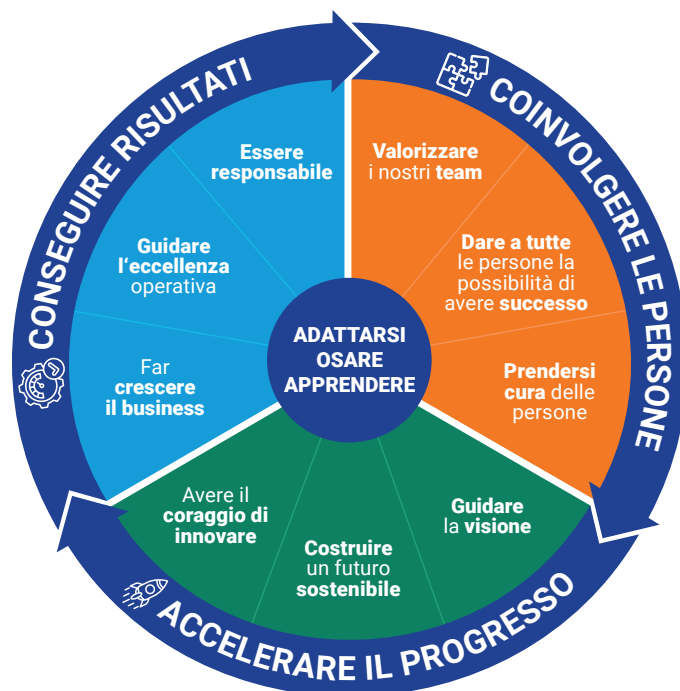
In conformità con gli Accordi di Parigi, il Gruppo Sonepar si impegna a ridurre la propria impronta di carbonio in tutti i Paesi in cui è presente, contribuendo attivamente a limitare l'aumento della temperatura globale a 1,5°C. A tal fine, sono stati avviati programmi di **formazione intensiva** sulla sostenibilità rivolta a tutti i collaboratori del gruppo, e iniziative come il programma **Green Offer**, con l'obiettivo di raggiungere il traguardo del Net Zero a livello globale.

### Persone

Riconosciamo l'importanza delle persone nel processo di creazione di valore e, per questo, abbiamo identificato tre priorità fondamentali per una gestione più sostenibile e per valorizzare le risorse umane:

- creare un **ambiente di lavoro inclusivo ed equo** che garantisca lo sviluppo e la formazione continua dei dipendenti, contribuendo allo stesso modo alla performance del Gruppo;
- sviluppare strumenti di **analisi dei dati per la gestione dei talenti** interni, per monitorare il loro coinvolgimento e benessere;
- costruire un'**organizzazione flessibile e trasversale** che favorisca la crescita e lo sviluppo continuo delle competenze a tutti i livelli dell'organizzazione.

## 3.2 Il nostro leadership model



Per perseguire gli ambiziosi obiettivi di business e di sostenibilità che ci siamo posti, abbiamo rivisitato anche il nostro modello di leadership che guida l'azione e lo sviluppo all'interno dell'organizzazione.

Abbiamo messo al centro tre parole chiave: **adattarsi, osare, apprendere**, tre principi fondamentali per affrontare un mondo in continuo cambiamento.

Il modello si articola in tre pilastri strategici:

### 1. Conseguire Risultati

Per generare valore concreto e duraturo, è fondamentale:

- **far crescere il business**, attraverso decisioni strategiche e un orientamento al mercato;
- **guidare l'eccellenza operativa**, garantendo efficienza, qualità e ottimizzazione dei processi;
- **essere responsabili**, adottando comportamenti etici e sostenibili e attenti agli impatti sociali e ambientali.

### 2. Coinvolgere le Persone

Il cuore pulsante di ogni organizzazione sono le persone.

Per questo:

- **valorizziamo i nostri team**, riconoscendo talenti e promuovendo la collaborazione;
- **diamo a tutti la possibilità di avere successo**, offrendo strumenti, formazione e inclusività;
- **ci prendiamo cura delle persone**, promuovendo benessere, ascolto e un ambiente di lavoro sano.

### 3. Accelerare il Progresso

Per costruire il futuro è necessario guardare avanti e agire con coraggio:

- **guidando la visione**, fornendo direzione e ispirazione.
- **costruendo un futuro sostenibile**, ponendo attenzione all'innovazione responsabile;
- **innovando**, superando la paura del cambiamento e abbracciando nuove sfide.

Questo modello non è solo una guida strategica, ma un impegno culturale: ogni azione, ogni decisione e ogni comportamento dovranno riflettere questi valori. Solo così possiamo affrontare le sfide globali, creare un impatto positivo e crescere insieme, come individui e come organizzazione.

### 3.3 Sonepar e gli SDGs

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, pianeta e persone.



## PERFORMANCE



Ci impegniamo ogni giorno per creare una governance efficace, capace di ottimizzare la catena del valore e di favorire il benessere complessivo dei nostri stakeholder. L'ottimizzazione continua dei processi, lo sviluppo costante dei talenti interni e la creazione di un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo sono essenziali per garantire performance eccellenti.

Innovazione, digitalizzazione, inclusione e integrità sono i principi su cui si fondano le scelte strategiche dei vertici aziendali, orientando la nostra strategia di sostenibilità e crescita interna.

In linea con questi valori, possiamo individuare tre principi guida per le nostre azioni:

- **INTEGRAZIONE** - integrarci sempre più con gli obiettivi di sostenibilità all'interno delle prospettive di crescita aziendale;
- **RESPONSABILITÀ** - essere pienamente consapevoli delle responsabilità dei vertici aziendali nel definire una strategia sostenibile di creazione del valore, riconoscendo il ruolo di tutti i livelli aziendali nel realizzarla concretamente;
- **INNOVAZIONE** - promuovere una crescita che stimoli l'innovazione e l'ottimizzazione, valorizzando ogni anello della catena del valore, dalle persone alle infrastrutture, per generare benessere condiviso.

## CLIENTI



In Sonepar, mettiamo da sempre al centro i nostri clienti e la loro soddisfazione. Il nostro impegno è finalizzato al miglioramento dell'esperienza complessiva di interazione, attraverso investimenti nella qualità delle soluzioni proposte, in un'esperienza accessibile e multicanale, e in una logistica sempre più efficiente.

In linea con questo impegno, abbiamo individuato tre principi fondamentali che guidano le nostre azioni:

- **DIGITALIZZAZIONE** - investiamo nella digitalizzazione per offrire un'esperienza multicanale intuitiva, coinvolgente ed efficiente, con particolare attenzione alla protezione dei dati e alla cybersecurity;
- **AFFIDABILITÀ** - miglioriamo periodicamente la qualità della nostra offerta per rafforzare l'affidabilità del nostro marchio, puntando su innovazione continua e ottimizzazione della logistica;
- **TRASPARENZA** - promuoviamo un rapporto di fiducia con i clienti, fondato sull'integrità e la trasparenza.



## PIANETA



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

Il nostro ruolo di leadership nel mercato elettrico ci impone di agire con responsabilità, riducendo i nostri impatti ambientali e offrendo soluzioni energetiche sempre più sostenibili.

In linea con questo impegno, abbiamo individuato tre principi che orientano le nostre azioni:

- **RIDUZIONE** - ci impegniamo attivamente a ridurre le emissioni derivanti dalle nostre attività e processi;
- **TRANSIZIONE** - siamo determinati a ricoprire un ruolo di leadership nella transizione verso un mercato elettrico più sostenibile;
- **CIRCOLARITÀ** - promuoviamo iniziative sempre più mirate e concrete per aumentare la sensibilità ambientale e migliorare la circolarità dei processi.

## PERSONE



I nostri collaboratori, collaboratrici, fornitori e partner sono, innanzitutto, persone, e ci impegniamo a massimizzare il loro benessere e a ottimizzare la loro esperienza, consapevoli che questo approccio contribuisce positivamente allo sviluppo complessivo dell'azienda.

In linea con questo impegno, abbiamo identificato tre principi che orientano le nostre azioni:

- **INCLUSIONE** - promuoviamo un ambiente di lavoro che rispetti i diritti umani, favorisca l'inclusione, garantisca la sicurezza e si basi su parità di genere e assenza di discriminazioni;
- **FORMAZIONE** - investiamo regolarmente nella crescita dei nostri talenti, per sostenere il loro sviluppo personale e professionale;
- **COLLABORAZIONE** - creiamo una struttura organizzativa che favorisca sempre di più la comunicazione e la collaborazione tra tutti gli stakeholder, per ottimizzare il processo di condivisione del valore.

## 3.4 Certificazioni e rating ESG



### 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 permesso, a inizio 2024, l'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**.



## 3.4.1 Certificazioni

### UNI EN ISO 9001:2015

Fin dal 2003 abbiamo conseguito la certificazione UNI EN ISO 9001:2015, lo standard internazionale per i sistemi di gestione per la qualità. Questo riconoscimento attesta l'efficacia dei nostri processi aziendali e la costante attenzione al miglioramento continuo, alla soddisfazione del cliente e all'ottimizzazione delle performance operative.

La certificazione ISO 9001 riguarda l'intero sistema di gestione aziendale, con particolare riferimento a:

- la standardizzazione dei processi interni;
- il monitoraggio costante degli indicatori di performance;
- la gestione sistematica dei rischi e delle opportunità;
- il coinvolgimento attivo delle persone nell'ottica del miglioramento continuo.

Per noi di Sonepar Italia, la qualità non è un obiettivo statico, ma un percorso quotidiano che coinvolge tutte le funzioni aziendali e si traduce in valore per clienti, partner e stakeholder.

Questa certificazione rappresenta un pilastro trasversale del nostro approccio alla sostenibilità, in quanto garantisce:

- trasparenza e tracciabilità nei processi;
- attenzione all'efficienza e alla riduzione degli sprechi;
- responsabilità nella gestione delle risorse;
- coerenza tra gli obiettivi strategici e i risultati operativi.

Attraverso l'adozione di un sistema certificato ISO 9001, rafforziamo la nostra capacità di operare in modo affidabile, competitivo e sostenibile, ponendo la qualità al centro delle nostre relazioni con clienti, fornitori, dipendenti e comunità.

### UNI PDR 125:2022

Nell'aprile 2023 abbiamo ottenuto la certificazione per l'uguaglianza di genere secondo le linee guida UNI/PdR 125:2022, un traguardo che rappresenta molto più di un semplice riconoscimento formale.

Questa certificazione attesta in modo oggettivo l'impegno dell'organizzazione nel promuovere politiche inclusive, e valuta le azioni concrete messe in atto per ridurre il divario di genere in ogni ambito aziendale, dalla selezione del personale alla formazione, dalla crescita professionale alla conciliazione vita-lavoro.

Attraverso un sistema di indicatori chiari e misurabili, la UNI/PdR 125 permette di monitorare i progressi compiuti e individuare aree di miglioramento, in un'ottica di miglioramento continuo e trasparenza.

Questa certificazione si inserisce perfettamente nel nostro modello organizzativo che mette al centro le persone, valorizzando le diversità come leva per l'innovazione e il progresso. L'uguaglianza di genere non è solo una questione di equità, ma un fattore chiave per la competitività e la sostenibilità a lungo termine.

Siamo consapevoli che il percorso verso una piena parità è continuo, e per questo ci impegniamo a:

- coltivare una cultura aziendale inclusiva e rispettosa;
- garantire pari opportunità di carriera e sviluppo per tutte le persone;
- promuovere la presenza femminile nei ruoli di leadership;
- prevenire ogni forma di discriminazione o disparità, anche implicita.

Attraverso questo percorso, vogliamo contribuire a costruire un ambiente di lavoro in cui ciascuno possa esprimere appieno il proprio potenziale, in linea con i nostri valori di coinvolgimento, responsabilità e visione futura.



## capitolo 4

# Governance aziendale

### ESRS 2: GOV-1

La governance rappresenta il fondamento su cui vogliamo costruire il nostro impegno per uno sviluppo sostenibile, responsabile e trasparente. Il nostro sistema di governo societario è strutturato per garantire l'integrità dei processi decisionali, la tutela degli stakeholder, la gestione efficace dei rischi e il perseguimento di obiettivi di lungo periodo in coerenza con i principi ESG (Environmental, Social, Governance).

Adottiamo un modello di governance che combina visione strategica, controllo interno e presidio etico, assicurando che ogni funzione - a partire dagli organi societari - operi nel rispetto dei valori aziendali: etica, legalità, rispetto delle persone e centralità del cliente. Il sistema di controllo interno è pensato per garantire non solo la conformità normativa, ma anche una gestione trasparente e responsabile, in grado di prevenire comportamenti illeciti e favorire una cultura aziendale fondata sulla fiducia.



## 4.1 Organi di governo aziendale

### ESRS 2: GOV-1

Il bilancio si riferisce all'esercizio 2024; si segnala tuttavia che, a seguito del recente cambiamento nel 2025 del Consiglio di Amministrazione, l'assetto attuale dell'azienda non corrisponde più a quello rappresentato nei dati di questo bilancio.

### SONEPAR ITALIA

#### Sede aziendale

Riviera Maestri del Lavoro 24 - Padova



## 50 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 2024.

### Consiglio di Amministrazione (aggiornato al 31.12.2024)

Nominativo	Carica	Genere	Età	Esecutivo	Indipendente
Sergio Novello	Presidente e Amministratore Delegato	M	57	Sì	No
Andrea Dalla Vecchia	Consigliere e procuratore	M	51	Sì	No
Emanuele Decataldo	Consigliere e procuratore	M	40	Sì	No
Donato Fiore	Consigliere e procuratore	M	52	Sì	No

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 31.12.2024)

Nominativo	Carica	Genere	Età	Esecutivo	Indipendente
Paolo Santuliana	Presidente	M	61	No	Sì
Claudia Falduti	Sindaca	F	55	No	Sì
Matteo Molendi	Sindaco	M	41	No	Sì
Veronica Bosco	Sindaca supplente	F	51	No	Sì
Valentina Bullo	Sindaca supplente	F	52	No	Sì

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

**ELETTROVENETA**

Consiglio di Amministrazione  
(aggiornato al 31.12.2024)

**Sede aziendale**

Viale Navigazione Interna 48 - Padova

**54 anni**

l'età media dei componenti del  
Consiglio di Amministrazione

**53 anni**

l'età media dei componenti del  
Collegio Sindacale

N.B. - L'età dei membri degli  
organismi di governance è  
calcolata al 31 dicembre 2024.

**Consiglio di Amministrazione (aggiornato al 31.12.2024)**

Nominativo	Carica	Genere	Età	Esecutivo	Indipendente
Sergio Novello	Presidente e Amministratore Delegato	M	57	Sì	No
Andrea Dalla Vecchia	Consigliere e procuratore	M	51	Sì	No
Francesco Sferra	Consigliere	M	53	Sì	No

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 31.12.2024)**

Nominativo	Carica	Genere	Età	Esecutivo	Indipendente
Matteo Molendi	Presidente	M	41	No	Sì
Luca Bassan	Sindaco	M	62	No	Sì
Claudia Falduti	Sindaca	F	55	No	Sì
Veronica Bosco	Sindaca supplente	F	51	No	Sì
Enrico Merlo	Sindaco supplente	M	57	No	Sì

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

**HDUEA****Sede aziendale**

Riviera Maestri del Lavoro 24 - Padova

**54 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 2024.

**Consiglio di Amministrazione (aggiornato al 31.12.2024)**

Nominativo	Carica	Genere	Età	Esecutivo	Indipendente
Sergio Novello	Presidente	M	57	Sì	No
Andrea Dalla Vecchia	Consigliere	M	51	Sì	No
Andrea Da Re	Consigliere	M	53	Sì	No
Stefano Durì	Consigliere	M	57	Sì	No

**Titolari di altre cariche (aggiornato al 31.12.2024)**

Nominativo	Carica	Genere	Età	Esecutivo	Indipendente
Elettroveneta SpA	Socio Unico				
Andrea Dalla Vecchia	Procuratore speciale	M	50	Sì	No

## 4.3 Il ruolo del CDA e linee di informazione sui temi di sostenibilità

---

### ESRS 2: GOV-2

All'interno della nostra struttura di governance, il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nella definizione delle strategie aziendali e nella supervisione delle attività, inclusi gli aspetti legati alla sostenibilità.

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile dell'indirizzo e del controllo strategico dell'impresa, con l'obiettivo di creare valore sostenibile nel lungo periodo. In tale contesto, si impegna a integrare progressivamente i principi di sostenibilità nelle decisioni aziendali, nei piani industriali e nei processi di gestione, assicurando coerenza tra le strategie di business e gli impegni assunti in ambito ESG.

### Supervisione e monitoraggio

Il Consiglio di Amministrazione:

- approva le linee guida strategiche in materia di sostenibilità, promuovendo una visione integrata tra performance economica, impatto sociale e tutela ambientale;
- monitora l'attuazione degli obiettivi ESG attraverso report periodici, indicatori di performance (KPI) e analisi di impatto;
- riceve aggiornamenti regolari da parte delle funzioni preposte garantendo un flusso informativo strutturato e trasparente;
- valuta i rischi non finanziari e le opportunità legati a temi quali cambiamento climatico, diversità e inclusione, benessere organizzativo, transizione energetica e gestione etica della catena del valore.

### Integrazione dei temi ESG nella governance

In linea con le best practice internazionali e con le indicazioni del Gruppo, promuoviamo una crescente integrazione della sostenibilità nei processi di governance. Le funzioni aziendali coinvolte nella gestione delle tematiche ESG lavorano in coordinamento con il Consiglio di Amministrazione e le strutture di controllo per garantire:

- la coerenza tra gli impegni ESG e le politiche aziendali;
- la qualità e l'affidabilità delle informazioni non finanziarie riportate nel bilancio di sostenibilità;
- il rispetto delle normative vigenti, degli standard internazionali e delle attese degli stakeholder.

### Cultura della sostenibilità

Attraverso il proprio ruolo di indirizzo e supervisione, il Consiglio di Amministrazione favorisce la diffusione di una cultura della sostenibilità a tutti i livelli dell'organizzazione, promuovendo comportamenti etici, responsabili e orientati alla creazione di valore condiviso. Tale approccio si riflette anche nella valutazione delle performance e nei sistemi di riconoscimento, contribuendo a consolidare un modello di business resiliente, inclusivo e sostenibile nel tempo.





## 4.4 Sustainability Governance

### ESRS 2: GOV-2

Per noi di Sonepar, la sostenibilità è sempre più un pilastro fondante del nostro modello di business, non solo come leva di crescita responsabile, ma come principio guida per tutte le nostre attività. Questo orientamento si riflette in modo concreto anche nella nostra struttura organizzativa e nei ruoli attribuiti agli organi di governance, chiamati a garantire coerenza, continuità e impatto nella gestione delle tematiche ESG.

In particolare, il Consiglio di Amministrazione rappresenta l'organo preposto alla definizione, aggiornamento e approvazione della strategia di sostenibilità, operando nell'ambito delle proprie competenze e in coordinamento con le linee guida del Gruppo.

Al Consiglio di Amministrazione è, inoltre, affidato il compito di attribuire in modo chiaro e trasparente le responsabilità per l'attuazione della strategia di sostenibilità all'interno delle diverse aree aziendali, assicurando che obiettivi e azioni siano coerenti, misurabili e integrati nei processi gestionali.

Per dare attuazione concreta alla strategia e ai piani di azione in materia ambientale, sociale e di governance, abbiamo istituito - in seno all'area della gestione immobiliare - una funzione dedicata alle tematiche ESG, che opera trasversalmente nella struttura organizzativa. Questa funzione:

- coordina le attività legate alla sostenibilità;
- supporta la definizione di obiettivi e progetti strategici;
- garantisce il monitoraggio delle performance ESG;
- presidia la rendicontazione non finanziaria e la comunicazione verso gli stakeholder.

Attraverso questo assetto e tramite il contributo attivo di figure dedicate denominate "sustainability ambassador" puntiamo a promuovere una visione integrata della sostenibilità, nella quale le scelte ambientali, sociali ed etiche non siano più elementi accessori, ma parti essenziali della strategia aziendale, della gestione del rischio e della creazione di valore nel lungo termine.

## 4.5 Integrazione delle prestazioni di sostenibilità nei sistemi di incentivazione

### ESRS 2: GOV-3

Sebbene la sostenibilità rappresenti un elemento sempre più strategico e trasversale all'interno delle nostre attività, al momento non sono ancora previsti sistemi di incentivazione specifici legati al raggiungimento di obiettivi ambientali, sociali o di governance (ESG).

Negli ultimi anni, abbiamo registrato una crescente attenzione da parte delle diverse funzioni aziendali verso l'integrazione concreta della sostenibilità nelle attività operative. Questo si è tradotto in una maggiore capacità di sviluppare e implementare progetti mirati in linea con la nostra politica generale di sostenibilità e con gli indirizzi strategici definiti a livello di Gruppo.

Tuttavia, il collegamento diretto tra le performance ESG e i meccanismi premianti o di valutazione del personale non è ancora formalizzato.

Siamo consapevoli che l'evoluzione verso modelli di business sostenibili richieda anche un ripensamento dei sistemi di valutazione e riconoscimento delle performance. Per questo motivo, l'introduzione progressiva di criteri ESG nei sistemi di incentivazione e nella misurazione delle performance individuali e collettive è un'area di sviluppo che stiamo valutando con attenzione per il prossimo futuro.

L'obiettivo è quello di rafforzare ulteriormente l'allineamento tra strategia, cultura organizzativa e sistemi di MBO, contribuendo a consolidare la sostenibilità come leva chiave di creazione di valore a lungo termine.

## 4.6 Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità

### ESRS 2: GOV-5

La realizzazione operativa del nostro bilancio di sostenibilità è stata affidata a una società esterna specializzata, con consolidata esperienza nel campo della rendicontazione non finanziaria e nella conformità agli standard di riferimento internazionali. Questa collaborazione ha permesso di garantire un elevato livello di qualità metodologica, coerenza con le best practice di settore e solidità nella raccolta e validazione delle informazioni. Il processo è stato coordinato e supervisionato dal direttore della funzione gestione immobiliare e sostenibilità, che ha ricoperto un ruolo di raccordo strategico tra la società di consulenza, le funzioni interne e l'Amministratore Delegato.

Oltre ad assicurare il coinvolgimento attivo dei responsabili delle principali funzioni aziendali, il coordinamento ha previsto l'aggiornamento periodico al Comitato di Direzione sullo stato di avanzamento dei lavori, a garanzia della trasparenza e della piena condivisione delle scelte contenutistiche e metodologiche.

Il percorso di redazione si è distinto per un approccio partecipativo e trasversale, che ha visto tutte le aree aziendali coinvolte attivamente, sia nella fase di analisi preliminare, sia nella raccolta assistita dei dati quantitativi e qualitativi. Questo ha permesso di costruire un documento solido, rappresentativo della realtà aziendale e condiviso da chi quotidianamente contribuisce alla gestione operativa e strategica dell'impresa.

Una volta redatti i contenuti, ogni responsabile di funzione ha preso parte a un'attenta fase di revisione e validazione, volta a verificare l'esattezza delle informazioni, la pertinenza rispetto alle attività svolte e la coerenza rispetto agli obiettivi aziendali. Solo al termine di questo iter di controllo interno, i contenuti sono stati autorizzati per la pubblicazione, a testimonianza del nostro impegno nel garantire trasparenza, accuratezza e responsabilità nella comunicazione dei propri impatti ESG.



## capitolo 5

# Analisi di doppia rilevanza e stakeholder engagement

### ESRS 2: IRO-1 / SBM-2

Con l'entrata in vigore della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), la reportistica aziendale ha adottato un nuovo approccio strategico, fondato sul principio della doppia materialità o doppia rilevanza.

L'analisi di doppia materialità consente alle aziende di individuare, in ottica ESG, i propri impatti, rischi e opportunità (IRO). Questo processo si sviluppa lungo due prospettive:

- **materialità d'impatto** - esamina gli impatti, sia positivi che negativi, dell'azienda su ambiente, persone e governance, seguendo un approccio inside-out.
- **materialità finanziaria** - valuta l'influenza dei fattori esterni sulla solidità economico-finanziaria e sulla continuità aziendale, adottando un approccio outside-in.



Abbiamo scelto di implementare volontariamente per la prima volta un'analisi di doppia materialità, allineandoci agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) e anticipando i futuri obblighi previsti dalla CSRD.

L'obiettivo principale di questo approccio è individuare i temi rilevanti per l'azienda, per i quali la normativa richiede la rendicontazione dei relativi data points tematici.

L'analisi di doppia rilevanza si configura quindi come uno strumento strategico per la crescita aziendale. Affiancando alla tradizionale materialità d'impatto una prospettiva più ampia e concreta della sostenibilità, consente di comprendere meglio le dinamiche esterne che influenzano l'azienda e da cui essa dipende, contribuendo così alla salvaguardia della continuità operativa.

## 5.1 Metodologia utilizzata

---

Per identificare gli IRO (impatti, rischi e opportunità) più significativi per l'azienda e rappresentarli visivamente nella matrice di doppia materialità, stabilendo una scala di priorità, è stata effettuata un'analisi attraverso diverse attività:

- analisi preliminare del contesto e della catena del valore;
- identificazione degli IRO potenzialmente rilevanti;
- valutazione degli IRO materiali e approvazione dei risultati: focus group, interviste e survey.

### 5.1.1 Analisi preliminare del contesto e della catena del valore

---

Il processo è iniziato con un'approfondita valutazione del **contesto** operativo, esaminando le tendenze di mercato, i cambiamenti normativi e le dinamiche settoriali che potrebbero influenzare l'azienda nel breve e lungo termine.

Successivamente, è stata effettuata una **mappatura della catena del valore**, individuando le principali attività aziendali e le relative interdipendenze con l'esterno. Parallelamente, è stata realizzata un'**analisi degli stakeholder** di riferimento, identificando le categorie chiave e valutando le loro aspettative e il loro livello di influenza sulle strategie di sostenibilità aziendale.

A completamento di questa fase, l'analisi è stata integrata con un confronto con le preesistenti attività di **risk assessment** al fine di correlare i temi individuati con i principali fattori di rischio e opportunità per l'azienda.

## 5.1.2 Identificazione degli IRO potenzialmente rilevanti

Il risultato della fase di analisi precedente è stato un elenco di tematiche di sostenibilità, successivamente utilizzato per un confronto con i manager aziendali (tramite focus group e interviste individuali) e per elaborare un questionario volto a valutare la rilevanza di ciascuna tematica secondo i nostri stakeholder interni ed esterni.

Le tematiche identificate riguardano ambiente, persone e governance, con l'aggiunta di aspetti legati alla catena di fornitura (aspetti questi fondamentali considerata la natura del nostro business) che potrebbero influire direttamente sulla nostra operatività e sulle nostre strategie ESG.

Le tematiche identificate sono le seguenti:



### AMBIENTE

- Emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera
- Inquinamento (aria, suolo, acqua)
- Impatti sulla biodiversità e sulle specie animali
- Gestione e smaltimento rifiuti non pericolosi
- Gestione e smaltimento rifiuti pericolosi
- Gestione, ottimizzazione e smaltimento del packaging
- Trasporti e logistica inbound (dai fornitori a Sonepar)
- Trasporti e logistica interaziendale (dai centri di distribuzione ai punti vendita)
- Consumi energetici dei punti vendita e dei centri di distribuzione
- Consumi idrici dei punti vendita e dei centri di distribuzione
- Fine vita dei prodotti (eventuale recupero, circolarità, ecc.)
- Progetti di circolarità (packaging, recupero prodotti usati, ecc.)
- Rischi climatici e ambientali (alluvioni, inondazioni, frane, ecc.)
- Rischi di transizione (normative più stringenti, cambiamento degli stili di consumo, ecc.)



### PERSONE

- Condizioni di lavoro dei collaboratori (clima organizzativo, inclusione, flessibilità, welfare ecc.)
- Sicurezza sul lavoro dei collaboratori direzionali
- Sicurezza sul lavoro dei collaboratori dei punti vendita
- Formazione dei collaboratori direzionali
- Formazione dei collaboratori dei punti vendita
- Turnover del personale direzionale e perdita di competenze
- Turnover del personale dei punti vendita e perdita di competenze
- Mancanza di competenze di sostenibilità del personale direzionale
- Mancanza di competenze di sostenibilità del personale dei punti vendita
- Tensioni con la collettività e i territori di riferimento dei punti vendita e dei centri di distribuzione





## GOVERNANCE

- Trasparenza, etica e integrità della gestione aziendale
- Trasparenza nella comunicazione verso i clienti
- Gestione etica e trasparente dei fornitori
- Tracciabilità delle filiere
- Sicurezza dei clienti nell'utilizzo dei prodotti
- Privacy e cybersecurity
- Prevenzione corruzione attiva e passiva
- Scarsa cultura della sostenibilità presso i clienti
- Danni reputazionali diretti
- Danni reputazionali dei fornitori
- Difficoltà nella sostituzione dei fornitori strategici
- Scarso controllo delle catene di fornitura (scarso potere contrattuale, asimmetrie informative, cartelli)
- Situazioni esterne non controllabili (assetto geo-politici, conflitti, ecc.)



## CATENA DI FORNITURA

- Impatti ambientali dei fornitori
- Condizioni di lavoro dei fornitori (clima organizzativo, inclusione, flessibilità, ecc.)
- Sicurezza sul lavoro dei fornitori
- Violazione dei diritti umani dei fornitori
- Danni reputazionali dei fornitori
- Sostenibilità dei prodotti forniti



### 5.1.3. Valutazione degli IRO materiali e approvazione dei risultati: focus group, interviste e survey

Dopo aver individuato gli IRO potenzialmente rilevanti e predisposto il questionario, questo è stato somministrato inizialmente alle prime linee aziendali e al top management durante un focus group dedicato, che si è svolto il 13 febbraio 2025 presso il punto vendita Elettroveneta di Schio (Vicenza) durante un leadership meeting. Il focus group ha rappresentato un'opportunità fondamentale per raccogliere feedback diretti e approfonditi sui temi di sostenibilità nonché sui piani e sulle azioni in fase di implementazione.

Durante l'incontro, i partecipanti sono stati invitati a valutare la rilevanza dei temi secondo le due prospettive della materialità: d'impatto e finanziaria. Il questionario è stato somministrato utilizzando la metodologia CAWI/MAWI che ha permesso una raccolta dei dati efficiente e interattiva, con il coinvolgimento attivo dei partecipanti.

Ogni tema di sostenibilità è stato discusso in dettaglio, permettendo ai membri del focus group di esprimere il loro parere riguardo all'importanza che ciascun tema riveste per l'organizzazione, tenendo in considerazione sia l'impatto sociale e ambientale, sia gli effetti finanziari diretti e indiretti.

Questa fase ha quindi fornito una visione cruciale per definire meglio le priorità strategiche e il nostro approccio verso la sostenibilità, considerando le opinioni e le preoccupazioni di chi ricopre ruoli chiave all'interno del Gruppo.

Successivamente, sono state condotte interviste one to one con alcuni dei partecipanti del focus group. Questi incontri sono stati mirati ad approfondire il contributo di ciascuna area aziendale alla strategia e ai piani d'azione inerenti i temi trattati. Le risultanze di queste indagini, assieme alle documentazioni possedute dall'azienda hanno consentito di individuare quali dei temi individuati fossero veramente rilevanti per Sonepar.

Per convalidare i risultati ottenuti, lo stesso questionario è stato somministrato anche ai collaboratori e agli stakeholder esterni più importanti, quali fornitori e clienti. Anche in questo caso l'indagine è stata somministrata secondo metodologia CAWI/MAWI ed è stata indirizzata agli stakeholder interni tramite la rete intranet aziendale e agli esterni tramite un'azione di direct e-mailing.

L'attività di stakeholder engagement ha permesso di ottenere un totale di 2.371 risposte, suddivise come segue:

#### Profilo dei rispondenti

	Numero	Percentuale
Top management e prime linee aziendali	19	1%
Collaboratori	1.692	70%
Fornitori	102	4%
Clienti	558	24%
<b>TOTALE</b>	<b>2.371</b>	<b>100%</b>

Rispetto all'indagine condotta nel 2024, il numero di rispondenti è aumentato del 43% a testimonianza della crescente attenzione rivolta dai nostri stakeholder verso le tematiche di sostenibilità.

Particolarmente rilevante il numero di rispondenti interni aumentato del 20% e pari all'84% della popolazione aziendale a testimonianza di una crescente cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione legata anche alla formalizzazione e alla diffusione del nuovo purpose.

Si è registrato anche un netto aumento (da 155 a 558 rispondenti) della partecipazione dei clienti a evidenziare come anche lo stakeholder mercato sia sempre più attento e coinvolto nelle nostre attività e iniziative sui temi ESG.

Anche i partner esterni - passati da 72 a 102 - hanno palesato un'ottima partecipazione all'iniziativa fornendo un contributo importante nella valutazione delle nostre traiettorie strategiche.

### Scala valori:

per valutare gli impatti, i rischi e le opportunità in linea con i criteri normativi, i questionari prevedevano risposte a scelta multipla, consentendo di indicare il grado di rilevanza dell'IRO attraverso cinque opzioni. Ogni risposta è stata successivamente convertita in un valore numerico sulla scala da 1 a 5.

Per la materialità d'impatto è stata definita la seguente scala con i relativi valori quantitativi:

- |                      |          |
|----------------------|----------|
| • nullo              | valore 1 |
| • poco significativo | valore 2 |
| • significativo      | valore 3 |
| • critico            | valore 4 |
| • molto critico      | valore 5 |

Per la materialità finanziaria è stata definita la seguente scala con i relativi valori quantitativi:

- |              |          |
|--------------|----------|
| • per nulla  | valore 1 |
| • poco       | valore 2 |
| • abbastanza | valore 3 |
| • molto      | valore 4 |
| • moltissimo | valore 5 |

### Elaborazione statistica:

nell'elaborazione statistica del questionario, è stata applicata una ponderazione alle risposte al fine di attribuire un peso maggiore alle figure apicali della governance aziendale. Questa scelta riflette la loro più approfondita conoscenza strategica e operativa in materia di sostenibilità. Allo stesso tempo, è stato garantito un equilibrio nel valore attribuito alle opinioni dei dipendenti di Sonepar e degli stakeholder esterni, riconoscendo il loro ruolo nell'ecosistema aziendale, nonostante non siano direttamente coinvolti nei processi decisionali.

I pesi assegnati alle diverse categorie di rispondenti sono stati definiti come segue:

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| • Top management e prime linee | 2 |
| • Collaboratori                | 1 |
| • Stakeholder esterni          | 1 |

## 5.2 Matrice di doppia materialità

### ESRS 2: SBM-3

#### Le evidenze del focus group

In seguito al focus group del 13 febbraio 2025 con il top management e i responsabili delle principali funzioni aziendali, abbiamo costruito una prima matrice di doppia rilevanza basata sui risultati emersi. La matrice comprende tutte le tematiche già individuate e restituisce una visione complessiva delle percezioni espresse dai manager in posizioni di vertice.

Di seguito riportiamo i risultati numerici ottenuti, ricordando che la scala qualitativa - successivamente trasformata in valori quantitativi - è stata illustrata nel paragrafo precedente.

	Materialità d’impatto	Materialità finanziaria
Emissioni di CO <sub>2</sub> in atmosfera	3,68	2,89
Inquinamento (aria, suolo, acqua)	3,47	3,16
Impatti sulla biodiversità e sulle specie animali	2,79	2,47
Gestione e smaltimento rifiuti non pericolosi	2,95	3,11
Gestione e smaltimento rifiuti pericolosi	4	4,37
Gestione, ottimizzazione e smaltimento packaging	3,42	3,74
Trasporti e logistica inbound (dai fornitori a Sonepar)	3,53	3,37
Trasporti e logistica interaziendale (dai centri di distribuzione ai punti vendita)	3,42	3,68
Consumi energetici dei punti vendita e dei centri di distribuzione	3,26	3,68
Consumi idrici dei punti vendita e dei centri di distribuzione	2,74	3,16
Fine vita dei prodotti (eventuale recupero, circolarità, ecc.)	2,79	3
Progetti di circolarità (packaging, recupero prodotti usati, ecc.)	3,16	3,16
Rischi climatici e ambientali (alluvioni, inondazioni, frane, ecc.)	3,42	3,42
Rischi di transizione (normative più stringenti, cambiamento degli stili di consumo, ecc.)	3,63	3,63
Condizioni di lavoro dei collaboratori (clima organizzativo, inclusione, flessibilità, welfare ecc.)	3,79	3,84

Sicurezza sul lavoro dei collaboratori direzionali	3,79	4,11
Sicurezza sul lavoro dei collaboratori dei punti vendita	4,16	4,32
Formazione dei collaboratori direzionali	3,21	3,42
Formazione dei collaboratori dei punti vendita	3,37	3,53
Turnover del personale direzionale e perdita di competenze	4,05	3,89
Turnover del personale dei punti vendita e perdita di competenze	3,84	3,95
Mancanza di competenze di sostenibilità del personale direzionale	3,47	3,68
Mancanza di competenze di sostenibilità del personale dei punti vendita	3,32	3,53
Tensioni con la collettività e i territori di riferimento dei punti vendita e dei centri di distribuzione	3,63	3,74
Trasparenza, etica e integrità della gestione aziendale	4,37	4,47
Trasparenza nella comunicazione verso i clienti	3,84	4,05
Gestione etica e trasparente dei fornitori	3,84	4,05
Tracciabilità delle filiere	3,42	3,32
Sicurezza dei clienti nell'utilizzo dei prodotti	3,95	3,74
Privacy e cybersecurity	4,47	4,53
Prevenzione corruzione attiva e passiva	4,42	4,58
Scarsa cultura della sostenibilità presso i clienti	3,05	3,05
Danni reputazionali diretti	4,47	4,26
Danni reputazionali dei fornitori	3,53	3,53
Difficoltà nella sostituzione dei fornitori strategici	4,16	4,16
Scarso controllo delle catene di fornitura (scarso potere contrattuale, asimmetrie informative, cartelli)	4	4
Situazioni esterne non controllabili (assetto geo-politici, conflitti, ecc.)	3,58	3,58
Impatti ambientali	3,53	3,53



Condizioni di lavoro dei fornitori (clima organizzativo, inclusione, flessibilità, ecc.)	3,26	3,32
Sicurezza sul lavoro dei fornitori	3,89	3,79
Violazione dei diritti umani dei fornitori	4,32	4,16
Danni reputazionali dei fornitori	4,11	4,11
Sostenibilità dei prodotti forniti dai fornitori	3,26	3,32

Come già anticipato, per validare i risultati, il questionario è stato somministrato anche ai collaboratori e agli stakeholder esterni, in una versione semplificata pensata per aumentare la partecipazione e rendere comprensibili i temi affrontati anche a un pubblico ampio e non esperto di ESG.

Alcuni argomenti, trattati in modo dettagliato con il management, sono stati raggruppati in macrotematiche, concentrandosi esclusivamente sulla materialità d'impatto, vista la difficoltà oggettiva per collaboratori e stakeholder esterni di valutare le ricadute finanziarie per Sonepar.

Una volta raccolte tutte le risposte, abbiamo integrato i dati del focus group con quelli emersi dallo stakeholder engagement, elaborando una nuova matrice riorganizzata secondo lo schema della survey esterna.

## 5.2.1 Realizzazione e valutazione della matrice

Per la realizzazione e valutazione della matrice di doppia materialità, sono state stabilite alcune **soglie** di rilevanza volte a definire quali temi includere e quali meno. In particolare, è stato adottato un valore soglia pari a 3, al di sopra del quale i temi sono stati considerati altamente rilevanti, mentre quelli con un punteggio inferiore sono stati classificati come meno prioritari. Tuttavia, questa soglia non è stata applicata in modo rigoroso: il processo di valutazione ha infatti tenuto conto di ulteriori elementi qualitativi, come le evidenze emerse dalle interviste one to one, i contributi raccolti nel focus group e i documenti recuperati nella fase di assessment documentale. In alcuni casi, questi approfondimenti hanno portato a una rivalutazione della rilevanza di determinati temi, includendo nella matrice, e nella successiva prioritizzazione, anche quelli che inizialmente risultavano meno prioritari.

L'analisi dei dati raccolti ha consentito di rappresentare graficamente i risultati nella matrice di doppia materialità, classificando i temi secondo un sistema di priorità con una scala cromatica che ne riflette il livello di rilevanza:

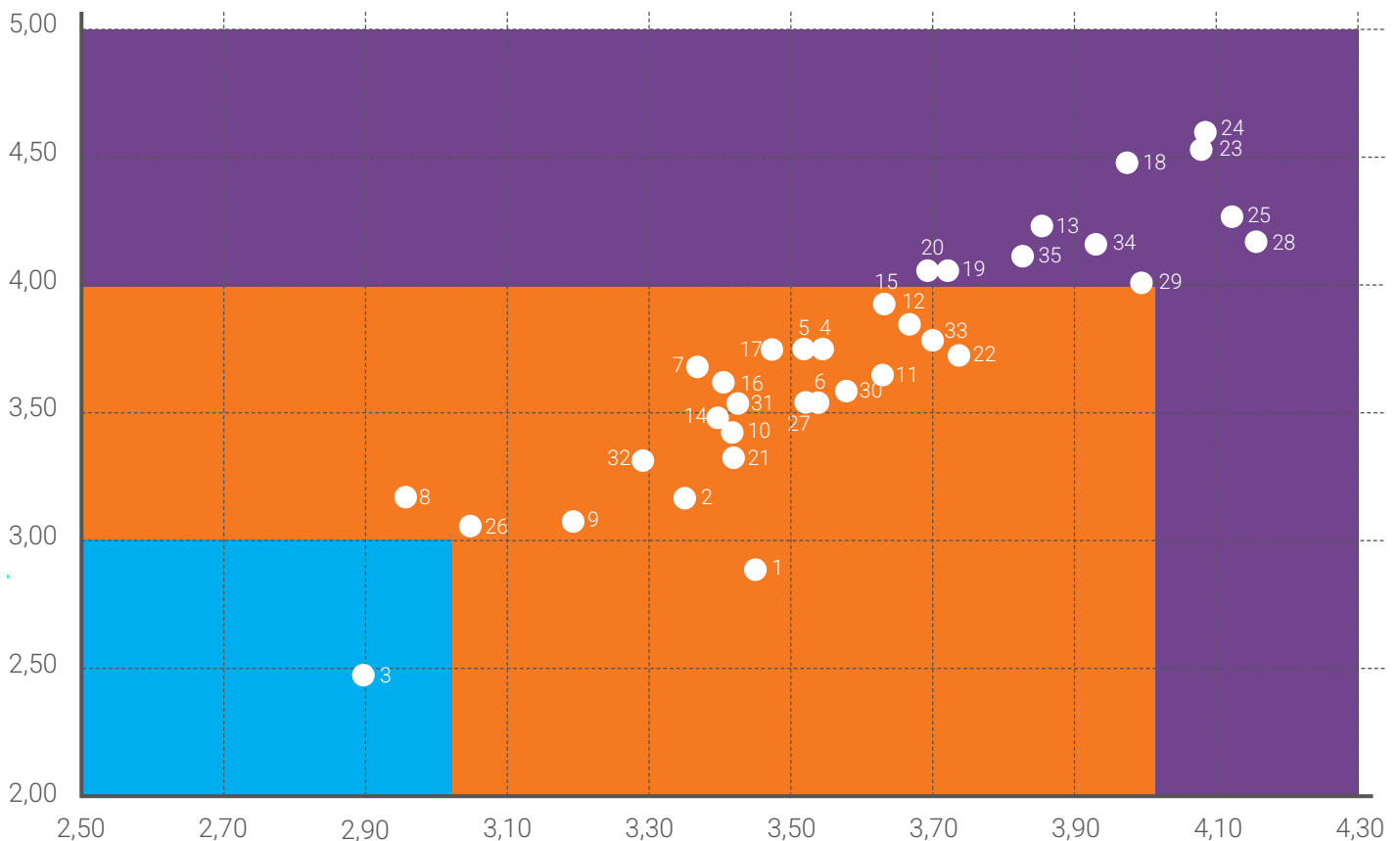
- **Non rilevante**
- **Rilevante**
- **Rilevante e strategico**

La matrice presentata di seguito rappresenta quindi la combinazione dei risultati ottenuti alla fine dell'analisi di doppia rilevanza.

			ESRS di riferimento	Materialità d'impatto(x)	Materialità finanziaria(y)
Ambiente	1	Emissioni di CO <sub>2</sub> in atmosfera	E1-6	3,45	2,89
	2	Inquinamento (aria, suolo, acqua)	E2	3,35	3,16
	3	Impatti sulla biodiversità e sulle specie animali	E4	2,90	2,47
	4	Gestione e smaltimento rifiuti	E5-5	3,54	3,74
	5	Gestione, ottimizzazione e smaltimento packaging	E5-4/5	3,53	3,74
	6	Trasporti e logistica	E1-6	3,54	3,53
	7	Consumi energetici	E1-5	3,37	3,68
	8	Consumi idrici	E3-4	2,96	3,16
	9	Fine vita dei prodotti e circolarità	E5	3,19	3,08
	10	Rischi climatici e ambientali	E1-9	3,42	3,42
	11	Rischi di transizione	E1-9	3,63	3,63
Sociale	12	Condizioni di lavoro dei collaboratori	S1	3,67	3,84
	13	Sicurezza sul lavoro dei collaboratori	S1-14	3,86	4,22
	14	Formazione dei collaboratori	S1-13	3,40	3,48
	15	Turnover del personale	S1-4/13	3,64	3,92
	16	Mancanza di competenze di sostenibilità dei collaboratori	S1-4/13	3,41	3,61
	17	Tensioni con la collettività e i territori di riferimento	S3	3,48	3,74
	18	Sicurezza nell'utilizzo dei prodotti	S4	3,74	3,74
	19	Scarsa cultura della sostenibilità presso i clienti	S4	3,05	3,05
	20	Trasparenza nella comunicazione verso i clienti	S4	3,72	4,05
Governance	21	Trasparenza, etica e integrità	G1	3,98	4,47
	22	Gestione etica e trasparente dei fornitori	G1/S2	3,70	4,05
	23	Tracciabilità delle filiere	G1/S2	3,42	3,32
	24	Privacy e cybersecurity	G1	4,08	4,53
	25	Prevenzione della corruzione attiva e passiva	G1	4,09	4,58
	26	Danni reputazionali	G1	4,13	4,26
	27	Difficoltà nella sostituzione dei fornitori strategici	G1	4,16	4,16
	28	Scarso controllo delle catene di fornitura	G1	4,00	4,00
	29	Situazioni esterne non controllabili	G1	3,58	3,58
Supply chain	30	Impatti ambientali dei fornitori	G1/E1	3,43	3,53
	31	Condizioni di lavoro dei fornitori	S2	3,29	3,32
	32	Sicurezza sul lavoro dei fornitori	S2	3,70	3,79
	33	Violazione dei diritti umani dei fornitori	S2	3,94	4,16
	34	Danni reputazionali dei fornitori	G1	3,83	4,11
	35	Sostenibilità dei prodotti forniti dai fornitori	G1/E5	3,33	3,32

1	Emissioni di CO <sub>2</sub> in atmosfera
2	Inquinamento (aria, suolo, acqua)
3	Impatti sulla biodiversità e sulle specie animali
4	Gestione e smaltimento rifiuti
5	Gestione, ottimizzazione e smaltimento packaging
6	Trasporti e logistica
7	Consumi energetici
8	Consumi idrici
9	Fine vita dei prodotti e circolarità
10	Rischi climatici e ambientali
11	Rischi di transizione
12	Condizioni di lavoro dei collaboratori
13	Sicurezza sul lavoro dei collaboratori
14	Formazione dei collaboratori
15	Turnover del personale
16	Mancanza di competenze di sostenibilità dei collaboratori
17	Tensioni con la collettività e i territori di riferimento

18	Sicurezza nell'utilizzo dei prodotti
19	Scarsa cultura della sostenibilità presso i clienti
20	Trasparenza nella comunicazione verso i clienti
21	Trasparenza, etica e integrità
22	Gestione etica e trasparente dei fornitori
23	Tracciabilità delle filiere
24	Privacy e cybersecurity
25	Prevenzione della corruzione attiva e passiva
26	Danni reputazionali
27	Difficoltà nella sostituzione dei fornitori strategici
28	Scarso controllo delle catene di fornitura
29	Situazioni esterne non controllabili
30	Impatti ambientali dei fornitori
31	Condizioni di lavoro dei fornitori
32	Sicurezza sul lavoro dei fornitori
33	Violazione dei diritti umani dei fornitori
34	Danni reputazionali dei fornitori
35	Sostenibilità dei prodotti forniti dai fornitori



## 5.3 Prioritizzazione dei temi materiali

Sebbene il nuovo quadro normativo degli ESRS non richieda più esplicitamente l'individuazione delle priorità d'intervento, come invece previsto in precedenza dallo standard GRI 3 - Temi materiali, abbiamo ritenuto utile mantenere questo approccio anche quest'anno. La prioritizzazione dei temi materiali rappresenta infatti uno strumento strategico per orientare le iniziative aziendali e garantire un'efficace integrazione della sostenibilità nel modello di business.

La seguente prioritizzazione deriva dalla valutazione complessiva di opinioni di esperti di settore, assesment documentale e stakeholder engagement effettuato.

### 1. GESTIONE STRATEGICA E SOSTENIBILE DELLE CATENE DI FORNITURA



La gestione responsabile delle catene di fornitura rappresenta per noi di Sonepar un elemento sempre più strategico, non solo in termini di efficienza operativa e continuità dell'approvvigionamento, ma anche in ottica di valutazione e mitigazione degli impatti ambientali, sociali ed etici generati lungo tutta la catena del valore. In un contesto globale sempre più interconnesso e vulnerabile, la capacità di presidiare la supply chain in modo proattivo è essenziale per prevenire criticità legate a discontinuità logistiche, rischi reputazionali o comportamenti non conformi agli standard aziendali. Per questo motivo, stiamo adottando strategie sempre più mirate alla gestione sostenibile e trasparente dei fornitori, integrando in modo crescente anche i criteri ESG nei processi di selezione, valutazione e monitoraggio.

#### Impegno e orientamento strategico

Le nostre **politiche di procurement responsabile** puntano a:

- garantire il controllo dell'intera catena di fornitura;
- evitare rischi di approvvigionamento derivanti da scarsa tracciabilità, non conformità o mancato rispetto di standard etici;
- promuovere pratiche commerciali trasparenti e collaborative con i partner.

Consci che il comportamento dei nostri fornitori riveste un ruolo rilevante nella valutazione delle nostre politiche ESG, riserveremo un'attenzione particolare alla **valutazione della sostenibilità dei brand distribuiti** e dei partner strategici, con l'obiettivo di costruire relazioni fondate su **integrità, responsabilità e rispetto dei diritti umani**.

#### Attività chiave e ambiti di sviluppo

I nostri obiettivi e le nostre attività sono rivolti a rafforzare l'impegno nella gestione sostenibile della supply chain attraverso le seguenti azioni:

- **focus crescente sulla sostenibilità dei fornitori** - sono in corso attività volte all'integrazione di criteri ESG nella mappatura e segmentazione dei fornitori, con particolare attenzione a settori a rischio o a elevato impatto ambientale/sociale;
- **gestione trasparente ed etica delle relazioni commerciali** - tutti i fornitori sono tenuti a rispettare il Codice di Condotta del Gruppo, che stabilisce standard chiari in materia di lavoro, sicurezza, ambiente, diritti umani e lotta alla corruzione;
- **introduzione di nuovi criteri di procurement** - si stanno progressivamente introducendo indicatori qualitativi e quantitativi legati alla sostenibilità nei processi di qualifica e valutazione dei fornitori, con l'obiettivo di premiare partner che condividano valori e obiettivi di lungo periodo;
- **formazione dei buyer e dei responsabili acquisti** su tematiche di approvvigionamento responsabile;
- promozione di **partnership con fornitori virtuosi** per l'adozione congiunta di soluzioni a minor impatto ambientale.

## 2. TRASPARENZA ED ETICA



Riconosciamo la **reputazione aziendale** come un asset intangibile di valore strategico, costruito nel tempo grazie a un comportamento coerente, trasparente e responsabile. In questo contesto, l'integrità non è solo un requisito normativo, ma un principio guida che permea tutte le attività, contribuendo a consolidare la **fiducia degli stakeholder** e a prevenire potenziali rischi, compresi quelli di natura reputazionale.

Il nostro ruolo di leadership del settore elettrico, ci spinge a dover essere un riferimento anche per l'impegno nella **promozione di una cultura etica e improntata alla trasparenza**, con la consapevolezza che ogni comportamento, decisione o comunicazione possa influenzare in modo diretto o indiretto la percezione pubblica del brand e la credibilità del Gruppo a livello locale e globale.

### Impegno e orientamento strategico

Il nostro obiettivo è quello di garantire i più elevati standard di integrità in tutte le interazioni - sia interne che esterne - e di assicurare che le attività aziendali siano sempre in linea con:

- i **valori fondamentali del Gruppo**;
- il **Codice di Condotta aziendale**;
- le normative vigenti a livello nazionale e internazionale.

Questa impostazione permette non solo di **evitare comportamenti non conformi o potenzialmente dannosi**, ma anche di prevenire situazioni che possano esporci a **danni reputazionali**, sanzioni legali o perdita di fiducia da parte di clienti, fornitori, istituzioni e comunità locali.

### Attività chiave e ambiti di sviluppo

Per dare concretezza a questo impegno, abbiamo attivato una serie di azioni mirate e strumenti organizzativi, tra cui:

- **garanzia del più alto livello di etica del business** grazie a percorsi di sensibilizzazione interni, alla diffusione sistematica del Codice di Condotta e alla promozione di comportamenti responsabili in ogni funzione aziendale;
- **costruzione di relazioni forti e credibili con gli stakeholder** basate su trasparenza, rispetto reciproco e dialogo continuo, con l'obiettivo di generare valore condiviso e rafforzare il capitale relazionale dell'impresa;
- **garanzia della totale compliance** attraverso un presidio attento delle normative di riferimento, la formazione costante del personale, l'adozione di procedure interne di controllo e l'attivazione di canali di segnalazione (whistleblowing) a tutela della legalità.

Vogliamo adottare una **logica preventiva e non reattiva** rispetto ai potenziali rischi reputazionali per questo le nostre politiche sono basate su:

- un attento **monitoraggio dei comportamenti e delle comunicazioni aziendali**;
- la **formazione continua del management** e dei dipendenti in materia di etica e integrità;
- l'**aggiornamento periodico dei presidi di compliance** in funzione dell'evoluzione normativa e del contesto operativo.



### 3. ATTENZIONE ALLE PERSONE



Il capitale umano rappresenta un asset strategico e un elemento chiave per la crescita sostenibile della nostra azienda. In quest'ottica, l'impegno nella costruzione di un **ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e motivante** è alla base del nostro modello organizzativo e si riflette in politiche concrete rivolte al benessere delle persone, alla valorizzazione delle diversità e allo sviluppo delle competenze.

L'obiettivo è duplice: da un lato, **offrire condizioni lavorative che tutelino la salute e la dignità di ogni collaboratore**, dall'altro, **rafforzare l'attrattività aziendale** nei confronti dei talenti esterni, sempre più attenti alla coerenza tra valori dichiarati e pratiche organizzative reali.

#### Impegno e orientamento strategico

Vogliamo promuovere un **modello di gestione delle risorse umane equo e inclusivo**, che garantisca:

- il rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori;
- l'adozione di politiche contro ogni forma di discriminazione;
- il riconoscimento del merito e delle potenzialità individuali;
- la promozione attiva della **parità di genere** e dell'**equilibrio vita-lavoro**.

Per noi l'integrazione dei principi di **diversità, equità e inclusione (DEI)** non è intesa come un'iniziativa isolata, ma come parte integrante della cultura aziendale e del sistema di governance, contribuendo a creare un ambiente lavorativo dinamico, collaborativo e orientato al rispetto reciproco.

#### Attività chiave e ambiti di sviluppo

Il nostro impegno si concretizza attraverso azioni mirate e continuative, tra cui:

- **massima attenzione alla sicurezza dei luoghi e delle condizioni di lavoro** attraverso l'adozione di sistemi di prevenzione aggiornati, la formazione continua in materia di salute e sicurezza, audit periodici e l'attuazione di misure volte a ridurre i rischi nei contesti operativi, sia in sede che in ambito logistico e commerciale;
- **politiche di diversità, equità e inclusione reali e integrate nel modello di business** - implementazione di pratiche HR ispirate a criteri di equità retributiva, parità di accesso alle opportunità di carriera, flessibilità organizzativa, sostegno alla genitorialità e valorizzazione delle competenze senza pregiudizi di genere, età, etnia o orientamento;
- **formazione e sviluppo personale e professionale di tutti i collaboratori** - attraverso programmi strutturati che comprendono percorsi tecnici, manageriali e valoriali, mentoring e coaching, con l'obiettivo di rafforzare le competenze individuali, stimolare l'engagement e supportare l'evoluzione delle persone in coerenza con i bisogni aziendali e le aspirazioni personali.

Con queste attività vogliamo consolidare ulteriormente il proprio posizionamento come **datore di lavoro responsabile e attrattivo**, investendo in:

- iniziative di **employer branding** coerenti con i valori di sostenibilità;
- il rafforzamento degli indicatori legati alla DEI e al benessere organizzativo;
- lo sviluppo di percorsi formativi digitali, accessibili e personalizzati;
- un maggiore coinvolgimento dei collaboratori nei processi decisionali e nella definizione dei piani di crescita.

## 4. EFFICIENTAMENTI LOGISTICI



Confermiamo quotidianamente il nostro **impegno costante nella razionalizzazione e nel miglioramento continuo dei processi logistici**, con un'attenzione crescente alla sostenibilità ambientale e all'efficienza operativa. L'ottimizzazione delle attività di **warehouse e transport management** non rappresenta soltanto una leva per accrescere la competitività e la qualità del servizio offerto, ma costituisce un pilastro fondamentale della strategia aziendale per **ridurre l'impatto ambientale** lungo la catena distributiva.

### Impegno e orientamento strategico

L'approccio adottato si basa su una **valutazione puntuale e sistemica dei flussi di movimentazione interna ed esterna dei prodotti**, finalizzata non solo a contenere costi e consumi, ma anche a migliorare i **lead time**, ridurre le emissioni climalteranti e aumentare il **grado di soddisfazione del cliente finale**, in coerenza con i principi dell'economia circolare e della logistica sostenibile.

### Attività chiave e ambiti di sviluppo

Per perseguire questi obiettivi, abbiamo avviato e progressivamente consolidato una serie di iniziative e attività integrate:

- **efficientamento dei processi di movimentazione interna ed esterna dei prodotti** attraverso l'adozione di soluzioni tecnologiche avanzate, l'automatizzazione di alcuni flussi e la riorganizzazione delle operazioni di stoccaggio e picking, in un'ottica di ottimizzazione degli spazi, riduzione dei tempi e miglioramento della sicurezza sul lavoro (implementate soprattutto nei nostri centri logistici di Padova e Pomezia);
- **monitoraggio dei trasporti esterni e della movimentazione interna** mediante l'implementazione di strumenti di controllo e tracciabilità dei flussi logistici, l'analisi dei principali indicatori di performance e l'utilizzo di sistemi digitali per il coordinamento e la pianificazione delle attività di trasporto e distribuzione;
- **riduzione delle emissioni connesse al warehouse e transport management** grazie a interventi mirati quali l'ottimizzazione dei carichi, la scelta di partner logistici qualificati con flotte a basso impatto ambientale, la razionalizzazione dei percorsi di consegna, nonché l'introduzione di buone pratiche di gestione energetica nei magazzini (illuminazione LED, riduzione dei consumi termici ed elettrici, installazione di impianti fotovoltaici ove possibile).

In linea con le indicazioni del Gruppo a livello internazionale, vogliamo **rafforzare ulteriormente l'integrazione della sostenibilità nelle operations logistiche**, lavorando su:

- la **misurazione puntuale dell'impronta carbonica della filiera logistica**;
- l'adozione di **mezzi di trasporto elettrici o a basse emissioni**;
- la definizione di standard ambientali minimi per i fornitori di servizi logistici;
- la **valutazione costante dell'impatto ambientale delle strutture e dei processi**.

## 5. INNOVAZIONE DIGITALE



In un contesto di mercato sempre più orientato alla digitalizzazione e all'integrazione dei canali fisici e virtuali, confermiamo il nostro impegno nella **trasformazione digitale** come leva strategica per la competitività e la sostenibilità. Il potenziamento continuo dell'interfaccia digitale aziendale rappresenta per noi una priorità chiave per **migliorare l'esperienza del cliente**, ottimizzare i processi interni e rafforzare la **resilienza operativa**, garantendo allo stesso tempo un elevato livello di sicurezza nella gestione dei dati.

### Impegno e orientamento strategico

La digitalizzazione non viene concepita unicamente come un investimento tecnologico, ma come un **cambiamento culturale e organizzativo** volto a costruire un'azienda più agile, trasparente e connessa, in grado di anticipare le esigenze dei clienti e di interagire con tutti gli stakeholder in modo semplice, efficiente e sicuro.

### Attività chiave e ambiti di sviluppo

Per dare concretezza a questa visione, abbiamo sviluppato e implementato una serie di progetti e azioni strategiche:

- **implementazione robusta della trasformazione digitale nei processi di business e nella relazione con il cliente** attraverso la digitalizzazione dei flussi operativi, l'introduzione di strumenti di CRM avanzati, piattaforme e-commerce evolute e sistemi di gestione automatizzata degli ordini, con l'obiettivo di garantire reattività, tracciabilità e personalizzazione nell'erogazione dei servizi;
- **offerta di un'esperienza sempre più omnichannel** con l'integrazione fluida tra canali fisici (punti vendita, customer service) e digitali (app, portale clienti, social, chatbot), a vantaggio di una customer journey coerente, continua e accessibile da qualunque touchpoint. Questa strategia punta a consolidare la **prossimità al cliente**, anche nei contesti più digitali, mantenendo un'elevata qualità nella relazione e nel supporto;
- **massimizzazione della sicurezza nella gestione dei dati e delle informazioni**: attraverso l'adozione di policy e sistemi di **cybersecurity** in linea con le migliori pratiche internazionali. Monitoriamo costantemente i propri sistemi IT per prevenire e contrastare accessi non autorizzati, perdite di dati o vulnerabilità, salvaguardando la riservatezza, l'integrità e la disponibilità delle informazioni aziendali e dei clienti.

Per questi motivi, guardando al futuro, vogliamo **rafforzare ulteriormente la nostra identità digitale**, integrando nuove tecnologie (come l'intelligenza artificiale, l'analisi predittiva e il machine learning) e promuovendo una cultura aziendale orientata alla **trasformazione digitale inclusiva, sicura e responsabile**. Il tutto con un duplice obiettivo: **semplificare e rendere più efficienti le operazioni aziendali** e al contempo **migliorare costantemente la qualità del servizio al cliente**, nel rispetto dei più alti standard etici, di privacy e sicurezza.

## 6. SOSTENIBILITÀ DEI PUNTI VENDITA E DELLE INFRASTRUTTURE



Continuiamo a investire con determinazione nel **miglioramento costante delle nostre infrastrutture**, con l'obiettivo di **ridurre progressivamente l'impatto ambientale delle sedi operative, dei centri di distribuzione e dei punti vendita**.

### Impegno e orientamento strategico

Il nostro impegno si traduce in un'azione sistemica e continuativa di efficientamento, che abbraccia gli ambiti del **consumo energetico, dell'uso responsabile delle risorse idriche e della gestione sostenibile dei rifiuti**.

Al tempo stesso, manteniamo saldo il nostro obiettivo di garantire **un'esperienza d'acquisto eccellente per tutti i clienti**, con spazi funzionali, accoglienti e coerenti con i principi della sostenibilità.

### Attività chiave e ambiti di sviluppo

Per rendere effettiva questa visione, abbiamo intrapreso una serie di interventi strategici che mirano a coniugare efficienza ambientale e qualità del servizio, tra questi:

- **efficientamento costante delle strutture (sedi, centri di distribuzione e punti vendita)** mediante l'introduzione di sistemi ad alta efficienza energetica (illuminazione LED, impianti fotovoltaici, sistemi di regolazione, ecc.), l'ottimizzazione della climatizzazione, l'isolamento termico e interventi di monitoraggio dei consumi. L'obiettivo è quello di **contenere le emissioni e migliorare le performance ambientali** lungo tutta la catena logistica e commerciale;
- **massima attenzione a una gestione dei rifiuti efficiente e sostenibile** attraverso politiche di raccolta differenziata, riduzione degli imballaggi non riciclabili, tracciabilità dei flussi di smaltimento e promozione del riutilizzo, in conformità con i principi dell'economia circolare e le normative ambientali vigenti;
- **garanzia della miglior experience nel punto vendita** supportando ogni investimento infrastrutturale con un focus particolare sulla cura e sul benessere della persona (cliente o collaboratore) con l'obiettivo di offrire **ambienti moderni, inclusivi e facilmente accessibili**, capaci di integrare servizi fisici e digitali, migliorare la fruibilità degli spazi e valorizzare l'identità del brand.



## 7. CONTRIBUTO ALLA TRANSIZIONE ENERGETICA



Il nostro ruolo di leadership del settore ci chiama ad avere un ruolo attivo nel favorire la transizione energetica in chiave sostenibile, promuovendo la diffusione di soluzioni e pratiche orientate alla decarbonizzazione e al miglioramento dell'efficienza energetica.

### Impegno e orientamento strategico

Il nostro impegno non si esaurisce nella gestione interna, ma si estende all'intero ecosistema aziendale, attraverso una strategia proattiva di formazione, sensibilizzazione e supporto tecnico ai clienti e agli stakeholder della filiera.

L'obiettivo è quello di posizionarsi non solo come distributore di soluzioni, ma come partner tecnico e consulenziale, capace di guidare professionisti, imprese e operatori del settore energetico verso scelte consapevoli e sostenibili, contribuendo in modo tangibile alla realizzazione degli obiettivi ESG.

### Attività chiave e ambiti di sviluppo

Il nostro impegno si traduce in un portafoglio articolato di iniziative, che comprendono:

- **formazione e divulgazione sui temi di sostenibilità** attraverso webinar, workshop tecnici, corsi in presenza e online, eventi promozionali e pubblicazioni tematiche, destinati a installatori, progettisti, imprese e altri professionisti del settore. Questi momenti formativi mirano a diffondere competenze e consapevolezza, trasformando i clienti in alleati del cambiamento;
- **sviluppo di servizi e consulenze verticalizzate sui temi green** - vogliamo offrire un supporto sempre più puntuale e su misura per chi intende intraprendere percorsi di efficienza energetica, potenziando il nostro approccio consulenziale e valorizzando le competenze delle nostre business unit che possono rappresentare un concreto fattore di accelerazione del ruolo della nostra azienda come abilitatore della transizione ecologica. Una rete commerciale che promuove la sostenibilità.



## 5.4 Obblighi di informativa sugli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell’impresa

### ESRS 2: IRO-2

A partire dai risultati della matrice di doppia materialità, abbiamo identificato i temi chiave da includere nella rendicontazione di sostenibilità.

Per rendere l’analisi più comprensibile, i **temi**, i **sotto-temi** e i **sotto-sotto-temi** definiti dagli ESRS sono stati riformulati in modo da facilitarne la comprensione per lo stakeholder engagement. Una volta raccolti i dati attraverso la survey, i risultati sono stati analizzati e riallineati allo schema di rendicontazione previsto dagli standard tematici, garantendo coerenza con il quadro normativo.

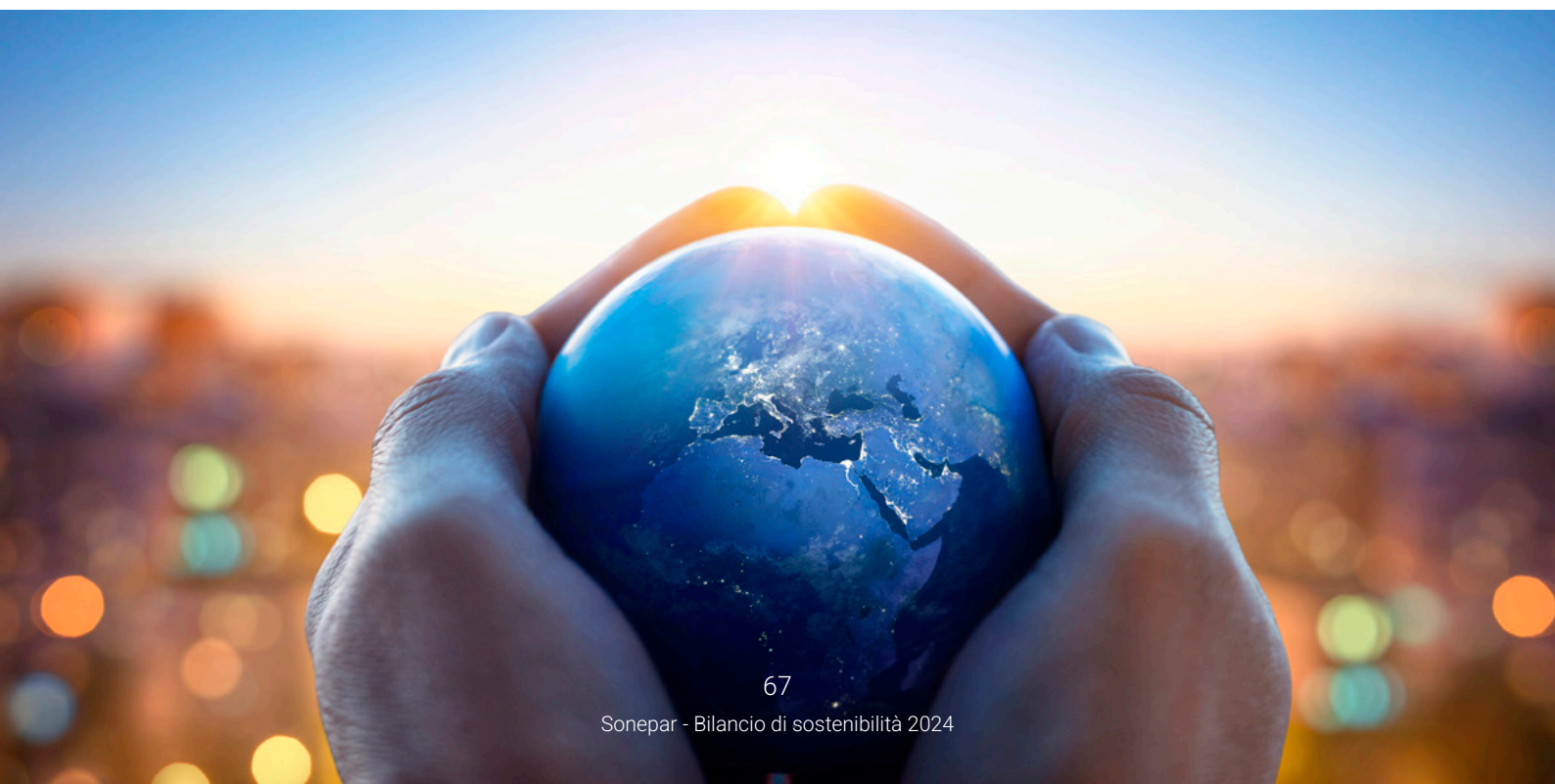
Di seguito viene presentata la tabella con i temi materiali rilevanti classificati secondo una scala cromatica sulla base del loro livello di rilevanza.

- Non rilevante
- Rilevante
- Rilevante e strategico

### AMBIENTE

ESRS TEMATICI	Sotto-tema	Sotto-sotto-tema
E1 - CAMBIAMENTI CLIMATICI	Adattamento ai cambiamenti climatici Mitigazione dei cambiamenti climatici Energia	
E2 - INQUINAMENTO	Inquinamento dell’aria Inquinamento dell’acqua Inquinamento del suolo Inquinamento di organismi viventi e risorse alimentari Sostanze potenzialmente pericolose Sostanze estremamente preoccupanti Microplastiche	

E3 - ACQUE E RISORSE MARINE	Acque Risorse marine	Consumo idrico Prelievi idrici Scarichi di acque Scarichi di acque negli oceani Estrazione e uso di risorse marine
E4 - BIODIVERSITÀ ED ECOSISTEMI	Fattori di impatto diretto sulla perdita di biodiversità Impatti e dipendenze in termini di servizi ecosistemici Impatti sullo stato della specie Impatti sull'estensione e sulla condizione degli ecosistemi	
E5 - ECONOMIA CIRCOLARE	Afflussi di risorse, compreso l'uso delle risorse Deflussi di risorse connessi a prodotti e servizi Rifiuti	



PERSONE

ESRS TEMATICI	Sotto-tema	Sotto-sotto-tema
S1 - FORZA LAVORO PROPRIA	Condizioni di lavoro	<div>Impiego sicuro</div> <div>Orario di lavoro</div> <div>Salari adeguati</div> <div>Dialogo sociale</div> <div>Libertà di associazione, esistenza di comitati aziendali e diritti di informazione, consultazione e partecipazione dei lavoratori</div> <div>Contrattazione collettiva</div> <div>Equilibrio vita-lavoro</div> <div>Salute e sicurezza</div>
	Pari trattamento e opportunità per tutti	<div>Parità di genere e parità di retribuzione per lavori di pari valore</div> <div>Formazione e sviluppo delle competenze</div> <div>Occupazione e inclusione delle persone con disabilità</div> <div>Misure contro la violenza e le molestie sul posto di lavoro</div> <div>Diversità</div>
	Altri diritti legati al lavoro	<div>Lavoro minorile</div> <div>Lavoro forzato</div> <div>Alloggi adeguati</div> <div>Privacy</div>

ESRS TEMATICI	Sotto-tema	Sotto-sotto-tema
S2 - LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE	Condizioni di lavoro	Impiego sicuro Orario di lavoro Salari adeguati Dialogo sociale Libertà di associazione, esistenza di comitati aziendali Contrattazione collettiva Equilibrio vita-lavoro Salute e sicurezza
	Pari trattamento e opportunità per tutti	Parità di genere e parità di retribuzione per lavori di pari valore Formazione e sviluppo delle competenze Occupazione e inclusione delle persone con disabilità Misure contro la violenza e le molestie sul posto di lavoro Diversità
	Altri diritti legati al lavoro	Lavoro minorile Lavoro forzato Alloggi adeguati Privacy

ESRS TEMATICI	Sotto-tema	Sotto-sotto-tema
S3 - COMUNITÀ INTERESSATE	Diritti economici, sociali e culturali delle comunità	Alloggi adeguati Alimentazione adeguata Acqua e servizi igienico sanitari Impatti legati al territorio Impatti legati alla sicurezza
	Diritti civili e politici delle comunità	Libertà di espressione Libertà di associazione Impatti sui difensori dei diritti umani
	Diritti dei popoli indigeni	Consenso libero, previo e informato Autodeterminazione Diritti culturali
S4 - CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali	Riservatezza Libertà di espressione Accesso a informazioni di qualità
	Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Salute e sicurezza Sicurezza della persona Protezione dei bambini
	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Non discriminazione Accesso a prodotti e servizi Pratiche commerciali responsabili



GOVERNANCE

ESRS TEMATICI	Sotto-tema	Sotto-sotto-tema
G1 - CONDOTTA DELLE IMPRESE	<div>Cultura d'impresa</div> <div>Protezione degli informatori</div> <div>Benessere degli animali</div> <div>Impegno politico</div> <div>Gestione dei rapporti con i fornitori, comprese le prassi di pagamento</div>	
	<div>Corruzione e abuso d'ufficio</div>	<div>Prevenzione e individuazione, compresa la formazione Incidenti</div>

5.5 Il punto di vista degli stakeholder

Nel percorso verso una sostenibilità sempre più integrata nella strategia aziendale, il coinvolgimento degli stakeholder rappresenta un passaggio essenziale per comprendere a fondo aspettative, percezioni e priorità. Come illustrato nel capitolo precedente, abbiamo avviato un processo strutturato di ascolto e interazione con i propri stakeholder, interni ed esterni, con l'obiettivo di raccogliere insight significativi sulla propria performance in ambito ESG.

Attraverso un approccio inclusivo e metodologicamente solido, il confronto con gli stakeholder ha permesso di individuare i temi materiali più rilevanti, ovvero quegli ambiti della sostenibilità che risultano prioritari sia per noi che per i nostri stakeholder. L'analisi dei dati raccolti ha portato alla costruzione della matrice di materialità, uno strumento chiave per orientare le scelte strategiche e delineare azioni concrete a supporto di uno sviluppo responsabile e duraturo.

Per comprendere al meglio le aspettative e le percezioni dei nostri stakeholder, il processo di engagement è stato avviato con un questionario che, nelle sue prime domande, ha indagato la loro percezione della sostenibilità e il ruolo di Sonepar in questo ambito. Nei paragrafi seguenti verranno presentate le domande sottoposte agli stakeholder e le motivazioni alla base della loro formulazione, con l'obiettivo di restituire un quadro chiaro del percorso di ascolto e dialogo intrapreso.

La sostenibilità secondo gli stakeholder

Dalla survey emerge che la maggior parte degli stakeholder percepisce la sostenibilità come un concetto in continua evoluzione, con una forte attenzione alla tutela dell'ambiente e del territorio. Questo tema continua a rappresentare la priorità principale, declinato in termini di riduzione degli impatti ambientali e promozione della circolarità. Parallelamente, cresce l'attenzione al benessere collettivo dei collaboratori, indicato dal 42% dei rispondenti, a conferma della centralità della persona e dell'approccio orientato al well-being. Il concetto di sostenibilità viene così interpretato non solo come riduzione delle esternalità negative, ma anche come capacità dell'azienda di generare impatti positivi per tutti i soggetti coinvolti.

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

	Top management e prime linee	Collaboratori	Stakeholder esterni
che contribuisce al benessere collettivo (collaboratori, fornitori, comunità)	63%	47%	49%
che non inquina, che limita gli impatti ambientali e rispetta il territorio	79%	65%	57%
che offre prodotti basso impattanti, duraturi e sostenibili	26%	36%	39%
attenta alla circolarità	47%	43%	29%
attenta alla privacy e alla cybersecurity	5%	5%	5%
attenta alle condizioni di lavoro, alla sicurezza e al benessere dei suoi collaboratori	42%	38%	36%
che garantisce parità di trattamento ai collaboratori prescindendo da sesso, razza e religione	5%	21%	11%
attenta al volontariato, alla solidarietà e alle iniziative sportive/culturali locali	0%	3%	2%
che opera in maniera trasparente ed etica	26%	22%	32%

## La percezione della sostenibilità di Sonepar

L'analisi della percezione dell'impegno di Sonepar mostra un quadro complessivamente positivo. I punteggi medi assegnati dagli stakeholder superano il valore di 2,5 su una scala da 1 a 4 in quasi tutte le aree tematiche analizzate, indicando un apprezzamento diffuso e omogeneo. Particolarmente significativo è l'elevato grado di coerenza tra le valutazioni interne ed esterne, a testimonianza dell'allineamento tra le azioni concrete intraprese dall'azienda e la percezione degli stakeholder. Questi risultati confermano la solidità della strategia di sostenibilità adottata e rappresentano un incentivo a proseguire lungo questa direzione.

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

	Top management e prime linee	Collaboratori	Stakeholder esterni
che contribuisce al benessere collettivo (collaboratori, fornitori, comunità)	2,68	2,78	2,67
che non inquina, che limita gli impatti ambientali e rispetta il territorio	2,47	2,59	2,53
che offre prodotti basso impattanti, duraturi e sostenibili	2,16	2,59	2,53
attenta alla circolarità	2,05	2,48	2,44
attenta alla privacy e alla cybersecurity	3,63	3,36	2,84
attenta alle condizioni di lavoro, alla sicurezza e al benessere dei suoi collaboratori	3,16	3	2,81
che garantisce parità di trattamento ai collaboratori prescindendo da sesso, razza e religione	3	3,16	2,85
attenta al volontariato, alla solidarietà e alle iniziative sportive/culturali locali	2,26	2,49	2,46
che opera in maniera trasparente ed etica	3,68	3,27	2,86

## La comunicazione della sostenibilità di Sonepar

Per quanto riguarda la comunicazione della sostenibilità, la survey ha evidenziato una chiara preferenza per i canali digitali, in particolare il sito internet aziendale e i social media, percepiti come strumenti efficaci per diffondere informazioni aggiornate e trasparenti sulle attività ESG. Anche la produzione di brochure specifiche viene considerata utile, poiché consente di sintetizzare in modo chiaro e puntuale i contenuti del bilancio di sostenibilità. Parallelamente, il punto vendita è stato riconosciuto come uno spazio strategico per il contatto diretto con i clienti, confermando il suo ruolo centrale nel rafforzamento della relazione e nella diffusione dei messaggi di sostenibilità sul territorio.

## Come preferiresti essere informato sugli impegni ESG dell'azienda?

	Top management e prime linee	Collaboratori	Stakeholder esterni
Bilancio di sostenibilità	78%	23%	32%
Brochure specifiche	39%	29%	26%
Campagne pubblicitarie specifiche	11%	19%	18%
Sito internet aziendale	67%	54%	50%
Sito internet dedicato	6%	8%	9%
Social media	50%	35%	26%
Webinar	6%	12%	9%
Ufficio stampa	0%	4%	6%
Comunicazione nei punti vendita	28%	53%	32%

Nel complesso, i risultati della survey confermano la maturità e l'efficacia del percorso intrapreso da Sonepar, sottolineando la crescente consapevolezza degli stakeholder e l'importanza di una comunicazione chiara e mirata per valorizzare l'impatto positivo delle azioni ESG.



# Ambiente





## capitolo 6

# La nostra politica per l'ambiente

Il nostro impegno ambientale nasce dalla consapevolezza che la sostenibilità non è solo una responsabilità, ma anche una leva strategica per creare valore nel lungo periodo. In qualità di attore di riferimento nel mercato elettrico, riconosciamo il nostro ruolo nel favorire una transizione concreta verso un modello energetico più efficiente, circolare e a basse emissioni.

Per noi di Sonepar la sostenibilità ambientale non rappresenta solo un dovere etico, ma una scelta strategica imprescindibile per costruire valore duraturo e generare un impatto positivo nel tempo. La tutela del pianeta è parte integrante del nostro modello di business e guida la trasformazione delle nostre attività, con l'obiettivo di conciliare crescita economica, innovazione e rispetto per le risorse naturali.

Ogni scelta operativa, ogni progetto di innovazione e ogni intervento infrastrutturale sono valutati anche in relazione alla loro impronta ambientale, con un'attenzione particolare alla riduzione dell'impatto delle nostre strutture, dei processi logistici e dei trasporti, nonché alla gestione sostenibile dei rifiuti e delle risorse idriche ed energetiche.

Il nostro percorso strategico si innesta nella visione del Gruppo e guida le nostre scelte a tutti i livelli.



In linea con gli Accordi di Parigi e gli obiettivi di contenimento del riscaldamento globale, abbiamo avviato un percorso strutturato di decarbonizzazione, supportato da obiettivi climatici definiti secondo i criteri scientifici della Science Based Targets initiative (SBTi). Il nostro obiettivo a lungo termine è contribuire attivamente al raggiungimento della neutralità climatica (Net Zero), attraverso azioni mirate e misurabili.

Tra le iniziative già avviate in questa direzione, rientra il progetto Net Zero Branches, che prevede l'adozione di soluzioni strutturali volte a massimizzare l'efficienza energetica delle nostre filiali. Gli interventi includono l'installazione di pompe di calore, la completa eliminazione del gas, l'utilizzo di impianti fotovoltaici per l'autoproduzione di energia, la sostituzione dell'illuminazione tradizionale con sistemi LED ad alta efficienza e il potenziamento dell'isolamento termico degli edifici. Gli impatti ambientali residui vengono successivamente compensati, contribuendo alla piena neutralità delle sedi coinvolte.

Il piano strategico aziendale riflette queste priorità ambientali, allineandosi al processo globale di elettrificazione e all'adozione su larga scala di energie rinnovabili.

Ci muoviamo lungo tre direttrici operative che sintetizzano il nostro approccio:

- minimizzazione degli impatti lavorando per ridurre progressivamente le emissioni dirette e indirette generate dalle nostre attività;
- accelerazione della transizione impegnandoci a favorire l'accesso a soluzioni energetiche sostenibili, assumendo un ruolo proattivo nell'evoluzione del mercato;
- promozione della circolarità incoraggiando pratiche e modelli che valorizzino il riuso delle risorse, limitando gli sprechi lungo tutta la catena del valore.

Crediamo che la trasformazione debba coinvolgere ogni persona all'interno dell'organizzazione. Per questo investiamo nella formazione continua, affinché la cultura della sostenibilità diventi parte integrante del nostro modo di lavorare.

Programmi dedicati, come la Green Offer, rafforzano la nostra capacità di offrire prodotti e servizi che supportino i clienti nella propria transizione ecologica.

La protezione dell'ambiente, per noi, non è un obiettivo accessorio, ma un principio essenziale per costruire un futuro più equo, resiliente e sostenibile.







## capitolo 7

# Cambiamenti climatici

### ESRS E1

Siamo pienamente consapevoli della nostra responsabilità nel contrasto ai cambiamenti climatici e dell'urgenza di agire per ridurre l'impatto delle nostre attività sull'ambiente. Per questo, ci impegniamo a garantire una comunicazione chiara, trasparente e accessibile in merito ai nostri impatti ambientali - positivi e negativi - e alle politiche e agli obiettivi messi in atto per affrontare la crisi climatica.

In linea con i principi dell'Accordo di Parigi e con l'obiettivo globale di contenere l'aumento della temperatura media terrestre entro 1,5°C, il nostro Gruppo ha definito, come già evidenziato, una traiettoria di decarbonizzazione validata dalla Science Based Targets initiative (SBTi). Si tratta di un impegno ambizioso e misurabile che guida la nostra strategia ambientale e orienta ogni decisione aziendale verso un futuro a basse emissioni. Questa visione si riflette nell'evoluzione del nostro modello di business, che mira a integrare in modo sempre più strutturale la sostenibilità all'interno dei processi logistici e distributivi.

Investiamo costantemente in tecnologie e soluzioni innovative per ridurre l'impronta ecologica delle nostre infrastrutture, con particolare attenzione alla filiera logistica: dal miglioramento dell'efficienza energetica e operativa dei nostri magazzini e punti vendita, alla gestione ottimizzata dei trasporti, fino alla riduzione delle emissioni legate alla movimentazione delle merci.

Il nostro impegno climatico è, dunque, un percorso integrato, che unisce visione strategica, responsabilità ambientale e attenzione concreta alla transizione ecologica, con l'obiettivo di contribuire a un futuro più sostenibile per tutti.

## 7.1 Rischi fisici e di transizione

### IRO-1

#### Rischi climatici

A fronte dell'ampia copertura territoriale della rete vendita Sonepar abbiamo limitato l'analisi dei rischi climatici alle due aree geografiche di riferimento per i due più importanti Centri di Distribuzione ovvero Padova e Pomezia.

#### Sede e centri di distribuzione di Padova

	Nulla	Minimo	Poco significativo	Significativo	Critico	Molto critico
Rischio di esondazione					X	
Cambiamento nelle precipitazioni (aumento grandine e/o piogge)				X		
Cicloni, uragani, trombe d'aria			X			
Incendi territoriali (aree incolte, boschive, ecc.)		X				
Frane/valanghe	X					

Per l'area padovana abbiamo delineato il seguente profilo di rischio:

#### 1. Rischio di esondazione - Critico

La pianura padovana è storicamente soggetta a esondazioni, in particolare per i fiumi Brenta e Bacchiglione. Gli enti territoriali e i sistemi di gestione delle piene riconoscono la zona come ad elevato pericolo Padova. In particolare, aree come Riviera Maestri del Lavoro sede del nostro Ce. Di., richiedono un monitoraggio costante e l'implementazione di misure preventive continue dato il rischio significativo di allagamenti.

#### 2. Cambiamenti nelle precipitazioni intense - Significativo

Padova è esposta, con crescente frequenza e intensità, a fenomeni come grandine, temporali violenti e piogge concentrate probabilmente in estate. Ciò rende questo rischio di livello significativo per l'assetto infrastrutturale aziendale.

#### 3. Cicloni, uragani, trombe d'aria - Poco significativo

Questi eventi, pur rari, hanno interessato in passato la provincia. Non sono però eventi frequenti o sistematici a Padova.

#### 4. Incendi territoriali - Minimo

La sede è posizionata in zona urbana/pianeggiante, lontano da aree forestali o boschive. Il rischio incendi è quindi basso, sebbene non nullo, dato il cambio climatico.

#### 5. Frane/valanghe - Nullo

Essendo Padova in pianura, lontano da zone montuose o collinari, il rischio di frane o valanghe è trascurabile.

## Sede e centri di distribuzione di Pomezia

	Nulla	Minimo	Poco significativo	Significativo	Critico	Molto critico
Rischio di esondazione				X		
Cambiamento nelle precipitazioni (aumento grandine e/o piogge)				X		
Cicloni, uragani, trombe d'aria		X				
Incendi territoriali (aree incolte, boschive, ecc.)		X				
Frane/valanghe	X					

**1. Rischio di esondazione - Significativo**

Pomezia si estende tra le pendici dei Colli Albani e la costa tirrenica, con la presenza di fossi e torrenti che scorrono nella zona. Sebbene il rischio non sia simile a quello fluviale di Padova, la vicinanza a corsi d'acqua e la morfologia del territorio inducono a una classificazione "significativa".

**3. Cambiamento precipitazioni intense - Significativo**

I trend climatici regionali mostrano un aumento sia delle temperature che di eventi meteorologici estremi, come piogge intense e grandinate. La sede è quindi esposta a rischi legati a eventi improvvisi, con un impatto potenziale su strutture e operatività logistica.

**3. Cicloni, uragani, trombe d'aria - Minimo**

Nonostante siano documentati casi occasionali di trombe d'aria nel Lazio, questi eventi sono rari e non rappresentano una minaccia sistemica per Pomezia.

**4. Incendi territoriali - Minimo**

La sede si trova in un contesto prevalentemente urbano e pianeggiante, lontano dalle aree boschive soggette a incendi. Tuttavia, l'innalzamento delle temperature potrebbe incrementare il rischio, anche se al momento rimane contenuto.

**5. Frane/valanghe - Nullo**

Trattandosi di un'area priva di pendii rilevanti, il rischio di frane o valanghe è trascurabile.

## Rischi di transizione

	Nulla	Minimo	Poco significativo	Significativo	Critico	Molto critico
Cambiamenti normativi e quadri regolatori più stringenti sui temi ambientali						X
Cambiamenti e sostituzioni tecnologiche						X
Modifica del comportamento dei clienti						X
Investimenti fallimentari in nuove tecnologie				X		
Costi della transizione verso una tecnologia a basse emissioni						X
Aumento del costo delle materie prime (legato ai temi ambientali)					X	
Aumento del costo delle materie prime per difficoltà di approvvigionamento per motivi climatici					X	
Reputazione del settore						X

La tabella evidenzia la valutazione interna dei principali rischi di transizione ambientale ai quali siamo potenzialmente esposti, classificati in base alla loro criticità percepita, da “nulla” a “molto critico”.

Dall’analisi emerge chiaramente che i rischi più significativi riguardano ambiti sistemici e strutturali, che potrebbero impattare il nostro settore in modo profondo nel breve-medio termine.

- I cambiamenti normativi e regolatori più stringenti sui temi ambientali, come anche l’evoluzione tecnologica rapida e la modifica dei comportamenti dei clienti, sono identificati come molto critici. Questi elementi possono influenzare sia le modalità operative sia la competitività dell’offerta, richiedendo da parte nostra un costante aggiornamento normativo e tecnologico non solo delle nostre attività core ma anche della proposta commerciale che offriamo a clienti sempre più attenti e sensibili a questi temi.
- Anche i costi della transizione verso tecnologie a basse emissioni sono considerati molto critici, a conferma dell’impatto economico e organizzativo che l’allineamento agli obiettivi climatici può comportare, soprattutto in termini di investimenti infrastrutturali, digitalizzazione e riqualificazione dei processi. I costi della transizione potranno, però, essere anche indiretti ovvero legati agli investimenti sviluppati dai nostri partner di fornitura per sviluppare soluzioni sempre più performanti e in linea con i sempre più stringenti criteri normativi in tema di risparmio energetico ed efficientamento.



- Anche il rischio reputazionale del settore è percepito come “molto critico”, a testimonianza dell’importanza strategica attribuita dalla nostra azienda alla propria immagine pubblica e al ruolo di riferimento che riveste nella filiera elettrica e tecnologica. In un contesto di crescente attenzione verso la trasparenza e l’impegno ambientale, eventuali incoerenze tra dichiarazioni e comportamenti potrebbero avere effetti significativi.
- Alcuni rischi, come l’aumento del costo delle materie prime - sia per dinamiche ambientali globali sia per eventi climatici - sono considerati significativi soprattutto per gli impatti che possono avere sulle catene di fornitura e le dinamiche di procurement, mentre gli investimenti fallimentari in nuove tecnologie risultano classificati come poco significativi, evidenziando la fiducia dell’azienda nella propria capacità di valutazione e gestione del rischio tecnologico correlata allo scarso potere di influenza sulle traiettorie strategiche dei fornitori.

Nel complesso, questa mappatura conferma la solidità del nostro approccio strategico che mantiene alta l’attenzione sulle trasformazioni in atto nel contesto ambientale e normativo, riconoscendone la potenziale criticità e integrandole nei propri processi decisionali e di mitigazione del rischio.

## 7.2 Politiche e azioni relative alla mitigazione e all’adattamento

### E1-2 / E1-3

Il Gruppo Sonepar intende valorizzare la propria leadership globale nella distribuzione di soluzioni per il mondo elettrico in modo da contribuire attivamente alla riduzione dell’impronta di carbonio lungo tutta la sua catena del valore.

Grazie a una posizione di mercato solida e strategica, il nostro Gruppo è in prima linea nella promozione e nello sviluppo di soluzioni ad alta efficienza energetica e da fonti rinnovabili.

L’obiettivo è ridurre in modo significativo le emissioni di CO<sub>2</sub> equivalente, in linea con gli obiettivi scientifici per il contenimento del riscaldamento globale.

Allo tempo stesso, ci impegniamo a limitare il nostro impatto sulle risorse naturali, adottando pratiche sostenibili, riducendo la produzione di rifiuti e promuovendo la circolarità dei prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita.

Per quanto riguarda la **mitigazione**, i nostri principali ambiti di intervento includono:

- **efficientamento energetico** delle sedi, dei magazzini e dei punti vendita attraverso investimenti in illuminazione LED, climatizzazione intelligente e impianti fotovoltaici;
- **ottimizzazione della logistica** (warehouse & transport management) per ridurre le emissioni da trasporto, anche attraverso la progressiva elettrificazione della flotta e l’implementazione delle più avanzate soluzioni di automazione nei magazzini;
- **promozione di soluzioni sostenibili**, attraverso la selezione e la valorizzazione di prodotti e soluzioni a ridotto impatto ambientale;
- **coinvolgimento della supply chain**, con l’introduzione di criteri di sostenibilità nei processi di procurement e nella valutazione dei fornitori.

Sul fronte dei rischi e delle opportunità legati al clima, tutti gli ambiti rilevanti vengono esaminati e monitorati per identificare quelli pertinenti alle nostre attività.

Sviluppiamo **azioni di adattamento** per fronteggiare i rischi fisici derivanti dai cambiamenti climatici, come eventi meteorologici estremi o l'aumento delle temperature. Tra queste possiamo evidenziare:

- la mappatura e il monitoraggio dei rischi climatici sui nostri asset (es. magazzini, sedi operative);
- il rafforzamento della resilienza delle nostre infrastrutture anche tramite soluzioni di protezione da allagamenti e adeguamento degli impianti;

- la progressiva Integrazione della variabile climatica nei piani di business continuity e nella gestione del rischio aziendale.

Infine, riconosciamo l'importanza della **cultura del cambiamento** e della **sensibilizzazione interna ed esterna** promuovendo percorsi formativi sul tema clima-energia e affiancando i nostri clienti nella comprensione e adozione di soluzioni sostenibili.

L'insieme di queste politiche costituisce la base per un'evoluzione sostenibile del nostro modello di business, capace di generare valore nel lungo periodo e contribuire attivamente alla transizione ecologica del sistema economico e produttivo.



## 7.3 Consumi energetici

### E1-5

Il monitoraggio e la gestione efficiente dei consumi energetici rappresentano per noi un pilastro fondamentale nella strategia di sostenibilità ambientale. In un contesto in cui la riduzione delle emissioni climalteranti è sempre più urgente, intervenire sull'ottimizzazione dei consumi di energia, sia elettrica che termica, è per noi un'azione prioritaria e strutturale.

I nostri fabbisogni energetici derivano principalmente dal funzionamento delle sedi aziendali, dei magazzini logistici, dei punti vendita e dalle attività di movimentazione e trasporto dei prodotti. Questi consumi si suddividono in:

- **consumi diretti di combustibili** legati prevalentemente al riscaldamento degli edifici e all'impiego della flotta aziendale;
- **consumi indiretti di energia elettrica acquistata** utilizzata per alimentare le infrastrutture operative e garantire il funzionamento dei sistemi IT, di illuminazione e climatizzazione.

Ci impegniamo costantemente nel miglioramento delle nostre performance energetiche attraverso:

- l'adozione di tecnologie ad alta efficienza;
- il monitoraggio continuo dei consumi e degli sprechi;
- l'utilizzo crescente di energia da fonti rinnovabili;
- e l'avvio di iniziative di efficientamento energetico in tutti i siti aziendali.

### Combustibili

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.

	u.m.	2022	2023	2024
Consumo totale di gas	MWh HHV	11.586	10.330	12.103
Consumo totale di metano	MWh	0	0	0
Consumo totale combustibili da fonte rinnovabile (biomassa, biogas, idrogeno rinnovabile, ecc.)	MWh	0	0	0
<b>Totale consumi</b>	<b>MWh</b>	<b>11.586</b>	<b>10.330</b>	<b>12.103</b>
Differenza anno su anno			-11%	+17%

## Energia elettrica

Nel 2024 i consumi energetici totali registrano un incremento del 3% rispetto all'anno precedente, in continuità con il trend di lieve crescita osservato nel 2023. Tale variazione è riconducibile principalmente al progressivo completamento del processo di transizione dagli impianti di riscaldamento e climatizzazione a gas a soluzioni idroniche alimentate elettricamente, nonché all'espansione della rete di colonnine di ricarica per veicoli elettrici installate presso i punti vendita. Si evidenzia inoltre come, per il secondo anno consecutivo, il fabbisogno energetico sia stato soddisfatto esclusivamente tramite energia elettrica da fonte rinnovabile, confermando il pieno abbandono dell'energia da fonti non rinnovabili.

	u.m.	2022	2023	2024
Energia elettrica acquistata da fonte rinnovabile	MWh	6.391	10.712	11.165
Energia elettrica autoprodotta da fonte rinnovabile	MWh	533	446	345
<b>Totale energia elettrica da fonte rinnovabile</b>	MWh	6.923	11.158	11.510
Energia elettrica acquistata da fonte <b>non rinnovabile</b>	MWh	3.728	0	0
<b>Totale consumi</b>	MWh	<b>10.651</b>	<b>11.158</b>	<b>11.510</b>
Differenza anno su anno			+5%	+3%

Come per il 2023, anche quest'anno abbiamo raggiunto l'obiettivo di coprire la totalità del nostro fabbisogno energetico totale in modo completamente "green" integrando l'autoconsumo da fotovoltaico con l'acquisto di energia da provider 100% sostenibili.

## Mix energetico consumato

	2022	2023	2024
% energia elettrica acquistata da fonte rinnovabile	60%	96%	97%
% energia elettrica acquistata da fonte rinnovabile	5%	4%	3%
% energia elettrica da fonte non rinnovabile	35%	0%	0%

## Mix energetico acquistato

	2022	2023	2024
Fonti rinnovabili	63%	100%	100%
Fonti non rinnovabili	37%	0%	0%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## IL FOTOVOLTAICO IN “OUTSOURCING”

Nel 2024, abbiamo intrapreso un percorso innovativo volto a **potenziare l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili**, attraverso l'adozione di un modello di produzione distribuita basato su partnership strategiche. In particolare, è stato avviato un progetto di esternalizzazione degli impianti fotovoltaici, affidandone la progettazione, la realizzazione e la gestione a operatori specializzati di comprovata esperienza, tra cui importanti player internazionali del settore energetico.

Abbiamo scelto, quindi, di mettere a disposizione le superfici dei nostri Centri di Distribuzione e dei nostri punti vendita, ottimizzando aree che, per caratteristiche strutturali o limitato fabbisogno energetico, non avrebbero giustificato un nostro investimento diretto. Gli impianti resteranno, di conseguenza, di proprietà di questi partner terzi che, vedendo nella produzione e nella gestione

dell'energia il loro core business, si occuperanno anche della loro manutenzione e gestione nel tempo.

Grazie a questo modello, una parte dell'energia prodotta verrà utilizzata in autoconsumo dalle nostre strutture contribuendo alla riduzione dell'assorbimento di energia dalla rete. L'energia eccedente verrà, invece, immessa nel sistema elettrico nazionale, generando benefici che andranno oltre i confini aziendali.

Questo approccio consentirà di incrementare la disponibilità di energia pulita, senza gravare sull'azienda in termini di investimento o complessità operative che esulano dalle nostre attività caratteristiche. Allo stesso tempo, rappresenterà un contributo tangibile alla transizione energetica del Paese, confermando il nostro ruolo proattivo nella promozione di soluzioni sostenibili e innovative lungo tutta la catena del valore.

## Intensità energetica

	u.m.	2022	2023	2024
<b>Totale consumi energetici (combustibili+energia)</b>	<b>MWh</b>	<b>22.237</b>	<b>21.488</b>	<b>23.613</b>
Intensità energetica su ricavi netti (*1000)	kWh/euro	0,0137	0,0129	0,0150
Differenza anno su anno			-6%	+16%
Intensità energetica su mq superficie (PV, CEDI, dir)	kWh/mq	0,0714	0,0714	0,0810
Differenza anno su anno			0%	+13%

	u.m.	2022	2023	2024
Superficie totale	Mq	311.453	301.047	291.574
Ricavi netti Sonepar Italia + Elettroveneta + HDUEA	euro	1.624.603.164	1.672.123.910	1.578.644.767



## IL PROGETTO DI REVAMPING DEI PUNTI VENDITA

A partire dal 2023, abbiamo avviato un ampio progetto di **revamping** delle filiali. Gli obiettivi sono molteplici e spaziano dal miglioramento dell'esperienza d'acquisto della clientela alla creazione di un'identità estetica e comunicativa coerente e uniforme su tutto il territorio nazionale, il tutto ovviamente mettendo al centro l'efficienza energetica e il miglioramento della qualità degli ambienti di lavoro e il benessere delle persone.

Gli interventi hanno riguardato sia il layout interno degli spazi, sia le componenti impiantistiche, attraverso:

- l'adozione di sistemi di riscaldamento e raffreddamento completamente elettrici in sostituzione degli impianti a gas;
- l'installazione di infissi a taglio termico;
- l'implementazione di sistemi di illuminazione LED;
- il miglioramento della coibentazione degli edifici;
- l'adeguamento agli standard di sicurezza.

Il progetto, inoltre, prevede una rimodulazione degli spazi anche in ottica di comfort per i collaboratori, con la creazione di aree comuni, sale mensa e zone relax.

Una componente chiave del progetto è il **relamping**, che non si limita alla sostituzione dei corpi illuminanti, ma rappresenta un vero e proprio intervento illuminotecnico, finalizzato a garantire il massimo comfort visivo e benessere per i collaboratori.

Parallelamente, gli interventi sugli impianti di climatizzazione si inseriscono in un approccio più ampio all'HVAC, includendo anche sistemi di ventilazione, di controllo delle condizioni termigrometriche e della qualità dell'aria.

A conferma del nostro impegno per il miglioramento continuo, ci siamo posti come obiettivo di completare entro il 2027 l'intero progetto di revamping in tutte le filiali.

## 7.4 Logistica, flotta aziendale e business trip

In un'ottica di contrasto degli impatti ambientali, abbiamo attribuito particolare rilevanza all'individuazione delle emissioni generate dalle attività di trasporto. In questa sezione vengono approfonditi dati relativi alla logistica, alla flotta aziendale e ai viaggi di lavoro (business trip), elementi determinanti per la misurazione delle emissioni indirette di gas serra (GHG).

### 7.4.1 Flotta Aziendale

Negli ultimi anni, la flotta aziendale ha registrato un costante incremento, con una crescita complessiva del 17% tra il 2022 e il 2024.

Sebbene i veicoli a trazione tradizionale (diesel) rappresentino ancora la quota prevalente, continuiamo a mantenere una presenza di mezzi elettrici e ibridi, coerentemente con gli obiettivi di riduzione dell'impatto ambientale nel lungo periodo.

La possibilità di convertire gradualmente la flotta aziendale verso soluzioni ibride o elettriche continua a essere oggetto di analisi.

Tuttavia, il percorso non è privo di complessità, legate al contesto normativo e non solo.

L'attribuzione dei veicoli elettrici ai collaboratori, infatti, risulta complessa in ottica di fringe benefit e un ulteriore limite significativo è rappresentato dalla limitata disponibilità e capacità delle infrastrutture di ricarica.



Ad oggi, la mobilità elettrica comporta più costi che vantaggi operativi, e la sua gestione non risulta ancora sostenibile nel quadro attuale.

Una possibile evoluzione futura è rappresentata dall'adozione di un modello di servitization che prevede non più l'acquisto diretto dei veicoli, ma la sottoscrizione di un

servizio completo fornito da operatori terzi, comprensivo di veicolo, ricarica, manutenzione e gestione amministrativa. Si tratta di una logica già sperimentata, ad esempio, nel progetto di esternalizzazione degli impianti fotovoltaici. L'evoluzione continua, e l'azienda resta aperta a soluzioni sostenibili che siano anche concretamente gestibili e realizzabili.

## Consumi di carburanti

I consumi di carburanti registrati sono riconducibili a viaggi e trasferte aziendali del nostro personale dedicato.

Nel 2024 si può osservare un'inversione di crescita con una leggera e positiva flessione dello 0,7% rispetto al 2023. Il rallentamento suggerisce come le strategie di rinnovamento del parco mezzi, con una tendenza verso i veicoli ibridi ed elettrici, stia avendo un impatto positivo nella riduzione delle emissioni inquinanti, nonostante i volumi restino elevati.

	u.m.	2022	2023	2024
Benzina	lt	173.878	180.395	140.265
Gasolio	lt	1.019.318	1.105.899	1.136.626
<b>Totale</b>	<b>lt</b>	<b>1.193.196</b>	<b>1.286.294</b>	<b>1.276.891</b>
Differenza anno su anno		+ 25%	+ 8%	- 0,7%
Consumo carburanti/parco automezzi		1978,8	1994,3	1803,5
Differenza anno su anno			+ 1%	-10%

7.4.2 Logistica

In quanto azienda leader nella distribuzione, per noi di Sonepar la logistica rappresenta un’attività cruciale per garantire un servizio ottimale per tutta la nostra clientela e i professionisti del settore elettrico.

La nostra attenzione si concentra sull’ottimizzazione continua di tutte le fasi del processo logistico, dalla pianificazione degli approvvigionamenti fino alla distribuzione capillare dei prodotti nei punti vendita, con l’obiettivo di minimizzare le emissioni, ridurre il consumo di materiali e migliorare le performance ambientali complessive.

Grazie all’analisi sistematica delle attività logistiche, siamo in grado di monitorare dati fondamentali legati all’utilizzo dei materiali, alla tipologia di packaging adottato e alle emissioni dirette e indirette associate al trasporto delle merci. Questo approccio data-driven ci consente di prendere decisioni più consapevoli, individuare aree di miglioramento e sviluppare soluzioni più sostenibili nel medio-lungo termine.

Il processo ha inizio grazie al coordinamento tra il reparto acquisti e l’ufficio responsabile dell’approvvigionamento, che agiscono sulla base delle previsioni di stock e delle esigenze pianificate.

Il flusso merci segue un andamento diretto ma necessita anche di un monitoraggio continuo per garantire la massima efficienza nell’attività di trasporto e assicurare che i prodotti siano sempre presenti nei punti vendita.

Per massimizzare, invece, il coordinamento tra le imprese coinvolte, le attività legate al procurement sono gestite in modo centralizzato.

I prodotti vengono poi depositati nei nostri **Centri di Distribuzione** di ultima generazione, che rappresentano il passaggio chiave prima della loro capillare distribuzione nei vari punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale.

L’intero flusso logistico è costantemente monitorato attraverso sistemi avanzati di tracking e controllo, per garantire puntualità, ottimizzazione dei carichi e una costante disponibilità dei prodotti nei punti vendita, rispondendo con rapidità e precisione alle esigenze del mercato.

Il nostro impegno è orientato a trasformare la logistica in un driver attivo di sostenibilità, attraverso scelte consapevoli, investimenti in tecnologia e una collaborazione sempre più stretta con partner che condividano i nostri stessi valori in termini di efficienza ambientale, innovazione e trasparenza.

Centri di distribuzione

	n. centri	dimensione centri (mq)
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	5	82.000

5

i Centri di Distribuzione attivi nel 2024

82.000

la superficie totale dei centri di distribuzione



Centri di distribuzione Sonepar Italia+ Elettroveneta+ HDUEA

Padova  
Pomezia (Roma)  
Catania  
Modugno (Bari)  
Cagliari

## Corrieri

	u.m.	2022	2023	2024
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	n.	420	417	404
Differenza anno su anno			-1%	-3%

## Totale colli movimentati

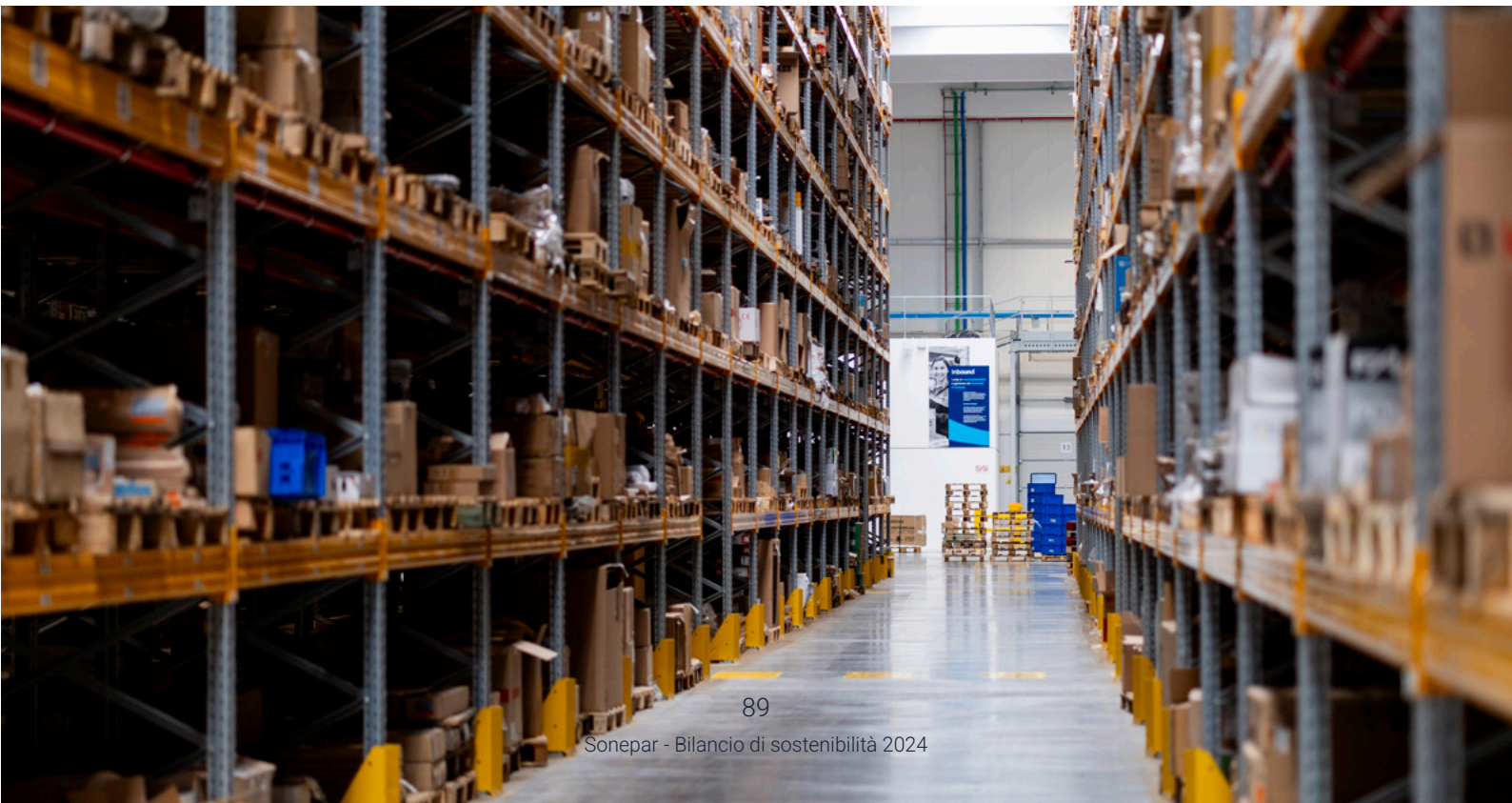
	u.m.	2022	2023	2024
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	n.	6.738.270	6.936.684	6.847.293
Differenza anno su anno			+3%	-1%

## Muletti

	u.m.	2022	2023	2024
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	n.	240	223	215
Differenza anno su anno			-7%	-4%

## Colli per muletto

	u.m.	2022	2023	2024
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	n.	28.076	31.106	31.848
Differenza anno su anno			+11%	+2%





## IL NUOVO CENTRO DI DISTRIBUZIONE DI POMEZIA

Nel 2024 abbiamo avviato un'importante fase di sviluppo strategico con l'inaugurazione del nuovo **Centro di Distribuzione di Pomezia**, un progetto simbolo della nostra visione orientata all'innovazione e alla sostenibilità. Con un investimento complessivo di 30 milioni di euro, il polo si innesta in un lotto complessivo di 50.000 mq di cui 25.000 mq adibiti a struttura coperta, ed è destinato a diventare uno dei fulcri logistici più avanzati e automatizzati del Centro-Sud Italia.

L'infrastruttura è stata progettata per ottimizzare i flussi logistici e aumentare la capacità di risposta alle esigenze del mercato: il centro è in grado di servire oltre **25.000 clienti**, garantendo tempestività, efficienza operativa e un'esperienza cliente di altissimo livello. Il sito è inoltre dotato di una viabilità interna ottimizzata per la gestione dei trasporti, favorendo un flusso merci fluido e continuo.

### Efficienza energetica e autonomia rinnovabile

Un elemento distintivo del centro è la sua autonomia energetica: grazie a un **impianto fotovoltaico da 2 MWp**, il polo è in grado di produrre energia rinnovabile in quantità superiore al proprio fabbisogno annuale, contribuendo in maniera concreta alla riduzione delle emissioni e al raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione del Gruppo. Questo rende il sito non solo energeticamente efficiente, ma anche un **modello replicabile di struttura autosufficiente e a basso impatto ambientale**.

### Tecnologia AutoStore™ per l'automazione e la reattività

Al cuore delle operazioni si trova il sistema AutoStore™, una soluzione di automazione all'avanguardia che consente la gestione dinamica e precisa delle attività di picking e spedizione. Attualmente, il sistema gestisce **40.000 casse** tramite **50 robot attivi**, con una capacità di prelievo di oltre

**750 righe/ora** e un flusso in uscita che può raggiungere i **1.000 colli/ora**. Il sistema è progettato per essere modulare ed espandibile fino ad almeno **50.000 casse**, garantendo così una flessibilità di crescita futura.

### Impegno concreto per la sostenibilità ambientale

Coerentemente con il nostro impegno verso un modello di sviluppo sostenibile, il polo logistico adotta soluzioni **ecocompatibili** in tutte le sue fasi operative. L'impiego di **scatole ergonomiche e ottimizzate** consente una **riduzione del 50% dell'uso di materiali da imballaggio**, migliorando al contempo il carico utile e l'efficienza dei trasporti. Inoltre, l'intero sito è stato progettato e realizzato secondo criteri di sostenibilità certificati: la struttura ha ottenuto la **certificazione BREEAM**, uno dei più autorevoli standard internazionali nel campo del green building, che riconosce l'adozione di pratiche sostenibili in progettazione, costruzione, gestione e manutenzione.

### Integrazione digitale e esperienza phygital

All'interno del polo è stato integrato anche un **punto vendita innovativo**, progettato secondo i principi dell'**Internet of Things (IoT)** e caratterizzato da un elevato livello di automazione e digitalizzazione. Questo spazio rappresenta un esempio concreto del nostro approccio omnicanale e tecnologico, volto a **migliorare l'esperienza d'acquisto** dei clienti unendo fisico e digitale.

Il nuovo Centro di Distribuzione di Pomezia sarà completamente operativo a partire dal **2025**, e rappresenta una **best practice** in termini di efficienza logistica, sostenibilità ambientale e innovazione tecnologica, a supporto della nostra missione di essere il partner di riferimento per la transizione energetica dei nostri clienti.

**50.000 mq**

di superficie

**25.000**

clienti ogni anno

**50**

robot

**750**

righe d'ordine all'ora

**1.000**

colli spediti all'ora

**BREEAM**

certificazione per la sostenibilità



## I MICRO FULFILLMENT CENTER

Stiamo attivamente lavorando all'ampliamento del nostro network logistico tramite l'implementazione di una serie di micro fulfillment center strategicamente posizionati.

Questa nuova struttura operativa nasce dall'esigenza di ottimizzare e velocizzare la distribuzione locale dei prodotti a maggiore rotazione, garantendo così un servizio più rapido e flessibile ai nostri clienti.

Questa struttura ci consente di effettuare consegne multiple nell'arco della giornata, dalla mattina al pomeriggio, superando le limitazioni tradizionali legate alla logistica convenzionale, che prevedeva la consegna tramite camion il giorno successivo.

In questo modo, riduciamo sensibilmente i tempi di attesa e miglioriamo l'efficienza complessiva del processo distributivo.

L'obiettivo di questo progetto è creare una rete più capillare e flessibile sul territorio, che possa alleggerire il carico logistico dei grandi centri di distribuzione (CEDI),

spesso sovraccarichi a causa dell'elevato volume di merci da gestire.

La parcellizzazione delle consegne attraverso i micro fulfillment center ci permetterà di rispondere in modo più tempestivo alle esigenze del mercato locale, migliorando la puntualità e la qualità del servizio.

Guardando al futuro, il piano prevede di scalare questa soluzione anche in altre città chiave come Firenze e Napoli, due mercati strategici per la distribuzione regionale.

Successivamente, intendiamo estendere la copertura a Pescara, con l'obiettivo di servire efficacemente l'intera costa adriatica, garantendo una presenza capillare e un servizio di alto livello anche nelle aree meno centrali.

Questa evoluzione rappresenta un passo importante verso una logistica sempre più innovativa e orientata al cliente, in grado di rispondere rapidamente ai cambiamenti del mercato e di sostenere la crescita futura dell'azienda.

## Logistica in entrata

La logistica interna viene gestita con scrupolosità per mezzo di centri distribuzione altamente automatizzati e tecnologicamente avanzati che garantiscono un flusso di prodotti efficiente in tutto il territorio internazionale. L'ottimizzazione dei processi logistici interni, unita all'adozione di soluzioni digitali e sostenibili, consente di migliorare la disponibilità dei prodotti, ridurre i tempi di consegna e minimizzare l'impatto ambientale delle operazioni.

### Colli in entrata

	u.m.	2022	2023	2024
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	n.	1.856.358	1.842.845	1.248.016
Differenza anno su anno			-1%	-32%

Il dato 2024 è causato dal fatto che è aumentato l'indicatore che misura il rapporto tra le righe spedite e quelle ricevute: questo significa che sono arrivati meno ordini, ma con imballi più grandi. Di conseguenza, il numero totale di colli in ingresso risulta inferiore.

### Logistica upstream (trasporti dai fornitori ai magazzini Sonepar)

	u.m.	2022	2023	2024
Automezzi da 3,5 a 12 t	tons.km	5.596.888	6.114.589	5.653.525
Automezzi sopra 22 t	tons.km	232.970.457	254.519.767	235.327.977
<b>Totale</b>	<b>km</b>	<b>238.567.345</b>	<b>260.634.356</b>	<b>240.981.502</b>
Differenza anno su anno			+9%	-8%

## Logistica in uscita

In ragione della sua complessità, abbiamo esternalizzato il trasporto dei colli in uscita con il fine di garantire la massima efficienza.

Infatti, oltre il 95% dei colli in uscita viene destinato ai “piccoli corrieri”. Riteniamo la cooperazione con grandi spedizionieri altrettanto significativa, ma la nostra scelta è quella di incentivare la piccola imprenditorialità, creando valore e occasioni di business. Questo ci permette di instaurare relazioni di fiducia e collaborazioni durature con gli stessi imprenditori di alto profilo professionale.

La nostra rete distributiva capillare, elemento distintivo del nostro brand, avviene su territorio nazionale. Questo ci richiede in via prioritaria il trasporto merci su gomma, ad oggi ancora la soluzione più praticabile per garantire tempi di consegna rapidi, ma rendendo, di conseguenza, complesso il processo di selezione dei partner sulla base di criteri ambientali, in quanto il settore presenta una limitata attenzione ai temi della sostenibilità.

Tuttavia, lavoriamo per l'adozione di soluzioni più sostenibili ove possibile, ad esempio, favorendo la collaborazione con operatori che implementino l'uso di veicoli elettrici nei centri cittadini.

Con l'impegno di perseguire una gestione logistica sostenibile che massimizzi l'efficienza tra warehouse e transport management, non ci limitiamo a ridurre le emissioni, ma puntiamo ad ottimizzare i viaggi di lavoro e l'organizzazione del trasporto.

Massima attenzione viene posta anche nel contrastare il fenomeno del backhauling, evitando i rientri a vuoto successivi ad una consegna, con il fine di ridurre gli sprechi e migliorare l'efficienza logistica.

### Colli in uscita

	u.m.	2022	2023	2024
Sonepar+Elettroveneta+HDUEA	n.	4.881.912	5.093.839	5.599.277
Differenza anno su anno			+4%	+10%

### Logistica downstream (trasporti da Sonepar ai clienti)

	u.m.	2022	2023	2024
Automezzi fino a 3,5 t	tons.km	19.420.411	21.251.951	19.133.719
Automezzi da 12 a 22 t	tons.km	19.575.000	16.875.000	5.102.325
Automezzi sopra 22 t	tons.km	675.000	450.000	19.133.719
<b>Totale colli movimentati</b>	<b>tons.km</b>	<b>44.019.598</b>	<b>48.171.088</b>	<b>43.369.763</b>
Differenza anno su anno			+9%	-10%

## 7.4.3 Business trip

Nel 2024 le percorrenze per i business trip hanno raggiunto 1.148.350 km, segnando un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente. Pur registrando un leggero aumento nei viaggi aerei rispetto al 2023, si conferma la tendenza positiva verso una mobilità più sostenibile: km percorsi in treno continuano a crescere, rappresentando oltre il 32% del totale, rispetto al solo 4% nel 2022.

Questo cambiamento riflette una strategia aziendale sempre più orientata alla riduzione delle emissioni legata anche alla scelta di mezzi a minore impatto ambientale.

### Buiness trip

	u.m.	2022	2023	2024
Aereo	km	883.350	714.350	779.350
Treno	km	37.350	352.000	369.000
<b>Totale</b>	<b>km</b>	<b>920.700</b>	<b>1.066.350</b>	<b>1.148.350</b>
Differenza anno su anno			+16%	+8%

## 7.5 Emissioni

### E1-6

Le emissioni climalteranti che le nostre tre aziende producono in modo diretto o indiretto per mezzo delle attività core sono suddivise in tre categorie secondo lo standard internazionale Greenhouse Gas Protocol.

- **Emissioni dirette Scope 1**, relative ai gas serra generati da fonti proprietà o sotto il diretto controllo di Sonepar, come emissioni derivanti dall'uso e consumo di carburanti per lo svolgimento delle proprie attività.
- **Emissioni indirette Scope 2**, le quali afferiscono a emissioni associate all'energia acquistata, in particolar modo l'elettricità, imputabili quindi alla combustione da parte di fornitori terzi di energia;
- **Emissioni indirette Scope 3**, comprendenti tutte le altre emissioni legate alle attività aziendali che non rientrano nei due ambiti precedenti, estese lungo tutta la catena del valore: tra queste rientrano, ad esempio, gli spostamenti dei dipendenti, la produzione e il trasporto dei beni acquistati o venduti e l'uso dei prodotti da parte dei clienti.

Le emissioni indirette Scope 2 e Scope 3 provenienti dai consumi di fonte elettrica, sono state calcolate secondo approcci metodologici distinti.

- **Location-based** che definisce il criterio di calcolo sulla base dei fattori medi di emissioni di energia generati a livello regionale, subnazionali e nazionale.
- **Market-based** che definisce il criterio di calcolo sulla base delle emissioni dei fornitori energetici esterni a cui l'azienda afferisce, o diversamente, sulla base di fattori relativi al mercato di riferimento.

Come negli anni precedenti, abbiamo effettuato il calcolo delle emissioni per mezzo di un'apposita piattaforma resa disponibile dal Gruppo, e che, attraverso l'utilizzo di criteri di conversione accreditati a livello internazionale, assicura calcoli precisi e attendibili degli impatti.

Anche nel 2024, attestiamo che l'uso e la provenienza della nostra energia abbia origine da fonti rinnovabili.

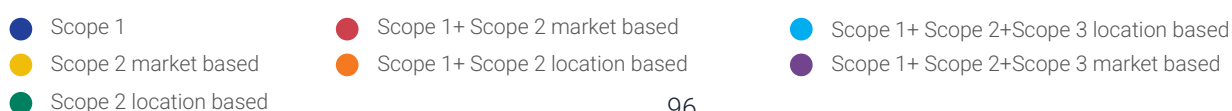
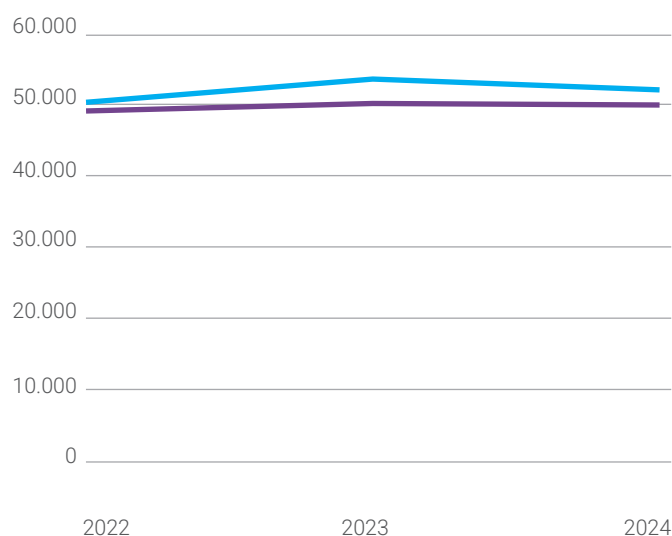
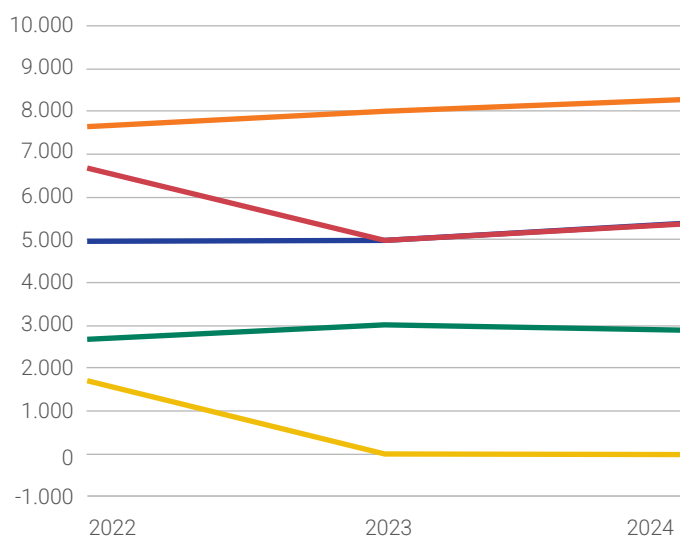
	2022	2023	2024
<b>Emissioni Scope 1 (tCO<sub>2</sub>)</b>			
Consumi di gas	1.958	1.746	2.045
Consumi di carburanti	2.981	3.214	3.194
Gas refrigeranti	29	29	146
<b>Totale emissioni Scope 1</b>	<b>4.968</b>	<b>4.989</b>	<b>5.385</b>
Differenza anno su anno		+0,4%	+8%
<b>Emissioni Scope 2 (tCO<sub>2</sub>e) - location based</b>			
Consumi elettrici	2.678	3.016	2.892
Differenza anno su anno		+13%	-4%
<b>Emissioni Scope 2 (tCO<sub>2</sub>e) - market based</b>			
Consumi elettrici	1.711	0	-14
Differenza anno su anno		-100%	0%
<b>Emissioni Scope 3 (tCO<sub>2</sub>e) - location based</b>			
<b>UPSTREAM</b>			
Logistica	20.708	22.624	20.918
Pendolarismo	2.720	2.389	2.550
Viaggi	219	181	196
Consumi elettrici	1.010	1.078	829
Consumo di gas	414	369	432
Consumo di carburanti	761	822	821
Packaging-legno	28	35	34
Packaging-cartone	186	212	478
Packaging-plastica	274	117	396
Packaging-altri materiali	0	0	0
Rifiuti - legno	229	250	252
Rifiuti - carta	5	4	0
Rifiuti - cartone	724	719	43
Rifiuti - plastica	64	63	1.710
Rifiuti - altri materiali	0	0	339

<b>Totale upstream</b>	<b>27.344</b>	<b>28.862</b>	<b>28.997</b>
<b>DOWNSTREAM</b>			
Logistica	15.536	17.002	15.307
<b>Totale Scope 3 - location based</b>	<b>42.800</b>	<b>45.864</b>	<b>44.284</b>
Differenza anno su anno		+7%	-3%
<b>Emissioni Scope 3 (tCO<sub>2</sub>e) - market based</b>			
<b>UPSTREAM</b>			
Logistica	20.708	22.624	20.918
Pendolarismo	2.720	2.389	2.550
Viaggi	219	181	196
Consumi elettrici	718	572	591
Consumi di gas	414	369	432
Consumo di carburanti	761	822	821
Packaging - legno	28	35	34
Packaging - cartone	186	212	478
Packaging - plastica	274	117	396
Packaging - altri materiali	0	0	0
Rifiuti - legno	229	250	252
Rifiuti - carta	5	4	n.d.
Rifiuti - cartone	724	719	43
Rifiuti- plastica	64	63	1.710
Rifiuti - altri materiali	n.d.	n.d.	339
<b>Totale upstream</b>	<b>27.051</b>	<b>28.357</b>	<b>28.759</b>
<b>DOWNSTREAM</b>			
Logistica	15.536	17.002	15.307
<b>Totale Scope 3 - market based</b>	<b>42.587</b>	<b>45.339</b>	<b>44.066</b>
Differenza anno su anno		+7%	-3%



## Totale Emissioni

	2023	2023	2024
<b>Totale Scope 1 Scope 2 - location based</b>	<b>7.646</b>	<b>8.005</b>	<b>8.277</b>
Differenza anno su anno		+5%	+3%
Intensità emissioni (tot. emissioni/n. colli movimentati*100)	0,1135	0,1154	0,1209
Differenza anno su anno		+2%	+5%
<b>Totale Scope 1 e Scope 2 – market based</b>	<b>6.679</b>	<b>4.989</b>	<b>5.371</b>
Differenza anno su anno		-25%	+8%
Intensità emissioni (tot. emissioni/colli movimentati *100)	0,0991	0,0719	0,0784
Differenza anno su anno		-27%	+9%
<b>Totale Scope 1, Scope 2 e Scope 3 – location based</b>	<b>50.526</b>	<b>53.868</b>	<b>52.582</b>
Differenza anno su anno		+7%	-2%
Intensità emissioni (tot. emissioni/colli movimentati *100)	0,7498	0,7766	0,7679
Differenza anno su anno		+4%	-1%
<b>Totale Scope 1, Scope 2 e Scope 3 – market based</b>	<b>49.267</b>	<b>50.347</b>	<b>49.438</b>
Differenza anno su anno		+2%	-2%
Intensità emissioni (tot. emissioni/colli movimentati *100)	0,7312	0,7258	0,7220
Differenza anno su anno		-1%	-1%



## 7.5.1 La nostra traiettoria di decarbonizzazione

### Il nostro approccio alla decarbonizzazione

Nel rispetto del conseguimento degli obiettivi definiti dall'Accordo di Parigi, i quali confermano la necessità di contenere la temperatura globale sotto i 1,5°C, l'identificazione e la rendicontazione degli impatti di carattere ambientale costituiscono un primo ma fondamentale passo per intraprendere un percorso sostenibile verso la decarbonizzazione.

Ed è per questo che, in quanto azienda di riferimento del settore, noi di Sonepar riconosciamo l'importanza del contributo concreto che il nostro ruolo può offrire nel mitigare gli impatti ambientali, riducendo in modo proattivo l'impronta carbonica lungo l'intera catena del valore. Il core delle emissioni è infatti rappresentato dai trasporti: per questo motivo si sta lavorando per misurare in modo più puntuale le emissioni del settore logistico, con grande attenzione alla mappatura delle rotte e all'ottimizzazione dei carichi.

Questo implica agire non solo sul nostro business, ma anche nei processi della nostra clientela.

A livello interno, per ottenere risultati concreti è indispensabile una stretta collaborazione tra le funzioni della logistica, degli acquisti e della sostenibilità.

Ci poniamo l'obiettivo di affermarci come operatore numero uno su scala mondiale nella distribuzione di soluzioni elettriche, incoraggiando con decisione il mercato nell'adozione e diffusione di prodotti ad alta efficienza, circolarità e carbon neutrality su scala globale. Parallelamente, intendiamo creare una cultura della sostenibilità presso i nostri clienti, sensibilizzandoli sull'importanza di questi temi e generando quindi nuove opportunità di business sostenibile.

Anche a livello nazionale vogliamo giocare un ruolo di primo piano nel progetto Global Net Zero, volto alla minimizzazione delle emissioni di gas serra del Gruppo, avvicinandosi quanto più possibile alla neutralità climatica, in linea con gli obiettivi scientifici di contenimento delle temperature globali.

Il Gruppo si è perciò impegnato in molteplici interventi, tra cui l'adesione all'SBTi, fissando gli obiettivi di riduzione di emissioni come stabilito dall'Accordo di Parigi e la definizione degli obiettivi di riduzione emissioni di carbonio per il 2030 per gli Scope 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.



## La strategia di decarbonizzazione

Il pilastro “Planet” è il fulcro del piano strategico di Gruppo “Impact”. Esso, infatti, risulta centrale nel delineare la traiettoria ambientale verso l’implementazione di una politica e piani d’azione efficaci e integrati nella nostra strategia di tipo commerciale e allineata agli impegni del piano strategico.

La strategia, infatti, si estende su tre ambiti cruciali:

### TRASFORM - evolviamo il modello di business, i processi e le infrastrutture per misurare, controllare e ridurre gli impatti climatici.

Lavoriamo per essere un punto di riferimento per i nostri clienti dimostrando concretamente il nostro impegno nell’implementare tecnologie atte a ridurre la nostra impronta ecologica.

Nello specifico, stiamo focalizzando i nostri sforzi sulla progressiva riduzione della Carbon Footprint, attraverso interventi di efficientamento energetico delle infrastrutture, approvvigionamento da fonti sostenibili, ottimizzazione dei trasporti e pratiche di procurement responsabile, in linea con il percorso definito dalla Science Based Targets Initiative (SBTi) per contenere l’aumento della temperatura globale entro 1,5°C. Simultaneamente, stiamo introducendo iniziative volte alla riduzione dei rifiuti e al potenziamento dei processi di circolarità lungo la nostra catena del valore.

### ENGAGE - coinvolgiamo e formiamo tutti i dipendenti sui temi della sostenibilità.

Abbiamo dato vita all’Energy Transition Academy, progetto di formazione pensato per incoraggiare il cambiamento culturale dei nostri collaboratori, rendendoli più responsabili e impegnati sulle tematiche sostenibili.

Oltre all’Academy, in Sonepar sviluppiamo e promuoviamo quotidianamente percorsi di formazione e di divulgazione culturale sui temi ambientali, della DEI e della compliance.

Nel 2024 sono state erogate 3.757 ore di formazione su questi temi.

### MARKET - promuoviamo soluzioni realmente “green”

La Green Offer segna un’importante evoluzione nel settore elettrico, introducendo un nuovo approccio orientato alla sostenibilità. Attraverso lo sviluppo di una metodologia dedicata e di un indicatore specifico, offriamo ai clienti la possibilità di confrontare le emissioni di CO<sub>2</sub> eq. associate ai diversi prodotti suddivisi per macrocategorie, facilitando scelte d’acquisto consapevoli e contribuendo concretamente alla riduzione del loro impatto ambientale.



## Gli impegni sulla via della decarbonizzazione

Per raggiungere gli ambiziosi obiettivi di decarbonizzazione convalidati dalla Science Based Targets initiative (SBTi), il Gruppo ha definito sin dal 2020 un piano strategico articolato di iniziative ambientali di rilevanza globale, da declinare con efficacia a livello locale nelle singole country in cui opera.

A livello centrale, grazie all'implementazione di un sistema avanzato di data science, sono stati raccolti e analizzati oltre 50.000 dati provenienti da circa quaranta Paesi. Questo vasto patrimonio informativo ha permesso di adottare un approccio realmente data-driven, fondamentale per delineare una strategia precisa e mirata.

L'elaborazione approfondita di questi dati ha consentito di:

- individuare con chiarezza le priorità più efficaci per la riduzione delle emissioni di gas serra;
- definire target concreti e misurabili in linea con le traiettorie di decarbonizzazione riconosciute a livello internazionale;
- sviluppare piani di azione operativi specifici, calibrati sulle caratteristiche e le esigenze di ciascun mercato locale.

Questo modello di governance integrata, basato sull'analisi quantitativa e sul coinvolgimento delle diverse realtà territoriali, rappresenta un elemento chiave per la realizzazione di una transizione sostenibile, efficace e scalabile.

Il nostro impegno continua nel monitoraggio costante dei risultati e nell'aggiornamento dei piani, per garantire che le azioni intraprese contribuiscano in modo significativo al raggiungimento degli obiettivi ambientali a medio e lungo termine, rafforzando al contempo la resilienza e la competitività del Gruppo nel contesto di un'economia sempre più verde.



### 100% energia sostenibile

#### 15% produzione propria entro il 2030

Nel percorso verso la decarbonizzazione, ci impegniamo a ridurre gli impatti ambientali legati all'approvvigionamento energetico attraverso due leve principali: l'acquisto esclusivo di energia verde certificata e l'incremento della produzione da impianti fotovoltaici di proprietà.

Nel 2023 abbiamo raggiunto l'obiettivo del 100% di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili, grazie alla selezione di provider qualificati in grado di garantire forniture validate da certificati di origine assicurando così la tracciabilità e la sostenibilità delle nostre forniture elettriche.

Parallelamente, stiamo lavorando per aumentare progressivamente la quota di autoproduzione da impianti fotovoltaici: attualmente, questa si attesta intorno al 3-4% del fabbisogno complessivo, ma è destinata a crescere significativamente nei prossimi anni.

Nel corso del 2024, infatti, sono stati avviati nuovi investimenti diretti, tra cui si segnala l'impianto fotovoltaico installato presso il sito di Pomezia, la cui produzione sarà completamente contabilizzata a partire dal 2025.

A questi interventi si affianca il progetto di "fotovoltaico in outsourcing", illustrato nel paragrafo dedicato all'energia, che prevede l'installazione di impianti solari sulle nostre superfici senza oneri di investimento o gestione diretta. Questo modello ci consentirà di massimizzare lo sfruttamento delle coperture disponibili, incrementando la potenza installata in modo sostenibile sia dal punto di vista economico sia operativo.



## 100% energy management entro il 2030

Ci impegniamo a ridurre l'impatto ambientale delle nostre infrastrutture attraverso l'adozione di sistemi avanzati di monitoraggio, regolazione e gestione dei consumi energetici.

In questa direzione, nel 2024 è stata avviata la fase di implementazione di un sistema integrato di energy management presso la sede direzionale di Padova, che rappresenta un progetto pilota per il futuro ampliamento di queste soluzioni ad altre sedi strategiche del Gruppo.

L'intervento prevede l'introduzione di tecnologie evolute per il controllo intelligente degli impianti HVAC, dell'illuminazione e dei carichi elettrici, con l'obiettivo di ottimizzare i consumi, migliorare il comfort ambientale e ridurre le emissioni indirette Scope 2.

I primi step del progetto stanno fornendo insight preziosi non solo in termini tecnici, ma anche rispetto all'analisi costo-beneficio di queste soluzioni. È infatti emersa la necessità di valutare attentamente il bilanciamento tra investimento iniziale, ritorno in termini di efficienza energetica e impatto ambientale evitato, al fine di costruire un modello scalabile e realmente sostenibile anche per altre sedi operative.

Questa fase di sperimentazione è parte integrante della nostra strategia di decarbonizzazione e ci consente di consolidare competenze interne, testare nuove tecnologie e creare le condizioni per un futuro deployment mirato ed efficace, in linea con gli obiettivi di medio-lungo termine definiti nel nostro piano di sostenibilità.



## 100% riciclo dei rifiuti entro il 2030

Miriamo a raggiungere il 100% di riciclo dei rifiuti generati dai nostri processi, puntando al contempo alla riduzione della produzione complessiva di scarti.

Ad oggi, tutti gli imballaggi in carta utilizzati sono realizzati con materiale riciclato, confermando il nostro impegno verso un'economia sempre più circolare e responsabile.

Sebbene non del tutto eliminata, la plastica continua a rivestire un ruolo funzionale nella movimentazione interna dei materiali, dove sono richieste soluzioni resistenti, riutilizzabili e a lunga durata.

In particolare, l'introduzione di ceste in plastica riutilizzabili nei nostri nuovi centri logistici rappresenta una scelta strategica che consente di superare l'impiego di imballaggi monouso e di alternative meno durature, spesso soggette a rapida usura. Questa soluzione ci permette di ottimizzare i flussi logistici, ridurre la generazione di rifiuti e garantire maggiore efficienza lungo la catena del valore.





## 100% illuminazione a LED entro il 2025

Ci impegniamo a ridurre l'impatto ambientale legato all'illuminazione delle nostre infrastrutture, promuovendo soluzioni tecnologiche ad alta efficienza e basso consumo.

Nel corso del 2024 è proseguito a ritmo sostenuto il nostro progetto di relamping, che prevede la sostituzione progressiva dei corpi illuminanti tradizionali con sistemi LED ad alta efficienza, in grado di garantire una significativa riduzione dei consumi energetici e delle emissioni indirette (Scope 2). Questa iniziativa rappresenta una leva concreta nel percorso di efficientamento energetico, contribuendo al miglioramento della performance ambientale delle nostre strutture e al contempo alla creazione di ambienti di lavoro più confortevoli, sicuri e moderni.

Il relamping si inserisce all'interno di un più ampio programma di riammodernamento e riqualificazione dei nostri punti vendita, che coinvolge anche la sostituzione degli impianti HVAC, l'installazione di sistemi di monitoraggio energetico e l'adozione di soluzioni per l'automazione degli edifici.



## 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.

Per raggiungere questo obiettivo, stiamo lavorando per integrare criteri di sostenibilità ambientale nei processi di selezione e gestione dei fornitori, privilegiando partner che condividano i nostri valori e siano in grado di offrire soluzioni a ridotto impatto ambientale lungo tutto il ciclo di vita del prodotto.

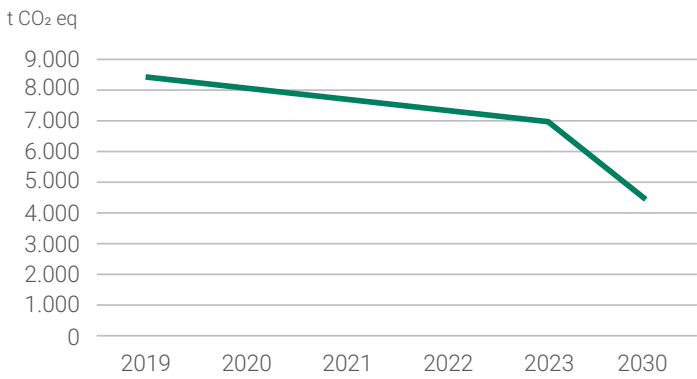
Siamo impegnati a rendere sempre più visibili e accessibili ai nostri clienti prodotti ad alta efficienza energetica, realizzati con materiali riciclati o riciclabili, certificati secondo standard ambientali riconosciuti. Questo percorso si accompagna all'ampliamento dell'offerta di prodotti "green" a catalogo, nonché allo sviluppo di strumenti digitali che aiutino i clienti a valutare l'impatto ambientale delle proprie scelte d'acquisto.

Parallelamente, continuiamo a rafforzare le attività di formazione interna e sensibilizzazione della forza vendita, affinché la promozione dei prodotti sostenibili diventi parte integrante dell'esperienza di acquisto, in ogni canale e punto di contatto.

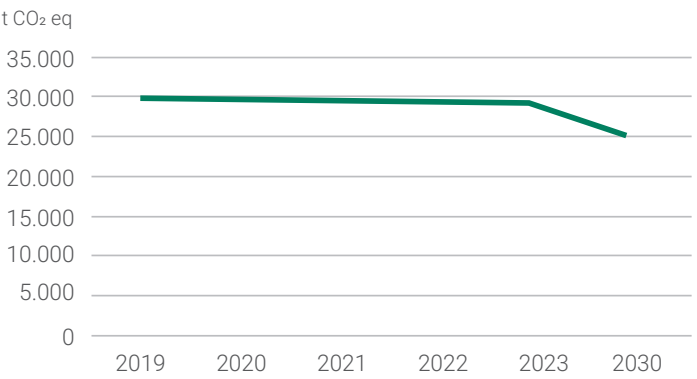
Boundaries

	2030
Target riduzione emissioni Scope 1 & 2	-46%
Target riduzione emissioni Scope 3	-17%
All Scopes	-23%

Traiettorie Scope 1&2 scenario 1,5 °C



Traiettorie Scope 3 scenario 2 °C





## capitolo 8

# Inquinamento, acqua e biodiversità

### ESRS E2/E3/E4

In qualità di distributore specializzato di soluzioni per il mondo elettrico, la nostra attività si concentra principalmente sulla gestione efficiente e responsabile della catena di fornitura e dei canali di vendita, senza coinvolgere direttamente processi produttivi.

Di conseguenza, gli impatti diretti relativi all'inquinamento, all'uso delle risorse idriche e alla biodiversità risultano contenuti e non rappresentano al momento un'area di rischio ambientale rilevante per il nostro business.

Tuttavia, riconosciamo che questi temi sono parte integrante di un approccio sostenibile e sistemico, in cui ogni attore della filiera ha responsabilità condivise. Per questo motivo, adottiamo misure volte a minimizzare l'impatto ambientale indiretto associato alle nostre operazioni, collaborando con fornitori e partner per promuovere pratiche virtuose che tutelino l'ambiente e le risorse naturali.

Continueremo, comunque, a monitorare con attenzione questi aspetti, consapevoli che la protezione dell'ambiente, dell'acqua e della biodiversità rappresenta una sfida globale che richiede impegno anche da parte di realtà come la nostra, orientate a costruire un futuro più sostenibile e resiliente.

## 8.1 Inquinamento

### ESRS E2

Operando come retail specializzato, non generiamo emissioni dirette significative di inquinanti nell'aria, nell'acqua o nel suolo. Tuttavia, alcune attività, come la logistica e la climatizzazione degli ambienti, producono emissioni indirette che contribuiscono al cambiamento climatico e all'inquinamento locale.

Per ridurre il nostro impatto, ottimizziamo i flussi logistici, aumentando il carico medio dei trasporti e collaborando con operatori attenti alla sostenibilità. Stiamo inoltre sostituendo progressivamente le caldaie a gas con sistemi elettrici a pompa di calore, alimentati da energia rinnovabile, riducendo così le emissioni locali e climalteranti.

Queste azioni migliorano la qualità dell'aria e contengono le emissioni di CO<sub>2</sub>, ossidi di azoto e particolato.

Le nostre strutture non generano reflui industriali né impattano significativamente il suolo, e gestiamo con attenzione i rifiuti RAEE e altre sostanze potenzialmente pericolose.

In linea con il principio di precauzione e con un approccio di miglioramento continuo, monitoriamo costantemente le attività per prevenire eventuali rischi e rafforzare il nostro contributo a un ambiente sano e sostenibile.

## 8.2 Acqua e risorse marine

### ESRS E3

Dal momento che la nostra attività si concentra esclusivamente sulla distribuzione e non prevede lavorazioni industriali che richiedano l'impiego diretto di risorse idriche, i consumi d'acqua registrati si limitano principalmente all'utilizzo per fini igienico-sanitari da parte del personale. Come evidenziato nel paragrafo relativo all'inquinamento, tutte le infrastrutture sono collegate alle reti idriche civili e non generano scarichi pericolosi o a rischio.

	2023	2024
Consumi idrici (m <sup>3</sup> )	31.651	40.462
Differenza anno su anno		+28%

## 8.3 Biodiversità ed ecosistemi

### ESRS E4

La tutela della biodiversità è una sfida ambientale globale, a cui le imprese possono contribuire in base ai propri impatti. Le nostre attività non comportano pressioni dirette sugli ecosistemi: sedi, centri logistici e punti vendita si trovano in aree urbanizzate, senza interferenze con habitat naturali o specie protette, quindi non si rilevano impatti significativi.

Tuttavia, monitoriamo attentamente la localizzazione dei nuovi insediamenti e rispettiamo le normative ambientali per evitare effetti indiretti su aree ecologicamente sensibili. Su scala internazionale, il Gruppo ha avviato una valutazione preliminare delle proprie operazioni basata sulla metodologia della Science Based Targets Network (SBTN), con l'obiettivo di identificare le aree a maggiore impatto e definire un piano di azione per ridurre eventuali effetti negativi sulla biodiversità.





## capitolo 9

# Uso delle risorse ed economia circolare

### ESRS E5

Non siamo coinvolti in processi produttivi industriali, ma la gestione di punti vendita, centri logistici e sedi operative comporta un **consumo di risorse** e la generazione di rifiuti, soprattutto legati a imballaggi e movimentazione merci. Pur non avendo un impatto diretto comparabile a quello manifatturiero, ci impegniamo a gestire in modo efficiente le risorse e a ridurre progressivamente i rifiuti, promuovendo soluzioni di economia circolare.

In quest'ottica, lavoriamo per:

- **ottimizzare l'uso dei materiali**, privilegiando forniture più sostenibili e riducendo gli sprechi;
- **aumentare le percentuali di raccolta differenziata e avvio a riciclo**, soprattutto per carta, plastica e materiali da imballaggio;
- **collaborare con fornitori e partner logistici** per promuovere soluzioni a minore impatto lungo tutta la filiera;
- **introdurre logiche circolari nei processi interni**, anche attraverso il riutilizzo e la rigenerazione di materiali o componenti, laddove applicabile.

A livello globale, il Gruppo sviluppa progetti sul **fine vita**, sul **riciclo** e sulla vendita di prodotti rigenerati, puntando a modelli di gestione dei rifiuti più **efficienti, responsabili e circolari**. Questo capitolo del bilancio illustra i principali flussi di risorse, la produzione di rifiuti e le iniziative per ridurre l'impatto ambientale.



## 9.1 Politiche, azioni, risorse e obiettivi connesse all'uso delle risorse ed economia circolare

### E5-1 / E5-2 / E5-3

Ci impegniamo costantemente a migliorare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse materiali lungo la nostra catena logistica, promuovendo un approccio più sostenibile e circolare sia in fase di approvvigionamento sia nella gestione dei rifiuti generati.

In particolare, uno degli ambiti su cui l'attenzione è massima è ovviamente quello del **packaging**, ovvero i materiali di imballaggio utilizzati per la movimentazione e la distribuzione dei prodotti.

Pur non avendo un controllo diretto sulla progettazione degli imballi dei fornitori abbiamo definito una strategia strutturata che punta a minimizzare l'impatto ambientale e che si articola su tre direttrici principali:

- riduzione dell'impiego di materiali di consumo monouso;
- ricorso crescente a materiali più sostenibili, riciclati o riciclabili;
- sviluppo di progetti improntati ai principi dell'economia circolare.

I principali materiali impiegati per l'imballaggio delle merci sono il legno, il cartone e la plastica, ciascuno dei quali è oggetto di iniziative specifiche di ottimizzazione e miglioramento.

### Imballaggi in legno

Il legno viene principalmente utilizzato per bobine di cavi e pallet da movimentazione.

Un'ampia quota delle bobine viene recuperata, riparata e riutilizzata fino al termine del loro ciclo di vita utile, contribuendo a contenere l'uso di risorse vergini e a ridurre i rifiuti legnosi.

Diversamente, i pallet impiegati sono spesso a perdere ma stiamo valutando alternative più durevoli o riciclabili e collaborazioni con operatori logistici per incentivarne il riutilizzo.

### Imballaggi in cartone

Il cartone è il materiale più utilizzato per la spedizione dei prodotti e comprende scatole, divisori e protezioni.

Tutto il cartone impiegato nei nostri processi è riciclato.

Il nostro impegno, però, non si concentra solo nella circolarità delle materie prime ma anche nella riduzione dell'impatto complessivo del packaging.

Un progetto particolarmente innovativo in questo ambito riguarda la standardizzazione e riduzione dei volumi delle scatole di spedizione. Attraverso l'utilizzo di un sistema meccanico che consente di adattare le dimensioni del cartone alle misure effettive dei prodotti, è stato possibile ottenere una riduzione media del volume dei colli fino al 30%. Sebbene il peso del cartone utilizzato rimanga pressoché invariato, questa ottimizzazione consente di massimizzare il carico utile dei mezzi di trasporto, con ricadute positive sulla logistica: si riduce lo spazio vuoto, si ottimizzano i trasporti e si abbattano le emissioni climalteranti legate alla distribuzione.

## Imballaggi in plastica

La plastica è utilizzata soprattutto sotto forma di film in polietilene estensibile, impiegato per proteggere e stabilizzare i carichi. Consapevoli del suo impatto ambientale, abbiamo avviato azioni per ridurre l'uso e migliorarne l'efficienza:

- riduzione dello spessore del film da 23 a 17 micron, mantenendo le stesse prestazioni;
- utilizzo di macchinari ottimizzati per limitare gli sfridi;
- monitoraggio continuo dei volumi impiegati.

In Sonepar non consideriamo il packaging in plastica un male assoluto: il nostro approccio si basa sul **life-cycle thinking**, valutando l'intero ciclo di vita dei materiali. Da qui nasce il progetto di **sostituzione progressiva degli imballi in cartone monouso con ceste riutilizzabili in plastica rigida**, più durature e sostenibili nel lungo periodo.

Il progetto, già operativo nei centri logistici di Padova e Pomezia, punta a un'estensione graduale anche ai flussi esterni. I benefici riguardano la riduzione del cartone, una maggiore efficienza logistica e una migliore protezione dei prodotti. È previsto anche il coinvolgimento attivo di collaboratori, operatori e fornitori attraverso attività di formazione e sensibilizzazione.

L'analisi ambientale delle attività logistiche ha evidenziato come gli imballaggi siano la principale fonte di rifiuti. Per questo sono state avviate iniziative di **ottimizzazione della gestione dei rifiuti**, con focus su:

- potenziamento della raccolta differenziata (carta, plastica, legno);
- sensibilizzazione del personale;
- monitoraggio dei flussi di rifiuto e promozione del riutilizzo di pallet e contenitori.

La gestione dei rifiuti avviene in collaborazione con gli operatori locali, nel rispetto delle normative. Sono previsti processi specifici per RAEE e batterie al litio, con tracciabilità completa. Anche l'etichettatura degli imballaggi è stata aggiornata secondo le norme europee, per rendere chiare le caratteristiche ambientali del packaging.

Pur non essendo ancora un ambito strategico, la gestione dei rifiuti è monitorata con attenzione. La frammentazione dei rapporti con le municipalizzate rende complessa la raccolta centralizzata dei dati, ma l'obiettivo di lungo termine è una **gestione sempre più integrata**, trasparente e circolare delle risorse lungo tutta la catena di distribuzione.

## 9.2 Risorse in entrata

### E5-4

#### Imballi

	u.m.	2022	2023	2024
Legno	ton.	760	946	921
Cartone	ton.	476	544	1.225
Plastica	ton.	115	49	166
Altri materiali	ton.	0	0	0
<b>Totale imballi</b>	<b>ton.</b>	<b>1.351</b>	<b>1.539</b>	<b>2.312</b>
Differenza anno su anno			+14%	+50%
Quantità imballi/colli movimentati (*1000)		0,200	0,222	0,338
Differenza anno su anno			+11%	+52%

## 9.3 Risorse in uscita

### E5-5

#### Rifiuti non pericolosi

	u.m.	2022	2023	2024
Legno	ton.	853	929	936
Carta e cartone	ton.	990	981	802
Plastica	ton.	59	58	59
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>ton.</b>	<b>1.902</b>	<b>1.968</b>	<b>1.797</b>
Differenza anno su anno			+3%	-9%

#### Rifiuti pericolosi

	u.m.	2022	2023	2024
RAEE	ton.	52	88	63
Differenza anno su anno	ton.		+69%	-28%

## Totale rifiuti

	u.m.	2022	2023	2024
Rifiuti non pericolosi	ton.	1902	1968	1797
Rifiuti pericolosi	ton.	52	88	63
Altri rifiuti (non conteggiati nel totale)	ton.	0	0	1.575*
<b>Totale</b>	<b>ton.</b>	<b>1.954</b>	<b>2.056</b>	<b>1860</b>
Differenza anno su anno			5%	-10%
Rapporto rifiuti/colli movimentati (*1000)		0,290	0,296	0,272
Differenza anno su anno			+2%	-8%

\* Il dato relativo al 2024 risulta significativamente influenzato dalla voce. "materiale misto derivante da costruzione e ristrutturazione". Questa voce si riferisce ai rifiuti eterogenei prodotti durante le attività di costruzione, ristrutturazione, ampliamento o manutenzione di edifici o infrastrutture. Essendo costituiti da una miscela di diversi tipi di scarti edilizi (detriti da demolizione, materiali isolanti, metalli, plastica, cartongesso, ecc.), pur essendo stati trattati secondo normativa, non sono stati contabilizzati per frazione. Rappresentando comunque un dato estemporaneo è stato ugualmente rendicontato nella sua totalità senza però riportare elementi di sotto dettaglio difficilmente rilevabili e contabilizzabili.







**Persone**





## capitolo 10

# La nostra politica per le persone

Da sempre poniamo le persone al centro della nostra strategia, riconoscendo che un ambiente di lavoro inclusivo, rispettoso e collaborativo sia fondamentale per costruire un futuro equo e responsabile. Per questo promuoviamo una leadership ispirata ai principi della sostenibilità, capace di valorizzare il potenziale di ogni individuo e di generare impatti positivi a livello sociale. L'impegno sociale del nostro Gruppo si inserisce all'interno del piano strategico "Impact", che vede proprio nelle persone una direttrice fondamentale (insieme a Clienti, Performance e Pianeta). In questo quadro, integriamo la responsabilità sociale nei processi decisionali e nella cultura aziendale, attraverso iniziative dedicate allo sviluppo del capitale umano e alla risposta ai bisogni emergenti delle comunità. Fedeli alla nostra mission rafforziamo costantemente il dialogo con i nostri stakeholder, promuovendo pratiche sostenibili e contribuendo attivamente al benessere e alla crescita dei territori in cui operiamo.

Con una visione strategica orientata al lungo periodo, vogliamo riaffermare il nostro impegno per un modello di business inclusivo, capace di generare valore condiviso per le persone e per la società operando:

- sulla **promozione del benessere, la sicurezza e lo sviluppo professionale dei nostri collaboratori**, in un'ottica di crescita continua e inclusiva;
- sul **sostenere le comunità locali** attraverso progetti di valore sociale, iniziative solidali e partnership con enti del territorio;
- sul **rafforzare la cultura aziendale della sostenibilità**, incoraggiando comportamenti consapevoli e responsabili a tutti i livelli dell'organizzazione.

Da sempre poniamo le persone al centro della nostra strategia, consapevoli che un ambiente di lavoro inclusivo, rispettoso e collaborativo sia la base su cui costruire un futuro equo e responsabile. Siamo convinti che investire nel benessere, nella crescita e nella valorizzazione delle persone significhi rafforzare la resilienza e la sostenibilità del nostro intero modello di business.

Promuoviamo una leadership ispirata ai principi della sostenibilità, capace di valorizzare le differenze, abilitare le potenzialità individuali e generare impatti positivi a livello sociale. La dimensione umana è per noi un elemento distintivo che guida le scelte strategiche, le politiche aziendali e le pratiche quotidiane.

L'impegno sociale del nostro Gruppo si concretizza nel piano strategico "Impact", che si articola su quattro direttrici principali: Persone, Clienti, Performance e Pianeta. Il pilastro "Persone" rappresenta la nostra volontà di investire sul capitale umano e di generare valore condiviso per tutti gli stakeholder interni ed esterni.

Attraverso Impact, integriamo la responsabilità sociale nei nostri processi decisionali e nella cultura aziendale, realizzando iniziative concrete dedicate allo sviluppo delle competenze, al benessere dei collaboratori e al supporto delle comunità locali.

Con una visione strategica orientata al lungo periodo, riaffermiamo il nostro impegno per un modello di business inclusivo, etico e responsabile, operando su più livelli:

- promuoviamo il benessere, la salute, la sicurezza e lo sviluppo professionale dei nostri collaboratori, creando un contesto lavorativo basato sulla fiducia, sulla crescita e sull'equità;
- sosteniamo le comunità locali attraverso progetti ad alto impatto sociale, collaborazioni con enti del territorio e iniziative solidali;
- rafforziamo la cultura della sostenibilità, stimolando comportamenti consapevoli e responsabili in ogni funzione e livello dell'organizzazione.

## La nostra forza lavoro

### Politiche a tutela dei diritti e dell'inclusione

Abbiamo definito e adottato una Politica sulla Diversità, Equità e Inclusione (DEI) che guida le nostre azioni

nell'ambito HR, definendo obiettivi, attività e strumenti per favorire una cultura aperta, accogliente e rispettosa delle diversità. Crediamo che la pluralità dei punti di vista sia un valore da promuovere attivamente e integrare nei processi di selezione, formazione, valutazione e crescita.

A questa si affianca la nostra Politica sui Diritti Umani, che mette al centro la dignità della persona.

Ci impegniamo formalmente a prevenire e contrastare ogni forma di sfruttamento, discriminazione, violenza o esclusione, sia all'interno della nostra organizzazione sia lungo tutta la nostra catena del valore.

### Ascolto e partecipazione

Riteniamo che l'ascolto attivo e il dialogo continuo con le nostre persone siano condizioni fondamentali per orientare le politiche interne e alimentare una cultura coerente con il nostro purpose e con i nostri valori fondamentali.

Per questo abbiamo attivato canali di ascolto formali e continuativi, tra cui:

- indagini strutturate sul clima organizzativo e sul benessere lavorativo;
- strumenti digitali di segnalazione e feedback sempre disponibili e accessibili.

Questi strumenti ci permettono di definire le azioni più coerenti con i bisogni emergenti, con un approccio data-driven e partecipativo.

### Inclusione, disabilità e parità di genere

Ci impegniamo con continuità sul fronte della diversità e dell'inclusione delle persone con disabilità, adottando misure per rendere gli ambienti di lavoro più accessibili, promuovendo percorsi di inserimento e formazione dedicati, e sensibilizzando le nostre persone su questi temi.

Nel 2024, abbiamo ottenuto e mantenuto importanti certificazioni che attestano la concretezza del nostro impegno:

- la certificazione UNI/PdR 125:2022, relativa alla parità di genere;
- la certificazione GEEIS (Gender Equality European & International Standard), riconosciuta a livello internazionale.

### Formazione, crescita e gestione dei talenti

Crediamo nella formazione continua come leva fondamentale per affrontare le trasformazioni del mercato e dell'industria in modo consapevole e proattivo. Ogni anno investiamo in percorsi formativi rivolti a tutte le funzioni e livelli aziendali.

Le nostre principali aree di azione sono:

- sviluppo delle competenze tecniche e trasversali (soft skill, digital skill, leadership);
- employee experience personalizzata;
- programmi di performance management, con obiettivi chiari e trasparenti;
- talent review e piani di successione per ruoli strategici.

### Salute, sicurezza e benessere

La salute e sicurezza sul lavoro rappresentano un pilastro imprescindibile per il nostro Gruppo. Investiamo nella prevenzione, nella formazione e nella responsabilizzazione diffusa, adottando sistemi di gestione coerenti con i principali standard nazionali e internazionali.

Accanto alla sicurezza fisica, promuoviamo anche il work-life balance e il benessere psicosociale attraverso:

- iniziative per la conciliazione vita-lavoro;
- supporto alla genitorialità e alla cura;
- servizi di supporto alla salute mentale.

### Il ruolo evolutivo dell'HR

In questo contesto, la funzione HR si è trasformata in un vero e proprio People Management Department, con un ruolo strategico nella gestione del cambiamento culturale e organizzativo. La nostra missione è accompagnare le persone in percorsi di crescita sostenibili, in grado di generare valore sia per l'individuo che per l'azienda.

## La forza lavoro nella nostra catena del valore

Siamo consapevoli dell'impatto che possiamo avere anche oltre i confini della nostra organizzazione.

Per questo prestiamo particolare attenzione alle condizioni di lavoro dei collaboratori dei nostri partner di fornitura, impegnandoci per garantire il rispetto dei diritti umani lungo tutta la filiera.

Abbiamo definito e implementato:

- un Codice di Condotta dei Fornitori, che stabilisce standard etici e sociali vincolanti;
- politiche e procedure di conformità per il monitoraggio continuo;
- un Programma di audit e formazione dedicato;
- una Politica sui Diritti Umani applicata anche ai partner esterni.

## Le comunità in cui operiamo

Ci consideriamo parte attiva delle comunità in cui operiamo e vogliamo essere motore di sviluppo, coesione e benessere. Per questo sosteniamo progetti sociali, culturali, sportivi e di volontariato, in collaborazione con enti locali e organizzazioni del terzo settore.

Tra le nostre iniziative:

- supporto a società sportive, associazioni culturali e organizzazioni benefiche;
- attività con scuole e università, per orientare e avvicinare i giovani al mondo del lavoro;
- promozione dell'educazione tecnica e ambientale.

## Clienti e utilizzatori finali

Mettere il cliente al centro è uno dei nostri valori fondamentali. Non significa solo offrire il miglior prodotto o servizio, ma garantire un'esperienza di valore in ogni punto di contatto, sia fisico che digitale.

Ci impegniamo a:

- rafforzare l'ascolto e il coinvolgimento dei clienti, tramite survey, interviste e community digitali;
- curare ogni touchpoint con attenzione alla qualità, trasparenza e semplicità;
- garantire la sicurezza dei prodotti, nel rispetto delle normative e delle aspettative del mercato.





## capitolo 11

# Forza lavoro propria

### ESRS S1

La forza lavoro rappresenta il nostro vero cuore pulsante. Sulle nostre persone sono fondate le strategie e le azioni per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e di sostenibilità. In un contesto in costante evoluzione, l'impegno verso la valorizzazione di questo asset imprescindibile si traduce in politiche concrete di inclusione, formazione continua, sicurezza, benessere organizzativo e coinvolgimento attivo.

Nel 2024, abbiamo proseguito sulla strada del rafforzamento del nostro modello di gestione delle risorse umane, promuovendo ambienti di lavoro equi, stimolanti e orientati alla crescita professionale. L'attenzione alla diversità e alla parità di genere, il dialogo costruttivo con i collaboratori, e l'investimento nella leadership diffusa rappresentano i pilastri su cui si fonda il nostro approccio al People Management.

## 11.1 Politiche relative alla forza lavoro propria

### S1-1

In Sonepar riconosciamo il valore strategico dei nostri collaboratori e il ruolo fondamentale che ricoprono nel contribuire sia ai risultati economici sia agli obiettivi sociali dell'organizzazione.

Il nostro approccio alla gestione del capitale umano è improntato alla responsabilità, all'ascolto e alla valorizzazione personale.

Lavoriamo per garantire un ambiente di lavoro sano, rispettoso e aperto, dove ognuno possa sentirsi riconosciuto, sicuro e messo nelle condizioni di dare il meglio di sé. Crediamo che la crescita delle persone sia strettamente connessa alla crescita dell'impresa, e ci impegniamo a tutelare i diritti fondamentali, promuovendo pari opportunità e incoraggiando una partecipazione attiva e concreta.

Tre aree di intervento guidano la nostra azione:

- **equità e inclusione** - ci impegniamo a costruire un contesto aziendale che valorizzi le differenze, garantisca pari accesso alle opportunità e promuova condizioni di lavoro eque, sicure e prive di discriminazioni. La tutela della salute, del benessere e della dignità di ogni persona è un principio guida fondamentale e trasversale;
- **sviluppo delle competenze** - investiamo con continuità in iniziative di formazione e aggiornamento, supportando ogni collaboratore nel suo percorso di crescita professionale e personale. Questo include azioni dedicate all'acquisizione di nuove competenze, alla mobilità interna e alla preparazione ai cambiamenti e ai miglioramenti organizzativi e tecnologici;

- **dialogo e collaborazione** - favoriamo modelli organizzativi aperti, agili e orizzontali, capaci di stimolare la condivisione, la partecipazione e la costruzione di relazioni solide all'interno dei team e tra le diverse funzioni aziendali. Attraverso strumenti di analisi e monitoraggio, raccogliamo feedback sul benessere e il coinvolgimento delle persone, per migliorare continuamente l'esperienza lavorativa.

Tutte queste azioni si inseriscono all'interno del piano strategico "Impact", che pone le Persone, insieme a Clienti, Pianeta e Performance, al centro del nostro impegno verso una crescita sostenibile e inclusiva. Ogni iniziativa legata ai lavoratori è pensata per generare benefici concreti, sia all'interno dell'azienda che nel rapporto con la comunità e gli stakeholder.

Queste linee di azione si inseriscono in una visione più ampia costruita su due politiche fondamentali che ci consentono di costruire un'organizzazione solida, aperta al cambiamento e capace di affrontare le sfide sociali ed economiche con responsabilità, mettendo sempre le persone al centro:

- **politica di diversità, equità e inclusione;**
- **politica dei diritti umani.**

Questi principi sono diffusi costantemente tramite sessioni formative, comunicazioni digitali e materiali aziendali sempre accessibili, assicurando così la piena consapevolezza e partecipazione attiva di tutti i collaboratori.



## 11.1.1 Politica sulla diversità, equità e inclusione (DEI)

In Sonepar crediamo che diversità, equità e inclusione (DEI) non siano semplici principi, ma valori fondanti che guidano il nostro modo di operare, relazionarci e crescere come organizzazione. Riteniamo che un ambiente di lavoro aperto, inclusivo e rispettoso sia essenziale per promuovere il benessere delle persone, rafforzare la collaborazione tra i team e stimolare l'innovazione in modo continuo.

Crediamo che la diversità - di genere, cultura, esperienza, età, orientamento, abilità e visione - rappresenti una fonte preziosa di arricchimento umano e professionale. Per questo ci impegniamo a creare condizioni eque che permettano a ciascun individuo di esprimere pienamente il proprio potenziale, in un contesto in cui ogni voce possa essere ascoltata e valorizzata.

**Siamo convinti che solo un'organizzazione che mette al centro le persone, riconosce la loro unicità e valore, possa costruire un futuro più giusto, collaborativo e sostenibile per tutti.**

### Linee di azione

La nostra politica in materia di DEI mira a rimuovere le barriere, promuovere pari opportunità e sostenere attivamente una cultura aziendale che celebra le differenze come leva strategica per il successo collettivo ed è centrata sui seguenti aspetti:

- **valorizzazione** delle esperienze e dei background diversi;
- **promozione** del rispetto e dell'inclusione;
- garanzia di **pari opportunità** di accesso e sviluppo per tutte le persone;
- **sostegno** a ogni individuo nell'esprimere liberamente il proprio potenziale;
- **applicazione** dei principi DEI in tutte le fasi di gestione delle risorse umane: selezione, formazione, valutazione e retribuzione;
- **promozione del benessere** con misure di conciliazione vita-lavoro, flessibilità e congedi;
- adozione di una **comunicazione inclusiva**, chiara e rispettosa;
- **supporto** di una governance su più livelli, con ruoli definiti a livello globale e locale;
- **coinvolgimento attivo** di tutta la popolazione aziendale, a partire dai manager;
- **monitoraggio** dei risultati tramite KPI dedicati e aggiornamento periodico della policy;
- **integrazione con il Codice Etico** e rispetto delle normative nazionali e internazionali sui diritti umani e le pari opportunità.

- **Equità** - garanzia di pari opportunità di accesso, crescita e sviluppo professionale.
- **Inclusione** - creazione di un ambiente in cui ciascuno possa esprimere liberamente il proprio potenziale.

### Integrazione della DEI nei processi HR

Integriamo i principi di Diversità, Equità e Inclusione in tutte le fasi della gestione delle risorse umane:

- **reclutamento e selezione** - adottiamo processi di selezione basati su competenze e potenziale, garantendo pari opportunità e valorizzando la diversità di background ed esperienze;
- **formazione e sviluppo** - offriamo percorsi formativi accessibili e personalizzati, promuovendo il talento individuale e l'empowerment in un contesto che riconosca e rispetti le differenze;
- **valutazione e retribuzione** - il nostro sistema di performance e compensation è improntato all'equità e alla trasparenza, con l'obiettivo di premiare il merito in modo oggettivo, senza discriminazioni;
- **genitorialità e work-life balance** - favoriamo il benessere attraverso misure di conciliazione vita-lavoro, come congedi parentali e flessibilità, per supportare le esigenze personali e familiari;
- **comunicazione inclusiva** - promuoviamo un linguaggio rispettoso e rappresentativo, che rifletta i valori di inclusione ed equità, sia nella comunicazione interna sia in quella esterna.

### Obiettivi della politica

- **Diversità** - valorizzazione dei background e delle differenti esperienze individuali, favorendo la collaborazione e l'inclusione.

### Governance

Il nostro impegno verso la Diversità, l'Equità e l'Inclusione è supportato da una governance strutturata su più livelli, con ruoli chiari e responsabilità definite a livello globale e locale.

## Gruppo

**Sonepar Executive Committe:** definisce a livello centrale gli obiettivi e le priorità globali in ambito DEI.

**DEI Council:** guida l'attuazione della roadmap globale DEI in tutte le regioni e funzioni supervisionando l'implementazione della strategia, stabilendo gli obiettivi di dettaglio, contribuendo alla definizione di piani e budget, monitorando i progressi attraverso KPI specifici.

## Italia

**DEI Champions:** implementano la roadmap DEI a livello locale, coinvolgendo in allineamento con la Direzione Generale i comitati guida (CGPG e CPLS) e monitorando l'avanzamento delle iniziative. **DEI Allies (CGPG & CPLS):** sostengono attivamente i progetti DEI e favoriscono la diffusione delle iniziative in azienda.

**Popolazione aziendale:** contribuisce quotidianamente a creare un ambiente di lavoro equo, inclusivo e aperto alle diversità. La promozione della Diversità, Equità e Inclusione è una responsabilità diffusa, che coinvolge tutte le persone in azienda.

Ciascuno è tenuto ad adottare comportamenti coerenti con i principi DEI nelle interazioni quotidiane. I manager hanno il compito di garantire decisioni eque, percorsi di sviluppo inclusivi e un ambiente fondato sul rispetto. L'efficacia della strategia DEI è monitorata attraverso specifici KPI, inclusi nel piano strategico annuale e definiti con il supporto della Direzione, del Comitato Guida per la Parità di Genere e del Comitato People Legal Sustainability. La policy viene riesaminata ogni anno nell'ambito del Sistema di Gestione Aziendale.

## Policy e norme di riferimento

La policy in materia di Diversità, Equità e Inclusione (DEI) è parte integrante di un più ampio sistema di governance etica e si armonizza con altri strumenti chiave che regolano la nostra condotta aziendale.

In particolare, essa si integra con il Codice Etico, il Codice di Condotta, la Politica per i Diritti Umani e la procedura per la segnalazione di comportamenti inappropriati e molestie, contribuendo a costruire e mantenere un contesto lavorativo in cui ogni persona si senta accettata, rispettata e tutelata.

Questa sinergia normativa consente di rafforzare la cultura dell'inclusione, garantendo la coerenza tra i principi dichiarati e le pratiche operative quotidiane.

La policy DEI supporta inoltre la **prevenzione attiva di ogni forma di discriminazione e promuove interventi tempestivi e trasparenti in caso di violazioni dei valori aziendali**, a tutela del benessere individuale e collettivo.

A livello normativo, si fonda sul rispetto di standard nazionali e internazionali, tra cui:

- Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea;
- Codice per le Pari Opportunità ;
- Dichiarazione Universale dei Diritti Umani;
- Agenda 2030 delle Nazioni Unite;
- Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO).

Aderiamo, inoltre, alle leggi italiane su parità di genere, disabilità e tutela contro le molestie sul lavoro, rafforzando il proprio impegno verso uno sviluppo sostenibile, equo e inclusivo.

## COMITATO PER LA PARITÀ DI GENERE

Nell'assegnazione di ruoli di responsabilità e potere decisionale, la Direzione Generale adotta politiche e strategie orientate alla sostenibilità ambientale, all'etica e alla promozione di un ambiente di lavoro equo e inclusivo. Particolare attenzione è rivolta alla valorizzazione della diversità, alla tutela delle pari opportunità e all'empowerment femminile, con l'obiettivo di raggiungere, mantenere e migliorare gli standard di performance definiti.

Per garantire l'efficace implementazione e il continuo miglioramento di tali principi, è stato istituito il **Comitato Guida per la Parità di Genere**, organo deputato a supportare l'adozione della Politica in materia di diversità, equità e inclusione, nonché delle politiche correlate definite dalla Direzione Generale. In stretta collaborazione con il Comitato, la Direzione elabora il Piano Strategico per la DEI, che individua per ciascuna area tematica obiettivi chiari, misurabili, realistici e temporalmente definiti, assegnando responsabilità specifiche per la loro attuazione e monitoraggio.

## 11.1.2 Politica dei diritti umani

Adottiamo una politica rigorosa e inequivocabile contro ogni forma di discriminazione, molestia o comportamento lesivo della dignità individuale, impegnandoci attivamente nella costruzione di un ambiente di lavoro fondato sul rispetto, sull'equità e sull'inclusione.

Promuoviamo una cultura aziendale che riconosca e valorizzi le differenze, garantendo a tutte le persone pari opportunità di espressione, crescita e partecipazione. Ogni collaboratore deve potersi sentire accolto, ascoltato e tutelato, indipendentemente da genere, etnia, orientamento sessuale, età, credo religioso, disabilità o qualsiasi altra condizione personale.

I nostri principali impegni includono:

- **proibizione del lavoro minorile** - condanniamo tutte le forme di lavoro minorile, impegnandoci a rispettare gli standard fissati dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO);
- **proibizione del lavoro forzato** - rifiutiamo ogni forma di lavoro forzato, assicurando che i collaboratori scelgano liberamente il proprio impiego e possano recedere dal contratto con un preavviso ragionevole. Prestiamo particolare attenzione ad evitare situazioni di lavoro forzato legate a difficoltà economiche o pratiche di selezione scorrette;
- **salute e sicurezza** - la tutela della salute, della sicurezza e del benessere dei nostri collaboratori a livello globale rappresenta una priorità assoluta. La sicurezza sul lavoro viene costantemente migliorata, in conformità con gli standard internazionali e le normative locali, attraverso l'adozione di misure mirate a ridurre i rischi;
- **libertà di associazione e contrattazione collettiva** - riconosciamo pienamente la libertà di associazione e il diritto alla contrattazione collettiva. Il dialogo sociale si articola in modo differenziato all'interno del Gruppo, in base alle culture, pratiche e normative vigenti nei vari Paesi;
- **non discriminazione, diversità e inclusione** - condanniamo ogni forma di discriminazione e promuoviamo attivamente la diversità sul posto di lavoro a tutti i livelli. Ci impegniamo a garantire pari opportunità e un ambiente inclusivo in cui le competenze, i comportamenti di leadership e i risultati siano gli unici criteri di valutazione per lo sviluppo professionale e la mobilità interna. Inoltre, sosteniamo l'adeguamento delle postazioni e delle condizioni di lavoro per favorire l'inclusione dei collaboratori con disabilità;
- **condizioni di lavoro dignitose** - garantiamo ai nostri collaboratori condizioni lavorative eque e favorevoli. La retribuzione e i benefit sono concepiti per assicurare un salario adeguato al sostentamento, mentre il rispetto del diritto al riposo e al tempo dedicato alla famiglia è pienamente tutelato;
- **violenza e molestie** - non tolleriamo alcuna forma di violenza o molestie sul luogo di lavoro e ci impegniamo a prevenire, contrastare e sanzionare tali comportamenti, assicurando al contempo il supporto alle vittime.

Attraverso iniziative di sensibilizzazione, formazione continua e strumenti di segnalazione trasparenti ed efficaci, lavoriamo per prevenire e contrastare attivamente ogni comportamento inappropriato, rafforzando quotidianamente il nostro impegno per un contesto lavorativo sicuro, sano e rispettoso dei diritti fondamentali.

I nostri principali impegni comprendono:

- garanzia di **pari opportunità e trattamento equo**, senza distinzione di genere, età, origine, religione, disabilità, orientamento sessuale o convinzioni personali;
- adozione di una **politica di tolleranza zero** verso molestie e comportamenti offensivi, sia verbali che fisici;
- offerta di **formazione continua** su temi di diversità, equità e inclusione e diffusione di una cultura aziendale aperta e rispettosa;
- applicazione di **sanzioni** rapide e trasparenti per ogni violazione delle norme etiche, in linea con il Codice Etico e il Regolamento aziendale.

## RUOLO DELLA FUNZIONE HR

La funzione HR svolge in Sonepar un ruolo centrale nella gestione delle risorse umane, garantendo processi equi, inclusivi e orientati allo sviluppo delle competenze, nel rispetto dei principi di parità di genere e non discriminazione.

Le attività principali comprendono:

- **definizione e aggiornamento dei ruoli**, responsabilità, mansioni e relazioni gerarchiche e funzionali, garantendo parità di genere e assenza di discriminazioni;
- **identificazione delle necessità di personale**, assegnazione di contratti equi e senza discriminazioni, con profili di competenza chiari per assicurare la scelta delle persone più qualificate;
- **garanzia della continuità operativa** tramite sistemi di sostituzione e rotazione, mantenendo elevati standard qualitativi, indipendenza, imparzialità, integrità e parità di genere;
- **definizione dei requisiti formativi minimi** per sviluppare competenze, consapevolezza del ruolo, comportamenti etici e sostenibili, inclusi i valori di inclusione e non discriminazione;
- **pianificazione e implementazione di attività di formazione e sensibilizzazione** per migliorare competenze, prestazioni e crescita personale e professionale;
- **monitoraggio e valutazione costantemente le competenze del personale**, garantendo la loro qualificazione e aggiornamento;
- **sensibilizzazione del personale** sull'importanza del proprio ruolo, dei rischi ambientali e sociali, della parità di genere, dell'inclusione e dell'assenza di discriminazioni;
- **promozione di comportamenti corretti** e contrasto agli stereotipi;
- **promozione del rispetto della Politica Aziendale**, del Codice Etico e dei valori di sostenibilità, inclusione e parità;
- **mantenimento di registrazioni dettagliate** su istruzione, formazione, competenze, qualifiche e monitoraggio delle performance, includendo dati sulla parità di genere.



## 11.1.3 Certificazioni e riconoscimenti in ambito People Management



### UNI PDR 125:2022

Nell'aprile 2023, abbiamo conseguito la certificazione per la parità di genere secondo la prassi UNI/PdR 125:2022, un risultato che va ben oltre il valore simbolico di un riconoscimento formale. Questa certificazione rappresenta, infatti, una validazione oggettiva e misurabile del nostro impegno nel costruire un contesto professionale equo, inclusivo e rispettoso delle differenze.

Il processo di certificazione valuta in modo approfondito le politiche, i processi e le pratiche adottate in diversi ambiti critici, tra cui reclutamento e selezione, accesso alla formazione, sviluppo di carriera, retribuzione, work-life balance e prevenzione di ogni forma di discriminazione o stereotipo di genere.

Raggiungere questo traguardo significa aver integrato la parità di genere come leva strategica per la crescita sostenibile, rendendo i principi di equità e inclusione parte integrante della cultura aziendale e dei meccanismi di gestione delle risorse umane.



### Certificazione Gender Equality European & International Standard (GEEIS)

Nel 2024 abbiamo concluso l'iter per l'ottenimento della certificazione GEEIS, formalmente rilasciata a inizio 2025.

GEEIS è uno standard internazionale per la parità di genere e la diversità sul lavoro, sviluppato dall'associazione Arborus nel 2010 e successivamente ampliato nel 2016 in "GEEIS-Diversity" per includere un approccio più ampio alla DEI.

La certificazione attesta che:

- adottiamo una governance strutturata per garantire pari opportunità e rispetto per tutti;
- implementiamo pratiche trasparenti di selezione, promozione e formazione, senza discriminazioni;
- misuriamo gli effetti delle proprie politiche, come gender pay gap, progressione di carriera, inclusione;
- ci dotiamo di strumenti concreti (policy, formazione, comunicazione, KPI) per favorire diversità e inclusione;
- promuoviamo una cultura inclusiva e duratura, con impegni monitorati nel tempo.





Carta per le  
pari opportunità  
e l'uguaglianza  
sul lavoro

## Carta per le pari opportunità

Nel 2024 abbiamo rafforzato il nostro impegno per un ambiente di lavoro equo e inclusivo aderendo alla Carta per le Pari Opportunità e l'Uguaglianza sul Lavoro di Sodalitas. Attraverso questa sottoscrizione, promuoviamo un programma di gestione inclusiva delle risorse umane, con azioni concrete e monitoraggio continuo dei progressi.



## 4Weeks4Inclusion

A partire dal 2021 siamo partner della 4Weeks4Inclusion una delle principali campagne europee interaziendali dedicate alla **diversità e all'inclusione**.

Nata nel 2020 e promossa da una rete di oltre **400 aziende, università, associazioni e organizzazioni non profit** l'iniziativa si svolge ogni anno in un arco temporale di quattro settimane (tipicamente tra ottobre e novembre), offrendo un programma ricco di **webinar, laboratori digitali, tavole rotonde** e altre occasioni di confronto a tema DEI.

## Diverse Supplier

PER LA PARTECIPAZIONE AL PROGRAMMA  
"INCLUSION DEVELOPMENT PARTNERSHIP"



## Digital badge for Inclusive Leader

Nell'ambito dell'iniziativa "Inclusion Development Partnership" promossa da Eni, abbiamo ottenuto il prestigioso Digital Badge come riconoscimento per esserci distinti come Inclusive Leader nel 2024. Questo programma coinvolge tutti i fornitori in percorsi di formazione, sensibilizzazione e confronto, con l'obiettivo di costruire una filiera più inclusiva e sostenibile.

A livello di Gruppo abbiamo, inoltre, conseguito i seguenti riconoscimenti:



### Leader in diversity 2024 & 2025

Per il secondo anno consecutivo, il Gruppo Sonepar è stato riconosciuto come Diversity Leader nella classifica annuale "Diversity Leaders" del Financial Times, un riconoscimento prestigioso che testimonia l'impegno concreto e costante dell'azienda nel promuovere una cultura aziendale fondata su inclusione, rispetto e valorizzazione delle diversità.

Il ranking, elaborato in collaborazione con Statista, si basa su un'indagine indipendente condotta su oltre 100.000 dipendenti di aziende europee, che valutano il loro datore di lavoro sulla base di parametri legati alla diversità di genere, etnia, età, orientamento sessuale, identità di genere e disabilità. L'inserimento di Sonepar tra i "leader" in questo ambito non solo conferma la validità delle politiche DEI implementate dal Gruppo, ma rafforza la reputazione dell'organizzazione come ambiente di lavoro accogliente e equo, in cui ogni persona può esprimere appieno il proprio potenziale.



### Duty of Care Awards 2023

Nel 2023 il Gruppo è stato candidato nella categoria Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) dei Duty of Care Awards, un riconoscimento internazionale che premia le organizzazioni impegnate a garantire la salute, la sicurezza, il benessere e la responsabilità sociale nel contesto globale in cui operano. Questa candidatura testimonia l'impegno costante del Gruppo nell'adozione di pratiche etiche, sostenibili e trasparenti, in linea con i più alti standard internazionali in materia ambientale, sociale e di governance. L'inserimento nella short list della categoria ESG valorizza l'approccio responsabile con cui operiamo quotidianamente: dalla tutela dell'ambiente alla promozione dei diritti umani, dalla creazione di ambienti di lavoro sicuri e inclusivi alla gestione consapevole della supply chain.

## 11.2 Processi di coinvolgimento della forza lavoro propria

### S1-2

In Sonepar crediamo che il successo duraturo del nostro modello di business passi attraverso il coinvolgimento attivo e consapevole della nostra forza lavoro. Le nostre persone - competenti, appassionate e responsabili - rappresentano la vera energia che alimenta la nostra crescita riflettendone i valori più profondi.

Per questo, investiamo costantemente nel dialogo interno, nella valorizzazione del capitale umano e nella creazione di un ambiente di lavoro che favorisca il senso di appartenenza, la motivazione e la partecipazione.

Attraverso **strumenti di ascolto strutturati**, percorsi di formazione e sviluppo, iniziative di benessere e programmi di riconoscimento del merito, promuoviamo una cultura aziendale inclusiva, trasparente e orientata alla collaborazione. Coinvolgere le persone significa renderle protagoniste del cambiamento e farle sentire parte integrante della strategia di sostenibilità, contribuendo attivamente al raggiungimento degli obiettivi economici, sociali e ambientali del Gruppo.

### Indagine Let's talk

Nel 2024 abbiamo promosso attivamente il coinvolgimento delle persone attraverso iniziative di ascolto strutturate. Tra queste, la survey di Gruppo denominata **"Let's Talk"** si conferma un momento centrale per raccogliere opinioni e percezioni su temi chiave quali **Engagement, Diversity, Equity & Inclusion e Purpose**.

La partecipazione a questa indagine è stata significativa:

a livello globale ha raggiunto il 77%, mentre per Sonepar Italia la partecipazione si è attestata all'89% e per Elettroveneta all'86%.

Questi dati testimoniano l'importanza attribuita dalle persone a queste tematiche e la volontà di contribuire attivamente alla costruzione di una cultura aziendale condivisa. I risultati confermano un forte senso di identificazione e benessere tra i collaboratori: l'**88%** ha dichiarato di sentirsi realizzato professionalmente e di provare orgoglio per il proprio lavoro; l'84% ha espresso una percezione positiva in merito ai valori legati al benessere, al **rispetto e inclusività** nel contesto lavorativo; l'**85%** ha riconosciuto pienamente il **purpose aziendale** come chiaro e motivante, rilevando un alto livello di consapevolezza e condivisione del "perché" che guida le nostre attività.

A partire dal 2024, abbiamo inoltre introdotto l'**Indice sui diritti umani** che ha raggiunto un valore dell'**86%**.

L'indice misura la percezione dei collaboratori rispetto al rispetto dei **diritti umani in azienda**, valutando aspetti come l'equità, la libertà di espressione, la dignità nei rapporti, la tutela da discriminazioni e la sicurezza sul lavoro. Si tratta di un nuovo indicatore rilevante, che rafforza il nostro impegno verso un ambiente di lavoro etico, inclusivo e rispettoso dei diritti fondamentali di ogni persona.

L'iniziativa "Let's Talk" verrà riproposta ciclicamente, con l'obiettivo di mantenere aperto un canale costante di ascolto e dialogo, e orientare con maggiore consapevolezza le nostre strategie di miglioramento continuo.

# 77%

il tasso di coinvolgimento media di Gruppo all'iniziativa Let's talk

# 89%

il tasso di coinvolgimento interno di Sonepar Italia all'iniziativa Let's Talk

# 86%

il tasso di coinvolgimento interno di Elettroveneta all'iniziativa Let's Talk

## L'ascolto a supporto del Performance Management

Tra gli strumenti attivati per favorire il coinvolgimento attivo della forza lavoro, rientra anche il sistema di Performance Management, pensato per promuovere un dialogo continuo tra manager e collaboratori. L'iniziativa ha l'obiettivo di riconoscere e migliorare le prestazioni individuali, fornendo **feedback** costruttivi, definendo obiettivi di sviluppo personalizzati e fissando i target di performance per l'anno successivo. Una guida dedicata, rivolta sia ai responsabili sia ai dipendenti, supporta il processo di valutazione e contribuisce alla diffusione di una cultura orientata alla crescita e al miglioramento continuo. Il tema sarà approfondito in dettaglio in una sezione successiva.

## Survey di stakeholder engagement

A supporto della realizzazione del presente bilancio di sostenibilità è stata inoltre condotta un'attività di stakeholder engagement interna tramite survey digitale. Le risposte non sono state fondamentali solo per validare l'analisi di doppia materialità ma hanno permesso di approfondire le aspettative e il livello di consapevolezza della popolazione aziendale rispetto ai temi ESG. L'elevato tasso di risposte (1.692 collaboratori) hanno evidenziato il forte senso di partecipazione attiva e ha offerto elementi utili per affinare le strategie di sostenibilità, in coerenza con quanto emerso dal più ampio processo di ascolto presentato nel capitolo dedicato.

## 11.3 Processi e canali di ascolto per la gestione degli impatti

### S1-3

In Sonepar crediamo che valorizzare le voci dei nostri collaboratori sia essenziale per costruire un ambiente di lavoro dinamico e partecipativo. L'ascolto attivo rappresenta per noi uno strumento strategico per rafforzare il coinvolgimento delle persone e alimentare il percorso di innovazione e crescita dell'azienda, in un'ottica di collaborazione orientata al miglioramento continuo.

Nel 2024 abbiamo consolidato un **sistema strutturato e multidimensionale di ascolto**, con l'obiettivo di rilevare in modo puntuale il percepito delle nostre persone e promuovere una cultura del feedback continuo.

Per integrare e approfondire ulteriormente il benessere delle persone, **abbiamo introdotto specifici sistemi di rilevazione su tematiche chiave quali la genitorialità, i rischi relativi a molestie, fisiche e digitali nonché lo stress lavoro-correlato.**

Quest'ultimi aspetti sono monitorati per mezzo del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), che prevede una fase di analisi con specifiche domande nei questionari sullo stress correlato, con distinzione rispetto al canale di whistleblowing per garantire maggiore riservatezza.

A partire da **maggio 2025** verrà inoltre introdotto uno specifico sistema di feedback e monitoraggio dell'Employee Net Promoter Score (**eNPS**), l'indicatore che misura il grado di soddisfazione e la propensione a raccomandare

l'azienda, con rilevazioni periodiche e sistematiche che integreranno le exit interview tradizionali.

Questo strumento sarà monitorato mensilmente e si aggiungerà agli altri indicatori di performance aziendale, rafforzando la nostra capacità di intervenire tempestivamente sui bisogni emergenti.

Saranno, quindi, quattro i momenti istituzionali di confronto che abbiamo definito e che scandiscono il percorso del collaboratore all'interno dell'azienda:

- **stay survey a 90 giorni dall'ingresso**, per raccogliere impressioni e suggerimenti dopo i primi mesi di vita aziendale;
- **stay survey a 12 mesi**, per valutare l'esperienza sul medio termine;
- **survey periodica** sul clima organizzativo che coinvolge tutto il personale con cadenza regolare;
- **exit interview** finalizzata a comprendere le motivazioni di chi lascia l'azienda e individuare aree di miglioramento.

Questi momenti sono, inoltre, integrati da ulteriori strumenti di ascolto, tra cui la piattaforma di feedback continua e il sistema di **whistleblowing** che garantisce un canale sicuro per segnalare comportamenti non conformi.

### 11.3.1 Prevenzione delle molestie e whistleblowing

Adottiamo una politica di tolleranza zero verso ogni forma di violenza, molestia o comportamento inappropriato, verbale o fisico. Per rafforzare questo impegno e garantire un ambiente di lavoro sicuro e rispettoso per tutte le persone, sono stati implementati strumenti specifici, tra cui:

- un piano di prevenzione delle molestie;
- una policy di whistleblowing accessibile e conforme alla normativa vigente.

#### Piano di prevenzione delle molestie

Nel 2023 è stato avviato a livello di Gruppo un piano di prevenzione delle molestie che costituisce una parte integrante dell'impegno dell'azienda verso un ambiente di lavoro inclusivo e tutelante. Il programma, inaugurato con una sessione formativa dedicata al Top Management nell'ottobre 2023, è stato successivamente esteso ai People Manager delle singole unità nazionali e, a partire da ottobre 2024, a tutta la popolazione aziendale attraverso un modulo formativo e-learning obbligatorio.

A rafforzare ulteriormente l'efficacia del programma, è stato integrato nelle policy aziendali anche il **canale anonimo di ascolto "Respect"**, esclusivamente dedicato alle molestie, che permette a chiunque di segnalare situazioni critiche in totale riservatezza.

Per il 2025 è inoltre prevista un'indagine interna sul rischio di molestie, che andrà a completare il monitoraggio già avviato con la valutazione dello stress lavoro-correlato.

Chiunque sia vittima o testimone di episodi di molestie, violenza o mobbing può effettuare una segnalazione secondo due modalità.

1. **Modulo anonimo** disponibile sul portale Zucchetti, compilabile e inviabile via posta (anche in forma anonima) all'attenzione del **Comitato Guida per la Parità di Genere**, all'indirizzo: Sonepar Italia - Riviera Maestri del Lavoro 24, Padova.
2. **Email dedicata** all'indirizzo: [respect@sonepar.it](mailto:respect@sonepar.it), letta esclusivamente dal **Comitato Guida per la Parità di Genere**.

Tutte le segnalazioni vengono trattate con la massima riservatezza e secondo le procedure previste, garantendo protezione e ascolto alle persone coinvolte.

#### Politica di whistleblowing

Promuoviamo una cultura della trasparenza e dell'integrità, incoraggiando tutte le persone a segnalare, comportamenti o situazioni che potrebbero costituire una violazione del Codice di Condotta aziendale o del Codice di Condotta dei Fornitori, nonché delle normative, politiche e procedure aziendali.

A tal fine, è stata adottata una Politica di Whistleblowing, pensata per offrire un canale sicuro e riservato attraverso cui esprimere le proprie preoccupazioni, tutelando al tempo stesso chi segnala da qualsiasi forma di ritorsione.

La Policy è consultabile all'interno del Manuale delle Politiche e delle Procedure di Conformità.



Come segnalare:

- il primo riferimento rimane sempre il proprio **manager diretto**, ove possibile;
- in alternativa, è possibile rivolgersi al **Dipartimento Risorse Umane**, sia a livello locale che centrale, oppure all'Ufficio del Consiglio Generale;
- per chi preferisse un canale completamente riservato, è disponibile **una piattaforma di segnalazione anonima**, accessibile 24 ore su 24 in oltre 20 lingue, che consente di inviare segnalazioni in modo sicuro e confidenziale.



## 11.4 Caratteristiche dei lavoratori dipendenti

### S1-6

**Numero totale di dipendenti per tipologia di contratto e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\***

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>
Tempo indeterminato	227	1.663	<b>1.890</b>	208	1.487	<b>1.695</b>	247	1.648	<b>1.895</b>
Tempo determinato	1	3	<b>4</b>	28	201	<b>229</b>	2	11	<b>13</b>
Apprendistato	7	21	<b>28</b>	7	19	<b>26</b>	13	23	<b>36</b>
Altro	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<b>Totale</b>	<b>235</b>	<b>1.687</b>	<b>1.922</b>	<b>243</b>	<b>1.707</b>	<b>1.950</b>	<b>262</b>	<b>1.682</b>	<b>1.944</b>
Differenza anno su anno				+3%	+1%	+1%	+8%	-1%	-0,3%

**Dipendenti tempo pieno / part time per genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\***

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>
Tempo pieno	193	1.677	<b>1.870</b>	201	1.700	<b>1.901</b>	221	1.673	<b>1.894</b>
Tempo parziale	42	10	<b>52</b>	42	7	<b>49</b>	41	9	<b>50</b>
<b>Totale</b>	<b>235</b>	<b>1.687</b>	<b>1.922</b>	<b>243</b>	<b>1.707</b>	<b>1.950</b>	<b>262</b>	<b>1.682</b>	<b>1.944</b>

## 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 business area che caratterizza la nostra organizzazione commerciale.

Nel calcolo complessivo le aree risultano così suddivise:

### Business Area Nord

Comprende i dipendenti di Sonepar Italia dislocati nelle regioni Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Toscana, Umbria e Marche nonché i collaboratori Elettroveneta dislocati tra Veneto e Friuli Venezia Giulia e i dipendenti HDUEA operanti a Padova.

### Business Area Centro, Sud e Isole

Comprende i dipendenti di Sonepar Italia operanti nelle regioni Lazio, Abruzzo, Campania, Basilicata, Puglia, Molise, Calabria, Sicilia, Sardegna.

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Business Area Nord	187	971	1.158	193	976	1.169	223	1.159	1.382
Business Area Centro, Sud e Isole	48	716	764	50	731	781	39	523	562
<b>Totale</b>	<b>235</b>	<b>1.687</b>	<b>1.922</b>	<b>243</b>	<b>1.707</b>	<b>1.950</b>	<b>262</b>	<b>1.682</b>	<b>1.944</b>

## 11.4.1 Assunzioni e dimissioni

### La fase di recruiting

Nel dicembre 2024, abbiamo rivisto in modo significativo il nostro processo di reclutamento, con l'obiettivo di ridurre l'influenza di bias consci e inconsci e favorire una valutazione più equa, oggettiva e inclusiva dei candidati.

Le principali azioni introdotte includono:

- **lancio del modulo e-learning "Come condurre un colloquio in modo equo e inclusivo"**, rivolto a tutti i recruiter e manager coinvolti nel processo di selezione. Il corso fornisce strumenti pratici per riconoscere ed evitare comportamenti discriminatori, promuovendo una cultura basata sull'equità e sull'ascolto;
- **adozione di un modulo standardizzato per la valutazione dei candidati**, accompagnato da una griglia di domande suggerite, progettate per approfondire competenze e potenziale in maniera imparziale. Questo approccio consente di mantenere coerenza e trasparenza nei colloqui, limitando i margini di soggettività.

Assunzioni per età e genere

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Inferiore ai 26 anni	4	24	28	2	16	18	7	13	20
Dai 26 ai 35 anni	15	46	61	10	42	52	17	29	46
Dai 36 ai 45 anni	12	25	37	2	30	32	11	39	50
Dai 46 ai 55 anni	3	20	23	3	19	22	3	21	24
Dai 56 ai 65 anni	0	1	1	1	8	9	0	8	8
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Totale	34	116	150	18	116	134	38	110	148
Differenza anno su anno				-47%	0%	-11%	+111%	-5%	+10%

Dimissioni per età e genere

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Inferiore ai 26 anni	0	4	4	1	5	6	0	2	2
Dai 26 ai 35 anni	1	17	18	4	21	25	3	27	30
Dai 36 ai 45 anni	5	31	36	3	17	20	6	23	29
Dai 46 ai 55 anni	2	25	27	3	27	30	1	22	23
Dai 56 ai 65 anni	4	28	32	3	44	47	2	28	30
Oltre i 65 anni	0	3	3	0	4	4	0	7	7
Totale	12	108	120	14	118	132	12	109	121
Differenza anno su anno				+17%	+9%	+10%	-14%	-8%	-8%

432

le assunzioni nel triennio 2022-2024

90

le assunzioni femminili nel triennio  
2022-2024

## Le attività di onboarding

L'universo complesso e in continua evoluzione di Sonepar, richiede processi di inserimento curati e strutturati per garantire un'esperienza positiva fin dal primo giorno. Per questa ragione, proponiamo ai neoassunti un calendario di molteplici attività da seguire che include momenti dedicati alla conoscenza della cultura aziendale e all'incontro con le figure chiave. Tra questi, il Welcome Day, che, svolgendosi presso la sede centrale di Padova, offre l'occasione di incontrare l'Amministratore Delegato, conoscere i nuovi colleghi e partecipare a workshop esperienziali sui valori aziendali.

Anche i cambi di ruolo interni sono accompagnati da attività di induction mirate, pensate per supportare i collaboratori nei momenti di transizione e garantire un inserimento efficace nella nuova posizione.

Nel 2024, inoltre, è stato introdotto un nuovo modello di selezione basato su piattaforme digitali, per migliorare la gestione dei CV e ottimizzare l'esperienza di recruiting. A supporto di ciò, è stata inserita in organico una figura dedicata esclusivamente alla gestione delle piattaforme digitali HR.

Guardando al futuro, a partire dal 2025 verrà implementato un nuovo modello di onboarding digitale, volto a rendere il percorso di ingresso ancora più personalizzato, interattivo e coerente con le evoluzioni organizzative.

### Numero persone coinvolte attività di on boarding

	2022	2023	2024
Num. persone coinvolte	110	123	147
Differenza anno su anno		+12%	+20%



## 11.5 Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti dell'impresa

S1-7

Non dipendenti per funzione e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\*

	2022			2023			2024		
	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	14	21	7	11	18	5	6	11
Operai	33	118	151	49	148	197	40	228	268
Apprendisti impiegati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendisti operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>172</b>	<b>56</b>	<b>159</b>	<b>215</b>	<b>45</b>	<b>234</b>	<b>279</b>
Differenza anno su anno				+40%	+20%	+25%	-20%	+47%	+30%

Non dipendenti tempo pieno / part time per genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\*

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Tempo pieno	39	129	168	54	158	212	44	233	277
Tempo parziale	1	3	4	2	1	3	1	1	2
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>172</b>	<b>56</b>	<b>159</b>	<b>215</b>	<b>45</b>	<b>234</b>	<b>279</b>

Non dipendenti per età e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\*

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Età inferiore ai 26 anni	16	42	58	18	52	70	6	43	49
Dai 26 ai 35 anni	14	49	63	25	64	89	25	55	80
Dai 36 ai 45 anni	7	27	34	8	28	36	8	35	43
Dai 46 ai 55 anni	3	9	12	4	10	14	4	46	50
Dai 56 ai 65 anni	0	5	5	1	5	6	2	47	49
Oltre i 65 anni	0	0	0	0	0	0	0	8	8
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>172</b>	<b>56</b>	<b>159</b>	<b>215</b>	<b>45</b>	<b>234</b>	<b>279</b>



**Non dipendenti tempo pieno / part time per genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\***

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>
Business Area nord	40	130	<b>170</b>	51	140	<b>191</b>	38	199	<b>237</b>
Business Area Centro, Sud e Isole	0	2	<b>2</b>	5	19	<b>24</b>	7	35	<b>42</b>
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>172</b>	<b>56</b>	<b>159</b>	<b>215</b>	<b>45</b>	<b>234</b>	<b>279</b>

## 11.6 Accordi collettivi e dialogo sociale

### S1-8

In Sonepar riconosciamo il valore strategico del dialogo sociale e del confronto costruttivo con le rappresentanze dei lavoratori come elementi fondamentali per garantire un ambiente di lavoro equo, trasparente e partecipativo. In quanto azienda italiana operante nel settore della distribuzione di materiale elettrico, siamo impegnati a rispettare pienamente i diritti dei lavoratori sanciti dalla normativa nazionale e dalle convenzioni internazionali, promuovendo il coinvolgimento attivo delle persone attraverso relazioni industriali improntate alla fiducia e alla collaborazione reciproca.

Tutti i nostri collaboratori sono coperti da contratti collettivi nazionali del lavoro (CCNL) e, ove presenti, da accordi integrativi aziendali, che definiscono condizioni di lavoro, tutele e strumenti di welfare coerenti con le esigenze del contesto operativo e con gli obiettivi di crescita sostenibile del Gruppo.

Il nostro approccio alle relazioni sindacali si fonda sull'ascolto continuo, sulla trasparenza dei processi decisionali e sulla volontà di affrontare congiuntamente le sfide legate all'evoluzione del mercato e all'innovazione tecnologica, nel rispetto delle persone e della loro dignità professionale.

## 11.7 Metriche relativa alla diversità

### S1-9

In Sonepar crediamo che la diversità rappresenti un valore fondamentale e una leva strategica per l'innovazione, la crescita e la coesione interna. Promuovere una cultura aziendale inclusiva significa creare un ambiente di lavoro in cui ogni persona si senta accolta, rispettata e valorizzata, indipendentemente da genere, età, origine, orientamento, abilità o qualsiasi altra caratteristica individuale.

Nel nostro ruolo di leader nella distribuzione di materiale elettrico, abbiamo la responsabilità di guidare il cambiamento anche sul piano sociale, costruendo una comunità professionale che rifletta la pluralità della società e che sappia trarre forza dalle differenze. Per questo abbiamo integrato i principi di diversità, equità e inclusione (DEI) all'interno della nostra strategia di sostenibilità, adottando politiche e strumenti che favoriscono pari opportunità, contrastano ogni forma di discriminazione e sostengono lo sviluppo equo del talento.

## 11.7.1 Il nostro impegno per la diversità ed inclusività: la strategia DEI

“Powered by Difference” è il principio guida che ispira le nostre azioni a livello globale. Per noi le differenze rappresentano un valore strategico su cui fondare il vantaggio competitivo, il posizionamento di mercato e la proposta di valore verso i clienti. L’inclusione è parte essenziale di questa visione: vogliamo garantire pari accesso a opportunità e risorse per tutte le persone, indipendentemente da genere, origine o credo. La nostra traiettoria di crescita è orientata alla costruzione di un ambiente in cui ognuno si senta al sicuro, ascoltato e parte di una comunità coesa.

Questo impegno si è tradotto in progetti concreti e nella formalizzazione di una vera e propria strategia DEI, accompagnata da una revisione della struttura organizzativa. A supporto, è stato istituito un **Comitato Guida per la Parità di Genere**, composto da tre figure specialistiche e collocato in staff diretto all’Amministratore Delegato.



Nel 2024, la nostra strategia DEI si è focalizzata sui seguenti ambiti:

- **valorizzare la leadership femminile;**
- **aumentare la presenza di under 30**, attraverso percorsi di inserimento e crescita;
- **includere i lavoratori temporanei nei programmi interni** (comunicazione, formazione, wellbeing), garantendo loro accesso a SonePeople.

Queste azioni rendono la DEI parte integrante della nostra visione di sostenibilità sociale.

## LE NOSTRE STORIE DI SUCCESSO DEL 2024

- Talent acquisition di giovani e donne con background eterogenei.
- Accademia sonepar italia 2024: il 62% dei 21 partecipanti formati e assunti erano donne.
- Aumento % donne assunte: dal 13,04% del 2023 al 27,5% del 2024.
- Certificazione UNI/PDR 125. Raggiunto un punteggio più elevato rispetto al 2023, a conferma del miglioramento continuo.
- Pillola di e-learning dei: completa dal 95% della popolazione aziendale, pari a 1.7000 Ore di formazione.
- Prevenzione delle molestie: formazione in aula per hr e people manager e contenuti e-learning per tutti, per un totale di 626 ore (formazione in corso).
- Formazione DEI per i nuovi arrivati: durante l'evento discovery days, 4 ore per ciascuna delle 3 edizioni nel 2024, con 89 partecipanti e un totale di 356 ore erogate.

## Dipendenti per inquadramento e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\*

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>
Dirigenti	1	18	<b>19</b>	1	19	<b>20</b>	1	18	<b>19</b>
Quadri	5	71	<b>76</b>	8	70	<b>78</b>	9	68	<b>77</b>
Impiegati	215	1.291	<b>1.506</b>	218	1.327	<b>1.545</b>	231	1.336	<b>1.567</b>
Operai	7	286	<b>293</b>	9	272	<b>281</b>	8	237	<b>245</b>
Apprendisti impiegati	7	21	<b>28</b>	7	19	<b>26</b>	13	23	<b>36</b>
Apprendisti operai	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<b>Totale</b>	<b>235</b>	<b>1.687</b>	<b>1.922</b>	<b>243</b>	<b>1.707</b>	<b>1.950</b>	<b>262</b>	<b>1.682</b>	<b>1.944</b>

## Dipendenti per età e genere (Sonepar+Elettroveneta+HDUEA)\*

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>	donne	uomini	<b>totale</b>
Età inferiore ai 26 anni	3	46	<b>49</b>	2	36	<b>38</b>	9	43	<b>52</b>
Dai 26 ai 35 anni	33	202	<b>235</b>	35	191	<b>226</b>	47	182	<b>229</b>
Dai 36 ai 45 anni	68	408	<b>476</b>	54	378	<b>432</b>	62	398	<b>460</b>
Dai 46 ai 55 anni	98	708	<b>806</b>	105	673	<b>778</b>	100	674	<b>774</b>
Dai 56 ai 65 anni	33	319	<b>352</b>	45	371	<b>416</b>	44	376	<b>420</b>
Oltre i 65 anni	0	4	<b>4</b>	2	58	<b>60</b>	0	9	<b>9</b>
<b>Totale</b>	<b>235</b>	<b>1.687</b>	<b>1.922</b>	<b>243</b>	<b>1.707</b>	<b>1.950</b>	<b>262</b>	<b>1.682</b>	<b>1.944</b>

## LE QUOTE ROSA IN MAGAZZINO

L'innovazione tecnologica e l'automazione introdotte nei nuovi centri logistici di Padova e Pomezia hanno trasformato profondamente il nostro approccio alla movimentazione delle merci. Il nuovo modello, in cui il prodotto raggiunge l'operatore e non viceversa, ha ridotto la componente fisica del lavoro contribuendo in modo significativo alla diminuzione del rischio infortuni e rendendo le mansioni più accessibili e inclusive, in particolare per le donne.

Questa evoluzione rappresenta un cambio di paradigma nella gestione logistica, orientato a una maggiore equità di genere. In linea con il nostro impegno per una logistica sempre più "democratica", già a partire dal 2023 abbiamo segnato un traguardo importante: il superamento della soglia del 20% di presenza femminile nei magazzini. Un risultato che testimonia l'efficacia delle nostre politiche di inclusione in ambienti storicamente connotati da una forte prevalenza maschile.



## 11.8 Disabilità

### S1-12

Nel 2024 abbiamo rafforzato il nostro impegno verso l'inclusione sociale e i valori ESG, promuovendo attivamente iniziative concrete per favorire il coinvolgimento di persone con disabilità e soggetti svantaggiati.

Questo impegno si riflette non solo nelle nostre attività dirette, ma anche lungo l'intera catena del valore, con l'obiettivo di costruire un ambiente di lavoro più inclusivo e una società più equa. Il nostro approccio si basa sulla valorizzazione delle diversità e sulla rimozione delle barriere, garantendo pari opportunità e supporto a chi affronta sfide particolari.

Siamo orgogliosi di collaborare con **RIESCO**, una realtà specializzata nella fornitura di servizi e fortemente impegnata nell'inclusione lavorativa delle persone con disabilità. Attualmente, RIESCO gestisce il servizio mensa della nostra sede, offrendo un servizio professionale e di qualità, mentre promuove attivamente l'integrazione sociale attraverso l'impiego di personale con disabilità, che rappresenta oltre il 50% della sua forza lavoro.

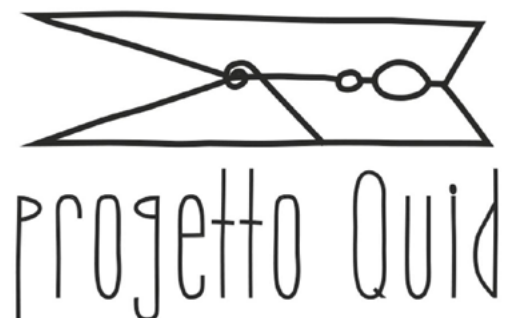
Abbiamo inoltre attivato una partnership con **QUID**, impresa sociale impegnata nell'integrazione lavorativa di persone in condizioni di fragilità, che cura la fornitura delle nostre divise aziendali.

Queste collaborazioni ci permettono di coniugare inclusività e performance, contribuendo a uno sviluppo più equo e sostenibile lungo tutta la nostra catena del valore.

Nel 2025 sarà avviata una **campagna di sensibilizzazione sulla disabilità**, supportata da un piano di comunicazione finalizzato a promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, capace di accogliere, valorizzare e sostenere le persone con disabilità.

Inoltre, sarà rafforzata la collaborazione con società che offrono servizi in convenzione ai sensi dell'Art. 14, con l'obiettivo di incrementare le opportunità di inclusione lavorativa.

	2024		totale
	donne	uomini	
n. dipendenti con disabilità	16	74	90





## 11.9 Formazione e sviluppo competenze

### S1-13

In Sonepar, le persone rappresentano il cuore della nostra strategia. Crediamo che lo sviluppo delle competenze sia un fattore chiave per affrontare le sfide di un mercato in continua evoluzione. Per questo motivo, la formazione e il miglioramento continuo non sono semplici adempimenti, ma parte integrante della nostra cultura aziendale.

Nel 2024 abbiamo rafforzato il nostro impegno nella crescita delle persone, con oltre 10.000 ore di formazione in più rispetto al biennio precedente.

Il piano formativo ha integrato percorsi obbligatori - a tutela della sicurezza, della compliance e dell'aggiornamento tecnico - con iniziative dedicate allo sviluppo delle competenze trasversali e alla promozione di una cultura inclusiva e collaborativa.

Tra le principali aree di intervento figurano la diversità e inclusione, le tecniche di vendita, la leadership e le soft skill, con programmi pensati per favorire l'apprendimento continuo e la condivisione di buone pratiche tra le persone.

L'obiettivo rimane quello di valorizzare il potenziale individuale e collettivo, sostenendo l'evoluzione dei ruoli e la competitività dell'organizzazione in un contesto in costante trasformazione.

## 33 mila ore

la formazione erogata nel 2024

## 23 mila

i partecipanti totali alle iniziative di formazione 2024

## 4 mila ore

la formazione su tematiche ESG nel 2024

#### Ore erogate per genere

	2022	2023	2024
Donne	3.226	3.033	4.687
Uomini	17.443	17.500	28.377
<b>Totale</b>	<b>20.669</b>	<b>20.533</b>	<b>33.064</b>
Differenza anno su anno		-1%	+61%

#### Ore erogate per inquadramento

	2022	2023	2024
Dirigenti	228	257	189
Quadri	1.265	1.351	1.725
Impiegati	15.972	15.301	27.733
Operai	1.580	1.823	2.078
Altro (tirocinanti, non dipendenti, ecc.)	1.624	1.801	1.339
<b>Totale</b>	<b>20.669</b>	<b>20.553</b>	<b>33.064</b>
Differenza anno su anno		-1%	+61%

## Numero partecipanti per genere

	2022	2023	2024
Donne	2.273	1.798	3.456
Uomini	13.981	12.927	19.505
<b>Totale</b>	<b>16.254</b>	<b>14.725</b>	<b>22.961</b>
Differenza anno su anno		-9%	+56%

## Numero partecipanti per inquadramento

	2022	2023	2024
Dirigenti	154	72	168
Quadri	711	746	964
Impiegati	12.139	10.605	18.605
Operai	1.550	1.756	1.583
Altro (tirocinanti, non dipendenti, ecc.)	1.700	1.546	1.641
<b>Totale</b>	<b>16.254</b>	<b>14.725</b>	<b>22.961</b>
Differenza anno su anno		-9%	+56%

## Formazione erogata per tematica

	2023	2024
Formazione tecnica e di business	5.306	21.788
Tematiche ESG	3.592	3.757
Leadership e management	2.166	2.168
Competenze di comunicazione	1.511	934
Sonepeople	1.306	1.506
Onboarding	1.032	1.354
App e strumenti di lavoro	525	1.556
<b>Totale</b>	<b>15.438</b>	<b>33.064</b>
Differenza anno su anno		+114%

## Ore erogate su tematiche di sostenibilità

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	1.043	985	317
Elettroveneta	150	120	14
HDUEA	3	3	0
<b>Totale</b>	<b>1.196</b>	<b>1.108</b>	<b>331</b>
Differenza anno su anno		-7%	-70%

## Ore erogate su tematiche DEI

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	177	1.770	3.157
Elettroveneta	64	208	225
HDUEA	0	4	2
<b>Totale</b>	<b>241</b>	<b>1.982</b>	<b>3.383</b>
Differenza anno su anno		+722%	+71%

## Ore erogate su tematiche compliance

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	1.066	450	726
Elettroveneta	283	49	77
HDUEA	13	3	0
<b>Totale</b>	<b>1.362</b>	<b>502</b>	<b>804</b>
Differenza anno su anno		-63%	+60%

## Ore erogate su tematiche ESG

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	2.286	3.205	3.442
Elettroveneta	497	377	314
HDUEA	16	10	2
<b>Totale</b>	<b>2.799</b>	<b>3.592</b>	<b>3.757</b>
Differenza anno su anno		+28%	+5%

## Ore erogate su tematiche di sicurezza

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	3.232	3.348	8.002
Elettroveneta	496	486	1.016
HDUEA	24	12	0
<b>Totale</b>	<b>3.752</b>	<b>3.846</b>	<b>9.018</b>
Differenza anno su anno		+3%	+134%

## 11.9.1 Sonepar Academy

La **20ª edizione** della **Sonepar Academy**, iniziata il 13 maggio 2024, conferma il nostro impegno nel formare diplomate e diplomati da inserire nella squadra Sonepar, rafforzando il **proprio** carattere inclusivo e orientato alla parità di genere. Nato come progetto a vocazione territoriale, il programma si è oggi ampliato a livello nazionale, con un percorso formativo articolato che comprende **quattro settimane** in aula presso la sede di Padova, **un mese di training on the job**, **una settimana di follow up in presenza e ulteriori ore di formazione online**.

Negli ultimi anni, la Academy ha raddoppiato la sua offerta formativa, puntando non solo a preparare i giovani, ma anche a incrementare significativamente la partecipazione femminile, promuovendo valori di inclusività e gender equality in un settore tradizionalmente a prevalenza maschile. L'obiettivo finale è garantire un **tasso di occupazione del 100%**, inserendo tutti i partecipanti direttamente in Sonepar o presso aziende partner.

Il percorso formativo si concentra su diverse aree chiave:

- **54 ore** di approfondimenti tecnici;
- **36 ore** dedicate agli applicativi informatici (SAP, Salesforce, piattaforme e-commerce);
- **34 ore** di basi di elettronica;
- **27 ore** di tecniche di vendita;
- **20 ore** di soft skills, tra cui consapevolezza di sé, stili comunicativi, lavoro di squadra e mindset;
- **16 ore** di marketing, pricing, sicurezza sul lavoro, diritti e doveri dei lavoratori;
- **14 ore** di Group Knowledge, con focus su organizzazione, identità, valori e priorità aziendali.

Con questa iniziativa, miriamo a garantire continuità al nostro business inserendo risorse dove vi siano reali fabbisogni, arricchendo la diversità interna per background, età e genere, e formando professionisti che fin dall'inizio condividano l'approccio orientato al cliente tipico di Sonepar.

Edizione	numero di donne	% percentuale di donne sul totale	% donne assunte
2022	10	59%	100%
2023/1	8	38%	100%
2023/2	6	32%	100%
2024	13	62%	100%
Totale	37	48%	100%

Altre informazioni

	2022	2023	2024
Numero di persone coinvolte in Sonepar Academy	17	40	21
% delle ragazze nell'Accademia Sonepar	59%	35%	62%



100%

il tasso di inserimento  
dei **ragazzi/e** che hanno  
partecipato all'ultima edizione



62%

la percentuale di partecipanti  
**donne** nell'edizione 2024



21

le persone formate nella  
sezione 2024 di Sonepar  
Academy





## 11.9.2 Energy Transition Academy

In linea con la mission del Gruppo, continuiamo a investire nella formazione delle persone sui temi ambientali, promuovendo maggiore consapevolezza sugli impatti e sulle opportunità legate alla sostenibilità. La **Energy Transition Academy** rappresenta uno dei principali strumenti attraverso cui accompagniamo i collaboratori in questo percorso.

Nel 2024 è proseguita la diffusione del secondo modulo formativo dell'Academy, focalizzato sull'**economia circolare e sulla gestione responsabile dei rifiuti, degli imballaggi e delle risorse**. Il contenuto si concentra sui principi chiave di un modello circolare, in contrasto con l'approccio lineare tradizionale basato su produzione, consumo e smaltimento. Favorire un cambiamento di paradigma nei comportamenti di consumo e utilizzo è essenziale per ridurre l'impatto ambientale, tutelare le risorse naturali e contribuire a un futuro più sostenibile. Questa transizione risponde anche alle attese dei clienti e degli stakeholder, che richiedono sempre più soluzioni responsabili e innovative. In questa evoluzione, il Gruppo individua nuove opportunità per lo sviluppo di servizi e modelli di business sostenibili.

Nel corso del 2025 è previsto il rilascio di una **nuova "pillola" formativa** che segnerà un ulteriore passo avanti nel nostro approccio ESG. Oltre agli aspetti ambientali, verrà ampliata l'attenzione alla dimensione sociale, con un focus non solo sul gender balance, ma più in generale sull'**inclusività** in tutte le sue forme.

## 11.9.3 La piattaforma Sonepeople

La piattaforma **Sonepeople** è il nostro punto di riferimento digitale per la gestione e lo sviluppo dei talenti. Ideata per centralizzare e semplificare l'accesso a tutte le attività HR, rappresenta un ambiente unico e integrato per accompagnare le persone lungo tutto il loro percorso professionale.

Le quattro aree chiave su cui si concentra sono:

- **HR Management**
- **Formazione**
- **Performance**
- **Sviluppo di carriera**

Sonepeople consente il monitoraggio costante delle risorse e dei loro profili professionali, offrendo un supporto concreto sia ai collaboratori che ai team HR, grazie a un quadro sempre aggiornato delle competenze e del potenziale aziendale attivo delle persone, migliorando l'esperienza utente e ampliando l'offerta formativa multilingue.



## 11.9.4 Gestione dei talenti

La gestione dei talenti rappresenta un approccio strategico volto a riconoscere, valutare e valorizzare le risorse interne, promuovendo la crescita professionale e garantendo una pianificazione strutturata delle successioni per le posizioni chiave. Monitorare il potenziale delle persone permette di costituire bacini di talenti, predisporre piani di successione per i ruoli critici, assegnare responsabilità coerenti con le competenze e le aspirazioni, identificare fabbisogni formativi e valorizzare il capitale umano esistente, riducendo al contempo la necessità di ricorrere a processi di selezione esterna.

Il percorso di Talent Management si articola in più fasi, ciascuna delle quali contribuisce a delineare un piano di sviluppo mirato e coerente con gli obiettivi aziendali.

Un momento iniziale cruciale è costituito dal confronto tra manager e collaboratore/collaboratrice, la **career conversation**, durante la quale vengono condivise le ambizioni professionali della persona, così come l'eventuale disponibilità alla mobilità. Questo scambio può avvenire nel contesto di un feedback meeting o in altri momenti dedicati.

A valle di questa conversazione, la persona viene valutata con uno strumento (**matrice 9-box**) che consente di classificare le risorse in base alla performance espressa negli ultimi due o tre anni e al potenziale, quest'ultimo inteso come combinazione tra capacità di apprendere con agilità e aspirazioni professionali.

La valutazione così ottenuta viene poi sottoposta a un **processo di calibrazione da parte del team HR**, e se necessario, validata anche dal manager di livello superiore, nell'ambito della Talent Review.

Una fase successiva di particolare rilievo è rappresentata dalla **definizione dei piani di successione**. In questa fase, HR e management individuano le posizioni chiave per il futuro dell'organizzazione e i potenziali rischi legati al turnover, con l'obiettivo di garantire continuità, sostenere lo sviluppo interno e promuovere mobilità professionale.

Infine, vengono attivate **iniziative formative e percorsi di sviluppo personalizzati**, mirati al rafforzamento delle competenze e al supporto della crescita professionale. Il monitoraggio continuo consente di verificare i progressi e di adattare i piani alle esigenze evolutive dell'organizzazione e delle



## 11.9.5 Il coaching individuale su piattaforma Simundia

Nel 2024 è proseguito il progetto di coaching individuale tramite la piattaforma digitale **Simundia**, con l'obiettivo di offrire un supporto concreto nei momenti di transizione professionale - spesso associati a stress e destabilizzazione - e di promuovere uno sviluppo personalizzato delle competenze.

Il programma nasce per accompagnare i cambiamenti di status all'interno dell'organizzazione e si è rivelato uno strumento altamente efficace per rafforzare leadership, benessere e retention.

Il coaching è stato inizialmente rivolto a un gruppo di donne manager, con l'obiettivo di sostenere la presenza femminile nei ruoli di responsabilità e contribuire alla valorizzazione del talento interno.

In seguito, grazie al supporto del Bando Riparto, l'accesso è stato esteso anche alle neomamme, indipendentemente dal livello manageriale, come forma di sostegno al rientro lavorativo e alla gestione dei nuovi equilibri personali e professionali.

La piattaforma Simundia offre una **libreria di oltre 800 contenuti**, accessibili in **sei lingue** (italiano, francese, inglese, tedesco, spagnolo e portoghese).

I contenuti sono organizzati in diversi formati:

- Articoli
- Strumenti operativi
- Video e webinar
- Podcast
- Libri digitali

Le tematiche affrontate comprendono:

- Leadership
- Comunicazione efficace
- Gestione del tempo
- Adattabilità
- Self-confidence

Il programma si svolge interamente online e si articola in tre fasi, per una durata complessiva di circa 6-9 settimane. A conferma del valore del progetto, nel 2023 è stato avviato un programma pilota che ha coinvolto **35 manager** e l'attivazione di **16 percorsi di coaching individuale**.

A seguito dell'ottimo riscontro, l'iniziativa è proseguita nel 2024 con il lancio di **12 ulteriori percorsi** rivolti alla popolazione manageriale.

Un'evoluzione significativa del programma è rappresentata dal lancio, nell'aprile 2024, di un **percorso triennale di leadership al femminile**, pensato per un gruppo di **40 donne manager**. Il progetto prevede interventi personalizzati finalizzati a rafforzare le competenze chiave legate alla gestione, alla comunicazione e alla consapevolezza del ruolo, in un'ottica di empowerment e crescita sostenibile.

Nel biennio 2023-2024 il programma ha coinvolto complessivamente **42 collaboratori**, a conferma della crescente adesione e rilevanza dell'iniziativa all'interno dell'organizzazione. Di questi, **20 percorsi sono stati attivati specificamente a favore delle donne**, in linea con l'impegno verso la promozione della parità di genere.

L'iniziativa si è dimostrata una leva strategica per lo sviluppo organizzativo, generando impatti concreti e misurabili. In particolare, ha contribuito a promuovere un ambiente di lavoro più inclusivo e flessibile, a sviluppare una leadership diffusa, adattiva e consapevole, e a rafforzare il benessere e l'engagement delle persone. Inoltre, ha rappresentato un intervento concreto per sostenere la valorizzazione dei talenti e l'empowerment femminile, rafforzando l'identità aziendale orientata alla sostenibilità sociale.

## 11.9.6 L'Employee Experience

Nel 2024 abbiamo confermato nuovamente il nostro impegno nel mettere al centro l'esperienza delle persone, considerandola un pilastro strategico per la crescita sostenibile dell'organizzazione.

Per rafforzare questo approccio, abbiamo sviluppato una roadmap strutturata dell'Employee Experience, basata su otto ambiti di intervento chiave, che riflettono le diverse fasi della vita lavorativa in azienda: dall'ingresso all'uscita. Ogni area è stata declinata attraverso obiettivi misurabili e iniziative concrete, in linea con i nostri valori e con le aspettative delle persone.

Le otto aree della roadmap:



### 1. Attract me

Lavoriamo per rafforzare il nostro posizionamento come datore di lavoro attrattivo, attraverso una strategia di employer branding strutturata e coerente, promuovendo un ambiente equo, inclusivo e basato sulla formazione continua.



### 5. Manage me

Promuoviamo uno stile manageriale inclusivo e orientato al feedback, fornendo strumenti e formazione ai leader per costruire relazioni efficaci, basate sulla fiducia e sulla valorizzazione dei team.



### 2. Get me started

Supportiamo i nuovi ingressi con percorsi di onboarding personalizzati, strumenti digitali come la piattaforma Sonepeople, e survey dedicate che ci permettono di monitorare l'efficacia dell'induction e intervenire tempestivamente.



### 6. Engage me

Coltiviamo una cultura aziendale partecipativa attraverso iniziative che promuovono il senso di appartenenza, come survey periodiche, i Learning Days, la Sustainability Week e altre attività orientate al coinvolgimento attivo.



### 3. Pay me

Investiamo in un sistema di welfare solido e in convenzioni pensate per migliorare la qualità della vita delle persone, integrando gli aspetti retributivi con benefit concreti e orientati al benessere.



### 7. Recognize me

Valorizziamo il contributo di ciascuno, favorendo una cultura del riconoscimento che premia il merito con feedback continui, segni tangibili di apprezzamento e momenti di celebrazione collettiva.



### 4. Develop me

Offriamo opportunità costanti di formazione e sviluppo, attraverso percorsi strutturati, iniziative interne (es. Green Offer) e piattaforme dedicate a coaching, reskilling e upskilling.



### 8. Retire me

Accompagniamo con attenzione e cura le persone anche nelle fasi finali del loro percorso in azienda, attraverso colloqui di uscita strutturati e azioni orientate al benessere e alla transizione.

## PROGETTI FUTURI

Nel 2025 saremo protagonisti di un percorso di crescita e innovazione grazie ad una vasta offerta formativa. L'adesione al **Fondo Nuove Competenze** rappresenta un'opportunità fondamentale per il nostro sviluppo e ci permetterà di beneficiare di un consistente contributo economico.

Tra i punti chiave dei futuri progetti troviamo.

- **Cultura:** formazione e valorizzazione degli ambiti DEI, sostenibilità, purpose, performance, talent, Sonepeople.
- **Competenze tecniche e di prodotto:** sviluppo accademia BU & PIVOT, corso base di elettronica.
- **Compliance:** formazione sulla sicurezza, cybersecurity, GDPR.
- **Auto apprendimento:** Goodskills & Goodhabit, wellbeing, digital and soft skills.
- **Esigenze specifiche identificate con i manager:** tecniche di vendita, negoziazione, credito, ecc.
- **Lingue:** corsi di inglese e italiano.

## 11.10 Salute e sicurezza

### S1-14

La salute e la sicurezza delle persone rappresentano una priorità. Siamo costantemente impegnati a garantire ambienti di lavoro sicuri, inclusivi e confortevoli, investendo sia in soluzioni impiantistiche che in sistemi di prevenzione e controllo, nonché in una cultura che sensibilizzi nell'adozione di pratiche e comportamenti virtuosi. Il benessere dei collaboratori viene considerato parte integrante della sostenibilità aziendale, insieme alla riduzione dei rischi in ogni fase delle attività operative.

#### Innovazione logistica e riduzione del rischio

L'introduzione del magazzino automatico nei poli logistici di Padova e Pomezia, ad esempio, ha rappresentato un importante passo avanti non solo in termini di efficienza, ma anche di sicurezza sul lavoro. Automatizzando molte operazioni di movimentazione, è stato possibile ridurre l'esposizione al rischio di infortuni legati alla movimentazione di carichi pesanti. Questa trasformazione rende inoltre il lavoro più accessibile anche al personale femminile, contribuendo a una maggiore gender equality.

Il magazzino della sede di Padova è anche completamente climatizzato, con un impatto positivo sul comfort dei lavoratori, soprattutto nei mesi estivi. Un investimento che comporta un aumento nei consumi energetici, ma che rappresenta un passo importante per il benessere dei collaboratori.

#### Comfort e sicurezza nei punti vendita

Anche nei punti vendita, gli interventi di ammodernamento hanno avuto tra gli obiettivi principali il miglioramento delle condizioni lavorative. In particolare, è stato aggiornato il sistema di climatizzazione, sostituendo vecchi impianti che fornivano solo riscaldamento invernale ma non garantivano raffrescamento estivo. Questa modifica ha migliorato il benessere negli ambienti di lavoro e ha permesso di ridurre i consumi di gas, grazie a tecnologie più efficienti.

#### Sistemi di controllo e prevenzione

Anche se i livelli di rischio nelle nostre attività sono generalmente contenuti, è stato dato ampio spazio al rafforzamento dei sistemi di sicurezza nei Centri di Distribuzione. Allarmi, videosorveglianza e sistemi



di controllo degli accessi consentono di intervenire tempestivamente in caso di necessità, anche durante le ore notturne.

In parallelo, stiamo implementando sistemi digitali di tracciamento degli accessi in azienda, sia per il personale che per gli ospiti. Grazie a badge elettronici e sistemi digitali di registrazione, è possibile sapere in tempo reale quante persone sono presenti nei siti e in quali aree si trovano, facilitando così un eventuale intervento tempestivo da parte delle squadre di emergenza, ad esempio in caso di evacuazione o incendio.



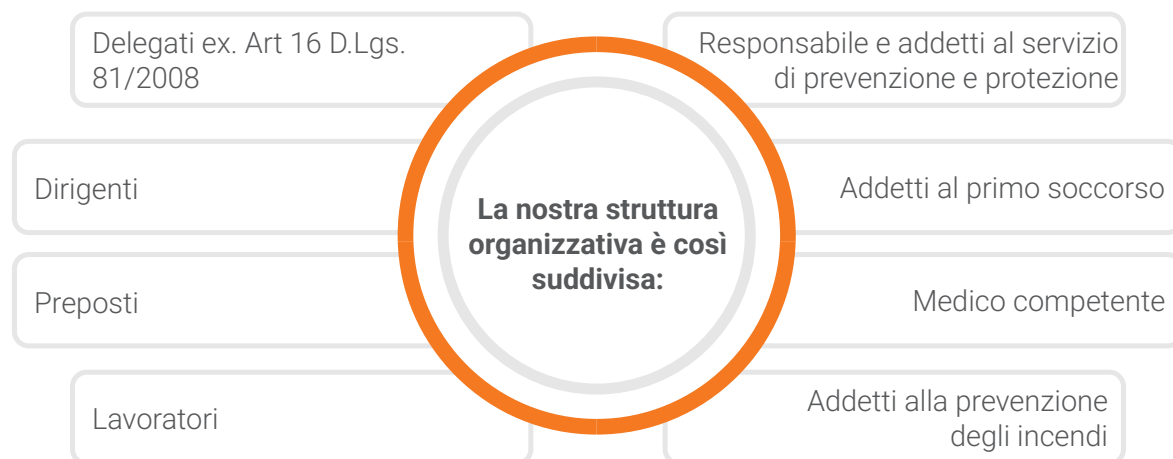
## L'ORGANIZZAZIONE DELLA SICUREZZA

In coerenza con l'attenzione che dedichiamo ai temi della salute e della sicurezza, la sua organizzazione viene delegata e strutturata su più livelli, assegnando al Presidente e Amministratore Delegato il ruolo di Datore di Lavoro ("DdL") di Sonepar. Nominato e riconosciuto dal Consiglio di Amministrazione, esso ha completa autonomia decisionale, nonché facoltà di delega ai referenti aziendali di riferimento; ad esempio, al Direttore Logistica e Processi (in relazione ai poli linguistici) e al Responsabile Infrastrutture Nazionale, (in relazione ai punti vendita).

A seguire, è stato poi introdotto ed implementato il Documento di Valutazione dei Rischi DVR con inclusa la valutazione dei rischi per la salute e sicurezza sul lavoro, le relative misure preventive e la nomina del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione RSPP.

La nostra organizzazione, dunque, ha formalizzato i compiti e le responsabilità di tutto il personale, in particolare per coloro che sono coinvolti in attività sensibili dal punto di vista della salute e sicurezza.

Il sistema di gestione della salute e sicurezza prevede un rigoroso controllo per garantire che le misure adottate siano sempre efficaci. Questo processo è coordinato dal Servizio di Prevenzione e Protezione, sotto la supervisione del RSPP.



## 11.10.1 La nostra politica su Salute, Ambiente e Sicurezza (HSE)

Consideriamo la tutela della salute, della sicurezza sul lavoro e dell'ambiente (HSE) una priorità assoluta e un prerequisito essenziale per l'adozione di un approccio di sostenibilità all'interno delle nostre attività. Promuoviamo, infatti, una cultura della prevenzione fondata sul miglioramento continuo, sull'assunzione di responsabilità a ogni livello e sul rispetto degli standard internazionali di riferimento.

Attraverso il coinvolgimento attivo del management e dei collaboratori ci impegniamo a garantire ambienti di lavoro sicuri, inclusivi e sostenibili, riducendo i rischi, ottimizzando l'uso delle risorse e migliorando costantemente le performance HSE. Il principio guida è quello dello **"Zero incidenti, Zero morti, Tolleranza Zero"**, e si traduce in un insieme di regole operative condivise e monitorate.

Questi i nostri obiettivi e le nostre 12 Regole d'Oro.

- 1. Favorire un ambiente di lavoro diversificato e inclusivo**, valorizzando le persone.
- 2. Tutela dell'ambiente** attraverso la prevenzione dell'inquinamento, l'efficienza energetica, il riciclo e la riduzione delle emissioni.
- 3. Applicazione dei principi "Zero"**: zero incidenti, zero decessi, tolleranza zero verso comportamenti a rischio.
- 4. Monitoraggio continuo delle performance HSE** tramite indicatori e statistiche, per migliorare costantemente.
- 5. Identificazione e gestione dei rischi professionali**, con misure preventive e correttive mirate.
- 6. Coinvolgimento di appaltatori, trasportatori e visitatori**, informandoli sui rischi e sugli standard HSE aziendali.
- 7. Ordine e pulizia nei luoghi di lavoro**, con verifiche regolari per garantire ambienti sicuri.
- 8. Formazione continua e istruzioni operative**, per svolgere le attività in modo sicuro ed efficiente.
- 9. Fornitura e utilizzo corretto dei dispositivi di protezione individuale (DPI)**, con segnalazione di eventuali anomalie.
- 10. Manutenzione periodica delle attrezzature**, per prevenire guasti e incidenti.
- 11. Gestione tempestiva degli infortuni**, con indagini approfondite sulle cause e azioni correttive.
- 12. Pianificazione di piani di emergenza (BCP)** per garantire la continuità operativa in ogni scenario.

Tali impegni sono rafforzati dalla responsabilizzazione individuale, dalla condivisione dei valori HSE con clienti e partner e dalla trasparente comunicazione dei risultati ottenuti. Ogni manager ha il dovere di dare l'esempio, promuovendo e applicando la politica **"Safety for Excellence!"** nella propria area di competenza.

## POLITICA DI GUIDA

La sicurezza stradale rappresenta un aspetto fondamentale della politica HSE in quanto gli incidenti automobilistici legati all'attività lavorativa possono comportare gravi conseguenze umane, economiche e ambientali. Il Gruppo si impegna a sensibilizzare il personale sui rischi legati alla guida, promuovendo comportamenti responsabili e buone abitudini su strada.

**Tutto il personale coinvolto nella guida di veicoli aziendali o personali per motivi di lavoro deve dimostrare capacità di guida sicura, efficiente e conforme alle normative vigenti.**

Assicuriamo che tutti i veicoli aziendali siano mantenuti in condizioni ottimali di sicurezza, pulizia e idoneità alla circolazione, al fine di proteggere conducenti, passeggeri e altri utenti della strada, nonché per ridurre l'impatto ambientale. Il rispetto rigoroso delle regole di condotta alla guida, tra cui il divieto assoluto di guida sotto l'effetto di alcol o droghe, l'obbligo di utilizzare le cinture di sicurezza, il divieto di distrazioni digitali e l'adozione di uno stile di guida difensivo, è parte integrante dell'impegno aziendale per la prevenzione degli incidenti.

## POLITICA SULL'ABUSO DI ALCOL E SOSTANZE

Riconosciamo che l'abuso di alcol e droghe rappresenti un grave rischio per la salute, la sicurezza e l'efficienza sul lavoro. Per questo, è severamente vietato l'uso, la distribuzione e la presenza di tali sostanze nei propri ambienti e durante qualsiasi attività aziendale. È inoltre proibito presentarsi al lavoro sotto l'effetto di alcol o droghe, anche per i fornitori esterni.

Il Gruppo promuove attività di formazione e sensibilizzazione sui rischi legati all'abuso, e offre, su base volontaria, supporto a chi manifesta segnali di dipendenza. Ogni figura dirigente è chiamata a dare l'esempio e garantire l'attuazione di questa politica.

### Numero infortuni per tipologia

	2022	2023	2024
Itinere	9	13	15
Lavoro	12	9	16
<b>Totale</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>31</b>

### Giorni totali persi per tipologia di infortunio

	2022	2023	2024
Itinere	453	247	307
Lavoro	485	142	327
<b>Totale</b>	<b>938</b>	<b>389</b>	<b>634</b>
Differenza anno su anno		-59%	+ 63%

**Malattie professionali**

	2022	2023	2024
Numero decessi per malattie professionali	0	0	0
Numero di casi di malattie professionali	4	4	0

**Indici infortunistici**

	2022	2023	2024
Indice di frequenza	7,707	7,207	4,448
Indice di gravità	2,358	1,334	0,091

**Giorni totali per tipologia di infortunio**

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	3.232	3.348	8.002
Elettroveneta	496	486	1.016
HDUEA	24	12	0
<b>Totale</b>	<b>3.752</b>	<b>3.846</b>	<b>9.018</b>
Differenza anno su anno		+3%	+134%



## 11.11 Work life balance

### S1-15

Il benessere delle persone è un elemento centrale della nostra strategia di sostenibilità e parte integrante della nostra cultura aziendale. Promuovere un sano equilibrio tra vita professionale e vita privata significa non solo tutelare la salute e la qualità della vita dei nostri collaboratori e collaboratrici, ma anche contribuire alla costruzione di un ambiente di lavoro più inclusivo, motivante e produttivo.

#### Ore di permessie congedi parentali

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Allattamento	529	0	529	523	0	523	482	0	482
Ore malattia figlio	24	64	88	362	32	394	204	80	284
Ore maternità e congedi	6.864	2.732	9.596	6.750	3.456	10.206	10.357	4.707	15.064
Ore permesso l.104	3.807	17.619	21.426	4.039	25.540	29.579	3.756	22.848	26.604
Permessi lutto	155	1.523	1.678	95	1.455	1.550	15.432	30.773	46.205
<b>Totale</b>	<b>11.379</b>	<b>21.938</b>	<b>33.317</b>	<b>11.769</b>	<b>30.483</b>	<b>42.252</b>	<b>30.231</b>	<b>58.408</b>	<b>88.639</b>
Differenza anno su anno				+3%	+39%	+27%	+157%	+92%	+110%

### Bando Riparto

Nel 2022 ci siamo aggiudicati un finanziamento nell'ambito dell'Avviso **"Riparto"**, promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche della Famiglia. Il progetto, operativo a partire dal **2025**, ha l'obiettivo di rafforzare le misure di welfare aziendale a supporto del rientro al lavoro delle lavoratrici madri e di facilitare l'equilibrio tra tempi di lavoro e responsabilità familiari, con un'attenzione specifica alle mamme con figli in età prescolare. Il piano prevede un orizzonte temporale di **due anni** (fino al 6 maggio 2027), per un valore complessivo di **365.160 euro**, di cui **279.650 euro coperti da finanziamento pubblico**.

Tra le principali attività previste per il biennio:

- sostituzioni per **copertura delle maternità**;
- programmi di **tutoring interno** per il rientro al lavoro;
- **raddoppio del bonus welfare post-maternità** a partire dal 2025;
- **acquisto di PC** per agevolare la flessibilità lavorativa;
- **welcome kit** con materiali e gadget per le neomamme;
- **gestione personalizzata dei congedi parentali**;
- iniziative di **formazione e aggiornamento professionale**;
- **piano di comunicazione interno** dedicato al progetto.



## 11.12 Politiche retributive e welfare

---

### S-10 / S-16

In Sonepar, il riconoscimento del contributo delle persone passa attraverso un sistema retributivo che integra componenti fisse e variabili, con meccanismi premianti legati al raggiungimento di obiettivi aziendali e individuali. Schemi di incentivazione dedicati sono previsti per il reparto vendite e per i manager, con focus su performance e risultati.

La valutazione delle performance coinvolge tutta la popolazione aziendale e avviene tramite la piattaforma Sonepeople, che promuove processi strutturati di autovalutazione e feedback.

Nel 2023 abbiamo introdotto un nuovo **Piano di Welfare Aziendale**, con durata biennale (15 febbraio 2023 - 24 novembre 2024), pensato per sostenere il benessere personale, familiare, previdenziale e sanitario dei nostri collaboratori.

#### **Il piano prevede un Conto Welfare di €1.500 per ogni collaboratore, spendibile in:**

- buoni spesa e shopping;
- previdenza complementare;
- spese scolastiche, sanitarie e assistenziali;
- servizi educativi e ricreativi per i familiari;
- trasporti pubblici casa-lavoro;
- rimborso interessi passivi sul mutuo.

#### **Offriamo, in aggiunta, un pacchetto di benefit consolidato, che include:**

- Fondo Est, FASDAC, Fon.te e Ente Bilaterale Padova;
- convenzioni per acquisti scontati.

Attraverso queste iniziative, promuoviamo una visione integrata di benessere e sviluppo, rafforzando il legame tra performance, motivazione e qualità della vita.

## 11.12.1 Performance Management

In Sonepar crediamo che il successo aziendale debba essere guidato tanto dalla performance quanto dal benessere delle persone. Per questo promuoviamo un sistema di Performance Management fondato sul dialogo continuo, la trasparenza e la valorizzazione del potenziale individuale.

Il processo coinvolge attivamente manager e collaboratori/collaboratrici in un ciclo annuale strutturato e supportato dalla piattaforma digitale Sonepeople, garantendo accesso equo agli strumenti di valutazione.

Il percorso si articola in diverse fasi:

1. **definizione degli obiettivi individuali** - entro il primo trimestre dell'anno, o entro due mesi dall'ingresso in azienda o da un cambio ruolo, ogni persona definisce con il proprio manager un piano di obiettivi, con attenzione allo sviluppo professionale e personale;
2. **monitoraggio e feedback continuo** - durante l'anno, manager e collaboratore si confrontano regolarmente per monitorare l'avanzamento, fornire feedback puntuali e costruttivi, identificare eventuali azioni correttive o opportunità di crescita;
3. **performance review** - alla fine dell'anno si apre la fase di valutazione, che prevede la compilazione di un'autovalutazione da parte del collaboratore/collaboratrice;
  - la valutazione del manager, che considera i risultati raggiunti e i comportamenti messi in atto in linea con il Leadership Model;
  - un feedback meeting, momento centrale di confronto per analizzare punti di forza, aree di miglioramento e obiettivi futuri;
  - la firma finale della valutazione da parte di entrambe le parti, a chiusura del ciclo.

Attraverso questo approccio strutturato e partecipativo, alimentiamo una cultura della performance che sostiene non solo l'efficacia organizzativa, ma anche l'engagement e la crescita delle persone, contribuendo a un modello di business sostenibile e inclusivo.



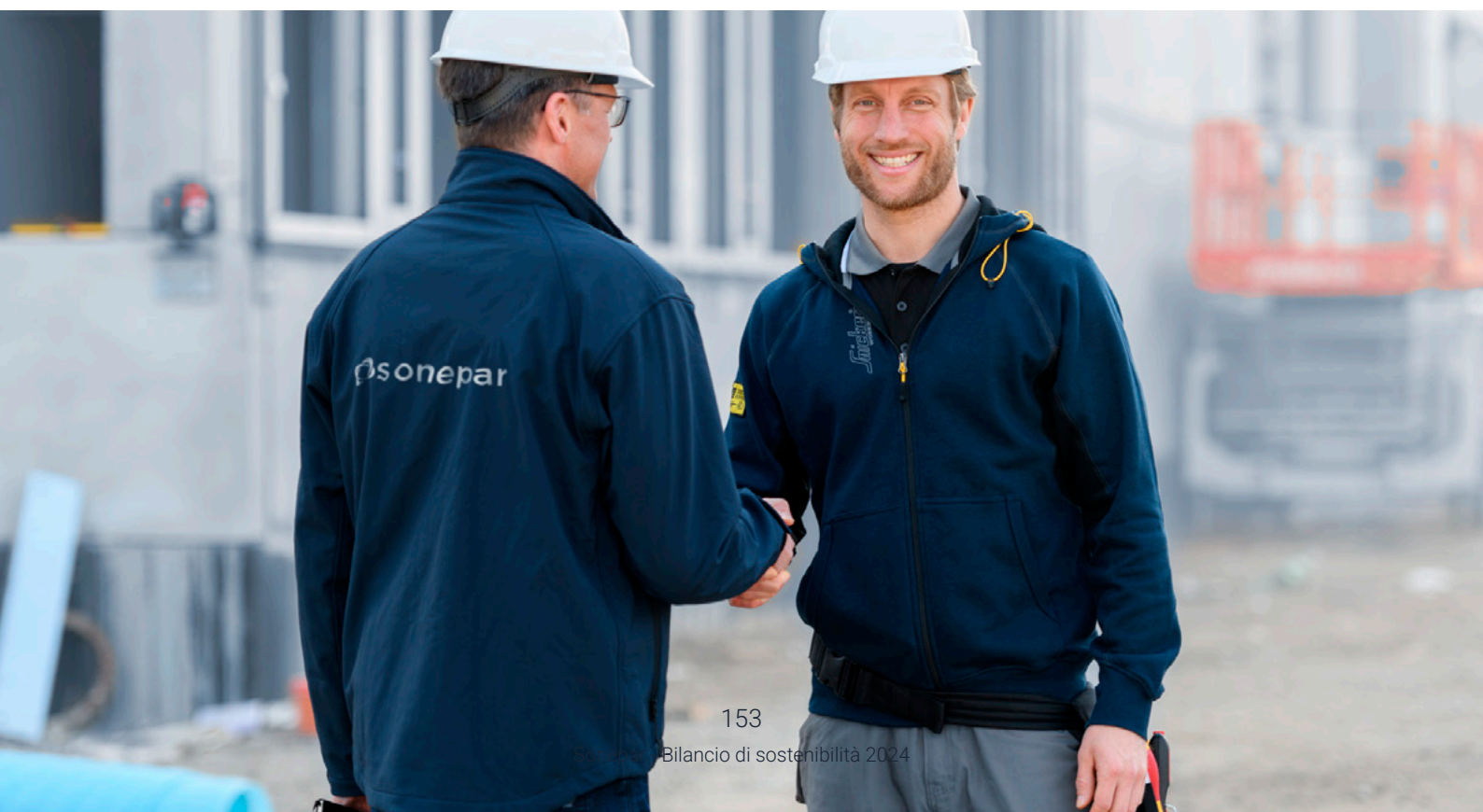
## 11.12.2 Talent e salary review

I nostri manager sono impegnati a promuovere una cultura del feedback efficace, capace di favorire una comunicazione assertiva e di costruire fiducia reciproca tra tutti i livelli aziendali. Al centro di questo approccio c'è il processo di **talent review**, uno strumento chiave per instaurare un dialogo diretto con i collaboratori volto a valutare le loro traiettorie di sviluppo professionale.

Il processo di talent review si articola in quattro fasi fondamentali.

1. **Confronto tra manager e collaboratore:** durante il feedback meeting, manager e collaboratore si confrontano per esplorare motivazioni, aspirazioni e aspettative legate allo sviluppo di carriera. Questo momento è essenziale per definire insieme le possibili direzioni di crescita.
2. **Valutazione di performance e potenziale:** il manager, supportato dal team HR, analizza le performance del collaboratore negli ultimi 2-3 anni, classificandole come basse, medie o alte, e valuta il potenziale in termini di agilità di apprendimento, che può essere profondo, bilanciato o ampio. Questa valutazione viene sintetizzata attraverso una matrice a 9 caselle (9-box), che aiuta a inquadrare chiaramente il profilo del collaboratore e a differenziare i talenti. HR e manager condividono queste valutazioni nella talent review per garantire un'analisi completa e oggettiva.
3. **Piano di successione:** manager e HR individuano posizioni critiche e potenziali rischi di uscita all'interno dell'organizzazione. Vengono così identificati i collaboratori pronti o in via di preparazione per assumere ruoli chiave in futuro, assicurando continuità e stabilità nella gestione delle risorse.
4. **Sviluppo individuale:** vengono definiti obiettivi di sviluppo personalizzati e opportunità di formazione, che vengono inclusi in un piano di crescita monitorato nel tempo. Questo consente di accompagnare i collaboratori nel percorso di miglioramento continuo e di valorizzare le loro competenze in modo mirato.

Attraverso questo processo strutturato, intendiamo creare un ambiente di lavoro in cui la crescita professionale sia condivisa e sostenuta, promuovendo leadership consapevoli e talenti valorizzati in modo equo e trasparente.



## UN SOSTEGNO CONCRETO ALLE FAMIGLIE

Abbiamo dato vita ad un'iniziativa che nasce dalla volontà di offrire un supporto reale ai familiari dei colleghi venuti a mancare, rafforzando il senso di responsabilità e solidarietà che contraddistingue la nostra cultura aziendale. Attraverso la possibilità di **donare un'ora del proprio congedo**, ogni dipendente ha contribuito alla creazione di un fondo destinato a fornire assistenza economica alle famiglie colpite da queste gravi perdite.

Un gesto collettivo che riflette l'impegno dell'azienda nel promuovere un ambiente di lavoro coeso, attento alle persone e capace di esprimere vicinanza anche nei momenti più difficili.



## PARTECIPAZIONE AL CAPITALE DEI DIPENDENTI E DEI MANAGER

A partire dal 2024, abbiamo introdotto un nuovo **programma globale di partecipazione azionaria per dipendenti e manager**, con l'obiettivo di valorizzare il contributo delle persone e rafforzare il senso di appartenenza all'azienda.

Questa iniziativa si inserisce nel più ampio percorso avviato con l'introduzione del purpose di Gruppo, e mira a sostenere la motivazione a lungo termine e la retention dei talenti attraverso un riconoscimento concreto del valore generato collettivamente.

Nel primo anno di attivazione, a ciascun collaboratore e collaboratrice con almeno tre anni di anzianità sono state assegnate 80 azioni del Gruppo, per un controvalore indicativo di circa 2.000 euro (valore unitario pari a 25,20 euro). Le azioni sono soggette a un periodo di maturazione triennale (vesting), dopo il quale diventeranno pienamente disponibili.

Il programma ha una portata globale e coinvolgerà, su base annua, circa 44.000 dipendenti, con un investimento stimato di 100 milioni di euro all'anno.

Il coinvolgimento nel capitale aziendale non è del tutto nuovo: già in occasione di un precedente anniversario aziendale era stata avviata una prima iniziativa simbolica, con l'assegnazione di 50 azioni per persona. Il nuovo piano, strutturato e ricorrente, rappresenta però un passo avanti importante nella valorizzazione delle persone come stakeholder centrali dell'impresa. Nel 2025, il piano proseguirà con una nuova assegnazione prevista di 60 azioni per ciascun collaboratore idoneo, confermando l'intenzione del Gruppo di rendere questa forma di partecipazione una leva continuativa di engagement e riconoscimento.

## Retribuzioni

	2022			2023			2024		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
<b>SONEPAR ITALIA</b>									
Fringe benefit totali	110.821	1.375.047	<b>1.485.868</b>	122.638	1.503.069	<b>1.625.707</b>	224.653	2.093.565	<b>2.318.218</b>
Netto del mese	4.850.741	41.000.794	<b>45.851.536</b>	5.444.596	44.947.929	<b>50.392.525</b>	5.998.461	46.557.660	<b>52.556.121</b>
<b>Totale</b>	<b>4.961.562</b>	<b>42.375.841</b>	<b>47.337.404</b>	<b>5.567.234</b>	<b>46.450.998</b>	<b>52.018.232</b>	<b>6.223.115</b>	<b>48.651.224</b>	<b>54.874.339</b>
Diff. anno su anno				+12%	+10%	<b>+10%</b>	+12%	+5%	<b>+5%</b>
<b>ELETTROVENETA</b>									
Fringe benefit totali	11.063	149.295	<b>160.358</b>	9.178	171.685	<b>180.863</b>	23.928	245.256	<b>269.183</b>
Netto del mese	529.727	5.941.800	<b>6.471.527</b>	552.117	5.922.820	<b>6.474.937</b>	545.883	5.644.056	<b>6.189.938</b>
<b>Totale Elettroveneta</b>	<b>540.790</b>	<b>6.091.095</b>	<b>6.631.885</b>	<b>561.295</b>	<b>6.094.505</b>	<b>6.655.800</b>	<b>569.810</b>	<b>5.889.311</b>	<b>6.459.122</b>
Diff. anno su anno				+4%	+0,1%	<b>+0,4%</b>	+2%	-3%	<b>-3%</b>
<b>HDUEA</b>									
Fringe benefit totali	258	4.217	<b>4.475</b>	258	2.949	<b>3.207</b>	-	2.788	<b>2.788</b>
Netto del mese	17.888	114.674	<b>132.562</b>	25.496	100.736	<b>126.232</b>	-	111.771	<b>111.771</b>
<b>Totale HDUEA</b>	<b>18.146</b>	<b>118.891</b>	<b>137.037</b>	<b>25.754</b>	<b>103.685</b>	<b>129.439</b>	<b>-</b>	<b>114.559</b>	<b>114.559</b>
Diff. anno su anno				+42%	-13%	<b>-6%</b>	-	+10%	<b>-11%</b>

## Divario retributivo

	2022		2023		2024	
	donne	uomini	donne	uomini	donne	uomini
Sonepar Italia	1.825	2.180	2.293	2.476	2.311	2.522
Elettroveneta	1.859	2.403	2.062	2.561	2.136	2.645
HDUEA	n.d.	n.d.	2.761	3.066	0	3.436



## 11.13 Incidenti e denunce su violazioni dei diritti umani, discriminazioni e molestie

### S1-17

La costruzione di un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e inclusivo è un impegno fondamentale, che si traduce in azioni concrete e continuative. In questa direzione, nel biennio 2023-2024 abbiamo avviato un percorso strutturato per la prevenzione delle molestie e il contrasto alle discriminazioni di genere, con il coinvolgimento attivo di tutte le funzioni aziendali.

Nel 2023, in collaborazione con **Fondazione Libellula**, è stato erogato a tutti i manager un corso di formazione focalizzato sui pregiudizi di genere nei processi di selezione. Sono inoltre stati realizzati:

- **un modulo formativo dedicato alle molestie di genere sul luogo di lavoro**, destinato all'intera popolazione aziendale,
- **una formazione specialistica per gli HR Business Partner**, finalizzata a riconoscere e prevenire i fattori di rischio collegati a comportamenti molesti.

Sempre nello stesso anno è stato avviato un programma organico di prevenzione delle molestie, articolato in:

- **un percorso formativo destinato inizialmente al Top Management**, poi esteso a tutti i manager con completamento previsto entro gennaio 2025;
- il lancio, nell'ottobre 2024, di un **modulo obbligatorio di e-learning rivolto a tutte le persone del Gruppo**;
- l'integrazione del **canale di segnalazione anonima "Respect"** all'interno delle policy aziendali.

Nel 2025, questo impegno sarà ulteriormente rafforzato con **l'introduzione di una nuova politica aziendale anti-molestie**, volta a formalizzare i principi, le responsabilità e le modalità di prevenzione e gestione di comportamenti inappropriati. A supporto di questo processo, verrà inoltre condotta una survey interna (prevista per maggio 2025) per analizzare il rischio di molestie nei luoghi di lavoro, in continuità con le valutazioni già effettuate sullo stress lavoro-correlato.

La collaborazione con Fondazione Libellula rappresenta un pilastro culturale del nostro impegno: insieme, abbiamo sviluppato un **programma personalizzato di sensibilizzazione e formazione**, orientato a contrastare la violenza di genere e le discriminazioni, attraverso un approccio integrato su:

- decostruzione degli stereotipi di genere,
- promozione dell'empowerment femminile,
- diffusione di un linguaggio inclusivo e di una managerialità equa,
- strumenti concreti di prevenzione e contrasto alle molestie.

I principi guida dell'iniziativa, equità, rispetto e armonia relazionale, sono pienamente coerenti con i nostri valori aziendali e con la nostra visione di sostenibilità sociale.

	2022	2023	2024
N. totale di episodi di discriminazione e molestie segnalati	0	1	0
Eventuale importo di sanzioni e ammende	0	0	0



## capitolo 12

# Forza lavoro nella catena del valore

### ESRS S2

Nel contesto di una transizione sostenibile e responsabile, la gestione della catena di fornitura riveste per noi un ruolo strategico e prioritario. In quanto azienda leader nella distribuzione di materiale elettrico, la nostra rete di fornitori rappresenta un'estensione diretta dei nostri valori e dei nostri impegni in materia ambientale, sociale ed etica.

Per questo motivo, ci impegniamo a garantire che i nostri partner lungo la supply chain condividano e rispettino standard elevati in termini di diritti umani, condizioni di lavoro, integrità e rispetto dell'ambiente, coerentemente con i principi definiti dal nostro **Codice di Condotta dei Fornitori**, dalla **Politica per i Diritti Umani** e dagli standard internazionali di riferimento, tra cui i **Principi Guida ONU su Imprese e Diritti Umani** e le convenzioni dell'**ILO**.

Lavoriamo quotidianamente per identificare, prevenire e mitigare i potenziali impatti negativi connessi alle attività dei nostri fornitori, promuovendo al tempo stesso pratiche virtuose lungo tutta la catena del valore. Ci impegniamo a rafforzare il dialogo e la collaborazione con i nostri partner commerciali, anche attraverso attività di sensibilizzazione, monitoraggio e valutazione delle performance ESG, al fine di promuovere una crescita sostenibile e inclusiva.

## 12.1 Politiche relative ai lavoratori nella catena del valore

### S2-1

#### Codice di Condotta Fornitori

Il Codice di Condotta rappresenta il pilastro fondamentale del nostro impegno per una cultura aziendale fondata su integrità, trasparenza e rispetto delle normative. È il documento di riferimento che definisce i principi etici e le regole di comportamento a cui devono attenersi tutti i collaboratori del Gruppo, in ogni funzione e paese in cui operiamo.

A partire dalla sua prima pubblicazione nel 2017, il Codice ha subito un'importante evoluzione per restare allineato a un contesto normativo e sociale in costante cambiamento.

La **nuova versione**, pubblicata nei primi mesi del 2025, riflette le più recenti evoluzioni legislative, le best practice internazionali e gli aggiornamenti derivanti dalla mappa dei rischi del Gruppo, con particolare riferimento alla prevenzione della corruzione, dei conflitti di interesse e di altre pratiche illecite.

La revisione del Codice è frutto di un processo partecipativo che ha coinvolto le società del Gruppo e le principali funzioni organizzative, con l'obiettivo di redigere un documento accessibile, chiaro e applicabile nella quotidianità operativa.

Il Codice non si limita a stabilire linee guida astratte: è uno strumento concreto e operativo, concepito per supportare i collaboratori nelle scelte quotidiane, promuovere un ambiente di lavoro etico e rafforzare la fiducia di clienti, partner e stakeholder.

Per garantire un'ampia diffusione e una piena comprensione, il Codice di Condotta è reso disponibile in 20 lingue e viene distribuito a ogni nuovo collaboratore all'ingresso nel Gruppo. È inoltre consultabile digitalmente, affinché tutti possano accedervi facilmente e agire in coerenza con i valori che contraddistinguono Sonepar a livello globale.

#### Politiche e procedure di conformità

Per garantire un'attuazione concreta ed efficace dei principi enunciati nel Codice di Condotta Sonepar, il Gruppo ha integrato e approfondito tali valori all'interno delle proprie Politiche e Procedure di conformità, sia a livello globale che locale.

Questi strumenti operativi affrontano in modo puntuale e sistematico temi cruciali per un'attività responsabile, quali:

- la promozione della concorrenza leale;
- la prevenzione e il contrasto alla corruzione in ogni sua forma;
- la tutela della riservatezza e della protezione dei dati personali;
- il rispetto delle normative commerciali internazionali, incluse sanzioni, restrizioni all'export e regolamenti doganali.

Attraverso questo impianto normativo e procedurale, Sonepar rafforza il proprio impegno per una gestione etica e conforme alle leggi, assicurando che ogni collaboratore operi nel rispetto degli standard più elevati di integrità professionale.

## Politica sui diritti umani

Nel dicembre 2022 abbiamo adottato a livello di Gruppo la nostra prima **Human Rights Policy**, che rafforza e dettaglia il nostro impegno in linea con il **Codice di Condotta**, il **Global Compact ONU** e i **Principi Guida ONU su Imprese e Diritti Umani**. Essa ribadisce la necessità di garantire un ambiente di lavoro equo, sicuro e rispettoso per tutti gli Associate e prevede estensioni chiare per i nostri fornitori e partner commerciali.

La policy, estendendosi anche alla rete di fornitori, ci impegna formalmente a:

- prevenire e contrastare ogni violazione dei diritti fondamentali, inclusi lavoro forzato, discriminazione e sfruttamento;
- tutelare le libertà fondamentali nell'ambito lavorativo, promuovendo condizioni di lavoro dignitose e sicure;
- collaborare attivamente con partner che condividano standard elevati in materia di diritti umani;
- implementare un sistema di due diligence capace di identificare, mitigare e gestire i rischi relativi ai nostri impatti sociali e ambientali.

In particolare, la politica approfondisce e disciplina i seguenti punti:

- proibizione del lavoro minorile;
- proibizione del lavoro forzato;
- salute e sicurezza;
- libertà di associazione e contrattazione collettiva;
- non discriminazione, diversità e inclusione;
- condizioni di lavoro dignitose;
- violenza e molestie;
- impegno a favore delle comunità locali;
- impegno a favore delle popolazioni indigene.







capitolo 13

## Comunità interessate

### ESRS S3

Ci riconosciamo come un attore responsabile all'interno della società e per questo ogni giorno ci impegniamo a generare valore nei territori in cui operiamo, contribuendo positivamente alla qualità della vita delle comunità locali. Poniamo particolare attenzione all'impatto delle nostre attività sull'ambiente, sulla biodiversità e sul benessere sociale, consapevoli del ruolo che possiamo svolgere nella costruzione di un futuro più sostenibile e inclusivo.



## 13.1 Sponsorizzazioni e liberalità

### S3-4

Crediamo che le aziende debbano essere parte attiva del contesto sociale in cui operano, contribuendo allo sviluppo delle comunità locali. In quest'ottica, sosteniamo con convinzione sia lo sport che iniziative di solidarietà, considerandoli strumenti fondamentali per promuovere valori condivisi.

Il nostro supporto al mondo sportivo si esprime attraverso sponsorizzazioni di squadre di rilievo nazionale come la Virtus Bologna nel basket e la Pallavolo Padova nel volley.

Tuttavia, riconosciamo che la vera forza dello sport si manifesta anche nelle realtà locali, spesso meno visibili, che fanno dello sport un potente veicolo di inclusione e aggregazione sociale. Per questo abbiamo scelto di affiancare l'ASD Sport Life Onlus di Montebelluna (TV), un'associazione che promuove l'integrazione delle persone con disabilità attraverso attività sportive dedicate, portando avanti ogni giorno un messaggio di accoglienza, dignità e partecipazione.

Sul fronte sociale collaboriamo con realtà del terzo settore e sviluppiamo progetti capaci di unire inclusione e attività produttive. Nel capitolo relativo alla disabilità (S1-12) abbiamo già rendicontato le attività con la cooperativa RIESCO che gestisce la nostra mensa aziendale e la partnership con l'impresa sociale QUID che cura la fornitura delle nostre divise aziendali.

	2022	2023	2024
Sponsorizzazioni	121.344	77.688	226.507
Progetti di solidarietà e altre erogazioni per beneficenza	14.476	44.323	49.534
<b>Totale</b>	<b>135.820</b>	<b>122.011</b>	<b>276.041</b>
Differenza anno su anno		+124%	+126%



# € 276.041

il valore delle sponsorizzazioni e dei contributi per progetti di solidarietà nel 2024

Crediamo che un'azienda debba essere parte integrante del tessuto sociale e contribuire in modo concreto al benessere collettivo.



## JOIN THE CLEAN-UP WITH PLASTIC FREE!

Abbiamo aderito a un'iniziativa nazionale promossa dall'associazione Plastic Free, prendendo parte a un'attività di volontariato dedicata alla raccolta dei rifiuti plastici. L'evento ha rappresentato un momento di condivisione e partecipazione, coinvolgendo attivamente i nostri collaboratori e le loro famiglie. Un'occasione preziosa per rafforzare il senso di squadra e promuovere una maggiore consapevolezza sui temi della sostenibilità ambientale. In particolare, il team di Padova ha organizzato un'uscita collettiva, trasformando l'iniziativa in un'esperienza concreta di impegno e collaborazione sul territorio.



## 13.2 Attività con le scuole

### S3-4

Crediamo fortemente nel potenziale delle nuove generazioni e nel valore della formazione come leva per costruire il futuro. Per questo manteniamo un dialogo costante e proattivo con il mondo della scuola e dell'università, promuovendo iniziative concrete a supporto della crescita professionale dei giovani.

In ambito scolastico, la nostra attenzione si concentra soprattutto sugli **istituti tecnici e professionali** legati al settore elettrico. Collaboriamo con queste realtà attraverso i programmi di alternanza scuola-lavoro (PCTO), in linea con la normativa vigente, offrendo esperienze formative direttamente nei nostri punti vendita, con particolare attenzione alle attività di banco, per un primo contatto con le dinamiche operative del settore.

Con le **università** instauriamo collaborazioni attive, avviando tirocini formativi nelle aree risorse umane, marketing e logistica. L'obiettivo, anche in questo caso, è offrire agli studenti un'esperienza concreta e qualificante che li aiuti ad acquisire competenze pratiche spendibili al termine del percorso di studi.

Attraverso queste iniziative, vogliamo contribuire alla formazione dei professionisti di domani, offrendo strumenti utili per affrontare con consapevolezza e preparazione il mondo del lavoro.



capitolo 14

## Clienti e utilizzatori finali

### ESRS S4

Nel nostro ruolo di distributori e fornitori di soluzioni per il settore elettrico, poniamo massima attenzione alla qualità, alla sicurezza e all'affidabilità dei prodotti e dei servizi offerti. Ogni giorno supportiamo clienti professionali, garantendo accesso a tecnologie conformi alle normative, accompagnate da un'adeguata documentazione tecnica, assistenza specializzata e soluzioni su misura. Il nostro obiettivo è facilitare un utilizzo sicuro, efficiente e sostenibile delle apparecchiature elettriche, contribuendo al miglioramento continuo della catena del valore e alla piena soddisfazione degli utilizzatori finali.



## Reclami gestiti Sonepar Italia

	2022	2023	2024
Business area Nord	11.968	16.984	24.009
Business Area Centro, Sud e Isole	19.662	15.277	11.391
<b>Totale reclami Sonepar</b>	<b>31.630</b>	<b>32.261</b>	<b>35.400</b>
Differenza anno su anno		+2%	+10%
Rapporto reclami/ordini	0,0117	0,0120	0,0137

\*Nel 2024 la nuova organizzazione territoriale ha ridistribuito le varie regioni italiane in due Business Area. Per questa ragione si notano differenze nella ripartizione tra Nord e Sud, Centro e Isole dal 2022/2023 al 2024.

## Reclami gestiti Elettroveneta

	2022	2023	2024
<b>Totale reclami Elettroveneta</b>	<b>7.103</b>	<b>5.200</b>	<b>5.652</b>
Differenza anno su anno		-27%	+9%
<b>Rapporto reclami/ordini</b>	<b>0,0149</b>	<b>0,0108</b>	<b>0,0131</b>

## 14.1 Processi di coinvolgimento dei clienti

### S4-2

#### Progetto Big Data

Nel corso del 2024 è stato portato a compimento il progetto “Big Data”, un’iniziativa strategica finalizzata a migliorare la conoscenza del cliente e ottimizzare l’esperienza d’acquisto attraverso l’analisi avanzata dei dati, per mezzo di una segmentazione comportamentale. L’obiettivo è stato duplice: da un lato, perfezionare il tracciamento delle relazioni tra cliente e brand, dall’altro costruire un’offerta commerciale sempre più mirata e personalizzata.

Il progetto si è articolato in tre fasi principali:



##### 1. Segmentazione comportamentale dei clienti

È stato implementato un sistema avanzato di profilazione RFM (Recency, Frequency, Monetary), arricchito con ulteriori parametri come le modalità di spedizione preferite (es. ritiro in negozio, consegna in cantiere) e le modalità di acquisto favorito in termini di condizioni di pagamento.

Grazie a queste informazioni è stato sviluppato un algoritmo prescrittivo che ha identificato otto cluster di clienti sulla base dei loro comportamenti e preferenze. Ogni cliente è oggi etichettato secondo queste categorie, con dati integrati e aggiornati all’interno del CRM, rendendoli pienamente disponibili e utilizzabili dall’area commerciale per personalizzare comunicazioni, offerte e servizi.



## 2. Analisi della probabilità di abbandono

Il secondo step ha riguardato la previsione del rischio di abbandono da parte dei clienti, inteso non come cessazione totale della relazione, ma come riduzione del 20% del fatturato generato. È stato sviluppato un algoritmo predittivo complesso, capace di stimare questa probabilità con un buon grado di affidabilità.



## 3. Identificazione delle cause di disingaggio

Infine, è stato messo a punto un ulteriore algoritmo prescrittivo, volto a individuare le possibili cause che possono portare alla riduzione del fatturato generato dal cliente.

Oggi, grazie a questo progetto, il CRM aziendale contiene informazioni integrate e accessibili su tre livelli: cluster comportamentale del cliente, rischio di abbandono e possibili motivazioni di disingaggio. Oggi l'intero sistema è operativo, condiviso e utilizzato attivamente dalle funzioni commerciali.

## Attività di rivelazione NPS (Net Promoter Score)

Nel corso del 2024 sono proseguiti due importanti progetti di ascolto attivo della clientela, con l'obiettivo di misurare in modo strutturato la propensione dei clienti a promuovere il brand Sonepar e a fornire spunti qualitativi di miglioramento continuo.

### NPS Transazionale

Attraverso un sistema di rilevazione su base mensile, gestito tramite un tool di Gruppo che garantisce l'integrità e la neutralità dei dati, viene somministrata una survey ai clienti che hanno effettuato un acquisto nei 15 giorni precedenti. Oltre al punteggio numerico, i clienti sono invitati a motivare la propria valutazione, offrendo così un prezioso contributo anche sul piano qualitativo.

Il punteggio NPS (Net Promoter Score), viene calcolato secondo lo schema internazionale:

Voto da  
**1-6**  
Detrattori

Voto da  
**7-8**  
Passivi

Voto da  
**9-10**  
Promotori

Nel 2024, si è passati da un valore medio di 46 a 70.

La piattaforma di analisi NPS consente, inoltre, una lettura dettagliata dei dati, identificando in modo puntuale eventuali touchpoint critici a livello locale o nazionale. Questo permette di attivare azioni correttive su aspetti rilevanti come la logistica, i canali digitali o l'interazione diretta nei punti vendita. Le evidenze raccolte vengono condivise all'interno dei comitati strategici e sono accessibili a tutti i responsabili di marketing territoriale tramite dashboard dedicate.



## NPS e-commerce

Parallelamente, si è continuato a monitorare anche l’NPS relativo alla piattaforma di e-commerce. La fase iniziale di implementazione del questionario non ha prodotto risultati pienamente attendibili, in quanto il feedback proveniva sia da clienti sia da collaboratori aziendali.

Nel corso del 2024, tuttavia, il sistema è stato ottimizzato: i collaboratori sono stati indirizzati verso una piattaforma separata di rilevazione, rendendo così i dati NPS e-commerce più affidabili e rappresentativi dell’effettiva esperienza cliente che a oggi risulta decisamente soddisfacente.

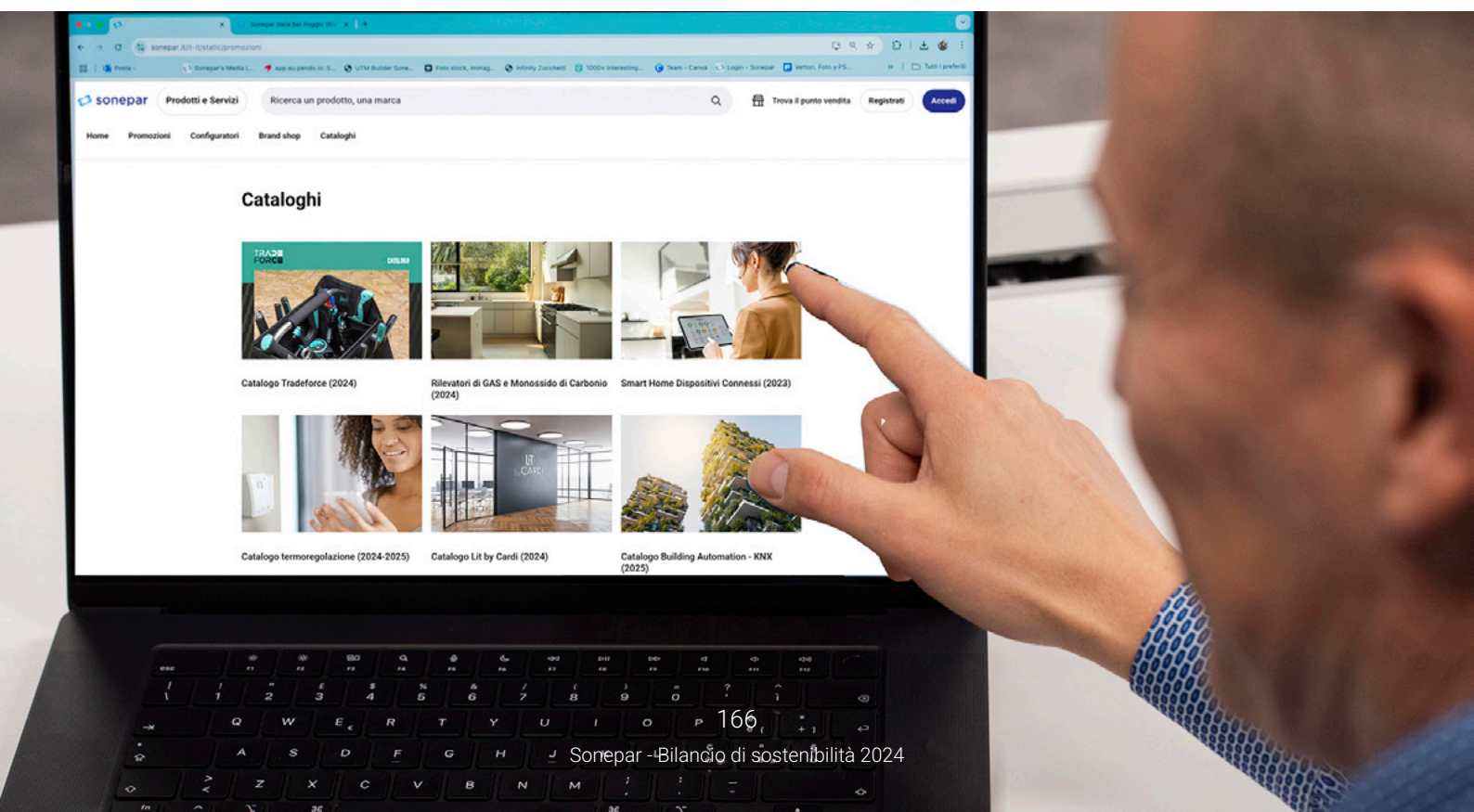
NPS rappresenta la fonte principale di ascolto del cliente e della sua soddisfazione. Ogni due anni viene avviata una survey generale.

## Analytics Piattaforma Spark

Il Gruppo Sonepar ha portato avanti un importante lavoro di miglioramento delle dashboard di analisi all’interno delle piattaforme digitali, con l’obiettivo di affinare la misurazione delle performance digitali e commerciali in modo integrato.

Non si tratta più soltanto di rilevare l’esperienza dell’utente, ma di valutare in modo concreto l’impatto delle campagne promozionali, sia in termini di interazioni digitali che di vendite generate. Questo consente di misurare anche la qualità dell’offerta commerciale proposta: se una campagna ottiene buoni risultati in termini di visibilità e interazione, ma non si traduce in un aumento delle vendite, è possibile dedurre criticità legate al mix di prodotto, al posizionamento di prezzo o ad altri fattori di marketing operativo.

Per supportare questa analisi, nel 2024 è stato rafforzato anche il sistema di tracciamento delle interazioni: grazie all’utilizzo sistematico di codici UTM, è oggi possibile monitorare la provenienza del traffico verso il sito e collegare in modo preciso ciascun accesso alle relative azioni promozionali.



## ESPERIENZE DI SOSTENIBILITÀ: COINVOLGERE STAKEHOLDER PER UN IMPATTO CONCRETO

### SUSTAINABILITY WEEK DI ELETTROVENETA

Da sempre sostenitori di attività green di vario tipo, la vicinanza all'ambiente è sempre stata un valore centrale e condiviso. Lo scorso anno abbiamo voluto dedicare un'intera settimana alla sostenibilità. Per cinque giorni, cinque diverse categorie prodotte in promozione legati all'efficientamento energetico sono stati affiancati ad un gadget ecologico, dimostrando come la responsabilità ambientale possa integrarsi perfettamente nella nostra offerta. Oltre 40 gadget ecologici omaggiati tra monopattini elettrici, bici pieghevoli, powerbank e zainetti in PET riciclato.

L'attività - realizzata da Elettroveneta - non è stata solo commerciale; è stata accompagnata da una comunicazione specifica con 3 post e newsletter dedicati all'argomento (un giorno si è parlato di fotovoltaico, un altro giorno di e-mobility, un altro ancora di sistemi di accumulo...) in collaborazione con i produttori che hanno supportato l'iniziativa, confermando che l'attenzione alla sostenibilità è un



valore condiviso sia all'interno della nostra azienda che tra i nostri clienti e partner.

### ENERGY TRANSITION DAYS : INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ AL CENTRO

Il 24 e 25 settembre 2024, presso la Città della Scienza di Napoli, Sonepar Italia ha organizzato Energy Transition Days, un evento dedicato alla transizione energetica e alla promozione di pratiche sostenibili nel settore.

#### L'iniziativa ha affrontato tre macro-temi strategici:

- quadri intelligenti e Industria 5.0, per ridurre sprechi e ottimizzare i processi produttivi;
- smart City e soluzioni per il terziario, con focus su efficienza energetica e riduzione delle emissioni urbane;
- comunità energetiche e Agrivoltaico, per favorire l'autoconsumo e l'uso di fonti rinnovabili.

Oltre a un'area espositiva con 30 stand, 4 truck e un parco di mezzi elettrici dedicato all'e-mobility, l'evento ha incluso 6 corsi formativi e tavole rotonde per diffondere conoscenze e stimolare partnership orientate alla sostenibilità.

#### Indicatori di impatto ambientale e sociale

- Partecipanti: oltre 1.200 professionisti interessati e coinvolti nella transizione energetica.
- Mobilità sostenibile: esposizione di 15 veicoli elettrici, promuovendo soluzioni a basse emissioni.
- Formazione green oriented: 6 corsi specialistici su rinnovabili, climatizzazione efficiente e domotica.
- Contributo ambientale: devoluti 42 mila euro degli introiti derivati dalla "Transition Card" alla Fondazione Marevivo per la tutela dei mari di cui allego ringraziamenti e inserimento di Sonepar nel Bilancio Sociale della fondazione.

**Energy Transition Days ha rappresentato un esempio concreto di come innovazione, formazione e responsabilità sociale possano convergere per accelerare la transizione verso un futuro più sostenibile e continueremo su questa scia!**

## 14.2 Gli obiettivi futuri

---

### Progetto di normalizzazione del dato

Nel 2025 prenderà il via un progetto innovativo basato sull'intelligenza artificiale, con l'obiettivo di migliorare la qualità e la coerenza dei dati tecnici presenti sulle piattaforme digitali e nei canali di comunicazione verso i clienti.

Il nuovo modello AI sarà in grado di integrare e armonizzare dati provenienti dai siti dei fornitori e da altri canali online. Lo scopo è standardizzare e arricchire i contenuti, generando descrizioni quando mancanti, recuperando immagini prodotte e validando l'affidabilità delle informazioni. Il sistema permetterà anche di uniformare il tono di voce, rendendolo coerente con l'identità e i valori del brand Sonepar.

### Negozi del futuro

Nel 2024 è iniziata la strutturazione di un progetto strategico che, a partire da una revisione complessiva degli spazi e degli ambienti di lavoro, porterà alla definizione di standard minimi pensati per garantire maggiore benessere agli operatori. Questi criteri saranno applicati sia nella scelta dei nuovi siti, sia per la fase di prima implementazione. Il progetto, dunque, parte da un'analisi delle filiali esistenti, che sono state segmentate in base alla tipologia di clientela e al bacino di utenza.

Sulla base di questa segmentazione si lavorerà alla definizione di una nuova concezione di filiale, non solo dal punto di vista fisico, con focus su efficienza energetica, allestimenti funzionali e aree di ritiro ottimizzate, ma anche sotto il profilo dei servizi offerti e della qualità dell'esperienza, sia per i clienti che per i collaboratori.

Il progetto prenderà pienamente forma nei prossimi anni, con l'obiettivo di creare ambienti più moderni, inclusivi ed efficienti, capaci di rispondere efficacemente alle diverse esigenze.

## 14.3 Sicurezza dei prodotti

---

### S4-4

Assicuriamo la **massima trasparenza e conformità normativa** lungo tutta la catena di distribuzione, in collaborazione con produttori e fornitori. Garantire l'affidabilità e la sicurezza dei prodotti è per noi un impegno costante.

Forniamo su richiesta **dichiarazioni sull'origine** degli articoli, basate sulle informazioni ricevute dai produttori. In linea con il **Regolamento REACH** (CE n. 1907/2006), richiediamo regolarmente le **dichiarazioni sulle sostanze SVHC**, comprese quelle a potenziale rischio cancerogeno. Tutti i documenti sono archiviati nel portale interno, a disposizione del team commerciale per risposte rapide e tracciabili.

Applichiamo controlli in base alla **normativa RoHS** per i prodotti elettrici ed elettronici, mentre la responsabilità delle informazioni tecniche resta ai produttori. Tutti gli articoli sono corredati da **documentazione per un uso sicuro**, nel rispetto delle direttive europee, inclusi gli obblighi ADR per il trasporto di merci pericolose, come le batterie al litio.

In ambito ambientale, rispettiamo il **D.Lgs. 116/2020** sull'etichettatura degli imballaggi e promuoviamo una **gestione corretta e responsabile dei rifiuti**.

Dal 2023 è inoltre attiva una procedura per individuare gli **articoli "dual use"**, a uso civile ma con possibili applicazioni militari, garantendo una classificazione accurata e una comunicazione coerente con clienti e dogane.





 sonepar

# Governance



## capitolo 15

# La nostra politica per la cultura e l'impresa

In un contesto globale in rapida evoluzione, caratterizzato da sfide ambientali sempre più urgenti, disuguaglianze sociali da colmare e complessità economiche crescenti, la sostenibilità rappresenta per noi un pilastro strategico e operativo. Non la intendiamo come un obiettivo accessorio, né come una semplice risposta alle richieste del mercato o della normativa, ma come un **principio guida** capace di orientare le nostre scelte quotidiane e la nostra visione di lungo periodo.

In questo scenario, la **governance aziendale** assume un ruolo centrale. Non si limita a garantire il rispetto delle regole, ma agisce come **leva etica e culturale** che guida l'impresa verso un modello di sviluppo inclusivo, resiliente e orientato al bene comune. Il nostro approccio alla governance integra la sostenibilità nei processi decisionali e organizza in modo sistemico le responsabilità, i ruoli e le funzioni, per garantire una gestione efficace, trasparente e allineata ai nostri valori fondanti.

Siamo fermamente convinti che una **cultura d'impresa condivisa** e basata sull'integrità sia la chiave per creare valore autentico.

A sostegno di questa visione, abbiamo adottato una **struttura di strumenti di governance chiara, coerente e integrata**, che ci consente di mantenere elevati standard etici e di rafforzare la fiducia con tutti gli stakeholder.



Tra questi strumenti rientrano:

- il **Codice Etico**, che definisce i principi fondamentali cui ci ispiriamo nelle relazioni interne ed esterne;
- il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231**, volto a prevenire comportamenti illeciti e a promuovere la cultura del controllo e della legalità;
- le politiche aziendali in materia di **anticorruzione, conflitti di interesse, sicurezza sul lavoro, parità di genere, diversità e inclusione, sicurezza delle informazioni, qualità e whistleblowing**;
- i **codici di condotta aziendali e dei fornitori**, che estendono i nostri standard di responsabilità lungo tutta la catena del valore;
- il nostro **Programma di Conformità**, che coordina l'adozione e il monitoraggio di tutte le policy rilevanti, assicurando coerenza e accountability.

Riteniamo che la **formazione continua** sia uno dei principali strumenti per consolidare una cultura della legalità e della sostenibilità. Investiamo nella sensibilizzazione di tutte le persone che lavorano con e per noi, affinché conoscano i rischi, comprendano le normative e condividano pienamente i principi che guidano il nostro agire.

Anche nel rapporto con i fornitori e partner commerciali applichiamo criteri rigorosi di **due diligence ESG**, che considerano aspetti legati alla tutela dei diritti umani, alle condizioni di lavoro, alla salute e sicurezza, alla legalità e alla sostenibilità ambientale. Le nostre politiche di approvvigionamento responsabile sono supportate da procedure strutturate di qualifica e valutazione, che ci permettono di selezionare partner allineati ai nostri standard e di prevenire potenziali criticità lungo la catena del valore.

In particolare, riteniamo che la **lotta alla corruzione**, in ogni sua forma, debba rappresentare un elemento imprescindibile di integrità e legalità, nonché un pilastro fondante della nostra cultura aziendale. Ci impegniamo con determinazione a prevenire, identificare e contrastare qualsiasi comportamento corruttivo, sia attivo che passivo, pubblico o privato, in ogni contesto e Paese in cui operiamo.

Riconosciamo che la corruzione costituisca una minaccia non solo alla concorrenza leale e alla trasparenza dei mercati, ma anche alla fiducia che i nostri stakeholder ripongono in noi. Per questo abbiamo adottato un **sistema di prevenzione strutturato**, basato su principi di responsabilità, tracciabilità e controllo, e supportato da politiche, procedure e strumenti operativi specifici.

Per questo ci siamo dotati anche su questo versante di politiche e strumenti puntuali supportati da specifiche attività di monitoraggio, formazione e miglioramento continuo.

Vogliamo che la nostra governance ci garantisca il mantenimento di un **dialogo costante e trasparente con gli stakeholder**, basato sull'ascolto, la rendicontazione e l'azione concreta. Siamo convinti che una leadership responsabile debba essere capace di anticipare i cambiamenti, agire con coerenza e rendere conto degli impatti generati, sia positivi che critici.

Per noi, **agire responsabilmente** significa prendere decisioni oggi che tengano conto delle generazioni di domani. Significa costruire un'organizzazione fondata sulla fiducia, sull'inclusione e sull'innovazione, dove la governance non sia solo un sistema di regole, ma un vero e proprio motore culturale per guidare il cambiamento verso un futuro più equo, trasparente e sostenibile.



## capitolo 16

# Strumenti di governance e compliance

### ESRS G1-1

Per integrare la sostenibilità nel cuore delle decisioni strategiche e operative riteniamo essenziale la disponibilità di strumenti di governance solidi, trasparenti ed efficaci fondati su principi di responsabilità e integrità e trasparenza.

Attraverso un sistema di presidi, policy e meccanismi di controllo assicuriamo coerenza tra gli obiettivi economici, ambientali e sociali, promuovendo un modello di gestione etico e sostenibile, orientato alla creazione di valore nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.

## 16.1 Codice Etico



Adottato dal Consiglio di Amministrazione nel 2016 e aggiornato nel 2019, il Codice Etico rappresenta un riferimento essenziale per la condotta aziendale. Si tratta di un documento di carattere generale che raccoglie i principi etici e comportamentali che guidano l'agire dell'organizzazione, in linea con i nostri valori fondanti. Il rispetto di tali principi è richiesto a tutti i dipendenti, collaboratori e partner esterni coinvolti nelle attività aziendali.

Il Codice si ispira ai valori contenuti nel Codice di Condotta del Gruppo Sonepar, promuovendo una cultura imprenditoriale fondata sul rispetto, sull'integrità e sulla responsabilità.

I principi chiave espressi nel Codice Etico includono:

- rispetto della legalità;
- contrasto alla corruzione e alle influenze illecite, sia in ambito pubblico che privato;
- prevenzione dei conflitti di interesse;
- promozione della professionalità e dell'affidabilità;
- trasparenza nella gestione delle informazioni;
- tutela della riservatezza e protezione dei dati personali;
- valorizzazione delle persone e del capitale umano;
- garanzia della sicurezza sul lavoro e della sostenibilità ambientale;
- prevenzione del riciclaggio e dell'autoriciclaggio;
- salvaguardia della concorrenza leale;
- impegno per la qualità dei prodotti;
- protezione della proprietà intellettuale;
- gestione corretta e sicura dei sistemi informativi.

Il documento regola i rapporti dell'azienda con la Pubblica Amministrazione, i clienti, i fornitori, i partner commerciali e le istituzioni, specificando anche i compiti dell'Organismo di Vigilanza e il sistema sanzionatorio previsto in caso di violazione.

Il Codice Etico è sottoposto a un processo di aggiornamento periodico per garantire l'adequatezza rispetto alle normative vigenti e all'evoluzione interna dell'organizzazione. Ne promuoviamo attivamente la conoscenza e l'applicazione attraverso campagne informative e specifici percorsi formativi rivolti a tutto il personale.



Inquadra il **QR Code** con lo smartphone e accedi al nostro codice etico.

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

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



Con l'introduzione del Decreto Legislativo n. 231 del 2001, è stata introdotta la responsabilità amministrativa per le persone giuridiche, comprese società e associazioni, anche non riconosciute.

Prima di questa normativa, la responsabilità penale ricadeva esclusivamente sulle singole persone fisiche.

Il Decreto 231 del 2001 disciplina la responsabilità delle imprese e degli enti per i reati commessi da soggetti che:

- appartengono agli enti stessi;
- rivestono funzioni di rappresentanza, amministrazione o direzione della Società, o di una sua unità organizzativa con autonomia amministrativa, finanziaria e funzionale;
- esercitano, anche di fatto, la gestione o il controllo della società, sotto la direzione o la vigilanza di uno dei soggetti precedenti.

In coerenza con quanto previsto nel Codice Etico, Abbiamo adottato, a partire da marzo 2019, il Modello 231, la cui applicazione e osservanza sono monitorate da un Organismo di Vigilanza, con poteri di iniziativa e controllo, presieduto da un soggetto esterno per garantirne piena autonomia.

Gli **obiettivi** principali del Modello 231 sono i seguenti:

- 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.



Inquadra il QR Code con lo smartphone e approfondisci il nostro impegno per la compliance.

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

## 16.3 Anticorruzione e conflitti di interesse



Abbiamo sviluppato una disciplina mirata a prevenire i rischi di **corruzione**, rafforzando ulteriormente il nostro Codice Etico e il Modello 231. Il nostro impegno non si limita alla mera definizione di tale modello, ma si estende alla sua applicazione quotidiana tramite un sistema di monitoraggio continuo, supportato da un adeguato quadro sanzionatorio.

In questo contesto, è stata prevista anche una gestione specifica per affrontare i **potenziali conflitti di interesse**, con particolare attenzione al Presidente del Consiglio di Amministrazione delle tre società, che ricopre anche un ruolo dirigenziale apicale in Sonepar Italia. Questa situazione viene regolata da una procedura dedicata, che include la compilazione di un questionario periodico dettagliato, finalizzato a prevenire qualsiasi possibile conflitto e garantire la massima trasparenza.

## 16.4 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 dalla legge 30 novembre 2017, n. 179.

La gestione del whistleblowing è un elemento fondamentale all'interno del nostro modello di organizzazione, gestione e controllo. Tuttavia, per rafforzare ulteriormente questo processo, nel gennaio 2020 abbiamo introdotto una **politica di segnalazione specifica**, pensata per offrire a chiunque sia a conoscenza di situazioni o comportamenti che, in buona fede, ritenga possano costituire violazioni del Codice di condotta, del Codice di condotta dei fornitori, delle politiche o procedure aziendali, o delle leggi e regolamenti vigenti, un'opportunità per segnalare tali preoccupazioni.

I nostri collaboratori hanno la possibilità di inoltrare le segnalazioni innanzitutto ai propri responsabili diretti, oppure al Dipartimento Risorse Umane o all'Ufficio Legale del Gruppo. Nel caso in cui il dipendente preferisca non entrare in contatto diretto con il personale aziendale, o nel caso di segnalazioni provenienti dall'esterno, è disponibile un sistema che consente di comunicare in modo anonimo le presunte irregolarità a una terza parte indipendente selezionata.

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

Le segnalazioni possono riguardare, in linea esemplificativa, le seguenti aree:

- diritti umani;
- frode;
- corruzione;
- millantato credito;





Inquadra il **QR Code** con lo smartphone per approfondire la nostra politica di segnalazione.

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

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

La procedura è progettata per garantire i principi di riservatezza, assenza di ritorsioni, protezione dei dati e buona fede. Insieme ai nostri partner, ci impegniamo a non adottare alcuna forma di ritorsione nei confronti di chi effettua segnalazioni in buona fede o di chi partecipa alle indagini correlate.

## 16.5 Anti-concorrenzialità



In Sonepar attribuiamo la massima importanza alle dinamiche di mercato corrette, convinti che una concorrenza sana stimoli l'innovazione e favorisca la produttività e la crescita economica. Considerando le dimensioni rilevanti della nostra azienda, abbiamo implementato un set di regole e azioni di monitoraggio per prevenire comportamenti o strategie che potrebbero portare a posizioni monopolistiche o accordi collusivi, in grado di danneggiare i clienti, ostacolare l'ingresso di nuovi concorrenti nel mercato o, più in generale, distorcere la concorrenza leale.

I principi fondamentali di tale approccio sono delineati nel MOG 231 ma, per garantire l'efficacia di questi criteri, abbiamo sviluppato un vero e proprio **Programma Antitrust**, che include:

- un **Manuale di compliance**, che regola i principi generali e le pratiche di condotta a cui ogni destinatario deve attenersi nell'esercizio delle proprie mansioni professionali;
- **linee guida applicative** del programma, pensate per orientare i dipendenti e i collaboratori aziendali nella scelta delle azioni corrette, in particolare nelle situazioni che potrebbero presentare rischi;
- un **Glossario antitrust**, utile a sensibilizzare, diffondere la conoscenza dell'importanza e degli obiettivi del diritto antitrust, e consolidare un ambiente di lavoro e controllo che mitighi i rischi di violazioni della normativa. Il glossario funge da guida per prevenire azioni, comportamenti e omissioni illecite.

Il Programma, sviluppato dall'area Legal & Compliance dopo un'attenta analisi dei rischi, è applicabile senza eccezioni a tutte le aree, funzioni e divisioni aziendali. Per garantire l'efficacia del programma è stato nominato un **Antitrust Compliance Officer** (ACO) che si occupa della sua attuazione.

Su questi ambiti, nel 2024 abbiamo proseguito con decisione l'attuazione di un articolato programma formativo, erogato sia in modalità presenziale che digitale, con un focus specifico sulle figure maggiormente esposte, in particolare quelle dell'area commerciale. Il percorso ha preso avvio a seguito dell'adozione della policy nel 2023 e si è concretizzato nel completamento di un primo ciclo di formazione nel 2024.

Nel 2025 il programma entrerà in una nuova fase, con l'avvio di un secondo ciclo formativo e l'introduzione di una policy comportamentale dedicata alla gestione di verifiche e ispezioni, al fine di rafforzare ulteriormente la cultura della conformità e assicurare un comportamento coerente in situazioni sensibili.

## 16.6 Politica per la qualità

---



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

Un Sistema di Gestione della Qualità comprende tutte le attività collegate e interdipendenti che impattano sulla qualità di un prodotto o servizio. Esso si compone di:

- 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.

## 16.7 Politica per la sicurezza dei dati e delle informazioni



La protezione dei dati personali è una delle nostre principali priorità in Sonepar. Prestiamo la massima attenzione alla sicurezza e alla gestione accurata delle informazioni che raccogliamo, impegnandoci costantemente per garantire un trattamento sicuro e conforme.

Abbiamo sviluppato un insieme di attività, tra cui nomine, procedure e comportamenti specifici, per assicurarci di rispettare pienamente il **GDPR** (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati). In risposta al crescente uso delle piattaforme digitali, non solo ci siamo adattati alle nuove **normative sui cookies**, ma abbiamo anche implementato rigorosi **protocolli di cybersecurity** per proteggere i dati.

Per individuare le disposizioni operative interne, abbiamo adottato un **modello organizzativo e di gestione della privacy**, ispirandoci agli standard internazionali, in particolare quelli previsti dalla norma ISO 27001, al fine di assicurare una gestione sistematica e sicura della privacy.

In ambito privacy, l'attività è coordinata da un **BPO** (Business Privacy Officer), che assicura un monitoraggio continuo delle richieste e degli aggiornamenti normativi.

È stato inoltre effettuato un aggiornamento delle privacy policy, volto a rafforzare la gestione e la protezione delle informazioni trattate.

La strategia di **cybersecurity** è definita a livello globale dal Gruppo e viene declinata in ambito nazionale attraverso un processo strutturato e progressivo di implementazione. Il coordinamento delle attività di sicurezza informatica è affidato a un **Security Operations Center** centrale, responsabile per l'intero perimetro aziendale, che monitora costantemente le minacce e genera allerte tempestive, inviate ai referenti locali per una gestione efficace e puntuale degli incidenti.

Il modello di sicurezza adottato dal Gruppo si fonda su soluzioni tecnologiche avanzate, tra cui strumenti basati su intelligenza artificiale, progettati per migliorare la capacità predittiva e di risposta agli attacchi. Un elemento distintivo dell'approccio è l'adozione del paradigma **"zero trust network"**, che prevede il controllo e l'autenticazione degli accessi non più su base aggregata, ma a livello individuale. Questo consente un monitoraggio più preciso e una protezione più mirata delle risorse digitali aziendali.

La governance della sicurezza informatica è rafforzata da incontri mensili di allineamento tra il team locali (tra i quali quello italiano) e il team centrale del Gruppo, durante i quali vengono analizzati i progressi delle attività, condivise le best practice e valutata l'efficacia delle azioni in essere. A supporto dell'intera strategia, è stato inoltre introdotto un **decalogo comportamentale per sistemisti e utenti**, accompagnato da linee guida operative per l'uso sicuro e responsabile delle tecnologie, incluse quelle a supporto della logistica.

Per verificare la resilienza dei sistemi, vengono regolarmente condotti penetration test con un monitoraggio approfondito che permette di tracciare e analizzare le singole utenze.

A completamento del presidio tecnologico, è stato avviato un piano strutturato di formazione e sensibilizzazione alla sicurezza informatica, che comprende simulazioni di attacchi di phishing attraverso l'invio di e-mail finte, per testare la consapevolezza e la prontezza di risposta degli utenti.

Infine, la gestione della privacy e della protezione dei dati personali è presidiata dall'area legale, che coordina l'attività del Data Protection Officer (DPO) e garantisce il pieno rispetto delle normative vigenti in materia di trattamento dei dati.

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



Abbracciamo con fermezza i valori dell'inclusività, della parità di genere e dell'integrazione all'interno del contesto aziendale e sociale. Crediamo che la diversità sia un motore fondamentale per lo sviluppo, il dialogo costruttivo e la crescita personale.

Il nostro obiettivo è creare un ambiente aziendale veramente inclusivo, promuovendo un profilo integrato, equo e giusto che tenga conto di ambiente, economia e società.

Per questo motivo, abbiamo adottato una politica aziendale mirata a **eliminare il gender gap** nelle aree più critiche. Desideriamo che tutte le fasi del percorso lavorativo, dalla selezione all'onboarding, dalla formazione alle opportunità di crescita, inclusa la retribuzione, siano gestite secondo i principi di pari opportunità, inclusione e meritocrazia. Questo impegno è sostenuto da sistemi di segnalazione e monitoraggio adeguati, che ci permettono di identificare e correggere qualsiasi forma di disparità.

Per consolidare e rendere ancora più tangibile il nostro impegno, abbiamo istituito un **Comitato Guida Pari Opportunità**, che supporta l'Alta Direzione nella definizione degli obiettivi da integrare nel piano strategico.

Tutti i dettagli della politica DEI e delle azioni correlate sono rendicontati nel capitolo "people".



Inquadra il **QR Code** con lo smartphone e approfondisci il nostro approccio alla DEI.

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>

## 16.9 Politica per la sicurezza nei luoghi di lavoro



I nostri collaboratori rappresentano la nostra risorsa strategica fondamentale. Garantire il rispetto dei loro diritti e la protezione della loro sicurezza è per noi un imperativo assoluto. Pertanto, adottiamo tutte le misure necessarie per prevenire gli incidenti, convinti che la prevenzione e la formazione siano gli strumenti più efficaci per ridurre i rischi.

A tal fine, abbiamo sviluppato una **struttura organizzativa** conforme alla normativa del D.Lgs. 81/2008 e s.m.i. (c.d. "Testo Unico sulla Sicurezza"), con l'obiettivo di definire chiaramente ruoli e responsabilità, e di prevenire infortuni gravi che potrebbero configurarsi come reati di omicidio colposo o lesioni colpose gravi o gravissime. A tal fine, il Consiglio di Amministrazione ha conferito al Presidente (nonché Amministratore Delegato) il ruolo di Datore di Lavoro (DdL) di Sonepar, conferendogli piena autonomia decisionale e facoltà di delega.

Inoltre, per valutare accuratamente i rischi presenti nell'ambiente lavorativo e identificare potenziali pericoli per la salute e la sicurezza dei lavoratori, abbiamo redatto il **Documento di Valutazione dei Rischi** (DVR). In questo documento sono stati identificati e valutati tutti i fattori di rischio, definendo le necessarie misure di prevenzione e protezione, nonché i piani di emergenza.

Tutti i dettagli della gestione della sicurezza aziendale sono rendicontati nel capitolo "people".

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

Solo attraverso una formazione costante si può rafforzare in azienda la cultura dell'etica, della compliance (in particolare anticorruzione e anticoncorrenzialità), della diversità e della sicurezza.

Per questo in Sonepar abbiamo creato di percorsi di divulgazione, formazione e approfondimento su questi temi. (Il dettaglio è disponibile nella sezione "people").

**331** le ore di formazione nel 2024 sui temi di sostenibilità

**3.383** le ore di formazione nel 2024 sui temi DEI

**804** le ore di formazione nel 2024 sui temi di compliance

**3.757** le ore di formazione nel 2024 sui temi ESG

**9.018** le ore di formazione nel 2024 sui temi di sicurezza



## 16.10 Gli strumenti di compliance a livello internazionale

I temi dell'integrità, dell'equità, della fiducia e del rispetto rappresentano 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.



### Codice di condotta

Il Codice di Condotta Sonepar, rilasciato per la prima volta nel 2017 e successivamente aggiornato nel 2020, rappresenta il documento globale di riferimento per la conformità e l'integrità all'interno del Gruppo.

Con questo Codice, abbiamo stabilito i **principi e le regole di buona condotta** che devono orientare il comportamento di ogni membro del team Sonepar, in ogni parte del mondo. Ogni collaboratore ha accesso alla versione digitale del Codice nella propria lingua e ne riceve una copia al momento dell'ingresso nel Gruppo. Per garantire una piena comprensione e adesione, il Codice è disponibile in 20 lingue diverse.



Inquadra il **QR Code** con lo smartphone e scarica il nostro codice di condotta.

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

### Codice di condotta dei fornitori

Il rispetto delle normative, l'integrità e la conformità non sono requisiti esclusivi per i dipendenti. Il Gruppo Sonepar, e di conseguenza Sonepar Italia, esige che tutti i suoi partner adottino gli stessi elevati standard etici. A tal fine, è stato elaborato un Codice di Condotta specifico per i fornitori, che include procedure e strumenti destinati a monitorare e valutare l'operato dei partner.

In particolare, il Codice si concentra su temi quali i **diritti umani** (lavoro minorile, tratta di esseri umani, lavoro forzato), **l'ambiente, la salute e la sicurezza**, nonché sulla **conformità a normative relative a anticorruzione, concorrenza e conflitto di interessi**.

### Programma di conformità Sonepar

Per garantire un'efficace applicazione dei principi e degli standard stabiliti nel Codice di Condotta, sono state elaborate specifiche **Politiche e Procedure di Conformità**, mirate alla declinazione a livello locale degli standard globali. Sono state approfondite tematiche quali la promozione di una concorrenza leale, la prevenzione della corruzione, la protezione della riservatezza dei dati e il rispetto dei divieti e regolamenti commerciali internazionali. Il Codice di Condotta Sonepar, insieme alle relative Politiche e Procedure, fa parte di un Programma di conformità più ampio, che include anche iniziative educative e informative, mappatura dei rischi, comunicazioni, segnalazioni, valutazione dei partner commerciali, nonché obblighi contabili e di rendicontazione e valutazioni e verifiche periodiche.



Inquadra il **QR Code** con lo smartphone e scarica il nostro codice di condotta dei fornitori.

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



## capitolo 17

# Gestione dei rapporti con i fornitori

### ESRS G1-2

Essendo un'azienda di distribuzione, la gestione del procurement e della supply chain rappresenta un aspetto strategico fondamentale con un impatto diretto anche sul fronte della sostenibilità. La scelta di fornitori impegnati attivamente su questi temi contribuisce infatti a rafforzare l'approccio responsabile del Gruppo in linea con il settore in cui opera.

Al centro delle nostre attività c'è la selezione e la proposta ai clienti di marchi e prodotti che favoriscono il risparmio energetico e l'elettificazione con l'obiettivo di ridurre le esternalità negative associate ai consumi.

Per ottimizzare i processi di approvvigionamento e uniformare le strategie, nel 2016 è stata **centralizzata** a Padova la gestione degli acquisti di Sonepar, Elettroveneta e HDUEA.

Sebbene non siano ancora formalizzate politiche e procedure strutturate per la valutazione dei fornitori sotto il profilo della sostenibilità, il Gruppo sta lavorando all'introduzione di **criteri di accreditamento** focalizzati su questi aspetti, al fine di rafforzare l'offerta "green".

Nel 2023, abbiamo avviato per la prima volta una valutazione su un campione selezionato di fornitori, attraverso un questionario mirato a raccogliere informazioni sulle performance ambientali, sociali e di governance. Sono state coinvolte **63 imprese**, a ciascuna delle quali è stato assegnato un punteggio in base alle risposte fornite. Questo primo passo ha segnato l'inizio di un percorso volto a integrare criteri ESG nei processi di selezione e accreditamento dei fornitori.

Per una lettura più chiara e strutturata, gli acquisti sono stati suddivisi in due categorie:

- **acquisti core:** comprendono tutti gli acquisti riferiti a prodotti, servizi e soluzioni che vengono poi rivenduti ai clienti attraverso punti di vendita fisici o digitali;
- **acquisti non core:** comprendono tutti gli acquisti riferiti a prodotti e servizi accessori al business principale.

Data la natura del business e l'obiettivo di garantire standard qualitativi elevati, ci affidiamo principalmente a partner internazionali per gli acquisti core. Allo stesso tempo, il Gruppo riconosce il valore delle relazioni territoriali e privilegia, ove possibile, il rapporto con le **filiali italiane** di queste multinazionali. Questa scelta consente di generare ricadute positive sul territorio nazionale; per questo, nei paragrafi successivi, i fornitori core verranno indicati come "nazionali".

Per quanto riguarda invece gli acquisti non core, tutti i fornitori selezionati sono italiani. Questa scelta conferma il nostro impegno nel sostenere l'economia locale e nel mantenere solide relazioni con gli attori del territorio anche nelle attività secondarie.





## 17.1 Politiche di procurement

Come già evidenziato nei capitoli relativi alla forza lavoro nella catene del valore (ESRS S2) e agli strumenti di governance (ESRS G1), ci siamo dotati di un sistema strutturato di codici, procedure e attività al fine di poter profilare al meglio i nostri fornitori limitando il più possibile il rischio di relazione con player non in linea con i nostri valori fondamentali e con una gestione etica e sostenibile.

### Il codice di condotta dei fornitori

All'interno di un ambito altamente specializzato come il retail, la definizione e la supervisione delle relazioni con i partner commerciali sono elementi chiave della governance. Mantenere elevati standard etici e di compliance rende imprescindibile la valutazione del comportamento dei fornitori.

Chiediamo, quindi, a tutti i partner, e alle loro filiere, di rispettare le normative vigenti e di aderire formalmente al nostro Codice di Condotta che tiene conto di una serie di elementi chiave di sostenibilità tra cui:

- diritti umani;
- molestie;
- diritti dei lavoratori;
- ambiente, salute e sicurezza.

### Diritti umani

Richiediamo che i nostri fornitori rispettino i diritti umani e la privacy degli individui, promuovano il rispetto reciproco e valorizzino la diversità, l'inclusione e le pari opportunità all'interno di una cultura improntata all'etica e all'impegno.

Particolare attenzione viene riservata alla verifica di comportamenti legati al lavoro minorile, diretto o indiretto, alla tratta di esseri umani e al lavoro forzato.

### Molestie

Nel rispetto dei propri standard etici, esigiamo che i fornitori adottino misure efficaci per prevenire ogni forma di molestia e assicurino ai propri collaboratori un ambiente di lavoro privo di abusi, fisici, mentali o di altra natura.

### Diritti dei lavoratori

Richiediamo ai nostri fornitori di garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori, conformandosi a tutte le leggi e ai regolamenti in vigore nei Paesi in cui operano.

Questo impegno comprende il rispetto degli standard minimi in materia di salari, benefici e condizioni di lavoro. I fornitori devono inoltre osservare i requisiti legali relativi alla retribuzione e all'orario di lavoro.

È altresì fondamentale che venga rispettata la libertà di associazione e il diritto dei lavoratori a confrontarsi con la dirigenza su temi legati alle condizioni lavorative, senza subire abusi, intimidazioni, interferenze o ritorsioni.

### Ambiente, salute e sicurezza

In linea con i propri principi di responsabilità ambientale e sociale, esigiamo che i fornitori adottino pratiche orientate alla sostenibilità, limitando l'impatto ambientale, ottimizzando l'uso dell'energia e favorendo l'impiego di fonti rinnovabili. I fornitori devono altresì tutelare la salute, la sicurezza e il benessere dei lavoratori, dei visitatori e di tutte le persone coinvolte nelle proprie attività operative.

È inoltre richiesto il pieno rispetto delle normative vigenti, nonché l'adozione di ogni misura necessaria per garantire la conformità alle procedure in materia di salute e sicurezza.

### Politica sui diritti umani

Nel dicembre 2022, il Gruppo Sonepar ha adottato un documento strategico che rafforza e concretizza il nostro impegno in materia di diritti umani (Human Rights Policy).

La policy pone particolare attenzione alla prevenzione di ogni forma di sfruttamento, discriminazione o violazione dei diritti fondamentali.

Oltre al perimetro interno, il documento estende i suoi principi anche a fornitori e partner commerciali, promuovendo una cultura del rispetto dei diritti umani lungo l'intera catena del valore.

A tal fine, la policy prevede specifici requisiti e meccanismi di monitoraggio per assicurare che anche i soggetti terzi si conformino agli standard etici e sociali richiesti dal Gruppo prevenendo e contrastando ogni violazione dei diritti fondamentali, inclusi lavoro forzato, discriminazione e sfruttamento nonché tutelando le libertà fondamentali nell'ambito lavorativo e promuovendo condizioni di lavoro dignitose e sicure.

## 17.2 La qualifica dei fornitori “no core”

Il nostro focus, data la natura del business, è sicuramente la gestione dei fornitori core, ovvero di coloro che approvvigionano il Gruppo di tutti quei prodotti e servizi che poi vengono distribuiti ai clienti.

Però, una realtà così complessa non può funzionare senza avere anche una serie di fornitori no core che svolgono tutte le attività di supporto al business principale e alla gestione aziendale. Per questa ragione, dal 1 gennaio 2023 abbiamo

definito una procedura di qualifica di questi fornitori che consideri anche, tra le variabili di accreditamento, il rischio di corruzione. Questa procedura si allinea con quanto definito all'interno del manuale della compliance, policy 317 “trattare con i partner commerciali”.

Questa procedura consente di confrontare i partner commerciali ma soprattutto di gestire in modo migliore la rischiosità correlata allo specifico partner scelto.

## PRODOTTI PROVENIENTI DA AREE DI CONFLITTO

Il Gruppo Sonepar presta particolare attenzione alla provenienza dei prodotti che acquista, soprattutto in relazione alle aree di conflitto.

Nel 2022 ha emanato un memorandum vincolante per tutte le filiali nazionali, in recepimento del Regolamento UE 2023/1214 che modifica l'art. 3 octies del Reg. UE 833/2014, a seguito dell'aggravarsi del conflitto in Ucraina.

Sonepar non è presente in Russia, Ucraina e Bielorussia, pertanto l'esposizione è limitata. I principali rischi riguardano soprattutto importazioni, esportazioni, alcuni partner commerciali e il potenziale impatto reputazionale sul Gruppo. Sono state inoltre bloccate tutte le transazioni, sia dirette sia indirette, in acquisto e in vendita, verso la Russia e la Bielorussia. Le attività verso l'Ucraina, invece, devono essere preventivamente autorizzate dall'area Legal & Compliance.



## 17.3 Dati relativi agli acquisti

### Numero fornitori core

	2022	2023	2024
<b>Sonepar Italia</b>	<b>987</b>	<b>824</b>	<b>1057</b>
di cui nazionali	889	753	952
<b>Elettroveneta</b>	<b>445</b>	<b>454</b>	<b>412</b>
di cui nazionali	421	432	394
<b>HDUEA</b>	<b>60</b>	<b>66</b>	<b>52</b>
di cui nazionali	60	65	50
<b>Totale Sonepar</b>	<b>1.492</b>	<b>1.344</b>	<b>1.521</b>
Differenza anno su anno	-1%	-10%	+13%
<b>% fornitori nazionali</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>	<b>92%</b>

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

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	1.096.677.000	1.167.818.664	1.240.108.975
Elettroveneta	225.974.000	180.683.288	41.502.550
HDUEA	33.282.000	6.337.478	4.647.156
<b>Totale Sonepar</b>	<b>1.355.933.000</b>	<b>1.354.839.430</b>	<b>1.286.258.681</b>
Differenza anno su anno		-0,1%	-5%

I dati rappresentati possono differire dai dati del bilancio civilistico rappresentati nel calcolo del valore condiviso poiché questi considerano anche le transazioni intercompany.

### Numero fornitori non core

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	75	113	100
Elettroveneta	41	45	42
HDUEA	5	5	5
<b>Totale Sonepar</b>	<b>121</b>	<b>163</b>	<b>147</b>
Differenza anno su anno		+35%	-10%
<b>% fornitori nazionali</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	21.084.000	23.078.000	21.096.608
Elettroveneta	2.096.000	2.500.000	1.217.923
HDUEA	10.000	10.000	1.107
<b>Totale Sonepar</b>	<b>23.190.000</b>	<b>25.588.000</b>	<b>22.315.638</b>
Differenza anno su anno		+10%	-12%

I dati rappresentati possono differire dai dati del bilancio civilistico rappresentati nel calcolo del valore condiviso poiché questi considerano anche le transazioni intercompany.

**Valore totale degli acquisti**

	2022	2023	2024
Sonepar Italia	1.117.761	1.190.896.664	1.261.205.583
Elettroveneta	228.070.000	183.183.288	42.720.473
HDUEA	33.292.000	6.374.478	4.648.263
<b>Totale Sonepar</b>	<b>1.379.123.00</b>	<b>1.380.427.430</b>	<b>1.308.574.319</b>
Differenza anno su anno		+0,1%	-5%

I dati rappresentati possono differire dai dati del bilancio civilistico rappresentati nel calcolo del valore condiviso poiché questi considerano anche le transazioni intercompany.



# 1.521

i fornitori core attivi nel 2024



# 92%

i fornitori core "nazionali"



# 1.308.574.319

il valore totale degli acquisti nel 2024



## capitolo 18

# Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva

### ESRS G1-3

Adottiamo un approccio rigoroso e strutturato alla prevenzione della corruzione, sia attiva che passiva, consapevole della responsabilità etica che accompagna il nostro ruolo di leader nella distribuzione di materiale elettrico.

Il nostro impegno va ben oltre la definizione formale di regole e principi: si traduce in un'attuazione concreta e quotidiana, sostenuta da un solido sistema di controllo interno, audit periodici, canali di segnalazione anonima (whistleblowing) e un apparato sanzionatorio proporzionato alle eventuali violazioni. In linea con le migliori pratiche internazionali, il nostro sistema di prevenzione della corruzione è ispirato ai requisiti dello standard ISO 37001, che rappresenta il riferimento globale per i sistemi di gestione anticorruzione.

### Strumenti e politiche

Il nostro approccio anticorruzione si articola attraverso:

- **Politica anticorruzione** - definisce le regole di condotta per prevenire ogni forma di corruzione, stabilendo divieti chiari (es. elargizione di denaro o vantaggi indebiti) e fornendo indicazioni pratiche su comportamenti da tenere nelle relazioni con pubbliche amministrazioni, clienti, fornitori e terze parti;
- **Codice Etico e Codice di Condotta** - stabiliscono i valori fondamentali e i principi di integrità cui tutti i collaboratori devono attenersi. Le violazioni alle disposizioni in materia di corruzione sono oggetto di azioni disciplinari e, se necessario, di segnalazioni alle autorità competenti;
- **Modello Organizzativo 231/2001** - il nostro MOG 231 prevede specifici presidi di controllo e protocolli per la prevenzione dei reati contro la pubblica amministrazione e di natura corruttiva, con una mappatura dei rischi e un sistema di vigilanza dedicato;
- **Sistema di whistleblowing** - garantiamo la possibilità per chiunque (dipendenti, collaboratori, fornitori) di segnalare in modo riservato e protetto eventuali comportamenti illeciti o non conformi, anche in materia di corruzione. Le segnalazioni sono gestite con imparzialità, riservatezza e tutela dell'identità del segnalante;
- **Procedure di due diligence** su partner commerciali e fornitori, volte a verificare la presenza di elementi di rischio e a garantire che i soggetti con cui collaboriamo condividano i nostri standard etici.

## Formazione e cultura della legalità

Riteniamo che il primo strumento di prevenzione sia la **consapevolezza delle persone**. Per questo investiamo nella **formazione periodica e mirata** in materia di anticorruzione, rivolta a dipendenti, manager e figure sensibili. I corsi sono progettati per fornire conoscenze normative,

capacità di identificazione dei rischi e strumenti per prendere decisioni eticamente corrette anche in situazioni complesse. Promuoviamo inoltre una **cultura della trasparenza e della responsabilità diffusa**, in cui ciascuno è chiamato a svolgere il proprio ruolo con integrità, contribuendo alla costruzione di un ambiente professionale etico e conforme alle leggi.

## Monitoraggio e miglioramento continuo

Le misure adottate sono oggetto di **verifiche periodiche** da parte degli organismi di controllo interni e vengono costantemente aggiornate per recepire evoluzioni normative e best practice internazionali. Il nostro obiettivo è garantire un presidio dinamico, in grado di adattarsi a contesti differenti e prevenire ogni possibile criticità.

Un elemento distintivo della nostra strategia riguarda la gestione proattiva e trasparente dei potenziali conflitti di interesse. Un esempio significativo è rappresentato dalla posizione del Presidente del Consiglio di Amministrazione delle tre società del Gruppo in Italia, che ricopre anche un ruolo dirigenziale operativo in Sonepar Italia. Per garantire la massima trasparenza e prevenire qualsiasi rischio, è stata introdotta una procedura specifica che prevede la compilazione periodica di un questionario dettagliato volto a monitorare in modo continuativo possibili situazioni critiche.

Il nostro impegno è rivolto a mantenere un ambiente professionale basato sull'etica e sulla fiducia reciproca, promuovendo rapporti trasparenti e responsabili con clienti, fornitori, istituzioni e comunità. Per questo continuiamo a evolvere il nostro modello di prevenzione, nella convinzione che un comportamento etico sia la base imprescindibile per costruire valore sostenibile e duraturo.



capitolo 19

## Attività istituzionali

### ESRS G1-5

Partecipiamo attivamente a iniziative istituzionali e associazioni di categoria impegnate nella promozione della sostenibilità, dell'etica e dell'innovazione del settore.

Tali adesioni non rappresentano non solo un segno di responsabilità verso la collettività e l'ambiente, ma anche un'opportunità concreta per rafforzare il dialogo con gli stakeholder e orientare le nostre pratiche aziendali in un'ottica di miglioramento continuo.



## Patto Globale delle Nazioni Unite

Il Global Compact, lanciato nel 2000 su iniziativa del Segretario Generale delle Nazioni Unite, rappresenta un impegno rivolto alle imprese per promuovere e sostenere principi condivisi in ambito di diritti umani, condizioni lavorative, tutela ambientale e lotta alla corruzione.

Dal 2021, il Gruppo fa parte di questa rete internazionale, aderendo volontariamente ai dieci principi fondamentali del Patto e contribuendo attivamente alla loro diffusione.



**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>

## Science Based Targets initiative (SBTi)

La Science Based Targets initiative, nata nel 2015, ha l'obiettivo di guidare le aziende nella definizione di strategie concrete per la riduzione delle emissioni di gas serra, allineandole alle evidenze scientifiche e agli impegni assunti con l'Accordo di Parigi sul clima.

SBTi valida obiettivi che risultano coerenti con il contenimento dell'aumento della temperatura globale entro 1,5°C rispetto ai livelli preindustriali.

Abbiamo ottenuto la validazione della nostra impronta di carbonio nel 2022, rafforzando così il nostro impegno verso la sostenibilità ambientale.



**SCIENCE  
BASED  
TARGETS**

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

## FME - Federazione Nazionale dei Distributori di Materiale Elettrico

Fondata nel 1970, FME riunisce le principali aziende italiane specializzate nella distribuzione di materiale elettrico, rappresentandone gli interessi e promuovendo iniziative per lo sviluppo del settore.

Attraverso attività formative, eventi di settore e progetti mirati, la Federazione lavora per creare un contesto competitivo favorevole all'evoluzione delle imprese associate.

Partecipiamo attivamente alla vita della Federazione, anche grazie alla presenza del nostro Presidente e Amministratore Delegato, Sergio Novello, all'interno del Consiglio Direttivo.



**FEDERAZIONE NAZIONALE  
GROSSISTI DISTRIBUTORI  
DI MATERIALE ELETTRICO**

A close-up photograph of a person's hand and forearm holding a thin, brown branch. Several vibrant green leaves with serrated edges are attached to the branch and are partially covering the hand. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting a natural, outdoor setting. The lighting is bright and even.

**Datapoint**



ESRS 2

Indice degli obblighi di informativa

ESRS 2 - Informazioni generali		Pagine nella dichiarazione di sostenibilità
BP-1	Criteri generali per la redazione delle dichiarazioni di sostenibilità	3-4
BP-2	Informativa in relazione a circostanze specifiche	3-4
GOV-1	Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	42-44
GOV-2	Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate	45-46
GOV-3	Integrazione delle prestazioni di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	47
GOV-4	Dichiarazione sul dovere di diligenza	-
GOV-5	Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità	47
SBM-1	Strategia, modello aziendale e catena del valore	15-29
SBM-2	Interessi e opinioni dei portatori di interesse	22-23, 49-53, 71-73
SBM-3	Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	54-58
IRO-1	Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	49-53, 78-81
IRO-2	Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa	66-71

Elementi fondamentali del dovere di diligenza		Pagine nella dichiarazione di sostenibilità
Integrare il dovere di diligenza nella governance, nella strategia e nel modello aziendale		45-47, 56-58, 170-191
Coinvolgere i portatori di interessi in tutte le fasi fondamentali del dovere di diligenza		45-47, 49-53
Individuare e valutare gli impatti negativi		49-58
Intervenire per far fronte agli impatti negativi		32-38, 75-76, 97-102, 111-113, 170-171
Monitorare l'efficacia degli interventi e comunicare		32-38, 75-76, 111-113, 170-171



Ambiente		Pagine nella dichiarazione di sostenibilità
<b>ESRS E1 - Cambiamenti climatici</b>		<b>77-102</b>
E1-1	Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	-
E1-2	Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	81-82
E1-3	Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici	81-82
E1-4	Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	-
E1-5	Consumo di energia e mix energetico	83-86
E1-6	Emissioni lorde di GES di ambito 1,2, 3 ed emissioni totali di GES	93-96
E1-7	Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio	-
E1-8	Fissazione del prezzo interno del carbonio	-
E1-9	Effetti finanziari attesi dei rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima	-
<b>ESRS E2 - Inquinamento</b>		<b>104</b>
<b>ESRS E3 - Acqua e risorse marine</b>		<b>104</b>
<b>ESRS E4 - Biodiversità</b>		<b>104</b>
<b>ESRS E5 - Uso delle risorse ed economia circolare</b>		<b>105-109</b>
E5-1	Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	106-107
E5-2	Azioni e risorse connesse all'uso delle risorse ed economia circolare	106-107
E5-3	Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	106-107
E5-4	Flussi di risorse in entrata	108
E5-5	Flussi di risorse in uscita	108-109
E5-6	Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	-



Persone		Pagine nella dichiarazione di sostenibilità
<b>ESRS S1 - Forza lavoro propria</b>		<b>114-156</b>
S1-1	Politiche relative alla forza lavoro propria	115-122
S1-2	Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	124-126
S1-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	124-126
S1-4	Interventi su impatti e approcci rilevanti per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni e approcci	111-113
S1-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi nonché ai rischi e alle opportunità	-
S1-6	Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	126-129
S1-7	Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa	130-131
S1-8	Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	131
S1-9	Metriche della diversità	131-134
S1-10	Salari adeguati	151
S1-11	Protezione sociale	-
S1-12	Persone con disabilità	135
S1-13	Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	136-145, 152-153
S1-14	Metriche di salute e sicurezza	145-149
S1-15	Equilibrio tra vita professionale e vita privata	150
S1-16	Metriche di remunerazione (divario retributivo e remunerazione totale)	151-154
S1-17	Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	156





Persone		Pagine nella dichiarazione di sostenibilità
<b>ESRS S2 - Lavoratori nella catena del valore</b>		<b>157-159</b>
S2-1	Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore	158-159
<b>ESRS S3 - Comunità interessate</b>		<b>160-162</b>
S3-1	Politiche relative alle comunità interessate	-
S3-2	Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti	-
S3-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni	-
S3-4	Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni	161-162
S3-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	-
<b>ESRS S4 - Consumatori e utilizzatori finali</b>		<b>163-168</b>
S4-1	Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	-
S4-2	Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	164-167
S4-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	-
S4-4	Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali	168
S4-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	168



Governance		Pagine nella dichiarazione di sostenibilità
ESRS G1 - Condotta delle imprese		170-191
G1-1	Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese	170-181
G1-2	Gestione dei rapporti con i fornitori	182-187
G1-3	Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva	188-189
G1-4	Casi accertati di corruzione attiva e passiva	-
G1-5	Influenza politica o attività di lobbying	190-191
G1-6	Prassi di pagamento	-

sonepar.it  
elettroveneta.it  
hduea.it

seguici su

