Edenred

# Percorsi

Bilancio
di Sostenibilità
2021

# Indice

**LETTERA AGLI STAKEHOLDER** **4**

**INNOVATORI, VISIONARI E PRECURSORI DA SEMPRE** **6**
- Edenred, la realtà italiana 6
- Al fianco di aziende e lavoratori da oltre 40 anni: la nostra storia 7
- Il nostro Purpose, la nostra mission e i nostri valori 9
- I nostri prodotti e servizi 14

**EDENRED: UNA SCELTA CHE GENERA VALORE** **22**

**IL MERCATO DEI TICKET RESTAURANT® E DEL WELFARE AZIENDALE** **24**
- Soluzioni per soddisfare i bisogni delle persone che lavorano 26
- La diffusione del welfare aziendale e del buono pasto 28

**GUIDA ALLA LETTURA DEL BILANCIO** **32**
- Governance e gestione del rischio 33
- Ascolto degli Stakeholder 36
- Analisi e matrice di materialità 38
- La strategia: People, Planet, Progress 40
- Obiettivi 41
- Partnership 43
- Premi e riconoscimenti 44

**PEOPLE** **46**
- Le persone: il valore più grande 48
- Diversity & Inclusion 50
- Coinvolgimento e benessere dei dipendenti 53
- Salute e sicurezza sul lavoro 63

**PLANET** **72**
- Il nostro impegno per l'ambiente 74
- I materiali utilizzati nelle nostre sedi e per i nostri prodotti 76
- I nostri prodotti e il percorso verso la sostenibilità 77
- Le nostre soluzioni a basso impatto ambientale 79
- L'utilizzo di energia 80
- Gestione dei rifiuti: l'impegno di Edenred 83
- Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere 84
- Le nostre soluzioni sostenibili 86

**PROGRESS** **90**
- Innoviamo e creiamo valore 92
- Business etico e responsabile 94
- Soddisfazione del cliente 97
- Digitalizzazione: privacy e data protection 100
- Nutrizione 102

**GRI CONTENT INDEX** **104**

# Lettera agli Stakeholder

Da sempre Edenred si prende cura delle persone.

Negli anni '70 abbiamo introdotto per primi i buoni pasto in Italia e non abbiamo mai smesso di innovarci: abbiamo rivoluzionato la pausa pranzo e ci impegniamo ogni giorno per migliorare il bilanciamento tra vita privata e lavorativa.

Nell'ultimo periodo abbiamo assistito a un cambiamento culturale che ha coinvolto molte aziende italiane e le abitudini ed esigenze delle persone si sono completamente trasformate, così com'è cresciuta la consapevolezza sociale e ambientale. È importante che le nostre soluzioni rispondano in modo concreto alla nuova normalità diventando dei veri e propri strumenti di valorizzazione del rapporto tra impresa, persone e territorio.

Il nostro obiettivo è essere parte di una crescita sempre più sostenibile, dove la dimensione finanziaria ed economica sia in grado di contribuire in modo positivo al benessere della società.

L'impegno concreto verso la sostenibilità è per noi centrale, riteniamo infatti che sia una componente intrinseca al modo in cui svolgiamo le nostre attività quotidiane e che rappresenti un valore aggiunto per lo sviluppo di tutte le imprese.

Sono felice di presentare Percorsi, la seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità di Edenred Italia. Una strada intrapresa lo scorso anno per dare evidenza delle scelte e politiche di responsabilità sociale con un piano di azioni che guarda al futuro. Percorsi è il punto di partenza per un cammino più consapevole e condiviso sui temi della sostenibilità grazie al percorso di ascolto e dialogo con tutti i portatori di interesse.

"*Enrich connections. For good.*", questo lo scopo del Gruppo che si riflette anche in Italia: sviluppare ed arricchire le connessioni per rafforzare le imprese e promuovere soluzioni inclusive, ponendo al centro non solo le persone, ma anche l'ambiente.

Ci impegniamo a rendere migliore il mondo del lavoro, tutelando la diversità di genere e supportando l'empowerment femminile, promuovendo la salute e il benessere e stimolando comportamenti che rispettino l'ambiente, volti anche a favorire la riduzione delle emissioni di CO2e.

La nostra responsabilità sociale si concretizza in tre linee strategiche: People, Planet e Progress per migliorare la qualità della vita, preservare l'ambiente e creare valore responsabilmente.

Azioni che contribuiscono al raggiungimento di uno sviluppo sostenibile che persegua non solo una crescita economica ma anche un progresso sociale e ambientale.

Mi piace pensare che Edenred sia una fonte di ispirazione, uno stimolo ad agire in modo più consapevole.

**Fabrizio Ruggiero**
*Amministratore Delegato e Direttore Generale per Edenred Italia*

CHI SIAMO

# Innovatori, visionari e precursori da sempre

## Edenred, la realtà italiana

La nostra storia inizia 40 anni fa quando abbiamo iniziato a **innovare il mondo del lavoro** migliorando il benessere delle persone e la produttività delle aziende. Nati come inventori del **Ticket Restaurant®**, siamo diventati leader mondiali nelle soluzioni che semplificano il mondo del lavoro puntando sempre più sull'innovazione e la digitalizzazione.

Al fianco dei nostri partner, ci prendiamo cura ogni giorno del **benessere delle persone** che lavorano proponendo servizi che generano valore per il sistema economico locale e nazionale.
Tutto questo è possibile grazie al nostro impegno all'**ascolto delle persone e delle imprese**, guidati dal costante desiderio di semplificare la quotidianità.

## La nostra attività si concretizza in tre linee di business

### Employee Benefits

I buoni pasto Ticket Restaurant® e le soluzioni di welfare aziendale

Ticket Restaurant Edenred

Edenred Welfare

### Soluzioni complementari

Buoni acquisto Edenred Shopping, carta di credito aziendale ExpendiaSmart®

Edenred Shopping

Expendia Smart Edenred

ExpendiaSmart® verrà dismessa nel corso del 2022

### Fleet and Mobility Solutions

Carta carburante UTA Edenred e piattaforme per la mobilità aziendale sostenibile Edenred Mobility

UTA | Edenred

Edenred Mobility

UTA Edenred è stata scorporata al 31.12.2021

# Al fianco di aziende e lavoratori da oltre 40 anni: la nostra storia

Siamo gli ideatori del Ticket Restaurant®

Operiamo da oltre 40 anni nel settore dell'Employee Benefits

Abbiamo lanciato il buono pasto sul mercato italiano

Siamo stati i primi a introdurre l'innovazione tecnologica nel mondo dei buoni pasto

**1976** – Lanciamo per primi i buoni pasto in Italia

**1994** – Introduciamo le prime tessere elettroniche

**2001** – Nascono i buoni acquisto Ticket Compliments®

**2012** – Lanciamo la prima app per l'utilizzo dei buoni pasto

**2015** – I Ticket Compliments® diventano digitali

**2019** – Acquisiamo Easy Welfare accelerando la crescita del mercato welfare aziendale

**2020** – Il buono pasto diventa totalmente mobile e utilizzabile esclusivamente da smartphone

**2021** – Nasce Edenred Mobility per la gestione degli spostamenti casa-lavoro

Nasce l'app MyEdenred Shopping

# Il Gruppo Edenred

Facciamo parte del Gruppo Edenred, nato in Francia nel 1962, anno in cui Jacques Borel introdusse il sistema dei buoni pasto nel mercato francese.

Da sempre mettiamo tecnologia e innovazione al centro della nostra strategia. Oggi siamo presenti in 46 Paesi nel mondo e quotati alla Borsa di Parigi all'interno dell'indice CAC Next 20.

## Le nostre soluzioni nel mondo

**Mobile e Contactless**

**App-to-app e bonifico bancario**

**Buoni pasto digitali e cartacei**

**46 Paesi**

Dal 2020 in Finlandia i nostri buoni pasto sono accessibili da mobile e hanno sostituito da tempo le tessere cartacee

Gli Stati Uniti rappresentano il mercato principale per le nostre soluzioni

Forniamo soluzioni UTA | Edenred Mobility in 40 Paesi europei

Sponsorizziamo il #DreamTeam di barca a vela

In Taiwan il 100% delle nostre soluzioni sono digitali

Forniamo soluzioni per le zone sprovviste di rete bancaria negli Emirati Arabi Uniti

Dal 1976 operiamo in America Latina

# Il nostro Purpose, la nostra mission e i nostri valori

Da un'analisi dei nostri **punti di forza** e delle unicità che contraddistinguono la nostra organizzazione, nel 2021 nasce il nostro Purpose, ovvero il senso del nostro esistere e del nostro agire. Si tratta di una **consapevolezza condivisa**, l'ambizione e l'obiettivo a cui ambire, la stella polare che ci guida.

who?

## The everyday companion for people at work

Siamo il partner che affianca quotidianamente chi lavora. Come lo facciamo? Mettendo **tecnologia e innovazione** al centro della nostra strategia di sviluppo, per rispondere ai bisogni di imprese e dipendenti, ovunque in Italia.

## OUR PURPOSE
## Enrich connections. For Good

Costruiamo **relazioni forti,** basate sulla fiducia. Per fare questo, trasformiamo ogni transazione in un'esperienza migliore e arricchiamo le connessioni, rendendole più smart, più sicure ed efficienti, consapevoli dell'importanza del loro valore.

I legami che creiamo sono solidi e duraturi, basati sulla fiducia, ma non solo. "For Good" esprime il nostro impegno nella **creazione di un futuro migliore** per tutti, sostenendo l'economia locale, proteggendo le categorie più vulnerabili e tutelando l'ambiente.

why?

## We connect, You win

Mettiamo in relazione un **ecosistema esteso e sicuro** composto da utilizzatori, clienti e partner convenzionati (merchant) per offrire ogni giorno alle persone che lavorano soluzioni semplici in grado di **migliorare l'equilibrio tra vita privata e lavorativa.** Le connessioni che creiamo ci permettono di supportare le aziende che si affidano a noi; inoltre, le sproniamo a essere più efficienti e a **generare valore**, con un impatto positivo sull'intero ecosistema.

# how does it work?

# our business?

## Being your everyday companion

**Semplificare la vita quotidiana** con soluzioni di welfare aziendale che contribuiscano al benessere delle persone e alla produttività delle imprese è l'obiettivo che guida il nostro business. Per farlo siamo guidati da tre aree di business: EAT, MOVE e CARE.

### eat

#### La pausa pranzo innovativa

Soluzioni digitali dedicate alla pausa pranzo e all'acquisto di prodotti alimentari in grado di rendere le aziende più attrattive e stimolare i lavoratori a una sana e corretta alimentazione.

Ticket Restaurant®

### care

#### Lo sviluppo personale e professionale

Soluzioni digitali e fully mobile di welfare aziendale per migliorare e semplificare la vita quotidiana di aziende e collaboratori, con importanti impatti sulle performance.

Edenred Welfare
Edenred Shopping
ExpendiaSmart®*

### move

#### Il futuro della mobilità

Soluzioni modulari per la gestione della mobilità aziendale sostenibile negli spostamenti casa-lavoro.

UTA Edenred**
Edenred Mobility

* ExpendiaSmart® verrà dismessa nel corso del 2022

** UTA Edenred è stata scorporata al 31.12.2021

# our mindset?

## Vibe with us

**Cinque valori** animano i nostri comportamenti quotidiani e sono alla base dell'attitudine che vogliamo far crescere nei nostri collaboratori e che ricerchiamo quando **nuovi talenti** si affacciano in Edenred.
Nel pieno rispetto delle diversità individuali, lavoriamo costantemente per alimentare un ecosistema nel quale le nostre persone e i nostri stakeholder possano interagire seguendo questi principi. Sappiamo che il **rispetto per la cultura e i valori della nostra azienda** sono un prerequisito per generare una crescita sostenibile e profittevole.

### Semplicità

I nostri clienti chiedono che le interazioni siano semplici e dirette. Ecco perché ci assicuriamo di **promuovere la semplicità** in tutto ciò che facciamo e la trasparenza in tutto ciò che diciamo.

### Immaginazione

L'**immaginazione** stimola l'innovazione ed è il motore del progresso. Per questa ragione immaginiamo sempre nuovi modi per connettere aziende, dipendenti e merchant, per il mondo del lavoro di oggi e di domani.

Less is more, vai sempre dritto al punto, in modo chiaro, senza fronzoli... e la tua comunicazione sarà perfetta!

**Gianluca Piraino,**
Talent Development Manager

Coltivare il fanciullo che è in me per vedere il mondo da una prospettiva priva di preconcetti da adulto.

**Felice Ciniglio,**
Sales Incentive & Rewards Manager

## Spirito imprenditoriale

Lo **spirito imprenditoriale** è alla base della nostra crescita: ci incoraggia ad esplorare nuovi territori, rafforza l'empowerment e ci spinge continuamente verso livelli di eccellenza aziendale più alti.

## Passione per il cliente

Il nostro lavoro è al servizio di aziende, persone e partner dei quali ci impegniamo a comprendere e **anticipare i bisogni** nel modo più efficace possibile, allineando le nostre soluzioni e i nostri programmi alle loro aspettative. Curiamo attentamente ogni dettaglio al punto di fare dei clienti i principali sostenitori della nostra azienda.

## Rispetto

Il **rispetto** è la nostra guida verso l'eccellenza. Per questo lavoriamo in modo proattivo, responsabile e onesto, esprimiamo ogni giorno gratitudine e riconoscimento ai colleghi, utilizziamo in modo efficiente le risorse che ci vengono fornite dagli stakeholder e offriamo prodotti e servizi che creano valore per tutto il nostro ecosistema.

Sentire l'azienda come propria, occuparsi degli aspetti a 360° senza pensare solo ai propri obiettivi o necessità, cercare di lavorare in modo corale con i colleghi.

**Davide Barbarini,**
Chief Information Security Officer

La passione per il cliente è mettere il cliente al primo posto. È importante per me stare al passo con le esigenze di tutti i nostri clienti, dipendenti e merchant, comprendendo che i loro bisogni cambiano continuamente e che dobbiamo essere flessibili per proporgli le migliori soluzioni possibili.

**Henna Poikajärvi,**
Product Owner

Il rispetto è la base dell'educazione, il valore più importante di ogni persona, che permette di avere relazioni oneste sia internamente che con i clienti.

**Marina Strada,**
Customer Operations Specialist

# I nostri prodotti e servizi

## I buoni pasto Ticket Restaurant®

### La rivoluzione della pausa pranzo di tutti i dipendenti e di tutte le aziende in Italia

I buoni pasto Ticket Restaurant® sono il servizio sostitutivo della mensa che consente di **prendersi cura dei dipendenti e dei collaboratori** garantendo, allo stesso tempo, vantaggi fiscali per l'azienda.

Questo benefit può essere assegnato a **tutte le tipologie di aziende e collaboratori**, promuovendo uno stile di vita sano che si traduce in una maggiore produttività nei luoghi di lavoro e si concretizza in un sostegno indiretto alle piccole realtà di ristorazione del territorio.

Grazie alla digitalizzazione dei buoni pasto, si possono incentivare e supportare efficacemente anche forme di lavoro come lo **smart working** e il **remote working.**

**3** miliardi di euro il valore dei buoni pasto in Italia*

**2,4** milioni gli user dei buoni pasto in Italia*

* Ricerca di SDA Bocconi (2020)

# Azienda e dipendenti: i vantaggi fiscali

Grazie all'esenzione fiscale, il buono pasto permette un reale risparmio all'azienda e una maggiore disponibilità di reddito al lavoratore, a parità di somma elargita come indennità in busta paga. Per questo è una soluzione conveniente per tutti.

**100% deducibile**

ai fini delle imposte dirette

**4% IVA**

interamente detraibile

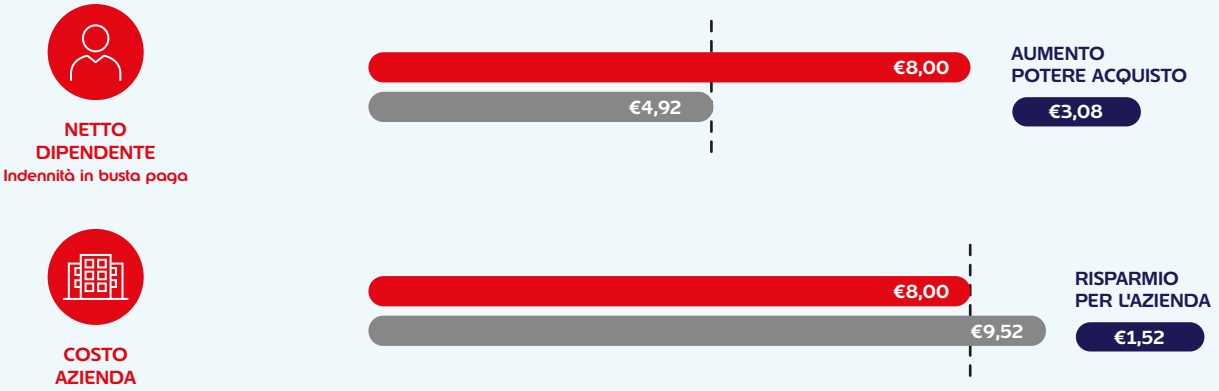
**Esente da contributi**

fiscali, previdenziali e assistenziali fino a €4 per il cartaceo, €8 per il digitale o app

In un contesto di spinta verso la digitalizzazione, il legislatore ha previsto una soglia di deducibilità più alta, fino a 8 euro, per le aziende che scelgono di distribuire alle proprie persone buoni pasto elettronici o fully digital, mentre è rimasta fino alla soglia dei 4 euro la deducibilità per le soluzioni cartacee.

## DEDUCIBILITÀ FISCALE DEI TICKET RESTAURANT® CARTACEI

## DEDUCIBILITÀ FISCALE DEI TICKET RESTAURANT® ELETTRONICI O FULLY DIGITAL



# I più utilizzati in Italia

Non solo per la pausa pranzo: i buoni pasto Ticket Restaurant® possono essere utilizzati per la spesa, per gli ordini online sui siti e-commerce dei nostri partner e per il food delivery a domicilio o in azienda.

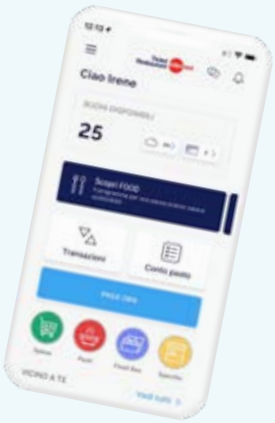
**Molteplicità di utilizzo**

sono oltre 150 mila i nostri partner convenzionati in tutta Italia, fisici e online, inclusi bar, ristoranti, supermercati e alimentari

## Semplici e sempre più digital, in tre diversi formati

### Ticket Restaurant® App

Né carta né plastica: i buoni pasto possono essere gestiti direttamente da smartphone




### Ticket Restaurant® Digitale

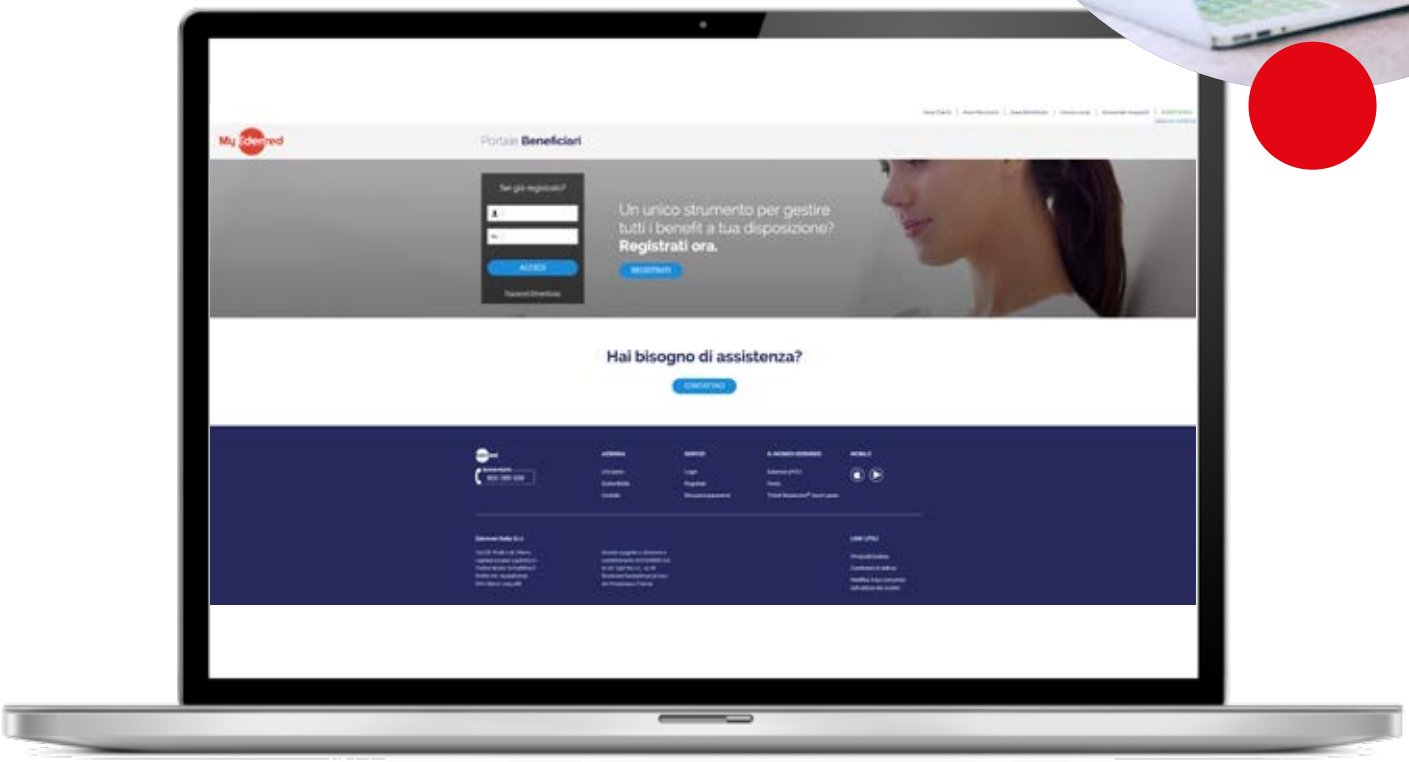
I buoni pasto vengono gestiti su una tessera elettronica e sono utilizzabili anche da app

### Ticket Restaurant® Cartaceo

Il primo, ormai un'icona della pausa pranzo

# Portale Beneficiari: vantaggi esclusivi per gli utenti registrati

È lo strumento semplice e intuitivo pensato per gestire in autonomia i buoni pasto e i servizi welfare.




Il portale consente di:

- Ricercare i locali che accettano i buoni pasto
- Controllare il saldo, lo storico e la scadenza dei buoni
- Bloccare la carta in caso di furto o smarrimento
- Ottenere assistenza personalizzata
- Usufruire di vantaggi esclusivi

# Buoni acquisto Edenred Shopping

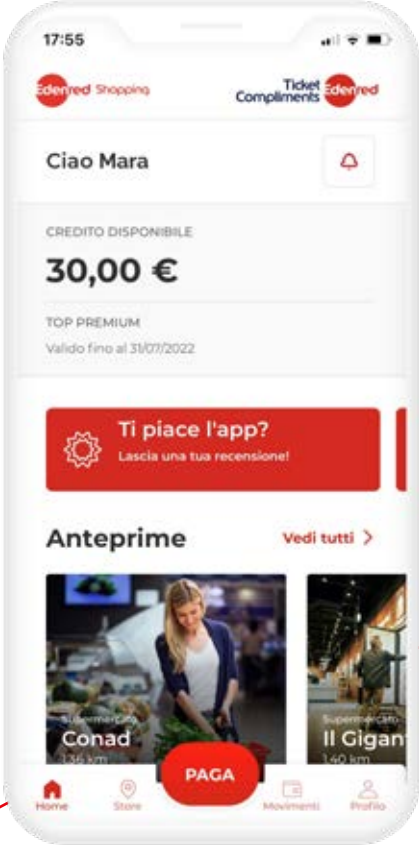
## La proposta perfetta che incentiva e premia

I buoni acquisto Edenred Shopping sono la soluzione ideale che l'azienda può utilizzare come:

Premi per concorsi e operazioni a premio

Omaggi per attrarre e fidelizzare i clienti

Fringe benefit per incentivare e premiare i collaboratori




I buoni acquisto Edenred Shopping si possono utilizzare **per diverse esigenze di spesa** presso **una rete di 27.000 punti vendita in tutta Italia** e diversi siti e-commerce di categorie merceologiche differenti. Inoltre, grazie all'applicazione **MyEdenred Shopping** il loro utilizzo è ancora più semplice.

# Edenred Welfare

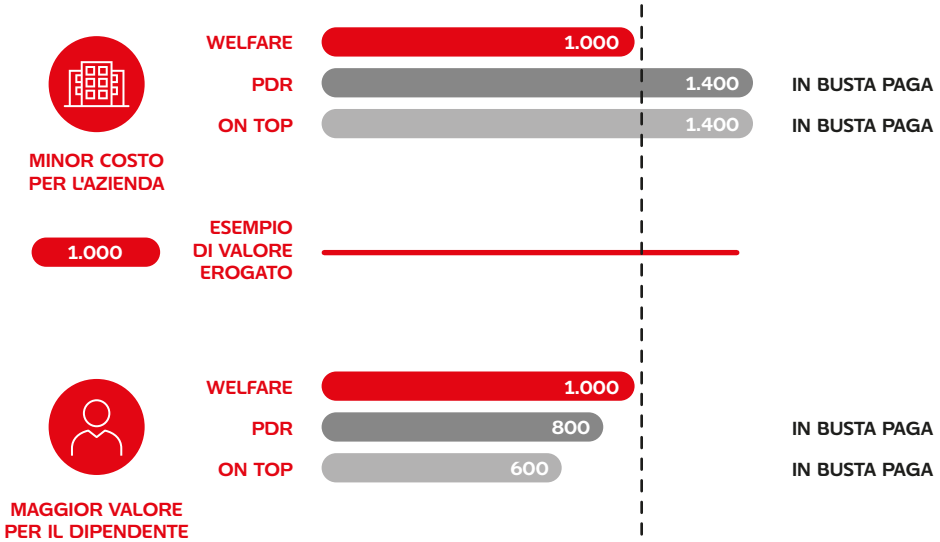
## Soluzioni innovative per il benessere in azienda

Il welfare aziendale di Edenred è un **ecosistema di servizi** che mette l'azienda al centro e, a partire dai flexible benefit, offre soluzioni complete di people care, mobilità, employee saving per offrire ai dipendenti benefit utili alla vita di ogni giorno e alla conciliazione di vita privata e lavorativa. Grazie a una piattaforma semplice e intuitiva e all'app dedicata, le aziende possono mettere a disposizione beni e servizi e un credito welfare utilizzabile dal dipendente, per sé e per i propri familiari.

- Soluzioni 100% digitali
- 37.000 strutture: la più ampia rete di strutture convenzionate per il welfare aziendale in Italia
- Un portale semplice e intuitivo per il dipendente
- Un'app dedicata e una gestione fully mobile del credito welfare
- Una piattaforma gestionale per l'azienda

## Soluzioni welfare: benefici fiscali per l'azienda e i dipendenti

In cosa consiste il beneficio fiscale? Rispetto a un'erogazione in denaro, attraverso l'erogazione di un credito welfare, l'azienda abbatte il costo del lavoro dal 30% al 40% degli importi lordi erogati al dipendente. Il dipendente ottiene la detassazione totale dei beni e dei servizi dei piani di welfare aziendale, ad esempio attraverso la conversione di un premio di risultato (PDR) o in caso di una somma on top alla retribuzione ordinaria, deliberata liberamente dall'azienda e accompagnata da un regolamento del piano di welfare.




Vantaggioso fiscalmente e flessibile

per i servizi del welfare aziendale come: palestra, cinema, teatro, spesa al supermercato, benzina, shopping, viaggi, salute, formazione

# Edenred Mobility

## Lo strumento dedicato alla mobilità sostenibile

Edenred Mobility è la nostra **piattaforma modulare** dedicata alla mobilità aziendale, utile alle imprese per sviluppare **piani di spostamento casa-lavoro** dedicati ai lavoratori e soddisfare le diverse esigenze legate al Mobility Management. La piattaforma consente la definizione di un piano e la sua realizzazione attraverso l'attivazione di moduli che offrono ai dipendenti soluzioni di e-sharing, carpooling, abbonamenti a servizi di trasporto pubblico e attività di gaming che stimolano il cambiamento delle abitudini verso comportamenti più sostenibili.

AZIENDE

Offre informazioni sulla mobilità e gli spostamenti dei lavoratori

Propone soluzioni di spostamento più efficienti e meno impattanti per l'ambiente

DIPENDENTI

Stimola l'utilizzo di soluzioni di trasporto più sostenibili come mezzi pubblici, mobilità dolce e soluzioni in condivisione

# Carta carburante UTA Edenred

## Lo strumento dedicato alla mobilità aziendale

È la carta carburante che consente ai dipendenti delle aziende clienti di accedere ad una rete di stazioni di rifornimento, parcheggi e altri servizi legati all'utilizzo dell'auto aziendale.

# Carta di credito aziendale ExpendiaSmart®

## La soluzione per la gestione delle spese aziendali

È la carta prepagata che consente alle aziende di automatizzare i processi, offrendo al personale la possibilità di gestire in modo semplice le spese aziendali.

UTA Edenred è stata scorporata al 31.12.2021

# Edenred: una scelta che genera valore

Quello avviato da Edenred è un **percorso virtuoso** in grado di generare valore per l'intero Sistema Paese, che contribuisce al benessere di persone, aziende e merchant. Una scelta che offre vantaggi a grandi aziende, piccole-medie imprese e liberi professionisti che decidono di investire nelle nostre soluzioni per il benessere dei propri dipendenti e per restituire valore alla comunità.

## I vantaggi offerti dalle nostre soluzioni

### persone

**potere d'acquisto**

Assicurano un maggior potere d'acquisto e un aiuto economico concreto ai dipendenti e alle loro famiglie.

**work-life balance**

Permettono di non avere vincoli di orario, di luogo e di fruizione, rendendo più semplice l'organizzazione del tempo vita-lavoro, anche per chi lavora in modalità smart working.

**benessere**

Garantiscono l'accesso a servizi sanitari di qualità e favoriscono scelte alimentari varie ed equilibrate rispondendo alle esigenze specifiche di ognuno.

**equità**

Si adeguano alle diverse tipologie contrattuali. Possono essere assegnati non solo ai dipendenti ma anche a collaboratori, stagisti e apprendisti, garantendo un valido sostegno economico per tutti i lavoratori.

### aziende

**risparmio**

Permettono di ridurre i costi legati alla gestione di servizi mensa e welfare e sono deducibili fiscalmente.

**produttività**

Favoriscono un clima aziendale positivo e aiutano a consolidare il senso di appartenenza delle persone. Il risultato sono dipendenti più soddisfatti con una qualità di vita migliore.

**sostenibilità ambientale**

Permettono di prendersi cura dei dipendenti e di offrire soluzioni di mobilità sostenibile.

## partner convenzionati

### profitti

Favoriscono un incremento dei consumi presso i partner convezionati.

### fidelizzazione

Assicurano un'affluenza maggiore e più stabile per i partner, con benefici a catena anche sulle comunità e sui territori di appartenenza.

### posti di lavoro

Il network genera un circolo virtuoso di consumi diretti e indiretti, con ricadute positive anche dal punto di vista occupazionale.

## sistema paese

### crescita economica

Sono un concreto incentivo ai consumi.

### occupazione

Favoriscono la creazione di nuovi posti di lavoro nella filiera.

### diffusione della cultura cashless

Contribuiscono alla digitalizzazione del Paese.

### mobilità sostenibile

Supportano la diffusione di soluzioni di mobilità sostenibile.

# Il mercato dei Ticket Restaurant® e del welfare aziendale

La pandemia, che ha interessato tutti noi negli ultimi anni, ha cambiato i paradigmi del mondo del lavoro, rimettendo **al centro le persone e il loro benessere** alla luce della nascita di nuove esigenze e abitudini, stimolando una nuova sensibilità sugli aspetti del well-being.

Il primo evidente effetto di questo cambiamento è stato lo sviluppo del welfare aziendale. Lo smart working, ad esempio, che ha rappresentato inizialmente per oltre 8 milioni di persone la risposta a uno stato di emergenza, si è rivelato per molte aziende una spinta per **ripensare al proprio modello di organizzazione del lavoro.**
La necessità, in molti settori, si è trasformata in una scelta e numerose realtà si sono attrezzate per la costruzione di un vero e proprio modello di smart working basato su un'idea più ampia e ibrida di lavoro: una **maggiore flessibilità di tempo e di spazio** in grado di favorire il benessere delle persone e una maggior efficienza dell'azienda, anche oltre l'emergenza pandemica.

Le persone vivono in modo diverso gli spazi di casa e le soluzioni welfare, mirate a mantenere un buon equilibrio tra vita privata e lavorativa, hanno iniziato ad avere un peso sempre più rilevante all'interno del pacchetto retributivo nella fase di valutazione da parte dei candidati a nuove posizioni lavorative. Dall'altro lato, molte imprese hanno introdotto **il welfare nella propria strategia di investimento sulle persone** e le più attente ne misurano i risultati rispetto all'**employer branding**, l'engagement delle proprie persone, ma anche in termini di **retention e attrattività.**
Di fatto, il welfare ha assunto un carattere sociale e ha spinto le aziende a strutturarsi per rispondere prontamente a questa esigenza.

## Lo smart working: nuovi paradigmi

Lo **smart working** è stato uno dei principali cambiamenti che il Covid-19 ha portato nella vita degli italiani.
Durante il lockdown è stato **introdotto dal 90% delle grandi aziende e dal 70% delle medie,** ma è stato un fenomeno che ha riguardato anche il 37% delle piccole imprese e il 18% delle micro, destinato a rimanere anche dopo la pandemia, rivoluzionando il welfare aziendale*.

Secondo un'analisi di The European House - Ambrosetti, entro il 2025 un lavoratore su quattro potrebbe svolgere le proprie mansioni da remoto con punte di quattro impiegati su dieci nel comparto dei servizi. Il dato delle imprese di medie e grandi dimensioni porterà l'Italia alla pari con le medie dei Paesi più avanzati e comporterà una riduzione degli spazi all'interno degli uffici di circa il 30%.

Una diffusione così ampia del lavoro agile porterà le imprese a rivedere i servizi di welfare aziendale; ad esempio quelli dedicati alla mobilità (pensando all'assegnazione di autoveicoli a uso promiscuo) e le nuove opportunità legate alla connettività di strumenti digitali; inoltre, saranno sempre più apprezzati l'acquisto di materiali per la casa e il supporto alla spese alimentari, anche attraverso l'offerta di buoni pasto.

Agli aspetti organizzativi, si è aggiunto il welfare aziendale inteso come flexible benefit e tutti quei beni e servizi che lo compongono, incluso il buono pasto che si conferma la prima forma di welfare aziendale.
La normativa italiana prevede che il datore di lavoro possa erogare beni, servizi o prestazioni che non concorrono alla formazione del reddito, se erogati secondo specifiche modalità e attinenti a:

- Misure di previdenza complementare e di sanità integrativa.
- Servizi all'infanzia, istruzione e assistenza familiare.
- Buoni pasto.
- Mutui e prestiti.
- Trasporto.
- Cultura e tempo libero.
- Fringe benefit.

Il supporto a questa tipologia di spese, in particolare nel periodo di emergenza pandemica, ha evidenziato la duttilità e l'utilità di questi strumenti quali **una forma di sostegno al reddito;** un esempio sono stati i buoni spesa che hanno rappresentato un supporto importante in una fase di difficoltà economica del mondo del lavoro.
L'utilità economica e sociale di questi strumenti è stata rimarcata anche dagli interventi del Governo che, per il 2020 e il 2021, ha raddoppiato il tetto dei limiti di spesa per i fringe benefit, portandoli dai canonici 258,23 euro ai 516,46 euro, generando un'accelerazione dei consumi.

Il legame tra l'andamento dei consumi e la diffusione del welfare aziendale è stato confermato anche da uno studio di The European House - Ambrosetti che ha stimato gli effetti sui consumi di una conferma del raddoppio del limite per l'esenzione fiscale come avvenuto nel 2020, giungendo alla conclusione di un significativo aumento dei consumi che potrebbe arrivare al raddoppio entro il 2023.
Inoltre, ipotizzando uno sviluppo del 30% nel ricorso alle soluzioni di fringe benefit, l'incremento potrebbe essere compreso addirittura tra i 4,7 e i 7 miliardi di euro con un conseguente aumento dei volumi di IVA tra 1 e 1,5 miliardi di euro annui.

* Dati We Mag magazine powered by Edenred n°1 - marzo 2022

# Soluzioni per soddisfare i bisogni delle persone che lavorano

**Le nostre soluzioni migliorano il benessere delle persone che lavorano** sostenendo l'equilibrio tra la vita privata e lavorativa, creando un ambiente lavorativo sereno e attento alle esigenze dei lavoratori e in grado di generare una maggiore produttività.

Durante il periodo pandemico abbiamo arricchito l'offerta introducendo nella rete **nuovi partner** e attivando nuove convenzioni in grado di rispondere alle esigenze più attuali. La nostra soluzione Edenred Welfare include non solo servizi legati alla salute, alla formazione e per la famiglia, ma anche nuove soluzioni per i viaggi, lo svago e la cultura. Per questo motivo, la nostra rete si è trasformata rispetto all'evoluzione della domanda e abbiamo sentito l'esigenza di investire di più nello sviluppo dei welfare territoriali, offrendo alle aziende clienti e agli user delle nostre soluzioni, la possibilità di richiedere convenzioni con strutture di prossimità in cui spendere il proprio credito welfare o utilizzare i propri buoni pasto.

Buoni acquisto

Partner online

Istruzione e formazione

Viaggi

Sanità

Sport e benessere

Assistenza familiare

Trasporto

Previdenza

Cultura e tempo libero

Mutui

# L'Osservatorio sul welfare aziendale di Edenred 2022

L'Osservatorio sul welfare aziendale di Edenred è l'appuntamento annuale di confronto e analisi sull'andamento del welfare aziendale in Italia.

L'analisi 2022, sull'anno 2021, è stata fatta sulla base di:

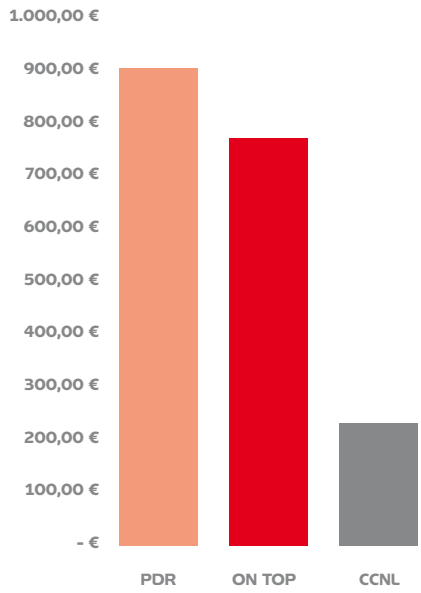
- Un campione di circa 3.000 imprese che si sono avvalse di Edenred nel 2021.
- 530 mila dipendenti beneficiari.
- 2.200 piattaforme welfare online.

In questa edizione è stata introdotta un'analisi qualitativa sottoposta a un campione di 1.400 referenti aziendali, con l'obiettivo di fare un'indagine conoscitiva riguardo il mondo imprese su alcune delle principali tematiche di attualità: dalla mobilità sostenibile alla digitalizzazione, il fringe benefit come spinta ai consumi welfare degli under 35 e delle famiglie italiane.

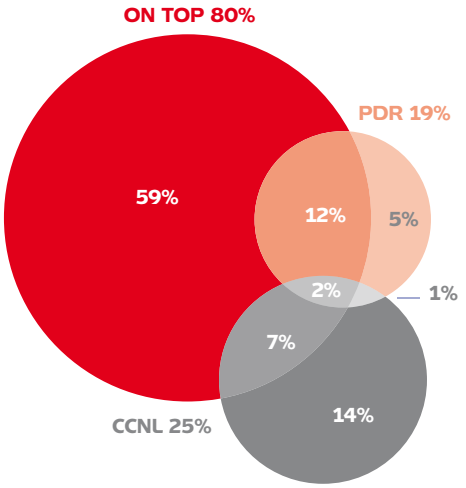
# La diffusione del welfare aziendale e del buono pasto

Sul piano delle fonti di finanziamento nel 2021 si evidenzia un doppio consolidamento delle tendenze di questi anni. Il primo attiene alla conferma della scelta unilaterale, cosiddetta anche On Top, da parte delle aziende nelle implementazioni di piani di welfare che rappresentano il 73% circa delle somme complessive che dispongono i dipendenti.
Segue il welfare aziendale contratto con accordo sindacale e vincolato al premio di produttività con il 20,6 %, mentre chiude al 6,7% l'erogazione prevista nei contratti nazionali (CCNL).
Tuttavia, sta crescendo anche la componente del welfare contrattato con i sindacati, grazie ad una spinta della normativa e alle agevolazioni specifiche introdotte in questo senso con le Leggi di Bilancio del 2016 e 2017.

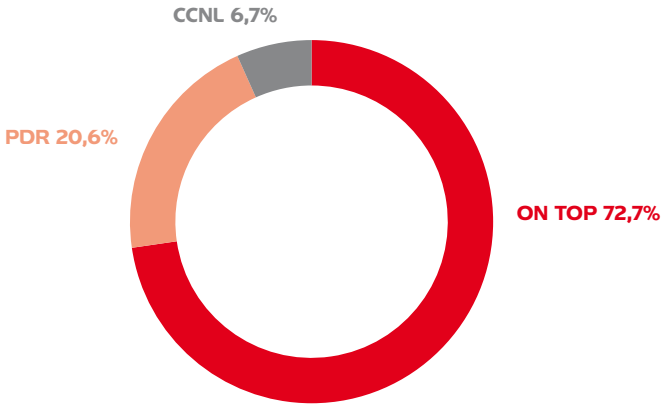
## WALLET MEDIO PRO CAPITE PER FONTE DI FINANZIAMENTO




## DI QUALI FONTI DI FINANZIAMENTO BENEFICIANO GLI UTENTI?




## RIPARTIZIONE WALLET 2021 PER FONTE DI FINANZIAMENTO




Fonte: Osservatorio Welfare Edenred 2022

Dal punto di vista del valore erogato, pur rappresentando una minor frequenza l'erogazione tramite conversione del premio di risultato, ha un valore assoluto più alto, di circa 900 euro pro-capite contro i 770 euro delle erogazioni liberali e i 230 euro medi delle erogazioni a seguito del CCNL.

Un consolidamento si è rilevato, negli ultimi anni, anche per i buoni pasto. Infatti, grazie anche alla maggiore deducibilità dei buoni pasto digitali (passata da 7 a 8 euro) e all'abbassamento della soglia per i buoni cartacei (passata da 5,29 euro a 4 euro), si è registrato un **aumento del valore di mercato dei buoni pasto** e un cambiamento che ha avuto impatti economici sull'industria e sul Sistema Paese: PIL, valore aggiunto e occupazione.

## Il buono pasto

Il buono pasto è un servizio sostitutivo di mensa erogato dal datore di lavoro al lavoratore, in forma cartacea o elettronica, per garantire la somministrazione di pasti e bevande.
È uno strumento flessibile e offre vantaggi fiscali per il datore di lavoro perché, fino all'ammontare di 4 euro per il formato cartaceo e di 8 euro per i buoni pasto in forma digitale, è esente da oneri contributivi e previdenziali per il datore di lavoro e da trattenute fiscali per il dipendente.

Il mercato italiano dei buoni pasto:

- Un giro d'affari di 3 miliardi di euro valutando il valore facciale dei buoni.
- Il 40% dei lavoratori in Italia che pranzano fuori casa usufruisce del buono pasto.
- 170.000 esercizi convenzionati, nella quasi totalità piccole e medie imprese.

Dati ANSEB - Associazione Italiana Società Emettitrici Buoni Pasto

# Welfare

Il welfare aziendale è l'insieme di tutte le **iniziative messe in atto dal datore di lavoro per migliorare la qualità lavorativa e di vita del dipendente e dei suoi familiari.**
Gli strumenti utilizzati non possono essere di natura monetaria ma esclusivamente organizzativi o sotto forma di beni o servizi (o un insieme delle due soluzioni).

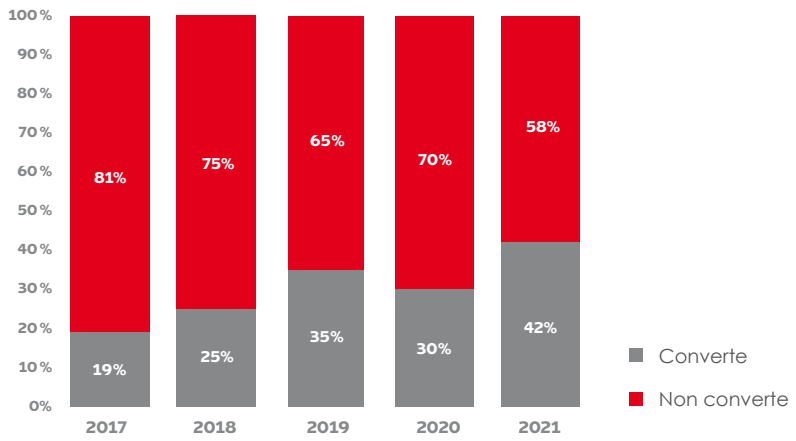
In particolare, i piani welfare aziendale possono essere di tre tipi:

- **Welfare previsto nel CCNL di riferimento,** strumenti di welfare riconosciuti obbligatoriamente ai lavoratori sulla base delle previsioni del contratto nazionale di settore.
- **Conversione del proprio premio di risultato in welfare,** previsto da accordi territoriali o aziendali di 2° livello e che offre ai lavoratori la possibilità di convertire in tutto o in parte il premio di risultato.
- **Welfare liberali o On Top,** previsti dall'azienda unilateralmente, anche sulla base di un regolamento, che prevedono l'erogazione di beni e servizi attraverso soluzioni welfare per una categoria omogenea di lavoratori.

Il credito welfare può essere utilizzato per servizi di previdenza complementare, assistenza sanitaria, servizi di educazione e istruzione, cultura e tempo libero, baby sitter, centri estivi e invernali, servizi di assistenza ai familiari anziani o non autosufficienti, trasporto pubblico, rimborso degli interessi passivi sui mutui, buoni spesa e carburante.

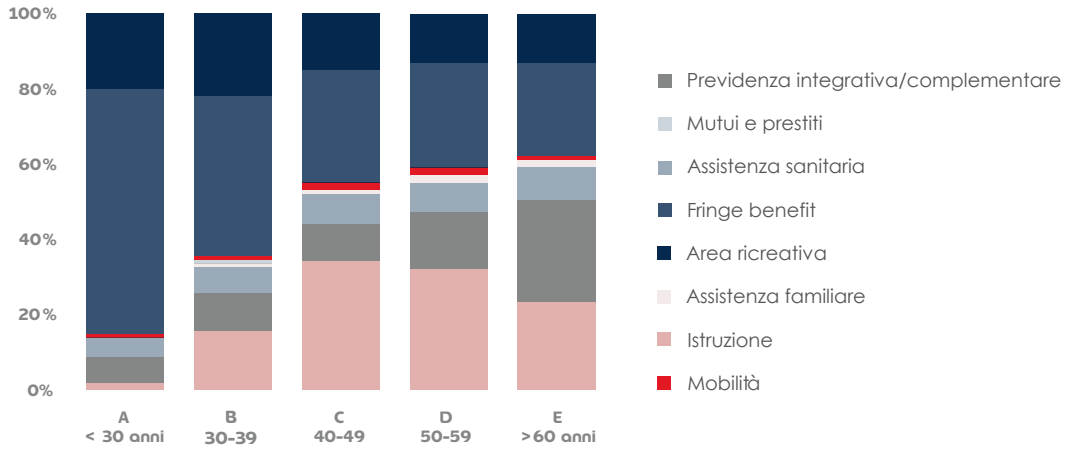
La conversione del premio di risultato in welfare tramite scelte espresse via piattaforma online ha assistito negli anni a un'evidente crescita, passando dal 30% circa di beneficiari aderenti alla conversione del 2020 al 42% del 2021.

## ANDAMENTO ANNUALE DI CONVERSIONE IN WELFARE DEL PDR (% BENEFICIARI)




Fonte: Osservatorio Welfare Edenred 2022

## COME I BENEFICIARI SPENDONO IL CREDITO WELFARE IN BASE ALL'ETÀ?




Fonte: Osservatorio Welfare Edenred 2022

La pandemia ha avuto impatti sul mercato anche per i buoni pasto, di fatto il benefit di welfare aziendale più diffuso tra i lavoratori.
La crisi economica causata dal Covid-19 ha generato precarietà e aumentato il ricorso allo strumento della cassa integrazione con la conseguente lieve contrazione del mercato; ma ad essere cambiata è anche la modalità di spesa dei buoni pasto. Se, prima dell'emergenza pandemica, il buono pasto era usato al 70% nei bar, ristoranti, gastronomie e per il 30% nella grande distribuzione, durante la crisi degli ultimi due anni le percentuali si sono ribaltate con acquisti dell'80% nella grande distribuzione e del 20% nei bar, ristoranti e nelle mense diffuse*.

Diverso è invece il contesto del post-pandemia. Grazie agli effetti della legge di bilancio del 2020, che aveva previsto una forte agevolazione sull'utilizzo del buono pasto elettronico e fully digital, secondo alcuni studi si stima **un incremento del mercato da 3 miliardi a 3,7 miliardi di euro**, con un'**estensione del buono pasto digitale sino al 96%**.
La "nuova normalità" e il nuovo modello di organizzazione del lavoro, smart working o remote working, non cambieranno però le regole di erogazione dei buoni pasto. Infatti, il Protocollo Nazionale sul lavoro in modalità agile del settore privato (Ministero del Lavoro del 7 dicembre 2021) ha posto l'accento sull'uguaglianza e la parità di trattamento economico e normativo tra chi lavora in presenza e chi fuori dall'ufficio anche per quanto riguarda le politiche di welfare e buoni pasto.

* Dati ANSEB - Associazione Italiana Società Emettitrici Buoni Pasto

NOTA METODOLOGICA

# Guida alla lettura del Bilancio

## Perimetro di rendicontazione

*Percorsi* è la seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità di Edenred Italia redatto in modo volontario. Il documento fa riferimento alla **rendicontazione dei dati relativi all'esercizio 2021** (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021).

Prosegue il percorso di condivisione con gli stakeholder dei risultati raggiunti nell'ambito della strategia di sviluppo sostenibile attraverso la **comunicazione trasparente** delle attività messe in atto per la valorizzazione delle persone, il sostegno alle comunità locali e l'impegno per la riduzione degli impatti ambientali di processo e prodotto.

Il documento rendiconta le **attività di Edenred Italia S.r.l.,** società con socio unico e soggetta a direzione e coordinamento di Edenred SE, multinazionale operante nel settore dei servizi per le imprese, per il settore pubblico e per i privati, presente in 46 Paesi nel mondo. Il Gruppo Edenred, fino al 2010 Accor Services, è quotato dallo stesso anno alla Borsa di Parigi.

Al 31 dicembre 2021, Edenred Italia detiene il 100% di:
- Edenred Italia Fin S.r.l.*, istituto di moneta elettronica dedicato ai pagamenti aziendali.
- Easy Welfare S.r.l., leader italiano nell'ambito del welfare, acquistato da Edenred nel 2019. La società, a sua volta, detiene il 100% di EW Innovation (SHPK) Limited Liability Company con sede in Albania, a cui è affidata parte dell'attività di customer management.

Inoltre, fino al termine dell'anno, Edenred Italia include la direzione Fleet & Mobility che si occupa della gestione delle carte carburante. Dal 1° gennaio 2022 la direzione è stata scorporata ed è diventata UTA Italia, che appartiene a Edenred F&M S.a.s, società francese del Gruppo.

Pertanto, i dati inseriti all'interno del Bilancio di Sostenibilità fanno riferimento a Edenred Italia Fin S.r.l. (inclusa la direzione Fleet & Mobility) e Easy Welfare S.r.l, fatto salvo dove indicato diversamente**. Sono invece esclusi i dati relativi a Easy Welfare Innovation (SHPK) Limited Liability Company*** per la quale nel corso del 2021 sono state impostate la raccolta delle informazioni e la definizione dei processi ad essa associati.

Questo documento non è stato sottoposto a verifica da parte di una società terza indipendente.

* La società verrà dismessa nei primi mesi del 2022
** Nel capitolo "Planet" i dati relativi a Fin non sono conteggiati
*** Dal 1° gennaio 2021 abbiamo iniziato a tracciare i consumi relativi alla sede dell'Albania che verranno rendicontati per la prima volta nel Bilancio 2022

# Governance e gestione del rischio

Ci siamo dotati di una struttura di Governance in grado di **ispirare i processi decisionali e operativi locali** verso un percorso di sviluppo sostenibile e al tempo stesso integrato con il modello di Governance di Gruppo, in linea con quanto avviene in numerosi contesti multinazionali.

La strategia di sostenibilità, infatti, è in larga misura guidata dalla casa madre che nel 2015 ha definito in modo chiaro il proprio impegno per uno sviluppo sostenibile sottoscrivendo il **Global Compact delle Nazioni Unite.** Questo si è concretizzato nella definizione di una strategia orientata al raggiungimento di alcuni degli **obiettivi di sostenibilità** dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e nell'identificazione di indicatori di performance e di target a cui contribuiscono tutte le società del Gruppo nella loro realtà locale.

Localmente integriamo nella strategia di business gli obiettivi di sviluppo sostenibile ambientali e sociali basandoci sull'analisi della strategia definita a livello di Gruppo; l'identificazione delle priorità locali si basa sull'ascolto dei nostri stakeholder. Infine, attraverso un modello di Governance, definiamo la strategia di sostenibilità, realizziamo un piano di azione specifico identificando gli indicatori di performance e monitoriamo il raggiungimento dei risultati.

Il modello di Governance comprende:

**Consiglio di Amministrazione**

Valutazione e orientamento delle scelte strategiche in ambito di sostenibilità, in armonia con la strategia del Gruppo.

**Amministratore Delegato/ Direttore Generale**

Definizione e controllo del modello di business sostenibile, in armonia con la strategia del Gruppo.

**Executive Committee**

Attuazione del piano di sostenibilità attraverso l'integrazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile, ambientale e sociale, all'interno del modello di business.

**Direttore Risorse Umane e CSR team**

Guida e coordinamento della strategia di sostenibilità coerentemente con la strategia del Gruppo e le indicazioni del Top Management locale.

Definizione e coordinamento del piano di azione per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Reporting e monitoraggio degli indicatori di performance: rendicontazione al Gruppo e consolidamento dei dati per la redazione del Bilancio di Sostenibilità locale.

Un ruolo importante è ricoperto dai **CSR Ambassador,** ovvero le persone che all'interno dell'organizzazione sono state individuate come promotori e diffusori delle pratiche di sostenibilità, per un più efficace progresso in termini di Change Management rispetto ai temi specifici.

Il team di Legal & Compliance Management ha il compito di garantire l'**adempimento dei requisiti legali del Gruppo.** La sua funzione è assicurare il rispetto dell'etica imprenditoriale e l'integrità, così come il rispetto delle regole imperative e volontarie applicate dal Gruppo che verte sul Codice Etico. Come responsabile dell'adempimento penale di Edenred, è l'organo preposto all'**individuazione dei rischi,** soprattutto di natura penale, che deve stabilire controlli e misure per mitigarli mediante una gestione dinamica del Sistema di Prevenzione e Rilevamento dei Reati.

In termini di gestione del rischio, abbiamo messo in essere sistemi di analisi che hanno consentito l'individuazione di **strumenti di prevenzione dei potenziali eventi dannosi** e la definizione di azioni correttive e mitigative degli stessi.

Con riferimento ai rischi collegati alla responsabilità amministrativa derivante da reati penalmente rilevanti che possono essere condotti da soggetti interni, nel 2018 abbiamo adottato un **Modello Organizzativo e di Gestione** ai sensi del D.lgs. 231/2001. In conformità al decreto, il Consiglio di Amministrazione ha approvato l'adozione del **Codice Etico** che definisce le norme di comportamento etico e morale, collettivo e individuale, attese all'interno dell'impresa, oltre che i doveri e le responsabilità nei confronti dei diversi portatori di interessi. Ognuna delle nostre persone è tenuta a prendere visione del Codice Etico e il riferimento al rispetto dei valori etici e morali in esso contenuti è richiesto anche ai fornitori, attraverso una clausola contenuta all'interno dei contratti sottoscritti.

Il **Modello 231** prevede inoltre un insieme di procedure che mappano i processi aziendali più sensibili a rischio di illeciti penali, definiscono le attività di controllo atte a prevenire illeciti e prevedono un sistema disciplinare. Infine, è stato nominato un **Organismo di Vigilanza** con il compito di sorvegliare e verificare periodicamente l'aggiornamento e l'efficacia del modello, oltre che di informare il Consiglio di Amministrazione sulle attività di controllo del modello stesso, su eventuali segnalazioni ricevute e sull'esito della loro gestione. Sia il Codice Etico che il Modello Organizzativo sono consultabili sul sito Edenred Italia.
Nel 2020 è stata adottata la **procedura Whistleblowing** (ai sensi della legge 179/2017) a tutela di coloro che segnalano reati o irregolarità nell'ambito dell'attività di impresa. Attraverso la creazione di una casella di posta elettronica Odv231edenredit@edenred.com i dipendenti, e in generale i portatori di interesse, posso effettuare **segnalazioni nel rispetto della riservatezza e della tutela.** Le segnalazioni sono prese in carico dall'Organismo

di Vigilanza che riferisce al Consiglio di Amministrazione circa l'esito dell'analisi delle stesse. Nella relazione annuale relativa all'anno 2021 non sono state rilevate, da parte dell'Organismo di Vigilanza, violazioni al modello, né carenze procedurali; inoltre, le segnalazioni pervenute sono state gestite senza evidenza di criticità.

Con riferimento ai rischi di responsabilità sociale, abbiamo adottato il **Sistema di Gestione SA8000** e pertanto nominato un **Social Performance Team** indipendente che ha il compito di effettuare una **valutazione dei rischi previsti dallo standard,** monitorare le attività di controllo e raccogliere le segnalazioni effettuate dai dipendenti direttamente al team o tramite segnalazione all'Organismo di Vigilanza.

Per quanto riguarda i rischi legati alla continuità operativa del business, nel 2021 è stata realizzata un'**analisi di impatto** (BIA- Business Impact Analysis) che ha individuato i potenziali eventi rischiosi legati all'attività di impresa e ha valutato, per ciascuno di essi, gli impatti sul business in termini di ritardi, interruzioni, disservizi esterni o interni e gli strumenti mitigativi del rischio in grado di garantire la continuità del business e il ripristino dei processi.

Inoltre, il Gruppo Edenred ha adottato il modello previsto dalla Loi Sapin II che ha l'obiettivo di garantire la trasparenza e la lotta alla corruzione del sistema economico. Annualmente è previsto un piano di audit per verificare la conformità della business unit italiana al piano di gestione del rischio di Gruppo.

## La metodologia di redazione del Bilancio

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in conformità agli standard "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" (GRI Standards) rispettando i principi di rilevanza, completezza, accuratezza, trasparenza e chiarezza.

Il documento è stato redatto dal Team di Sostenibilità che ha coordinato l'attività di raccolta delle informazioni dalle diverse aree aziendali e ha **coinvolto gli stakeholder esterni** per un'analisi di aggiornamento e valutazione dell'analisi di materialità.

I dati economici riportati nel documento non sono riferiti alle performance economiche di Edenred Italia, ma fanno riferimento alle performance economiche del Gruppo, che aggrega i dati dei diversi Paesi all'interno del Report Integrato pubblicato nel 2022.

Per quanto riguarda invece il riferimento all'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite,** nel 2015 il Gruppo Edenred ha aderito al Protocollo Global Compact UN, dichiarando quindi il proprio impegno nel raggiungimento di **9 obiettivi di sviluppo sostenibile** o SDGs. Edenred Italia, quindi, non è tenuta alla Comunicazione dei Progressi (Communication on Progress) ma contribuisce al raggiungimento degli obiettivi globali sottoscritti dal Gruppo riportati nell'Universal Registration Document. Per questo motivo, la Tabella di raccordo SDGs riporta i Sustainable Development Goals soltanto per gli obiettivi di Gruppo inclusi in UN Global Compact. Sono esclusi quelli che fanno riferimento a esigenze locali.
Infine, allo scopo di favorire la lettura facile e puntuale dei risultati ottenuti nell'anno, è stata riportata la tabella GRI Content Index.

# Ascolto degli Stakeholder

*"We connect, You win"* rappresenta il nostro **impegno nella costruzione e nella valorizzazione di relazioni solide e trasparenti.** Per questo, l'individuazione delle aree di intervento più rilevanti è stata condotta coinvolgendo i principali stakeholder in un processo di indagine e di ascolto che è stato necessario per integrare le priorità e peculiarità locali all'analisi di materialità condotta dal Gruppo Edenred. Nel 2021, in continuità con quanto fatto l'anno precedente, abbiamo proseguito nel percorso di **ascolto degli stakeholder** da cui non è emersa una modifica delle tematiche principali, ma delle diverse priorità.

Per raccogliere e valutare le aspettative dei nostri stakeholder ai fini dell'identificazione delle tematiche più rilevanti da inserire all'interno del Bilancio, durante l'anno sono state organizzate le seguenti attività:

## Clienti

**Edenred Digital Welfare Forum 2021.** Incontro focalizzato sulla costruzione del benessere dei lavoratori e delle imprese.

**Osservatorio Welfare.** Indagine condotta su user e imprese che restituisce un quadro complessivo sui comportamenti delle aziende rispetto al welfare.

**Social network, sito web e Portale Edenred.** Informazioni commerciali, supporto tecnico, sensibilizzazione sul tema della sana alimentazione e sulle soluzioni welfare a supporto del benessere dei lavoratori.

**Incontri commerciali e supporto post-vendita.**

**Processo di qualifica.**

**Easy Webin@r.** Webinar dedicati a clienti e prospect con focus sulle novità del welfare nel 2021.

**Welfare on Tour.** Presentazione del welfare aziendale con focus su vantaggi, servizi e piattaforma.

## Partner convenzionati

**Indagine FOOD 2021 Gruppo Edenred.** L'analisi ha fatto emergere l'interesse dei ristoratori italiani per le soluzioni digitali – che si adattano anche al food delivery e take-away - e per un'alimentazione sana ed equilibrata.

**Social network, sito web e Portale Edenred** con informazioni commerciali, supporto tecnico, sensibilizzazione sul tema della sana alimentazione.

**Vendita e supporto post-vendita.**

## Organizzazioni sindacali

**Incontri sull'andamento dell'azienda e negoziati.**

## Beneficiari delle soluzioni

**Social network e Portale Edenred.**

**Campagne di comunicazione in app** per la sensibilizzazione sull'utilizzo delle soluzioni digitali e sulla sana e corretta alimentazione.

**Supporto ai beneficiari.**

## Dipendenti e candidati

**Social network e partecipazione a incontri presso gli Atenei.**

**Processo annuale di Performance Management e mappatura del potenziale.**

**Processi interni di mentoring, coaching e mappatura del potenziale.**

**Edenvoice** (survey di Gruppo).

**The Edenred Talk** (convention annuale).

## Azionisti e Top Management

**Incontri periodici dell'Organismo di Vigilanza, Consiglio di Amministrazione e Collegio sindacale.**

**Incontri periodici del Top Management italiano con la capogruppo francese.**

## Il Gruppo

**Incontri periodici** all'interno dello schema di Governance globale dei progetti di sostenibilità.

**Partecipazione all'Annual Group Executive Committee.**

**Global Seminar** per la condivisione delle strategie aziendali e di sostenibilità tra le diverse realtà del Gruppo Edenred.

## Istituzioni nazionali, locali e organizzazioni di categoria

**Incontri con le Associazioni di Categoria.**

**Partecipazione ad Associazioni di Categoria nazionali** quali AIWA – Associazione Italiana Welfare Aziendale, ADP – Associazione Direttori del Personale.

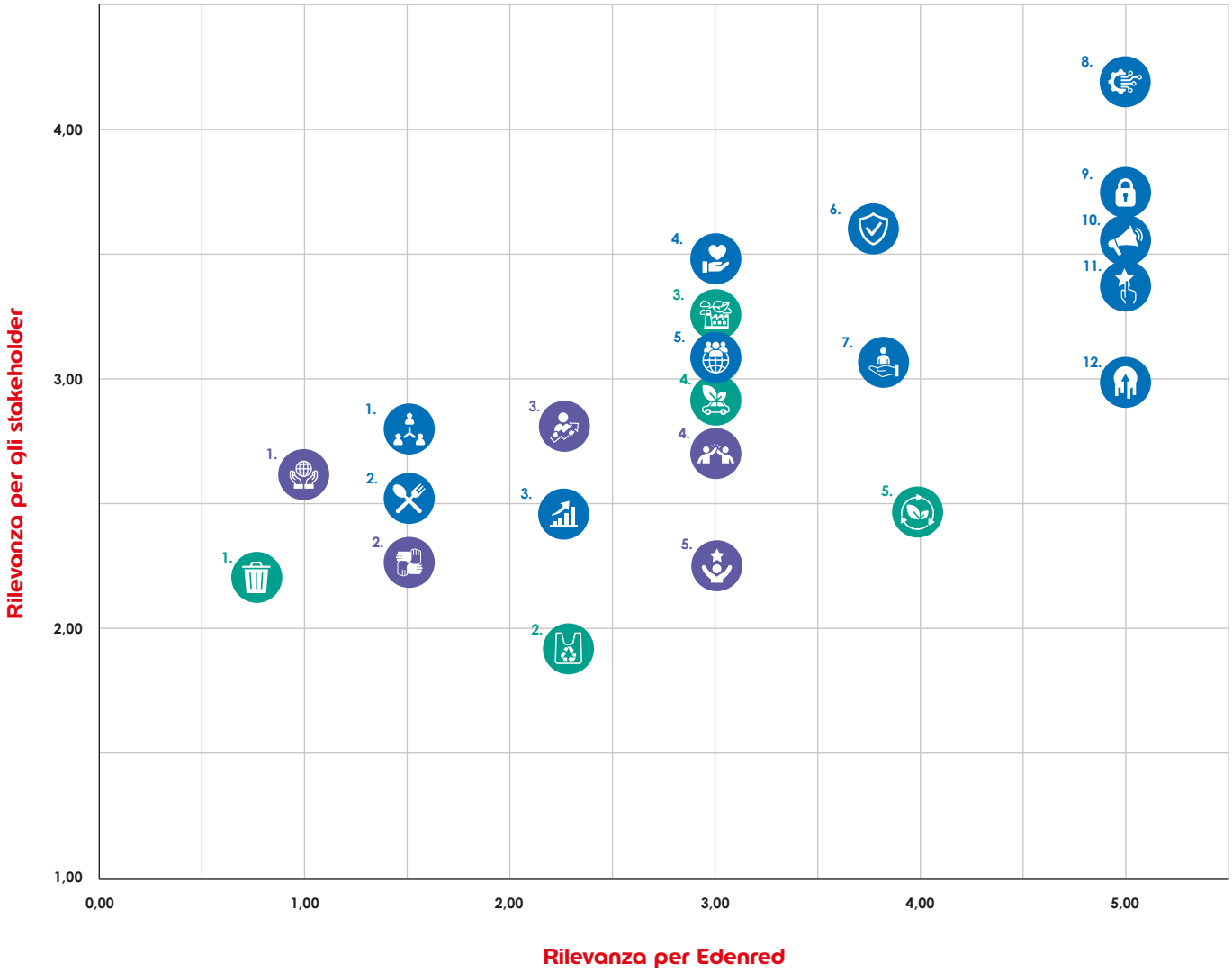
# Analisi e matrice di materialità

L'**analisi di materialità è lo strumento strategico** che ci consente di definire la strategia di sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Lo scorso anno, in occasione della redazione del nostro primo Bilancio di Sostenibilità, abbiamo identificato le **tematiche di sostenibilità più rilevanti per la nostra attività** e su cui possiamo avere un impatto. Siamo partiti quindi dalla matrice di materialità già formulata dal Gruppo Edenred - che ha dato input alla strategia di Gruppo - e l'abbiamo integrata con un'indagine locale che ha coinvolto le nostre persone e i nostri stakeholder in Italia. In particolare, sono state prese in considerazione e ritenute rilevanti da parte dei nostri stakeholder esterni le tematiche aggregate emerse dall'analisi di:

- Ricerche di mercato (Indagine Doxa 2020 "*Percezione dei buoni pasto*", Rapporto di The European House Ambrosetti "*Community Cashless Society*", Ricerca di SDA Bocconi 2020 "*Il settore dei buoni pasto in Italia*").
- Contesto e parti interessate nell'ambito dei sistemi di gestione ISO.
- Indagini condotte da Edenred (Osservatorio Welfare) e nell'ambito del progetto Next Frontier.

Nel 2021, anche alla luce della crescente consapevolezza del nostro Top Management circa l'emergenza climatica e delle sempre maggiori richieste di un impegno alla lotta ai cambiamenti climatici da parte di clienti e fornitori, la matrice è stata aggiornata rivedendo la rilevanza assegnata alle tematiche ambientali.



## people

1. Lavoro e diritti umani
2. Diversity
3. Contributo al Paese
4. Coinvolgimento e benessere dei dipendenti
5. Sviluppo dei talenti

## planet

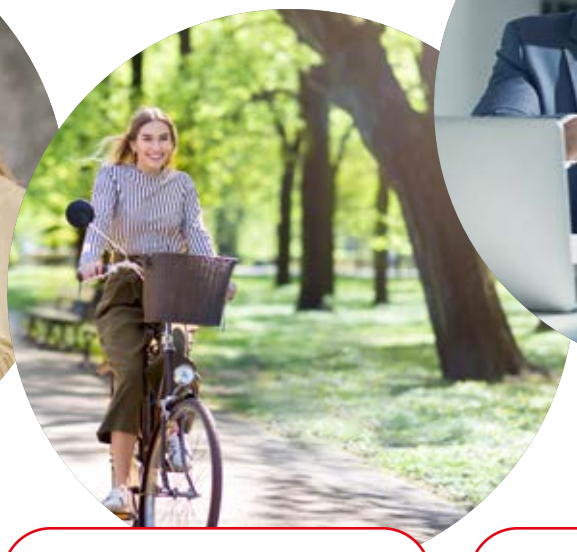
1. Riduzione rifiuti e consumo materiali
2. Acquisti responsabili
3. Efficienza energetica e riduzione emissioni CO2e
4. Promozione della mobilità sostenibile
5. Eco-design ed economia circolare

## progress

1. Dialogo con gli stakeholder
2. Promozione cibo sostenibile e salutare
3. Creazione di valore
4. Business etico
5. Governance & Risk Management
6. Affidabilità, fiducia e trasparenza
7. Adattamento alle necessità del cliente
8. Digitalizzazione e innovazione
9. Protezione dei dati e privacy
10. Portavoce nelle istituzioni
11. Client satisfaction e leadership di mercato
12. Incremento network, capacità attrattiva e accessibilità alle soluzioni

# La strategia: People, Planet, Progress

La missione del Gruppo Edenred è rendere il **mondo del lavoro un posto migliore per tutti**, preservando l'ambiente e creando valore sostenibile. Questo impegno ha portato il Gruppo a identificare la propria politica di responsabilità sociale, che si attua attraverso tre linee strategiche:



## people

Ci prendiamo cura del benessere delle persone sul luogo di lavoro.

Promuoviamo la diversità e l'inclusione di genere.

Supportiamo lo sviluppo del potenziale e del talento delle nostre persone.

Promuoviamo e mettiamo in atto iniziative per garantire un equilibrio tra vita privata e vita lavorativa.

## planet

Preserviamo l'ambiente e ci impegniamo a ridurre le emissioni di CO2e:

- progettando servizi eco-compatibili
- gestendo l'impatto dei nostri prodotti
- promuovendo la riduzione dei rifiuti e dello spreco alimentare
- promuovendo la mobilità sostenibile

## progress

Creiamo valore in modo responsabile.

Sviluppiamo attività e partnership in modo etico attraverso l'intera catena del valore.

Garantiamo la sicurezza informatica e la protezione dei dati.

# Obiettivi

Il Gruppo Edenred promuove gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'agenda 2030 delle Nazioni Unite. Nella tabella che segue sono riportati i nostri **obiettivi strategici di sostenibilità**, promossi dal Gruppo o definiti localmente, che danno vita ai tre pilastri chiave attorno ai quali ruota la nostra strategia di sostenibilità e la costruzione del bilancio: **People, Planet e Progress.**
Gli obiettivi identificati sono quelli che più si avvicinano alla Mission, al Purpose e alle attività che sosteniamo e per le quali riteniamo di poter influire in modo significativo attraverso le nostre attività.

| | Obiettivo | KPI | SDGs |
|---|---|---|---|
| People | Diversità e inclusione | % delle donne in posizioni esecutive | 5, 10 |
| | | % delle donne in posizioni manageriali | |
| | | Numero di strumenti di empowerment femminile | |
| | Formazione | % dei dipendenti che durante l'anno hanno ricevuto almeno un momento di formazione | 4 |
| | | % dei dipendenti a cui è stato mappato il potenziale | |
| | | % dei dipendenti che hanno avuto una formazione sulla sostenibilità | |
| | Solidarietà | Numero dei giorni di volontariato | |
| | Work-life balance | % di smart working (lavoratori e ore) | |
| | | Numero di iniziative di conciliazione tra vita privata e lavorativa | |
| Planet | Riduzione emissioni CO2e | % di riduzione dei gas effetto serra/m$^2$ di superficie rispetto al valore del 2013 | 12, 13 |
| | Waste Management | 100% rifiuti riciclati | |
| | Mobilità sostenibile | Riduzione $CO_2$ flotta auto | |
| | Eco-design | % di applicazione di soluzioni di eco-design rispetto al totale dei prodotti | 12 |
| | Soluzioni sostenibili | Numero di servizi eco-sostenibili offerti | 11, 12 |
| Progress | Business etico | % di acquisti responsabili | |
| | | % di contratti con riferimento al Codice Etico | |
| | | % dei dipendenti che conoscono la Carta Etica | 16 |
| | | Certificazione EcoVadis | |
| | Data protection | % dei dipendenti sensibilizzati sulla protezione dei dati | 8, 16 |
| | | Certificazione ISO 27001 | |
| | Customer satisfaction | % di copertura certificazioni di qualità | |
| | Nutrition | % di utenti e di merchant che sono stati raggiunti da una campagna di sensibilizzazione su cibo sano e sostenibile | |

# Link con SDGs

| SDGs | | Obiettivo |
|---|---|---|
| 2 SCONFIGGERE LA FAME NEL MONDO | **2.1**<br>Porre fine alla fame e garantire a tutte le persone un accesso sicuro a cibo nutriente e sufficiente | Solidarietà |
| 4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ | **4.4**<br>Favorire lo sviluppo di competenze specifiche per l'occupazione, posti di lavoro dignitosi e per l'imprenditoria | Talent Management<br>(garanzia di sviluppo individuali) |
| 5 PARITÀ DI GENERE | **5.5**<br>Garantire piena ed effettiva partecipazione femminile e pari opportunità di leadership | Diversity<br><br>Promozione della parità di genere:<br>• un'equa partecipazione<br>• la parità salariale<br>• strumenti di empowerment femminile |
| 8 BUONA OCCUPAZIONE E CRESCITA ECONOMICA | **8.5**<br>Garantire un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per donne e uomini | Coinvolgimento e benessere dei dipendenti, per garantire un adeguato work-life balance |
| 11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI | **11.3**<br>Potenziare un'urbanizzazione inclusiva e sostenibile | Coinvolgimento e benessere dei dipendenti, per garantire un adeguato work-life balance |
| 12 CONSUMO RESPONSABILE | **12.5**<br>Ridurre i rifiuti attraverso la prevenzione, il riciclo e il riutilizzo | Politica di zero rifiuti<br>Promozione di soluzioni in materiale riciclato |
| | **12.6**<br>Incoraggiare le aziende nell'adozione di pratiche sostenibili e nell'integrazione della sostenibilità nei resoconti annuali | Gestione acquisti sostenibili<br>Promozione di prodotti sostenibili per le aziende |
| 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO | **13.2**<br>Integrare le misure di cambiamento climatico nelle politiche, strategie e pianificazione nazionali | Riduzione di emissioni di $CO_2e$<br>Promozione di mobilità sostenibile |
| | **13.1**<br>Rafforzare la capacità di ripresa e di adattamento ai rischi legati al clima | Solidarietà |
| 16 PACE E GIUSTIZIA | **16.6**<br>Sviluppare istituzioni efficaci, responsabili e trasparenti | Promozione di un business etico, responsabile e trasparente |

# Partnership

Associazione italiana che riunisce le professionalità che si dedicano alla definizione e alla realizzazione di strategie e progetti di sostenibilità nelle imprese e in altre organizzazioni.

Associazione di imprese che promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita delle aziende e del Paese.

Associazione che promuove e sviluppa la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa in Italia.

Il network che promuove uno sviluppo serio e responsabile della cultura manageriale in ambito risorse umane.

L'associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia che favorisce l'affermazione dell'impresa quale motore della crescita economica, sociale e civile del Paese.

L'associazione dedicata alle imprese che operano nella Città metropolitana di Milano che tutela gli interessi delle imprese associate nel rapporto con gli interlocutori istituzionali e gli stakeholder del territorio attivi in vari ambiti: formazione, ambiente, cultura, economia, lavoro, società civile.

Associazione che promuove, in un'ottica internazionale e comparata, studi e ricerche nell'ambito delle relazioni industriali e di lavoro.

Un laboratorio di ricerca e informazione che dal 2011 amplia e diffonde il dibattito sui cambiamenti in atto nel welfare italiano.

Una piattaforma di alto livello per la produzione di idee e contenuti sui pagamenti elettronici e per un confronto costruttivo tra la business community e le Istituzioni, nello spirito di sviluppare azioni concrete a beneficio del Paese.

# Premi e riconoscimenti

## FORTIA

Per il quarto anno consecutivo abbiamo ottenuto il riconoscimento di "Azienda Eccellente" ai Sales Excellence Awards organizzati da Fortia per i nostri metodi aggiornati, di livello internazionale, applicati alla gestione della nostra organizzazione di vendita.

## CORRIERE DELLA SERA - STATISTA

Abbiamo ottenuto il Sigillo Ufficiale "Italy's Best Employers 2021" per essere stati identificati come una delle aziende in cui si lavora meglio in Italia, secondo l'indagine svolta da Statista in collaborazione con il Corriere della Sera.

## AGORÀ

Siamo tra i vincitori della 34° edizione del Premio Nazionale della Pubblicità fondato dal Club Dirigenti Marketing. Il nostro progetto Restart ha ottenuto il Premio Agorà d'Argento nella categoria Internet & Multimedia – Sezione ecommerce web.

## OLTRE LA MEDIA GROUP

Abbiamo ottenuto il premio di categoria Programmi Loyalty e Concorsi ai Touchpoint Award/Engagement 2021 con il Progetto Restart. Un piano di azioni mirate a incentivare l'utilizzo del digitale, incrementando il potere di acquisto degli utilizzatori, a favore di tutti i ristoratori in difficoltà.

< INDICE

## DIVERSITY & INCLUSION

**Partecipazione femminile**

**45% donne**
nel Middle e Top Management
DATO AL 31.12.21

40% OBIETTIVO 2022

40% OBIETTIVO 2030

**Supporto empowerment femminile**

**Iniziative**
per l'empowerment femminile
DATO AL 31.12.21

3 INIZIATIVE OBIETTIVO 2022

5 INIZIATIVE OBIETTIVO 2030

## FORMAZIONE

**% di persone formate* nell'anno**
* almeno 1h di formazione

**97%**
DATO AL 31.12.21

90% OBIETTIVO 2022

90% OBIETTIVO 2030

**% di persone a cui è stato mappato il potenziale**

**15%**
DATO AL 31.12.21

80% OBIETTIVO 2022

100% OBIETTIVO 2030

**% di dipendenti formati sulla Sostenibilità**

**n/a****
DATO AL 31.12.21

40% OBIETTIVO 2022

100% OBIETTIVO 2030

** Obiettivo definito a partire dal 2022

# PEOPLE

## SOLIDARIETÀ

Solidarietà

**66 giorni**
di volontariato
DATO AL 31.12.21

56 GIORNI OBIETTIVO 2022

278 GIORNI OBIETTIVO 2030

## COINVOLGIMENTO E BENESSERE DEI DIPENDENTI

Conciliazione vita privata e lavorativa

**2 iniziative**
DATO AL 31.12.21

3 OBIETTIVO 2022

4 OBIETTIVO 2030

% di smart working

**Not applicable**
(anno soggetto a restrizioni Covid-19)
DATO AL 31.12.21

40% OBIETTIVO 2022

40% OBIETTIVO 2030

# People

## Le persone: il valore più grande

Consideriamo **le nostre persone il fondamento alla base del nostro agire**. Aperti all'ascolto e al dialogo, ci preoccupiamo di misurarne il livello di coinvolgimento e soddisfazione. Per fare questo, proponiamo ogni due anni **Edenvoice,** la survey condotta dal Gruppo volta alla misurazione del **tasso di engagement** delle persone.

Dimensioni analizzate nella survey:

- WORKPLACE & WORK CONDITIONS
- ENGAGEMENT
- GENERAL ATMOSPHERE
- CUSTOMER FOCUS
- MANAGEMENT
- LEADERSHIP
- PRIDE OF BELONGING
- TERMS & COLLABORATIONS
- TRAINING & DEVELOPMENT
- PERFORMANCE RECOGNITION & EMPOWERMENT

I risultati della survey ci hanno offerto lo spunto per la realizzazione di iniziative volte al **miglioramento dell'ambiente di lavoro e delle politiche di caring.** In particolare, la nostra azione si è concentrata su **4 differenti aree di intervento:** Workplace & Work Conditions; Leadership; Performance Recognition & Empowerment e Training & Development.

Edenvoice action plan:

Workplace & Work Conditions

Leadership

Performance Recognition & Empowerment

Training & Development

## Assunzioni e turnover

**511**

i dipendenti totali di Edenred Italia al 31/12/2021

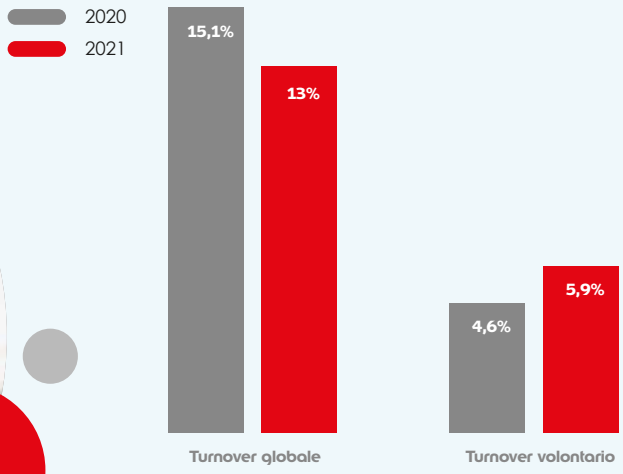
**+16%**

le nuove assunzioni rispetto all'anno precedente

**96%**

la percentuale dei dipendenti assunti a tempo indeterminato

**Turnover**



# Diversity & Inclusion

**58% donne in azienda sul totale dei dipendenti**

**45% donne nel Middle Management**

**45% donne nel Top Management**

33% target di Gruppo

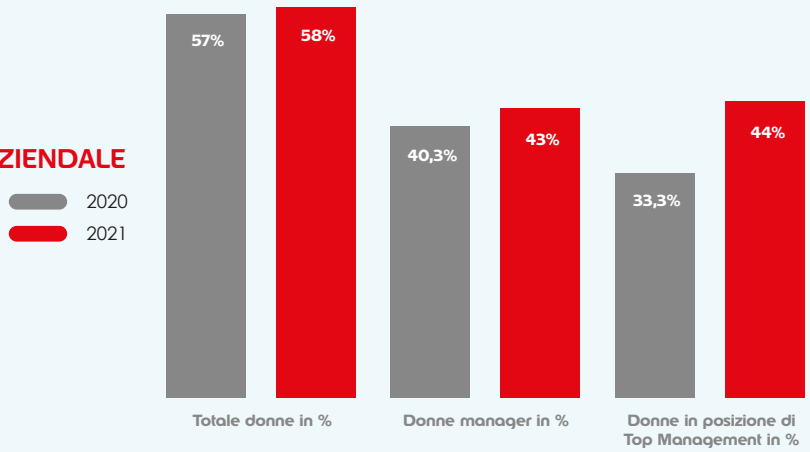
Da sempre abbiamo a cuore la **valorizzazione della diversità** e ci impegniamo a promuovere un **equilibrio di genere** all'interno della nostra azienda. Siamo fortemente convinti che un **ambiente inclusivo** stimoli la creatività e l'innovazione, favorendo la nascita di nuove idee.

Siamo promotori di un'**equa partecipazione femminile** nel Top Management, nel Middle Management e in tutti i ruoli aziendali.
L'obiettivo richiesto dal Gruppo, che punta al **raggiungimento della quota del 40% di presenza femminile in azienda** in posizioni apicali entro il 2030, è stato raggiunto in corso d'anno.

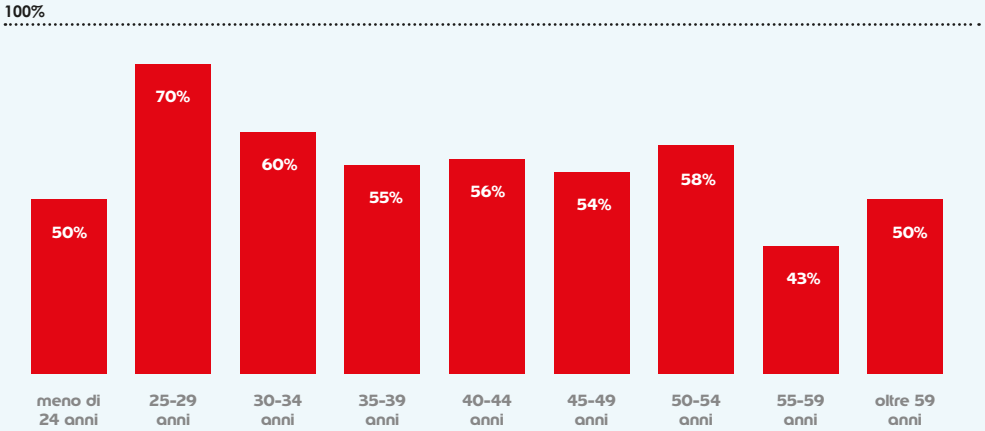
Abbiamo trasferito questo mandato anche alle società di Head Hunting che quotidianamente lavorano con noi, alle quali chiediamo un impegno formale nel garantire una short list mista di candidati in fase di selezione.

## Partecipazione femminile in azienda

### GRAFICO DONNE PER LIVELLO AZIENDALE




### GRAFICO DONNE PER FASCIA DI ETÀ



Oltre a preoccuparci di un'**equilibrata partecipazione femminile** alla gestione dell'azienda, poniamo attenzione al tema della disparità salariale e di trattamento. La direzione Risorse Umane si impegna nell'attuazione di **politiche volte a scongiurare qualsiasi forma di diseguaglianza** e assicura, in fase di assunzione, una proposta di ingresso commisurata all'esperienza, alla professionalità e al ruolo del candidato.

# Empowerment femminile

Da sempre attenti al tema della Diversity & Inclusion, sosteniamo e promuoviamo iniziative che contribuiscono alla **diffusione di una cultura della diversità.**

Nel 2021 abbiamo confermato il nostro impegno per l'inclusività di genere aderendo al **Manifesto Valore D** per l'occupazione femminile; mentre nel 2020 abbiamo aderito alla Carta per le pari opportunità e per l'uguaglianza sul lavoro promossa dalla **Fondazione Sodalitas.** Con questa sottoscrizione ci siamo impegnati a combattere ogni forma di discriminazione sul luogo di lavoro, valorizzando le diversità delle nostre persone.

dal 2021

Valore D

dal 2020

Fondazione Sodalitas

Crediamo fortemente nel valore delle nostre colleghe: per questo attuiamo **azioni a supporto dell'empowerment femminile** che si concretizzano in progetti a loro dedicati.
Per i talenti femminili è previsto un **percorso di mentorship** che offre l'opportunità di un confronto con mentor interni o esterni all'organizzazione. Si tratta di un'occasione unica di contaminazione e crescita del know-how, che punta alla **diffusione di una cultura dell'inclusione.** Nel corso del 2021 sono state **6 le colleghe che hanno partecipato alle iniziative di mentoring** a cui abbiamo aderito, per un totale di **108 ore.**

# Programmi di mentorship avviati in azienda

## MENTORSHIP CORPORATE PROGRAM EDENRED

Un programma dedicato ai talenti femminili della nostra azienda per trarre ispirazione da mentor facenti parte della leadership di Edenred a livello internazionale.

Il programma di mentoring è stata una vera scoperta, ho iniziato un percorso che mi ha dato modo di conoscere nuovi punti di vista. Ho rimesso in discussione dei comportamenti che consideravo certezze consolidate e ciò è stato possibile grazie al naturale rapporto di fiducia che si è instaurato con il mentor. Confrontarsi con un Top Manager è fonte di ispirazione, mi ha aiutato sviluppare nuove competenze e a considerare efficace un diverso stile manageriale.

**Sonia Porto,**
Distant Sales Merchant Manager

## INSPIRING WOMEN

**Club Inspiring Women | CCI France Italie**

Un accompagnamento verso un percorso di crescita personale e professionale con la possibilità di esplorare temi legati all'empowerment femminile e al capitale umano in azienda.

Ho avuto la possibilità di confrontarmi con una mentor proveniente da un settore diverso e con un background professionale molto distante dalle attività che svolgo. Proprio questo credo sia stato uno degli ingredienti che ha portato a un arricchimento importante. Non mi dimenticherò mai la frase che mi ripeteva spesso la mia mentor: "Ricordati di alzare la testa dal manubrio mentre vai in bici, altrimenti rischi di perderti il panorama che è intorno a te". Vedere le situazioni da una prospettiva diversa da quella che avrebbe avuto una persona che fa il mio stesso lavoro è stato davvero arricchente e mi ha permesso di imparare a guardare anche un po' oltre quello che si vede "tenendo la testa sul manubrio".

**Elisa Verdi,**
Talent Acquisition Manager

## valoreD ACADEMY

Un'occasione unica di contaminazione e crescita del know-how caratterizzata dalla diffusione di una cultura del Give Back.

# Coinvolgimento e benessere dei dipendenti

L'avvento e l'evolversi della pandemia hanno fatto maturare nei lavoratori e nelle famiglie nuove necessità, che hanno assegnato al welfare un **valore sociale ancora maggiore**, sottolineandone l'impatto sulla vita delle persone. Anche al nostro interno il welfare aziendale, parte integrante del nostro business, rappresenta la **costante attenzione alle esigenze delle nostre persone e delle loro famiglie** e un supporto allo sviluppo dei territori in cui operiamo.

Consapevoli dell'importanza che il welfare ha acquisito, abbiamo implementato iniziative volte ad **aumentare il benessere** delle nostre persone e a favorire la **conciliazione tra vita privata e professionale.**

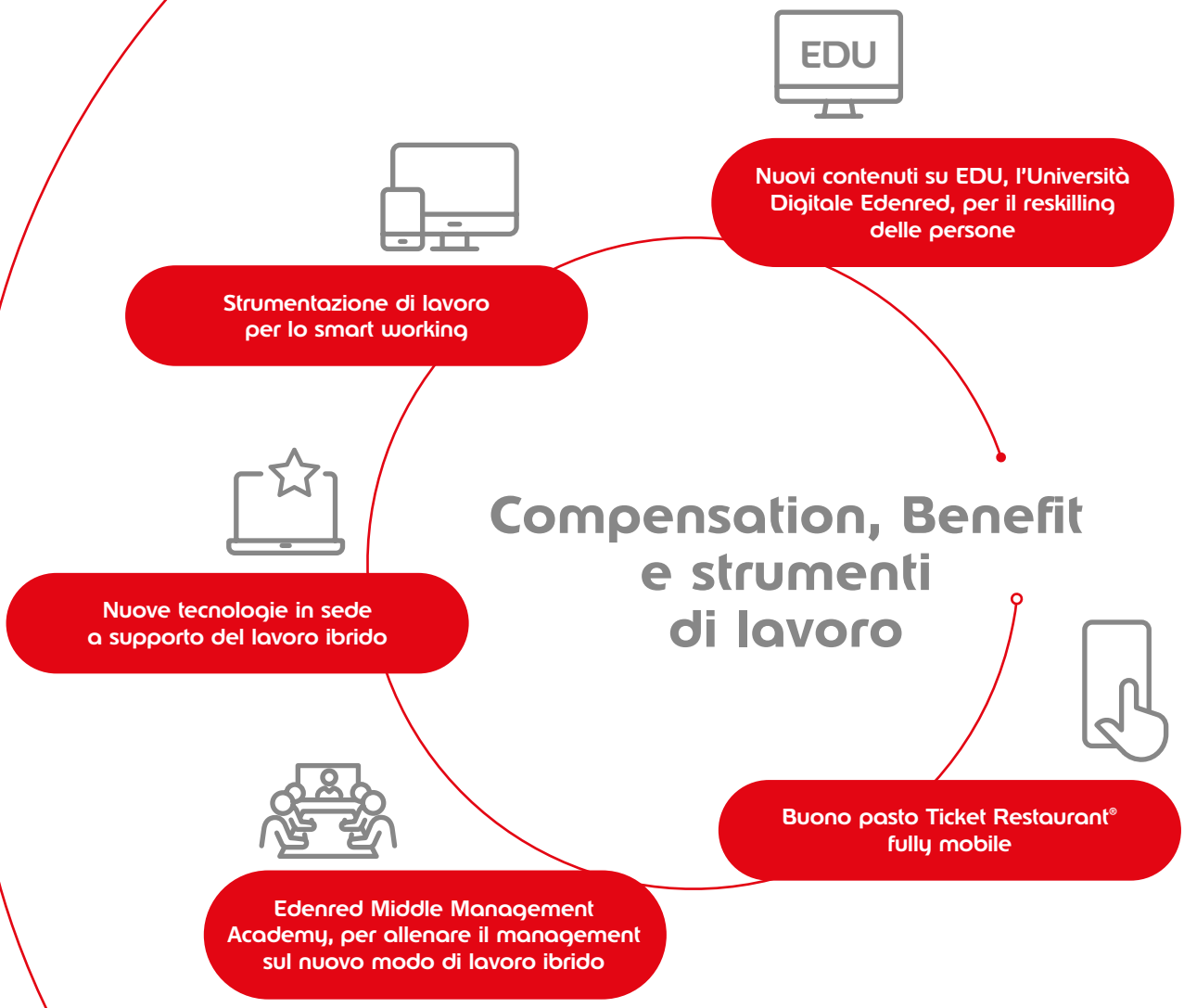
## Smart working e "New Normal"

Nato come strumento di resilienza durante l'emergenza, lo smart working si è rivelato una **modalità di lavoro agile e inclusiva**, in grado di offrire alle nostre persone la possibilità di conciliare vita privata e professionale. Questo significa maggiore flessibilità e la possibilità di andare incontro alle esigenze personali dei lavoratori e dei loro familiari oltre che a rendere il lavoro più inclusivo per le persone con disabilità.

**2**
giorni di smart working alla settimana per tutti

**12**
giorni al mese di smart working per i genitori di bambini in età 0-3 anni a partire da marzo 2022

Oltre allo smart working, introdotto nel 2020 per sostenere le nostre persone durante l'emergenza Covid-19, sono **molti altri i servizi e i benefici** nati per fronteggiare la crisi **che abbiamo deciso di adottare definitivamente** e che oggi sono parte integrante della strategia di Compensation & Benefit.




Attraverso un **piano di welfare aziendale**, mettiamo a disposizione delle nostre persone beni e servizi che concorrono ad aumentare il loro benessere e a favorire la conciliazione tra vita privata e professionale. La soluzione offerta permette ai nostri dipendenti di beneficiare, senza alcun anticipo di denaro, di un **maggior potere di acquisto** - rispetto alla corresponsione in busta paga dello stesso importo - per spese in sanità, assistenza familiare, istruzione e formazione, oltre a viaggi, sport e cultura.

## Premio Caring Company®

Valorizzare la sinergia vita-lavoro e la diversità delle persone attraverso un nuovo stile di leadership è fondamentale per contribuire alla crescita e al cambiamento culturale del Paese. A gennaio 2022 siamo stati **premiati da Lifeed come Caring Company®** per le iniziative implementate in azienda nel 2021. In particolare, per essere un'azienda innovativa e coraggiosa che ha scelto di mettere al centro della propria strategia il benessere e il reale potenziale delle persone.

# Iniziative a supporto della genitorialità

Crediamo fortemente nel **valore della genitorialità,** che permette di sviluppare competenze importanti per la crescita personale e professionale, con un riflesso positivo anche sui risultati dell'azienda. Per questo motivo, supportiamo le nostre persone attraverso **iniziative dedicate alla genitorialità,** per garantire un adeguato work-life balance e confermare il nostro impegno per l'empowerment femminile.

Un impegno concreto è dedicato alle colleghe che sperimentano la maternità e alle loro famiglie, attraverso **l'integrazione fino al 100% della retribuzione** prevista dalla legge durante il periodo di maternità obbligatoria. Nel 2022 l'obiettivo è di introdurre l'**integrazione fino al 50% della retribuzione** percepita durante i **congedi parentali** successivi, che possono essere richiesti dalle mamme o dai papà fino al compimento dell'anno del bambino.

**100%**
**l'integrazione di retribuzione di maternità obbligatoria**

**50%**
**l'integrazione di retribuzione di maternità facoltativa a partire da marzo 2022**

Tra gli obiettivi del 2022, anche la possibilità per i neo-genitori di **lavorare in smart working 12 giorni al mese**, fino ai 3 anni di età del bambino, per un migliore work-life balance in un momento familiare così importante.

Riteniamo inoltre che la **genitorialità** sia un'esperienza che permette di acquisire maggiore consapevolezza e può rappresentare un **momento importante di crescita personale,** in grado di rafforzare e sviluppare l'intelligenza emotiva, l'autorevolezza, la capacità di ascolto, di guida e di molte altre competenze utili sia nella vita privata sia in quella lavorativa.

Per questo, abbiamo dedicato alle mamme in attesa e ai neogenitori con figli fino ai 3 anni un **percorso formativo dedicato,** che sottolinei la sinergia tra genitorialità e lavoro permettendo di apprendere le tecniche per trasferire le competenze acquisite nel ruolo di genitori anche sul luogo di lavoro.

## CONGEDO PARENTALE E MATERNITÀ

| | 2020 | 2021 |
|---|---|---|
| Persone che hanno usufruito del congedo parentale | 14 | 11 |
| Persone che sono andate in maternità | 6 | 4 |
| Persone che sono rientrate dalla maternità | 3 | 9 |

## PART-TIME

| | 2020 | 2021 |
|---|---|---|
| PART-TIME | 3% | 2% |
| FULL-TIME | 97% | 98% |

Sono diventato bi-papà da pochi mesi e mi sento di essere fortunato a lavorare in un'azienda come Edenred, attenta ai bisogni dei genitori. Tra le varie iniziative promosse a supporto, ho particolarmente apprezzato il Master in genitorialità proposto da Lifeed. Un percorso che aiuta a comprendere come bilanciare la vita lavorativa con quella familiare, dando anche spunti interessanti su come le competenze acquisite sul lavoro possano aiutare ad essere genitore e, viceversa, come le nuove sfide da genitore possano aiutare in ambito lavorativo.

**Luca Melgrati,**
Product Owner

Diventare genitori è uno dei cambiamenti più potenti che ci può capitare di affrontare. Fare parte di un'azienda che accoglie e riconosce questa fase di vita delicata delle sue persone, dedicando loro iniziative a sostegno della genitorialità e della conciliazione vita-lavoro, è senza dubbio un valore aggiunto importante.

**Erica Vitolo,**
Welfare Training Coordinator

# Strumenti di comunicazione

L'avvento del Covid-19 e la conseguente introduzione dello smart working, che permette un approccio al lavoro ibrido, ha reso impellente la **creazione di strumenti di HR e di comunicazione interna** per mantenere e rinforzare il senso di appartenenza all'azienda anche in situazioni in cui la presenza fisica non è sempre possibile.

## Edenpeople

è la piattaforma lanciata nel 2020 in tutti i Paesi del Gruppo che **gestisce i processi HR** come: il profilo personale del dipendente, cedolini, organigrammi, pianificazione ferie, permessi e molto altro. Tra le funzioni disponibili sulla piattaforma, anche l'Annual Appraisal, ovvero l'intervista annuale di valutazione tra collaboratori e manager.

## Red

è la **piattaforma globale di comunicazione interna** che connette tutte le Country e le persone del Gruppo Edenred. Un efficace strumento per rimanere aggiornati, condividere notizie, temi di attualità, best practice, partecipare alle challenge e congratularsi per un successo.

# Volontariato aziendale

Ogni anno le nostre persone hanno la possibilità **dedicare ore lavorative ad attività di volontariato** a supporto delle comunità locali. Nel corso del 2021 abbiamo proposto 4 diverse attività in collaborazione con le associazioni sul territorio, che sono culminate nell'Idealday, la giornata mondiale di Edenred dedicata alla solidarietà e organizzata dal Gruppo nei 46 Paesi in cui è presente.

## Raise Against Hunger

I volontari hanno assemblato oltre **45 mila kit per uso domestico** contenenti alimenti di base utili a sostenere persone bisognose per un periodo di 2 settimane. L'attività si è svolta a Milano e a Roma, nelle sedi dell'organizzazione.

**Raise Against Hunger** è l'organizzazione internazionale no profit impegnata nella **lotta contro la fame nel mondo** attraverso la distribuzione di cibo e altri aiuti umanitari.

Volontari coinvolti

**27**

Ore di volontariato

**125**

## PlanBee e CasciNet

I volontari, dopo aver ricevuto una formazione teorica da personale qualificato, hanno preso parte a un'**attività di piantumazione** volta alla semina di arbusti da frutto e piante forestali per **proteggere la biodiversità e contribuire all'assorbimento di $CO_2$ dall'aria.** Le attività si sono svolte a Milano, nel Parco della Vettabbia, dove è stata data vita al Bosco di Edenred.

**PlanBee** è la piattaforma italiana dedicata al crowdfunding civico e ambientale che realizza progetti che generano benefici per il territorio e per le persone.

**CasciNet** è un'associazione senza finalità di lucro che ha l'obiettivo di ridisegnare una Milano più sostenibile, sia dal punto di vista ambientale che sociale.

| Alberi piantati | Volontari coinvolti | Ore di volontariato |
|---|---|---|
| 100 | 37 | 148 |

Ho partecipato con piacere alla giornata di volontariato organizzata da Edenred insieme a PlanBee e CasciNet. Un'esperienza nuova che mi ha consentito di trascorrere una giornata a contatto con la natura insieme ai miei colleghi e avvicinarmi ai progetti di agroforestazione. Un'iniziativa affascinante perché connette le persone al territorio, favorisce la riqualificazione degli spazi urbani e promuove la tutela dell'ambiente e della biodiversità.

**Stefania Chianese,**
Events & Project coordinator

## A.DO.V – Associazione Donatori Voce

I volontari hanno dedicato il proprio tempo in **attività di lettura e registrazione di libri per persone non vedenti e ipovedenti.**
Le attività si sono svolte da remoto.

**A.DO.V** è l'associazione che vuole dare completa accessibilità alla lettura per tutti coloro hanno difficoltà a leggere.

Volontari coinvolti

**25**

Ore di volontariato

**154**

Ho partecipato con entusiasmo all'iniziativa di lettura di un libro ad alta voce per A.DO.V: grazie all'Idealday, anche durante il Lockdown, ho potuto fare un'attività diversa dalla routine quotidiana, insieme ai miei colleghi, donando un po' di tempo e di voce al prossimo. Questo mi rende orgoglioso di lavorare in Edenred!

**Giovanni Borromeo,**
Head of Strategy

## Sport Senza Frontiere

I volontari sono stati impegnati in attività come: aiuto nello svolgimento di compiti, sostegno e partecipazione a eventi sportivi, realizzazione di materiale fotografico e di comunicazione, trasporto di bambini o materiali.
Le attività si sono svolte a Roma e Milano.

**Sport Senza Frontiere** realizza **progetti di inclusione sociale attraverso la pratica sportiva** rivolta a bambini e giovani in condizioni di disagio.

Volontari coinvolti

**8**

Ore di volontariato

**101**

Tutte le iniziative di volontariato vengono concentrate in occasione dell'**Idealday**, la giornata che il Gruppo Edenred dedica alla solidarietà coinvolgendo tutte le realtà dei 46 Paesi in cui è presente.
Anche in Italia, tutte le nostre persone hanno la possibilità di **sostenere le organizzazioni presenti nei territori in cui operiamo** con attività dedicate alla solidarietà e all'ambiente.

**528**
ore di volontariato donate dalle nostre persone

idealday

**87***
numero di dipendenti coinvolti

**25.300**
l'importo in euro devoluto per supportare le associazioni con cui nel 2021 abbiamo svolto attività di volontariato

* Alcuni dipendenti hanno partecipato a più attività per questo motivo la somma totale dei dipendenti coinvolti non corrisponde a quella delle singole attività

# Salute e sicurezza sul lavoro

In continuità con quanto realizzato nel 2020, anche nel corso del 2021 abbiamo messo in atto **protocolli specifici di salute e sicurezza** tenendo in considerazione il continuo evolversi della situazione pandemica in corso.

Mettendo sempre **al primo posto la salute delle nostre persone,** a seconda dell'andamento dei contagi, abbiamo mantenuto aperti gli uffici aggiustando, di volta in volta, le opportune misure di contenimento e messa in salute e sicurezza.

## Sicurezza negli uffici

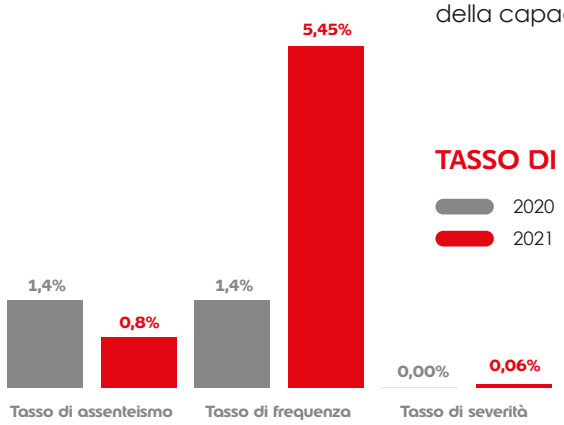
- Ingresso contingentato: 50% posti occupabili
- Controllo Green Pass e misurazione temperatura all'ingresso
- Ingresso su base volontaria nei momenti di picco pandemico
- Campagne volontarie di tamponi presso le sedi e a domicilio

Nel corso del 2021 si sono verificati 25 casi di dipendenti risultati positivi al Covid-19. In termini di prevenzione, Edenred ha lanciato **diverse campagne volontarie di tamponi,** sia nei propri uffici che a domicilio, indirizzati a chi segnalava i sintomi legati al Coronavirus. Sono stati effettuati oltre 300 tamponi in totale.

Il Comitato per la Sicurezza – formato da Rappresentanti del Datore di Lavoro, Rappresentanze Sindacali, RLS, Medico Competente e RSPP – si è riunito diverse volte nel corso dell'anno per **gestire le attività di evoluzione e mantenimento del Sistema di salute e sicurezza aziendale** come, ad esempio, la valutazione connessa allo "stress da lavoro correlato", la preparazione delle prove di evacuazione, le riunioni periodiche da Sistema e molto altro. Inoltre, nel corso del 2021, il Comitato si è riunito anche per determinare le regole alla base del protocollo definito per il contenimento della pandemia sui luoghi di lavoro aziendali.

Nel rispetto delle restrizioni, che sono mutate nel corso dell'anno, abbiamo quindi fissato regole di presenza o lasciato l'**ingresso agli uffici su base volontaria,** curando al massimo livello i protocolli di salute e sicurezza interni. Il risultato ottenuto è stato quello di allenare l'organizzazione, senza forzarla ad un modello organizzativo di lavoro ibrido (in presenza e in remoto). Da gennaio a dicembre il trend delle presenze è passato linearmente dal 50% della capacità(*) al 75% della capacità, per arrivare al 100% più di recente, nel corso del 2022.

## TASSO DI ASSENTEISMO, FREQUENZA E SEVERITÀ




Garantiamo l'accesso a servizi sanitari di qualità attraverso piani welfare che dedichiamo alle nostre persone e alle loro famiglie e dei quali è possibile usufruire attraverso l'utilizzo del credito in piattaforma, senza alcun esborso di denaro. Inoltre, tra i benefit che riconosciamo, ci sono l'**assicurazione sanitaria** e quella **integrativa**, con la possibilità di sottoscrivere pacchetti di assistenza dedicati e convenzioni agevolate per i familiari. Si aggiunge l'**assicurazione infortuni**, valida in tutti i Paesi del mondo con copertura h24 sia durante l'attività professionale che extra-professionale.

* % di postazioni occupabili nel rispetto del protocollo Covid-19 aziendale stabilito

# Lavoro, lotta alla discriminazione e diritti umani

Abbiamo implementato procedure volte a **prevenire il lavoro minorile** e una procedura per la gestione di segnalazioni da parte dei lavoratori. Per ogni tematica, come ad esempio potenziali situazioni di discriminazione, **ogni lavoratore può fare segnalazioni** attraverso una casella fisica presente in sede o un indirizzo di posta elettronica, entrambi gestiti da rappresentanti della direzione aziendale e dei lavoratori. Inoltre, esiste anche un indirizzo di posta elettronica di un ente terzo (SAAS – http://www.saasaccreditation.org/) a cui, per le procedure legate alla certificazione SA8000, ogni lavoratore può rivolgersi direttamente.

Le segnalazioni ricevute vengono gestite dai rappresentanti della direzione aziendale e dei lavoratori attraverso formali verbali di rendicontazione di azioni effettuate a riguardo. Infine, nel quadro delle attività di audit effettuate presso i fornitori rilevanti, monitoriamo anche le politiche degli stessi in generale sulle persone e in particolare sulla lotta alla discriminazione. Ad oggi non abbiamo ricevuto segnalazioni né da dipendenti né da fornitori su situazioni legate a discriminazioni di alcun genere.

# Training and Development

Mettiamo le nostre persone al centro di ogni decisione e questa cura si manifesta anche nell'importanza che attribuiamo alla formazione e allo sviluppo professionale dei nostri dipendenti.
Ogni anno prevediamo un **piano formativo e di sviluppo personalizzato** dedicato a ogni dipendente dell'azienda, per supportarlo nell'acquisizione delle competenze richieste dal ruolo che ricopre e dal proprio livello di professionalità.

Nel 2021 sono state **erogate 7.559 ore complessive di formazione*** ed è stata completata la mappatura del potenziale di sviluppo sulla popolazione del Top Management e Middle Management, pari al 15% della popolazione. Nel 2022 è in piano l'estensione al 100% delle nostre persone.

**7.559**
ore annue di formazione

**12,6**
media di ore di formazione

**50%**
persone che ricevono un assessment di sviluppo

**100%**
persone che ricevono un assessment delle performance

**1,5%**
training ratio

Annualmente viene effettuata la **mappatura del potenziale** attraverso uno strumento che consente di incrociare:

- I comportamenti agiti (competenze) in relazione al ruolo che ricoprono.
- Le performance che sono valutate annualmente in occasione dell'**Annual Appraisal,** ovvero il momento di valutazione individuale di raggiungimento degli obiettivi.

*A queste si aggiungono 2.699 ore di formazione erogate sulla piattaforma di Gruppo EDU

## Le 5 macro-competenze applicate su ogni dipendente per la mappatura del talento

### Digital & Agile Mindset

Saper comprendere l'impatto digitale sul nostro business, i nostri clienti e le nostre persone, adottare un approccio agile e reagire ad un contesto di mercato in rapida evoluzione.

### Growth Motivation & Capacity

Avere un mindset orientato alla crescita, all'ambizione e alla capacità di affrontare nuove sfide e di avanzare nella propria carriera, imparando dai propri errori.

### Passionate Doer

Energia, atteggiamento positivo e determinazione orientati all'ottenimento di risultati anche in circostanze difficili. Elevata tolleranza alla pressione e forti capacità di gestione dello stress.

### Visionary & Strategic Leader

Capacità di risoluzione di problemi complessi e proposta di soluzioni innovative per il raggiungimento del successo aziendale. Forte senso degli affari, conoscenza del cliente e sensibilità.

### People & Organizational Intelligence

Abilità, per chi è alla guida di un team, di creare un ambiente di lavoro in cui le persone siano motivate. Capacità di delega, valorizzazione delle diversità e collaborazione con i peer.

Sulla base dell'analisi delle aree di miglioramento vengono definiti percorsi personalizzati di formazione e sviluppo.

## EDENRED MIDDLE MANAGEMENT ACADEMY

Il progetto dedicato al nostro Middle Management con l'obiettivo di costruire un set comune di competenze manageriali come *Strategic Thinking, People Intelligence, Growth Mindset, Passionate Doer e Metodologia Agile,* che possano supportare il management nel raggiungimento degli obiettivi nel New Normal.

Coinvolto il 100% del Middle Management.

## TALENT WEEK

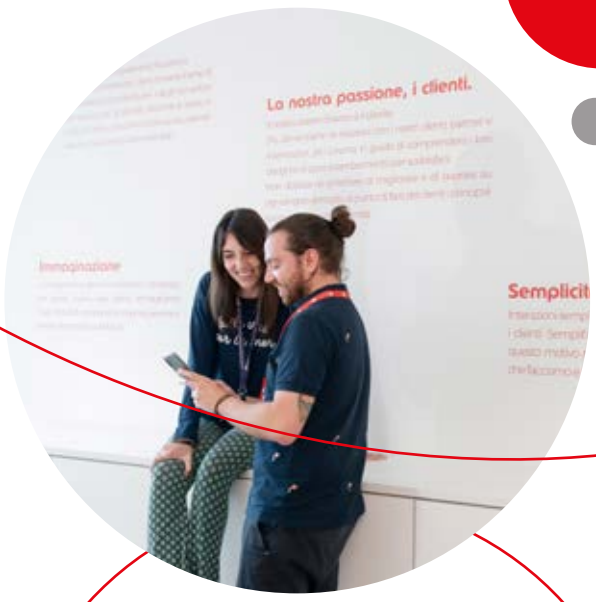
Alle persone con alto potenziale di sviluppo è dedicata un'attività progettuale e formativa di gruppo durante la quale, attraverso il confronto con figure talent delle altre 46 Country, è possibile vivere un percorso di formazione e sviluppo di 3 mesi che culmina con un'intera settimana in presenza presso l'Head Quarter del Gruppo a Parigi.

## COACHING PERSONALIZZATO

È stato lanciato nel 2021 un programma di coaching personalizzato sugli obiettivi di sviluppo di ciascun Middle Manager.

Partecipo al progetto di coaching con cadenza settimanale e sono molto felice del percorso intrapreso! La coach che ho scelto si è rivelata molto professionale, empatica, dinamica e disponibile. Ogni sessione è un momento di allenamento, ma anche di divertimento, che mi permette di conoscermi meglio. L'approccio è motivante e "leggero" e stimola con facilità ragionamenti ed esercizi che applico nella mia vita quotidiana e professionale.

**Elena Bianco,**
Legal & Privacy Manager




## EDENSTEP

Il programma internazionale dedicato ai giovani talenti neolaureati nelle migliori Università del mondo, che offre la possibilità di lavorare per due anni in due differenti Paesi del Gruppo. L'Italia attualmente ospita 2 giovani ogni anno.

Ho vissuto i due anni di Edenstep in modalità "test and learn", dove l'importante è essere aperti ad imparare e flessibili al cambiamento. È sicuramente un'esperienza che arricchisce incredibilmente il bagaglio culturale di ogni Graduate. Ciò che mi porto a casa è che per creare sinergie lavorative serve un rapporto umano: il team e il manager sono persone chiave per una crescita costruttiva e, nel mio caso, i manager che ho incontrato durante le rotazioni nelle Country sono stati mentori e fonte di ispirazione eccezionali. A giochi fatti, posso dire che è stato un percorso unico nel suo genere, che mi ha portato esattamente dove volevo arrivare.

**Morena Albanese,**
Digital Marketing Specialist

## GAMING EXPERIENCE

Circa 200 persone sono state coinvolte in un'esperienza di gaming virtuale per mettersi alla prova, confrontarsi con i propri colleghi e lavorare sulle competenze importanti per la famiglia Edenred: *Digital Mindset, Growth Mindset, Passionate Doer, Visionary Leader, Strategic Thinking e People Intelligence,* ovvero le competenze che i Middle Manager allenano durante il loro percorso di Academy.

## MENTORSHIP

Sono disponibili 3 percorsi di mentorship dedicati alle colleghe donne, in collaborazione con:

- Chambre de Commerce et d'Industrie en Italie
- Valore D
- Corporate e di Gruppo Edenred

Oltre ai corsi di formazione di carattere obbligatorio, nel 2021 abbiamo messo a disposizione su **EDU** - **Edenred Digital University** - diversi corsi di formazione per consentire ai nostri manager e alle nostre persone di **allenare le soft skills** necessarie per affrontare il nuovo modo di gestire le relazioni in modalità di lavoro ibrido.

A partire dal 2022, ci siamo dati l'obiettivo di prevedere per le nostre persone una **formazione specifica sui temi dello sviluppo sostenibile**, con l'obiettivo di ispirare il cambiamento e ripensare in modo più efficiente e sostenibile i nostri processi aziendali.

## RIDUZIONE EMISSIONI CO2e

**-45%**
DATO AL 31.12.21

-26% OBIETTIVO 2022

-52% OBIETTIVO 2030

% riduzione CO2e/mq rispetto al valore del 2013

**n/a***
DATO AL 31.12.21

-20% OBIETTIVO 2022

-52% OBIETTIVO 2030

% riduzione CO2e flotta auto rispetto al 2019

## WASTE MANAGEMENT

**100% rifiuti riciclati**
DATO AL 31.12.21

100% RIFIUTI RICICLATI
OBIETTIVO 2022

100% RIFIUTI RICICLATI
OBIETTIVO 2030

Zero Rifiuti

* Obiettivo definito a partire dal 2022

# PLANET

## ECO-DESIGN

% di soluzioni eco-design sul totale dei prodotti

**100%**
DATO AL 31.12.21

35% OBIETTIVO 2022

70% OBIETTIVO 2030

## SOLUZIONI SOSTENIBILI

Numero di servizi eco-sostenibili offerti

**2**
DATO AL 31.12.21

1 OBIETTIVO 2022

1 OBIETTIVO 2030

# Planet

## Il nostro impegno per l'ambiente

Ci prendiamo cura di ciò che ci circonda: per questo la **protezione dell'ambiente** è uno dei pilastri della nostra strategia di sostenibilità. Da anni siamo impegnati nella **riduzione delle emissioni di $CO_2$** generate all'interno dei nostri luoghi di lavoro, nell'eliminazione degli sprechi, nell'utilizzo più efficiente delle risorse naturali e nella proposta di soluzioni che aiutino i nostri clienti e gli user a prendersi cura dell'ambiente in cui vivono, in linea con la nostra mission.

Dal 2012, a livello di Gruppo, in tutte le sedi nel mondo con più di cinquanta dipendenti **definiamo e monitoriamo gli indicatori di prestazione ambientali** come le emissioni di gas effetto serra, l'uso dell'energia e delle risorse, la produzione di rifiuti e la conformità alla normativa e agli standard internazionali. Dal 2017, con l'adozione della strategia di sostenibilità, abbiamo fissato dei target di medio e lungo periodo che impegnano tutte le realtà del Gruppo nell'adottare misure che riducano l'impatto ambientale d'impresa.

A livello locale, nel 2017 abbiamo avviato un processo per l'ottenimento della **certificazione ISO 14001** che è stata ottenuta nell'anno stesso e rinnovata ogni anno. L'attività di audit non ha rilevato criticità tali da influenzare il mantenimento della certificazione, che è stata confermata, ma sono stati segnalati margini di miglioramento per l'ottimizzazione e l'efficientamento del nostro sistema di gestione, che saranno completati entro il termine del 2022.

# I materiali utilizzati nelle nostre sedi e per i nostri prodotti

All'interno delle nostre sedi promuoviamo la **raccolta differenziata** e un **approccio paperless** della gestione documentale e operativa. Inoltre, abbiamo reso i nostri uffici italiani **"single-use plastic free"** installando distributori per il refill dell'acqua e incentivandone l'utilizzo da parte delle nostre persone grazie alla distribuzione di borracce e tazze. Inoltre, i bicchieri e i cucchiaini dei distributori delle bevande calde sono in materiale 100% compostabile e vengono smaltiti secondo le disposizioni comunali.

Chiediamo ai produttori terzi con cui lavoriamo e ci confrontiamo di trovare **soluzioni che rispettino l'ambiente** per la produzione di **buoni cartacei** e **carte elettroniche in plastica.**

I buoni cartacei vengono smaltiti dai merchant nostri partner secondo le disposizioni dei comuni di appartenenza. Le tessere elettroniche non hanno invece una scadenza; questo ne consente l'utilizzo per molto tempo senza la necessità di gestire ritiri e distribuzioni da parte nostra. Solo in alcuni casi ne è previsto contrattualmente il reso, che nel 2021 è stato circa il 15% sul numero di tessere distribuite nello stesso anno.

# I nostri prodotti e il percorso verso la sostenibilità

A partire da ottobre 2021, tutti i nuovi contratti stipulati per il prodotto Ticket Restaurant® e Edenred Shopping* prevedono la consegna di prodotti materiali a minor impatto ambientale.

## Buoni cartacei

I buoni cartacei, utilizzati per i prodotti Ticket Restaurant® ed Edenred Shopping, rappresentano il consumo principale di carta. Dal 2018 al 2020, grazie alle maggiori agevolazioni fiscali per i buoni pasto elettronici e alle nuove esigenze scaturite dalla pandemia, c'è stata una **forte spinta verso la digitalizzazione dei nostri prodotti**, con una **conseguente riduzione dei consumi di carta.**

Nel 2021 il consumo di carta è diminuito a causa della minore emissione di buoni cartacei: -18% rispetto al 2020 e -60% rispetto al 2019. A partire da ottobre 2021, inoltre, **la totalità dei Ticket Restaurant® cartacei e dei buoni cartacei Edenred Shopping** sono **realizzati al 100% in carta certificata FSC,** proveniente da foreste o piantagioni forestali gestite nel rispetto di rigorosi standard ambientali sociali ed economici.

**Carta**

| | Brochure | Consumi in ufficio | Ticket Restaurant® e paper solutions |
|---|---|---|---|
| 2020 | 1.637 Kg | 3.075 Kg | 58.826 Kg |
| 2021 | 2.338 Kg | 1.763 Kg | 48.214 Kg |
| | +43% | -43% | -18% |
| | | | DI CUI 14.742 FSC |

TOTALE KG CARTA 2020: 63.538 Kg

TOTALE KG CARTA 2021: 52.315 Kg

-18%

* Sono escluse le tessere relative al prodotto Ticket Restaurant® Canteen, il servizio di mensa diffusa, quantitativo non significativo inferiore al 10%

# I consumi di plastica

I consumi di plastica si riferiscono alle tessere elettroniche utilizzate dai beneficiari per utilizzare in modalità elettronica i nostri buoni pasto.
A partire **dal 2020 il numero di carte elettroniche è gradualmente cresciuto**, come conseguenza delle agevolazioni fiscali verso soluzioni elettroniche e per effetto della pandemia, il che ha reso necessaria una nuova modalità di distribuzione dei buoni pasto. Nel 2020 l'incremento di carte elettroniche distribuite è stato del 61% in più rispetto all'anno precedente (757.319); un numero che è continuato a crescere anche nel 2021.

Le **carte elettroniche** rappresentano una **soluzione a minor impatto ambientale** rispetto ai buoni cartacei, in quanto abbattono significativamente le emissioni di CO2e legate ai trasporti. La carta elettronica, infatti, non ha scadenza, prevede la gestione da remoto di eventuali disservizi e il caricamento da remoto dei buoni pasto rendendo necessaria la consegna solo al momento dell'assegnazione.

Pur non producendo direttamentele tessere elettroniche, ci siamo impegnati insieme ai nostri fornitori per incentivare l'utilizzo di materiale riciclato. A partire da ottobre 2021 tutti i nuovi contratti prevedono la consegna ai beneficiari di **carte elettroniche realizzate per l'85% da plastica riciclata R-PVC.**

**Plastica**

Numero di carte messe in circolazione durante l'anno

2020
**757.319**

2021
**843.045**

di cui 120.669 R-PVC

# Le nostre soluzioni a basso impatto ambientale

Nel corso del 2021 **abbiamo messo in atto importanti iniziative per ridurre l'impatto ambientale dei nostri prodotti.** In particolare, da ottobre, tutti i buoni pasto e i buoni acquisto distribuiti a fronte di nuovi accordi in formato cartaceo sono realizzati in FSC, mentre le carte elettroniche sono prodotte per l'85% in R-PVC.

Il nostro impegno non si ferma qui. Al termine del 2021 ha preso avvio un **progetto di Life Cycle Assessment** dei prodotti cartacei, elettronici e digitali per valutarne gli impatti ambientali lungo tutta la filiera, con l'obiettivo di individuare le aree di miglioramento, incrementare l'efficienza energetica e ridurre il nostro impatto ambientale in termini di emissioni di CO2e.

Le carte elettroniche realizzate in R-PVC sono: Ticket Restaurant®, Ticket Restaurant® Max ed eLunch.

**Oltre 2 tonnellate di PVC in meno sul mercato**

**Impiego di rifiuti per la produzione, in una logica di economia circolare**

**15% in meno di CO2e emessa**

# L'utilizzo di energia

I **consumi energetici** sono principalmente **legati alla fornitura di energia per gli uffici di Milano**, gli impianti di refrigerazione e all'utilizzo di **carburante per la flotta auto aziendale**. Ai fini della redazione del Bilancio di Sostenibilità e del reporting al Gruppo, non viene considerato il consumo delle sedi con meno di cinquanta dipendenti.
Sono invece gestiti in cloud - e quindi esternalizzati - alcuni servizi relativi alla gestione di infrastrutture e piattaforme; questi consumi energetici non rientrano pertanto nei consumi diretti.

**Consumi**

| | Gas naturale | Elettricità | Gas refrigerante | Benzina e Diesel |
|---|---|---|---|---|
| 2020 | 302.821 Kg | 649.517 kWh | 8,94 Kg | 1.839.365 kWh |
| 2021 | 436.151 Kg | 678.349 kWh | 1,76 Kg | 1.443.125 kWh |
| | +44% | +4% | -80% | -22% |

Il consumo di energia elettrica ha registrato un calo significativo nel 2020 per effetto dell'emergenza sanitaria, che ha accelerato l'adozione dello smart working costringendo tutti al lavoro da remoto per alcune settimane. Tuttavia, dopo le fasi più critiche della pandemia, il lavoro da remoto è stato comunque mantenuto a 2 giorni alla settimana per tutti e 12 giorni al mese per genitori di bambini in età 0-3 anni. Nel 2021 il maggiore afflusso di persone negli uffici ha comportato un aumento dei consumi, anche se sono state messe in atto **misure di efficientamento** come il completamento della **sostituzione di lampade a LED** nella sede di Milano e nelle altre sedi italiane.

**-2,3%***
**valutazione sistematica utilizzo energia 2018 vs 2014**

* Diagnosi energetica: IP generale del vettore elettrico 176 KWh/m2 nel 2014 e 171 kWh/m2 nel 2018

Per quanto riguarda invece gli **impianti di raffreddamento,** questi assorbono circa il 38% dei consumi di energia elettrica. Nel 2020 sono stati installati contatori dedicati a monitorarne il consumo energetico ed è stata pianificata per il 2022 la sostituzione degli impianti di refrigerazione per migliorarne l'efficienza.

In relazione all'utilizzo di energia elettrica, è importante sottolineare che questi dati non interessano il consumo dato dal funzionamento e raffreddamento dei data center. La maggior parte dei servizi, infatti, è gestito in cloud a livello di Gruppo.

La nostra attenzione per l'ambiente, tuttavia, ci ha portato a esternalizzare il servizio presso i fornitori, il 93% dei quali è impegnato in un percorso di riduzione delle emissioni di CO2e secondo il *Science Based Target initiatives* (SBTi). Inoltre, il Gruppo si impegna per un utilizzo più razionale dell'energia e per **ridurre l'impronta di carbonio dei propri data center**, con l'obiettivo di diminuire il più possibile l'efficienza energetica media (PUE) nei prossimi anni. Per raggiungere questo obiettivo, Edenred sta lavorando per ridurre il consumo energetico **aumentando l'utilizzo di server virtuali e ottimizzando l'uso dell'energia.**

Circa il 23% dei data center di Gruppo ha utilizzato energia rinnovabile nel 2020 con un PUE (Power Usage Effectiveness), ovvero la metrica dell'efficienza energetica di 1,41, contro una media di 1,5.

Per quanto riguarda il nostro impegno sulla riduzione dell'impatto della flotta auto, da alcuni anni **è stata rivista la car list di veicoli disponibili,** eliminando la possibilità di scelta poco efficiente e **spingendo verso soluzioni con minori emissioni di CO2e**. L'obiettivo per il 2022 e 2023 è quello di spingere ulteriormente verso una flotta auto a minor impatto ambientale, **incrementando i veicoli hybrid ed elettrici.**

Nel 2021 sono stati rendicontati i consumi della sede in Albania, mentre per il 2022 l'obiettivo è quello di definire i processi di reportistica dei dati ed effettuare analisi che consentano la valutazione di interventi per l'efficienza energetica degli uffici. Nella sede albanese l'energia elettrica viene utilizzata anche per il riscaldamento e il raffreddamento degli uffici. Per garantire una maggiore efficienza energetica vengono utilizzate lampadine LED a basso consumo di elettricità.

## CONSUMI SEDE ALBANESE RELATIVI AL 2021

**59.491 kWh**

Energia elettrica consumata

**420 litri**

Quantità di acqua consumata

Raccolta differenziata

# Gestione dei rifiuti: l'impegno di Edenred

All'interno dei nostri spazi di lavoro promuoviamo la **riduzione degli sprechi e dei rifiuti** e incentiviamo la raccolta differenziata di carta, plastica, alluminio, vetro e umido. Lo smaltimento delle attività straordinarie di rifacimento degli spazi, verificatesi nel 2020 e in parte concluse nel 2021, è stato effettuato secondo le disposizioni di legge dalla società che si è occupata della manutenzione.

Gli **strumenti tecnologici** utilizzati negli uffici e dati in dotazione a tutte le nostre persone non sono di proprietà ma utilizzati a fronte di un **contratto di noleggio** con una società terza che è responsabile della sostituzione e, qualora necessario, del relativo smaltimento secondo quanto prevede la normativa per le strumentazioni elettroniche.

Per quanto riguarda i nostri prodotti fisici, lo smaltimento dei ticket cartacei è affidato ai merchant, mentre per le carte elettroniche sono i beneficiari stessi ad occuparsene, secondo le disposizioni del comune di residenza. Inoltre, grazie alla forte spinta verso la digitalizzazione delle nostre soluzioni e il conseguente aumento di soluzioni fully digital o in formato elettronico con l'utilizzo di card, l'utilizzo dei ticket cartacei è nettamente diminuito e, di conseguenza, lo smaltimento del prodotto è ridotto al minimo.

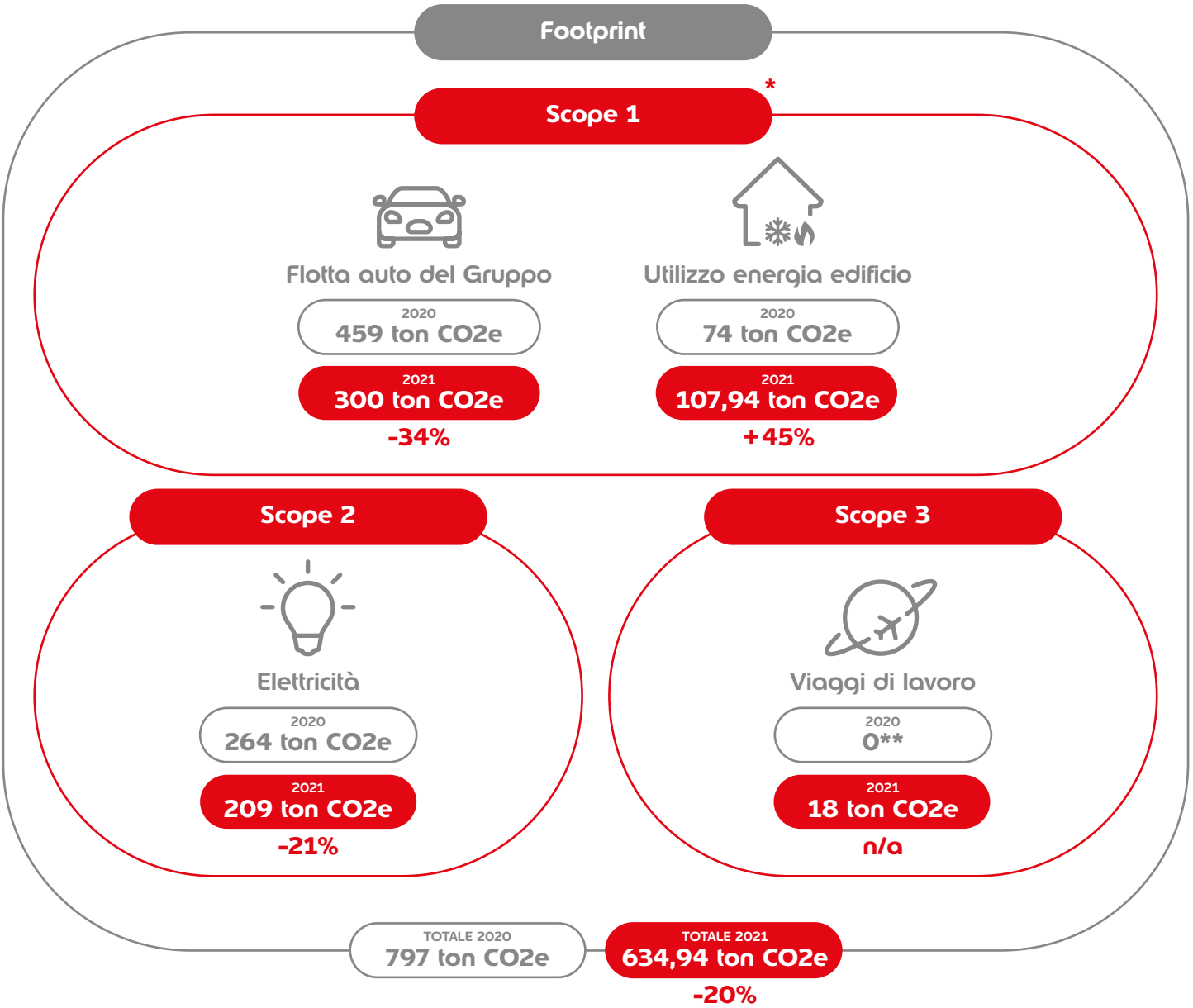
Ad oggi, la totalità dei rifiuti prodotta in sede viene riciclata e quindi smaltita differenziandone la raccolta.

# Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere

Il Gruppo è impegnato su un **chiaro obiettivo globale di riduzione di emissioni di CO2e** sullo scope 1 e 2 di -26% CO2eKg/m2 entro il 2022 e di -52% CO2eKg/m2 entro il 2030 rispetto alla *base line* del 2016.
Ad oggi rendicontiamo le emissioni relative allo scope 1 e 2 e solo parzialmente quelle relative allo scope 3.

**Scope 1:** Emissioni generate dal consumo di metano nelle sedi per il riscaldamento, il gas refrigerante e il carburante per i veicoli aziendali.
**Scope 2:** Emissioni generate dal consumo di energia acquistata.
**Scope 3:** Al momento rientrano solo le emissioni di CO2e generate dai viaggi di lavoro, mentre non sono rendicontate le emissioni sulla catena del valore (produzione delle nostre soluzioni, smaltimento dei prodotti e utilizzo degli stessi).

Coerentemente con l'approccio adottato nel Bilancio di Gruppo, le emissioni di CO2e sono state calcolate sulla base del tasso di conversione Bilan Carbone compatibile seguendo le linee guida dell'International GHG Protocol.




*Il grafico riporta solo le emissioni generate dal consumo energetico delle sedi italiane. Inoltre, i dati generati dai consumi del gas refrigerante e dai viaggi di lavoro sono pari a 0 perché sono stati tracciati dal 2021
** Viaggi non effettuati a causa della pandemia da Covid-19

La maggior parte delle emissioni che riguardano lo scope 1 sono rappresentate dall'utilizzo di carburante per la flotta auto, anche se le emissioni sono state ridotte del 35% rispetto al 2020. Questo è in parte dovuto anche all'utilizzo di una flotta auto a basso fattore inquinante.

In conformità con l'indice di misurazione delle emissioni del Gruppo, misuriamo la riduzione delle emissioni di CO2e dirette e indirette che vengono generate da fonti fisse (escluse quindi le emissioni generate dalla flotta auto) in termini di CO2e kg/mq.

Anche nel 2021, coerentemente con il trend degli ultimi anni, grazie all'efficientamento degli impianti e all'implementazione dello smart working, si è verificata una **riduzione delle emissioni** del 44% rispetto alla baseline del 2013 e una riduzione del 14% rispetto al 2020.

# Le nostre soluzioni sostenibili

## Edenred Mobility

In partnership con Movesion, nel 2021 abbiamo lanciato sul mercato **Edenred Mobility**, una piattaforma modulare dedicata alle aziende per assisterle nella **pianificazione** e nella **gestione degli spostamenti casa-lavoro** come previsto dalla legge 77/2020 (che ha convertito il DL "Rilancio" 34/2020).

Per le aziende con più di 100 dipendenti localizzate in un comune con più di 50.000 abitanti, il decreto prevede la **nomina di un Mobility Manager** con il compito di **redigere un piano di spostamenti casa-lavoro** per i dipendenti, per una riduzione strutturale e permanente del traffico nelle nostre città e una diminuzione della concentrazione di $CO_2e$ in atmosfera, causa principale del surriscaldamento globale.

Edenred Mobility

La nostra soluzione supporta i Mobility Manager nella raccolta dei dati relativi allo spostamento delle persone in azienda, nella definizione di un piano di spostamento e nella sua effettiva realizzazione. Questo è possibile grazie all'**attivazione di moduli nella piattaforma** che permettono l'accesso a servizi di carpooling e ad alcune convenzioni per i servizi di car e bike sharing e per il trasporto pubblico.

Inoltre, la piattaforma offre attività di gamification che sensibilizzano sull'emergenza climatica, stimolano il cambiamento e consentono alle aziende di poter tracciare le emissioni di CO2e evitate.

# Doggy bag

Nel 2021 è proseguito l'impegno avviato con ReBOX per la **distribuzione gratuita di box – Doggy bag** presso alcuni bar e ristoranti nostri partner. Ciò consente ai beneficiari delle nostre soluzioni, e non solo, di portare a casa il cibo avanzato durante un pasto permettendoci di **sensibilizzare le persone contro lo spreco alimentare.**

L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO) ha stimato che l'8% delle emissioni di CO2e a livello mondiale è causato dallo spreco alimentare. Per questo, avendo a cuore la riduzione delle emissioni di gas serra, nel 2021 abbiamo confermato l'impegno avviato nel 2020 distribuendo 11.000 box ad oltre 500 partner sul territorio milanese.

2021
**11.000 box**

2021
**500 partner convenzionati**

# Too Good To Go

Abbiamo rinnovato l'impegno contro lo spreco alimentare al fianco di Too Good To Go. Grazie ad un accordo con **l'app leader nella lotta allo spreco alimentare,** abbiamo offerto ai nostri merchant la possibilità di contribuire alla lotta allo spreco alimentare, ridurre l'invenduto giornaliero e, al contempo, allargare la propria clientela attraverso la visibilità in piattaforma.

## BUSINESS ETICO E RESPONSABILE

**100%**
DATO AL 31.12.21

100% OBIETTIVO 2022

100% OBIETTIVO 2030

Riferimento Codice Etico nei contratti

**100%**
DATO AL 31.12.21

100% OBIETTIVO 2022

100% OBIETTIVO 2030

% di dipendenti che prendono visione del Codice Etico

**Certificazione**
DATO AL 31.12.21

CONFERMA CERTIFICAZIONE
OBIETTIVO 2022

CONFERMA CERTIFICAZIONE
OBIETTIVO 2030

Certificazione EcoVadis

## PRIVACY E DATA PROTECTION

**100%**
DATO AL 31.12.21

100% OBIETTIVO 2022

100% OBIETTIVO 2030

% di dipendenti formati su privacy e data protection

**ISO 27001**
DATO AL 31.12.21

ISO 27001 OBIETTIVO 2022

ISO 27001 OBIETTIVO 2030

ISO 27001

# PROGRESS

## SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Certificazione qualità

**ISO 9001**
DATO AL 31.12.21

ISO 9001 OBIETTIVO 2022

ISO 9001 OBIETTIVO 2030

## ALIMENTAZIONE SANA E SOSTENIBILE

% di user e merchant sensibilizzati su alimentazione sana e sostenibile

**100%**
DATO AL 31.12.21

100% OBIETTIVO 2022

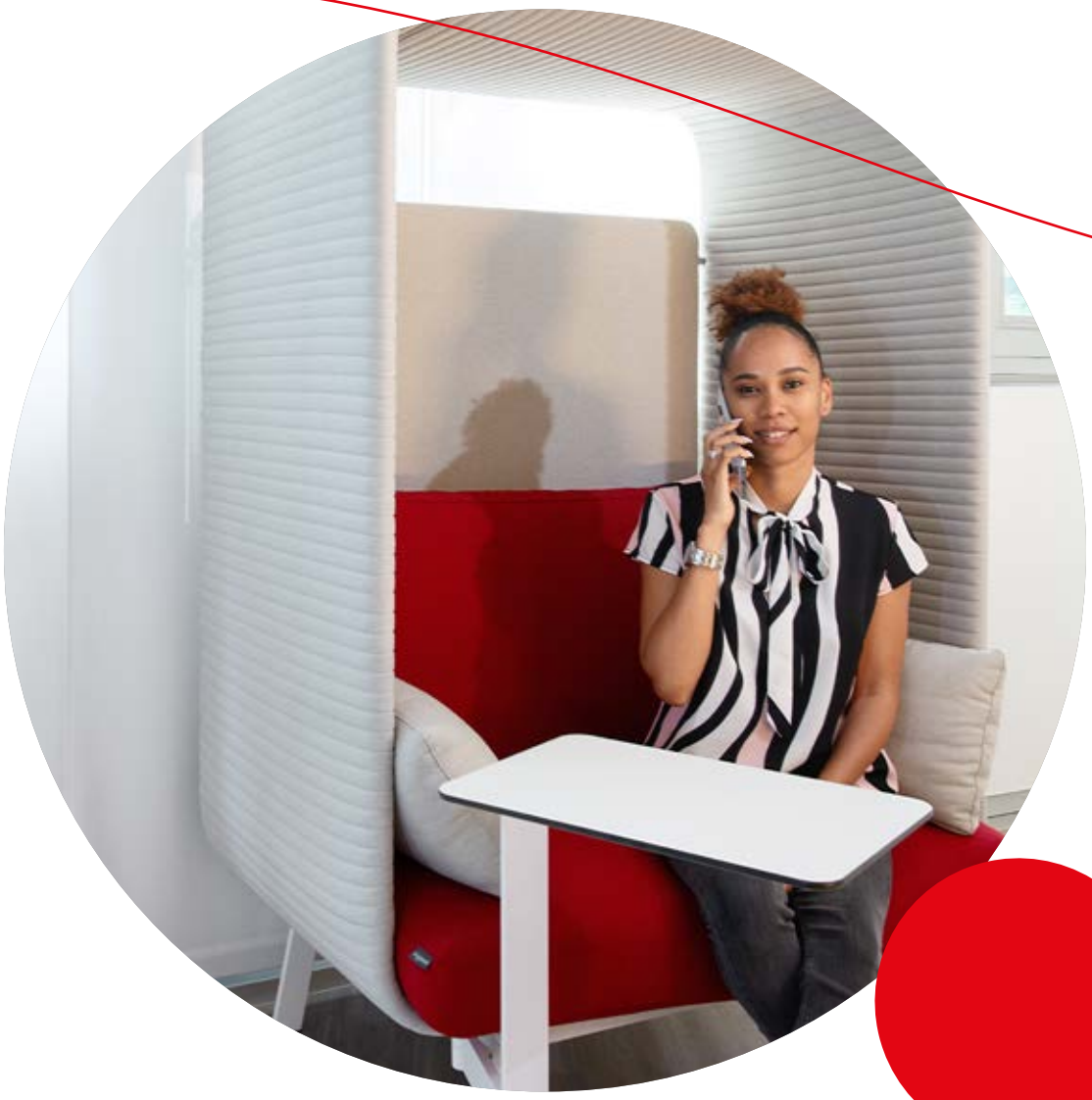
100% OBIETTIVO 2030

# Progress

## Innoviamo e creiamo valore

Promuoviamo un **business etico e responsabile** con l'**obiettivo di innovare e creare valore sostenibile** nel rispetto delle aspettative dei nostri stakeholder.

Attraverso il nostro Codice Etico e la sua condivisione con i nostri dipendenti e partner, garantiamo il rispetto dei nostri principi etici in tutte le attività di business.



Creiamo connessioni virtuose attraverso **relazioni solide, trasparenti e durature** con i nostri partner.
Ci impegniamo ad essere un **partner affidabile per i nostri clienti e beneficiari** attraverso la condivisione del nostro impegno per la riduzione del nostro impatto ambientale e per il rispetto della normativa in materia di diritti umani e diritti dei lavoratori.
Garantiamo il rispetto dei nostri principi etici lungo l'intera catena del valore del nostro business attraverso attività di controllo e progetti innovativi svolti con i nostri fornitori.

# Business etico e responsabile

Il nostro impegno per un business etico e responsabile ci spinge ogni giorno a **innovare, creando valore in modo sostenibile,** coinvolgendo e incontrando le aspettative dei nostri stakeholder.

La nostra ambizione ha posto le basi per l'adozione volontaria di un **modello di organizzazione, gestione e controllo che assicuri la correttezza e la trasparenza delle nostre attività,** come previsto ai sensi del D.lgs. 231/2001. Il "Modello 231", infatti, è uno strumento che consente la prevenzione di comportamenti illeciti da parte di amministratori, dipendenti, collaboratori e partner d'affari nelle attività d'impresa legate a Edenred, attraverso la mappatura dei processi aziendali e l'identificazione delle attività di controllo.

In linea con quanto previsto dal Modello, abbiamo raccolto **i principi etici e i valori fondanti** della nostra cultura aziendale all'interno di un **Codice Etico** che condividiamo con le nostre persone e con i partner esterni per ispirare ogni giorno il comportamento responsabile di quanti operano nel nostro interesse. In particolare, prevediamo la sensibilizzazione al contenuto del Modello 231 e al Codice Etico di tutte le nostre persone affinché adeguino le proprie azioni e comportamenti ai principi di responsabilità, correttezza e trasparenza previsti dal nostro Codice.

**100%**
i dipendenti che hanno preso visione del Codice Etico

**100%**
i contratti che contengono il riferimento al Codice

*"Enrich connections. For good"*. Crediamo nelle relazioni solide con i nostri partner: chiediamo ai nostri fornitori e alle nostre persone l'osservanza del nostro Codice Etico e ci impegniamo a garantire il rispetto per un business etico e uno sviluppo sostenibile nella catena del valore.

Siamo un partner affidabile per i nostri clienti e beneficiari: condividiamo con loro le certificazioni internazionali ISO che attestano il raggiungimento di elevati standard dei nostri principali processi aziendali e il rating assegnato da EcoVadis alle nostre performance. **EcoVadis è un ente internazionale indipendente** che ha l'obiettivo di migliorare le pratiche ambientali e sociali delle aziende sfruttando l'influenza delle catene del valore e di fornitura. Si tratta, infatti, della prima piattaforma che **permette alle aziende di monitorare le performance di sostenibilità dei propri fornitori nel mondo.**

ecovadis
Business Sustainability Ratings

Assicuriamo il **rispetto dei principi etici lungo tutta la catena del valore del nostro business.**

Nel corso del 2021, è stato avviato il **consolidamento del processo di qualifica dei fornitori** per assicurare il rispetto della responsabilità sociale e ambientale delle attività svolte nella nostra supply chain attraverso la richiesta di certificazioni dei processi ambientali e la gestione aziendale relativa alla responsabilità sociale d'impresa.
Oltre che per gli aspetti qualitativi e di valutazione economica, scegliamo i nostri fornitori anche in funzione della presenza di:

**UNI EN ISO 14001:2015**
Certificazione ambientale

**UNI EN ISO 9001:2015**
Certificazione del sistema di gestione della qualità

**SA 8000:2014**
Certificazione del rispetto della gestione aziendale attinente alla responsabilità sociale d'impresa

**ISO/IEC 27001**
Certificazione del sistema di gestione della sicurezza delle informazioni

Nel corso del 2021 abbiamo intrapreso un percorso virtuoso con i nostri fornitori più strategici ed economicamente rilevanti. Insieme abbiamo **ripensato al design dei nostri prodotti al fine di ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività.**

Abbiamo concordato con i fornitori dei buoni pasto e buoni acquisto la **produzione dei buoni in carta certificata FSC e di carte elettroniche a minore impatto ambientale.** Le nostre carte elettroniche sono prodotte utilizzando il 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili e sono realizzate per l'85% in R-PVC con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale in termini di emissioni di $CO_2e$.

# Soddisfazione del cliente

La centralità del cliente è uno dei nostri valori fondamentali: poniamo la sua **soddisfazione al centro delle nostre attività quotidiane e strategiche.**

Dal 2020 abbiamo ottenuto la certificazione **ISO 9001:2015** che attesta il nostro sistema di Gestione per la Qualità dei processi aziendali con l'obiettivo di garantire l'efficienza e il miglioramento continuo del servizio offerto ai nostri clienti e beneficiari.

Per garantire il migliore servizio possibile, abbiamo implementato un **sistema di tracciamento dei reclami e disservizi** che ci offre l'opportunità di monitorarne l'andamento e di gestirli correttamente, garantendo le tempistiche di risoluzione e intercettando per tempo eventuali anomalie strutturali.

Attraverso l'adesione alle associazioni di categoria, l'Associazione Nazionale delle Società Emettitrici di Buoni Pasto (ANSEB) e l'Associazione Italiana Welfare Aziendale (AIWA), **sosteniamo lo studio di soluzioni di welfare e buoni pasto per promuoverne la cultura e la diffusione.** Inoltre, le associazioni hanno il compito di sottoporre al legislatore e alle parti interessate aspetti che possano rendere più efficace la normativa e la contrattazione collettiva attivando collaborazioni virtuose per migliorare la qualità dei nostri servizi e delle nostre soluzioni.

## Ticket Restaurant®

**Lavoriamo per valorizzare il modello buono pasto** attraverso attività di sensibilizzazione sul tema legato alla gestione del FEAD (Fondo di aiuti europei agli indigenti), coinvolgendo anche le società del Gruppo sull'importanza della digitalizzazione del credito sostitutivo dei servizi di mensa.

Inoltre, svolgiamo periodicamente **indagini sulla soddisfazione di beneficiari e merchant** per valutare la qualità dei nostri servizi.

# Welfare

Periodicamente valutiamo il grado di soddisfazione delle nostre soluzioni attraverso un'analisi quantitativa e qualitativa condotta sulle aziende clienti e sui loro dipendenti. L'analisi ci offre la possibilità di comprendere le esigenze dei nostri beneficiari e migliorare la nostra offerta andando così incontro ai loro bisogni.
I risultati dell'analisi vengono analizzati all'interno dell'**Osservatorio sul Welfare Edenred** che annualmente condividiamo con i nostri stakeholder per offrire uno **strumento di monitoraggio e di analisi del mondo welfare in Italia**, comprenderne i trend e le prospettive di sviluppo.

Tra gli indicatori più significativi emersi dall'analisi dell'Osservatorio, c'è l'incremento del **tasso di conversione del premio di risultato in welfare che nel 2021 ha registrato un aumento del 10% rispetto il 2020**. Il dato è frutto di una maggiore consapevolezza dei lavoratori nel riconoscere il welfare come uno strumento in grado di offrire un maggiore potere di acquisto e un supporto concreto alle spese quotidiane del lavoratore e della sua famiglia.

## OSSERVATORIO DI EDENRED SUL WELFARE IN ITALIA NEL 2021

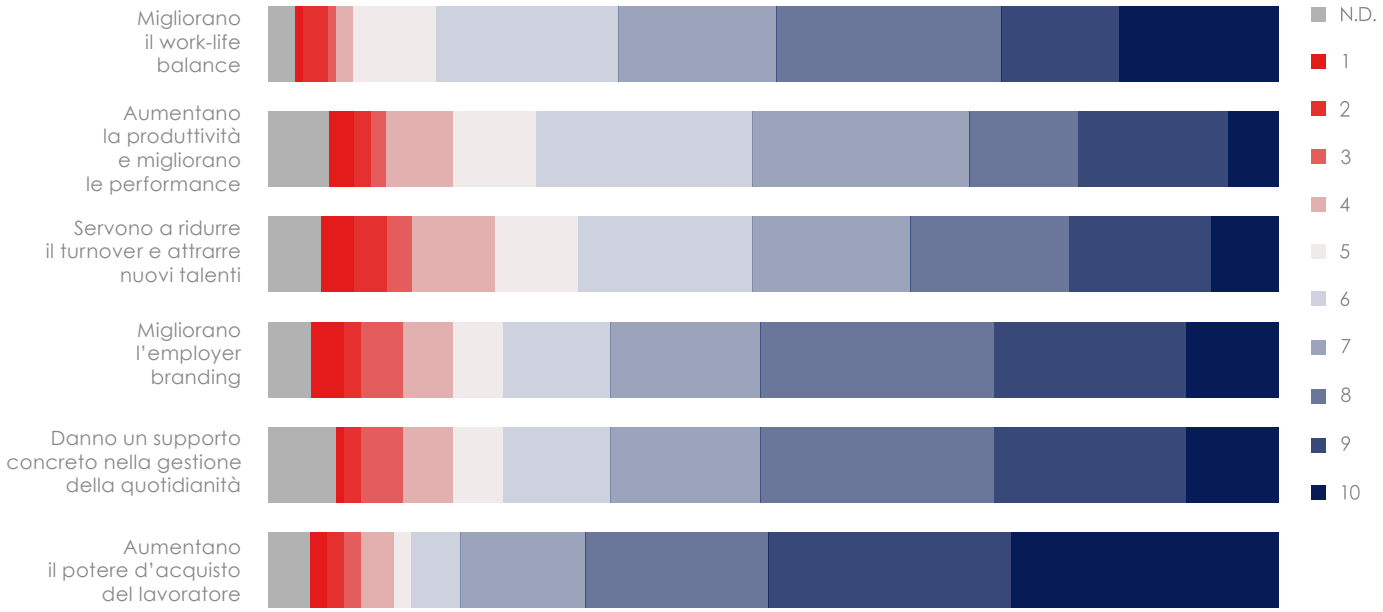
2.200
piattaforme welfare

3.000
imprese

530 mila
dipendenti

Analisi qualitativa su
un campione di 1.400
referenti aziendali

## GIUDIZIO SULLE PROPOSTE DELLE SOLUZIONI DI WELFARE

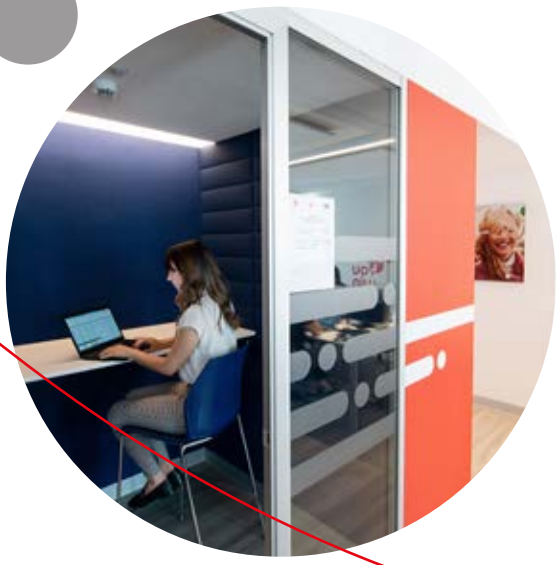



Fonte: Osservatorio Welfare Edenred 2022

# Digitalizzazione: privacy e data protection

Offriamo ai nostri clienti e alle loro persone in azienda soluzioni digitali che consentono una maggiore conciliazione tra vita privata e lavorativa.

La digitalizzazione dei buoni pasto e il consolidamento della diffusione delle piattaforme welfare sono significative per la **spinta verso la dematerializzazione dei voucher nel nostro Paese** e, dall'altro lato, sottolineano l'importanza che le nostre soluzioni possono avere per il **completamento del processo di digitalizzazione in Italia.**
Infatti, secondo i risultati dei *Digital Maturity Index,* elaborati dall'Osservatorio Agenda Digitale del Politecnico di Milano, nel 2021 il nostro Paese si trova al 17esimo posto tra i 27 Stati europei per fattori abilitanti la trasformazione digitale e solo al 23esimo per effettivo livello di digitalizzazione.



La **forte digitalizzazione dei nostri progetti** rende ancora più strategico garantire la privacy e la protezione dei dati all'interno dei nostri sistemi: un tassello fondamentale nella costruzione del rapporto di fiducia con i nostri clienti e beneficiari.
In linea con quanto previsto dallo standard ISO 27001 e dal Regolamento Europeo sulla protezione dei dati (GDPR), abbiamo stabilito e attuato un **sistema di gestione per la sicurezza delle informazioni** per garantire la riservatezza, l'integrità e la disponibilità dei dati in linea con i vincoli contrattuali e di legge.

Il modello organizzativo per la gestione delle informazioni si articola su tre aree di competenza.

**General Manager**

Approva le azioni di trattamento del rischio, la politica e gli obiettivi per la sicurezza delle informazioni per garantire la coerenza con gli indirizzi strategici.

Approva le azioni di reazione ad incidenti relativi alla sicurezza delle informazioni di gravità alta.

Approva l'organigramma, definendo i ruoli e le responsabilità nel mansionario e il budget per la sicurezza delle informazioni.

**Data Protection Officer**

Garantisce la conformità alla normativa in materia di protezione dati e definisce le linee guida per gli obblighi di protezione dei dati.

Coordina la comunicazione tra gli interessati e le autorità competenti.

Come previsto dal Regolamento, il DPO può essere contattato da tutti coloro che ne hanno bisogno all'indirizzo e-mail dpo.italia@edenred.com disponibile all'interno dell'informativa privacy presente sul nostro sito, le nostre piattaforme e i nostri canali istituzionali e commerciali.

**Chief Information Security Officer**

Garantisce la conformità alle leggi per la loro componente di sicurezza delle informazioni e presidia la sicurezza delle informazioni all'interno di tutte le attività svolte nell'ambito della nostra attività.

Supporta la gestione dell'IT Security e della sicurezza delle informazioni.

Gestisce il budget per la sicurezza delle informazioni e coordina le figure con responsabilità in materia.

Gestisce le comunicazioni in materia di sicurezza delle informazioni interne ed esterne all'azienda ed è il punto di riferimento per la segnalazione degli incidenti relativi alla sicurezza delle informazioni.

Periodicamente **sensibilizziamo le nostre persone sull'importanza del tema e sulle previsioni chiave del GDPR organizzando una formazione specifica** che ci consente di prenderci cura della sicurezza delle informazioni dei nostri beneficiari e clienti, a protezione dei loro dati personali.
Nel corso dell'anno il 100% delle nostre persone ha completato il corso.

Nel 2021 abbiamo mantenuto la certificazione dei nostri sistemi di gestione sviluppati secondo gli standard ISO 27001 per la sicurezza delle informazioni: l'audit condotto, infatti, si è concluso senza rilievi significativi.

# Nutrizione

Siamo consapevoli del **ruolo chiave che occupa la pausa pranzo** per i moltissimi beneficiari delle nostre soluzioni. Per questo, da sempre, siamo impegnati nella promozione di iniziative che incentivano un'alimentazione sana e bilanciata durante la giornata lavorativa.

Il Gruppo Edenred sostiene il **Programma Europeo FOOD** (Fighting Obesity through Offer and Demand) che **dal 2009 mira a promuovere un'alimentazione equilibrata** migliorando la qualità dell'offerta nei ristoranti e, al contempo, facilitando la scelta dei consumatori e sensibilizzandoli attraverso l'impegno delle proprie aziende.

FOOD
A question of balance

Ogni anno il Gruppo promuove l'**indagine legata al progetto** che ha lo scopo di misurare e analizzare l'evoluzione delle abitudini e delle opinioni sul tema della sana alimentazione, espresse da dipendenti e ristoratori. L'indagine, condotta sul 2020 e pubblicata nel 2021, ha interessato **oltre 40.000 lavoratori beneficiari e 2.300 ristoratori** dei mercati in cui operiamo e ha evidenziato l'**impatto della pandemia sulle abitudini alimentari quotidiane dei lavoratori**.

% di dipendenti che dichiara di prestare ancora più attenzione alla qualità di ciò che mangia

**74%** Dati Italia
**79%** Dati Globale

% di dipendenti che non ha modificato la dieta nei mesi di lockdown

**58%** Dati Italia
**55%** Dati Globale

% di dipendenti che ha iniziato a seguire una dieta più equilibrata

**30%** Dati Italia
**33%** Dati Globale

In Italia è stata confermata la grande importanza data dai lavoratori ad un'alimentazione sana, anche in pausa pranzo: il 68% dei dipendenti, infatti, chiede una **maggiore presenza di alimenti freschi, di piatti sani ed equilibrati nei menù,** in linea con le esigenze espresse in tema di corretta alimentazione.

Anche all'interno delle nostre soluzioni welfare ci impegniamo a promuovere la sensibilizzazione per un'alimentazione sana e sostenibile (Health & Safety Nutrition). Nel corso del 2021, il nostro piano welfare ha offerto ai beneficiari la possibilità di sviluppare una maggiore sensibilità sul benessere a tavola.

## Prevenzione a tavola

Offriamo ai beneficiari la possibilità di utilizzare il proprio credito welfare per seguire **corsi di educazione alimentare** per un benessere fisico e mentale attraverso ricette sane, semplici ed equilibrate.

## Eathlon

Grazie alla partnership con Eathlon, nel 2021 abbiamo offerto la possibilità di utilizzare il credito welfare disponibile sul nostro portale per **acquistare un piano alimentare personalizzato per lo sport**, basato sui Principi della Dieta Mediterranea e dell'alimentazione funzionale.

## Nutribees

In partnership con Nutribees, i nostri beneficiari possono utilizzare i buoni pasto per **ordinare a domicilio un pranzo salutare** rispettando le proprie esigenze e abitudini alimentari. Attraverso il test nutrizionale messo a disposizione da Nutribees, è possibile scegliere il piatto più adatto alla propria dieta combinando gli ultimi trend nutrizionali e i gusti individuali.

## Cerca Locali

I beneficiari possono **scegliere i merchant in grado di offrire soluzioni per una pausa pranzo sana e sicura** attraverso la funzione "cerca locali" disponibile sulla nostra app Ticket Restaurant® e sul portale.

# GRI content index

| GRI | DESCRIZIONE | RIFERIMENTO |
|---|---|---|
| **GRI 102 INFORMATIVA GENERALE** | | |
| 102-1 | Nome dell'organizzazione | III di copertina |
| 102-2 | Attività, marchi, prodotti e servizi | "I nostri prodotti e servizi" (da pag.14 a 21) |
| 102-3 | Luogo della sede principale | III di copertina |
| 102-4 | Luogo delle attività | "Edenred, la realtà Italiana" (pag. 6)<br>"Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-5 | Proprietà e forma giuridica | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-6 | Mercati serviti | "I nostri prodotti e servizi" (da pag. 14 a 21)<br>"Perimetro di rendicontazione" (pag. 32)<br>"Il mercato dei Ticket Restaurant® e del welfare aziendale" (da pag. 24 a 31) |
| 102-7 | Dimensione dell'organizzazione | "Le persone: il valore più grande" (da pag. 48 a 49)<br>"Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96)<br>"Perimetro di rendicontazione" (pag. 32)<br>"Il nostro Purpose, la nostra mission e i nostri valori" (da pag. 9 a 13)<br>"Il mercato dei Ticket Restaurant® e del welfare aziendale" (da pag. 24 a 31) |
| 102-8 | Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori | "Le persone: il valore più grande" (da pag. 48 a 49) |
| 102-9 | Catena di fornitura | "Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96) |
| 102-10 | Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura | "Le nostre soluzioni a basso impatto ambientale" (pag. 79)<br>"Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96) |
| 102-11 | Principio di precauzione | "Governance e gestione del rischio" (da pag. 33 a 35)<br>"Digitalizzazione: privacy e data protection" (da pag. 100 a 101) |
| 102-12 | Iniziative esterne | "Le nostre soluzioni a basso impatto ambientale" (pag. 79)<br>"Nutrizione" (da pag. 102 a 103)<br>"Partnership" (pag. 43)<br>"Premi e riconoscimenti" (da pag. 44 a pag. 45)<br>"Diversity & Inclusion" (da pag. 50 a 52)<br>"Programmi di mentorship avviati in azienda" (pag. 52) |
| 102-13 | Adesione ad associazioni | "Partnership" (pag. 43)<br>"Premi e riconoscimenti" (da pag. 44 a pag. 45)<br>"Diversity & Inclusion" (da pag. 50 a 52)<br>"Programmi di mentorship avviati in azienda" (pag. 52) |
| 102-14 | Dichiarazione di un alto dirigente | "Lettera agli Stakeholder" (da pag. 4 a 5) |
| 102-16 | Valori, principi, standard e norme di comportamento | "Il nostro Purpose, la nostra mission e i nostri valori" (da pag. 9 a 13)<br>"Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96) |
| 102-18 | Struttura della governance | "Governance e gestione del rischio" (da pag. 33 a 35)<br>"Digitalizzazione: privacy e data protection" (da pag. 100 a 101) |
| 102-29 | Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali | "Governance e gestione del rischio" (da pag. 33 a 35) |
| 102-40 | Elenco dei gruppi di stakeholder | "Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39) |
| 102-41 | Accordi di contrattazione collettiva | Il 100% dei dipendenti in Italia ha un accordo che si rifà al CCNL del Commercio. In Albania non c'è un contratto specifico per categoria perché non ne esiste uno per il settore |
| 102-42 | Individuazione e selezione degli stakeholder | "Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39) |
| 102-43 | Modalità di coinvolgimento degli stakeholder | "Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39) |

| GRI | DESCRIZIONE | RIFERIMENTO |
|---|---|---|
| 102-44 | Temi e criticità chiave sollevati | "Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39)<br>"La strategia: People, Planet, Progress" (pag. 40)<br>"Obiettivi" (da pag. 41 a 42) |
| 102-45 | Soggetti inclusi nel bilancio consolidato | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-46 | Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-47 | Elenco dei temi materiali | "Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39)<br>"La strategia: People, Planet, Progress" (pag. 40)<br>"Obiettivi" (da pag. 41 a 42) |
| 102-49 | Modifiche nella rendicontazione | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-50 | Periodo di rendicontazione | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-51 | Data del report più recente | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-52 | Periodicità della rendicontazione | "Perimetro di rendicontazione" (pag. 32) |
| 102-53 | Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report | csr-it@edenred.com |
| 102-54 | Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standard | "Guida alla lettura del bilancio" (da pag. 32 a 45) |
| 102-55 | Indice dei contenuti GRI | "GRI content index" (da pag. 104 a 107) |
| 102-56 | Assurance esterna | Non prevista assurance |

## GRI 103 MODALITÀ DI GESTIONE

| | | |
|---|---|---|
| 103-1 | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro | "Guida alla lettura del bilancio" (da pag. 32 a 45)<br>"Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39) |
| 103-2 | La modalità di gestione e le sue componenti | "Guida alla lettura del bilancio" (da pag. 32 a 45)<br>"Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39) |
| 103-3 | Valutazione delle modalità di gestione | "Guida alla lettura del bilancio" (da pag. 32 a 45)<br>"Ascolto degli Stakeholder" (da pag. 36 a 37)<br>"Analisi e matrice di materialità" (da pag. 38 a 39) |

## GRI 201 PERFORMANCE ECONOMICHE

| | | |
|---|---|---|
| 201-1 | Valore economico direttamente generato e distribuito | Edenred Italia è controllata da Edenred SE, quotata nel mercato francese.<br>I dati economico finanziari vengono comunicati a livello del Gruppo all'interno dell'Integrated Report |

## GRI 301 MATERIALI

| | | |
|---|---|---|
| 301-1 | Materiali utilizzati per peso o volume | "I materiali utilizzati nelle nostre sedi e per i nostri prodotti" (pag. 76)<br>"I nostri prodotti e il percorso verso la sostenibilità" (da pag. 77 a 78) |
| 301-2 | Materiali utilizzati che provengono da riciclo | "I materiali utilizzati nelle nostre sedi e per i nostri prodotti" (pag. 76)<br>"I nostri prodotti e il percorso verso la sostenibilità" (da pag. 77 a 78) |
| 301-3 | Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio | "I nostri prodotti e il percorso verso la sostenibilità" (da pag. 77 a 78) |

## GRI 302 ENERGIA

| | | |
|---|---|---|
| 302-1 | Energia consumata all'interno dell'organizzazione | "L'utilizzo di energia" (da pag. 80 a 82) |
| 302-3 | Intensità energetica | "L'utilizzo di energia" (da pag. 80 a 82) |

| GRI | DESCRIZIONE | RIFERIMENTO |
|---|---|---|
| 302-4 | Riduzione del consumo di energia | "L'utilizzo di energia" (da pag. 80 a 82) |
| 302-5 | Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi | "L'utilizzo di energia" (da pag. 80 a 82)<br>"Le nostre soluzioni a basso impatto ambientale" (pag. 79) |

## GRI 303 RISORSE IDRICHE

| | | |
|---|---|---|
| 303-1 | Interazione con l'acqua come risorsa condivisa | L'utilizzo dell'acqua è limitato ai servizi igienici. Prelievo e scarico a carico della rete comunale |

## GRI 305 EMISSIONI

| | | |
|---|---|---|
| 305-1 | Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | "Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere" (da pag. 84 a 85) |
| 305-2 | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) | "Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere" (da pag. 84 a 85) |
| 305-3 | Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3) | "Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere" (da pag. 84 a 85) |
| 305-4 | Intensità delle emissioni di GHG | "Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere" (da pag. 84 a 85) |
| 305-5 | Riduzione delle emissioni di GHG | "Emissioni CO2e: un obiettivo chiaro da raggiungere" (da pag. 84 a 85) |
| 305-6 | Emissioni di sostanze dannose per ozono (ODS, ozone-depleting substances) | Le nostre attività non prevedono questo tipo di emissioni |
| 305-7 | Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni significative | Le nostre attività non prevedono questo tipo di emissioni |

## GRI 307 COMPLIANCE AMBIENTALE

| | | |
|---|---|---|
| 307-1 | Non conformità con leggi e normative in materia ambientale | Non sono stati rilevati episodi di non conformità a leggi e normative ambientali |

## GRI 308 VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI

| | | |
|---|---|---|
| 308-1 | Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali | "Le nostre soluzioni a basso impatto ambientale" (pag. 79)<br>"Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96) |

## GRI 401 OCCUPAZIONE

| | | |
|---|---|---|
| 401-1 | Nuove assunzioni e turnover | "Le persone: il valore più grande" (da pag. 48 a 49) |
| 401-2 | Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno | "Coinvolgimento e benessere dei dipendenti" (da pag. 53 a 54) |
| 401-3 | Maternità | "Diversity & Inclusion" (da pag. 50 a 52) |

## GRI 402 RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT

| | | |
|---|---|---|
| 402-1 | Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi | Periodo previsto dal contratto collettivo e accordi sindacali |

## GRI 403 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

| | | |
|---|---|---|
| 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | "Salute e sicurezza sul lavoro" (da pag. 63 a 64) |
| 403-2 | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti | Azione di identificazione rischi e pericoli attraverso DVR ai sensi D.Lgs. 81/08 |
| 403-3 | Servizi di medicina del lavoro | Azioni ordinarie previste dal D.Lgs. 81/08 e dalle disposizioni per SARS-CoV-2/ Covid-19 |
| 403-5 | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro | Previsto corso obbligatorio di salute e sicurezza |
| 403-9 | Infortuni sul lavoro | Non si sono verificati infortuni sul lavoro |

| GRI | DESCRIZIONE | RIFERIMENTO |
|---|---|---|

## GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE

| | | |
|---|---|---|
| 404-1 | Ore medie di formazione annua per dipendente | "Training and Development" (da pag. 66 a 71) |
| 404-2 | Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione | "Training and Development" (da pag. 66 a 71) |
| 404-3 | Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | "Training and Development" (da pag. 66 a 71) |

## GRI 405 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

| | | |
|---|---|---|
| 405-1 | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | "Diversity & Inclusion" (da pag. 50 a 52) |
| 405-2 | Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini | "Diversity & Inclusion" (da pag. 50 a 52) |

## GRI 406 NON DISCRIMINAZIONE

| | | |
|---|---|---|
| 406-1 | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate | "Lavoro, lotta alla discriminazione e diritti umani" (pag. 65) |

## GRI 407 LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

| | | |
|---|---|---|
| 407-1 | Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio | "Lavoro, lotta alla discriminazione e diritti umani" (pag. 65)<br>"Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96)<br><br>Non sono pervenute segnalazioni |

## GRI 408 LAVORO MINORILE

| | | |
|---|---|---|
| 408-1 | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile | Non sono stati segnalati episodi |

## GRI 413 COMUNITA' LOCALI

| | | |
|---|---|---|
| 413-1 | Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo | "Volontariato aziendale" (da pag. 58 a 62) |

## GRI 414 VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI

| | | |
|---|---|---|
| 414-1 | Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali | "Business etico e responsabile" (da pag. 94 a 96) |

## GRI 417 MARKETING ED ETICHETTATURA

| | | |
|---|---|---|
| 417-3 | Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing | Non sono stati riscontrati casi di non conformità |

## GRI 418 PRIVACY DEI CLIENTI

| | | |
|---|---|---|
| 418-1 | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti | "Digitalizzazione: privacy e data protection" (da pag. 100 a 101) |

## GRI 419 COMPLIANCE SOCIO ECONOMICA

| | | |
|---|---|---|
| 419-1 | Non conformità a leggi e normative in materia sociale ed economica | Non sono stati riscontrati casi |

Percorsi, il Bilancio di Sostenibilità 2021 di Edenred Italia alla sua seconda edizione, è stato redatto da:

Laura Celli, Responsabile Corporate Social Responsibility Edenred Italia

Martina Volpi, Corporate Social Responsibility Edenred Italia

Si ringraziano le colleghe e i colleghi che ci hanno supportato nella raccolta delle informazioni e dei dati comunicati e che hanno prestato la loro immagine per le foto inserite all'interno del Bilancio, aiutandoci a raccontare meglio la nostra azienda.

Editing e progetto grafico a cura di Industree Communication Hub

Shooting fotografico a cura di Studio Vertigo

Stampa a cura di Print & Graphic

Edenred Italia è una società a responsabilità limitata il cui capitale è detenuto per il 42,285% da Edenred France Société par Actions Simplifiée e per il 57,715% da Edenred SE
Codice Fiscale: 0101466041
Partita IVA: 09429840151
Capitale Sociale: 5.958.823 euro
REA Milano 1254788
Registro Imprese Milano 01014660417
Sede legale: Via Giovanni Battista Pirelli, 18 - 20124 - Milano (MI)
Tel. 02-26904.1
Email: info-it@edenred.com

www.edenred.it

**Indirizzi Uffici**

**BARI**
Executive Center
Via Giovanni Amendola, 166/5
70126 Bari
Tel. 080-5482201

**ROMA**
Via delle Sette Chiese, 142/146
00145 Roma
Tel. 06-5415990

**GENOVA**
Viale Brigata Bisagno, 2 (interno 6)
16129 Genova
Tel. 010-5761226

**PADOVA**
Piazza Luigi da Porto, 8
35131 Padova
Tel. 049-8066711

**TRENTO**
Via Giovanni Battista Trener, 8
38121 Trento
Tel. 0461-421418

**MILANO**
Via Lazzaretto, 7
20124 Milano
Tel. 800-834039

**FIRENZE**
Via Aretina, 167/B
50136 Firenze
Tel. 055-676088

**NAPOLI**
Centro Dir. Isola G1 - Scala C
Via G. Porzio, 4
80143 Napoli
Tel. 081-7879186102

**TORINO**
Corso Guglielmo Marconi, 15
10125 Torino
Tel. 011-4405231

**ALBANIA**
Shkoder (Scutari)
EW Innovation
Rr. Marin Bicikemi, Hyrja 1
Shkoder

Questo bilancio è stato stampato su carta FSC® riciclata.

Edenred

WWW.EDENRED.IT