



ANNO ZERO

RELAZIONE DI IMPATTO 2021

THUN SPA SB - LUGLIO 2022

NOTA METODOLOGICA

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

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

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

Seguendo lo stesso approccio metodologico, la valutazione dell'impatto complessivo di Thun calcolato attraverso lo strumento del B Impact Assessment riferito all'anno 2021 e riportato al capitolo 7 del presente documento è stato calcolato perimetrando l'intero Gruppo e consolidando in un unico assessment la performance di sostenibilità delle società di cui sopra.

Essendo il 2022 il primo anno di operatività di Thun SpA SB come Società Benefit, questa prima relazione d'impatto include la definizione degli obiettivi per il prossimo anno per ciascuna finalità specifica di beneficio comune.

ANNO ZFRO

INDICE

CHI SIAMO	08
USARE IL BUSINESS COME FORZA POSITIVA	10
LO STATUTO DI THUN	12
LA PRIMA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: PERSONE	14
STORIA DI IMPATTO	16
OBIETTIVI 2022	18
LA SECONDA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: COMUNITÀ	20
STORIA D'IMPATTO 2021	22
OBIETTIVI 2022	24
LA TERZA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: AMBIENTE	26
STORIA D'IMPATTO 2021	28
OBIETTIVI 2022	30
RESPONSABILITÀ, SOSTENIBILITÀ, TRASPARENZA	32
RELAZIONE DI IMPATTO	34
CONSIDERAZIONI FINALI	36

LETTERA DEL VICEPRESIDENTE

La nostra generazione ha una grande responsabilità nei confronti della società: è nostro compito dare vita a nuovi modi di fare impresa in grado di generare e condividere valore. È per questo motivo che guardo con soddisfazione e orgoglio a quello che stiamo costruendo.

La costituzione del gruppo Lenet e la trasformazione in Società Benefit sono l'evoluzione naturale di un approccio che caratterizza la nostra azienda e la nostra famiglia da sempre: l'orientamento alle persone, il supporto alla comunità e l'attenzione verso l'ambiente sono valori profondamente radicati nella nostra storia, come Thun, prima, come Lenet, poi.

Lenet nasce proprio come NETwork. Non solo un gruppo di imprese interconnesse per una profittabilità economica futura, ma anche una rete di stakeholder che condivide una visione basata sul raggiungimento del beneficio comune oltre che il profitto. Operare come gruppo in ottica multicanale, avere una solida progettualità e un piano di crescita sui mercati internazionali ci consentono di poterci prendere cura dell'ambiente e delle persone, il nostro patrimonio più grande.

Muoversi in questa direzione è condizione essenziale per avere uno sviluppo futuro, per crescere in modo sostenibile e costruire un nuovo modello economico che consideri l'impatto socio-ambientale parte integrante del disegno.

Per questo, nel 2022 abbiamo scelto di trasformare il nostro statuto e di assumere la forma giuridica di Società Benefit, un passo che rappresenta una profonda innovazione nel quadro legislativo italiano. Le Società Benefit

sono infatti imprese che usano il business come forza positiva poiché, da statuto costitutivo, perseguono non solo obiettivi economici ma anche finalità di beneficio comune, che ricadono su tutti i portatori di interesse - collaboratori, clienti, fornitori, ambiente, comunità.

Questo documento rappresenta la nostra prima Relazione d'Impatto, il punto di partenza del nostro percorso come Società Benefit: istituiamo così un metodo di misurazione costante, che ci restituisca con precisione la fotografia del nostro lavoro e ci permetta di continuare a migliorare. Da qualche tempo inoltre stiamo utilizzando gli strumenti B Corp per mettere a sistema tutte le buone prassi necessarie allo sviluppo e tracciare un cammino

di sostenibilità duraturo. Con la nostra prima Relazione d'Impatto assumiamo quindi consapevolmente e formalmente un impegno ancora più esplicito verso la società e l'ambiente.



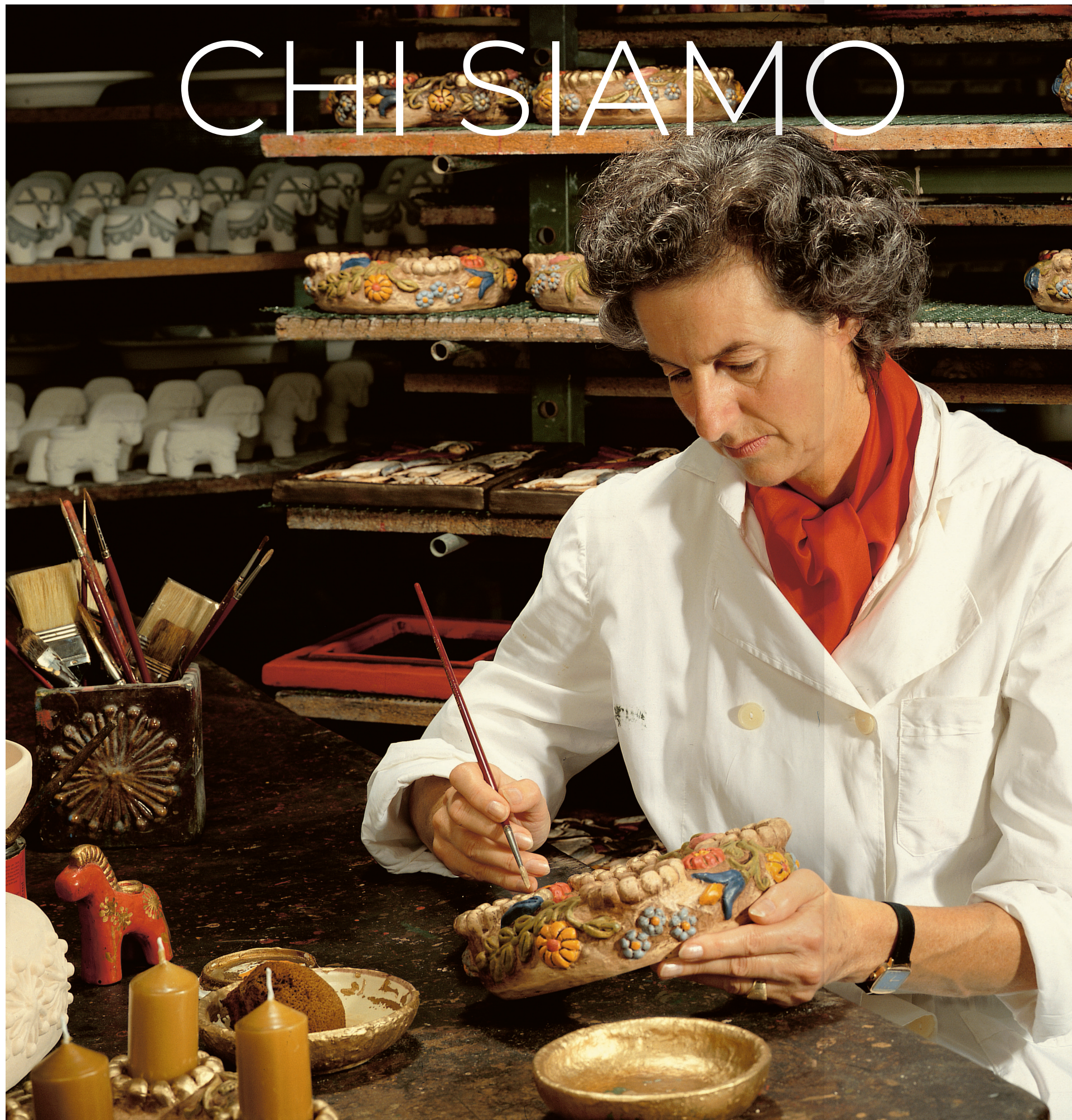
In particolare, la nostra vocazione verso la comunità si esprime da 16 anni con l'attività di Fondazione Lene Thun. I nostri 51 laboratori permanenti di ceramico-terapia nelle oncologie pediatriche donano ogni anno un supporto concreto e costante a 9.000 bambini e

famiglie ed è previsto un ulteriore ampliamento dell'attività per gli anni a venire. In un contesto complesso come quello attuale, le aziende, in quanto istituzioni sociali a tutti gli effetti, devono necessariamente farsi carico delle importanti sfide del nuovo millennio e definire nuovi paradigmi di impresa, guardando al futuro con positività, passione e ottimismo.



Simon Thun
VicePresidente Lenet Group

CHI SIAMO



LA STORIA DI THUN E LA COSTITUZIONE DEL GRUPPO LENET

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

Grazie anche al passaggio generazionale ai vertici aziendali, nel tempo il gruppo Thun è evoluto da realtà familiare con una dimensione puramente artigianale a una più spiccatamente industriale con una forte presenza retail, aprendo all'industrializzazione su larga scala e costruendo tutta la rete distributiva, uscendo dalla regione per allargarsi prima all'Italia – partendo dal Centro e dal Sud – e poi all'Europa.

Il nuovo millennio ha sancito un ulteriore cambio di passo con la creazione di una rete di store monomarca e il lancio dell'e-commerce per cominciare a integrare canali diversi e migliorare l'esperienza d'acquisto del consumatore.

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

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

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

USARE IL BUSINESS COME FORZA POSITIVA

“IL 2021 RAPPRESENTA UN ULTERIORE PASSAGGIO EVOLUTIVO NEL PERCORSO DI CRESCITA DI LENET GROUP DI CUI SIAMO MOLTO SODDISFATTI.

LA TRASFORMAZIONE IN SPA SB (SOCIETÀ BENEFIT), UNITAMENTE AI RISULTATI ECONOMICI E FINANZIARI RAGGIUNTI, COSTITUISCE LA BASE PER PROSEGUIRE CON VIGORE E FIDUCIA VERSO IL FUTURO PUR CONSIDERANDO LE TURBOLENZE DEL MERCATO E GLI SCENARI MACRO-ECONOMICI POST PANDEMICI.”

Francesco Pandolfi
Group CEO di Lenet Group



Nel gennaio 2022, Thun SpA ha acquisito lo status giuridico di Società Benefit. L'evoluzione del nostro statuto rende ancora più concreto e intenzionale il nostro impegno ad operare in maniera responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti degli utenti, delle persone che lavorano con noi, della comunità e dell'ambiente.

Questo importante passo, fortemente voluto dal Management e dal Consiglio di Amministrazione, rafforza il nostro percorso di responsabilità e ci indirizza con determinazione verso la certificazione B Corp.

Le società tradizionali, per antica statuizione giuridica, esistono con l'unico scopo di distribuire utili agli azionisti. Le Società Benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

Le Società Benefit (SB) hanno due caratteristiche fondamentali:

1. esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale;
2. misurano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

Le SB, in Italia come negli USA, perseguono volontariamente, oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune nell'esercizio dell'attività d'impresa.

Per beneficio comune si intende il perseguimento di uno o più effetti positivi su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni

ed altri portatori di interessi. Le società benefit si impegnano a realizzare tali finalità di beneficio comune in modo responsabile, sostenibile e trasparente.

La gestione delle Società Benefit richiede agli amministratori il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività. Le Società Benefit devono nominare una persona cui affidare le funzioni ed i compiti volti al perseguimento delle suddette finalità e che, quindi, è responsabile dell'impatto dell'azienda e si impegnano a rendicontare in maniera trasparente e completa le proprie attività attraverso una relazione annuale di impatto, che descriva sia le azioni svolte che i piani e gli impegni per il futuro.

Al momento della redazione di questo documento, le Società Benefit non godono di incentivi di tipo economico o fiscale, per cui oltre a rappresentare un valore per la società,

non causano aggravii per i contribuenti.

La Relazione di Impatto che le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno costituisce un allegato del bilancio d'esercizio e contribuisce ad aumentare la trasparenza aziendale completando le informazioni di natura finanziaria con una serie di importanti indicazioni di carattere non finanziario inerenti le finalità di beneficio comune incluse nello statuto.

Per la misurazione quantitativa dell'impatto Thun ha scelto il B Impact Assessment come protocollo di misurazione.

<http://bimpactassessment.net/>

La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0-200 punti che viene validato dall'ente certificatore B Lab. Con il superamento degli 80 punti si ottiene il riconoscimento di B Corp certificata. Per dettagli sulla valutazione di Thun consultare il capitolo 7.

LO STATUTO DI THUN

ABBIAMO INSERITO NEL NOSTRO STATUTO TRE FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE, CHE INTENDIAMO PERSEGUIRE NELL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ ECONOMICA DI IMPRESA. NELLE PAGINE SEGUENTI ILLUSTRIAMO COME INTENDIAMO FARLO.



Estratto dell' Art. 3 Statuto Thun SpA SB

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

La società ha per oggetto le specifiche finalità di beneficio comune qui descritte.

PERSONE

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

COMUNITÀ

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

AMBIENTE

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

LA PRIMA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: PERSONE

Thun si impegna a esprimere un ruolo di leadership sperimentando innovazione continua sui temi dell'inclusione e del benessere della persona, attraverso la diffusione di una cultura interna incentrata sulla crescita e sul rispetto, dove ciascuno possa trovare le migliori condizioni per esprimere il proprio massimo potenziale e contribuire al successo e all'impatto positivo dell'azienda.

L'impegno della società si estende anche nel proprio ecosistema promuovendo i valori della trasparenza e della collaborazione con i propri partner.

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



STORIA DI IMPATTO

2021

La spinta all'innovazione rispetto ai temi di gestione e valorizzazione dei collaboratori sono sempre stati importanti in Thun.

Nel corso degli anni abbiamo portato avanti l'ambizione di rendere l'azienda un luogo di crescita professionale e personale, quasi una scuola di management dove ciascuno possa trovare le condizioni per creare il massimo valore e contribuire alla redditività aziendale e a sua volta cogliere opportunità uniche per sviluppare il proprio potenziale al meglio grazie alla moltitudine di stimoli ed esperienze messi a disposizione.

In questa direzione sperimentiamo delle soluzioni di flessibilità sempre più avanzate che tendano a creare le condizioni di benessere professionale e personale proprie di ciascuno. Lo facciamo in modo progressivo, cercando di non essere impositivi e di rispettare la varietà di tempi ed esigenze presenti in azienda, consapevoli che davvero non siamo tutti uguali.

Anni fa, per esempio, abbiamo abolito la timbratura a tutti i livelli, permettendo la personalizzazione degli orari di lavoro

compatibilmente con le mansioni svolte in azienda. Questo è stato un inizio di percorso di responsabilizzazione sui risultati, ma la mancanza di contenimento ha inizialmente spiazzato qualcuno, sorprendentemente anche tra i più giovani. Abbiamo quindi lavorato per gestire il cambio culturale necessario e oggi possiamo dire che la scelta è stata un successo e ci ha aperto la strada ad ulteriori innovazioni.

Oltre all'adozione di soluzioni di smart working che sono state ovviamente accelerate nel periodo di pandemia e formalizzate nei contratti, quest'anno esploreremo lo smart friday, trasformando ogni venerdì in un giorno

in cui le persone non sono chiamate a essere necessariamente reperibili e in cui vige il divieto di programmare meeting allargati ed eventi aziendali per liberare in quel giorno le agende per il lavoro

individuale, l'auto-formazione e il proprio benessere e aprire la strada a ulteriori esperimenti di flessibilità e motivazione del personale.

Più in generale, esploreremo il programma smart week per attivare meccaniche di flessibilità anche con

*Nel corso degli anni
abbiamo portato avanti
l'ambizione di rendere
l'azienda un luogo di
crescita professionale e
personale*



funzioni aziendali più direttamente legate alle richieste del mercato o di presenza in sede (ad es il centralino).

La nostra spinta alla creazione di valore condiviso si estende anche al di fuori dell'azienda, per esempio nei rapporti con gli imprenditori della nostra rete di negozi in franchising, con i quali abbiamo sviluppato un importante piano di formazione che si rivolge al loro personale con la Thuniversity, oppure con ManHandWork, il partner operativo di Connecthub, il polo logistico del gruppo. Questa ultima collaborazione è nata per garantire non solo qualità, efficienza e innovazione di processo, ma anche la promozione di un ambiente di lavoro

positivo in ottica di salute e benessere. In un settore dove le dinamiche di operato non sono sempre limpide, abbiamo puntato su correttezza e trasparenza nella gestione del rapporto di lavoro.

Per questo abbiamo ottenuto il riconoscimento della certificazione del contratto d'appalto da parte della Fondazione Universitaria Marco Biagi dell'Unimore, che rappresenta un importante strumento di responsabilità sociale e qualificazione d'impresa, ponendosi come garanzia di affidabilità nei confronti degli stakeholder aziendali e mirando ad aumentare le tutele accordate ai lavoratori e a migliorare i modelli organizzativi aziendali.

OBIETTIVI 2022

ATTIVITÀ	TARGET
1 Sperimentazione del programma Smart Friday a partire da maggio 2022 fino ad aprile 2023 per tutti i dipendenti delle sedi aziendali in Italia e del programma Smart Week per le funzioni aziendali storicamente più legate alla presenza in azienda.	Avvio dei programmi pilota con successo
2 Contrattualizzazione dello smart working con accordi individuali a tutte le persone che possano svolgere parte delle proprie mansioni in remoto.	Completamento dell'attività
3 Implementazione del piano MBO ed MBC che includa un obiettivo legato alla certificazione B Corp per il personale di sede e al raggiungimento degli obiettivi di raccolta fondi per il personale commerciale.	Attivazione per il gruppo di personale identificato (circa il 30% della popolazione aziendale)
4 Nomina del Diversity, Equity & Inclusion Manager che si occupi di definire e monitorare il programma di DE&I e assicuri l'attivo coinvolgimento dei dipendenti nel generare idee ed iniziative da sviluppare in corso d'anno.	Completamento dell'attività

ATTIVITÀ	TARGET
5 Elaborare l'analisi della situazione di baseline per quanto riguarda dati sulla popolazione aziendale (gender, generation, nationality, etc) per far emergere possibili aree di intervento e spunti per la creazione di ERGs.	Completamento dell'attività
6 Roll-out di un piano di formazione su temi di DE&I e sostenibilità per tutto il personale.	Almeno 2 ore di formazione a persona
7 Disegno ed implementazione dell'indagine di clima My Lenet 2022 per monitorare il modo in cui le persone percepiscono e interpretano l'ambiente lavorativo e identificare aree di miglioramento su cui definire un piano di azioni.	Riattivazione continua dell'attività 80% livello partecipazione
8 Implementazione di un progetto pilota per la mappatura del potenziale a supporto della definizione di un piano di sviluppo di carriera per le persone identificate come TO EVOLVE dai rispettivi responsabili in fase di performance review 2022.	Attivazione del progetto pilota per 7 dipendenti

LA SECONDA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: COMUNITÀ

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

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



STORIA DI IMPATTO

2021

La volontà di avere un impatto positivo intenzionale sulla comunità, per noi si concretizza sostenendo la missione della Fondazione Lene Thun, nata nel 2006 per volere di Peter Thun, a pochi anni dalla scomparsa della Contessa Lene Thun, madre del fondatore e ceramista sostenitrice della capacità terapeutica della modellazione dell'argilla.

Nata dal desiderio di “donare gioia a sé stessi e agli altri”, la Fondazione sostiene la ceramioterapia inizialmente per sperimentarne il valore di attività puramente ricreativa e dal 2014 in poi anche quello terapeutico, con la nascita dei “Laboratori permanenti di ceramico-terapia” in 5 ospedali italiani come servizio continuativo alla comunità. Forti del know-how sviluppato da generazioni nella lavorazione dell'argilla, insieme alle aziende del Gruppo Lenet, mettiamo a disposizione tutte le nostre risorse e specializzazioni per sostenere le attività progettuali che sono funzionali all'erogazione e al mantenimento continuativo sul territorio del servizio negli ospedali. In particolare, il modello di gestione della Fondazione

prevede una completa integrazione con le attività aziendali a partire dalla condivisione delle competenze gestionali e organizzative, della rete distributiva dei brand sia diretta che indiretta in cui operare la raccolta fondi, del sistema logistico e dell'infrastruttura informatica per assicurare la sostenibilità economica e la continuità delle attività erogate. Oltre a questo supporto professionale specifico, le persone del gruppo dedicano del tempo alle attività della Fondazione partecipando a un progetto di volontariato aziendale in cui ciascuno contribuisce a seconda della propria funzione e delle proprie responsabilità alle attività all'interno dei laboratori di ceramico-terapia come “assistente ceramista” o nelle attività di raccolta fondi presso i nostri negozi di proprietà e in franchising.

Le persone del gruppo dedicano del tempo alle attività della Fondazione partecipando a un progetto di volontariato aziendale

Negli ultimi due anni siamo stati testimoni di una situazione straordinaria che ci ha messo di fronte a difficoltà e sfide che nessuno avrebbe immaginato di dover affrontare. In un periodo in cui il mondo intero si è fermato di fronte alla pandemia da Covid-19 e il distanziamento sociale ha dettato le dinamiche dei rapporti sociali, i bambini e ragazzi ricoverati negli ospedali



hanno sofferto ancora di più l'isolamento all'interno dei reparti. Per mantenere la promessa di un servizio continuativo e di un supporto concreto alla risposta terapeutica, la Fondazione ha deciso di re-inventarsi e riprogettare l'offerta del servizio di supporto agli ospedali, dando vita al progetto di laboratori di ceramico-terapia in modalità digitale. La nostra promessa di lasciare un segno concreto nella comunità in cui operiamo non si esaurisce con le attività di Fondazione Lene Thun. A partire da gennaio 2022 infatti, abbiamo deciso

di affidare la gestione del Bistrò del Thuniversum nella nostra sede di Bolzano alla Sorriso Academy, una splendida realtà del territorio che offre la possibilità di lavoro, creazione, conoscenza, condivisione e socializzazione a persone con Sindrome di Down e disabilità cognitive.

Con la volontà di creare un luogo di incontro “sano” per la nostra città, promuoviamo un ambiente di inclusione e di condivisione, in cui ciascuno possa esprimere i propri talenti a servizio della comunità.

OBIETTIVI 2022

ATTIVITÀ	TARGET
1 Raggiungere almeno 5.000 bambini e persone fragili attraverso il servizio permanente di terapia ricreativa offerto agli Ospedali italiani nelle realtà in cui operiamo.	Min 5.000 sorrisi, i soggetti coinvolti nei laboratori sia in presenza che digitali
2 Sostenere economicamente la Fondazione Lene Thun attraverso le attività continuative e istituzionali di raccolta fondi.	2.000.000 € di raccolta fondi, +36% rispetto al 2021
3 Mettere a disposizione della Fondazione Lene Thun tutta la rete distributiva monomarca (sia negozi diretti che franchising) dei brand di Gruppo per attività di raccolta fondi per tutti i giorni dell'anno.	• 100% negozi diretti • 90% degli imprenditori monomarca Thun aderiscono alle campagne di raccolta fondi • 20% degli imprenditori plurimarca Thun
4 Garantire a tutti i dipendenti del Gruppo Lenet la possibilità di effettuare, in orario lavorativo, attività di volontariato in qualità di «assistente ceramista» presso i laboratori (fisici/digitali) di Fondazione Lene Thun (sia permanenti che laboratori speciali)	• Accesso a tutti i dipendenti • 800 h/anno effettivamente erogate (8hx100 persone)
5 Sostenere la Fondazione Lene Thun in attività organizzativo-gestionali d'impresa attraverso il tempo dedicato dai dipendenti di Lenet Group nel rispettivo ruolo professionale di questi ultimi.	• Circa 40.000 h/anno • 2h/persona a settimana per 500 persone

ATTIVITÀ	TARGET
6 Coinvolgere in maniera diretta i partner (franchising e wholesale) per lo svolgimento di attività di volontariato in qualità di «assistente ceramista» presso i laboratori (fisici/digitali) di Fondazione Lene Thun (sia permanenti che laboratori speciali).	50 imprenditori
7 Avviare il programma di raccolta fondi anche nella rete distributiva wholesale dei brand La Porcellana Bianca, Rose&Tulipani e Rituals Domestici con l'organizzazione di almeno una campagna raccolta fondi per Fondazione Lene Thun.	• Attivazione su 20 punti vendita • Almeno 1 evento a punto vendita
8 Attivazione della collaborazione con Sorriso Academy per la gestione del bistrò aziendale senza pagamento di affitto per l'intero anno 2022, garantendo supporto e mentoring per la gestione del business plan dell'attività.	ON/OFF
9 Messa a disposizione di spazi aziendali per la costituzione di un proprio headquarter alla Sorriso Academy senza pagamento di affitto per tutto l'anno 2022 e della palestra aziendale ed eventuali corsi che saranno attivati per i dipendenti del Gruppo nel corso dell'anno e di eventuali ulteriori spazi aziendali necessari per le attività della associazione.	ON/OFF
10 Garantire una attività di comunicazione e sponsorizzazione presso tutti i dipendenti del Gruppo di eventi organizzati dalla Sorriso Academy per incentivare la partecipazione.	ON/OFF
11 Laboratori speciali sostenuti dal volontariato aziendale per i bambini profughi dall'Ucraina e le loro mamme a Milano (con International Rescue Committee e Ai.Bi.) e Roma (in collaborazione con Save the Children).	2 laboratori continuativi a luglio

LA TERZA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: **AMBIENTE**

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

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



STORIA DI IMPATTO 2021

Il nostro scopo è da sempre regalare gioia, e non potremmo farlo senza prenderci cura anche dell'ambiente in cui operiamo. Siamo consapevoli degli impatti associati al nostro operato e abbiamo investito nel tempo per essere in grado di ridurre la nostra impronta ambientale prestando attenzione innanzitutto all'efficienza nei consumi.

Nel corso degli anni abbiamo portato avanti diversi progetti per rendere più efficiente il nostro polo logistico e abbiamo installato un impianto fotovoltaico che permette di autoprodurre energia pulita per coprire circa il 14% del fabbisogno energetico complessivo del polo. L'intero fabbisogno annuale della sede di Bolzano e del polo logistico è prodotto esclusivamente da fonti rinnovabili e stiamo ampliando il monitoraggio sulla rete dei negozi.

Oltre agli impatti legati ai consumi, in quanto Gruppo in cui una significativa parte delle attività sono di produzione, non possiamo non prestare attenzione agli impatti derivanti dal nostro core business, ovvero il prodotto. Il nostro portafoglio prodotti utilizza come materiale principale l'argilla, un mix di minerali naturali, che viene trasformata in

ceramiche e porcellane. Oltre all'origine naturale della materia prima argilla, i nostri prodotti sono caratterizzati da una grande cura della materia e un processo altamente artigianale. Il personale delle aziende partner con cui collaboriamo per la creazione dei nostri prodotti segue un processo di formazione e affiancamento di almeno 7 mesi prima di poter operare in autonomia e basiamo il nostro rapporto con loro su fiducia e progettualità a lungo termine. La creazione della forma dentro cui si cola l'argilla liquida per modellare il prodotto è svolta manualmente e viene ripetuta ogni 70 utilizzi.

Anche la decorazione è svolta a mano e impiega vernici atossiche che non contengono piombo o cadmio. Tutti i prodotti sono testati per rispettare i più rigorosi standard di sicurezza anche avvalendosi del contributo di laboratori esterni (come TUV e Intertek).

Nel corso di quest'anno stiamo dedicando una grande sforzo nella raccolta dati e nello strutturare analisi approfondite del nostro attuale impatto ambientale in tutte le aree per poter direzionare al meglio gli interventi futuri e rinforzare i nostri piani strategici di miglioramento soprattutto

*Nel corso degli anni
abbiamo portato
avanti diversi
progetti per rendere
più efficiente il
nostro polo logistico*



in una direzione di neutralità climatica. In particolare, abbiamo aderito alla CO2alizione Italia insieme a più di 50 aziende italiane per rispondere alla sfida dell'emergenza climatica contribuendo con la nostra azione. In quanto appartenenti al mondo del business, crediamo che le aziende abbiano una responsabilità primaria nell'operare per limitare il riscaldamento globale e contribuire al raggiungimento degli obiettivi di neutralità climatica che l'Unione Europea ha stabilito per il 2050. Come condizione abilitante per il perseguimento di questo

scopo, abbiamo deciso di integrare nel nostro Statuto la finalità di neutralità climatica in linea con i target europei, per poterla perseguire con lo stesso rigore e intenzionalità con cui portiamo avanti la finalità di profitto. Saranno necessarie soluzioni innovative a lungo termine e in tutte le aree di impatto, dalla governance ai modelli operativi e di business e ci vogliamo impegnare insieme a quante più aziende possibili in questa direzione per realizzare la più grande ondata di trasformazione mai sperimentata.

OBIETTIVI 2022

	ATTIVITÀ	TARGET
1	Autoproduzione di energia elettrica con l'impianto fotovoltaico di Mantova e Bolzano.	Livello produttivo in linea con gli anni precedenti
2	Garanzie di origine per il fabbisogno energetico della sede di Bolzano e del polo logistico di Mantova.	100% rinnovabile per sedi di Bolzano e Mantova
3	ISO 14001 su Connecthub Logistics e applicazione delle buone prassi su Bolzano per la gestione dei rifiuti.	Certificazione ISO14001 di Connecthub Logistics
4	Attivazione di un sistema di monitoraggio integrato dei consumi (energia, acqua, luce e gas) su tutte le sedi e punti vendita.	Avvio attività
5	Auto ibride ed elettriche nel parco mezzi. Installazione di colonnine per la ricarica elettrica.	• Attivazione nuova policy di mobilità • Installazione di 8 colonnine

	ATTIVITÀ	TARGET
6	Definizione di una politica di acquisto sostenibile su tutte le categorie da implementare nelle revisioni dei contratti.	Attivazione della politica
7	Acquisto di materiali cartacei per il punto vendita (shopper e POP) con certificazione FSC e con percentuali di riciclato.	• 100% con certificazione FSC • Tutti i materiali per i diversi brand includono percentuali di riciclato
8	Laboratorio di ottimizzazione dei materiali e del design di packaging e POP e definizione delle linee guida di miglioramento.	Completamento dell'attività
9	Analisi di baseline su prodotto e definizione di linee guida di miglioramento sul portafoglio.	Completamento dell'attività
10	Analisi di baseline sugli edifici e definizione di linee guida di miglioramento.	Completamento dell'attività

RESPONSABILITÀ, SOSTENIBILITÀ, TRASPARENZA



Per ottemperare agli obblighi di legge in qualità di Società Benefit e quindi rendicontare l'impatto generato dall'azienda, Thun utilizza lo standard internazionale di terza parte B Impact Assessment (BIA), sviluppato dalla non profit B Lab.

La valutazione dell'impatto complessivo di Thun riferito all'anno 2021 è stata di 92,9 punti. In particolare, il modello di business orientato alle donazioni benefiche attraverso il supporto permanente alla Fondazione Lene Thun ha permesso una valorizzazione dell'area di Comunità della sezione Designed to Give per un punteggio pari a 15,5 punti.

Utilizzando questo strumento per misurare tutti i propri impatti economici, ambientali e sociali, Thun ha ottenuto un punteggio superiore della soglia di eccellenza di 80 punti su una scala da 0 a 200, e ha deciso di intraprendere il percorso di certificazione. Ad oggi, è in attesa di verifica del punteggio dallo Standard Trust di B Lab. Intanto, come importante risultato dell'analisi, Thun ha impostato e sta portando avanti un master plan di miglioramento che definisce il piano operativo per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità in linea con il piano industriale, strutturando le azioni su fasi successive di intervento.

VALUTAZIONE DI DETTAGLIO NELLE DIVERSE AREE D'IMPATTO

AREA DI IMPATTO	PUNTEGGIO THUN	PUNTEGGIO MEDIO*
GOVERNANCE	16	5,9
Missione e Impegno	2	1,1
Etica e trasparenza	3,9	3,3
Protezione della missione	10	-
PERSONE	25	17,9
Sicurezza finanziaria	3,6	6,7
Salute & benessere	7,7	7,1
Sviluppo professionale	3,7	2,8
Coinvolgimento e soddisfazione	5	4,5
COMUNITÀ	34,6	18,9
Diversità, equità e inclusione	2,9	3,1
Impatto economico	2,5	4,2
Impegno civico e donazioni	4,6	1,8
Fornitori e distributori	8,9	2,9
Designed to Give	15,5	-
AMBIENTE	13	10,5
Management Ambientale	2,3	3,2
Aria & Clima	5,2	3,4
Acqua	1,3	1,3
Terra & Vita	4	5
CLIENTI	4	1,9
Gestione del cliente	4	2,8
PUNTEGGIO TOTALE	87,5	76,2

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



RELAZIONE DI IMPATTO

Reviewed with Care by Nativa

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

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

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

In particolare:

- identificazione della corretta assegnazione di responsabilità nelle diverse aree aziendali per assicurare che siano stati coinvolti i ruoli chiave nei diversi ambiti di valutazione e sia assicurato il know how necessario per il corretto completamento del BIA. Nel caso specifico, l'azienda ha assicurato il coinvolgimento e formazione delle persone nelle diverse aree di impatto che potessero offrire il supporto più adeguato per la valutazione dei dati rilevanti.
- Attendibilità del processo di raccolta del dato per assicurare che il dato e l'informazione prodotta siano basati su un processo strutturato in qualità.
- Nel caso specifico, l'azienda ha progettato un processo di raccolta e verifica dei dati aziendali, strutturato in modo da coinvolgere tutte le funzioni aziendali coinvolte. È stato altresì implementato un meccanismo di quality check che garantisca l'attendibilità del dato stesso.
- Corretta compilazione del BIA: assicurare che le informazioni siano inserite nello strumento di analisi in maniera completa, chiara, accurata e corretta.

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

CONSIDERAZIONI FINALI

Questo è stato un anno molto importante per il gruppo Lenet. L'adozione dello status giuridico di Società Benefit ha reso ancora più esplicita la nostra vocazione al bene comune che mette al centro del nostro operato non solo la creazione di valore economico, ma anche sociale e ambientale. Questo passaggio ha dato una spinta significativa al nostro impegno concreto per la generazione di un impatto positivo su persone, comunità e ambiente e ha avviato il percorso per ottenere la certificazione B Corp, un traguardo importante, che sarà un nuovo punto di partenza, su cui abbiamo attivato tutta l'azienda e che stiamo portando avanti con convinzione.

Concretamente, quest'anno ha visto la possibilità di ritornare in presenza per l'erogazione delle attività dei nostri laboratori continuativi e grazie al nostro impegno raggiungeremo più di 5.000 bambini e soggetti fragili.

Continuiamo a sostenere la Fondazione sia direttamente che attraverso le donazioni raccolte nei nostri negozi e dagli imprenditori che collaborano con noi, con l'attivazione anche dei punti vendita Unitable.

Un'altra area su cui stiamo continuando a spingere è la leadership nella sperimentazione

di soluzioni di flessibilità che portiamo avanti con la convinzione che le aziende debbano cambiare i modelli di gestione del personale e valutare la performance dei collaboratori solo sulla base dei risultati e non sul dove o quando viene svolto il lavoro.

Per poter proseguire con efficacia e convinzione nella riduzione del nostro impatto

ambientale, quest'anno è il momento per focalizzarci nell'analisi di dettaglio della nostra situazione di baseline in modo da informare la definizione di linee guida di miglioramento per il nostro portafoglio prodotto, il packaging, i materiali del punto vendita e la gestione degli edifici. Infine, come passo importante di responsabilità, abbiamo aderito alla *CO2alizione Italia* insieme a molte altre compagnie italiane per rispondere con convinzione alla sfida dell'emergenza climatica contribuendo con la nostra azione al raggiungimento degli obiettivi di neutralità climatica che l'Unione

Europea ha stabilito per il 2050.

Convinti che il ruolo del business sia fondamentale per contribuire a risolvere le sfide che ci ritroviamo ad affrontare vogliamo fare la nostra parte e questa prima relazione di impatto è l'inizio di un dialogo che vogliamo far crescere nei prossimi anni.



Francesco Pandolfi
CEO, Responsabile Impatto Thun SpA SB

GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE

B CORP

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

BIA

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

SB

Società Benefit, è una qualificazione giuridica che le società possono decidere di adottare, introdotta in Italia nel 2016 e presente nel mondo in 37 stati americani (come Benefit Corporation) e in Colombia, Ecuador, British Columbia, Perù, Porto Rico, Francia che identifica le aziende che nell'esercizio dell'attività d'impresa, perseguono volontariamente oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune. Per diventare Società Benefit le aziende devono quindi modificare il proprio statuto per impegnarsi formalmente a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera.

B LAB

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



RELAZIONE DI IMPATTO 2021