



PDF INTERATTIVO



INFO



EMAIL



STAMPA



CERCA

COSA PUOI TROVARE IN QUESTO PDF INTERATTIVO?

Nella parte bassa di ciascuna pagina di questo PDF, troverai alcune icone (come quelle riportate qui sopra), che ti permetteranno di navigare il PDF ed accedere in maniera rapida ad alcune funzionalità di Acrobat Reader.

CHE COSA SIGNIFICANO LE ICONE?

Premendo ciascuna icona, potrai:



Icona Informazioni ti porta in qualsiasi momento a questa pagina di istruzioni.



Icona Stampa apre la finestra di stampa.



Search icon opens the search functionality in Acrobat in a separate panel allowing you to search the PDF.



Icona Email ti permette di condividere via mail questo documento PDF ad un amico o collega (nota che questa selezione aprirà il client di posta elettronica predefinito sul tuo computer).



Icona Indietro selezionando questo tasto, potrai tornare alla pagina precedente del documento.



Icona Avanti selezionando questo tasto, potrai andare alla pagina successiva del documento.

LETTERA DEL CEO

Cari Stakeholder PRG, Il 2021 rimarrà nella storia del nostro Gruppo come l'anno che ha visto PRG superare il traguardo del miliardo di euro di vendite nette, nonostante tutte le limitazioni e gli ostacoli imposti dalla pandemia. Merito di una straordinaria passione, della professionalità e della determinazione con cui, tutti insieme, abbiamo reagito a imprevisti e avversità per continuare ad accogliere e prenderci cura ogni giorno dei nostri 27 milioni di clienti.

In tutti i nove Paesi in cui siamo presenti, su ogni canale e spazio fisico o digitale del nostro ecosistema, non abbiamo mai fatto mancare il nostro supporto attivo alle famiglie, ai bambini, alle nuove mamme e ai nuovi papà. Anzi, abbiamo risposto all'emergenza creando servizi innovativi e accelerando i processi per semplificare la vita di migliaia di genitori, accompagnandoli nella crescita dei figli con i nostri prodotti essenziali.

L'esperienza di questi mesi così difficili ha reso il nostro Gruppo più coeso e ha rafforzato ulteriormente la consapevolezza della centralità del nostro ruolo e il senso di responsabilità che deve guidare il nostro agire quotidiano per concorrere a un vero sviluppo sostenibile, delle famiglie e della società.

Confermiamo dunque, e con ancora maggiore convinzione, il percorso strategico che abbiamo intrapreso attraverso le nostre insegne e i nostri prodotti, e nella costruzione di progetti e contenuti, con l'impegno a condividere con stakeholder e fornitori una riflessione inderogabile: qual è l'impatto che le nostre scelte di oggi potranno avere sulle generazioni alle quali, tutti i giorni, dedichiamo tanto impegno e attenzione?

Cinque le direttrici e le azioni concrete a cui continueremo a riservare la nostra massima attenzione:

- **Prodotti sempre più sicuri e di qualità:** dalla scelta delle materie prime, alla certificazione dei processi produttivi, fino all'assistenza nel fine vita del prodotto, per il suo corretto smaltimento;
- **Catena del valore responsabile** basata sul controllo della filiera e il miglioramento delle prestazioni sociali e ambientali dei nostri fornitori;

- Ulteriore **riduzione delle emissioni** per un **clima migliore**: negli ultimi tre anni abbiamo dimezzato le emissioni in scope 1 e 2 grazie all'acquisto di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili ma non intendiamo fermarci qui;
- Investimenti in **formazione e per la crescita professionale** e valoriale delle persone PRG attraverso iniziative capaci di essere implementate ovunque in Europa, per crescere tutti insieme con lo stesso passo;
- **Impegno fattivo e costante nei confronti delle comunità** e dei territori in cui operiamo, attraverso la promozione di iniziative di solidarietà condivise con i nostri clienti, e la realizzazione di progetti importanti nell'indirizzo dell'inclusività e della promozione della ricerca.

Il mio augurio e il mio impegno è che il futuro che stiamo progettando con tutti i nostri stakeholder possa essere sempre più all'insegna di un Kids&family Hub realmente sostenibile e inclusivo, capace di accogliere e sostenere le famiglie di tutta Europa, continuando insieme a loro nella nostra crescita.

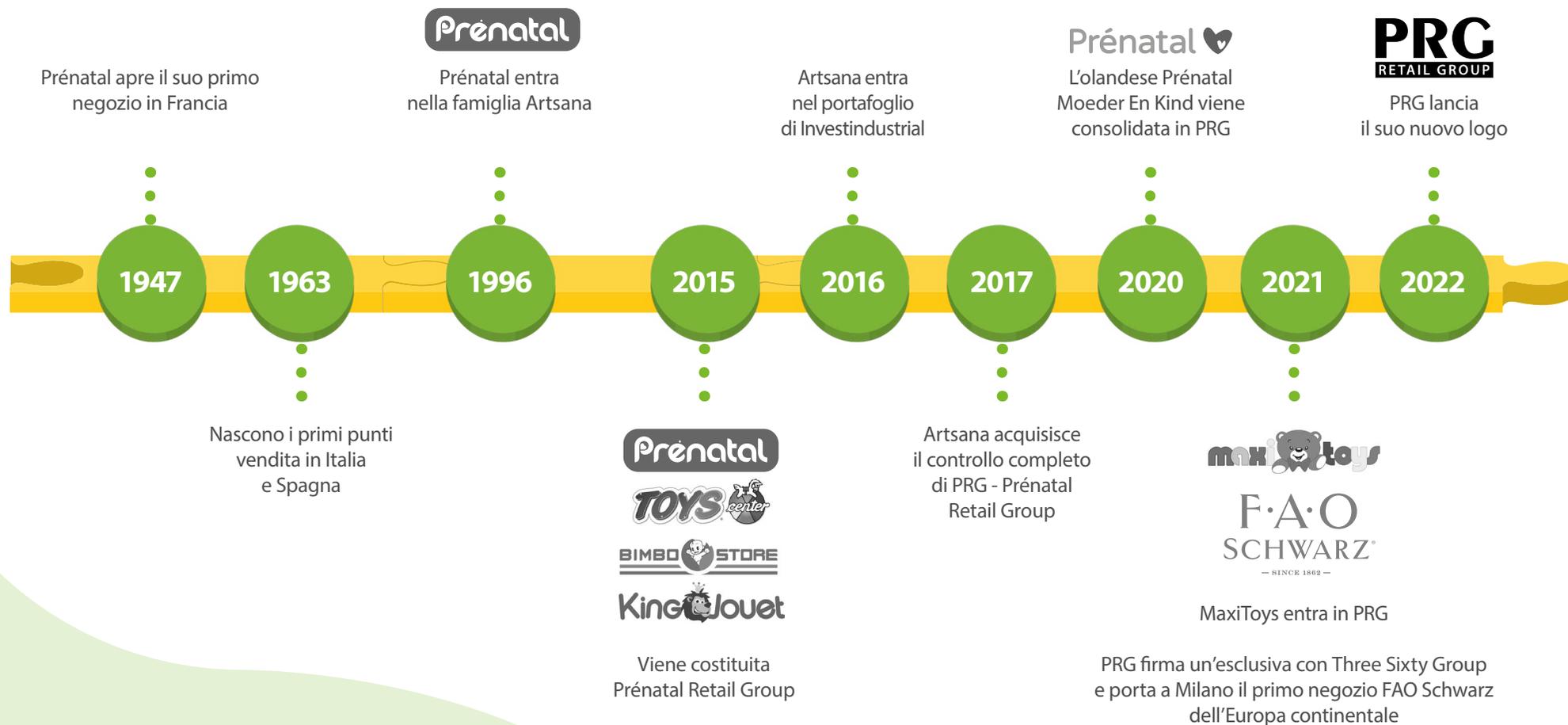
Grow with us. 
Amedeo Giustini
Amministratore Delegato

UN GRUPPO RESPONSABILE, APPASSIONATO CON LA MENTE APERTA

Identità e marchi

“Grow with us” sintetizza ed esprime pienamente la nostra volontà di costruire giorno per giorno un progetto meraviglioso: crescere con i bambini e le famiglie, portando valore alle loro vite e al loro mondo, insieme ai nostri partner.

Con questa visione, intendiamo consolidare il nostro ruolo di primo Kids&family hub europeo leader e rafforzare la relazione di fiducia, unica e duratura, che già oggi fa di noi il punto di riferimento per 27 milioni di famiglie. PRG prosegue il suo percorso di crescita anno dopo anno includendo nuovi marchi nel portafoglio. La globalizzazione sta diventando una caratteristica chiave per PRG, che lavora costantemente per collegare culture, paesi e aziende diverse sotto gli stessi valori e la stessa passione.



La struttura

Tramite una precisa strategia di diversificazione e collaborazione a lungo termine con i maggiori attori nel settore, PRG è oggi un'impresa leader sul mercato, capogruppo di riferimento per 24 imprese che creano valore per i clienti attraverso cinque marchi in nove paesi.

Il brand più recente ad entrare a far parte del Gruppo è Maxi Toys, società francese controllata da King Jouet e operatore di lunga esperienza nel settore. Il consolidamento è avvenuto nel novembre 2021 integrando alla rete PRG 120 punti vendita tra Francia, Belgio e Lussemburgo.



24
società operative



5
marchi



9
paesi



912
negozi



€1,055
milioni di euro
nel 2021

Presenza sul mercato

Il modello di business di PRG si basa sulla vendita al dettaglio di una vasta gamma di prodotti per l'infanzia al fine di soddisfare le molteplici esigenze di famiglie e bambini fino agli 8 anni di età.

Con **5.072 dipendenti** in tutto il mondo, la presenza del Gruppo è concentrata principalmente in Europa: i suoi **912 negozi**, sia diretti che affiliati, si trovano in Italia, Francia, Olanda, Spagna, Portogallo, Grecia, Svizzera, Belgio e Lussemburgo.

In termini di ricavi, il Gruppo ha generato oltre **1.055 milioni di euro nel 2021**, la maggior parte dei quali (86,3%) direttamente dai punti vendita, e i restanti (6,8%) dalle wholesales e (6,6%) dall'e-commerce.

LET'S GROW TOGETHER

Profondamente consapevole dell'importanza di agire in modo responsabile e sostenibile, in particolar modo nei confronti delle persone e dell'ambiente, PRG si impegna a costruire rapporti di fiducia e durevoli nel tempo con tutti i suoi stakeholder.



Let's Grow Together rappresenta perfettamente lo spirito del percorso di sostenibilità che ci permetterà di crescere e imparare nel corso degli anni, con il supporto inestimabile dei clienti e dei vari stakeholder. In secondo luogo, la crescita di PRG andrà di pari passo con la crescita di bambini e famiglie, anno dopo anno in modo responsabile per contribuire a garantire un futuro per la prossima generazione.

La revisione dell'analisi di materialità di PRG è stata la fase preparatoria finale per la definizione di 5 pilastri attorno ai quali sarà sviluppata la strategia.

1

Realizzare prodotti di qualità

in termini di **progettazione, utilizzo di materie prime, sicurezza, durabilità, packaging** e gestione del **fine vita**

2

Supportare una catena del valore responsabile

monitorando le prestazioni ambientali e sociali dei fornitori, assicurandosi che i diritti dei lavoratori siano salvaguardati e che gli aspetti ambientali della produzione siano monitorati per capire come ridurre al minimo gli impatti

3

Combattere il cambiamento climatico

monitorando le emissioni di gas a effetto serra nei diversi anni e **individuando le attività di riduzione**, al fine di raggiungere la neutralità delle emissioni di carbonio

4

Valorizzare il nostro personale

implementando un **sistema di welfare per i dipendenti di PRG**, con particolare attenzione alla loro crescita e formazione nonché al loro coinvolgimento

5

Crescere responsabilmente

è rivolto ai clienti, con l'obiettivo di guidarli verso **scelte di acquisto più consapevoli**, e verso i bambini, sensibilizzandoli sui temi della sostenibilità

Stakeholder

Con una società internazionale in rapida crescita, gli stakeholder di PRG interni ed esterni sono in continua evoluzione e crescita.

PRG ha mappato tutte le parti interessate interne ed esterne al fine di identificare quali fossero le più strategiche e comprendere meglio le loro diverse esigenze. Da un'analisi aggiornata, sono state identificate **11 categorie di stakeholder più rilevanti**, in base al loro livello di influenza e di dipendenza reciproca da PRG.



Ricerca condotta da BVA-DOXA e dall'Osservatorio di PRG sulle famiglie contemporanee

FOCUS SU: Sostenibilità sospesa tra il dire e il fare



L'Osservatorio delle Famiglie Contemporanee di Prénatal Retail Group nasce nel 2020 con l'obiettivo di ascoltare, migliorare la conoscenza e la connessione con le famiglie italiane, e di portare all'attenzione di stakeholder e opinione pubblica alcuni indicatori che ne guidano e influenzano le dinamiche e gli atteggiamenti, con rilevazioni sia su campioni demoscopici, sia su panel di dipendenti del Gruppo.

Avvalendosi della **collaborazione scientifica di BVA-DOXA**, l'Osservatorio ha sinora condotto tre ricerche sociali: **"La sfida dei genitori italiani nell'Italia del 2020"** che ha indagato i valori e i punti fermi della vita familiare prima e dopo l'arrivo della pandemia. La seconda ricerca **"Figli? Sì! 3 italiani su 4 pensano a un figlio nei prossimi 5 anni"** ha analizzato la propensione alla genitorialità su un campione di 25-40enni.

Nel 2021 il terzo progetto **"Sostenibilità: una pratica sospesa tra il dire e il fare"** è nato con la finalità di comprendere quanto le persone conoscano davvero e applichino nella loro quotidianità questa parola così spesso citata. Quest'ultima indagine in particolare ha coinvolto un campione di 1948 persone, di cui 1000 genitori con figli 0-14 anni e 948 dipendenti di Prénatal Retail Group, stakeholder cruciali del lavoro dell'Osservatorio e del percorso verso la sostenibilità del Gruppo.



RISULTATI DEL SONDAGGIO:

64%
dei dipendenti del Gruppo
ritiene strategico l'impegno
dei fornitori e il rispetto
della responsabilità sociale
e ambientale



solo il
28%
degli intervistati
esprime una reale
consapevolezza sui temi
della sostenibilità

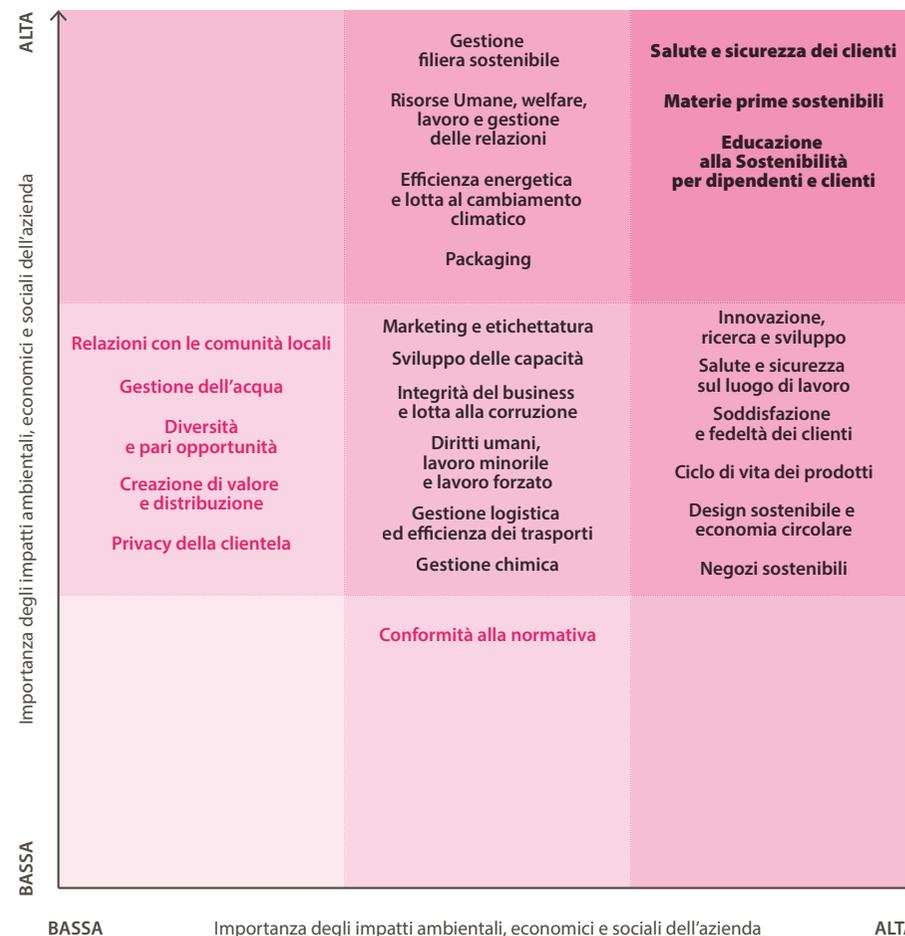
I risultati del sondaggio sono di grande importanza per PRG per definire gli argomenti di sostenibilità sui cui formare ed educare sia i dipendenti PRG che i clienti effettivi e potenziali.

L'attività e i contenuti prodotti dall'Osservatorio delle Famiglie Contemporanee di Prénatal Group sono di interesse anche per i mezzi di informazione italiana: i dati delle prime indagini sono stati ripresi dai principali quotidiani e agenzie stampa, testate economiche, lifestyle e di settore generando **oltre 135 articoli** nel biennio 2020-2021.

Temi materiali

In linea con i requisiti degli Standard GRI, PRG ha individuato gli argomenti da affrontare nel Bilancio di Sostenibilità attraverso un'analisi delle materialità. Lo scopo dell'analisi delle materialità è di identificare le questioni che riflettono l'impatto economico, ambientale e sociale del Gruppo e influenzano profondamente le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Nello specifico, l'analisi di rilevanza di PRG ha portato alla seguente matrice di materialità:



REALIZZARE PRODOTTI DI QUALITÀ

I prodotti sono il tratto distintivo dei marchi PRG e, come tali, riflettono i principi di sostenibilità che il Gruppo abbraccia.



PRG offre al mercato un'ampia e completa gamma di articoli e, consapevole della necessità di una radicale riduzione dei suoi impatti, vuole costruire un percorso ambizioso nel ripensare progressivamente materiali, processi, packaging e fine vita dei prodotti a marchio.

Per dare una panoramica chiara e completa di ciò che "Realizzare prodotti di qualità" significa per PRG, il capitolo è stato suddiviso in quattro sezioni, facendo riferimento alle diverse dimensioni che influenzano i prodotti PRG: la prima si concentra sulla **salute e la sicurezza dei prodotti**, la seconda sulle **materie prime sostenibili** per **giocattoli** e **tessuti**, segue un focus sul **packaging** e una sezione finale sul **fine vita** del prodotto.

Prodotti sicuri

PRG si impegna a garantire i più elevati standard di sicurezza dei prodotti per proteggere la salute dei propri clienti.

Per questo motivo, nell'ambito dei contratti che regolano i rapporti con i fornitori, PRG ha deciso di aggiungere un capitolato tecnico contenente le specifiche fisiche, meccaniche e chimiche richieste per i propri prodotti denominato "Requisiti di sicurezza e qualità del prodotto".

Le specifiche fissano limiti tecnici da rispettare per tutti i tipi di prodotti (giocattoli, tessuti, prodotti durevoli e cura dei bambini) in linea con la normativa europea cogente e volontaria e ancora più stringenti nel caso del tessile dove i limiti sono quelli fissati dallo STANDARD 100 di OEKO-TEX®.

Giocattoli e Articoli di assistenza all'infanzia



100%

Prodotti testati per soddisfare i requisiti di prestazione, chimica e sicurezza

Articoli tessili durante le collezioni 2021



3.250
test di performance



2.165
test di sicurezza
fisico meccanica e chimica

Dal 2021, PRG adotta il rigoroso protocollo dello STANDARD 100 di OEKO-TEX®, un sistema di test e certificazione indipendente e uniforme a livello internazionale che mira a garantire che i prodotti tessili siano privi di sostanze tossiche e quindi sicuri per la salute umana e l'ambiente.

Prénatal ha ottenuto la certificazione STANDARD 100 di OEKO-TEX® classe I (Articoli per neonati e bambini fino a 3 anni di età) per neonati, bambini e future madri e biancheria da casa e da letto al fine di migliorare ulteriormente i controlli con test chimici aggiuntivi con limiti ancora più rigorosi.



Allo stesso modo, PRG ha deciso di utilizzare la certificazione STANDARD 100 di OEKO-TEX® per **21 articoli della linea di peluche "Baby Smile"**. La linea è adatta a neonati e bambini fino a tre anni, e quindi richiede la massima attenzione ai materiali.

Materiali sostenibili

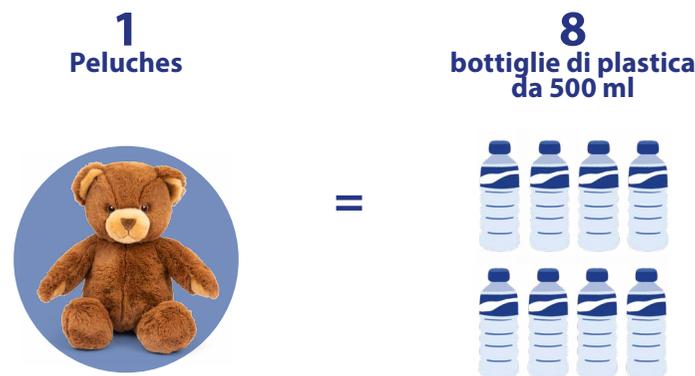
Tutti i team di acquisto e prodotti a marchio privato si impegnano ad aumentare gradualmente l'uso di materie prime con un minore impatto sociale e ambientale. Nelle sottosezioni seguenti, viene presentata una vista dettagliata dei progetti in corso consegnati dalle unità aziendali.

Giocattoli

I giocattoli sono un primo esempio del pilastro "Realizzare articoli di qualità". Nel 2021 il team di prodotto Giocattoli ha continuato a lavorare per offrire prodotti realizzati con materiali più sostenibili.

All'interno della linea AmiPlush è nato **Eco Nation**, un progetto co-branded di peluche generati dal riciclo di bottiglie di plastica

In particolare, la collezione **Wood'N Play** rappresenta tutti i principi di sostenibilità che PRG rappresenta.



INTERVISTA

Wood'N Play: una linea legno responsabile

Elisabetta Guzzon,
Toys Private Label Director

**WOOD'N
PLAY**



Come descriverebbe l'iniziativa Wood 'N Play?

EG: Wood'N Play è la collezione di giocattoli PRG con particolare attenzione alle caratteristiche di sostenibilità del legno, lanciata dal Gruppo nel 2020 con il 100% dei prodotti realizzati con legno certificato FSC (Forest Stewardship Council). Si tratta di una linea molto consistente in termini di volumi di produzione (90 prodotti), venduti in ogni paese in cui operiamo. Abbiamo deciso di scegliere il marchio FSC in quanto lo schema di certificazione garantisce che il prodotto proviene da fonti gestite in modo responsabile e si basa su dieci regole applicabili a livello globale che coprono gli aspetti essenziali della gestione forestale responsabile. Abbiamo pensato che avere una certificazione di soggetti indipendenti fosse importante per esprimere il nostro impegno nei confronti dei nostri clienti. I prodotti certificati FSC sono stati introdotti anche in altre linee private label come Love Bebè.

I materiali dei giocattoli sono certificati FSC, ma non solo, poiché la certificazione è stata estesa anche all'imballaggio.

EG: Esattamente, non solo il legno degli articoli è certificato FSC, ma abbiamo ritenuto necessario fare il passo logico successivo e garantire che anche tutto il packaging per i prodotti Wood'N Play fosse certificato. Ciò significa eliminare gradualmente tutti i materiali diversi dal legno, dalla carta o dal cartone, al fine di facilitarne il riciclaggio dopo l'uso.

La sostenibilità è innegabilmente al centro della collezione, ma non è tutto perché c'è un tema altrettanto importante di innovazione. Come sono collegati i due?

EG: Il ragionamento con cui siamo partiti è nato dalla domanda: "Come innovare una linea di giocattoli considerati tradizionali, aggiornandola alle nuove esigenze e tendenze di mercato?". La risposta che ne è derivata è stata questa collezione, in cui l'innovazione sta nell'uso di materiali sostenibili, certificati da FSC, il principale ente di gestione delle risorse forestali. Aggiungo inoltre che la tradizione ha svolto un ruolo significativo nella concezione, produzione e commercializzazione della linea Wood'N Play, poiché il legno è il materiale dei giochi classici, quelli che hanno rallegrato l'infanzia dei nostri genitori e dei nostri nonni.



“Come innovare una linea di giocattoli considerati tradizionali, aggiornandola alle nuove esigenze e tendenze di mercato?”. La risposta che ne è derivata è stata questa collezione, in cui l'innovazione sta nell'uso di materiali sostenibili, certificati da FSC, il principale ente di gestione delle risorse forestali.

Come è stata la risposta dai clienti?

EG: Possiamo dire senza dubbio che l'iniziativa è stata un successo a livello internazionale, grazie a diversi fattori, i principali dei quali sono il design unico dei prodotti e la forte attenzione alla sostenibilità dei materiali e del packaging. I clienti, i giudici finali dei meriti del progetto, sono stati molto soddisfatti perché, poiché sempre meno sono disposti a scendere a compromessi sulla sicurezza dei prodotti, sulla natura delle materie prime e degli imballaggi, hanno trovato il valore aggiunto che cercavano in Wood'N Play. Dato il successo della linea, ogni anno aggiungiamo nuovi pezzi per offrire una gamma più ampia di temi. Nel 2021, insieme ai prodotti certificati secondo lo STANDARD 100 OEKO-TEX®, la linea Wood'N Play certificata FSC rappresenta il 10% del nostro portafoglio di private label.



Tessile

A partire dal 2021, il team di prodotti Prénatal si concentra sulla ricerca di un'alternativa alle fibre convenzionali, che hanno un elevato impatto in termini di energia utilizzata e gas a effetto serra emessi durante la fase di produzione.

Inoltre, l'utilizzo di poliestere riciclato ci permette di "dare nuova vita" a materiali che alla fine diventano rifiuti. Pertanto, Prénatal ha lanciato **una linea di giacche realizzate con poliestere riciclato post-consumo**.

25%

delle giacche e dei gilet è realizzato in poliestere riciclato post-consumo

46%

del cotone Prénatal Moeder & Kind BV è biologico

Allo stesso modo, nel 2021 Prénatal insieme a Prénatal Moeder & Kind BV ha iniziato il processo di adesione a **Better Cotton**, un'organizzazione globale senza scopo di lucro che guida il più grande programma mondiale di sostenibilità del cotone. Essendo il cotone uno dei materiali



più importanti in termini di volume, il marchio ha deciso di impegnarsi in un'iniziativa riconosciuta a livello globale che avrebbe supportato Prénatal nell'approvvigionamento del cotone in un "modo migliore". **La missione di Better Cotton è quella di aiutare le comunità produttrici di cotone a sopravvivere e prosperare, proteggendo e ripristinando l'ambiente.**

Prénatal Moeder & Kind BV e il Cotone Biologico

Prénatal Moeder & Kind BV ha acquistato quantità crescenti di cotone biologico per i suoi articoli a marchio privato, rispetto al cotone tradizionale, passando da una percentuale del 21% nel 2020 al 46% nel 2021 e con l'ambizioso obiettivo di aumentare questa percentuale al 67% entro il 2024.

Le valutazioni effettuate prima del lancio di questa operazione strategica hanno dimostrato che l'impronta ecologica è notevolmente inferiore per un chilogrammo di cotone biologico rispetto al cotone convenzionale.

Packaging

Il packaging è un altro aspetto del pilastro “Realizzare articoli di qualità”. L’approccio di produrre prodotti sostenibili in modo olistico non può prescindere dal suo packaging, la cui gestione responsabile è oggetto delle “Linee guida per un packaging migliore”, redatte nel 2021.

Le linee guida definiscono a basso impatto un packaging:

- **compatto** e di dimensioni adeguate al prodotto per evitare sprechi di materiale e per ridurre l’impatto del trasporto;
- **riciclabile**, quindi la preferenza dovrebbe essere data agli imballaggi mono-materiale, o facili da separare se realizzati con materiali diversi, realizzati con materiali altamente riciclabili;
- **riutilizzabile** per gli stessi usi o per usi diversi da quello per cui è stato progettato; almeno in parte realizzato con materiali riciclati e/o da fonti sostenibili (ad esempio, FSC).



Con il team di prodotto Giocattoli, dopo le sessioni di training dedicate al packaging, ci si è concentrati sulla riprogettazione del packaging e sulla scelta di materiali a minor impatto.



TOYS

GIOCATTOLI

Il packaging 100% Wood’N Play è certificato FSC

100%

I packaging dei peluche Baby Smile 100% STANDARD 100 di OEKO-TEX® è certificato FSC



TESSILE

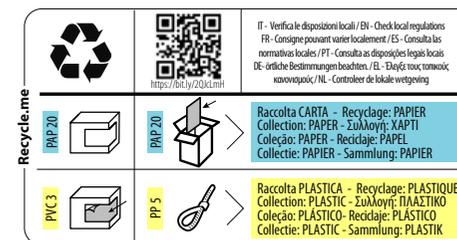
100%

degli shopper bag sono certificati FSC

88%

dei cartellini Prénatal sono certificati FSC

L’ultimo aspetto da affrontare è il progetto relativo all’**etichettatura ambientale**. PRG ha rivisto le etichette per mostrare la composizione dell’imballaggio, nonché come l’imballaggio deve essere smaltito. Il processo ha comportato anche la creazione di un sito web, “Recycle.me”, a cui indirizza il codice QR sulle etichette.



scansiona il QR per saperne di più

Fine del ciclo di vita del prodotto

La proposta “Realizzare articoli di qualità” sarebbe incompleta senza un focus sulla fine del ciclo di vita dei prodotti. Questo è spesso considerato un aspetto secondario, quando in realtà è di grande importanza, dato che la maggior parte dei prodotti e dei materiali non hanno una seconda vita ma, come confermano studi, finiscono nelle discariche, negli inceneritori o, peggio ancora, nell’ambiente.

Forever
YOUNG

20%
consumatori PRG registrati
sulla piattaforma online



Il duplice obiettivo del progetto è, da un lato, aiutare le famiglie dal punto di vista economico e, dall’altro, garantire un utile riutilizzo per un futuro migliore.

Nell’ambito del proprio impegno per estendere il ciclo di vita dei prodotti e al contempo soddisfare i bisogni delle famiglie, nel 2020 Prénatal ha lanciato **Forever Young**, un programma di valutazione di articoli usati che rimborsa fino al 50% del valore d’acquisto.

Il progetto, che è diventato pienamente operativo nel 2021 ed è il primo nel suo genere dedicato agli articoli di puericultura in Europa, consente di prolungare la vita del prodotto o restituito. I consumatori hanno la possibilità di restituire i prodotti tramite una piattaforma online.



FOCUS SU: Progetti di circolarità di King Jouet

La Francia è uno dei paesi europei che presta maggiore attenzione allo smaltimento finale dei prodotti, in particolare dei giocattoli, avendo introdotto la “Legge sulla lotta allo spreco e sull’economia circolare” nel febbraio 2020.

In questo contesto normativo, King Jouet sta lavorando a diversi progetti per aumentare il ciclo di vita dei giocattoli.



2.000
pezzi di ricambio
disponibili sull’e-commerce
nel corso del 2022

“**Progetto parti di ricambio**”: King Jouet lancerà la possibilità di acquistare, attraverso il suo sito web, pezzi di ricambio per i suoi giocattoli, che vengono utilizzati per garantire il diritto dei consumatori alla riparazione. L’iniziativa si concentrerà su alcune categorie di giocattoli, come i giochi all’aperto, i veicoli elettrici, i giochi da tavolo, i giochi da costruzione e le auto telecomandate. L’obiettivo del progetto è quello di avere 2.000 riferimenti di pezzi di ricambio in vendita sul sito web durante il 2022.

Raccolta e riutilizzo dei giocattoli: con il marchio King’ Okaz, King Jouet offrirà la possibilità di restituire giocattoli inutilizzati ancora in buone condizioni per nuovi usi, che saranno messi in vendita a nuovi clienti come articoli di seconda mano. L’obiettivo è quello di raggiungere la soglia del 30% dell’assortimento dei negozi King’ Okaz composto da articoli recuperati, oltre ad aprire sette nuovi negozi nel 2022.

SOSTENERE UNA CATENA DEL VALORE RESPONSABILE



Il Gruppo è consapevole che il percorso è lungo e complicato ma è fondamentale sapere che tutti gli attori della filiera condividono gli stessi principi di sostenibilità, responsabilità ed etica.



Codice di condotta per i fornitori

Per quanto riguarda i prodotti a marchio esclusivo, PRG vanta circa 250 partner, situati principalmente in Estremo Oriente (Cina, India e Bangladesh), Vicino Oriente (Pakistan e Turchia), Asia Centrale ed Europa.

Vista la molteplicità di fornitori e la varietà di normative nazionali a cui sono sottoposti, il Gruppo ha definito una serie di criteri comportamentali indispensabili ed essenziali che vengono condivisi con tutti i fornitori, indipendentemente dalla loro localizzazione, come prerequisito obbligatorio per stabilire relazioni commerciali.

Questi criteri sono delineati nel Codice di condotta per i fornitori, che deve essere rispettato da tutti i fornitori e che mira a promuovere e garantire i diritti fondamentali dei dipendenti, la sicurezza degli edifici e il rispetto dell'ambiente.

¹ Tutte le informazioni, i dati e le cifre di cui al presente capitolo sono relativi esclusivamente a Prénatal Retail Group S.p.A., Prénatal S.p.A. e King Jouet S.a.s. salvo ove espressamente indicato.

Procedura di qualifica e monitoraggio dei fornitori

Al fine di garantire un monitoraggio continuo e attento su tutta la filiera ed evitare ogni possibile rischio generato da comportamenti scorretti dei partner commerciali, PRG ha sviluppato un approccio strutturato, ispirato alle Linee guida alla Due Diligence per una condotta aziendale responsabile redatta dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE).



Come naturale sviluppo della procedura precedente, la gestione della catena di fornitura di PRG è organizzata in quattro fasi interconnesse:



1. VERIFICA DEI REQUISITI MINIMI



2. INTEGRAZIONE



3. CONTROLLO



4. FOLLOW-UP E AGGIORNAMENTO DEI DATI

Come ulteriore sviluppo in questa direzione, PRG ha l'obiettivo di continuare a rafforzare il sistema di qualificazione e monitoraggio, nonché di introdurre criteri ambientali negli anni a venire, oltre a creare un sistema di valutazione dei fornitori basato sulle prestazioni sociali e ambientali dei fornitori.

FOCUS SU: International Accord

Nel 2021 PRG ha confermato il suo impegno a garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro nelle fabbriche tessili situate in Bangladesh con altre 170 aziende di moda di tutto il mondo.



L'accordo sulla sicurezza antincendio e degli edifici in Bangladesh è ora diventato l'accordo internazionale per la salute e la sicurezza nell'industria tessile e dell'abbigliamento ed è stato programmato per durare 2 anni a partire da settembre 2021.

Mentre i firmatari si impegnano a concentrarsi su OHS in Bangladesh, l'accordo ha ampliato il suo campo di applicazione. Sono attualmente in corso studi di fattibilità volti a definire altri paesi, oltre al Bangladesh, in cui attuare il regime.

PRG si impegna attivamente con il team di International Accord e localmente in Bangladesh con il RMG Sustainability Council (RSC) incaricato di implementare le ispezioni tecniche e i corsi di formazione.



PRG si impegna costantemente a condividere in modo trasparente le informazioni e i dati relativi alla propria filiera raccolti nel processo di qualifica e monitoraggio dei fornitori.

			
	TESSILE	GIOCATTOLI	PUERICULTURA
Numero di fornitori diretti	91	107	41
Numero di fabbriche attive	118	140	45
Firmatari del Codice di Condotta PRG	100%	100%	100%

FOCUS SU: Valutazione sociale dei fornitori in Prénatal Moeder & Kind BV



Ulteriori specifici e consolidati schemi di valutazione dei fornitori sono stati sviluppati dalle consociate del Gruppo. Prénatal Moeder & Kind BV, ad esempio, è membro di Amfori, la comunità internazionale che offre servizi olistici di commercio, sociali e ambientali per migliorare la resilienza e la sostenibilità della strategia di approvvigionamento.

Inoltre, la Società è anche firmataria di un accordo settoriale. Oltre all'accordo internazionale, nel 2016, Prénatal Moeder & Kind BV ha firmato l'**accordo olandese su abbigliamento e tessuti sostenibili**. L'obiettivo era quello di lavorare a stretto contatto con i sindacati, le ONG e le organizzazioni di esperti su vari temi sociali e ambientali.

IMPEGNO ASSIDUO PER UN CLIMA MIGLIORE

Inventario dei gas a effetto serra 2021

PRG è consapevole degli impatti generati dalle proprie operazioni e in modo più significativo lungo la catena di valore.

PRG è consapevole degli impatti generati dalle proprie operazioni e in modo più significativo lungo la catena di valore. Allo stesso tempo, l'impegno di PRG per una divulgazione sempre più ampia e trasparente è diretto alla progressiva estensione del suo inventario dei gas a effetto serra (GHG), ampliando gradualmente l'ambito della comunicazione.

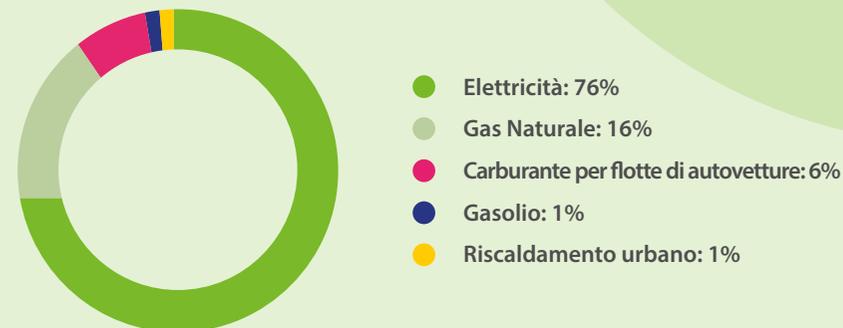


-16%
di calo dei consumi energetici nel 2021 rispetto al 2020

Infatti, in continuità con lo sforzo dello scorso anno, PRG ha calcolato il proprio inventario di gas serra per il 2021 e sta attualmente definendo la metodologia per il calcolo di ulteriori categorie di emissioni.

In relazione alle attività del Gruppo, i principali impatti sono legati alla gestione dei punti vendita, dei magazzini di sede e centrali e delle attività logistiche. L'energia totale consumata da PRG nel 2021 è stata pari a 239.571 GJ, con una diminuzione di oltre il 16% rispetto all'anno precedente in linea con la sospensione delle attività in molti negozi del Gruppo nel corso del 2020 e alla cessazione dei viaggi a causa delle restrizioni dovute alla pandemia di Covid-19.

Consumo di energia per fonte nel 2021



Nel 2021, gran parte (25%) delle emissioni totali sono state generate al di fuori dei confini del Gruppo, dalla logistica a monte e a valle e, in misura minore, dai viaggi di lavoro (Scope 3). Una quota leggermente inferiore proviene dal consumo di elettricità nei negozi, negli uffici e nei locali (Scope 2). L'acquisto di garanzie di origine (GO) a copertura del consumo di energia elettrica per i negozi in Italia consente al Gruppo di ridurre le emissioni dello Scope 2 del 71%. Infine, il 17% è relativo ai gas refrigeranti degli impianti di condizionamento, ai combustibili per caldaie e ai combustibili per auto aziendali (Scope 1).

FONTI DI EMISSIONI DI GAS SERRA DI PRG

SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3
Caldaie flotta auto gas refrigeranti	Elettricità teleriscaldamento	Logistica a monte e a valle Viaggi di lavoro

Distribuzione delle emissioni di gas serra di PRG nel 2021



Come primo passo verso l'espansione del calcolo se il suo inventario dei gas a effetto serra, nei primi mesi del 2022, le emissioni derivanti dal pendolarismo dei dipendenti (categoria 7) sono state calcolate in un totale di 2.444 tonnellate di CO₂eq. Il calcolo si basa su un sondaggio presentato a tutta la forza lavoro in diversi paesi, indagando la distanza percorsa ogni giorno dal dipendente per raggiungere il luogo di lavoro, i mezzi di trasporto e le giornate lavorate a distanza. PRG sta inoltre attualmente calcolando le emissioni generate da tutti i beni acquistati (categoria 1) in vista di future rendicontazioni

Strategia per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra

In linea con il percorso raccomandato dagli standard più ampiamente adottati per la neutralità delle emissioni di carbonio, il Gruppo si impegna a ridurre le sue emissioni di gas a effetto serra attraverso una strategia su tre livelli che include iniziative di risparmio energetico, l'acquisto di energia da fonti rinnovabili e la compensazione del carbonio per quella parte di operazioni ancora non decarbonizzate.

TRE LEVE PER LA NEUTRALITÀ CARBONICA DEL GRUPPO



INIZIATIVE DI EFFICIENZA ENERGETICA

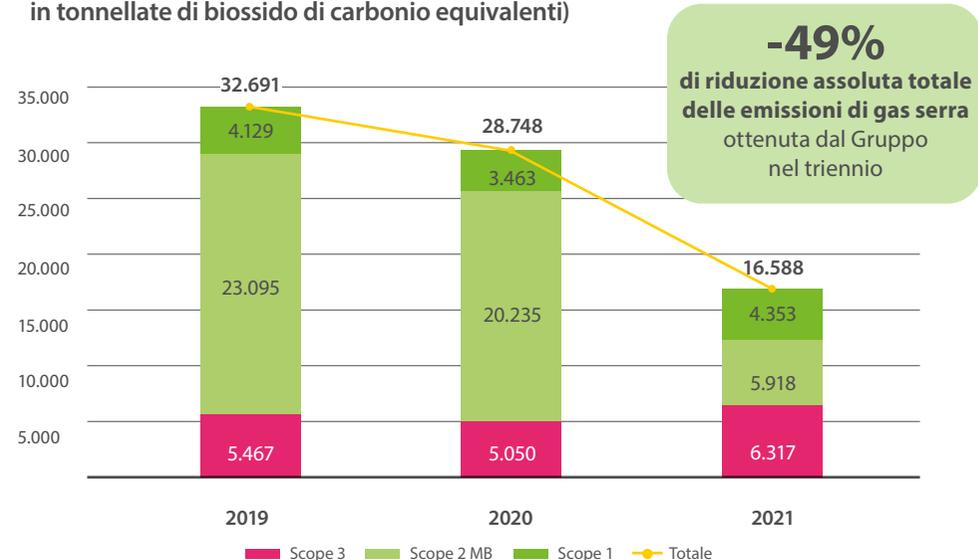


ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI



PROGETTI DI COMPENSAZIONE DEL CARBONIO

Emissioni di gas serra di PRG (esprese in tonnellate di biossido di carbonio equivalenti)



Di conseguenza, le emissioni di gas serra del Gruppo sono diminuite del 49% in tre anni.

L'impegno di PRG per un uso efficiente delle fonti di energia si riflette principalmente nel suo costante sforzo di ridurre il consumo di energia attraverso, ad esempio, **interventi** di sostituzione dei vecchi impianti di illuminazione con nuove luci a LED e le iniziative di rinnovamento per la **sostituzione dei vecchi impianti di climatizzazione** con nuovi impianti nei negozi esistenti e l'installazione di sistemi di climatizzazione all'avanguardia nei nuovi negozi.

€2,1

milioni di euro investiti in progetti di efficienza
tra il 2019 e il 2021

61

negozi con nuovi sistemi di illuminazione

1.338.5

MWh risparmiati

25

negozi con nuovi sistemi di condizionamento

In aggiunta al forte decremento ottenuto attraverso iniziative di energia rinnovabile e risparmio energetico, dal 2020 il Gruppo ha deciso di acquistare crediti di carbonio per compensare il suo GHG Scope 1 e Scope 2 complessivi per diventare "carbon neutral" (-10.271 tonnellate di CO₂ equivalente) sulle attività rientranti nel perimetro di rendicontazione.

FOCUS SU: Progetti di compensazione delle emissioni di carbonio

Dal 2020, la neutralità del carbonio di PRG è stata raggiunta bilanciando le emissioni di carbonio con la compensazione, utilizzando quindi crediti di carbonio provenienti da progetti a impatto positivo.

Come per l'anno scorso, i due progetti dai quali PRG ha acquisito crediti sono "Great bear forest carbon" e "Guatemalan conservation coast".

Dati relativi al Guatemalan Conservation Coast Project:



30

specie minacciate protette

tra cui il tapiro di Baird e il lamantino delle Indie occidentali



54.157

ettari di foresta minacciata

protetta
nel Corridoio Biologico Mesoamericano



487

posti di lavoro

per le comunità indigene e locali



5,3

milioni di tonnellate
di emissioni di CO₂ evitate

VALORIZZARE IL NOSTRO PERSONALE

Questo pilastro raccoglie tutti i progetti relativi alle persone che plasmano il business e i valori di PRG. PRG si impegna a offrire il miglior servizio e ambiente per tutti, dai negozi alla sede centrale e alle comunità locali in tutti i paesi. La complessità della struttura data dall'elevato numero di filiali, l'internazionalità e l'eterogeneità rappresentano una grande sfida ma anche un grande incentivo a creare una struttura del Gruppo solida e sana.

I nostri dipendenti

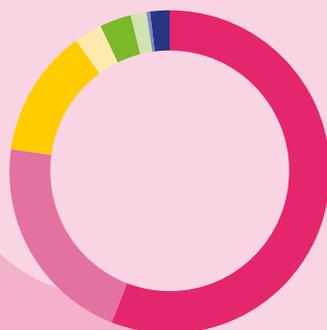
A fine 2021 la **forza lavoro complessiva del Gruppo PRG era pari a 5.072 persone**, con un incremento del 5,6% rispetto al 2020 (3,6% rispetto al 2019). Al numero totale di dipendenti, deve essere aggiunta una piccola frazione di stagisti e lavoratori interinali.



5.072
dipendenti
di PRG

La forza lavoro del Gruppo è impiegata sia direttamente da PRG che dalle sue diverse società controllate, distribuite in 8 diversi paesi.

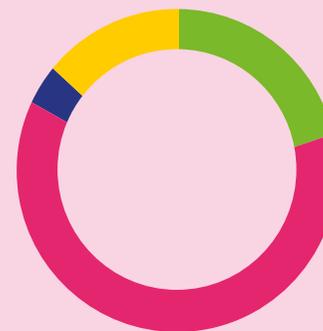
Dipendenti per regione (2021)



- Italia: 55,3%
- Francia: 21,3%
- Olanda: 13,4%
- Spagna: 3,0%
- Grecia: 3,4%
- Portogallo: 1,4%
- Cina: 0,2%
- Svizzera: 2,0%

Indipendentemente dall'età, dalla regione e dalla categoria professionale, **PRG si impegna a costruire relazioni solide e durature con i propri dipendenti, come elemento fondamentale di fiducia e impegno per una crescita stabile delle comunità in cui opera.**

Dipendenti per tipo di contratto (2021)



- Uomini a tempo indeterminato: 20,2%.
- Donne a tempo indeterminato: 62,6%
- Uomini a tempo determinato: 3,6%
- Donne a tempo determinato: 13,6%

I tassi di assunzione e di fatturato variano notevolmente in base alle tendenze generali e ai volumi di vendita nei negozi. Nonostante il proseguimento della pandemia di Covid-19, il tasso di assunzione di PRG è aumentato dal 23% nel 2020 al 31% nel 2021. Questo dato è particolarmente marcato nelle aziende italiane, in cui il numero di assunzioni è passato da 367 nel 2020 a 651 nel 2021.

Per PRG, ad esempio, i tassi del 2021 sono del 15% per le assunzioni e del 13% per i licenziamenti.



+6%
dipendenti
nel 2021

² La forza lavoro totale aumenta a 5.337 persone considerando il consolidamento di Maxi Toys e Logitoys avvenuto nel novembre 2021.

³ I tassi di assunzione e di fatturato sono calcolati come il numero di assunzioni e cessazioni volontarie e non volontarie rispettivamente all'anno rispetto al numero di dipendenti totali alla fine del periodo di riferimento.

⁴ Il tasso di turnover complessivo, comprese le risorse temporanee, è aumentato dal 25% nel 2020 al 29% nel 2021, ovvero la stessa percentuale registrata nel 2019. Per ulteriori dettagli si veda l'Appendice.

Equilibrio vita-lavoro

Nel 2020, Prénatal ha lanciato "Parental Skills at Work", un progetto per favorire l'applicazione nel mondo del lavoro delle competenze sviluppate da genitori e da chi li supporta.



Il progetto è proseguito nel 2021 con PRG organizzando una serie di incontri digitali tenuti da partner accademici per tutti i dipendenti di PRG e i clienti Prénatal VIP, per scoprire l'importanza delle competenze genitoriali e come utilizzarle al meglio per un rapporto basato sulla fiducia sia a casa che al lavoro.

Piattaforma "Parental Skills at Work"



Partecipanti e ore di formazione 2021



FOCUS SU: New way of working

Come conseguenza della pandemia di Covid-19, il modo in cui tutti noi lavoriamo è radicalmente cambiato in pochissimo tempo, con numerosi dipendenti costretti a lavorare a distanza. Dalla situazione è emersa nel 2021 l'iniziativa "New way of working" (Nuovo modo di lavorare), dedicata al tema della digitalizzazione, che è entrata a stragrande maggioranza nella vita quotidiana della maggior parte dei dipendenti.

Valutazioni



Pillole di e-learning



Workshop in persona



Workshop a distanza



Coinvolgimento dei dipendenti

Al fine di rafforzare il rapporto tra la direzione della sede e i dipendenti dei negozi, nel 2021 è stato organizzato il Concept Tour.

INTERVISTA

Un modo per riconnettersi: Concept Tour di Prénatal Marco Crippa, Sales Director Italy, France and International Franchising

Come descriverebbe l'iniziativa del Concept Tour?

MC: Il Concept Tour è stata un'importante iniziativa della seconda metà di settembre 2021, progettata per avvicinare il management ai propri dipendenti in tutta Italia, dopo un anno di isolamento e distanziamento a causa della pandemia di Covid-19. Una tournée che ha visitato 6 città, viaggiando con un bus personalizzato, fino ai negozi italiani e alle persone che vi lavorano. Il management "si mette in viaggio" per condividere risultati e nuovi obiettivi con la propria rete di punti vendita, ma anche per aprire un tavolo di scambio sul Concept Store del Futuro.

Quali erano gli obiettivi dell'iniziativa?

MC: Gli obiettivi dell'iniziativa consistono in:

- Trasferire al personale dislocato su tutto il territorio lo spirito familiare dell'azienda, la vicinanza e la vicinanza della sede;
- Dimostrare alla forza lavoro nei negozi **l'approccio manageriale bottom-up** con il totale coinvolgimento nel caso dei responsabili di sede. L'autobus è il simbolo di questa "funzione di supporto" che consente ai manager di spostarsi sul territorio e visitare i propri dipendenti;
- Rendere i manager, che normalmente progettano prodotti e servizi in base alle loro idee, consapevoli delle **reali esigenze dei negozi e dell'esposizione dei prodotti**;
- Impegnarsi con un'associazione, una cooperativa sociale o un ristorante di solidarietà nella zona, per lasciare un impatto sociale positivo a livello locale.



Trasferire al personale dislocato su tutto il territorio lo spirito familiare dell'azienda, la vicinanza e la vicinanza della sede.

Come si è svolta ogni fase?

MC: Responsabili e dipendenti si sono riuniti all'interno di una sala riunioni per un incontro suddiviso in **due fasi**: in primo luogo, **la presentazione dei risultati dell'ultimo anno e dei progetti e degli obiettivi futuri**, poi sono stati aperti una sessione di brainstorming di gruppo e tavoli di lavoro per proporre nuove idee e definire quale sarà il negozio del futuro. Questi tavoli di lavoro sono stati fondamentali per raccogliere i feedback degli Store manager e dei loro team su diversi argomenti come la proposta di prodotto, il marketing e la logistica.

Alla fine, la cena è stata il momento conviviale conclusivo di una grande giornata di condivisione. L'aspetto chiave della cena è consistito in un gesto concreto da parte dei manager, che hanno servito i dipendenti durante la cena per rafforzare la dinamica dal basso verso l'alto ed enfatizzare lo spirito di famiglia e la filosofia del marchio dell'azienda.

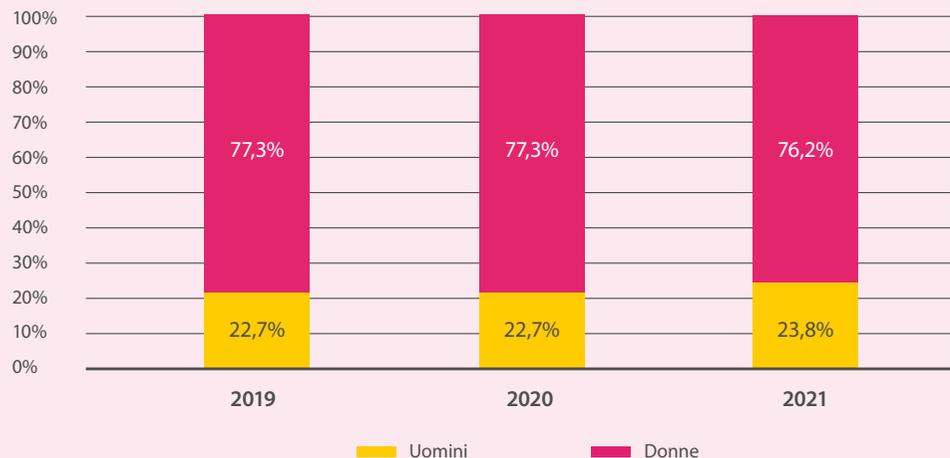
In che modo il tour ha avuto un impatto sociale positivo sui territori coperti?

MC: In ogni città italiana visitata dal tour, invece di scegliere ristoranti casuali, Prénatal ha selezionato associazioni socialmente orientate per preparare la cena, premiando la loro scelta di combinare valori di responsabilità sociale attraverso l'alternanza scuola-lavoro e percorsi di inserimento lavorativo per ragazze e ragazzi con disabilità intellettive o in situazioni di vulnerabilità.

Diversità e inclusione

In relazione alla distribuzione di genere, PRG vanta con orgoglio che la stragrande maggioranza dei suoi dipendenti sono donne (3.865 uomini rispetto a 1.207 uomini nel 2021), in una proporzione stabile che è rimasta quasi invariata negli ultimi 3 anni.

Totale dipendenti per genere



3.865
donne
rispetto a 1.207 uomini
nel 2021

FOCUS SU: Happy Box project

Happy Box è stato lanciato in Italia alla fine del 2021 con l'idea di supportare meglio le future mamme e le loro famiglie nell'importante percorso della gravidanza.



Si tratta di una "scatola" piena di sorprese e oggetti essenziali (pannolini, lozioni e oli, coppette e ciucci). Un'iniziativa simile è stata avviata qualche anno fa con Prénatal Moeder & Kind BV e potrebbe essere lanciata in Spagna e in Grecia nei prossimi anni.

Prénatal, in collaborazione con il Consorzio CS&L e le cooperative sociali Alveare e Tenda Amatese, ha trovato un modo per dare uno scopo più alto al progetto. Gli Happy Box sono assemblati da persone svantaggiate, che sono state assunte da Alveare e Tenda Amatese in provincia di Monza e Brianza ai sensi dell'art. 14 Legge 276/03. Il risultato del primo mese del progetto è stata la creazione di 6 nuovi posti di lavoro, 5 dei quali riservati a persone svantaggiate, tra le quali rientrano anche le persone con disabilità sul territorio.



Si tratta di una collaborazione di successo che coniuga le esigenze dell'impresa con la missione e le competenze delle cooperative sociali di tipo B, cooperative che svolgono attività produttive e di servizi dedicate all'inserimento lavorativo delle persone svantaggiate, tra le quali rientrano anche le persone con disabilità sul territorio.

Sviluppo dei talenti

Un aspetto significativo delle attività di sviluppo delle risorse umane di PRG riguarda l'erogazione di formazione ai dipendenti. La valorizzazione e il costante aggiornamento delle competenze dei dipendenti è un elemento fondamentale che consente a PRG di mantenere il proprio vantaggio competitivo.

Uno dei più recenti progetti che PRG ha avviato nel 2021 per sostenere e formare i giovani è stato "Generation Italy"

La collaborazione tra Prénatal Retail Group e il Programma Giovani e Lavoro, istituito da Intesa San Paolo con il supporto della fondazione no-profit Generation Italy, è iniziata nel 2021. Il programma propone un piano formativo dedicato ai giovani (18-29 anni)

che stanno entrando nel mondo del lavoro e comprende, tra i vari profili professionali, quelli del personale di vendita junior per il mondo del retail.

Dopo il periodo di formazione tra settembre e ottobre 2021, a Torino, Milano e Roma, PRG ha aperto un processo di selezione per individuare possibili candidati da inserire come tirocinanti, per un massimo di sei mesi, all'interno dei negozi del Toys Center.



10

giovani candidati

selezionati per uno stage durante il progetto nel 2021



Salute e sicurezza

La salute e la sicurezza dei propri dipendenti sono sempre state considerate aspetti essenziali da PRG. Di conseguenza, il Gruppo è costantemente impegnato a garantire un luogo di lavoro sano e sicuro, attuando diverse iniziative con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza interna su questi argomenti.

Nel 2021 il numero di infortuni sul lavoro ammonta a 53, evidenziando una significativa diminuzione rispetto al 2019 (-41%). Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è di 8,0, in calo rispetto agli anni precedenti, a testimonianza del continuo impegno di PRG nel ridurre al minimo i rischi per tutti i suoi dipendenti.



-41%

**work-related
di infortuni sul lavoro**
rispetto al 2019

Impatto sulla comunità

In linea con la missione di PRG, strettamente correlata alle tematiche della famiglia e dell'infanzia, il Gruppo sostiene da tempo iniziative e organizzazioni nelle regioni in cui opera, con l'ambizione di portare benefici alle condizioni di bambini e famiglie in situazioni svantaggiate.

INTERVISTA

A sostegno delle buone cause

Cristiano Flamigni, Business Unit Director Toys Center & Bimbo Store

Valeria Sorrentino, Marketing Director

Esiste un'organizzazione specifica supportata dal marchio Prénatal?

VS: Sì, in particolare Prénatal ha una partnership di lunga durata con la Fondazione "Mission Bambini". La partnership è iniziata con il "Banco dell'Infanzia" nel 2014 quando Prénatal ha messo a disposizione la propria rete di negozi per la raccolta di prodotti per l'infanzia donati dai clienti. A causa della pandemia il "Banco dell'Infanzia" è stato sospeso ma Prénatal ha iniziato a sostenere la campagna #fattiGRANDE durante il periodo natalizio attraverso la donazione di una percentuale del ricavato da prodotti selezionati all'interno del volantino natalizio.

Grazie all'acquisto di uno degli oltre 800 prodotti dedicati all'iniziativa #fattiGRANDE, sono stati donati € 51.000, che saranno utilizzati per garantire l'accesso a servizi educativi per la prima infanzia (asili e scuole materne) ai bambini provenienti da famiglie in difficoltà finanziaria, contribuendo a coprire il costo delle lezioni.



€51.000
donazione

che verrà utilizzata per garantire l'accesso ai servizi di educazione della prima infanzia



800
prodotti

dedicati all'iniziativa #fattiGRANDE



€312.748
raccolti nei punti vendita Toys Center e Bimbo Store

durante la campagna natalizia del 2021

L'anno scorso abbiamo parlato della sua partnership con "I Bambini delle Fate". Qual è stato il suo sviluppo nel 2021?

CF: PRG sostiene da tempo l'Associazione "I Bambini delle Fate" data la profonda affinità con la sua missione e le sue attività. PRG offre sostegno economico a progetti di inclusione sociale e a percorsi promossi da partner locali per aiutare le famiglie con soggetti affetti da autismo e altre disabilità. Attraverso "I Bambini delle Fate" il Gruppo ha donato oltre € 300.000 raccolti nei punti vendita di Toys Center e Bimbo Store durante la campagna natalizia del 2021.

Il focus della campagna è quello di sostenere due realtà molto importanti che lavorano ogni giorno per abbattere le barriere vissute dai bambini autistici, dai giovani e dalle loro famiglie, dal mondo della scuola al mondo del lavoro: "La Banca del Tempo Sociale" e "PizzAut".





Potrebbe darci un'idea della prima iniziativa, "Banca del Tempo Sociale"?

CF: L'iniziativa è entrata nelle scuole, aprendo la strada a una reale integrazione tra bambini con autismo e studenti adolescenti. Diversi tutor di associazioni che lavorano con adolescenti autistici formano e assistono gli studenti che desiderano partecipare al progetto, preparandoli a offrire ai bambini con autismo e disabilità opportunità di inclusione.



Può dirci di più su "PizzAut", il nuovo progetto?

CF: "PizzAut" è uno straordinario progetto di inclusione sociale, sotto forma di una pizzeria nella zona di Milano, interamente gestita da giovani con autismo. Dopo lo strepitoso successo ottenuto, "PizzAut" raddoppierà presto e si prepara ad aprire una nuova sede a Monza, anche grazie ad iniziative come quella di PRG. La volontà è quella di estendersi ad altre città, integrando nel modello un percorso formativo grazie all'Aut Academy guidata da psicologi ed educatori.



“PizzAut” è uno straordinario progetto di inclusione sociale, sotto forma di una pizzeria nella zona di Milano, interamente gestita da giovani con autismo.



€35.729
raccolti
da ottobre 2020

C'è qualche altro progetto sostenuto da PRG?

CF: Certo! Nel mese di giugno 2021 si è conclusa la campagna di raccolta fondi organizzata nei negozi Toys Center di Giugliano, Napoli, Nocera, Pompei, Salerno e Secondigliano. Le donazioni di € 35.729, raccolte da ottobre 2020, sono state investite nel reparto di oncologia-ematologia dell'ospedale "Andrea Tortora" di Pagani (Salerno), centro di eccellenza per le malattie oncologiche ed ematiche con l'obiettivo di migliorare la vita dei bambini e delle loro famiglie.

King Jouet in Francia e Prénatal Moeder & Kind BV nei Paesi Bassi sostengono le organizzazioni di beneficenza locali. Le principali iniziative sono:



100.000 bambini nei Paesi Bassi si sentono “dimenticati” e “invisibili”. Sono stati trascurati o maltrattati. “Het Vergeten Kind” si impegna ad aiutare questi bambini migliorando la loro situazione. Combattono per offrire una casa sicura e amorevole per i bambini vulnerabili nei Paesi Bassi. Prénatal Moeder & Kind BV aiuta la fondazione con questo obiettivo, aumentando la consapevolezza sul tema e raccogliendo donazioni finanziarie dai clienti. L'azienda ha raccolto e donato oltre € 32.000 all'iniziativa.



Stichting Babyspullen raccoglie le attrezzature usate e nuove del bambino e le usa per fare kit di base per i bambini. Essi forniscono questi kit, gratuitamente, attraverso varie agenzie ai genitori e ai futuri genitori nei Paesi Bassi che stanno attraversando difficoltà finanziarie. Prénatal Moeder & Kind BV supporta Stichting Babyspullen raccogliendo attrezzature per bambini dai clienti e donando campioni.



Un'altra importante iniziativa molto vicina al core business di Prénatal Moeder & Kind BV è “Moeders voor Moeders” che raccoglie l'urina dalle donne nella loro gravidanza iniziale da cui viene estratto l'ormone hCG. Questo ormone è utilizzato dalle aziende farmaceutiche per la produzione di farmaci utilizzati nei trattamenti di fertilità. In questo modo, le donne incinte sono in grado di aiutare anche altre donne a diventare madri, o almeno aumentarne le possibilità. Prénatal Moeder & Kind BV supporta l'organizzazione promuovendo e comunicando le proprie attività e la propria missione nei canali di marketing.



King Jouet collabora con l'associazione “Tout le Monde contre le Cancer” dal 2019 con l'obiettivo di sostenere la lotta contro il cancro dei bambini e delle loro famiglie. L'associazione raccoglie donazioni da più aziende per sostenere i bambini malati e fornire trattamenti medici, ricoveri ospedalieri e cure generali. Ogni Natale King Jouet dona € 60.000 in giocattoli private label.

Due volte all'anno King Jouet dona giocattoli in stock alle associazioni locali per un valore di € 42.800 nel 2021.

Formazione dei clienti

Il comportamento e l'atteggiamento dei genitori del domani dipendono dall'educazione che hanno ricevuto da bambini. Per questo motivo, PRG mira a fornire beni, contenuti e informazioni per educare tutti i bambini, insegnando loro la sostenibilità, infondendo rispetto per l'ambiente e le persone intorno a noi.



PRG crede veramente nell'istruzione in tenera età al fine di creare i "fautori del cambiamento" del futuro.

In questo spirito, Toys Center ha lanciato nel 2021 una serie di iniziative dedicate all'educazione dei bambini su vari temi come lo **spreco alimentare**, la **cura delle piante** e la **stagionalità del cibo**. Lo scopo di queste iniziative era quello di affrontare il tema della sostenibilità in modo divertente e tangibile. Quali sono i comportamenti che i bambini possono adottare per integrare pratiche più sostenibili nella loro vita quotidiana?



Conoscendo la passione dei bambini per sporcare tutto in cucina mentre mamma e papà cucinano, durante il periodo pasquale Toys Center ha lanciato un'iniziativa volta ad **evitare lo spreco di grandi quantità di cioccolato** rimasto dalle uova di Pasqua. Con la collaborazione dello **chef Luigi Cassago**, alias Gigi, è stato creato un libretto contenente simpatiche ricette adatte ai bambini e suggerimenti su come cucinare in modo più responsabile.



Molte ricerche hanno confermato come vivere a contatto con la natura faccia bene alla nostra salute. Possiamo dire che il giardino fa bene ai bambini perché **aiuta a sviluppare abilità manuali, educazione alimentare e ambientale e consapevolezza stagionale**. Insieme al **nonno Ferruccio**, grazie a un libretto realizzato da Toys Center, i bambini hanno potuto imparare a preparare un orto verde e rigoglioso e come la stagionalità e le opzioni a km 0 siano ottime per il nostro ambiente.

FOCUS SU: Telo mare in plastica riciclata raccolta dagli oceani

Nel 2021, Bimbo Store e Toys Center hanno lanciato una linea di teli mare ecologici.

L'iniziativa prevedeva che, acquistando un articolo tra il 1° e l'11 luglio 2021, aggiungendo solo due euro, fosse possibile portare a casa un telo mare realizzato in 60% cotone riciclato e 40% poliestere riciclato fabbricato con plastica raccolta dagli oceani.

SEAQUAL INITIATIVE

L'iniziativa è stata lanciata per dimostrare l'**impegno del marchio per la sostenibilità e l'importanza di salvaguardare i nostri oceani e combattere i rifiuti marini**, insieme a SEAQUAL (<https://www.seaqual.org/>), un consorzio che lavora con le industrie attive nel settore del recupero dei rifiuti al fine di trasformare quest'ultimo in "Plastica marina riciclata" da utilizzare per la creazione di prodotti sostenibili.



L'importanza della sostenibilità per il Gruppo si riflette anche nell'attenzione che ha deciso di dedicare ai propri punti vendita, dove sono state allestite aree per mostrare prodotti e marchi con specifiche caratteristiche di sostenibilità quali:



giocattoli realizzati con materie prime certificate

(ad esempio, legno certificato FSC, giocattoli in bioplastica)



giocattoli con imballaggio sostenibile



giocattoli con % di contenuto riciclato

(ad esempio, plastica riciclata)



giocattoli progettati per educare i bambini sul tema della sostenibilità



**FOCUS SU:
Negozzi sostenibili**

Oltre all'energia, il Gruppo pone grande attenzione anche all'arredamento dei propri negozi, e dei materiali utilizzati, per ridurne al minimo l'impatto ambientale.

Per questo motivo, la funzione Real Estate passa al vaglio soluzioni innovative ogni volta che si rende necessaria l'apertura di un nuovo negozio o il rinnovamento nei negozi esistenti.

I due principali interventi che sono diventati realtà in molti negozi Prénatal sono:



9 NEGOZI
con LEGNO PEFC
utilizzato per scaffali
e banconi



10 NEGOZI
che utilizzano piastrelle
con % di contenuto
riciclato post-consumo



prenatalretailgroup.com

Coordinamento Progetto Editoriale

PRG Retail Group, Cantiere di Comunicazione

Direzione Artistica e Design Grafico

COMMON

Illustrazioni di

Alice Mollon