

2023



Bilancio Sostenibilità



SOMMARIO

Nota metodologica	6
IL GRUPPO GARGIULO & MAIELLO	8
1.1 Profilo aziendale	8
1.1.1 Vision, Mission e Valori	9
1.2 Attività e modello di business	9
1.3 56 anni di storia	12
2. L'APPROCCIO DI GARGIULO & MAIELLO ALLA SOSTENIBILITÀ	14
2.1 Engagement degli stakeholder e creazione di valore	14
2.2 Analisi di materialità	17
2.3 Strategia e obiettivi	23
3. RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	28
3.1 Strategia ambientale e contrasto al cambiamento climatico	28
3.1.1 Consumi energetici	29
3.1.2 Emissioni	30
3.2 Gestione responsabile delle risorse ed Economia circolare	31
3.2.1 Gestione dei materiali e del packaging	31
3.2.2 Gestione dei rifiuti e della risorsa idrica	32
4. RESPONSABILITÀ SOCIALE	34
4.1 Il Capitale Umano di G&M	34
4.1.1 Composizione e caratteristiche del personale	34
4.1.2 Formazione e sviluppo del personale	37
4.1.3 Diversità, welfare aziendale e pari opportunità	39
4.1.4 La salute, sicurezza del personale	42
4.2 I servizi G&M e le relazioni con la clientela	43
4.2.1 Il sistema distributivo multicanale	43
4.2.2 Il Cliente al centro (Il programma fedeltà)	44
4.2.3 Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore	45
4.3 Rapporti con il Territorio	45
4.3.1 Progetti ed iniziative a sostegno della comunità	46



5. CONDOTTA AZIENDALE	48
5.1 Il modello di Governance e organi di controllo	48
5.2 Etica aziendale	49
5.2.1 L'integrità nella condotta del business di G&M	49
5.2.2 Principi etici generali	51
5.2.3 Mappatura e gestione dei rischi ESG	52
5.3 Rapporti con i fornitori	54
GRI Content Index	57



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

È con grande orgoglio che presentiamo l'edizione 2023 del Bilancio della Sostenibilità della Gargiulo & Maiello S.p.A., il documento che riflette il nostro impegno nel condurre il nostro essere impresa in modo sostenibile e inclusivo, soprattutto in un contesto in continuo mutamento, caratterizzato da rapidi cambiamenti e situazioni imprevedibili. Il documento rappresenta una tappa importante che testimonia il nostro impegno nel coniugare crescita economica, responsabilità sociale e rispetto per l'ambiente. Questo documento rappresenta non solo un resoconto delle nostre attività, ma anche la nostra visione di lungo termine per il futuro della società e delle comunità in cui operiamo.

Il nostro Bilancio mostra che stiamo lavorando correttamente, con un forte spirito di adattamento ad un mondo in costante evoluzione. Racconta nel dettaglio tutte le nostre iniziative, illustra inoltre la nostra dedizione nella costruzione di relazioni di fiducia con i clienti e nel porre la sicurezza dei nostri collaboratori al primo posto. Tutto questo, infatti, non sarebbe possibile senza le nostre persone, che lavorano ogni giorno con impegno e dedizione nella società e contribuiscono al nostro percorso di miglioramento continuo.

Siamo consapevoli che essere sostenibili significa molto più che ridurre le emissioni o utilizzare materiali riciclati; significa adottare un approccio integrato che coinvolga tutti gli aspetti del business. Per questo motivo ogni nostra scelta è finalizzata alla costruzione di un futuro migliore e il nostro impegno si concretizza in iniziative volte a minimizzare l'impatto ambientale, a coinvolgere i nostri partner e fornitori nella promozione di pratiche di consumo responsabile e a generare valore orientato alla protezione, alla salvaguardia e allo sviluppo sostenibile del nostro pianeta.

In questo Bilancio trovate vari esempi della nostra volontà di conciliare obiettivi economici, ambientali e sociali, rendicontata in base agli standard GRI, coinvolgendo gli stakeholder e valutando gli impatti positivi e negativi delle nostre attività per identificare i temi su cui agire con la consapevolezza che il nostro successo è strettamente legato al benessere delle persone, all'inclusività e al rispetto per l'ambiente.

Ciò che emerge dalle prossime pagine è il resoconto di un Gruppo in costante crescita, con una solida presenza nel territorio e una chiara identità orientata all'innovazione sostenibile. Da sempre la G&M si è contraddistinta per la sua vocazione imprenditoriale orientata allo sviluppo di strumenti e idee innovative, mettendo in campo ogni energia, con l'obiettivo di diventare un esempio ispiratore per tutti.



NOTA METODOLOGICA

Scopo e finalità

Il presente Bilancio, giunto alla terza edizione, risponde all'esigenza di fornire una rendicontazione in linea con la visione e la strategia d'impresa, che considera la sostenibilità quale elemento di vantaggio competitivo, consentendo altresì di indirizzare consapevolmente le scelte del mercato. La condivisione di informazioni sociali (gestione del personale, salute e sicurezza, formazione, welfare, qualità dei servizi) oltre che informazioni ambientali (legate alla gestione responsabile dei rifiuti, del packaging, dell'energia per contribuire alla lotta al cambiamento climatico) restituisce ai portatori di interesse una visione completa dell'attività di impresa, dei suoi impatti, positivi e/o negativi, effettivi e/o potenziali. La redazione del presente Bilancio è un esercizio di natura volontaria per l'azienda, che non rientra nella casistica degli Enti di Interesse Pubblico di grandi dimensioni tenuti a rendicontare le loro performance non finanziarie ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016. Tale documento è rivolto ad ogni tipologia di portatore di interesse – dipendenti, fornitori, clienti, cittadini, enti pubblici, pubblica amministrazione, etc. – e per tale ragione, nella scelta editoriale, è stato redatto adottando un linguaggio chiaro e presentando i dati anche mediante grafici e tabelle per una maggiore fruibilità. Gli indicatori rappresentativi dei risultati riflettono la misurazione delle performance in modo oggettivo, indipendentemente dall'andamento positivo o negativo delle stesse. La sostenibilità è uno degli elementi fondanti su cui si basano le attività del Gruppo, ragione per cui si è deciso di redigere il Bilancio di Sostenibilità tenendo conto dei 17 Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU, "obiettivi comuni" al cui raggiungimento sono chiamate a contribuire tutte le Organizzazioni, qualsiasi essa sia la loro natura e tipologia.

Perimetro e periodo di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità include la capogruppo "Gargiulo & Maiello S.p.A." (società controllante) e le altre controllate "Europrogetto S.r.l. Unipersonale" e "G Cube S.r.l. Unipersonale" (al netto di alcune eccezioni, esplicitate in nota a piè di pagina), in linea con il bilancio civilistico. Eventuali limitazioni di perimetro sono indicate all'interno del documento, così come il ricorso a stime ed approssimazioni nel calcolo degli indicatori. Il Report di Sostenibilità tratta lo stesso periodo di riferimento del bilancio civilistico ed è stato pubblicato nel mese di Febbraio 2025. Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo, dunque, riporta le iniziative e i risultati dell'esercizio 2023 (1° Gennaio - 31 Dicembre 2023) in ambito economico, sociale e ambientale. In coerenza con il principio di comparabilità, i dati e le informazioni sono stati indicati anche per il biennio precedente, al netto di qualche eccezione, come opportunamente riportato nel corpo del Bilancio.



Processo di rendicontazione e standard di reporting

La rendicontazione è stata realizzata ispirandosi alle linee guida GRI Sustainability Reporting Standards (di seguito GRI Standards), emanati nel 2016 dalla Global Reporting Initiative e aggiornati nel 2021. Il livello di applicazione dei GRI Standard corrisponde all'opzione "with reference to" (cfr. GRI Content Index). Il processo di raccolta ed elaborazione dei dati è stato gestito considerando le informazioni più rilevanti, in ambito di sostenibilità, delle varie aree/ funzioni aziendali; esse sono state incluse, in maniera organica seguendo le linee guida degli Standard, nella rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità 2023. Come richiesto dagli stessi Standard e in ottica di avvicinamento alla nuova direttiva europea "Corporate Sustainability Reporting Directive" - CSRD, la fase di raccolta dei dati è stata preceduta dallo svolgimento della cosiddetta "Analisi di materialità": in questo ciclo di rendicontazione, infatti, l'analisi è stata finalizzata all'identificazione delle tematiche rilevanti che rappresentano gli impatti più significativi che l'Organizzazione genera verso l'esterno considerando l'economia, l'ambiente e le persone, compresi i loro diritti umani. Nel processo di "Analisi di materialità" è stata coinvolta anche l'Alta Direzione per l'identificazione dei temi materiali; nello specifico ogni feedback, da parte dei cluster di Stakeholder considerati come rilevanti nella valutazione delle tematiche materiali per il Gruppo, è stato valorizzato al fine di migliorare l'impegno di sostenibilità della Società. Il Gruppo ha proseguito, poi, il proprio percorso di sostenibilità verso la CSRD, iniziando a mappare una serie di obiettivi, di natura ESG, con relativa tempistica entro cui implementare le azioni riferite agli stessi target di sostenibilità, opportunamente declinati e calati nella realtà aziendale. È stata presa visione del Bilancio di Sostenibilità 2023 dai componenti del massimo organo di governo a Novembre 2024.

Per maggiori dettagli sulle informazioni riportate nel documento, fare riferimento ai seguenti contatti:

Gargiulo & Maiello S.p.A.

Sede Legale: via Toledo 156 - 80134 Napoli - Sede operativa: Interporto di Nola Lotto A1-A6 - 80035 Nola (Na)
Tel.: 081.3158411 - e-mail: commerciale@gargiuloemaiello.com



IL GRUPPO GARGIULO & MAIELLO

1.1 Profilo aziendale

Il Gruppo Gargiulo & Maiello opera da oltre 50 anni nel settore della distribuzione all'ingrosso dei prodotti di profumeria, cosmetica e cura della persona.

Dotato di un modernissimo centro di distribuzione altamente competitivo, il Gruppo G&M è una realtà **multicanale** in continua crescita che opera con competenza e affidabilità lungo tre canali di vendita: vendita all'ingrosso, vendita al dettaglio e vendita online.

Con l'obiettivo di soddisfare costantemente le esigenze dei clienti, il Gruppo G&M gestisce un **vasto portafoglio di marchi** e offre un'**ampia gamma di prodotti**, tra cui si inserisce anche il marchio proprio "Gcube".

Presente sul territorio italiano con 109 punti vendita a marchio **Idea Bellezza** e **BeautySi** il Gruppo G&M si impegna quotidianamente per garantire un'esperienza di acquisto in linea con le aspettative dei clienti grazie alla presenza di personale altamente formato e all'utilizzo di nuove tecnologie volte ad analizzare in modo sempre più mirato la **soddisfazione dei clienti**.

L'Organizzazione è guidata dalla Capogruppo **Gargiulo & Maiello S.p.A.**, che esercita attività di direzione e coordinamento sulle società controllate **Europrogetto S.r.l.** Unipersonale e **GCube S.r.l.** Al 31/12/2023, il Gruppo Gargiulo & Maiello ha registrato un fatturato di 82.793.797 milioni di euro e servito oltre 1500 clienti grazie al lavoro di circa 300 dipendenti e 40 agenti di vendita.

La continua innovazione, l'affidabilità e l'orientamento ai bisogni del cliente fanno della Gargiulo & Maiello un vero e proprio Partner oltre la fornitura.

MAPPA DEI PUNTI V'ENDITA IN ITALIA:

Abruzzo	Profumerie Idea Bellezza	Punti vendita BeautySi
Basilicata	4	0
Campania	44	12
Calabria	1	4
Lazio	8	10
Lombardia	2	2
Puglia	13	1
Sicilia	4	14
Toscana	1	1
Totale	80	29



1.1.1 Vision, Mission e Valori

In un contesto economico e sociale complesso come quello attuale, il Gruppo Gargiulo & Maiello si contraddistingue per la visione strategica di lungo periodo e per l'impegno costante nell'innovazione e nella sostenibilità.

La missione del Gruppo G&M è quella di offrire ai propri clienti un servizio efficiente e tempestivo, anticipando le loro esigenze in un mercato in continua trasformazione, con un approccio multicanale basato su principi di responsabilità e legalità.

Vision

Il Gruppo Gargiulo & Maiello opera con la consapevolezza dell'importante ruolo della Distribuzione Moderna nella crescita economica e sociale del Paese e nella convinzione che responsabilità, innovazione e sostenibilità siano leve imprescindibili per generare valore per tutti gli stakeholder attraverso la capacità di soddisfare scelte di consumo in continua evoluzione.

Mission

Servire bene, con efficienza e tempestività i nostri clienti in tutte le fasi del servizio in ottica multicanale, ricercando costantemente soluzioni innovative e sostenibili per anticiparne bisogni e aspettative. Da questo il pay-off del marchio G&M è da sempre: Partner oltre la fornitura.

Valori

Il Gruppo Gargiulo & Maiello ha fondato il suo successo, e vede il suo futuro, su una gestione lungimirante, corretta, attenta e responsabile, nel pieno rispetto del principio di legalità e della leale concorrenza, puntando sempre alla massima soddisfazione del cliente e delle esigenze e aspettative di tutti gli stakeholder coinvolti. La condotta etica e l'orientamento all'innovazione per il miglioramento continuo sono i pilastri fondamentali per garantire la sostenibilità dell'impresa nel tempo, a vantaggio dei diversi Portatori di interesse con cui si relaziona.

Attraverso una gestione responsabile e un orientamento continuo al miglioramento, il Gruppo G&M è pronto nell'affrontare le sfide future e a contribuire attivamente alla crescita economica e sociale del territorio in cui opera.

1.2 Attività e modello di business

Il Gruppo Gargiulo & Maiello adotta una **strategia di distribuzione multicanale** che coinvolge ciascuna società del gruppo in una specifica "area" del canale distributivo di riferimento come di seguito riportato.

- **Gargiulo & Maiello S.p.A.**, cabina di regia che coordina l'insieme dei processi legati alla gestione dei diversi canali di vendita. Oltre a sovrintendere gli acquisti, cura anche gli aspetti



contabili ed amministrativi, il marketing, la comunicazione, la gestione del personale e i sistemi informativi;

- **Europrogetto** S.r.l., controllata del Gruppo G&M, si occupa della gestione dei punti vendita diretti e dell'attivazione di negozi in franchising, offrendo una presenza capillare sul territorio;
- **GCube** S.r.l., anch'essa controllata, gestisce la distribuzione di prodotti a proprio marchio per la cura della persona ed il trattamento dei capelli, sviluppando linee innovative che rispondono alle tendenze del mercato.

Le società del Gruppo G&M sono strettamente correlate nell'ambito di un unico **modello di business inter-funzionale** che opera con competenza e affidabilità attraverso seguenti canali di vendita:



Struttura organizzativa

La Capogruppo svolge il proprio ruolo di coordinamento e supporto a favore delle controllate attraverso i propri Dipartimenti a riporto diretto all'Amministratore Delegato/Direttore Generale, gestendo in particolare:

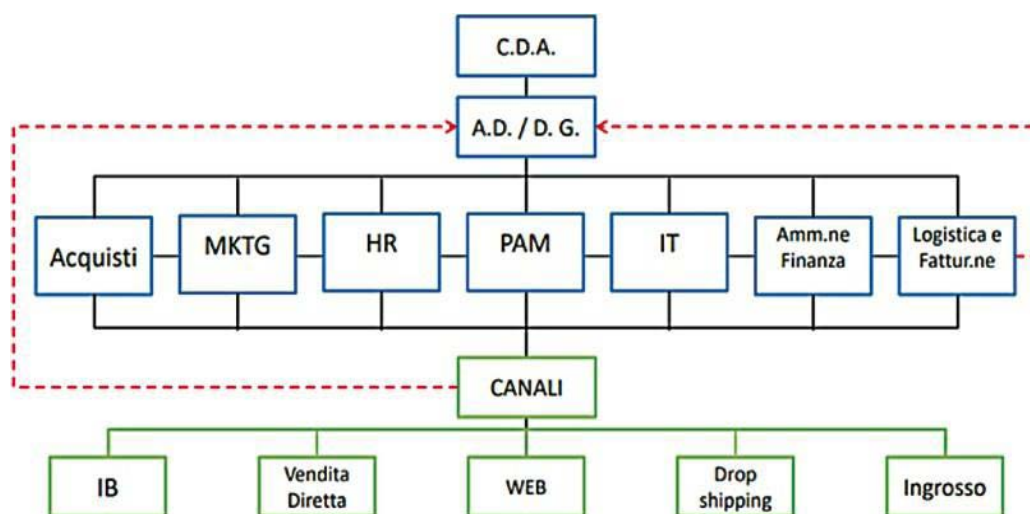
- la funzione di approvvigionamento dei prodotti per tutti i canali di vendita;
- la funzione marketing e comunicazione, che gestisce le campagne promozionali specifiche per ciascun canale di vendita supportando così sia i punti vendita a insegna "Idea Bellezza" sia i punti vendita affiliati a insegna BeautySi;
- la funzione HR, che ha in carico la gestione del personale della Capogruppo nonché del personale dipendente della Europrogetto;
- la funzione Amministrazione e Finanza, che porta avanti il ciclo attivo/passivo ed il controllo di gestione per conto delle tre organizzazioni.

Al dipartimento Prodotti a Marchio è delegata, invece, la funzione di ricerca, sviluppo e messa in produzione attraverso una rete di fornitori contoterzisti, del private label, nonché nella



elaborazione e definizione di ricerche di mercato specifiche.

Di seguito l'organigramma, per funzioni, aziendale:



I marchi di G&M

I marchi di proprietà del Gruppo Gargiulo & Maiello sono:

Idea Bellezza, fondato nel 1994 dalla Gargiulo & Maiello S.p.a e concesso in franchising alla controllata Europrogetto, conta oggi con 80 punti vendita in Italia e offre un assortimento di oltre 20.000 prodotti, garantendo riassortimenti rapidi e sempre aggiornati con le ultime novità. I negozi, di dimensioni variabili tra 100 a 250 metri quadri, si caratterizzano per un concept innovativo pensato per ottimizzare l'esperienza d'acquisto. Nei prossimi cinque anni, l'obiettivo è estendere la rete ed arrivare a 100 punti vendita ad insegna Idea Bellezza per una maggior copertura capillare del territorio nazionale.

BeautySi, creato all'inizio degli anni 2000, è una delle principali insegne italiane con 29 punti vendita affiliati. Il programma di affiliazione commerciale BeautySi mira a supportare i negozi indipendenti di profumeria e igiene della persona attraverso il lancio di campagne promozionali dedicate e l'assistenza in ambiti specifici, tra cui marketing e amministrazione.

GCube, fondato nel 2012, è un marchio specializzato in prodotti per la cura e il benessere di cute e capelli. Si distingue per strategie di vendita innovative, un forte posizionamento nel settore haircare e per l'elevata qualità dei prodotti e del servizio. Grazie a un know-how consolidato e al contributo di un team di giovani professionisti, Gcube è riuscito ad affermarsi come un marchio distintivo e autenticamente Made in Italy. Oggi i prodotti Gcube sono presenti nelle profumerie Idea Bellezza, sia in corner dedicati che in temporary store.

Nei Gcube point è possibile sottoporsi gratuitamente all'analisi della cute e del capello e a un test digitale, per permettere ai consulenti di suggerire prodotti mirati in base alle esigenze di ogni singolo cliente. L'offerta Gcube comprende dieci linee di trattamenti tricologici di alta qualità, competitivi nel prezzo e dermatologicamente testati presso l'Università di Ferrara.



La Capogruppo possiede ulteriori marchi commerciali rappresentativi di specifiche linee di prodotto tra cui **Almares, Vantage, Kerashine, Bellezza** e **Cura, IB Cosmetics**, e gestisce accordi di licenza su marchi di terzi come **Nazionale Italiana**.

La varietà di marchi del Gruppo G&M soddisfa diverse esigenze di mercato, rafforzando la sua competitività e resilienza ai cambiamenti del settore. Grazie a un portafoglio solido e investimenti mirati, l'Organizzazione è ben posizionata per crescere continuamente e mantenere il suo ruolo di leader nel settore della bellezza e dell'igiene personale.

1.3 56 anni di storia

Gargiulo & Maiello è stata fondata nel **1967** come S.n.c. in Campania, operando nella regione come grossista di prodotti per l'igiene della casa e la bellezza della persona.

Nei primi anni '80 si trasforma in S.r.l., segnando una fase di crescita costante, grazie anche al continuo ammodernamento dei sistemi informatici e delle procedure di gestione.

Negli anni '90, G&M consolida la propria leadership sul territorio, supportata da numerosi imprenditori che condividono la filosofia aziendale. È in questi anni che l'azienda abbandona il settore dei prodotti per l'igiene della casa e si concentra su quelli per l'igiene e la bellezza della persona fondando i marchi **Idea Bellezza, Beauty Si** e **Vantage Point**.

Negli anni 2000, l'impresa cresce in maniera esponenziale e inaugura la sede di Nola Interporto dotata di 10.000 mq di area logistica e 2.000 mq di uffici. La nuova sede si distingue per l'implementazione di un moderno sistema di stoccaggio e picking delle merci a radiofrequenza consentendo, così, la preparazione automatizzata degli ordini per i comparti make-up, profumi e cosmetica.

Nel **2012 G&M** fonda **Gcube**, un marchio di prodotti professionali per la cura e il benessere dei capelli, e sviluppa un nuovo dipartimento aziendale specializzato nella distribuzione di prodotti a marchio proprio.

Nel **2016**, G&M sottoscrive un importante accordo di partnership con la catena italiana di grandi magazzini Upim che prevede l'apertura di profumerie ad insegna Idea Bellezza all'interno degli store. In breve tempo, l'insegna conquista una visibilità nazionale, con 68 profumerie distribuite in 10 regioni, diventando di fatto la principale catena italiana nel settore delle profumerie.

Nel **2018**, G&M avvia un progetto di re-branding che si concretizza con il lancio del nuovo logo del brand Idea Bellezza e lo sviluppo di un nuovo format di negozio pensato per offrire un'autentica shopping experience. Nello stesso anno, Alessandro Maiello subentra al padre, Giuseppe Maiello, e avvia un nuovo programma di sviluppo incentrato su quattro pilastri: 1) innovazione tecnologica ed efficientamento dei processi, 2) valorizzazione dei prodotti a marchio e catena del valore sostenibile, 3) crescita professionale delle risorse umane e customer satisfaction, 4) gestione etica e responsabile del business e integrazione dei fattori ESG.

Nel 2021, G&M pubblica il suo primo Bilancio di sostenibilità, un traguardo importante che, in continuità con la visione del suo fondatore, rappresenta l'inizio di un percorso di trasparenza



e rendicontazione delle performance ambientali, sociali e di governance.

Nel 2022, è stato portato a termine il ciclo di automazione della logistica interna di magazzino del polo di Nola che rappresenta un'eccellenza di innovazione nel panorama logistico nazionale e testimonia l'impegno assunto dal Gruppo Gargiulo & Maiello per rendere sempre più sostenibili ed efficienti i propri processi logistici.

Nel 2023, il Gruppo G&M ha consolidato il processo di reporting in vista della piena vigenza della *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), che obbliga la Capogruppo redigere una Dichiarazione di sostenibilità conforme ai nuovi *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS) a partire dall'esercizio 2025.



2. L'APPROCCIO DI GARGIULO & MAIELLO ALLA SOSTENIBILITÀ

2.1 Engagement degli stakeholder e creazione di valore

Il Gruppo Gargiulo & Maiello promuove il dialogo trasparente e costante con i propri stakeholder, nella consapevolezza che ciò alimenti la fiducia, favorisca le relazioni e migliori i processi decisionali. Nella seguente tabella sono riportate: le principali modalità di coinvolgimento e gli obiettivi di "engagement" relativi a ciascuna categoria di stakeholder con cui G&M si interfaccia

Categoria	• Modalità di coinvolgimento	• Obiettivi del coinvolgimento
PROPRIETÀ: ALTA DIREZIONE: GOVERNANCE	• Interviste e scambio su temi specifici • Management meeting mensili • Incontri su temi specifici	• Analizzare e informare sull'andamento della gestione • Definire Relazioni/Bilanci/Report (finanziari, di sostenibilità) • Condividere gli obiettivi aziendali (anche ESG) e relative attività strategiche da implementare all'interno di piani ad hoc (strategici, industriali, di sostenibilità) • Delineare policy aziendali, linee guida, codici di condotta, procedure operative, ecc. • Monitorare il livello di benessere degli stakeholder interni o il grado di appartenenza al Gruppo
DIPENDENTI E COLLABORATORI	• Condivisione Codice Etico • Programmi di sensibilizzazione e formazione • Canali di ascolto dedicati • Incontri periodici con capoarea e senior management • Iniziative di welfare aziendale • Survey periodiche	• Sensibilizzare sulle questioni di sostenibilità in ambito aziendale • Promuovere l'ingaggio e la partecipazione attiva alla vita aziendale • Diffondere una cultura condivisa basata sui valori aziendali • Supportare il benessere e la conciliazione vita-lavoro • Favorire la crescita personale e professionale



SINDACATI	• Incontri periodici su situazione aziendale • Incontri negoziali per accordi specifici	• Promuovere il miglioramento delle condizioni di lavoro, il dialogo sociale, la conciliazione vita-lavoro • Prevenire e risolvere conflitti che porterebbe ad interruzioni delle operazioni aziendali
CLIENTI E CONSUMATORI	• Servizio Clienti • Rete vendita come canale di ascolto e comunicazione • Interazione attraverso i social network e/o il sito web aziendale • Touchpoint fisici e digitali • Survey periodiche	• Supportare il dialogo e la relazione • Individuare opportunità commerciali • Garantire il miglior livello di servizio mediante il monitoraggio della soddisfazione della clientela • Incrementare la sensibilità sugli aspetti della sostenibilità
FORNITORI	• Piccoli fornitori: note informative e incontri periodici per standard qualitativi e condivisione Codice Etico • Grandi fornitori: contatti periodici su canvas vendite e promozioni • Grandi/piccoli fornitori: survey periodiche	• Collaborare e definire progetti/relazioni commerciali in linea con gli obiettivi aziendali (finanziari, ESG, ecc.) • Definire le forniture • Incrementare la sensibilità sugli aspetti della sostenibilità
MONDO DELLA FORMAZIONE	• Incontri per identificazione fabbisogni • Accordi per stage e tirocini	• Sviluppare competenze specifiche • Favorire e trasferire nuove tecnologie e know-how
UNIVERSITÀ E CENTRI DI RICERCA	• Accordi test clinici e analisi di prodotto	• Sviluppare competenze specifiche • Promuovere una corretta analisi del prodotto prevenendo eventuali criticità/problematiche connesse allo stesso



ISTITUZIONI ED ENTI LOCALI	• Incontri, contatti periodici per apertura e gestione Punti di Vendita	• Instaurare rapporti trasparenti e collaborativi con enti e comunità, assicurando adempimenti tempestivi e accurati relativamente a normative o richieste • Supportare lo sviluppo del territorio e delle comunità locali mettendo a disposizione persone, risorse e know-how • Integrare la realtà aziendale nel territorio • Creare valore nei confronti del territorio circostante e della comunità • locale in termini di sponsorizzazioni, attività sociali, benefiche
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	• Partecipazione a organizzazioni territoriali e nazionali di categoria • Partecipazione a gruppi di lavoro, tavole rotonde ed eventi per condividere esperienze e opportunità	• Facilità di accesso in termini di informazioni aggiornate su tendenze di mercato, cambiamenti normativi, innovazioni tecnologiche e pratiche migliori, aiutando l'azienda a rimanere competitiva e allineata con le evoluzioni del settore, anche relative agli aspetti ESG della sostenibilità • Favorire lo sviluppo di partnership strategiche, collaborazioni commerciali e l'espansione del network di contatti
MEDIA E AGENZIA STAMPA	• Relazioni con testate locali e nazionali, generaliste e di settore	• Rendere noto l'andamento del business e della gestione • Pubblicizzare le principali novità di prodotto, innovazione e processi del Gruppo • Fornire informazioni trasparenti sulla Società
BANCHE E SISTEMA FINANZIARIO	• Incontri periodici per condividere scenari, performance e piani di sviluppo dell'azienda	• Informare sull'andamento del business e della gestione • Notificare attività strategiche ed eventuali operazioni ordinarie e/o straordinarie • Trovare metodi di accesso al credito alternativo che siano, a titolo esemplificativo, correlati alle performance sostenibili dell'azienda

BOX DI APPROFONDIMENTO - IL VALORE ECONOMICO GENERATO

Il valore economico generato e distribuito da Gargiulo & Maiello costituisce un'utile indicazione di come il Gruppo abbia creato ricchezza a favore dei propri stakeholder nel corso dell'anno.

Come riportato nella tabella sottostante, nel 2023 vi è stato un aumento del valore



economico generato del 4% rispetto all'anno precedente, dovuto ad un incremento dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni. Il valore economico distribuito agli stakeholder del Gruppo G&M costituisce il 95% di quello generato ed è anch'esso in crescita rispetto al 2022 del 4%. Nel valore distribuito, l'86% è stato impiegato per i fornitori dell'Organizzazione e l'11% è stato elargito ai dipendenti; gli altri percettori del valore economico distribuito sono stati i finanziatori (2%) e la Pubblica Amministrazione (l'1%). Il Gruppo G&M ha inoltre corrisposto investimenti nella collettività per un valore totale di 24.602 euro, valore in aumento rispetto al 2022 del 23%. Il Valore Economico Trattenuto rappresenta invece la parte di risorse economiche trattenute all'interno dell'Azienda, col fine di garantire nel tempo il sostentamento e la sostenibilità, che risulta in crescita rispetto all'anno precedente del 17%, come conseguenza diretta di una crescita dell'utile di esercizio (del 19% in comparazione al 2022).

VALORE ECONOMICO G&M	2023	2022	2021
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	81.993.334	78.194.916	74.204.662
Altri ricavi	800.463	1.234.877	896.736
Proventi finanziari e interessi	96.263	105.064	120.104
Totale valore generato	82.890.060	79.534.857	75.221.502
Valore distribuito a fornitori	67.803.742	65.921.170	62.299.486
Valore distribuito al personale	8.893.523	8.910.716	8.996.581
Valore distribuito alla PA	634.543	420.338	378.697
Valore distribuito ai finanziatori	1.517.639	816.082	756.745
Liberalità	24.602	20.000	56.000
Tot. Valore distribuito	78.874.049	76.088.306	72.487.509
Ammortamenti, svalutazione e rettifiche	2.932.249	2.536.531	2.086.187
Accantonamenti per rischi ed altri accantonamenti	-	-	-
Risultato d'esercizio destinato a riserve	1.083.762	910.020	647.806
Tot. Valore trattenuto dal Gruppo	4.016.011	3.446.551	2.733.993

La maggior parte dei suddetti stakeholder è stata coinvolta nell'analisi di materialità del Gruppo Gargiulo & Maiello per il FY 2023, la quale viene approfondita nel paragrafo successivo.

2.2 Analisi di materialità

L'**analisi di materialità** è il processo mediante il quale vengono identificati gli aspetti di sostenibilità rilevanti per un'organizzazione. Essa permette alla stessa di mappare le relazioni tra gli interessi aziendali e quelli degli stakeholder, evidenziando per l'appunto le aree di sostenibilità di comune interesse, su cui devono maggiormente focalizzarsi l'attività di reporting e soprattutto le strategie aziendali di breve, medio o lungo termine.

Attraverso il Bilancio di Sostenibilità, Il Gruppo G&M intende fornire ai propri Stakeholder un'adeguata descrizione dei temi che rappresentano gli **impatti maggiormente significativi generati dall'Organizzazione sull'ambiente e sulle persone, compresi quelli sui diritti umani**. Per questo periodo di rendicontazione (FY 2023), è stato deciso di svolgere il processo



di analisi di materialità secondo l'approccio **"Impact Materiality"** e quindi rendicontare tutti gli effetti positivi o le ricadute che l'azienda genera sull'ambiente esterno.

L'Organizzazione ha condotto un aggiornamento dell'analisi di materialità, consolidando gli **standard di rendicontazione di riferimento** (GRI, ESRS, ecc.) ai fini di un'individuazione, grazie al coinvolgimento dei principali cluster di stakeholder, dei propri **temi materiali**. Si riportano di seguito le principali fasi del processo di determinazione della materialità per il Bilancio di Sostenibilità 2023:

FASI DEL PROCESSO DELL'ANALISI DI MATERIALITÀ	
1	Conduzione di un'analisi di benchmark su un campione di aziende competitor, peers, comparables, enti di settore, associazioni di categoria
2	Valutazione dei principali standard e framework internazionali adottati nella reportistica di sostenibilità (GRI Standard, SASB¹), inclusi quelli di prossima pubblicazione (ESRS Standards)
3	Identificazione dei cluster degli stakeholder coinvolti nell'analisi di materialità
4	Valutazione da parte degli stakeholder delle tematiche potenzialmente materiali per G&M
5	Validazione delle tematiche di materialità "definitive" da parte del top management di G&M

Per la fase 4 "valutazione delle tematiche", è stato inviato un questionario, contenente i temi potenzialmente materiali, rivolto ai seguenti stakeholder (fase 3), con cui G&M interagisce principalmente. Su un totale di 37 persone coinvolte nella survey hanno risposto con successo 30 stakeholder.

I temi potenzialmente materiali, all'interno della survey, sono stati categorizzati all'interno delle 5 macroaree che riprendono le linee guida dello standard ISO 26.000 utilizzato per l'analisi del benchmark di settore, ovvero:

- 1. Governance**
- 2. Risorse umane**
- 3. Catena di fornitura, clienti e comunità**
- 4. Prodotti e servizi**
- 5. Ambiente**

Ai suddetti stakeholder è stato richiesto di classificare, dal più al meno rilevante, i temi potenzialmente materiali appartenenti alla stessa macroarea, in base all'entità degli impatti (**positivi o negativi, effettivi o potenziali, di breve o lungo termine** secondo l'approccio cosiddetto "inside-out" dalla già citata "Impact Materiality") che le attività aziendali condotte dal Gruppo G&M generano o potrebbero generare sull'ambiente esterno o interno. I temi che non hanno superato la soglia di materialità² sono quelli risultati materiali per l'Organizzazione

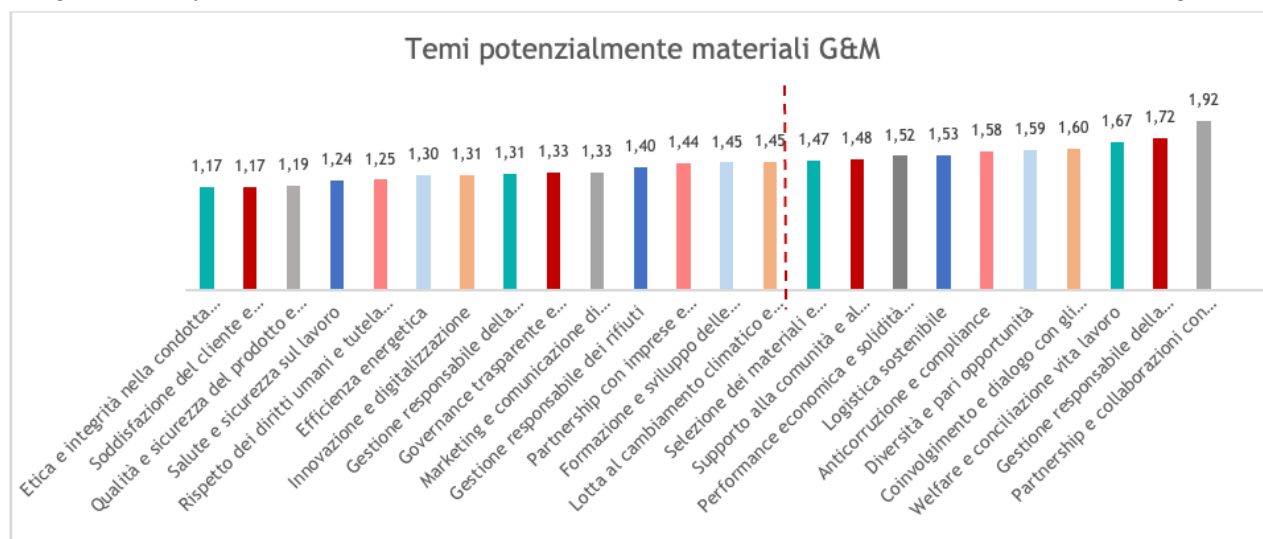
¹ Standard di settore internazionali quali il SASB "Sustainability Accounting Standards Board" aiutano le imprese a fornire informazioni rilevanti e comparabili agli investitori riguardo ai loro impatti sulla sostenibilità e sui rischi finanziari associati a tali fattori; nel caso di G&M sono stati considerati i settori "rivenditori e distributori multi-linea e specializzati" e "prodotti per la casa e per la cura personale", dato il core business aziendale.

² La soglia di materialità (contrassegnata in rosso nel grafico soprastante) è stata calcolata come media ponderata delle



nel 2023:

Dunque, una volta raccolte tutte le valutazioni e priorizzate le tematiche, come mostrato dal grafico soprastante, il risultato ottenuto è stato sintetizzato nella tabella che segue che



rappresenta una visione complessiva delle tematiche materiali in relazione ai loro impatti verso l'esterno, alle **relative modalità di gestione o presidio** e alla copertura con i relativi KPI, in questo caso i GRI Standard:

Macroarea	Tema materiale	Impatti connessi (positivi e negativi, effettivi e/o potenziali)	Modalità di gestione e presidio da parte di G&M	KPI (GRI Standard)
GOVERNANCE	Etica e integrità nella condotta del business	- Tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti in ambiti quali il reimpiego di profitti derivanti da attività illecite, episodi di concussione, comportamenti anti-competitivi, ecc. - Potenziali violazioni, da parte di Gargiulo & Maiello, di norme, leggi o prassi del settore che possano compromettere il capitale (anche reputazionale) dell'Organizzazione.	- Codice etico - Organismo di Vigilanza (ODV) come ente preposto al controllo del funzionamento e dell'osservanza del Modello 231 (comprendente sia parte generale che parte speciale) - Rating di legalità (punteggio massimo di 3 stelle) - Sistema di segnalazione whistleblowing	GRI 2-1, 2-6, 2-9, 2-10, 2-11, 2-14, 2-15, 2-16, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 2-27, 2-28, 2-29 GRI 405-1
	Governance trasparente e gestione dei rischi	- Tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti in ambiti quali il reimpiego di profitti derivanti da attività illecite, episodi di concussione, comportamenti anti-competitivi, ecc. - Mancata individuazione dei rischi connessi alle attività di G&M con conseguente gap	- Bilancio di Sostenibilità - Sistema integrato di gestione qualità, sicurezza, ambiente - QSA (ISO 9001, 14001, 45001) - Policy sulla privacy	

valutazioni fatte al singolo tema tra i 24 selezionati (ovvero 1,45). Per la macroarea contenente 3 temi, ogni valutazione "1" (più rilevante nella macroarea) è stato assegnato il peso "12"; alla valutazione "2" è stato assegnato il peso "7,5"; alla valutazione "3" è stato assegnato il peso "3"; in ogni macroarea contenente 5 temi, ogni valutazione "1" è stato assegnato il peso "12"; alla valutazione "2" è stato assegnato il peso "9,25"; alla valutazione "3" è stato assegnato il peso "7,5", alla valutazione "4" è stato assegnato il peso "5,25" e infine alla valutazione "5" corrisponde il peso "3"; stessa metodologia è stata usata per la macroarea "ambiente" contenente 6 temi, considerando il primo, per ordine di priorità, e l'ultimo con i pesi "3" e "12" trovando nel mezzo 4 valori mediani per le altre priorità. La media ponderata dei temi è la soglia (individuata come "1,45") sotto la quale i temi sono stati considerati materiali, al netto del tema "welfare e conciliazione vita-lavoro" che è stato identificato come materiale per l'Organizzazione, date le azioni implementate e pianificate per G&M connesse a questi temi.



Macroarea	Tema materiale	Impatti connessi (positivi e negativi, effettivi e/o potenziali)	Modalità di gestione e presidio da parte di G&M	KPI (GRI Standard)
		nell'adozione di pratiche e iniziative necessarie per evitare il presentarsi di eventi avversi.		
RISORSE UMANE	Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori	- Tutela dei diritti fondamentali dei membri del personale aziendale e di tutti i soggetti con cui essi si interfacciano. - Capacità di influenzare negativamente la reputazione aziendale attraverso il rispetto dei diritti umani.	- Strumenti di pianificazione delle ferie - Assicurazione sanitaria integrativa - Sistema di segnalazione whistleblowing	GRI 2-7, 2-8, 2-30 GRI 401-1, 401-3 GRI 403-5, 403-8, 403-9, 403-10 GRI 404-1 GRI 405-1
	Salute e sicurezza sul lavoro	- Tutela del benessere psico-fisico, della salute e della sicurezza dei dipendenti e di tutti gli individui la cui attività operativa è sotto il controllo dell'Organizzazione (es: interinali, somministrati, stagisti e/o tirocinanti, ecc.). - Poca prevenzione di infortuni gravi e frequenti e di malattie professionali.	- Strumenti di analisi del feedback dei dipendenti - Formazione sui temi di salute e sicurezza - Procedure operative (tra cui Protocolli di emergenza, ecc.) - Sistema di gestione ISO 45001:2018	
	Welfare e conciliazione vita lavoro	- Possibilità di incidere positivamente sulla tutela e salvaguardia del benessere psico-fisico dei dipendenti. - Condizionamento negativo circa l'opportunità per i dipendenti di poter conciliare il lavoro con la vita privata e familiare.	- Strumenti di pianificazione delle ferie - Implementazione prossima di un piano di chiusura aziendale, accorciando, in alcuni periodi, la settimana lavorativa in ottica di maggior conciliazione vita-lavoro - Implementazione prossima di una piattaforma "welfare" che contenga tutti i tipi di servizi a cui i dipendenti possono accedere tramite sconti	
	Formazione e sviluppo delle competenze	- Possibilità di incidere positivamente sulla disponibilità di percorsi finalizzati al rafforzamento e sviluppo delle competenze e delle skill professionali. - Possibilità di incidere negativamente sulla capacità di retention e attraction (turnover negativo) e sulla stabilità occupazionale delle risorse umane.	- Politiche di formazione o di sviluppo delle competenze - Implementazione prossima di strumenti di accessibilità ai dipendenti che volessero usufruire di formazione da remoto (piattaforma online) - Codice di comportamento del personale	
CATENA DI FORNITURA, CLIENTI E COMUNITÀ	Soddisfazione del cliente e customer experience	- Contributo efficace alla soddisfazione delle reali esigenze / bisogni della clientela. - Perdita di fiducia da parte dei clienti di G&M.	- Monitoraggio della soddisfazione della clientela mediante appositi strumenti (survey, reclami, ecc.)	GRI 2-29 GRI 201-1 GRI 214-1



Macroarea	Tema materiale	Impatti connessi (positivi e negativi, effettivi e/o potenziali)	Modalità di gestione e presidio da parte di G&M	KPI (GRI Standard)
	Gestione responsabile della catena di fornitura	- Gestione degli impatti ambientali e sociali lungo la filiera (es: emissioni di gas serra, consumi energetici e idrici, selezione responsabile dei materiali e del packaging, salute e sicurezza dei lavoratori, tutela dei diritti umani, adeguate politiche retributive, ecc.). - Contributo indiretto al danneggiamento dell'ambiente e della comunità con perdita di valore per il territorio di riferimento, a causa di una mancata collaborazione tra G&M e la propria rete di fornitura, che si concretizza nella perdita di opportunità di crescita e nella mancata realizzazione di economie di scala e di apprendimento.	- Tracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera, considerando G&M come parte centrale dell'intera Value Chain	GRI 418-1
	Partnership con imprese e istituzioni	- Promozione dello sviluppo sostenibile del business attraverso collaborazioni strategiche, orientate a soddisfare le esigenze del mercato e a sostenere una crescita responsabile e condivisa. - Mancata disponibilità in tempo utile di soluzioni "tecniche" necessarie a soddisfare nuove normative in tema ambientale o di sicurezza, con conseguenze sugli impatti generati da G&M	- Instaurazione di relazioni e/o rapporti commerciali con partner, organizzazioni, enti non profit al fine di generare valore per la collettività e il territorio	
PRODOTTI E SERVIZI	Qualità e sicurezza del prodotto e dei servizi	- Instaurazione di relazioni di fiducia durature con i propri clienti anche grazie alle caratteristiche di qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti. - Distribuzione di prodotti di non elevata qualità con conseguenti ed eventuali danni potenziali sulla salute del consumatore finale.	- Sistema di gestione ISO 9001:2018	GRI 416-1, 416-2 GRI 417-1, 417-2
	Marketing e comunicazione di prodotto / servizio	- Potenziale aumento del capitale reputazionale aziendale. - Possibilità di perdita eventuale di specifici segmenti di clientela, qualora non vengano mappati opportunamente i canali di dialogo creati dall'azienda.	- Canali di comunicazione dei prodotti distribuiti da G&M	
	Innovazione e digitalizzazione	- Possibilità di incidere positivamente sull'individuazione di soluzioni innovative e maggiormente tecnologiche rispetto a quelle attualmente in essere, in grado di migliorarne la competitività e di far progredire la ricerca e l'innovazione in ottica di maggior efficientamento e minor impatto ambientale. - Possibilità di incidere negativamente sulla disponibilità in tempo utile di soluzioni tecniche necessarie a soddisfare nuove normative in tema ambientale o di sicurezza, con conseguenze sugli impatti generati dalla Società e sulle sue quote di mercato.	- Nuovi macchinari e sistemi di controllo digitalizzati nel reparto logistica di Gargiulo & Maiello S.p.A.	
		- Possibilità di incidere negativamente sulla disponibilità in tempo utile di soluzioni tecniche necessarie a soddisfare nuove normative in tema ambientale o di sicurezza, con conseguenze sugli impatti generati dalla Società e sulle sue quote di mercato.		



Macroarea	Tema materiale	Impatti connessi (positivi e negativi, effettivi e/o potenziali)	Modalità di gestione e presidio da parte di G&M	KPI (GRI Standard)
AMBIENTE	Lotta al cambiamento climatico e gestione delle emissioni	- Tutela della biodiversità e degli ecosistemi che stanno alla base dell'intero sistema economico e sociale in cui G&M opera (es: in termini di qualità dell'aria, del suolo, dei corpi idrici, ecc.) e disponibilità nei mercati di prodotti e servizi con elevate performance ambientali. - Esposizione delle comunità locali e del territorio ad eventi atmosferici estremi (es: alluvioni, allagamenti, uragani, desertificazione, ecc.).	- Monitoraggio dei consumi e delle emissioni - Politiche/progetti di riduzione dell'impatto ambientale - Sistema di gestione ISO 14001	GRI 302-1 GRI 305-1, 305-2 GRI 306-3, 306-4, 306-5
	Efficienza energetica	- Tutela della biodiversità e degli ecosistemi che stanno alla base dell'intero sistema economico e sociale in cui G&M opera (es: in termini di riduzione delle emissioni prodotte dalle attività energivore aziendali). - Potenziale spreco di risorse energetiche.	- Monitoraggio dei consumi e delle emissioni - Politiche/progetti di riduzione dell'impatto ambientale (rinnovamento progressivo della flotta aziendale, ecc.) - Nomina prossima di un energy manager	
	Gestione responsabile dei rifiuti	- Contributo positivo alla salvaguardia della salute e benessere degli stakeholder con cui G&M si interfaccia e le comunità locali grazie ad una corretta e responsabile gestione dei rifiuti. - Potenziale impoverimento del capitale naturale e degradazione dell'ambiente.	- Predisposizione dei MUD - Implementazione prossima di procedure atte ad una riduzione dell'uso della carta in azienda	



2.3 Strategia e obiettivi

Un business sostenibile si pone lo scopo di integrare gli obiettivi economici con quelli riferiti ai **valori sociali di benessere, inclusione, equità, prosperità e giustizia**, oltre che alla **tutela dell'ambiente** che lo circonda. Il Gruppo G&M ha intrapreso un percorso di gestione responsabile delle sue attività, impegnandosi ad integrare gli aspetti di sostenibilità nel proprio operato. Il processo di erogazione dei servizi è, appunto, strettamente connesso ad una comunicazione chiara, trasparente e corretta con gli stakeholder degli output derivanti dai processi aziendali e di tutte le questioni di sostenibilità priorizzate tramite l'analisi di materialità.

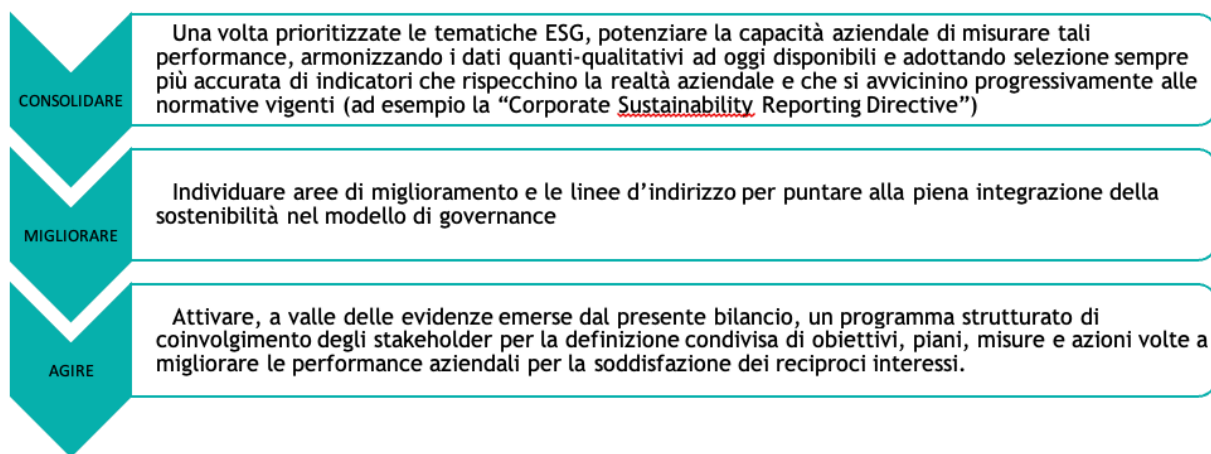
I temi materiali emersi sono dunque rilevanti dal punto di vista sostenibile per le parti interessate e riflettono la definizione delle priorità per il Gruppo G&M: sia dal punto di vista della Proprietà che del Management, la strategia dovrà basarsi sul mantenimento di una governance solida e responsabile, incentrata sul **principio di legalità**, su una **gestione accurata dei rischi**, considerando come fondamentali la **salute e la sicurezza** sui luoghi di lavoro, **l'etica e la trasparenza** nei rapporti con tutti gli stakeholder, tutti elementi chiave per garantire la continuità aziendale e preservare la reputazione dell'impresa.

Tra i cardini della strategia di sostenibilità aziendale rientra anche il processo di **valorizzazione dei prodotti a marchio**, con un impegno costante nella tutela dei Diritti Umani, nella sicurezza dei prodotti e nella salute dei consumatori. Il tutto avviene in un'ottica di riduzione dei consumi, dal punto di vista ambientale, e di una corretta gestione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione o con i fornitori, continuando ad investire nell'innovazione per raggiungere la massima soddisfazione dei clienti e valorizzare al meglio il personale.

La **pianificazione ESG aziendale** è, infine, volta ad un approccio che tenga conto delle aspettative dei principali portatori di interesse, in ottica di creare vantaggio competitivo ma soprattutto valore nel lungo periodo per gli stessi (società controllate del Gruppo G&M comprese), sempre secondo la **vocazione naturale della proprietà** per le tematiche della sostenibilità. Nello specifico l'Organizzazione si è posta i seguenti goals strategici, in questo ambito, già declinati nei precedenti Bilanci di Sostenibilità:

La **pianificazione ESG aziendale** si orienta verso un approccio che tenga conto le aspettative dei principali portatori di interesse, con l'obiettivo di creare vantaggio competitivo e, soprattutto, valore nel lungo periodo per tutti (comprese le società controllate del Gruppo G&M), sempre in linea con la **vocazione naturale della proprietà** per le tematiche della sostenibilità. Nello specifico l'Organizzazione si è posta i seguenti goals strategici, già declinati nei precedenti Bilanci di Sostenibilità:





In tal senso, Il Gruppo G&M ha fissato **target definiti connessi alla sfera ESG** che, negli anni a venire, verranno inclusi in un Piano di Sostenibilità ad hoc; la predisposizione di quest’ultimo viene vista in ottica di monitoraggio delle azioni utili a raggiungere uno specifico obiettivo di sostenibilità e a declinare per ognuno gli owner aziendali responsabili del raggiungimento dello stesso (in ottica di conformità alle nuove linee guida della Corporate Sustainability Reporting Directive – “CSRD”):

AMBITO ESG	OBIETTIVI 2024	OBIETTIVI 2025 E ANNI SUCCESSIVI
ENVIRONMENT 	- Nomina di un Energy manager per analisi ed efficientamento energetico - Attuazione di procedure volte ad uso responsabile delle risorse aziendali (es.: dimezzamento volantini cartacei)	- Riduzione del consumo di plastica eliminando le bottiglie monouso. - Attuazione del piano di efficientamento energetico proposto dall’energy manager. - Digitalizzazione delle fidelity card. - Completamento della sostituzione delle luci a LED nei punti vendita. - Completamento della sostituzione degli impianti di aria condizionata nei punti vendita. - Installazione di porte automatiche nei punti vendita per evitare sprechi energetici. - Procedere con le misure implementate negli anni precedenti circa un uso responsabile delle risorse aziendali (es.: azzeramento volantini cartacei). - Studi di fattibilità circa la sottoscrizione di nuovi rapporti commerciali con ditte di logistica in ottica di miglioramento dell’efficienza energetica del Gruppo lungo la catena del valore, considerando sia le attività downstream che upstream (es.: mezzi di trasporto alimentati a carburante alternativo)



AMBITO ESG	OBIETTIVI 2024	OBIETTIVI 2025 E ANNI SUCCESSIVI
SOCIAL 	- Creazione di uno sportello bancario virtuale dedicato ai dipendenti. - Piattaforma online per la formazione dei dipendenti, con contenuti formativi personalizzati. - Introduzione di un piano di chiusura aziendale (il venerdì) in ottica di conciliazione vita-lavoro - Assorbimento dei permessi retribuiti per la riduzione della settimana lavorativa (ad oggi le ore settimanali sono comunque 38) - Predisposizione di percorsi formativi ad hoc sulle politiche, procedure pratiche anti-corruttive messe in atto dalla Società partendo dal Management di G&M e man mano rivolti ad un numero sempre crescente di interlocutori	- Studi circa la predisposizione di percorsi formativi ad hoc sulla sostenibilità e sull'evoluzione normativa della stessa, in ottica di accrescimento delle competenze ESG, partendo dal Management di G&M e man mano rivolti ad un numero sempre crescente di interlocutori
GOVERNANCE 	- Implementazione della "Suite Zucchetti", piattaforma per la gestione completa dei processi HR (retail e sede), con moduli per presenze, workflow, applicazioni online, bacheca virtuale e gestione della sicurezza.	- Collaborazione con i fornitori di servizi per adottare politiche di miglioramento e sostenibilità, riguardanti la tutela ambientale, la sicurezza sul lavoro e il benessere del personale.

Forte dei valori che lo hanno reso un **punto di riferimento** nel panorama nazionale della **MDO** "Moderna Distribuzione Organizzata", il Gruppo G&M si impegna a migliorare costantemente il proprio impatto e a perseguire la sostenibilità in tutte le sue dimensioni. I principi aziendali legati alla sfera ESG inclusi nel codice etico (relativi a temi fondanti quali Diritti Umani, Lavoro, Ambiente e la Lotta alla Corruzione) offrono un quadro di riferimento per valutare le iniziative già avviate e pianificare nuove azioni in linea con i **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** dell'**Agenda 2030**. Questi obiettivi (SDGs) sono 17 "Goals" indicati nell'Agenda 2030 che è stata diramata dall'ONU: essa racchiude un programma d'azione per le Persone, il Pianeta e Prosperità (le tre "P") che è stato sottoscritto nel settembre del 2015 dai Governi di tutti gli stati membri dell'ONU.

Essendo "le tre P" fortemente correlate tra di loro, gli **SDGs** sono stati pensati per "abbracciare" tutte le dimensioni della sostenibilità (ESG) a cui le organizzazioni, le istituzioni e gli individui si interfacciano quotidianamente. Nello specifico i 17 SDGs hanno 169 "sotto-target" da raggiungere entro il 2030 (da cui prende il nome l'Agenda 2030).

Di seguito il prospetto degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile:



Se la totalità delle organizzazioni dovrebbe impegnarsi per migliorare l'attuale modello di sviluppo umano e sociale, adottando l'Agenda 2030 e adattandosi alle novità di un mondo in costante cambiamento "sostenibile", da un punto di vista tanto ambientale quanto sociale, anche il Gruppo G&M è attore protagonista di questa evoluzione.

Di seguito gli SDGs a cui l'Organizzazione contribuisce in maniera, diretta o indiretta, attraverso le proprie attività aziendali mappate secondo i temi materiali identificati nell'ultima analisi (del FY 2023):



I relativi "sotto-target" degli obiettivi sopra elencati contribuiscono a declinare gli SDGs maggiormente correlati al core business di G&M:

- SDG 3 "Salute e benessere"** – "sotto-target": assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età
 Il Gruppo Gargiulo & Maiello presidia questa tematica considerando la salute e la sicurezza uno dei punti cardine da tutelare sia in ambito H&S per la propria forza lavoro, mediante ad esempio il sistema di gestione certificato "ISO 45001", sia per il consumatore finale considerando sempre la natura del proprio business incentrata sulla "distribuzione".
- SDG 8 "Lavoro dignitoso e crescita economica"** – "sotto-target": incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti
 Il Gruppo G&M pone particolare attenzione a questi aspetti, tenendo conto dei principi e valori etici contenuti nel proprio codice di condotta aziendale, in cui ognuno può esprimere le proprie idee, raggiungere il proprio potenziale e con rispetto reciproco dei diritti umani. L'Organizzazione considera la conciliazione vita-lavoro un fattore importante per ogni Persona, motivo per il quale prevede diverse misure per i propri dipendenti a presidio di questi temi connessi ad un welfare aziendale efficiente.
- SDG 12 "Consumo e produzione responsabili"** – "sotto-target": garantire modelli



sostenibili di produzione e consumo

Il Gruppo G&M è consapevole e altamente sensibile agli impatti potenzialmente negativi che la propria attività aziendale potrebbe potenzialmente generare, motivo per cui considera la gestione responsabile della logistica o del packaging, tra gli altri, aspetti prioritari da far crescere anno dopo anno; dal punto di vista dell'innovazione tecnologica, nel reparto di logistica viene ridotto sempre più l'uso dei "macchinari" da parte dell'uomo in favore di attrezzature più digitalizzate in ottica di ottimizzazione dei processi logistici interni, mirati a ridurre i tempi delle attività, razionalizzare la gestione delle scorte e la movimentazione del magazzino, oltre a migliorare la qualità dell'impiego delle risorse umane coinvolte: difatti, ora il magazzino logistico è dotato di macchinari automatizzati, inclusi robot per la preparazione della merce, linee di convogliamento e una piattaforma di pesatura interconnessa. È stato inoltre implementato un nuovo sistema automatizzato con robot e una dorsale centrale per l'asservimento delle baie di uscita. L'impianto utilizza il PLC "Sorter" interfacciato con un WMS/WCS per la gestione automatizzata. Il sistema, interconnesso con il gestionale aziendale, consente lo scambio di dati con macchinari interni ed esterni. Gli ordini sono trasmessi dai punti vendita al sistema produttivo tramite un'interfaccia con lettore bar-code per l'elaborazione automatica. Infine, come obiettivi nel breve termine si tenderà ad una riduzione responsabile delle risorse, tra cui un progressivo azzeramento dell'uso della carta in azienda, cominciando dai volantini.

SDG 17 "Partnership per gli obiettivi" - "sotto-target": rafforzare i mezzi di attuazione rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

Il Gruppo G&M considera la partnership tra diversi soggetti punto centrale del proprio operato, se pensiamo ad esempio al primo esercizio di materialità mediante somministrazione di una survey, che ha coinvolto una molteplicità di soggetti interessati a G&M, che siano essi stakeholder interni o esterni. oltretutto, G&M ha un rapporto diretto con associazioni di categoria e di settore se pensiamo al Gruppo Vegè di cui fa parte e a Federdistribuzione.



3. RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

3.1 Strategia ambientale e contrasto al cambiamento climatico

Il Gruppo G&M considera la tutela dell'**ambiente** un **valore fondamentale**, integrando la sua salvaguardia come elemento essenziale per una gestione aziendale responsabile. Gli impatti diretti e indiretti sull'ambiente derivano dalla gestione delle sedi operative, dei punti vendita, dalle fasi di trasporto e logistica, oltre che dalle scelte di approvvigionamento di prodotti, servizi e fornitori.

Per affrontare gli impatti sull'ambito Environmental della sfera ESG, il Gruppo Gargiulo & Maiello pone il suo focus, in questa sede, sui temi maggiormente rilevanti emersi dall'analisi di materialità in ambito ambientale, i quali sono altresì considerati strategici dal Gruppo G&M. Questi temi costituiscono le aree prioritarie per analizzare la capacità di valutazione delle performance ambientali oltre all'integrazione dei KPI necessari a migliorare sia la misurazione che, soprattutto, le performance complessive.

L'analisi di materialità ha portato alla luce i principali temi ambientali su cui l'Organizzazione si focalizzerà, come presentato in questo Capitolo, ovvero:



Consapevole della rilevanza di tali temi, il Gruppo Gargiulo & Maiello ha definito una serie di obiettivi concreti nel prossimo biennio per affrontarli con efficacia.

Tra le iniziative pianificate, vi è la nomina di un **Energy Manager**, una figura strategica per guidare le iniziative di efficientamento energetico e garantire una gestione più responsabile



delle risorse. È prevista inoltre la riduzione dell'uso della carta con la progressiva eliminazione dei volantini cartacei, favorendo al loro posto strumenti digitali (**digitalizzazione** delle **fidelity card**).

Altre iniziative includono l'**eliminazione** delle bottiglie di plastica monouso in tutte le aree aziendali³. Per quanto riguarda i punti vendita, invece, l'Organizzazione ha completato la sostituzione delle luci con sistemi **LED** e degli impianti di aria condizionata, migliorando la sostenibilità degli ambienti. Anche l'installazione di **porte automatiche** è stata presa in considerazione per ridurre gli sprechi energetici e ottimizzare il consumo di risorse.

Oltre al rispetto delle normative vigenti, il Gruppo Gargiulo & Maiello ha intrapreso azioni e iniziative volte a migliorare il proprio impatto ambientale lungo la catena del valore e promuovere la cultura della sostenibilità sia all'interno dell'Organizzazione che nelle relazioni con diversi stakeholder di riferimento.

A tal fine, la Capogruppo è dotata di un **Sistema di Gestione Integrato che comprende** la norma internazionale **UNI EN ISO 14001:2015 la quale copre gli aspetti ambientali**.

È stato inoltre avviato un processo di mappatura e misurazione delle performance ambientali del Gruppo G&M, insieme a quelle sociali ed economiche, attraverso la rendicontazione annuale del Bilancio di Sostenibilità, che vedrà nel prossimo triennio una transizione grazie alla nuova normativa CSRD che estende lo scope delle aziende obbligate a comunicare le proprie performance ESG. Questo processo è finalizzato a valutare la capacità di gestione dei temi di sostenibilità e a definire un piano di interventi per il miglioramento nel breve e medio termine.

Nella gestione operativa delle sedi, i servizi in merito all'approvvigionamento idrico da acquedotto locale, al ritiro, smaltimento e recupero di rifiuti urbani non pericolosi, alla manutenzione degli spazi comuni e all'illuminazione viaria vengono gestiti dall'Organizzazione Interporto Campano S.p.A.

3.1.1 Consumi energetici

Sul fronte dei consumi energetici, la **Capogruppo Gargiulo & Maiello S.p.A.** ha impiegato nel 2023 complessivi **404.508 kWh di energia elettrica**, mentre **Europrogetto S.r.l.** ha impiegato **1.576 kWh**, approvvigionandosi da un unico fornitore EON Energia, il quale rifornisce in misura minore la sede del Gruppo G&M dell'interporto di Nola (in cui svolge la propria attività Gargiulo e Maiello S.p.A.), composta da uffici amministrativi oltre al reparto logistica, rispetto ai diversi punti vendita italiani, facenti capo ad Europrogetto. I consumi energetici complessivi del Gruppo G&M nel 2023, dunque, ammontano a 7.130,5 GJ, registrando una diminuzione dell'8% circa rispetto all'anno precedente.

3

Per maggiori approfondimenti, si rimanda al capitolo 2. "L'approccio di Gargiulo e Maiello alla Sostenibilità", paragrafo 2.3 "Strategia e obiettivi".



Consumi energetici in GJ ⁴ e TEP	2023	2022	2021	TEP (2023) ⁵
Energia elettrica acquistata senza Garanzia d'Origine				
Di cui da fonti non rinnovabili				
(Gargiulo & Maiello S.p.A.)	1.456,2	1.691	1.655,6	2.163,2
Di cui da fonti non rinnovabili				
(Europrogetto)	5.674,3	6.019,6	5.314,1	8.425,7
Totale consumi energia elettrica (GJ)	7.130,5	7.710,6	6.969,7	-

Tra le azioni messe in atto per il miglioramento dei consumi si evidenzia l'**azione di relamping** attraverso la sostituzione con lampade a led a basso impatto ambientale in tutti i punti vendita Idea Bellezza, iniziata già nello scorso biennio. In tema di sistemi antincendio, tutti i punti di vendita sono dotati di impianti e piani evacuazione in ottemperanza alle normative vigenti.

3.1.2 Emissioni

Al fine di ridurre i suddetti consumi e dunque prevenire un'eccessiva generazione di emissioni climalteranti, l'Organizzazione ha di recente provveduto alla sostituzione degli impianti di climatizzazione invernale utilizzando pompe di calore elettriche/gas/geotermiche con relativa Diagnosi Energetica e Attestazione di Prestazione Energetica. È tuttora in corso la valutazione per l'installazione di un impianto fotovoltaico a supporto del fabbisogno energetico.

Emissioni GHG (tCO ₂ e) – Location Based - LB ⁶	2023	2022	2021
Emissioni derivanti dal consumo di energia elettrica per le attività aziendali			
Gargiulo & Maiello S.p.A.	124,9	145,1	123,2
Europrogetto	486,9	516,5	395,5
Emissioni Complessive (LB)	611,8	661,6	518,7

Emissioni GHG (tCO ₂ e) – Market Based - MB	2023	2022	2021
Emissioni derivanti dal consumo di energia elettrica per le attività aziendali			
Gargiulo & Maiello S.p.A.	184,9	214,7	209,9
Europrogetto	720,5	764,4	674
Emissioni Complessive (MB)	905,4	979,1	883,9

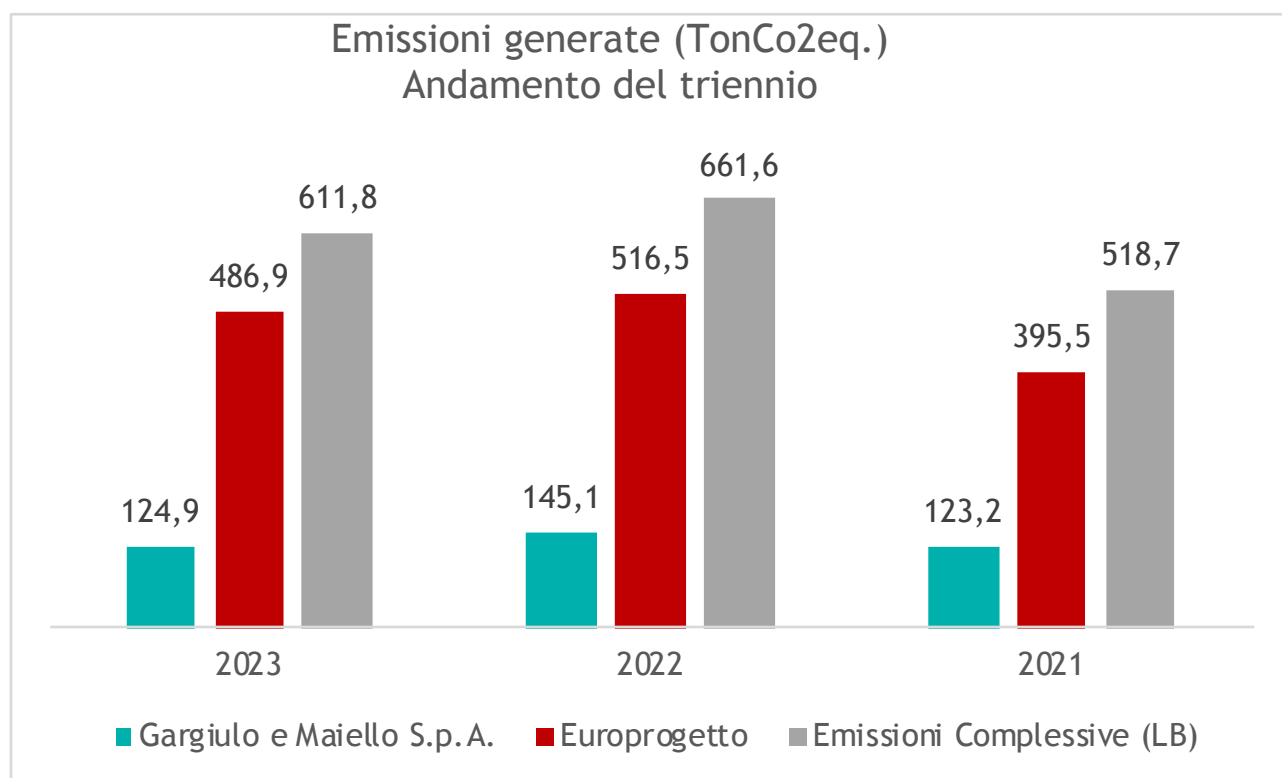
4 La tabella seguente presenta i consumi energetici espressi in GJ, come richiesto dagli standard GRI. I fattori di conversione impiegati per trasformare le differenti quantità energetiche in GJ sono tratti dal database DEFRA (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs) dei rispettivi anni (2021, 2022, 2023).

5 Per il calcolo delle Tonnellate Equivalenti di Petrolio (TEP), sono state utilizzate le seguenti fonti: Autorità di regolazione per energia reti e ambiente "AEEG EEN delibera n. 3/08" e modello Comune per la Contabilità Energetica rivolta ai Consumatori di Energia Finale, aggiornato ad aprile 2023 (1TEP=0,187MWh).

6 Per una piena aderenza ai GRI Standard, le emissioni indirette Scope 2 legate all'acquisto e al consumo di energia elettrica sono state calcolate sia tramite l'approccio "Location-Based" (LB), sia attraverso l'approccio "Market-Based" (MB). Mentre la metodologia LB considera l'intensità media delle emissioni di gas serra della rete nazionale sulla quale si verifica il consumo di energia, la metodologia MB considera le emissioni da elettricità che l'Azienda ha intenzionalmente scelto con forma contrattuale o in alternativa prendendo in considerazione l'intensità media delle emissioni della rete nei mercati di riferimento anche al di fuori del Paese di operatività (in questo caso l'Italia). Per il calcolo delle emissioni in TonCO₂ eq., per quanto riguarda il metodo di calcolo location-based, è stato utilizzato il fattore di emissione ISPRA "Report 386/2023 pubblicato da ISPRA"; per quanto riguarda il metodo di calcolo market-based è stato utilizzato il fattore di emissione "European Residual Mix" pubblicato da AIB "Association of Issuing Bodies" aggiornato al 2023. I dati messi a disposizione da ISPRA, Terna e AIB sono espressi esclusivamente in CO₂ e non includono altri gas serra nell'equivalente di anidride carbonica (CO₂e). Nel testo è stato scelto di mantenere l'unità di misura CO₂eq. per garantire uniformità e chiarezza, data anche la trascurabilità dell'impatto dei gas serra diversi dalla CO₂ nella produzione di energia elettrica.



Come testimoniato dalle tabelle soprastanti e in linea con il decremento dei consumi energetici, oltre alle azioni descritte all'inizio del capitolo, le emissioni generate dal Gruppo G&M nel 2023 si sono ridotte rispetto al 2022 dell'8% (sia quelle calcolate secondo il metodo Location Based sia quelle calcolate secondo il metodo Market Based):



3.2 Gestione responsabile delle risorse ed Economia circolare

3.2.1 Gestione dei materiali e del packaging

L'Organizzazione pone attenzione alla sostenibilità anche nella gestione dei materiali e del packaging, sia nei propri punti vendita che nelle attività di approvvigionamento. Attraverso l'adozione di soluzioni eco-friendly e l'impiego i fornitori certificati, il Gruppo G&M si impegna a ridurre l'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore, con l'obiettivo di migliorare continuamente le proprie pratiche di gestione dei materiali e massimizzare la possibilità di riciclo.

L'attenzione del Gruppo Gargiulo & Maiello alla sostenibilità si riflette anche nella gestione dei punti vendita Idea Bellezza, progettati e allestiti con soluzioni volte a creare impatti sostenibili positivi. Questi negozi, con quadratura media pari a 150 mq, sono ubicati nei centri storici o all'interno di centri commerciali, e presentano impatti significativi in termini di materiali per l'allestimento, consumi energetici, produzione di rifiuti e prevenzione incendi.

Per i suddetti punti vendita, si parte dalla scelta delle strutture e pannellature in nobilitato melamminico certificato PEFC e FSC, che ne garantiscono una provenienza da foreste ecologicamente, economicamente e socialmente sostenibili, fino ai componenti per l'illuminazione ad alto rendimento e basso



consumo con l'utilizzo di mini reglette a led. Anche per gli elementi in vetro e alluminio, l'azienda si avvale di primarie società di riferimento del comparto ed ha in programma per il prossimo triennio una misurazione più puntuale sia delle materie prime vergini e riciclate, impiegate nell'allestimento dei punti di vendita sia dei materiali portati a recupero nei casi di smantellamento.

Nella sede Gargiulo & Maiello S.p.A., la controllata GCube, opera nella commercializzazione di prodotti realizzati da terzi sotto il proprio brand, generando impatti diretti e indiretti sull'ambiente nelle scelte di approvvigionamento lato fornitori e materiali, in quanto si avvale per le altre attività dei servizi erogati dalla Capogruppo. I criteri guida negli acquisti seguono quelli adottati dalla controllante e dal **Dipartimento Prodotti a Marchio Proprio**, privilegiando fornitori qualificati in possesso delle necessarie certificazioni di prodotto e adottando soluzioni per il confezionamento e il trasporto atte a ridurre il consumo dei materiali ed a massimizzarne la possibilità di riciclo.

Alla luce degli obiettivi di sviluppo del dipartimento prodotti a marchio, la proprietà ha già introdotto un piano pluriennale per migliorare impatti e ricadute lungo tutta la catena di produzione del valore anche attraverso l'acquisizione di attestati e certificazioni dei prodotti e relativo packaging.

3.2.2 Gestione dei rifiuti e della risorsa idrica

Nell'ambito della gestione operativa della sede, i servizi legati al ritiro, smaltimento e recupero di rifiuti urbani non pericolosi e all'approvvigionamento idrico da acquedotto locale, sono affidati a Interporto Campano S.p.A., garantendo un approccio integrato e sostenibile anche per queste attività.

Nel 2023 sono state prodotte circa 67 tonnellate di rifiuti circa di contro alle 83 dell'anno precedente (- 19%).

I "rifiuti organici contenenti componenti pericolosi" (codice CER 160305) occupano il 3,7% rispetto al totale, hanno subito una riduzione del 73% rispetto al 2022 dove ammontavano a 9,2 ton per effetto di un calo dei resi effettuati dai punti vendita a gestione diretta.

Per quanto riguarda i rifiuti non pericolosi "imballaggi in materiali compositi" (codice CER 150106) essi ammontano al 14% sul totale. Se nel 2023 hanno subito un lieve incremento del 3%, nel 2022 l'Organizzazione ha ridotto la produzione di tali rifiuti del 35%, passando da 14 ton nel 2021 a 9 circa nel 2022.

Incrementati nel 2023 sono invece i "rifiuti biodegradabili di cucine e mense" che hanno subito un aumento del 52% dal 2022.

La parte preponderante del totale dei rifiuti prodotti (65%) è occupata da "imballaggi e cartone", ovvero un rifiuto non pericoloso (codice CER 150101). I punti vendita gestiti da Europrogetto generano essenzialmente rifiuti urbani oggetto di raccolta differenziata secondo le regole dei comuni di pertinenza.



CER	Descrizione	Rifiuto Pericoloso (P) / Non Pericoloso (NP)	2023 (Ton)	2022 (Ton)	2021 (Ton)	Destinazione
160214	Apparecchiature fuori uso non pericolose	NP	-	0,4	0,4	Recupero
150106	Imballaggi in materiali compositi	NP	9,4	9,1	14	Recupero
160305	Rifiuti organici contenenti componenti pericolosi	P	2,5	9,2	1,8	Recupero
150102	Imballaggi in plastica	NP	8,1	8,8	8,5	Recupero
150101	Imballaggi di carta e cartone	NP	43,6	53,3	46,1	Recupero
170405	Rifiuti in ferro e acciaio	NP	-	-	1,2	Recupero
200108	Rifiuti biodegradabili di cucine e mense	NP	3,7	1,8	0,1	Recupero
080318	Toner per stampa esauriti	P	-	0,1	-	Recupero
Totale			67,4	83	72,3	

Come si denota dalla tabella soprastante, la totalità dei rifiuti prodotti viene destinata a operazione di recupero, a testimonianza dell'attenzione del Gruppo G&M all'ambiente e al territorio circostante. Per la gestione dei **rifiuti speciali**, provenienti prevalentemente per la gestione della logistica e trasporti in entrata ed in uscita, Gargiulo & Maiello S.p.A. si avvale di fornitori specializzati che provvedono al servizio di prelievo, trasporto, smaltimento e recupero dei materiali sopra descritti.

L'acqua per l'Organizzazione non è una risorsa critica in quanto non è utilizzata ai fini industriali. La gestione dell'approvvigionamento è affidata, come descritto in precedenza, all'Interporto Campano S.p.A. I prelievi di acqua avvengono dalla rete dell'acquedotto pubblico e riguardano prevalentemente utilizzi di tipo sanitario in quantità modeste.



4. RESPONSABILITÀ SOCIALE

4.1 Il Capitale Umano di G&M

Il capitale umano è da sempre un elemento cruciale del patrimonio aziendale e un fattore determinante per il successo e la competitività del Gruppo G&M. Esso si fonda su un principio di reciproca lealtà e fiducia, che guida ogni interazione all'interno dell'Organizzazione, favorendo un clima positivo e produttivo. Ogni rapporto di lavoro è costruito sul rispetto incondizionato della dignità e dei diritti umani degli individui, garantendo il rispetto delle normative vigenti in ogni contesto.

All'interno del Gruppo Gargiulo & Maiello si cerca di creare un ambiente di lavoro che non solo promuova e stimoli attivamente la crescita personale e professionale di ciascun collaboratore, mettendo al centro il loro sviluppo, la loro motivazione e il loro benessere. In questo contesto, vengono valorizzate le competenze di ogni individuo, incoraggiando l'inclusività e la diversità, affinché ogni persona possa esprimere il proprio potenziale e contribuire in modo significativo agli obiettivi aziendali.

4.1.1 Composizione e caratteristiche del personale

La gestione e il monitoraggio dell'organico sono responsabilità della funzione HR, che svolge un ruolo strategico nell'assicurare un'efficace amministrazione delle risorse. Attraverso una piattaforma integrata e innovativa, la funzione HR gestisce:

- le anagrafiche del personale, garantendo un controllo puntuale su accessi e badge aziendali;
- l'analisi dei profili di età e anzianità (seniority), per una pianificazione coerente e bilanciata;
- il monitoraggio della composizione dell'organico, per rispondere alle esigenze operative e strategiche.

Questo approccio strutturato consente di mantenere un equilibrio dinamico tra la forza lavoro disponibile e le competenze richieste dall'azienda.

La piattaforma, combinata con un'attenta pianificazione, permette di attivare processi di reclutamento mirati, volti a integrare nuove figure professionali, e di sviluppare programmi di formazione su misura.

Nel 2023, l'organico complessivo del Gruppo G&M si compone di 331 dipendenti, suddivisi tra 288 provenienti dalla controllata Europrogetto e 43 da Gargiulo & Maiello. Rispetto al 2022, si evidenzia un incremento dell'organico, pari al 17%, segno della costante crescita, anche in termini di punti vendita, delle attività aziendali.

Complessivamente l'Organizzazione presenta una ripartizione in termini di genere pari al 90% di personale femminile e del 10% di personale maschile, in particolar modo in Europrogetto,



che raggiunge una percentuale del 99%. In aggiunta, nella controllata, è volontà dell'Azienda di conseguire il Rapporto Parità di genere in riferimento alla Legge di Bilancio 2022 ed in ottemperanza alla Legge n. 162/2021 che ha aggiornato il Codice Delle Pari Opportunità e che ne ha esteso l'obbligo alle imprese con almeno 50 dipendenti.

In merito alla composizione per fasce d'età del personale in Gargiulo & Maiello S.p.A., si evidenzia come il 12% delle risorse ha meno di 30 anni. La fascia più rappresentata è quella compresa tra i 30 e i 50 anni, con una concentrazione pari al 67%, mentre, il restante 21% è costituito da dipendenti con più di 50 anni.

Una distribuzione simile si osserva anche in Europrogetto, dove il 19% del personale ha meno di 30 anni; il 74% si colloca nella fascia compresa tra i 30 e i 50 anni e il 7% ha più di 50 anni.

Questi dati riflettono una struttura demografica stabile e orientata a valorizzare le diverse generazioni presenti nell'organico.

Dipendenti per genere e qualifica	2023				2022				2021			
	Uomini	Donne	Altro	Tot.	Uomini	Donne	Altro	Tot.	Uomini	Donne	Altro	Tot.
Gargiulo & Maiello S.p.A.												
Dirigenti	1	-	-	1	1	-	-	1	1	-	-	1
Quadri	3	-	-	3	3	-	-	3	3	-	-	3
Impiegati	22	16	-	38	24	14	-	38	25	12	-	37
Operai	1	-	-	1	1	0	-	1	1	-	-	1
Totale	27	16	-	43	29	14	-	43	30	12	0	42
Percentuale	63%	37%	-	100%	67%	33%	-	100%	71%	29%	-	100%
Europrogetto S.r.l.												
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	3	285	-	288	1	240	-	241	1	277	-	278
Operai	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	3	285	-	288	1	240	-	241	1	277	-	278
Percentuale	1%	99%	-	100%	0,4%	99,6%	-	100%	0%	100%	-	100%
T o t a l e												
Dipendenti del Gruppo	30	301	-	331	30	254	-	284	31	289	-	320

Dipendenti per fascia di età e qualifica	2023			2022			2021			Totale
	< 30	30-50	>50	< 30	30-50	> 50	< 30	30-50	> 50	
	anni	anni	anni	anni	anni	anni	anni	anni	anni	
Gargiulo & Maiello S.p.a.										
Dirigenti	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
Quadri	0	2	1	0	0	0	0	2	1	3
Impiegati	3	15	7	3	7	1	6	22	8	36
Operai	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
Con disabilità	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1
Totale	3	18	9	3	8	1	6	26	10	42



Europrogetto S.r.l.										
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impiegati	0	1	0	63	202	8	63	203	8	278
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Con disabilità	0	0	0	1	3	0	1	3	0	4
Totale	0	1	0	64	205	8	64	206	8	278
Totale	3	19	9	67	213	9	70	232	18	320
Dipendenti del Gruppo										

L'intero organico del Gruppo G&M è inquadrato secondo il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL), a testimonianza dell'attenzione dell'Organizzazione al rispetto delle normative e la tutela dei diritti dei lavoratori. Nello specifico, i CCNL applicati sono:

- Gargiulo & Maiello S.p.A.: DMO Federdistribuzione;
- Europrogetto: Commercio ANPIT.

Per quanto riguarda i soggetti che non sono considerati dipendenti dell'Azienda, vi sono due organizzazioni distinte a supporto costante delle attività aziendali di G&M: l'organizzazione che si occupa delle operazioni di logistica del CE.DI di Nola e la ditta delle pulizie.

Infine, l'85% del personale è assunto con contratto a tempo indeterminato, garantendo una stabilità occupazionale significativa e contribuendo a creare un ambiente lavorativo orientato alla crescita professionale e alla fidelizzazione delle risorse.

Inquadramento organico al 31/12/2023			
Gargiulo & Maiello Spa	Uomini	Donne	Totale
Determinato	0	0	0
Indeterminato	27	16	43
Part time	0	1	1
Full time	27	15	42
Europrogetto S.r.l.	Uomini	Donne	Totale
Determinato	0	50	50
Indeterminato	3	235	238
Part time	0	90	90
Full time	3	195	198
Totale dipendenti del Gruppo	30	301	331



Inquadramento organico al 31/12/2022			
Gargiulo & Maiello Spa	Uomini	Donne	Totale
Determinato	0	1	1
Indeterminato	29	13	42
Part time	0	1	1
Full time	29	13	42
Europrogetto S.r.l.	Uomini	Donne	Totale
Determinato	0	35	35
Indeterminato	1	205	206
Part time	0	69	69
Full time	1	171	172
Totale dipendenti del Gruppo	30	254	284

Inquadramento organico al 31/12/2021			
Gargiulo & Maiello Spa	Uomini	Donne	Totale
Determinato	0	0	-
Indeterminato	30	12	42
Part time	0	1	1
Full time	30	11	41
Europrogetto S.r.l.	Uomini	Donne	Totale
Determinato	0	41	41
Indeterminato	1	236	237
Part time	0	64	64
Full time	1	213	214
Totale dipendenti del Gruppo	31	289	320

Per quanto riguarda il **congedo parentale**, esso è un diritto riconosciuto ai lavoratori, indipendentemente dalla tipologia contrattuale, sia per i dipendenti assunti a tempo indeterminato che per quelli con contratti a tempo determinato, full time o part time. Nel 2023, un solo dipendente dell'azienda ha usufruito di questa opportunità (su un totale di 11 dipendenti aventi diritto, tra cui 9 uomini e due donne), rientrando poi regolarmente al lavoro e riprendendo la stessa mansione o una mansione equivalente, come previsto dalle normative vigenti.

4.1.2 Formazione e sviluppo del personale

La richiesta di nuove risorse nel Gruppo G&M segue un iter preciso: i manager di linea di Gargiulo & Maiello S.p.A. o i capi area dei negozi di Europrogetto inoltrano la richiesta all'Ufficio del Personale.

Per il reclutamento di figure junior, da inserire attraverso percorsi di tirocinio formativo, i principali canali di ricerca includono:



- Business school e università;
- Portali di annunci, come Bacheca.it;
- La sezione “Lavora con noi” del sito ideabellezza.it.
-

Nel caso di posizioni che richiedono un elevato expertise e qualifiche specializzate, i principali strumenti di selezione utilizzati sono:

- LinkedIn, per il contatto diretto con professionisti;
- Società di recruiting, con cui l'azienda collabora attivamente per individuare i profili migliori.

A supporto di questo processo, l'Organizzazione ha stretto accordi stabili con alcune delle principali università e business school, tra cui:

- STOA Business School, per figure in ambito marketing e risorse umane;
- IPE Business School, per profili in finanza e amministrazione;
- Università Federico II di Napoli e Università di Salerno, per candidati con background in economia.

Parallelamente alle esigenze specifiche di organico, l'azienda favorisce l'inserimento di stagisti e tirocinanti come parte della sua strategia di sviluppo dei giovani talenti. Questi percorsi, oltre a promuovere un primo approccio al mondo del lavoro, spesso evolvono in contratti di apprendistato professionalizzante, garantendo continuità e valorizzazione delle risorse interne.

In merito allo sviluppo del personale, il Gruppo G & M ha avviato un processo strutturato per la definizione dei parametri del sistema **MBO (Management by Objectives)**, coinvolgendo attivamente i dipendenti attraverso interviste mirate. Queste interviste, rivolte alle diverse categorie di personale, hanno l'obiettivo di raccogliere esigenze, aspettative e prospettive individuali, garantendo che il sistema MBO sia non solo efficace, ma anche allineato alle realtà operative e agli obiettivi collettivi. Questo approccio partecipativo si inserisce in un quadro più ampio di iniziative volte a promuovere il dialogo interno, il confronto trasparente e la partecipazione attiva dei dipendenti, rafforzando il senso di appartenenza e il coinvolgimento nelle dinamiche aziendali.

A supporto di questo approccio partecipativo, l'azienda ha implementato diverse iniziative volte a favorire il dialogo e il confronto continuo tra i dipendenti e la direzione, tra cui:

- la possibilità, attraverso un canale diretto senza interposizioni, di poter attivare un modulo di richiesta intervento all'ufficio del personale, per qualsiasi motivazione, in tempo reale, su tematiche personali nel totale rispetto della privacy;



- riunioni periodiche tra Direzione Commerciale, capi area, store manager ed il personale addetto alle vendite, su tematiche legate ai punti vendita;
- eventi annuali dedicati in particolar modo all'organico Idea Bellezza.

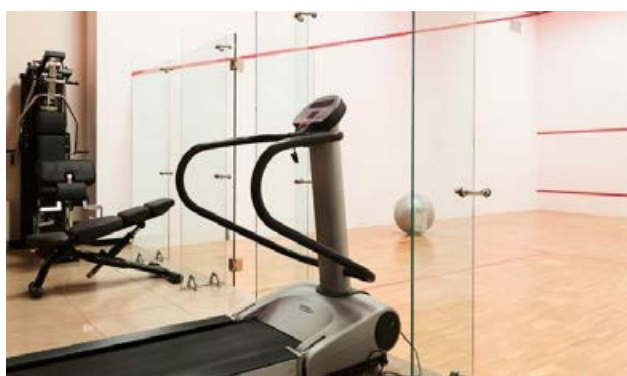
Questo approccio si collega all'importante ruolo che le attività formative **Idea Bellezza** hanno per la gestione e l'aggiornamento continuo del personale dei punti di vendita attraverso l'utilizzo dei canali digitali. In futuro, infatti, il gruppo sta valutando la possibilità di realizzare l'Academy Idea Bellezza; un progetto di ampio respiro che coinvolgerà l'intero Gruppo G&M per l'implementazione di strumenti di Micro-learning e di un sistema integrato per l'allineamento delle competenze e lo sviluppo di expertise in tema di retail management.

Ad integrazione e supporto di tale progettualità, Europrogetto ha investito e sostenuto nel 2023 uno specifico percorso formativo di accompagnamento alla transizione (formazione 4.0), già partito dal 2022, verso le nuove tecnologie, adottate per agevolare il cambio di mentalità e di approccio rispetto ai tradizionali modelli organizzativi pre-esistenti, favorendo la connessione e la collaborazione tra le diverse aree, modalità orizzontali di condivisione del lavoro che permettano una maggiore trasferibilità delle informazioni, la tracciabilità dei dati ed un'organizzazione flessibile dei processi.

Anche la Capogruppo, in linea con gli investimenti per la digitalizzazione già avviati, ha investito sulla formazione 4.0 per integrare le competenze nella gestione della relazione con il cliente ormai "sempre connesso", necessitando di un'automazione a supporto ed integrazione del sistema di Customer Relationship Management nelle diverse fasi del servizio, in una logica multicanale e multidevice.

4.1.3 Diversità, welfare aziendale e pari opportunità

Il Gruppo G&M promuove il benessere quotidiano dei dipendenti attraverso strumenti e agevolazioni che valorizzano la qualità della vita e migliorano la produttività. In quest'ottica, l'Organizzazione ha creato un ambiente di lavoro inclusivo e orientato al benessere, dotando la sua struttura di una mensa con spazi ricreativi e di una palestra completamente accessibile ai dipendenti. Queste iniziative non solo favoriscono l'equilibrio tra vita professionale e personale, ma rafforzano anche la motivazione e il senso di appartenenza, contribuendo ad un impatto positivo sia sul clima aziendale sia sulle performance complessive.



BOX DI APPROFONDIMENTO - INIZIATIVE A FAVORE DEL PERSONALE

I dipendenti del Gruppo Gargiulo & Maiello hanno la possibilità di beneficiare di significativi sconti presso i punti vendita Idea Bellezza e Beauty Si grazie all'utilizzo di una tessera dedicata. Nel 2023 circa 360 dipendenti hanno potuto usufruire di uno sconto pari a circa il 30% del totale acquistato.

Di particolare rilievo è il servizio mensa aziendale gratuito per tutti i dipendenti che possono ordinare il proprio pasto completo attraverso l'utilizzo di un'app. Il servizio, completamente a carico dell'azienda, ha l'obiettivo di favorire l'equilibrio tra la vita privata e quella lavorativa.

Dal punto di vista del tasso di ricambio in azienda, nel 2023 il Gruppo G & M ha registrato 95 nuove assunzioni, segnando un significativo incremento rispetto alle 54 del 2022. Il tasso di assunzione a livello di Gruppo è passato dal 19% del 2022 al 29% nel 2023.

Per quanto riguarda le cessazioni, nel 2023 si sono contati 54 casi, in calo rispetto ai 91 del 2022. Di conseguenza, il tasso di turnover negativo è sceso dal 32% del 2022 al 16% nel 2023, evidenziando una maggiore stabilità dell'organico.

Concentrandosi sulla Capogruppo, nel 2023 il tasso di assunzione e di turnover negativo si sono entrambi attestati al 5%, in linea con i dati del 2022, che registravano un tasso di assunzione leggermente superiore, pari all'11%, e un turnover negativo del 7%.

Per la controllata Europrogetto, invece, il tasso di assunzione nel 2023 ha raggiunto il 32%, registrando una crescita rispetto agli anni precedenti: 20% nel 2022 e 17% nel 2021.

Per quanto riguarda il tasso di turnover negativo, nel 2023 si è attestato al 18%, evidenziando un netto miglioramento rispetto al 37% del 2022 e tornando a livelli simili a quelli del 2021, quando il tasso era pari al 16%.

Nuovi dipendenti assunti per genere e fasce d'età		2023		2022		2021	
		<i>N u m e r o n u o v i assunti</i>	<i>Tasso di assunzione⁷</i>	<i>N u m e r o n u o v i assunti</i>	<i>Tasso di assunzione</i>	Numero nuovi assunti	Tasso di assunzione
Gargiulo & Maiello S.p.A.							
Uomini							
<30 anni		-	0%	1	50%	1	33%
30-50 anni		-	0%	1	6%	1	6%
>50 anni		-	-	-	0%	-	0%

⁷ Il tasso di assunzione è calcolato come rapporto tra i nuovi dipendenti assunti, suddivisi per genere e fascia d'età, e il numero totale di dipendenti al 31/12 per la rispettiva fascia d'età e genere. La percentuale sul totale (del turnover positivo) è, invece, calcolata tenendo in considerazione il numero totale dei dipendenti per l'anno di riferimento.



Donne							
<30 anni		2	40%	3	60%	1	33%
30-50 anni		-	0%	-	0%	-	0%
>50 anni		-	0%	-	0%	-	0%
TOTALE		2	5%	5	12%	3	7%
Europrogetto s.r.l.							
Uomini							
<30 anni		-	-	-	-	-	-
30-50 anni		-	0%	-	0%	-	0%
>50 anni		-	-	-	-	-	-
Donne							
<30 anni		49	88%	23	50%	27	42%
30-50 anni		43	20%	25	14%	23	11%
>50 anni		1	5%	1	10%	-	0%
TOTALE		93	32%	49	20%	50	18%

Turnover registrato per genere e fasce d'età	2023		2022		2021	
	Numero cessati	Tasso turnover di	Numero cessati	Tasso turnover di	Numero cessati	Tasso turnover di
Gargiulo & Maiello S.p.A.						
Uomini						
<30 anni	1	-	1	50%	-	0%
30-50 anni	-	0%	1	5%	17	94%
>50 anni	1	13%	-	0%	10	100%
Donne						
<30 anni	-	0%	-	0%	1	33%
30-50 anni	-	0%	1	13%	1	13%
>50 anni	-	0%	-	0%	-	0%
TOTALE	2	5%	3	7%	29	70%
Europrogetto s.r.l.						
Uomini						
<30 anni	-	-	-	-	-	-
30-50 anni	-	-	-	-	-	-
>50 anni	-	-	-	-	-	-
Donne						
<30 anni	28	50%	27	59%	15	23%
30-50 anni	24	11%	59	32%	30	15%
>50 anni	-	0%	2	20%	-	0%
TOTALE	52	18%	88	37%	45	16%

Nel 2023, la composizione degli organi di governo di Gargiulo & Maiello S.p.A. ed Europrogetto presenta un quadro che evidenzia alcune sfide e opportunità legate al tema della diversità.



Per Gargiulo & Maiello, la presenza di una composizione paritaria di genere nel Consiglio di Amministrazione, con 2 donne e 2 uomini, rappresenta un passo positivo verso la promozione della diversità di genere nei ruoli decisionali. La composizione del Collegio Sindacale, invece, è interamente maschile.

4.1.4 La salute, sicurezza del personale

La tutela della salute e sicurezza è alla base di ogni azione, performance, progetto del Gruppo Gargiulo & Maiello. Tramite percorsi di formazione ed aggiornamento continui, un monitoraggio costante ed un'analisi periodica dei dati, è preciso obiettivo aziendale minimizzare i rischi connessi all'attività lavorativa, evitando tutti i comportamenti che possano mettere a rischio l'incolumità dei dipendenti.

In particolare, la Capogruppo si è dotata di un sistema di gestione integrato, certificato in conformità con lo standard **UNI EN ISO 45001:2015** che copre la totalità dei dipendenti dell'Organizzazione e che prevede una serie di strumenti ed azioni atte a garantire l'applicazione di tutte le misure di prevenzione degli infortuni promuovendo la cultura della sicurezza con appositi programmi formativi. Di seguito il prospetto sulla formazione, generale e specifica, erogata ai dipendenti Gruppo G&M nel 2023:

Tipologia di formazione H&S nel Gruppo (2023)	Gargiulo & Maiello S.p.A.		Europrogetto	
	Ore	Partecipanti	Ore	Partecipanti
Formazione generale	4	8	4	57
Formazione specifica	4	8	4	57
Aggiornamenti formazione generale e specifica	-	-	6	174
Formazione RSPP - Responsabili del Servizio di Prevenzione e Protezione (come da D.lgs. 81/2008)	40	1	40	1
Totale	48	17	54	289

Dunque, nel triennio di riferimento (2021-2022-2023), all'interno del Gruppo G&M, non si sono verificati casi di decessi, incidenti lievi o gravi né sono stati registrati addebiti relativi a malattie professionali o casi di mobbing su dipendenti o ex dipendenti per i quali la società sia stata dichiarata definitivamente responsabile.

G&M è inoltre in possesso di regolare Certificato di Prevenzione Incendi (CPI) pratica VV.F. 11/04/2017 rilasciato ai sensi del DPR 151/2011 per le attività 70.2.c, 743C2.1b, 2.1.B. Si è dotata di un piano antincendio con i relativi presidi nei diversi luoghi di pertinenza. Le manutenzioni sono affidate a una ditta esterna specializzata e registrate sul registro antincendio; è disponibile il piano di evacuazione con ultima prova simulata avvenuta nel corso del 2022. Per quanto concerne le scelte di approvvigionamento di prodotti e servizi e loro



fornitori, si rimanda al capitolo dedicato, evidenziando in questa sede il percorso intrapreso dalla Capogruppo, nell'ambito del Sistema integrato QSA, per la definizione di una politica fornitori dedicata e di un piano di interventi per migliorare gli impatti e la capacità di generare valore lungo la catena di fornitura.

4.2 I servizi G&M e le relazioni con la clientela

Soddisfare le esigenze, presenti e future, dei clienti, attuali e potenziali, rappresenta il principio cardine delle attività del Gruppo Gargiulo & Maiello, che da sempre sono orientate alla ricerca di soluzioni innovative per fornire un sistema integrato di offerta, secondo un'accurata strategia di differenziazione multicanale. I seguenti fattori sono alla base del modello di business dell'Organizzazione e criteri guida nella gestione delle attività quotidiane:

- vasto assortimento e il supporto al cliente in tutte le fasi della vendita;
- attento processo di controllo qualità durante tutte le fasi di approvvigionamento e consegna dei prodotti;
- canali di comunicazione dedicati alla puntuale gestione di eventuali reclami o segnalazioni di non conformità da parte di clienti e consumatori;
- correttezza e professionalità dei collaboratori.

I rapporti con i clienti sono gestiti sulla base di principi di piena collaborazione e disponibilità, in un contesto di serietà e affidabilità, con un costante rispetto per la sicurezza e la riservatezza dei dati personali. L'azienda si impegna a fornire informazioni accurate e complete su prodotti e servizi, affinché il cliente possa prendere decisioni consapevoli. Inoltre, le condizioni contrattuali devono essere sempre chiare e trasparenti, prive di clausole che possano compromettere il principio di parità tra le parti e il potere d'acquisto del cliente.

4.2.1 Il sistema distributivo multicanale

Il **sistema distributivo "multicanale"** strutturato dal Gruppo Gargiulo & Maiello si divide in **quattro grandi categorie**. Ognuno di questi canali riveste un ruolo fondamentale nella crescita e nell'evoluzione dell'Organizzazione, contribuendo tanto alla trasformazione digitale quanto all'espansione della sua quota di mercato.

Di seguito viene presentata un'analisi approfondita dei principali canali di vendita dell'Organizzazione. Le **vendite wholesale**, che si suddividono a loro volta in due categorie: le vendite direzionali, direttamente gestite dal management aziendale e consistono in affari commerciali conclusi con clienti «multiporta» titolari di catene retail di significative dimensioni e le vendite all'ingrosso tradizionale per servire negozi cosiddetti indipendenti.

D'altro canto, le **vendite dropshipping** si riferiscono agli accordi stipulati dalla società con diverse piattaforme e-commerce le quali, attraverso la gestione a pagamento di un database, provvedono ad elaborare gli ordini effettuati dai clienti del web ed inviare gli stessi alla società che, fungendo da base logistica, si occupa poi della spedizione della merce presso il domicilio del compratore online. I risultati prodotti dal dropshipping nel corso degli anni fanno ritenere che tale canale sarà uno dei perni fondamentali del "core business" della società nel prossimo



futuro. Il terzo canale sul quale la società intende puntare fortemente è quello relativo alle **vendite online dirette** realizzate attraverso web con i due portali gargiuloemaiello.com rivolto al B2B e ideabellezza.it rivolto al B2C.

Il Gruppo G&M intende accelerare il programma di sviluppo delle piattaforme, anche alla luce dei lusinghieri risultati conseguiti in termini di crescita del fatturato nell'ultimo biennio. È evidente come la pandemia abbia accelerato il processo di trasformazione digitale già in atto contribuendo al cambiamento delle abitudini di acquisto di imprese e consumatori, con una propensione sempre maggiore all'acquisto online. Un risultato che spinge il management della società ad implementare nuovi investimenti sul digitale.

Ulteriore categoria del sistema distributivo dell'Organizzazione risiede nelle **vendite attraverso la catena "Idea Bellezza"**.

Il marchio Idea Bellezza è di proprietà della controllante Gargiulo & Maiello S.p.A. e viene concesso in uso alla controllata Europrogetto per effetto di un contratto quadro di franchising. La controllante fornisce in via esclusiva alla controllata tutti i prodotti di profumeria, cosmetica ed igiene della persona destinati alla catena retail.

Il Gruppo Gargiulo & Maiello rappresenta un modello di eccellenza nel mercato in cui opera, grazie a una struttura organizzativa integrata e alla capacità di presidiare l'intera filiera distributiva. La combinazione di logistica avanzata, una rete capillare di punti vendita e una strategia digitale in continua evoluzione consente all'Organizzazione di rispondere efficacemente alle esigenze di mercato e dei consumatori finali. Questa visione multicanale, sostenuta da un approccio innovativo e da solide partnership, consolida il ruolo Gruppo G&M come protagonista di riferimento nel settore.

4.2.2 Il Cliente al centro (Il programma fedeltà)

Il Gruppo Gargiulo & Maiello serve una clientela variegata e distintiva, differenziata in base al canale di vendita, sia fisico che digitale, e copre sia il mercato B2B che B2C attraverso un sistema complesso di gestione delle relazioni lungo tutto il ciclo di vendita. Le principali tipologie di clienti sono:

- clienti ingrosso, supermercati e profumerie;
- clienti drop shipping;
- clientela di Idea Bellezza nei punti vendita fisici, composta per il 95% da donne, secondo i dati delle fidelity card;
- clienti digitali privati che acquistano sul portale ideabellezza.it.

Il contatto diretto con la clientela è gestito dal dipartimento competente, che si occupa anche della gestione di segnalazioni, reclami e resi tramite diversi touch point, tra cui numero WhatsApp dedicato, social media, e-mail e negozi fisici.



Ogni interazione è tracciata per monitorare andamenti e soluzioni adottate dall'ufficio Qualità, nell'ambito del sistema di gestione certificato UNI **ISO 9001**, e successivamente dall'ufficio marketing. Anche la confezione utilizzata per la consegna dei prodotti rappresenta un importante strumento di relazione con il cliente.

Da più di dieci anni, il programma fedeltà Idea Bellezza costituisce un canale prezioso di comunicazione diretta, permettendo di raccogliere dati sui comportamenti e le preferenze di acquisto in ottica CRM, nonché di premiare la fedeltà dei clienti con buoni sconto e promozioni esclusive.

4.2.3 Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore

L'assortimento offerto ai clienti e consumatori è costituito per il 95% da prodotti di marca distribuiti dai principali player del settore cosmetico, ed è caratterizzato da elevati standard di qualità e sicurezza, garantiti direttamente dalle case produttrici. Per la quota residua di circa il 5% dell'assortimento totale, e nell'ottica di un progressivo ampliamento dell'offerta a marchio proprio, l'Organizzazione ha già avviato un sistema di qualità e controllo delle referenze, con l'obiettivo di:

- incrementare il novero dei prodotti certificati secondo i più elevati standard di riferimento;
- migliorare sia i contenuti informativi presenti sulle etichette sia il packaging laddove presente;
- ampliare il mix offerto rispondendo a specifiche esigenze di utilizzo e consumo;
- aumentare il sistema dei controlli lungo la catena di fornitura.

Nel corso dell'ultimo triennio, non sono stati registrati casi che abbiano comportato sanzioni o avvertimenti relativi agli impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e servizi offerti.

Durante l'esercizio analizzato, non si sono verificati episodi di furto o violazione dei dati dei clienti. L'azienda utilizza un software di CRM conforme alle normative vigenti in materia di privacy e garantisce il pieno rispetto delle disposizioni di legge.

In ogni comunicazione inviata, i clienti hanno la possibilità di revocare il proprio consenso al trattamento dei dati. Le richieste vengono immediatamente inoltrate al Data Protection Officer (DPO) e, in copia, all'azienda, che provvede in modo automatico e tempestivo a soddisfare quanto richiesto.

4.3 Rapporti con il Territorio

Oltre ad aderire a varie associazioni di categoria e collaborazioni stabili con il mondo della formazione, il Gruppo Gargiulo & Maiello ha sviluppato un'ampia rete di relazioni con i diversi stakeholder nei vari contesti territoriali in cui opera, in corrispondenza della presenza di punti vendita diretti distribuiti nelle varie regioni italiane. L'apertura di ogni store è frutto di un inteso lavoro in stretta collaborazione con le autorità e gli enti locali, mentre il piano di lancio e le



attività promozionali puntano sempre al coinvolgimento di operatori e organizzazioni di riferimento, spesso legando le iniziative a temi di carattere sociale ed ambientale di specifico interesse. Infatti, è impegno connaturato all'identità e missione del Gruppo G&M assumere un ruolo attivo a sostegno delle necessità del contesto socioeconomico di riferimento, nella determinazione che una condotta etica e responsabile deve essere orientata a generare valore anche per la comunità in cui si opera.

4.3.1 Progetti ed iniziative a sostegno della comunità

Attraverso una serie di progetti e iniziative, l'Organizzazione promuove il benessere sociale, culturale ed economico, contribuendo alla crescita e allo sviluppo delle comunità in cui opera. In questo contesto, vengono presentati alcuni degli interventi più significativi realizzati negli ultimi anni, che riflettono l'impegno costante verso la responsabilità sociale e il sostegno a cause di rilevanza collettiva.

Un'iniziativa di rilievo è rappresentata dalle attività dell'Associazione Premio Green Care Aps, che si propone di riconoscere e valorizzare l'impegno di chi si dedica alla cura, alla creazione, alla tutela e alla valorizzazione delle aree verdi negli spazi urbani. L'obiettivo è sensibilizzare gli amministratori pubblici ed i semplici cittadini ad una maggiore attenzione e cura nei confronti delle aree verdi metropolitane, polmoni di ossigeno per i cittadini, ma anche importanti luoghi di aggregazione e svago.

Da questo progetto nasce anche Il GreenCare School che è l'iniziativa dell'Associazione Premio GreenCare dedicata alle scuole primarie campane. Obiettivo del progetto è promuovere tra le nuove generazioni un senso civico più attento all'ambiente e alle biodiversità. Ogni anno viene realizzato un libro con soggetto un giardino storico della Campania visitato dai protagonisti dei racconti del GreenCare School, Carolina e Marcello.

In quanto associata al Gruppo VéGé la G&M propone per i propri clienti del canale Ideabellezza due iniziative sociali una sul tema della scuola e una sullo sport. Nel 2023, infatti, è stato rinnovato per il settimo anno di fila il progetto nazionale "Noi amiamo la scuola". L'iniziativa è attuata con il supporto della Rete ITASF (rete di scuole facente parte del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), e ha lo scopo di sostenere in maniera concreta il mondo scolastico, in particolare gli Istituti Comprensivi, Scuole Statali e paritarie di 1° e 2° grado, Scuole d'Infanzia Statali e paritarie presenti sul territorio italiano. Il rinnovo del progetto "Noi amiamo la scuola" testimonia l'attenzione della G&M per il territorio in cui opera e l'attenzione per la formazione e l'istruzione. L'iniziativa coinvolge gli studenti e le relative famiglie, prevedendo la possibilità, per i singoli istituti, di richiedere in premio materiale di consumo e tecnologico utile all'attività didattica, scegliendo da un catalogo dedicato.

In particolare, per ogni 15 euro di spesa e multipli con scontrino unico, le famiglie, residenti nei comuni coinvolti nell'iniziativa, possono raccogliere delle card con dei codici in formato digitale, che, a loro volta, possono essere scannerizzati attraverso un QR code dall'APP dedicata, oppure inseriti sul sito web dell'iniziativa www.noiamiamolascuola.it. Le scuole, iscritte nel sito dedicato, ricevono direttamente online tutti i codici raccolti e, attraverso questi, scelgono e richiedono uno o più premi del catalogo, selezionando tra strumenti elettronici, attrezzature sportive, materiale didattico o giochi ed intrattenimento, in base a quanto raccolto.



Le scuole iscritte all'iniziativa "Noi amiamo la scuola" sono circa 5.000 e i premi che sono stati consegnati da tutto il gruppo VÉGé sono più di 20.000.

Oltre a questo progetto, nel 2023 l'Organizzazione, insieme a tutto il Gruppo VÉGé e in collaborazione con Decathlon, gruppo internazionale produttore e distributore di articoli sportivi, ha dato vita all'iniziativa "Noi Amiamo lo Sport". L'iniziativa ha lo scopo di premiare le associazioni sportive dilettantistiche presenti su tutto il territorio nazionale. Nell'ambito del progetto, per conto di tutto il Gruppo VÉGé, sono stati assegnati premi per un valore complessivo di 1.300.000 euro, a beneficio di oltre 2.100 associazioni sportive sull'intero territorio nazionale.

Rimanendo in ambito sportivo l'Organizzazione è tra i soci e sponsor della squadra del Calcio Napoli Femminile della quale Alessandro Maiello, AD della G&M, è Presidente del direttivo della società sportiva dilettantistica fondata nel 2003 che, oltre ad essere un modello sportivo ai quali le giovani ragazze possono ambire, diviene protagonista di diverse iniziative a supporto del territorio.

A Settembre 2023 è partito il progetto promosso dalla Fondazione Scholas Occurrentes del Pontefice Papa Francesco "Napoli Città Educativa" del quale Idea Bellezza è partner ufficiale. Il progetto si colloca all'interno della cornice rappresentata dal Patto Educativo Globale, un'iniziativa lanciata da Papa Francesco «per ravvivare l'impegno per e con le nuove generazioni, rinnovando la passione per un'educazione più aperta e inclusiva, capace di ascolto paziente, dialogo costruttivo e mutua comprensione». A Napoli, il Patto Educativo Globale si è costituito attraverso un accordo di collaborazione inter-istituzionale che pone in essere un processo educativo volto a generare un sistema territoriale in grado di prevenire i fenomeni del disagio minorile e della devianza e, nello stesso tempo, offrire occasioni di speranza e di vita ai giovani e ai bambini napoletani.

Gli obiettivi del progetto sono stati:

- Trasferire agli alunni conoscenze ed abilità curriculari, creando esperienze formative utili a comprendere meglio come funziona la realtà extrascolastica ed il mondo del lavoro, come individuato dal PCTO (metodologia didattica integrata alla formazione in aula, introdotto dalla L. 145/30-12-2018);
- Promuovere i valori di empatia, tolleranza, cooperazione e solidarietà, rafforzando il percorso di crescita degli studenti come persone autonome ed indipendenti;
- Realizzare un collegamento organico delle istituzioni scolastiche e formative con le Università, il mondo del lavoro e delle professioni, la società civile e correlare l'offerta formativa allo sviluppo culturale, sociale ed economico del territorio (Obiettivi PCTO);
- Contribuire alla promozione di una cultura dell'incontro e di pace attraverso un cambiamento del paradigma educativo;
- Fornire strumenti specifici ai docenti partecipanti per affrontare le nuove sfide educative che quotidianamente si presentano in una realtà in costante divenire.



5. CONDOTTA AZIENDALE

5.1 Il modello di Governance e organi di controllo

La Capogruppo Gargiulo & Maiello S.p.A. adotta un **modello di governance tradizionale**. Tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione spettano al Consiglio di Amministrazione, composto dalla compagine proprietaria, senza membri indipendenti; la rappresentanza e firma sociale spettano al presidente del C.d.A. che assume in sé anche il ruolo di Amministratore della Società, anch'egli di espressione della proprietà. Il controllo contabile viene esercitato dal Collegio Sindacale composto da un presidente, due sindaci effettivi e due supplenti, a cui si aggiunge infine la revisora dei conti. Di seguito, invece, la composizione del C.d.A.:

Membro	Ruolo	Genere	Età	Competenze Specifiche
Giuseppe Maiello	Presidente	M	>50	Governo societario, Programmazione strategica, Gestione dei rischi, Esperienza e conoscenza dei settori di riferimento in cui opera il Gruppo
Alessandro Maiello	Amministratore Delegato	M	>50	Programmazione strategica, Gestione dei rischi, Informativa contabile e finanziaria, Esperienza e conoscenza dei settori di riferimento in cui opera il Gruppo, Sostenibilità
Annalisa Maiello	Consigliera	F	>50	Gestione dei rischi, Informativa contabile e finanziaria, Esperienza e conoscenza dei settori di riferimento in cui opera il Gruppo
Giovanna Cuciniello	Consigliera	F	>50	Esperienza e conoscenza dei settori di riferimento in cui opera il Gruppo

La struttura di governo di G&M è centralizzata, dove per l'appunto vi è un organigramma funzionale con una chiara ripartizione di ruoli e responsabilità, nel pieno rispetto delle normative vigenti.

Europrogetto S.r.l., totalmente controllata dalla Capogruppo, adotta anch'essa un modello di governance tradizionale con un Consiglio di Amministrazione composto per due terzi dalla compagine proprietaria e per un terzo da un membro indipendente.

La rappresentanza e firma sociale spettano al presidente del C.d.A. che assume in sé anche il ruolo di Amministratore della Società, anch'egli di espressione della proprietà. Il controllo contabile viene esercitato dal Collegio Sindacale composto da un presidente, due sindaci effettivi ed un supplente, cui si aggiunge un revisore dei conti.

La struttura organizzativa è caratterizzata da una distribuzione delle risorse a livello nazionale nei diversi punti vendita gestiti dalla società **GCube S.r.l.**, totalmente controllata dalla Capogruppo e adotta un modello di governance tradizionale con un Amministratore Unico espressione della proprietà. Al 31/12/2023 GCube non dispone di risorse in organico né



possiede partecipazioni in altre imprese.

La Capogruppo, insieme alla controllata Europrogetto S.r.l., è soggetta alla revisione volontaria del Bilancio di esercizio e del Bilancio Consolidato da parte della Società di Revisione Deloitte & Touche S.p.a.

Il fondatore della Società, Giuseppe Maiello, è vicepresidente del C.d.A. del Gruppo Vegè. La Capogruppo Gargiulo & Maiello S.p.A è inoltre associata a:

- Unione Industriali di Napoli, l'associazione di rappresentanza delle imprese produttrici di beni o servizi appartenenti a diversi settori merceologici, che svolgono la propria attività nel territorio napoletano;
- Assofranchising, l'associazione di categoria che dal 1971 difende e promuove gli interessi economici, sociali e professionali delle reti in franchising associate;

Infine, oltre a Federdistribuzione, come anticipato nel primo capitolo, l'azienda possiede delle partecipazioni nel Consorzio UNIBEE (organizzazione italiana nel campo della distribuzione e ingrosso di profumeria, cosmetica e prodotti per l'igiene della persona) che riunisce le più grandi insegne del settore, tra cui G&M.

5.2 Etica aziendale

5.2.1 L'integrità nella condotta del business di G&M

Il Gruppo Gargiulo & Maiello ha da sempre fondato il proprio successo e visione futura su una **gestione aziendale sostenibile e responsabile**, ispirandosi a valori fondamentali quali legalità, integrità, etica, trasparenza, rispetto per le persone e per l'ambiente, con l'obiettivo di perseguire l'eccellenza in ogni attività.

Dal 2020, la società si è dotata di un **Codice Etico**, definito come la "carta costituzionale" e strumento di governance per formalizzare i propri valori, impegnandosi a rispettare i 10 **Principi del Global Compact** sui diritti **umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione**. Il Codice stabilisce un quadro di regole e comportamenti che devono essere adottati da tutti gli stakeholder più rilevanti, che siano interno o esterni, tra cui amministratori, manager, dipendenti, consulenti e partner.

Per garantire l'osservanza del Codice e del Modello di Organizzazione e Gestione (**Modello 231**), la Capogruppo ed Europrogetto S.r.l. hanno costituito un **Organismo di Vigilanza** (O.d.V), il quale ha la responsabilità di monitorare il rispetto delle regole e dei valori aziendali. L'O.d.V è inoltre incaricato di ricevere e gestire le segnalazioni di eventuali violazioni o condotte illecite (tra cui commissioni di reati aziendali) attraverso un **sistema di whistleblowing**, il quale garantisce la riservatezza dell'identità del segnalante. Non vi sono stati contenziosi registrati nell'ultimo periodo a carico della Società provenienti da dipendenti e/o collaboratori del Gruppo G&M oltre alle altre non conformità relative a leggi o regolamenti che possano aver portato a sanzioni (pecuniarie e non).

In ogni caso, le violazioni delle disposizioni del Codice Etico dell'Organizzazione possono comportare sanzioni disciplinari, sino alla risoluzione del contratto di lavoro o alla cessazione



del rapporto con terzi, in conformità alla legge e ai contratti collettivi. L'O.d.V ha anche il compito di verificare che non vi siano atti di ritorsione o discriminazione nei confronti di chi segnala, monitorando licenziamenti, trasferimenti o demansionamenti ritorsivi. Difatti, nel periodo di riferimento del presente Bilancio (FY 2023) non si sono verificati episodi di discriminazione.

Infine, l'Organizzazione non ha rilevato azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche, motivo per cui le attività aziendali del Gruppo Gargiulo & Maiello non hanno potuto influire negativamente sulle scelte offerte ai consumatori, sui prezzi e su altri fattori essenziali affinché il mercato, a cui il settore dell'Organizzazione si rivolge, funzioni con efficienza.

BOX DI APPROFONDIMENTO - IL MOG EX D.LGS 231/2001

Al fine di prevenire il rischio di violazione di norme di legge, nonché dei principi e delle regole aziendali, la Gargiulo & Maiello S.p.A., coerentemente alle politiche aziendali già intraprese, ha adottato dal 2020, su delibera del Consiglio di Amministrazione, un Modello di Organizzazione, gestione e controllo, atto a prevenire la commissione di reati e di illeciti amministrativi rilevanti ai sensi del D.Lgs.231/2001, andando ad integrare il sistema di governance aziendale, il sistema di attribuzione di funzioni, di deleghe e poteri nonché il sistema dei controlli interni attualmente in vigore.

Al fine di elevare l'attenzione per una gestione etica, corretta e trasparente delle attività aziendali nella conduzione degli affari, a tutela della posizione e della propria immagine nonché delle aspettative e degli interessi dei propri dipendenti, il Modello adottato, insieme al Codice Etico ed alle attività dell'ODV, si propone di:

rendere edotti tutti i soggetti che, nello svolgimento delle rispettive funzioni, operano in nome o per conto della Società delle conseguenze derivanti dall'inosservanza delle previsioni quivi contenute;

sottolineare come la predetta inosservanza comporti l'applicazione di sanzioni penali sia in capo al soggetto persona fisica sia nei confronti della Società;

consentire alla Società, attraverso una costante attività di verifica, la tempestiva individuazione dei possibili rischi di reato in modo da attivarsi immediatamente per provvedere alla relativa eliminazione ed eventualmente applicare le misure disciplinari previste dal Modello stesso.



5.2.2 Principi etici generali

Principio di lealtà e fedeltà

Le Società dell'Organizzazione mantengono un rapporto di fiducia e di fedeltà reciproca con ciascun dipendente. In tal senso, l'obbligo di fedeltà comporta, per ogni dipendente, il divieto di:

1. assumere occupazioni con rapporto di lavoro alle dipendenze di terzi, incarichi di consulenza o altre responsabilità per conto dei terzi senza la preventiva autorizzazione scritta della Società;
2. svolgere attività comunque contrarie agli interessi della Società o incompatibili con i doveri d'ufficio;
3. diffondere notizie idonee a nuocere all'immagine e agli interessi delle Società del Gruppo G&M.

Infine, tutti i dipendenti devono considerare il rispetto delle norme del Codice Etico come parte essenziale delle obbligazioni contrattuali nell'ambito del rapporto di fiducia e di fedeltà.

Principio di imparzialità e conflitti di interessi

I Destinatari devono evitare situazioni e/o attività che possano condurre a **conflitti di interesse** con quelli delle Società del Gruppo Gargiulo & Maiello o che potrebbero interferire con la loro capacità di prendere decisioni imparziali a salvaguardia degli interessi di tutti. Nei rapporti tra le Società e terzi, i Destinatari devono agire secondo **norme etiche e legali**. I rapporti devono essere gestiti senza ricorrere a mezzi illeciti. Sono esplicitamente proibite pratiche aventi un fine corruttivo, che possono anche intravedersi in attività quali favori illegittimi o comunque ingiustificati, comportamenti collusivi, sollecitazioni di vantaggi personali per sé o per altri. È fatto obbligo di riferire, al proprio superiore, se dipendente, ovvero al referente interno, se soggetto terzo, qualsiasi informazione che possa far presumere una situazione di potenziale conflitto con gli interessi della Società.

Vengono, infatti, opportunamente comunicate tutte quelle **politiche e procedure volte a prevenire atti corruttivi** a tutti i membri dei più alti organi di governance aziendali, tra cui Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale, oltre ai dipendenti dell'Organizzazione (mediante pubblicazione, sui canali di comunicazione G&M, del MOG 231, a titolo esemplificativo) e in tal senso non sono stati rilevati casi o episodi accertati di corruzione.

Riservatezza e tutela della privacy

Le informazioni che hanno carattere di riservatezza, relative a dati o conoscenze che appartengono alla Società, non devono essere acquisite, usate o comunicate se non dalle persone autorizzate, generalmente o specificatamente. A titolo non esaustivo sono considerate informazioni riservate: i progetti di lavoro, compresi i piani commerciali, industriali e strategici, le informazioni riguardo al know-how ed ai processi tecnologici, le operazioni finanziarie, le strategie operative, le strategie di investimento e di disinvestimento, i risultati operativi, i dati personali dei dipendenti, le liste di clienti, fornitori e collaboratori. Inoltre, anche nel rispetto della legislazione a tutela della privacy, i Destinatari si devono impegnare a **proteggere le**



informazioni, generate o acquisite, e ad evitarne ogni uso improprio o non autorizzato.

Tutela del patrimonio aziendale

Ciascun Destinatario è direttamente e personalmente responsabile della protezione e della conservazione dei beni, fisici e immateriali, e delle risorse, siano esse umane, materiali o immateriali, affidategli per espletare i suoi compiti nonché dell'utilizzo delle stesse in modo proprio e conforme all'interesse sociale. Nessuno dei beni e delle risorse di proprietà della Società deve essere utilizzato per fini diversi da quelli indicati dalla medesima.

Processi di controllo

I Destinatari devono essere consapevoli dell'esistenza di procedure di controllo e coscienti del contributo che queste danno al raggiungimento degli obiettivi aziendali e all'efficienza. La responsabilità di creare un sistema di controllo interno efficace è comune ad ogni livello operativo; conseguentemente, tutti i dipendenti, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione, dell'attuazione e del corretto funzionamento dei controlli inerenti e aree operative a loro affidate.

Tenuta di informativa contabile e gestionale

Ogni atto od operazione, di qualsiasi tipo, posti in essere dai Destinatari, si dovrà basare su un'adeguata documentazione ed essere ragionevolmente verificabile. Le informazioni che confluiscono nei "report" periodici e/o nella contabilità, sia generale che analitica, devono attenersi ai principi di trasparenza, correttezza, completezza e accuratezza.

5.2.3 Mappatura e gestione dei rischi ESG

Il Gruppo Gargiulo & Maiello opera tenendo conto dei vari rischi legati all'esercizio delle proprie attività. Attraverso il suo modello organizzativo ed i sistemi adottati, **l'azienda valuta i principali rischi**, tra cui quello legale, finanziario, di credito, di liquidità, di tasso di interesse, di mercato, operativo, di progetto e IT. In tal senso si è dotata, oltre al già citato MOG ex D.lgs. 231/2001, di un sistema di accantonamenti e riserve, fondi e polizze.

Dal punto di vista dei rischi di sostenibilità, sociali o ambientali, Gargiulo & Maiello è altresì fornito di un **Sistema integrato di gestione QSA** certificato da "QMSCERT", organismo esterno accreditato, secondo le norme: **ISO 9001/2015, ISO 14001:2015 e ISO 45001:2018**. Esso fornisce un approccio consapevole e responsabile della governance al tema del risk management che si orienti verso un sistema sempre più puntuale e strutturato di monitoraggio o controllo per **mitigare e prevenire gli effetti negativi delle operazioni aziendali attraverso opportune misure** e potenziando poi quelli positivi che possono creare valore e opportunità per l'Organizzazione, in ottica di **miglioramento continuo**.



Il Sistema Integrato di Gestione QSA

Con particolare riferimento agli aspetti ambientali e della Salute e Sicurezza sui Luoghi di lavoro e al fine di gestire e monitorare i rischi connessi, la Capogruppo si è dotata del sopracitato Sistema di Gestione Integrato



Qualità, Sicurezza e Ambiente conseguendo le seguenti Certificazioni: ISO 9001/2015, ISO 45001:2018 e ISO 14001:2015. Per la gestione del proprio Sistema Integrato, la Capogruppo ha predisposto ed emesso una serie di documenti che ne rappresentano la struttura portante, tra cui:

- a) Linee Guida Applicative del SGI;
- b) Dichiarazione di Politica;
- c) Procedure documentate per la Gestione del SGQ;
- d) Informazioni documentate che assicurino la pianificazione, il funzionamento ed il controllo dei processi aziendali;
- e) Norme e regole tecniche nazionali ed internazionali applicabili ai processi gestiti.

Oltre alle norme ISO di riferimento sono applicabili tutte le norme e le leggi relative allo specifico settore lavorativo. È responsabilità della Direzione:

- definire quelli che hanno influenza (per leggi, regolamenti, richieste dei clienti, protocolli, linee guida etc.) sul Sistema Integrato dell'Organizzazione;
- identificarli univocamente ed elencarli nei moduli di Sistema;
- richiedere ai responsabili di funzione e/o a consulenti esterni gli eventuali aggiornamenti modificando di conseguenza la modulistica di Sistema;
- controllare che sia presente presso le funzioni destinatarie la versione aggiornata dei documenti esterni e definire gli adempimenti necessari per mantenere la conformità normativa, con il supporto di consulenti esterni.

Viene effettuata periodicamente una valutazione della eventuale nuova legislazione emessa e quella applicabile all'impresa, esaminato lo stato di conformità dell'Organizzazione e, se necessario, vengono disposte una serie di azioni orientate alla conformità del processo.

Rating di Legalità

Ad attestare gli impegni per una governance responsabile, la Capogruppo ha ottenuto, da parte dell'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato, il rinnovo già dall'anno precedente, del Rating di Legalità per altri due anni con il punteggio massimo di tre stelle. Nei primi mesi del 2024, verrà presentata nuovamente la domanda di rinnovo del rating di legalità per un ulteriore biennio, a testimonianza della visione portata avanti dalla proprietà nel tempo ed in particolare dal suo fondatore Giuseppe Maiello.



5.3 Rapporti con i fornitori

Il mondo della fornitura assume particolare valore strategico per il Gruppo G&M, in quanto destinatario di una quota significativa del valore generato, attestandosi nel 2023 su un importo di 67.803.742€ (l'86% dell'intero valore distribuito), in aumento del 5% rispetto al 2022. La parte maggiore del valore distribuito è destinata ai **grandi player della cosmesi e dei prodotti per la cura e la bellezza della persona**, su scala nazionale pari al 96% del totale fornitori e il restante 4% a fornitori su territorio europeo:

Numero fornitori	2023	2022	2021
Numero di fornitori locali	34	32	30
Numero di fornitori situati in Italia	257	240	229
Numero di fornitori situati in Europa	13	10	8
TOT. FORNITORI	304	282	267

Importanti aziende per quote di mercato e notorietà dei brand commercializzati, ma al contempo garanti di elevati standard di qualità e sicurezza dei prodotti a tutela di clienti e consumatori, nonché della propria posizione e reputazione. Grazie al costante monitoraggio dei suoi buyer ed ai rapporti consolidati nel tempo, l'Organizzazione acquista le migliori referenze ed i prodotti più innovativi disponibili sul mercato a condizioni di vantaggio per la propria cliente.

Dimensione	Valore distribuito	N. fornitori in %
Multinazionali	69%	17%
Grandi imprese	24%	21%
Piccole imprese	7%	62%

Il 7% del valore distribuito, per quasi 5 milioni di euro, è stato ripartito su circa 120 piccole e medie imprese, di seguito suddivise per tipologia di prodotto/servizio erogato, spesso privilegiando operatori del territorio e rapporti di lunga durata. Difatti ben l'11% del parco fornitori complessivo appartiene alla categoria "fornitori locali" intesi come coloro che operano nella regione Campania.

Prodotto/servizio	%Valore distribuito alle PMI	Quota PMI destinatarie
Marchi di terzi	45%	80%
Prodotti a marchio del Gruppo	6%	7%
Servizi	9%	7%
Trasporti e logistica	34%	6%
Allestimenti	6%	1%

Dato il valore distribuito, le politiche di acquisto rappresentano una parte importante del sistema di gestione integrato che vede **la selezione e qualificazione**, soprattutto per le PMI fornitrici, basate su criteri non solo di qualità ma anche di conformità alla normativa vigente ed ai principi e le regole contenute nel **Codice Etico** del Gruppo G&M, con particolare riferimento al rispetto dei requisiti in **tema di salute e sicurezza dei lavoratori e ambiente**.

L'attenzione particolare di G&M è verso quella quota di fornitori in ambito servizio di trasporto e logistica, su base locale; la Capogruppo ha avviato, già da qualche anno e continuato anche nel 2023, nell'ambito dei processi di monitoraggio e controllo del sistema Qualità, Sicurezza e Ambiente, uno screening volto ad accertare il **livello di compliance** in tema di contratti di



lavoro e sicurezza dei lavoratori per comprendere aree di rischio ed azioni da intraprendere ai fini di una più puntuale gestione delle criticità emerse. Tra le attività che rientrano nel cronoprogramma ESG di G&M e che hanno come obiettivo quello di rendere la catena di fornitura ancora più sostenibile e responsabile, tema materiale per l'Organizzazione, vi è **l'estensione progressiva dello screening dei fornitori del Gruppo G&M in ottica ESG⁸**, nell'ambito di un piano di interventi per migliorare la capacità di generare valore e **gestire i potenziali rischi** lungo la catena di fornitura, anche connessi al **rispetto dei diritti umani**.



GRI Content Index

Statement of use	Gargiulo & Maiello S.p.A. ha redatto il presente Bilancio di Sostenibilità "with reference to" GRI Standards per il periodo 01/01/2023 - 31/12/2023
GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
GRI Sector Standard applicable	Nessun GRI Sector Standard applicabile

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO	PAG.
General disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Dettagli organizzativi	Cap. 1 par. Profilo aziendale par. Attività e modello di business Cap. 5 par. Il modello di governance e organi di controllo	8-48
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'Azienda	Nota metodologica	6
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	6
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 1 par. Attività e modello di business Cap. 4 par. Il capitale umano di G&M Cap. 5 par. Rapporti con i fornitori	9-34-54
	2-7	Dipendenti	Cap. 4 par. Composizione e caratteristiche del personale	34
	2-8	Lavoratori non dipendenti	Cap. 4 par. Composizione e caratteristiche del personale	34
	2-9	Struttura e composizione della governance	Cap. 5 Il modello di governance e organi di controllo	48
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Cap. 5 Il modello di governance e organi di controllo	48
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	Cap. 5 Il modello di governance e organi di controllo	48



GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO	PAG.
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione degli impatti	Cap. 5 par. Mappatura e gestione dei rischi ESG	52
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Nota metodologica	6
	2-15	Conflitto di interessi	Cap. 5 par. Etica aziendale Cap. 5 par. Mappatura e gestione dei rischi ESG	49
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Cap 2 par. Strategia e obiettivi	17
	2-23	Impegno in termini di policy	Cap. 5 par. Etica Aziendale Cap. 5 par. Mappatura e gestione dei rischi ESG	49-52
	2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Cap. 5 par. Etica Aziendale	49
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Cap. 5 par. Mappatura e gestione dei rischi ESG	52
	2-28	Appartenenza ad associazioni	Cap. 2 par. Engagement degli stakeholder e creazione di valore Cap. 5 Condotta aziendale	14-48
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 2 par. Engagement degli stakeholder e creazione di valore	14
	2-30	Contratti collettivi	Cap. 4 par. Il capitale umano di G&M	34
Temi materiali				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Nota metodologica Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
	3-2	Elenco di temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GOVERNANCE TRASPARENTE E GESTIONE DEI RISCHI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17



GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO	PAG.
GRI 201: Performance economica 2016	201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	Cap. 2 par. Engagement degli stakeholder e creazione di valore	14
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Cap. 5 par. Rapporti con i fornitori	54
ETICA E INTEGRITÀ NELLA CONDOTTA DEL BUSINESS				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 205: Anticorruzione e 2016	205-2	Comunicazione e formazione sulle politiche e procedure di anti-corruzione	Cap. 5 par. Etica aziendale	49
	205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Cap. 5 par. Mappatura e gestione dei rischi ESG	52
PARTNERSHIP CON ISTITUZIONI E IMPRESE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 206: Comportamento anti-competitivo 2016	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Cap. 5 par. Mappatura e gestione dei rischi ESG	52
EFFICIENZA ENERGETICA				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 302: Energia 2016	302-1	Consumo di energia interno all'Azienda	Cap. 3 par. Consumi energetici	29
LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO E GESTIONE DELLE EMISSIONI				



GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO	PAG.
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 305: Emissioni 2016	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 3 Emissioni	30
GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Cap. 3 Gestione dei rifiuti e della risorsa idrica	32
	306-3	Rifiuti prodotti	Cap. 3 Gestione dei rifiuti e della risorsa idrica	32
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	Cap. 3 Gestione dei rifiuti e della risorsa idrica	32
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	Cap. 3 Gestione dei rifiuti e della risorsa idrica	32
WELFARE E CONCILIAZIONE VITA-LAVORO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 401: Occupazione 2016	401-2	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	Cap. 4 par. Diversità, welfare aziendale e pari opportunità	39
	401-3	Congedo parentale	Cap. 4 par. Composizione e caratteristiche del personale	34
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42
	403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42



GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO	PAG.
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42
	403-9	Infortuni sul lavoro	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42
	403-10	Malattie professionali	Cap. 4 par. La salute, sicurezza del personale	42
FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Cap. 4 par. Formazione e sviluppo del personale	37
RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E TUTELA DEI LAVORATORI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Cap. 4 par. Il capitale umano di G&M	34
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Cap. 5 par. Etica aziendale	49
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO E DEI SERVIZI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Cap. 4 par. Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore	?????? ?????? ?????? ?



GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO	PAG.
MARKETING E COMUNICAZIONE DI PRODOTTO E SERVIZIO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 417-1: Marketing ed etichettatura 2016	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
GRI 417-2: Marketing ed etichettatura 2016	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Cap. 2 par. Analisi di Materialità	17
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE E CUSTOMER EXPERIENCE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità Nota metodologica	17-6
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita dei loro dati	Cap. 5 par. Etica aziendale	49
ALTRI TEMI				
SUPPORTO ALLA COMUNITÀ LOCALE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità Nota metodologica	17-6
GRI 413: Comunità locali 2016	413-2	Attività con impatti negativi, potenziali e attuali significativi sulle comunità locali	Cap. 4 par. Rapporti con il territorio	45
INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 par. Analisi di Materialità Nota metodologica	17-6



