

# Smart Evolution Report

—  
2021



# Indice

- 04** ▶ Lettera agli Stakeholder
- 06** ▶ Nota Metodologica e obiettivo del Report
- 08** ▶ I Sustainable Development Goals (SDGs)

## **01\_Overview: chi siamo**

- 12** ▶ Il Gruppo Boero
- 14** ▶ La nostra storia
- 16** ▶ Il Gruppo in numeri
- 18** ▶ I nostri valori
- 20** ▶ La nostra filiera

## **02\_Il nostro impatto**

- 28** ▶ Introduzione
- 30** ▶ Governance
- 32** ▶ Lavoratori
- 36** ▶ Comunità
- 42** ▶ Ambiente
- 48** ▶ Clienti e consumatori
- 50** ▶ Conclusioni

# Lettera agli stakeholder



Il nostro cigno è in volo da oltre **190 anni** e ogni giorno lavoriamo con **passione, determinazione e costanza ricerca di miglioramento**. Nel tempo questo ha significato sapersi adattare ai cambiamenti del mercato, così come a quelli storici, economici e culturali in atto.

Oggi riconosciamo davanti a noi la più grande sfida che l'essere umano abbia dovuto affrontare: **salvaguardare il proprio benessere e massimizzarlo, garantendo alle future generazioni lo stesso diritto**.

Abbiamo capito che il modello economico che ci ha portati fin qui non può essere lo stesso che ci condurrà in un futuro di prosperità condivisa tra le persone e il pianeta, e questo si traduce nell'imperativo del **cambiamento**.

Come Gruppo Boero siamo pronti a partecipare a questa trasformazione e crediamo che la direzione da seguire sia quella di guardare al futuro, mettendo al centro il valore della **sostenibilità**. Il settore dei prodotti vernicianti, infatti, ha effetti importanti sulla vita del pianeta ed è quindi urgente **ridurne l'impatto in maniera**

**intelligente, rispettando i delicati equilibri tra innovazione e conservazione.**

Oggi siamo già in linea con i severi protocolli che certificano il nostro impegno, ma è solo la necessaria premessa a trasformazioni molto più profonde.

Nel 2021, quindi, ci siamo dati una priorità: **rendere concreta e misurabile la nostra strategia di responsabilità sociale**.

Il nostro impegno è cominciato con la definizione di un **Piano di Sostenibilità**, che ci permetterà di continuare il percorso di trasformazione verso un **business rigenerativo**.

Per fare questo vogliamo partire dalle nostre **persone**, da coloro che fanno parte del Gruppo Boero, trasmettendo e diffondendo a tutti una **cultura di sostenibilità**, per fare in modo che loro stessi diventino **ambasciatori della nostra trasformazione sostenibile**.

Lavoriamo perché  
il nostro battito d'ali  
non smetta  
di generare bellezza.

Vogliamo che tutti sappiano del percorso che abbiamo deciso di intraprendere. Per questo, ogni anno, già a partire dal 2022, ci impegneremo a redigere un **Report di Sostenibilità**. Il documento che racconta i nostri progressi, gli impatti e gli obiettivi che perseguiamo per il mondo.

E' un percorso in salita, che intendiamo portare avanti con determinazione, convinti che la sostenibilità è una scelta necessaria per **continuare a generare bellezza** ora e nel futuro, un battito d'ali alla volta.

**Giampaolo Iacone**

Direttore generale e CFO Gruppo Boero

## Nota Metodologica e obiettivo del Report

Questo documento è il racconto del **viaggio evolutivo del Gruppo Boero** verso un **modello di business a prova di futuro** e ha l'obiettivo di rendere partecipi i nostri **stakeholder** delle scelte che stiamo compiendo per **integrare i principi di sostenibilità nel nostro modo di fare impresa**. Il report introduce il Gruppo Boero (d'ora in avanti anche citato come il Gruppo) e ne racconta la storia, i valori condivisi tra le persone e alcune metriche rilevanti riguardo la geografia, i clienti, i prodotti e i partner. Il cuore del documento è costituito da un approfondimento sull'**impatto del Gruppo**, inteso come il **valore che è in grado di generare per gli stakeholder interni ed esterni**.

**Siamo convinti che non si possa migliorare quello che non si conosce, per questo come primo passo di questo viaggio, abbiamo misurato il nostro impatto attraverso il Benefit Impact Assessment (BIA)**, lo strumento più robusto e utilizzato al mondo per misurare la performance di sostenibilità delle aziende.



## Le cinque macro aree della sostenibilità per il BIA



Per ognuna di queste aree, il lettore trova a seguire le azioni realizzate e quelle che l'azienda intende realizzare nel futuro. Infine, il documento vuole essere un primo esercizio di trasparenza verso la nostra performance di sostenibilità, che intendiamo ampliare e approfondire nel Full Report del 2022.

## I Sustainable Development Goals (SDGs)

I **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (SDGs o Sustainable Development Goals) validi per il periodo 2016-2030, sono gli obiettivi stabiliti il 25 settembre 2015 dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, che ha approvato l'**Agenda 2030**.

Gli SDGs hanno sostituito i precedenti Obiettivi di Sviluppo del Millennio (MDG o Millennium Development Goals), il cui raggiungimento era previsto per il 2015. Tali obiettivi sono il risultato di un lavoro congiunto tra le **193 nazioni firmatarie** e delle ampie consultazioni internazionali, nazionali e locali. Gli SDGs rappresentano la possibilità di un cammino concreto per la costruzione di un mondo più giusto, inclusivo, equo e rispettoso dell'ambiente, attraverso il raggiungimento di traguardi fondamentali entro l'anno 2030.



Nel corso del 2022 saremo impegnati ad **identificare gli SDGs per noi prioritari e maggiormente compatibili con la nostra realtà**, quelli su cui concentreremo i nostri sforzi e le nostre risorse per contribuire al loro raggiungimento. Misureremo infatti il nostro contributo ai Goal con lo strumento **SDG Action Manager** - nato dalla partnership tra B Lab e il Global Compact delle Nazioni Unite - in modo tale da avere una maggiore comprensione di come le nostre azioni e il nostro business possono contribuire positivamente all'Agenda 2030.

Grazie all'analisi che condurremo sarà possibile **migliorare l'efficacia delle nostre azioni ed impegni futuri**, che già oggi hanno lo scopo di contribuire a creare un impatto positivo ambientale e sociale in linea con gli SDGs.

L'impegno del Gruppo Boero verso l'Agenda 2030 riflette la rinnovata consapevolezza di trovarsi in un contesto in rapida trasformazione.

La comunità internazionale si sta muovendo per rispondere alle grandi sfide del XXI secolo, che richiedono il coinvolgimento e la collaborazione di tutti noi. Guardiamo quindi con attenzione ai grandi tavoli di discussione internazionale come la **Conferenza delle Parti sul Clima (COP)**, che nel 2021 è alla sua 26<sup>a</sup> edizione e agli ambiziosi impegni che l'Europa ha preso per la **decarbonizzazione entro il 2050**. Di fronte a tutto questo abbiamo deciso di rispondere con responsabilità ed energia, per contribuire al cambiamento.

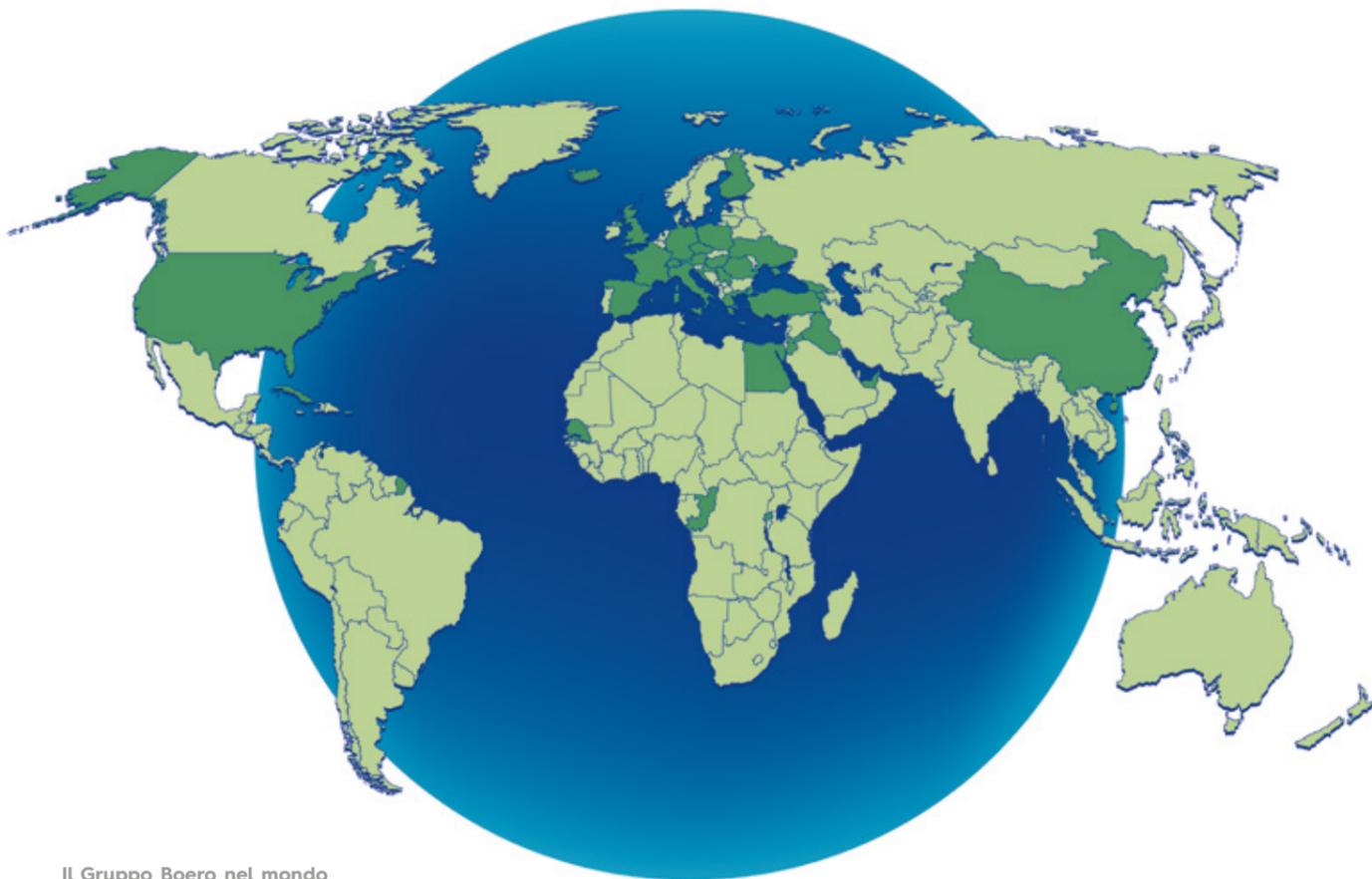


01

# Overview: chi siamo

- Il Gruppo Boero
- La nostra storia
- Il Gruppo in numeri
- I nostri valori
- La nostra filiera

# Il Gruppo Boero



Il Gruppo Boero nel mondo  
BU Edilizia e Yachting:  
50 paesi

Dal **1831** il Gruppo è specializzato nella **formulazione e produzione di soluzioni vernicianti**.

Grazie ai suoi quasi due secoli di esperienza, caratterizzati da un approccio orientato alle persone, tanto verso i dipendenti, quanto verso il cliente finale, il marchio rappresenta la **passione per l'eccellenza** all'interno del variopinto mercato dei prodotti vernicianti in due settori strategici: **Edilizia e Yachting**. La nostra storia è sinonimo di successo, derivante da una grande tradizione che si fonde con una **nuova cultura del colore**.

**La nostra storia è sinonimo di successo, derivante da una grande tradizione che si fonde con una nuova cultura del colore.**

Operiamo in quasi **50 paesi nel mondo** e siamo fornitori di oltre **5.000 Clienti**. I nostri prodotti vengono scelti e utilizzati da **grandi realtà leader in mercati internazionali**, da **piccoli imprenditori** attenti alla cura artigianale del dettaglio e da **progettisti di territori**, in cui passeggiare diventa un atto di cultura.

## Dove siamo



### 1. Genova

Sede Legale, Amministrativa e Commerciale

- ▶ **circa 90** persone
- ▶ **2.000** mq di uffici

### 2. Rivalta Scrivia (AL)

Centro Ricerca e Sviluppo "Riccardo Cavalleroni"

- ▶ **40** tra tecnici e ricercatori specializzati
- ▶ **2.150** m<sup>2</sup> di laboratori all'avanguardia

### 3. Rivalta Scrivia (AL)

Sito Produttivo Stabilimento "Federico Mario Boero"

- ▶ **120.000** m<sup>2</sup> di superficie totale
- ▶ **7.000** referenze gestite ogni anno
- ▶ **50** kton di capacità totale
- ▶ **31** linee di confezionamento

### 4. Tortona (Italia), La Rochelle e Cannes-Mandelieu (Francia)

Polo Logistico

- Tortona
- ▶ **circa 70.000** spedizioni all'anno
  - ▶ **fino a 13.000** colli spediti al giorno

Francia, La Rochelle e Cannes-Mandelieu

- ▶ **circa 5.000** spedizioni annue

# La nostra storia

Boero è oggi un nome noto in tutto il mondo come brand, ma lo è potuto diventare perché quel nome è stato in origine il nome di una famiglia che ha desiderato crescere sul territorio, coinvolgendo nel suo progetto altre famiglie, creando con loro una sintesi di pensiero e valori condivisi tra generazioni distanti, tra persone che scambiano tempo e energie. **C'è una ricchezza che ha attraversato quattro generazioni, non solo della famiglia Boero, ma dei suoi dipendenti e dei suoi clienti.**

1831



Bartolomeo Boero avvia in un capannone a Genova l'attività della famiglia nel mondo delle vernici.

1856



Lo stabilimento viene ampliato e trasferito, sempre nel quartiere di Albaro.

1907



Filippo, succeduto al padre Bartolomeo, trasferisce lo stabilimento nel quartiere di San Martino.

1941



L'azienda passa ai figli Gigi e Federico Mario - terza generazione. Nasce la nuova Società in nome collettivo, la Boero Bartolomeo.

2000



Nell'anno 2000 viene acquistato il marchio Veneziani Yachting per la nautica e nel 2001 l'Attiva S.p.A. uno dei primi cinque produttori italiani di vernici per l'edilizia.

1994



Nasce Boero Colori France S.a.r.l. per commercializzare in Francia prodotti per il settore yachting. Nel '95 si acquisisce il marchio Rover.

1991



Alla morte di Federico Mario Boero, diventa Presidente la figlia Andreina, quarta generazione.

1989



Nasce Boat S.p.A. che si avvale del know-how e della rete distributiva mondiale della multinazionale giapponese Chugoku Marine Paints.

1982



Sotto la Presidenza di Federico Mario Boero l'azienda diventa un gruppo e la Holding viene quotata alla Borsa Valori di Milano.

1958



Inaugurazione di un nuovo imponente stabilimento a Genova Molassana: 20.000mq di superficie. Negli anni 70 si avvia la produzione di vernici per la nautica.

2009



Nasce il nuovo stabilimento a Rivalta Scrivia, dedicato a Federico Mario Boero. Viene inoltre inaugurato a Genova il Centro Ricerca e Sviluppo "Riccardo Cavalleroni".

2012



Chugoku e Boero consolidano il loro rapporto con la cessione ai Giapponesi della quota di maggioranza.

2013



Acquisizione dell'azienda Brignola, incluso il marchio Torre. Sono attivate nuove sinergie fra gli storici protagonisti del mondo delle vernici Boero e Brignola.

2021



Il Gruppo Boero compie 190 e si allea con il Gruppo Portoghese CIN: due storie di famiglia simili proseguono verso un futuro comune.

Oggi siamo pronti a un nuovo punto di svolta di una storia che non è mai appartenuta a una sola famiglia e che è, in ogni primo giorno, un inizio di innovazione. Il nostro cigno ha ali ancora più grandi.

# Il Gruppo in numeri



## I nostri prodotti

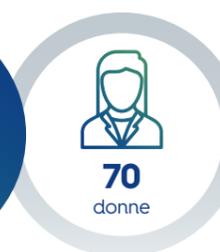


- 11 canale edilizia
- 6 canale yachting



- oltre 3.000 canale edilizia
- oltre 900 canale yachting

## Le nostre persone



## Il nostro impegno



## Le nostre certificazioni

Nel 2021 il Gruppo Boero è stato sottoposto ad audit per il rinnovo delle certificazioni

- ISO 9001
- ISO 14001
- ISO 45001

confermando le certificazioni.



# I nostri valori

Avere una storia significa aver attraversato più volte la complessità, aver ideato soluzioni che si è pronti a rimettere in discussione, in un continuo confronto tra stabilità e cambiamento. **Storicità è l'impegno di immaginare il futuro** e oggi si traduce nell'assicurare alle generazioni future lo stesso diritto alla prosperità e alla realizzazione che è stato offerto a noi.



Vogliamo essere **rappresentanti del migliore made in Italy**, quello in cui convergono intelligenza, creatività, gusto, capacità tecniche, cultura artigiana e innovazione. Italianità significa anche riuscire a trasformare questa cultura di tradizione in un posizionamento come leader nella sostenibilità. E' un'attitudine che comporta anche l'essere responsabili di un prodotto in ogni sua fase del ciclo di vita.



Troviamo il modo giusto per adattarci ai cambiamenti del contesto in cui operiamo. Lo facciamo con apertura agli stimoli dell'accelerazione tecnologica, che ci dà le opportunità per trovare nuove risposte, distillate dalla nostra solida esperienza e da un'incrollabile fiducia nello human touch. Così facendo, spostiamo i nostri confini di conoscenza senza mai rinnegare il patrimonio di saperi che ci caratterizza, cercando invece di farlo evolvere verso **soluzioni all'altezza di un nuovo paradigma socio economico, sostenibile e rigenerativo.**

Abbiamo sempre chiesto ai nostri team di combinare le loro conoscenze tacite, la loro preparazione esplicita, le rispettive esperienze e abilità; **investiamo da lungo tempo nelle nostre persone**, costruendo con continuità un tesoro di perizia e intelligenza. Questo ci rende una scelta affidabile in contesti anche fortemente dinamici, perché capaci di resilienza e virtuosità.



Riconosciamo di essere **parte di un sistema di attori tra loro interdipendenti** e siamo consapevoli che la nostra prosperità dipende da quella delle parti di tale network. Questo è vero da sempre e sarà vero ancor di più in futuro. Siamo consapevoli che la forza delle relazioni che ci uniscono sono la base di una visione sistemica che crediamo ci consentirà di continuare a generare valore per l'economia, le persone e la biosfera.

# La nostra filiera



Filiera nel Gruppo Boero è sinonimo di **qualità**, perché **l'attenzione ai nostri prodotti passa per la cura di ogni fase che contribuisce alla loro realizzazione**. I nostri fornitori condividono con noi i principi e gli obiettivi che ci accompagnano da sempre: **massima cura della qualità a monte, ricerca continua di risposte per il cliente a valle e una distribuzione capillare e personalizzata**, che non guarda solo al target, ma agli stili di vita.

**Conoscere le parti e le fasi della catena del valore è fondamentale per innovare costantemente.**

Conoscere le parti e le fasi della catena del valore è fondamentale per innovare costantemente. Questo vuol dire impegnarsi anche nella **ricerca di materie prime innovative e certificate**, che siano gestite in modo sostenibile e nello scambio di conoscenze e best practice per innescare meccanismi di **co-evoluzione**, con il fine ultimo di favorire l'innalzamento dello standard di sostenibilità di tutta la catena del valore.

## Descrizione dei processi

### Upstream processes

### Materie prime ed energia

**Produzione di materie prime**

**Produzione del packaging**

**Produzione elettrica e dei combustibili**

Il processo produttivo inizia con la **produzione e il trasporto di tutte le materie prime** utilizzate per la realizzazione del prodotto (**Upstream processes**), siano esse componenti dello stesso, o materiali necessari ai processi produttivi (es. energia).  
In particolare, i prodotti sono generalmente costituiti da una serie di polveri, resine, pigmenti e additivi di varia natura.

### Core processes

### Stabilimento produttivo

**Trasporto**

**Produzione**

Le **fasi di produzione (Core processes)** vengono realizzate all'interno dello stabilimento di Tortona(AL): esse comprendono il mescolamento degli "ingredienti" per la realizzazione della idropittura e il suo confezionamento con packaging primario e secondario/terziario (es. pellicola estensibile per fardellizzazione, pallet in legno).

### Downstream processes

### Distribuzione

**Distribuzione prodotti**

Il prodotto, una volta confezionato, inizia la sua **fase di distribuzione** (che è invece parte dei **Downstream processes**).

La fase di distribuzione consiste di:

- **stoccaggio** nel centro di distribuzione del Gruppo Boero a Tortona (AL);
- **trasporto** del prodotto verso i punti vendita.

In particolare, nel tempo è cresciuto il nostro impegno nell'**approvvigionamento di materie prime da fonti sostenibili**, grazie alla spinta interna e alle richieste del mercato. Nel corso del 2021 si è proseguito nell'**incremento di prodotti certificati IAQ** e oggi stiamo lavorando alla richiesta di una nuova certificazione EPD, oltre a quelle già esistenti relative alle linee idropitture, smalti e quarzi, per nuovi prodotti lanciati sul mercato.

## Le certificazioni



### Formule certificate EPD:

- ▶ **oltre 30** per linea idropitture
- ▶ **oltre 50** per linea esterni
- ▶ **oltre 10** per linea smalti

*Environmental product Declaration* - dichiarazione ambientale a valenza internazionale basata sulla metodologia **LIFE CYCLE ASSESMENT (LCA)**, regolata dagli standard *ISO 14040-44*, che mira a qualificare **l'impatto ambientale del ciclo della vita di un prodotto**, dall'estrazione delle materie prime fino allo smaltimento dei rifiuti, identificando il consumo energetico, le materie prime impiegate, le emissioni atmosferiche, la quantità di rifiuti generati e gli scarichi nei corpi idrici relativi al prodotto in esame.



### Prodotti certificati IAQ:

- ▶ **oltre 40**

La **classificazione A+** si basa su severi test regolati dalla norma europea *ISO 16000*. Lo standard valuta sia il contenuto di **Voc (composti organici volatili)** presente nel prodotto liquido, sia i **Tvoc (composti organici volatili totali)** emessi in ambiente interno dopo l'applicazione del prodotto.



### Prodotti certificati Ecolabel:

- ▶ **12**

Marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea che contraddistingue i prodotti e servizi che pur garantendo elevati standard prestazioni sono caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.



Tutte le parti della filiera operano in sinergia per la realizzazione di soluzioni vernicianti sempre più innovative e dalle elevate performance di qualità, nelle due macroaree.

## Aree di business

### Edilizia

Il Gruppo Boero è uno dei **maggiori leader europei nel business dell'edilizia e del design del colore**. Il nostro fiore all'occhiello è la **Ricerca e Sviluppo**, oggi sempre più orientata verso soluzioni tecnologiche che permettano altissime performance con un sempre **minore impatto ambientale**. L'ampia gamma di prodotti per l'edilizia - storica e contemporanea - e per la casa è l'espressione della lunghissima storia dell'azienda e della sua capacità di reinterpretare il colore.



### Yachting

La Yachting Business Unit del Gruppo Boero è da decenni il **punto di riferimento per il mercato italiano e internazionale** del settore. Grazie ai due brand **Boero YachtCoatings** e **Veneziani Yachting**, siamo in grado di garantire estetica, performance e protezione, con l'obiettivo di soddisfare le richieste tanto di privati quanto dei cantieri superyacht e professionisti più esigenti, con un'attenzione crescente all'impatto delle nostre attività e dei nostri prodotti.



## La forza del nostro network, il valore delle relazioni

Cerchiamo costantemente esperienze in settori diversi dal nostro che possano stimolare nuove idee o rendere applicabili quelle già nate all'interno dell'azienda.

Abbiamo negli anni trovato **partner affidabili**, con una storia significativa nel loro settore, capaci di dialogare per lo sviluppo reciproco. L'azione di network nel cogliere gli input provenienti dal mercato e delle **opportunità di intreccio delle reciproche conoscenze** tecniche, ci ha consentito in questi anni di imparare a **gestire la complessità di dare forma concreta alle intuizioni**, che solo in un dialogo aperto a più punti di vista possono diventare nuova opportunità per il cliente.



02

# Il nostro impatto

- ▶ Introduzione
- ▶ Governance
- ▶ Lavoratori
- ▶ Comunità
- ▶ Ambiente
- ▶ Clienti e consumatori
- ▶ Conclusioni

# L'inizio del percorso

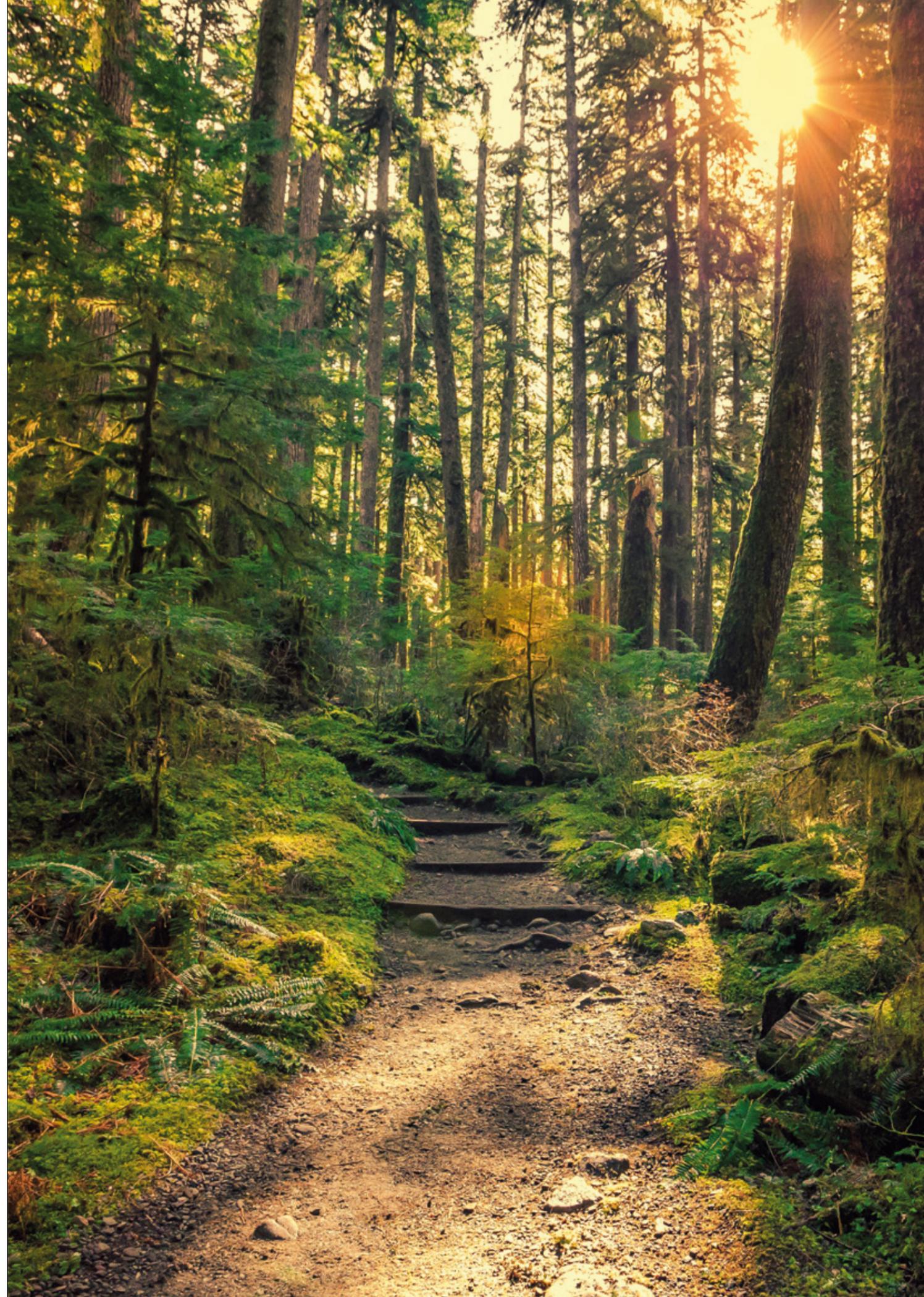
L'abilità a posare lo sguardo su più di tre generazioni è un istinto naturale in un'impresa familiare.

Oggi siamo un Gruppo internazionale e abbiamo allargato su più confini lo sguardo e l'ambizione, mantenendo però l'attitudine a una prosperità lungimirante. Il motore della nostra nuova storia si muove all'interno di filiere sempre più consapevoli, nella continua ricerca di soluzioni che tengano conto dell'interdipendenza tra risorse. La sostenibilità è un impegno a più dimensioni, carico di una complessità che siamo pronti ad attraversare.

***Il motore della nostra nuova storia si muove all'interno di filiere sempre più consapevoli, nella continua ricerca di soluzioni che tengano conto dell'interdipendenza tra risorse.***

Nel corso della nostra storia, **il valore della sostenibilità ha sempre avuto un ruolo importante**, che ha guidato le nostre scelte e comportamenti sia in ambito sociale che ambientale.

Avendo ora a disposizione un'**accurata fotografia delle nostre performance di sostenibilità**, grazie al Benefit Impact Assessment (BIA), sappiamo quali sono le nostre **opportunità di sviluppo** per crescere e migliorarci, per diventare un'**azienda rigenerativa**. Abbiamo stabilito quali sono i prossimi passi, attraverso la definizione del nostro **Piano di Sostenibilità** nel quale abbiamo identificato le **azioni strategiche** che, in maniera progressiva per i prossimi tre anni, ci impegneremo a realizzare.



# Governance



La nuova sfida è trovare un modello di sviluppo su larga scala in armonia con gli equilibri naturali, sia dell'ambiente sia delle persone.

## L'impegno verso una bellezza sostenibile - Misurare ciò che conta e coinvolgere gli stakeholder

Per tracciare e guidare il nostro percorso verso la rigenerazione è stato creato un **team interfunzionale di 9 persone**, che si è occupato di misurare le performance di sostenibilità e che avrà cura di implementare il **Piano di Sostenibilità del Gruppo**.

L'assessment **BIA** ha avuto ad oggetto l'analisi quantitativa e qualitativa di informazioni, politiche, azioni e obiettivi ad oggi presenti all'interno

del nostro Gruppo. Per fare ciò, il team ha compilato un **questionario di circa 200 domande**, che ci ha permesso di tracciare il nostro profilo di sostenibilità e identificare le aree strategiche di miglioramento.

Il team si è anche occupato di definire la nostra **Stakeholder Strategy**, che sarà in grado di avvicinare il Gruppo ai suoi stakeholder, **ascoltandoli e coinvolgendoli nei processi decisionali e strategici**, riuscendo in tal modo a cogliere le loro esigenze e garantendo un perfetto allineamento che ci porta a camminare tutti nella stessa direzione. Il team ha quindi lavorato per identificare tutti gli stakeholder del Gruppo, attraverso l'analisi e la mappatura degli stessi (**Stakeholder Mapping**), per definire quali fossero i più rilevanti da coinvolgere nel processo crescita dell'azienda in ambito di sostenibilità (**Stakeholder Rating**) e delineare possibili **attività strategiche di engagement**.

### Highlights



Numero di persone che si occupano all'interno del Gruppo di comunicazione, salute e sicurezza, risorse umane, produzione, ambiente, qualità, governance e finance.



L'impact assessment tramite il BIA, la predisposizione del Piano di Sostenibilità e la definizione dello Stakeholder Engagement Plan.



Realizzazione e pubblicazione del nostro primo Report di Sostenibilità e la misurazione del nostro contributo agli SDGs tramite lo strumento SDG Action Manager.

### IMPEGNI FUTURI / 2022

#### Governance di sostenibilità Integrazione di obiettivi ESG

Ci impegniamo ad aumentare la percentuale dei manager a tempo pieno che hanno responsabilità legate alla missione sociale e ambientale del Gruppo e che ricevono una valutazione di performance scritta con obiettivi sociali e o ambientali.

#### Coinvolgimento degli stakeholder

Ci impegniamo ad adottare una politica ed il piano strategico di Stakeholder Engagement nel quale definiamo l'importanza dell'ascolto, dell'identificazione e del dialogo con gli stakeholder interni ed esterni al Gruppo, le azioni, le modalità di ingaggio e comunicazione e gli obiettivi dell'engagement negli ambiti di sostenibilità per noi rilevanti.

# Lavoratori



Siamo prima di tutto una comunità di persone che ogni giorno cerca di creare un'organizzazione che sia spazio di accoglienza e soluzione delle esigenze di vita di tutti, per andare incontro o anticipare nuovi bisogni.

## La bellezza di voler essere una comunità - Comunicazione interna

In Boero affermiamo il valore del lavoro a fondamento di ciascun obiettivo di sviluppo sostenibile: ci impegniamo affinché ogni scelta sia in grado di garantire la sostenibilità economica, per l'impresa, le persone e le loro famiglie, oggi e in futuro con continuità e attenzione.

È proprio l'attenzione alle relazioni umane, la volontà di voler **creare un luogo dove il concetto di bellezza sia espresso anche dal desiderio di essere una comunità di persone**, che ci ha permesso di poter affrontare in maniera efficace il lungo periodo della pandemia. In questa situazione, la forza e la solidità della nostra coesione ha portato alla creazione di un team trasversale di persone, funzioni e seniority che si è occupato di **comunicare a tutti le indicazioni necessarie per far fronte all'emergenza Covid e permettere a ciascuno di continuare a svolgere le proprie attività in maniera sicura e proficua**.

Il team ha lavorato anche per renderci più vicini e farci sentire parte di un'unica storia e attori di una medesima visione futura, attraverso alcune iniziative. Tra queste la **newsletter** che mensilmente racconta di nuove iniziative, nuovi progetti aziendali e dati del Gruppo.

Tra le rubriche fisse, c'è quella relativa alla **"sostenibilità"** e quella dedicata alle **"new entry"** che rappresentano la costante **dinamicità, evoluzione e ricerca di talenti del Gruppo**. Il team di comunicazione interna nel corso del 2022 vedrà coinvolte sempre più funzioni, in modo tale da raccogliere e raccontare tutte le nostre iniziative, **rafforzare le nostre relazioni e fare in modo che tutti, anche i nuovi entrati, si sentano parte di una comunità**.



## Smart working

Cerchiamo sempre di cogliere le sfide che ci si presentano, anche nelle situazioni più drammatiche come quella della pandemia, rivoluzionando ed evolvendo in modo da incontrare le esigenze di tutte le nostre persone. Un esempio è stato il più ampio utilizzo dello **smart-working**, che fino a prima della pandemia era utilizzato solo in minima parte. **L'utilizzo di questa modalità di lavoro è stata ampliata per permettere di continuare a svolgere le proprie attività in sicurezza e conciliarle con le esigenze personali.** La cura per la persona e le relazioni sono sempre al centro del nostro agire, nonostante la distanza. Infatti, sin dai primissimi momenti dell'avvio dello smart working, è stata creata una linea guida di supporto per tutti coloro che ne usufruiscono. Sempre a distanza, sono stati comunque erogati gran parte dei **corsi formativi** per permettere il continuo sviluppo professionale. Data l'efficacia di tale modalità, la formazione on-line diventerà parte delle metodologie che verranno utilizzate nei piani formativi del 2022 e oltre. **L'esperienza positiva dello smart working ci permette quindi di poter immaginare di integrarlo nel futuro svolgimento dell'attività lavorativa**, anche se in maniera più contenuta, per cogliere al massimo i vantaggi delle modalità in presenza e a distanza.

### Highlights



**14 H**

Numero medio di ore di formazione offerte per dipendente



**9 H**

Numero medio di ore di formazione online per dipendente



Oltre **250**

Persone che hanno usufruito della formazione online



**24**

Nuovi assunti 2021



Oltre **110**

Persone che hanno utilizzato lo smart working



### IMPEGNI FUTURI / 2022

#### Diversità e inclusione

Ci impegniamo ad includere in tutte le nostre ricerche di lavoro un messaggio che afferma il nostro impegno verso la diversità, l'equità e l'inclusione, già oggi punti saldi e ben presenti nel nostro processo di selezione.

#### Formazione sui temi ESG

Ci impegniamo a definire e implementare un piano di formazione specifica da integrare all'interno della formazione generale dei nuovi lavoratori e dirigenti che incorpori i nostri principi e le nostre pratiche ambientali e sociali, al fine di diffondere la cultura di sostenibilità del Gruppo tra i dipendenti.

# Comunità



Siamo sempre stati attenti a restituire al territorio quello che abbiamo ricevuto, riequilibrando l'impatto delle nostre attività con creazione di posti di lavoro e azioni di prossimità, attenti alla dimensione locale e al rafforzamento del tessuto sociale.

Noi vogliamo sempre creare qualcosa che sia "bello". Nel nostro costante impegno verso il territorio abbiamo imparato la **"bellezza del restituire"**, che ci fa sentire uniti all'interno del Gruppo e strettamente connessi con le **comunità in cui operiamo**. Partecipiamo alla vita del territorio attraverso progetti di **rigenerazione urbana, investimenti** e il **sostegno ad eventi sportivi e culturali**.

## Edilizia etica - Il Gruppo Boero insieme a ColorAid

Abbiamo scelto di sostenere ColorAid, un progetto di **edilizia etica**, giunto alla sua quinta edizione e promosso da Radio Colore e dal mensile Colore & Hobby, a cui partecipano diverse aziende del settore edile per riqualificare e riprogettare il colore delle strutture di accoglienza operanti nel sociale.

Abbiamo supportato tale iniziativa tramite la **fornitura di materiale e pitture per la ristrutturazione e la riprogettazione cromatica** di una realtà importante per il tessuto sociale milanese: il Mini Hub di viale Ortles, 5 appartamenti destinati all'accoglienza temporanea di famiglie in emergenza abitativa.

Il progetto pone al **centro il colore e la sua capacità di migliorare il benessere psicologico delle persone**, creando valore sociale attraverso un modello di business sostenibile che valorizza l'impegno civico a sostegno della collettività.

Per la realizzazione del progetto, abbiamo fornito alcuni dei nostri prodotti di punta: Sanya Smalto Murale e Sanya Pittura, entrambi parte della linea **Painting Natural Protective** con finiture igienizzanti, batteriostatiche e purificanti, concepite per assicurare la massima protezione degli spazi domestici e pubblici.

Si è rinnovata la partecipazione al progetto anche per il 2022.

**Si è rinnovata  
la partecipazione  
al progetto anche  
per il 2022.**



## Social business - Boero insieme a Leroy Merlin

Consapevoli del nostro ruolo nelle comunità in cui siamo presenti, collaboriamo anche con altri attori del mercato, che ci consentono di rafforzare il nostro impatto.

Questo ci ha portato ad una collaborazione con Leroy Merlin Italia, iniziata già dal 2016 e rinnovata nel 2020, con cui ci impegniamo a promuovere il concetto di **Social Business. Applichiamo un prezzo di costo ad alcuni prodotti a marchio Boero** richiesti nell'ambito dei progetti di Leroy Merlin, "Agorà dell'Abitare" e "Emporio fai da noi", per le **persone o le famiglie in difficoltà** che necessitano di effettuare lavori di manutenzione di base, piccole ristrutturazioni o lavori di decorazione.

A causa della situazione pandemica dovuta al Covid-19 il progetto insieme a Leroy Merlin è stato sospeso per il 2021, ma rimane solida la nostra volontà di continuare questa collaborazione e dare il nostro contributo nel generare un impatto positivo.

## Rigenerazione urbana - Urban art

**I colori rigenerano lo sguardo** e disegnano i paesaggi urbani, animando turismo, conservando la memoria e nutrendo l'immaginazione.

**Doniamo i nostri prodotti e la nostra expertise, dedicandoci anche a sostenere il patrimonio storico o la creatività di giovani artisti al servizio della collettività.**

L'urban art sta vivendo nuove relazioni tra artisti, amministrazioni, curatori, imprese del territorio ma soprattutto cittadini. Oggi c'è sempre più la sensibilità di far partecipare i cittadini nella realizzazione di grandi affreschi.

### Quartiere CEP di Genova e murales sotto ponte di San Giorgio

Un esempio è quello che è accaduto nel quartiere CEP di Genova, con i quattro dipinti realizzati da DrinaA12 & Giuliogol.

I murales del CEP sono stati realizzati dopo un'attenta **progettazione**

**sociale degli spazi** insieme ai ragazzi delle medie, che si sono confrontati con il concetto di **arte pubblica** che è palestra di arte di vita: i limiti dell'architettura e della creatività insegnano come avere dei confini non toglie libertà, ma attraverso la focalizzazione aumenta l'inventiva e la responsabilità. Di DrinaA12 & Giuliogol è anche l'opera monumentale sotto il ponte San Giorgio, ricostruito dopo il crollo del Ponte Morandi.

Un soggetto, il **tributo al valore e all'immensa generosità del lavoro dei Vigili del Fuoco**, che era nel cassetto degli artisti da molto tempo e che oggi cerca di creare una cerniera tra il ricostruito e l'energia emotiva che non ha mai abbandonato quello spazio.

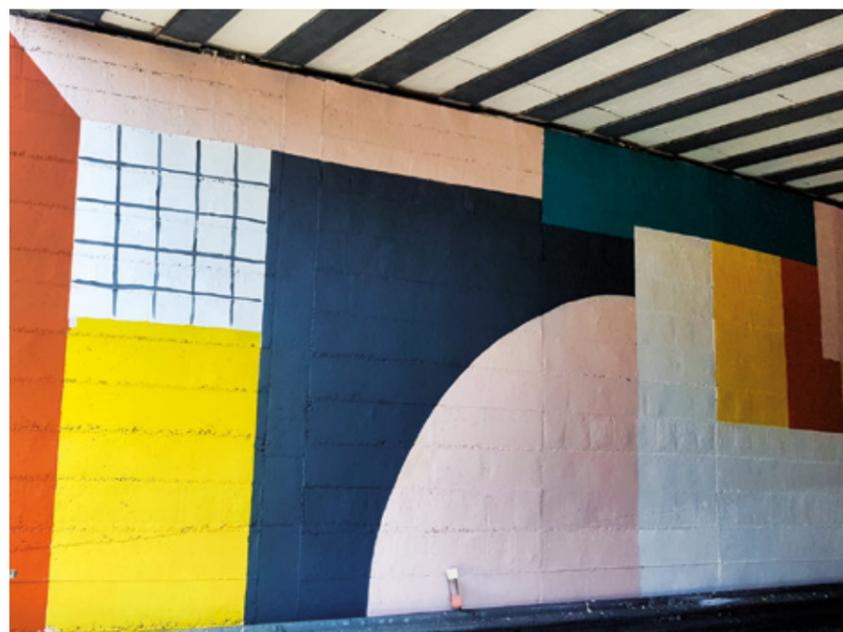


## Progetto Repicta

Nell'anno della celebrazione dei nostri 190 anni, abbiamo voluto offrire alla città di Genova la nostra esperienza professionale sponsorizzando un grande intervento di street art nell'ambito del progetto di **rigenerazione urbana "Repicta"**, finalizzato a cambiare il volto della sopraelevata Aldo Moro, trasformandola in una vera e propria opera d'arte urbana.

Con questo progetto la sopraelevata acquisisce un doppio ruolo: non solo quello di importante collegamento stradale, ma anche di **installazione artistica, a testimonianza della storia di una città capace di trasformare un'infrastruttura in un capolavoro di street art.**

Il progetto prevede cinque opere di diversi artisti. I nostri colori partecipano a questa rigenerazione anche grazie all'opera "tunnel del colore" ideata e realizzata dall'artista Greg Jager.



### Highlights



**25**

iniziative verso la comunità e il territorio



**oltre 50.000**

euro tra prodotti distribuiti in omaggio e donazioni



**oltre 10.000**

litri di prodotto donato per le diverse iniziative

### IMPEGNI FUTURI / 2022

#### Politica sulle iniziative verso la comunità

Ci impegniamo a definire gli obiettivi e gli impatti sociali e ambientali che vogliamo generare tramite le nostre attività verso la comunità e il territorio, a implementare di un piano di budget destinato annualmente a tali progetti e a definire le specifiche aree in cui vogliamo impegnarci e che desideriamo supportare. Ci impegniamo inoltre a strutturare un sistema di monitoraggio dell'impatto generato verso la comunità e il territorio.

# Ambiente



Con il 2021 abbiamo fissato una priorità: rendere concreta e misurabile la nostra strategia ambientale. Sappiamo che il settore dei prodotti vernicianti ha effetti importanti sulla vita del pianeta ed è quindi urgente ridurre la nostra parte di impatto.

Nella nostra visione di business sostenibile e rigenerativo, la ricerca e lo **sviluppo dei nostri prodotti dovrà sempre più tenere in considerazione l'impatto ambientale da questi generato**, mantenendo la bellezza dei nostri colori grazie ad elevate performance tecniche e qualitative. Abbiamo incominciato a farlo tramite un continuo lavoro di **miglioramento delle formulazioni**, utilizzando le **tecnologie più innovative presenti sul mercato della chimica verde**.

L'obiettivo che vogliamo raggiungere è realizzare soluzioni in grado di rispondere alle sfide globali, anche attraverso il rafforzamento delle nostre partnership di oggi e future, indispensabili per generare un impatto positivo il più possibile esteso ed efficace.

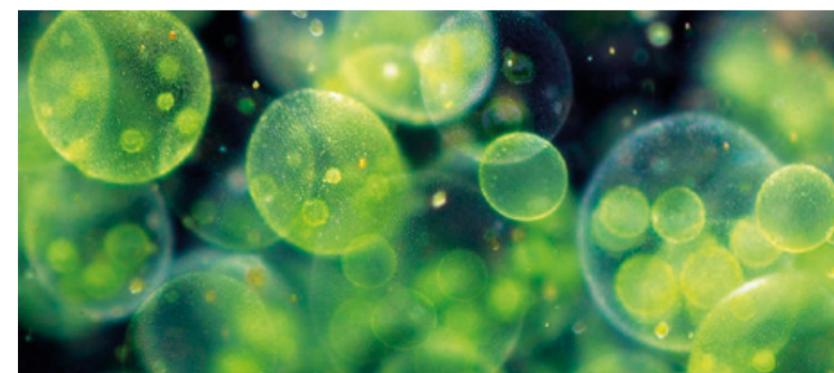
## Neomaterie - Spirulina EXPO 2020 Dubai

"Fare ricerca, innovare, mettersi continuamente alla prova è nel DNA del Gruppo Boero: azienda che da 190 anni sperimenta nuove soluzioni per colorare il mondo dell'edilizia e dello yachting generando bellezza nel rispetto dell'ambiente in cui viviamo." Giampaolo Iacone, Direttore Generale e CFO Gruppo Boero.

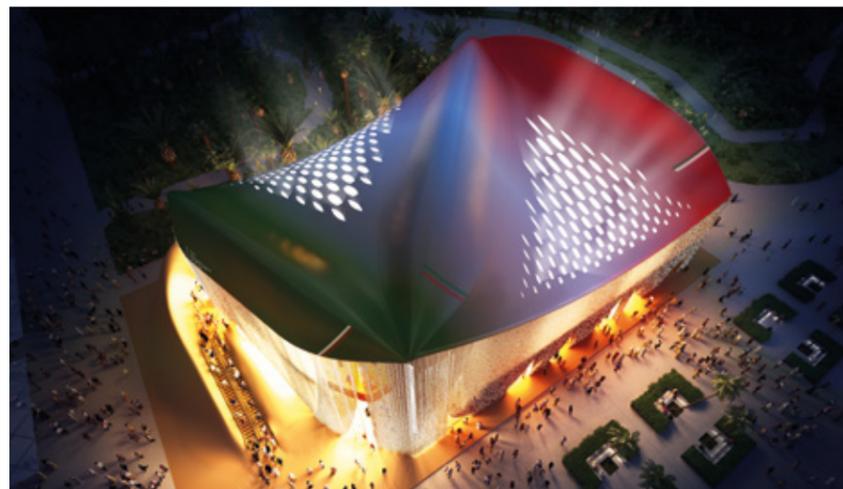
Siamo attivi da anni in progetti per la realizzazione di pitture con **materie prime vegetali, scarti industriali a cui ridare vita**, in un'ottica di economia circolare. Per l'**EXPO 2020 di Dubai**, anche grazie alla collaborazione con TOLO Green, società attiva nel settore energetico e nella produzione di microalghe, abbiamo sviluppato, in qualità di **Premium Partner e Provider Partner del Padiglione Italia**, una soluzione verniciante sperimentale di minor impatto ambientale, a base d'acqua e microalghe, come **alternativa green ai prodotti vernicianti tradizionali di origine sintetica**: la **Spirulina Paint**.

**"Fare ricerca, innovare, mettersi continuamente alla prova è nel DNA del Gruppo Boero"**

*Giampaolo Iacone,  
Direttore Generale  
e CFO Gruppo Boero.*



Premium Partner del Padiglione Italia a Expo 2020 Dubai



← Padiglione Italia,  
EXPO 2020 Dubai

Questa vernice è stata utilizzata per dipingere le aree interne di maggior rilievo del Padiglione Italia e renderlo espressione della naturalezza e dell'eccellenza del Made in Italy.

**“La proficua collaborazione con TOLO Green, ha permesso di unire competenze diverse e visioni per realizzare un valido prodotto verniciante”**

*Giampaolo Iacone,  
Direttore Generale  
e CFO Gruppo Boero.*

“La proficua collaborazione con TOLO Green, ha permesso di unire competenze diverse e visioni per realizzare un valido prodotto verniciante, che immaginiamo possa essere ulteriormente sviluppato per applicazioni future sempre più sostenibili.”

Giampaolo Iacone, Direttore Generale e CFO Gruppo Boero.

Per realizzare la Spirulina Paint, abbiamo utilizzato **pigmenti organici naturali** attraverso l'utilizzo di microalghe in polvere per la colorazione del prodotto verniciante individuato, ovvero uno smalto murale formulato ad hoc per le pareti degli spazi comuni del Padiglione Italia.

Abbiamo individuato diverse tipologie di **microalghe**, messe a disposizione da TOLO Green e, dopo le nostre sperimentazioni, abbiamo scelto l'**alga Spirulina** proveniente dalle vasche di coltivazione

#### Alga Spirulina

La Spirulina è un'alga blu-verde: un alimento estremamente ricco di fitonutrienti, con valori nutrizionali migliori di qualsiasi altro alimento. È stata dichiarata dalla FAO il “Cibo del Futuro”. Oltre ad essere utilizzata per l'alimentazione umana, può essere impiegata per la cura della persona, in ambito diagnostico e nei processi di biofissazione della CO<sub>2</sub>, in ottica di miglioramento dell'ambiente.



di Arborea in Sardegna, in una delle aree blu d'Europa dove gli ecosistemi sono i più puliti.

Abbiamo analizzato con gli stessi strumenti per la determinazione del potere colorante dei pigmenti tradizionali, le performance della polvere di microalga. Quello che abbiamo verificato è l'**elevato potere colorante** rispetto ai “normali” pigmenti presenti sul mercato.

Grazie a dosaggi diversi delle particelle di microalghe, siamo riusciti ad ottenere diverse tonalità derivanti dal colore originale dell'alga in modo tale da rispondere alle nostre esigenze.

La nostra ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti non si ferma all'utilizzo dell'alga spirulina. Vogliamo continuare a studiare **nuove interazioni con altre colorazioni di microalghe**, per migliorare l'impatto dei nostri prodotti. La nostra visione sui nostri prodotti è di creare un linea di colori dedicata attraverso l'utilizzo di diverse microalghe.

## Green Keel Pack

Insieme a KeelCrab, brand di droni sottomarini prodotti dall'azienda Aefefè, è stato lanciato il **Green Keel Pack**: il progetto pilota che ha l'obiettivo di rivoluzionare la **pulizia e il mantenimento delle imbarcazioni**.

Nato dalla costante ricerca di una **antivegetativa con basso impatto ambientale sul mare**, Green Keel Pack è un progetto che **unisce la tecnologia della pulizia del drone KeelCrab con la nostra esperienza nello sviluppo di antivegetative di qualità**. In questo caso si tratta di un prodotto a **zero contenuto di biocidi**: la nostra **Eco Hull Paint**.

Questo nuovo progetto conferma l'impegno per la riduzione dell'impatto ambientale che caratterizza i prodotti e i processi, coinvolgendo le diverse fasi del ciclo produttivo e distributivo, dalla scelta delle materie prime alla lavorazione, dal trasporto al recupero e allo smaltimento.



## Progetto #ScegliSostenibile - Plastic free

Vogliamo che la sostenibilità faccia parte anche delle nostre azioni quotidiane, anche quelle piccole, per fare in modo che tutto quello facciamo abbia un impatto positivo.

A settembre 2019 abbiamo lanciato la campagna **Plastic-Free**, il progetto, denominato **#ScegliSostenibile**, che nella sua prima fase si è focalizzato sull'**eliminazione della plastica monouso** all'interno delle sedi del Gruppo e nelle prossime evoluzioni mira all'adozione di scelte maggiormente sostenibili da parte dell'intera azienda.

L'intento di questo progetto è di **promuovere piccoli gesti sostenibili che diventino il quotidiano di ognuno di noi**. Piccole attenzioni che giorno dopo giorno accrescono il senso di responsabilità e la cultura orientata alla sostenibilità.

Tra le azioni del progetto #ScegliSostenibile abbiamo sostituito i boccioni e le bottiglie di plastica usa-e-getta con erogatori di acqua naturale e gasata e le cialde del caffè sono state sostituite con il caffè in chicchi.

Ecco i primi risultati della nostra campagna Plastic-Free:



## IMPEGNI FUTURI / 2022

### Consumi energetici rinnovabili e sostenibili

Ci impegniamo ad aumentare la quota di approvvigionamento di energia derivante da fonti rinnovabili ad almeno il 75% dei nostri consumi energetici.

### Acquisti sostenibili e sustainable raw materials

Redigeremo e implementeremo una policy di gruppo dove in maniera formale ci impegniamo e richiediamo la preferenza verso l'acquisto di beni di consumo e materie prime ecologiche e sostenibili.

### Consumi idrici

Ci impegniamo ad implementare un sistema di monitoraggio dei consumi d'acqua e definire degli obiettivi specifici di riduzione.

### Analisi della nostra catena del valore

Ci impegniamo ad analizzare la nostra catena del valore, compresi i fornitori, al fine di identificare le aree ad alto impatto e stabilire obiettivi di riduzione nelle aree relative alla produzione di rifiuti, ai consumi idrici ed emissioni di gas ad effetto serra.

### Riduzione dell'impatto ambientale del packaging

Ci impegniamo ad analizzare le fasi di progettazione e i materiali dei nostri prodotti e del packaging al fine di identificare opportunità di ottimizzazione per ridurre e minimizzare l'impatto ambientale.

### Materie prime sostenibili

Ci impegniamo a ricercare materie prime sostenibili e a basso impatto ambientale al fine di aumentare l'offerta di prodotti a ridotto impatto sulle persone e sull'ambiente.

# Clienti e consumatori

Oltre alle funzionalità storiche di protezione ed estetica, siamo attenti alle esigenze di benessere e confort dei nostri clienti, cercando di integrare in un solo prodotto più livelli di soddisfazione.

Alla luce di questi dati e della serietà del nostro impegno nel creare prodotti il più possibile sostenibili, abbiamo ideato la linea **Painting Natural**, fatta di **prodotti green, ecosostenibili, tecnologicamente avanzati e con minimo impatto ambientale**, con certificazione di qualità ambientale EPD®, conformi al protocollo internazionale HACCP, con certificato IAQ di Classe A+, ipoallergenici e certificati Ecolabel. Vengono quindi considerate tutte le esigenze

dei nostri clienti, dal rendere più colorati, belli e accoglienti i loro ambienti alla cura e attenzione a contribuire al loro **benessere abitativo**. Le persone, infatti, trascorrono la maggior parte del tempo in luoghi chiusi, è quindi fondamentale garantire **spazi protetti, puliti** che assicurino la **salute**, il **benessere** e una **maggiore qualità di vita dei nostri clienti**.

Questo risultato è raggiunto grazie alla linea Painting Natural con le **pitture igienizzanti, batteriostatiche e purificanti**, resistenti all'usura e alla pulizia con i comuni detergenti, concepite per la **massima protezione degli spazi domestici, professionali, pubblici, sanitari**.

Gli igienizzanti batteriostatici ad esempio si basano sull'impiego degli ioni d'argento, di cui è nota la straordinaria capacità di **potenziare le caratteristiche risananti dei prodotti vernicianti, assicurando massima igiene in modo efficace e sostenibile**.

**È fondamentale garantire spazi protetti, puliti che assicurino la salute, il benessere e una maggiore qualità di vita dei nostri clienti.**

## Painting Natural - L'attenzione verso il benessere dei nostri clienti e consumatori



L'impatto che gli ambienti domestici e di lavoro hanno sul nostro benessere quotidiano è molto più significativo di quanto si possa immaginare. L'Organizzazione Mondiale della Sanità sostiene che il 20% della popolazione occidentale soffre di disturbi fisici causati dalla permanenza prolungata in ambienti non accoglienti e/o inquinati da sostanze chimiche.



### Highlights

Painting Natural negli ultimi 3 anni



il numero di  
referenze è più che  
**raddoppiato**



i volumi sono  
**triplicati**

### IMPEGNI FUTURI / 2022

#### Customer Satisfaction

Ci impegniamo a definire e applicare strumenti di verifica e monitoraggio della soddisfazione del cliente e del consumatore ai fini di un miglioramento continuo e ad offrire supporto in tempo reale ai nostri clienti attraverso l'implementazione di strumenti digitali e innovativi.

#### Customer Stewardship

Ci impegniamo ad attivare delle politiche di sensibilizzazione nei confronti dei nostri rivenditori e dei consumatori per l'utilizzo consapevole e sostenibile dei nostri prodotti incentivandoli ad adottare comportamenti orientati all'economia circolare.

#### Prodotti Green and Safe

Ci impegniamo nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni al fine di incrementare l'offerta della nostra gamma di prodotti Green and Safe per migliorare l'impatto generato verso l'ambiente e i clienti.

# Conclusioni

Osserviamo nel mondo un **grande cambiamento**, che investe tutte le sfere della vita umana e porta a ridefinire le relazioni che ci legano, gli spazi che abitiamo e concetti fondamentali come il successo, la ricchezza o la società.

Di fronte a nuove condizioni, emerge per ognuno di noi l'imperativo dell'adeguamento, proprio come avviene in Natura: ogni specie evolve al fine di sviluppare le caratteristiche che le consentiranno di prosperare anche nel futuro.

Allo stesso modo, il **Cigno di Boero, che vola da 190 anni, è chiamato oggi a virare la sua rotta verso la direzione della sostenibilità, che diventa non solo una scelta necessaria, ma un valore fondamentale al benessere collettivo.**

Intraprendere questa direzione si traduce nella capacità di accogliere le nuove sfide del mercato e di trasformare l'organizzazione in modo sistemico, dimostrando **resilienza, prontezza ed energia**. L'obiettivo, allora, è quello di **assicurare l'eccellenza qualitativa di sempre**, ottenuta però con modalità di produzione in **continua innovazione**, che siano capaci di **salvaguardare la biosfera** e di **generare valore per le comunità, i dipendenti, i clienti e tutti gli stakeholder del nostro ecosistema.**

Solo così il battito d'ali del Cigno continuerà a portare bellezza nel mondo, in modo autentico e d'ora in poi, ancora più consapevole.

Cominciate col fare  
ciò che è necessario,  
poi ciò che è possibile.

E all'improvviso  
vi sorprenderete a fare  
l'impossibile.

(Francesco d'Assisi)



# Smart Evolution Report

—  
2021

Boero Bartolomeo S.p.A.  
Via G. Macaggi, 19 - 16121 Genova - Italy  
Tel. +39 010 5500.1 - [www.gruppoboero.it](http://www.gruppoboero.it)  
[boerobartolomeo@pec.collabra.it](mailto:boerobartolomeo@pec.collabra.it)  
Società soggetta a direzione e coordinamento  
di CIN - CORPORAÇÃO INDUSTRIAL DO NORTE, S.A

  
**GRUPPOBOERO**  
DAL 1831

  
**GRUPPOBOERO**  
DAL 1831