

R E P O R T
D I S O S T E N I B I L I T À

2019

DēLonghi Group

Indice

Da percorso a strategia	4
1. Il Gruppo De' Longhi.....	5
1.1. Chi siamo e dove operiamo	5
1.2. Garantire il valore della nostra impresa.....	6
1.3. La nostra strategia di sostenibilità	13
2. Le persone del Gruppo De' Longhi.....	15
2.1. Gli <i>Everyday Makers</i>	16
2.2. Supporto e crescita delle persone	22
2.3. Salute e la sicurezza sul lavoro.....	24
3. I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni.....	26
3.1. I più elevati standard di progettazione: stile, design, qualità e funzionalità.....	27
3.2. Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto	38
4. La sostenibilità in tutte le fasi produttive.....	43
4.1. I nostri impianti produttivi.....	44
4.2. La gestione responsabile della catena di fornitura	46
4.3. Ridurre la nostra impronta ambientale.....	48
5. Nota metodologica.....	55
6. Allegati	60
7. GRI Content Index	64

Da percorso a strategia

[GRI 102-14]

Carissimi lettori,

è con immenso piacere che Vi introduco alla lettura del Report di Sostenibilità 2019 del Gruppo De' Longhi, una grande realtà, simbolo di italianità nel mondo, alla quale ho avuto l'onore di unirmi dallo scorso maggio.

Giunto alla sua terza edizione, questo documento vuole rappresentare una testimonianza diretta e concreta dell'impegno del Gruppo a favore della sostenibilità.

Durante lo scorso anno, il Gruppo ha definito un modello di Governance della sostenibilità basato su tre Pilastri: essi rappresentano una bussola fondamentale che orienta tutte scelte aziendali in ambito di sostenibilità e ci guidano nel percorrere insieme questo documento.

Valuing our people, the every day makers - è grazie all'impegno, alla passione, alla costanza e lungimiranza delle nostre persone che il Gruppo può portare nel mondo i propri prodotti e diffondere i propri valori. Nell'anno 2019 sono incrementate considerevolmente le ore di formazione e diminuiti gli infortuni sul lavoro, a dimostrazione della dedizione e dell'attenzione costante che l'Azienda pone alla valorizzazione e al supporto delle proprie persone;

Integrating sustainability in product design and innovation - i nostri prodotti, i nostri Brand, sono il veicolo migliore con cui comunicare al mondo ciò in cui crediamo: qualità, innovazione e design sono insiti in ogni soluzione offerta dal Gruppo De' Longhi e non possono che accompagnare le famiglie di tutto il mondo nella conduzione di stili di vita salutari e sempre più attenti alla sostenibilità, per la costruzione di un domani migliore per tutti noi e per i nostri figli;

Running sustainable supply chain and operation - i nostri stabilimenti e il sistema che li supporta sono il motore attraverso il quale il Gruppo opera quotidianamente per offrire soluzioni sempre eccellenti. Presenti globalmente, ci impegniamo per rendere i nostri processi sempre più efficienti, in un'ottica di riduzione degli impatti ambientali del packaging, del sistema logistico e dei rifiuti generati, operando per contribuire alla lotta al cambiamento climatico e la riduzione dei rifiuti.

Fin dall'inizio del mio impegno con De' Longhi ho avuto l'opportunità di fare esperienza dei principi fondanti dell'Azienda nelle persone che ho incontrato e con le quali ho il piacere di collaborare tutti i giorni: lavoro di squadra, passione e integrità sono virtù che condivido pienamente e rappresentano per me motivo di grande stimolo.

Nel contesto di grande incertezza economica e di emergenza sanitaria che stanno influenzando l'inizio di questo 2020, firmando questa lettera intendo rinnovare l'impegno già intrapreso durante gli scorsi anni, assumendo la guida di un percorso che proseguirà senza dubbio nel futuro con fiducia, coraggio, unione e determinazione.

Buona lettura,

Massimo Garavaglia

1. Il Gruppo De' Longhi

1.1. Chi siamo e dove operiamo

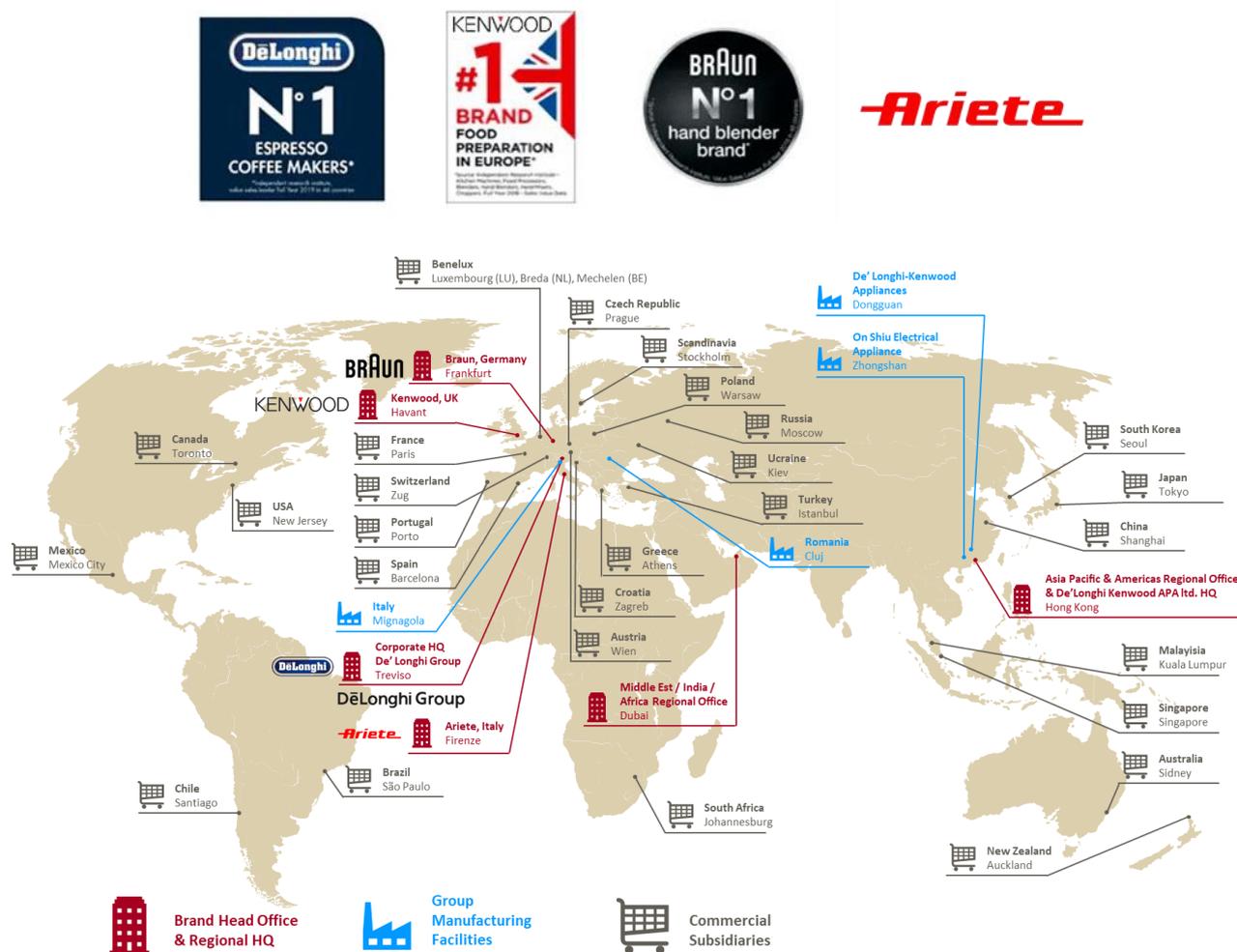
La storia del Gruppo risale all'inizio del '900, quando la famiglia De' Longhi fonda un laboratorio di produzione di componentistica industriale. Nel corso degli anni, il laboratorio si converte alla produzione di prodotti finiti per conto terzi e nel 1974 viene lanciato il primo elettrodomestico a marchio De' Longhi, un radiatore ad olio, contribuendo ad accrescere il successo ed entrando nelle case di milioni di famiglie negli anni a seguire.

Inizialmente nota come produttore di radiatori elettrici e condizionatori d'aria portatili, l'Azienda negli anni amplia la propria gamma: prodotto dopo prodotto, crescono il successo e la riconoscibilità del brand, rendendo le soluzioni del Gruppo immediatamente riconoscibili per il loro livello di efficienza e di innovazione, tanto che il climatizzatore Pinguino diventa una vera e propria icona.

Oggi, dopo l'acquisizione di 3 ulteriori brand nel corso degli anni (a partire dal 2001, Kenwood, Ariete e Braun), il Gruppo offre una gamma di "grandi" piccoli elettrodomestici amati in tutto il mondo, attraverso soluzioni per migliorare la vita di tutti i giorni nei segmenti del caffè, della preparazione e cottura dei cibi, del *comfort* (climatizzazione e riscaldamento) e la cura della casa.

Il Gruppo, il cui quartier generale ha sede a Treviso (Veneto, Italia) [GRI 102-3], è presente in tutto il mondo attraverso numerose filiali commerciali dirette ed un network di distributori in 120 mercati nel mondo; inoltre possiede 4 stabilimenti e alcuni negozi in Italia, Francia, Cina, Giappone e Corea.

Fig. 1 – I nostri Brand e la presenza del Gruppo nel mondo



1.2. Garantire il valore della nostra impresa

Affinché l'azienda possa perseguire gli obiettivi di business con successo, risulta fondamentale mantenere con i propri portatori di interesse un dialogo costante, costruttivo, incentrato sull'ascolto dei bisogni e delle necessità di tutti gli stakeholder e che rappresenti le fondamenta per un rapporto di fiducia duraturo. Specifiche funzioni aziendali si occupano di presidiare e mantenere la comunicazione con i portatori di interesse, in accordo con i principi di trasparenza, correttezza, chiarezza e completezza delle informazioni, in modo tale da agevolare l'assunzione di decisioni consapevoli. [GRI 103-2, GRI 103-3] L'elenco dei principali stakeholders del Gruppo, insieme ai canali di ascolto dedicati a ciascuno di essi, è riportato di seguito.

Fig. 2 – I portatori di interesse del Gruppo De' Longhi [GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44]

Portatore di interesse	Canale di ascolto/comunicazione	Principali temi emersi
Agenti	Incontri periodici	Gestione del cliente
Associazioni di categoria	Assemblee, riunioni periodiche	Diritti dei consumatori, diritti dei lavoratori, performance ambientali
Azionisti	Documenti societari /Assemblee societarie/ Eventi	Performance economica e patrimoniale-finanziaria
Centri di assistenza	Corsi di formazione	Conoscenza delle specifiche del prodotto, nuovi prodotti
Clienti	Incontri commerciali	Innovazione, sicurezza e qualità di prodotto, efficienza del network distributivo
Comunità locali e beneficiari delle sponsorizzazioni	Incontri periodici	Sponsorizzazioni, impatto sociale, contributo al territorio
Consumatori	Questionari di soddisfazione, panel test, Skype (assistenza tecnica), campagne pubblicitarie, eventi culinari, canale Youtube "How to"	Assistenza al cliente, sicurezza e qualità di prodotto, disponibilità del prodotto, feedback su facilità di utilizzo e soddisfazione del prodotto, privacy
Dipendenti	Employee Engagement Survey, colloqui annuali di valutazione delle performance, incontri periodici di condivisione dei risultati, intranet aziendale per l'accesso a informazioni sul Gruppo, house organ di Gruppo, nuovo HRMS	Chiarezza organizzativa, miglioramento gestione delle risorse da parte dei manager, valorizzazione contributo individuale per la società, miglioramento della comunicazione interna e di accesso alle informazioni
Fornitori	Contratti, qualifica e valutazione, incontri periodici	Modalità di gestione del rapporto con i fornitori
Generazioni future/ambiente	-	Riduzione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico
Investitori, analisti finanziari, media	Interviste, incontri, road show, conferenze stampa	Performance economica, nuovi prodotti/servizi/modelli organizzativi
Organizzazioni no profit	Sponsorship di iniziative specifiche	Sensibilizzazione su problematiche specifiche
Partner commerciali	Incontri commerciali, audit	Sicurezza e qualità di prodotto, flessibilità e capacità di adattamento rispetto alle richieste
Portali E-commerce	Incontri commerciali	Innovazione, sicurezza e qualità di prodotto, efficienza del network distributivo
Università/Centri ricerca/Laboratori	Incontri dedicati, collaborazioni per vari progetti di ricerca	Ricerca ed acquisizione dei talenti, supporto alla ricerca

Con specifico riferimento alle associazioni di categoria, il Gruppo De' Longhi aderisce a Confindustria APPLIA Italia, APPLIA Europa e Association of Home Appliance Manufacturers – USA (AHAM), le associazioni che riuniscono le maggiori aziende che operano nel settore degli apparecchi domestici e professionali rispettivamente a livello italiano, europeo e

americano. Il Gruppo inoltre è membro di Assoclimate, l'associazione dei costruttori di Sistemi di Climatizzazione, del Comitato Termotecnico Italiano (CTI), del Comitato Elettrotecnico Europeo (CENELEC) e del Comitato Elettrotecnico Internazionale (IEC). [GRI 102-13]

Il valore generato e distribuito dal Gruppo De' Longhi

Il valore generato dal Gruppo nel 2019 ammonta a 2.109.026 migliaia di Euro, di cui l'88% distribuito agli stakeholder. Tale valore distribuito (pari ad oltre 1.864 milioni di Euro) risulta così ripartito: remunerazione dei fornitori di beni e servizi (1.468.971 migliaia di Euro), retribuzione dei dipendenti (266.388 migliaia di Euro), interessi ai fornitori di capitale (85.104 migliaia di Euro), imposte alla pubblica amministrazione (41.820 migliaia di Euro) e liberalità a favore delle comunità (1.831 migliaia di Euro). Non si registrano invece dividendi agli azionisti, al contrario di quanto accaduto nel 2018 (55.315 migliaia di Euro). Il motivo di tale scelta è da ricondursi all'impegno straordinario cui è chiamato il Gruppo in questo momento storico: i possibili impatti dell'epidemia da Covid-19 sull'economia globale hanno suggerito all'Assemblea degli Azionisti di aprile 2020 di non distribuire dividendi per il 2019, incrementando la disponibilità di liquidità del Gruppo stesso in considerazione della condizione di incertezza circa l'evoluzione dell'emergenza sanitaria. Infine, il valore economico trattenuto nel 2019 ammonta a 244.912 migliaia di Euro.

Fig. 3 – Il valore generato, migliaia di € [GRI 201-1]

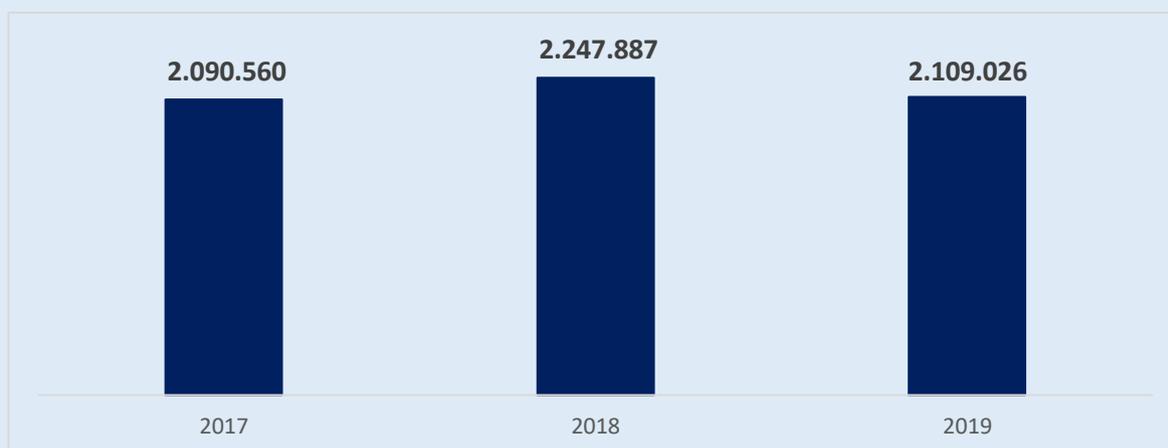
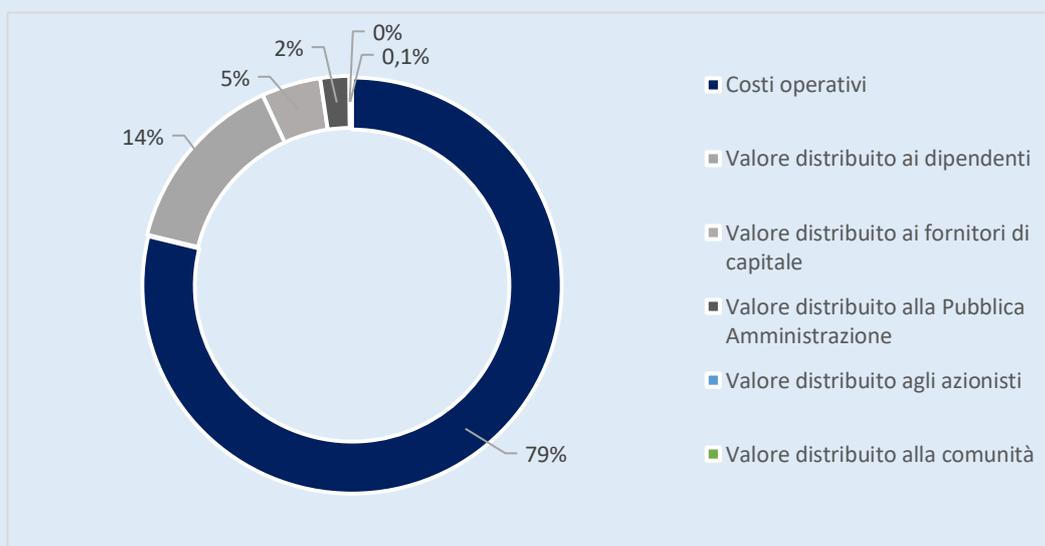


Fig. 4 – Il valore distribuito, migliaia di €, 2019 [GRI 201-1]

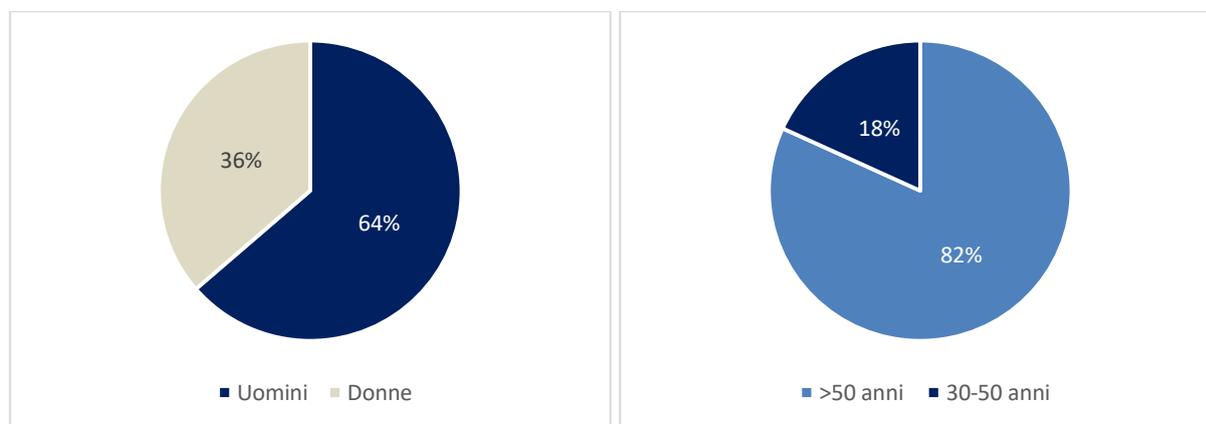


Etica e sistema di governance [GRI 103-3]

Il Gruppo aderisce al Codice di Autodisciplina delle società quotate, al quale il sistema di governance adottato è conforme. Gli organi societari della Capogruppo De' Longhi S.p.A. sono l'Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale. Inoltre, all'interno dell'organo amministrativo sono inclusi due comitati: il Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità - che integra attività istruttoria nelle valutazioni e decisioni relative anche agli ambiti non finanziari - ed il Comitato Remunerazioni e Nomine.

Le attività di monitoraggio e attuazione delle norme in tema di corporate governance vengono perciò condotte dal Consiglio di Amministrazione in collaborazione col già citato Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità e con l'Ufficio Affari Legali e Societari. [GRI 102-18]

Fig. 5 – Composizione del Consiglio di Amministrazione di De' Longhi SpA nel 2019 per genere ed età [GRI 405-1]



Nel 2019, il CdA del Gruppo De' Longhi è costituito da 7 uomini e 4 donne; di questi, l'82% ha un'età superiore ai 50 anni. Inoltre, come riportato nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Societari per l'anno 2019, il Gruppo si impegna ad assicurare che il genere meno rappresentato ottenga almeno un terzo (arrotondato per eccesso) dei componenti del Consiglio di Amministrazione e dei membri effettivi del Collegio Sindacale: la nuova composizione degli organi sociali, rinnovati dall'Assemblea del 30 aprile 2019, riflette pertanto la presenza del genere meno rappresentato (femminile) nella quota imposta statutariamente.

Il **Codice Etico** di Gruppo, aggiornato nel luglio 2018, disciplina il comportamento delle persone del Gruppo De' Longhi; inoltre, tale documento regola tutte le relazioni che l'azienda intraprende con soggetti terzi, come i fornitori, i clienti e la Pubblica Amministrazione, le quali devono necessariamente caratterizzarsi per trasparenza, correttezza, onestà, integrità, equità, professionalità e lealtà. [GRI 102-16] A tal proposito, in continuità con gli esercizi passati, durante l'anno parte delle attività formative hanno riguardato anche il Codice Etico tramite modalità e-learning e/o classi fisiche. In conformità con quanto stabilito dal D. Lgs. 231/2001, le società italiane del Gruppo De' Longhi adottano il "**Modello di organizzazione, gestione e controllo**", il quale prevede un Organismo di Vigilanza incaricato di sorvegliare, in maniera indipendente, il corretto funzionamento e osservanza del Modello stesso. Il Modello prevede, tra l'altro, l'adozione di uno strumento di segnalazione per l'identificazione di condotte illecite (in linea con lo Standard ISO 37001:2016), il cosiddetto sistema di Segnalazione - *Whistleblowing*: *De' Longhi Group Integrity Platform* (per maggiori informazioni si veda la sezione del sito di Gruppo "[Whistleblowing](#)"). Nel corso del 2018, tale Modello è stato aggiornato e adeguato, mentre durante il 2019 il Gruppo si è dotato di un sistema gestionale interno *ad hoc* per favorire un monitoraggio automatico dei flussi e dei processi presidiati all'interno del sistema di prevenzione dei reati previsto dal D. Lgs. 231/2001. Oltre a ciò, la Capogruppo dispone di una procedura che individua le operazioni soggette a specifiche regole di istruzione e di approvazione con le parti correlate: essa consente di disciplinare le relazioni intrattenute tra queste ultime e il Gruppo stesso, presidiandone il relativo rischio in conformità con i principi stabiliti dall'Autorità di Vigilanza con il Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010.

A partire dal 2018 sono state predisposte ed adottate le “**Corporate Governance Guidelines**”, con lo scopo di rendere uniformi le pratiche di governance tra tutte le società del Gruppo. Tra le altre cose, queste linee guida prevedono l'adozione del Codice Etico e definiscono il sistema di deleghe per i poteri di spesa. La loro applicazione è stata affidata ai responsabili amministrativi locali attraverso un documento interno, consultabile liberamente da tutti i dipendenti.

Il rispetto della *compliance* è gestito e presidiato dalla funzione *Legal* e dalla Direzione *Internal Audit*, coadiuvati dal Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili e societari a livello di Gruppo (per quanto di propria competenza) e dalla funzione *Quality* (per quanto riguarda la *compliance* di prodotto e la qualifica e la valutazione dei fornitori).

È inoltre ferma intenzione del Gruppo accertare che, oltre al rispetto delle norme, della trasparenza e della compliance, siano definiti ed implementati una serie di **modelli comportamentali** volti a minimizzare i rischi connessi ad eventuali eventi sanzionabili secondo le norme applicabili. A titolo di esempio, nel corso del 2018, De' Longhi ha concluso il processo di analisi delle modalità con le quali le società operano in ambiti come la responsabilità amministrativa degli Enti, il rispetto delle norme sulla *privacy*, *antitrust*, la tutela del consumatore nell'*e-commerce*, il rispetto delle *policy* legali interne, antiriciclaggio e anticorruzione. Tale progetto ha previsto un *assessment* per un campione di Società appartenenti al Gruppo, selezionate secondo criteri di rilevanza economica e vicinanza normativa, permettendo di individuare le principali aree di possibile intervento; per ciascuna di queste è stato in seguito formulato un livello di priorità di attuazione, in base all'importanza relativa e al peso specifico della stessa rispetto al livello di efficacia del Programma di Compliance.

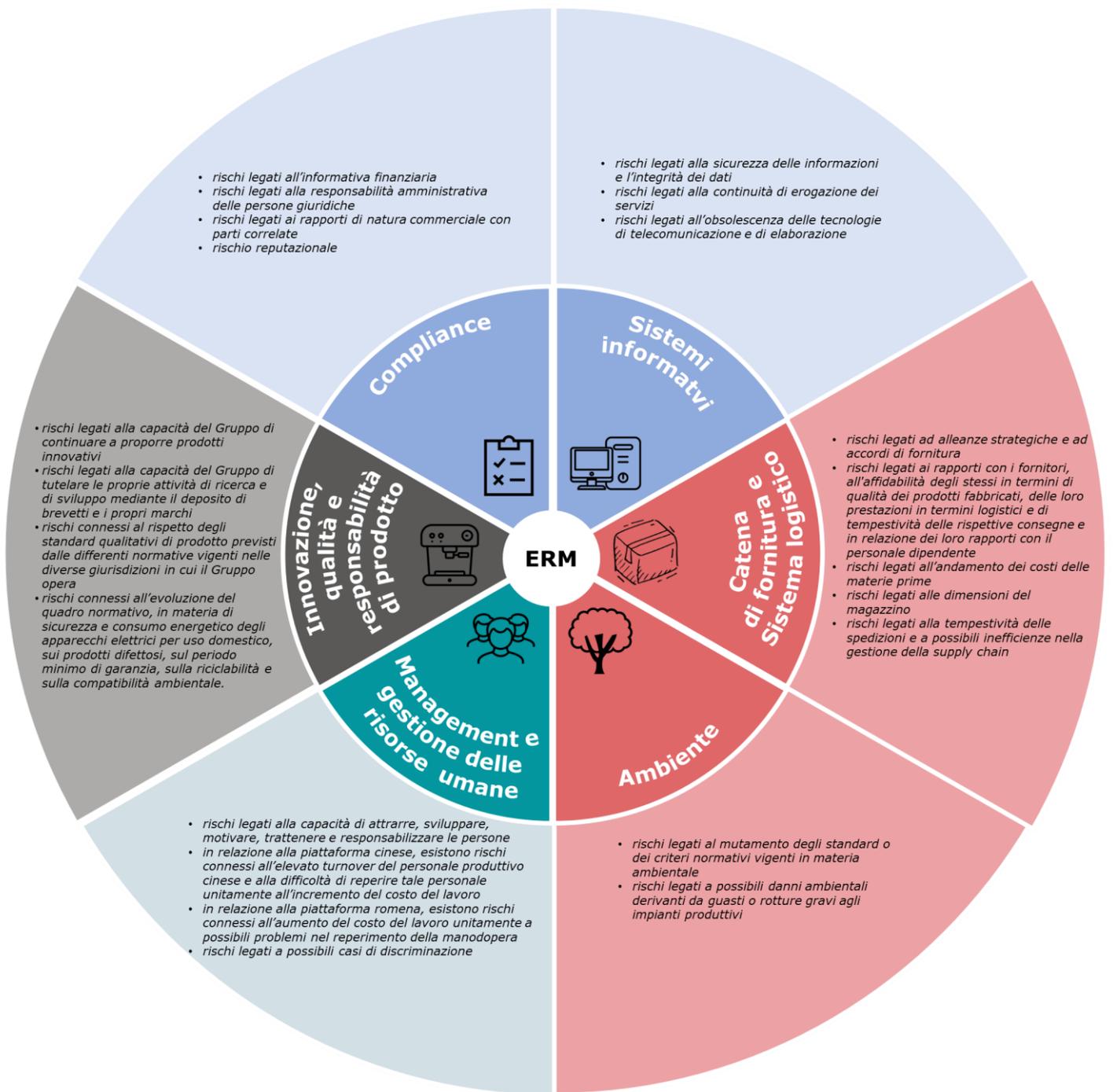
Gestione dei rischi e controllo interno

L'attenzione del Gruppo alle attività di valutazione e monitoraggio dei rischi aziendali è un impegno costante che perdura negli anni: a tal proposito, il sistema di Enterprise Risk Management (ERM), sviluppato durante i precedenti esercizi, è presidiato dalla funzione di *Internal Audit*, che si occupa anche del suo costante aggiornamento, coadiuvata dal Dirigente Preposto. Nell'ambito del suddetto programma, nel corso dell'anno di rendicontazione sono state effettuate diverse attività, tra le quali numerose interviste (in aumento del 40% circa rispetto al 2018) rivolte al management locale e internazionale: lo scopo di tali interviste è quello di integrare la matrice ERM con i rischi percepiti rispetto all'area di competenza e al paese di operatività delle persone del Gruppo, utilizzando un approccio *bottom-up*. Sempre nel 2019, il Gruppo ha portato avanti le attività propedeutiche alla realizzazione di una piattaforma che permetterà a tutte le figure selezionate, a partire dagli esercizi futuri, di aggiornare autonomamente e tempestivamente la propria identificazione dei rischi. Lo stesso sistema consentirà inoltre di modificare la mappatura dei rischi in base al ruolo degli utenti stessi, garantendo sia il massimo presidio che la necessaria separazione dei ruoli.

Inoltre, nell'ambito delle tradizionali verifiche delle operazioni delle società del Gruppo, la Direzione *Internal Audit*, in collaborazione con il Dirigente Preposto, effettua annualmente l'aggiornamento della mappatura dei principali rischi per le società estere del Gruppo considerate “società rilevanti” ai fini della *governance* aziendale nell'ambito di un progetto di “*risk assessment*” avviato nel 2017.

Nella figura di seguito si riportano i principali rischi individuati legati ai temi materiali oggetto di rendicontazione del presente documento:

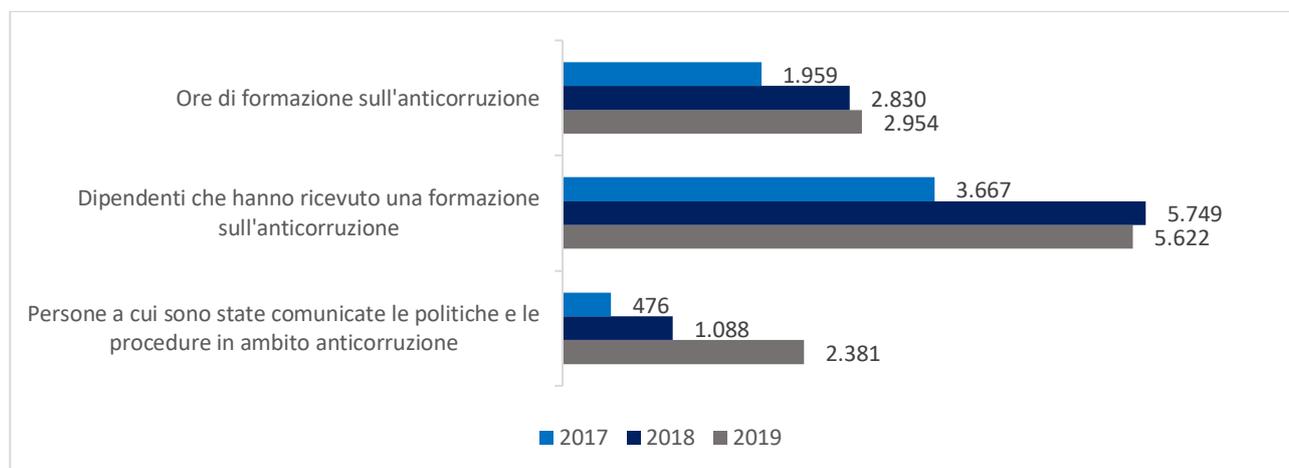
Fig. 6 – I principali rischi connessi ai temi materiali



Nel corso degli ultimi anni, al fine di minimizzare l'eventualità di possibili errori e/o frodi, sono state introdotte diverse iniziative: tra le più importanti, lo sviluppo del programma antifrode e l'avvio di un progetto per verificare l'insorgere di possibili casi di abuso d'ufficio e di corruzione.

Infine, la funzione *Internal Audit* e il Dirigente Preposto, nell'ambito delle verifiche delle operazioni delle società del Gruppo, svolgono annualmente presso tutte le filiali diverse attività, tra cui il monitoraggio e la valutazione dell'ambiente di controllo, audit sui processi, sulle procedure contabili e di conformità alla Legge 262, relativa al processo di informazione finanziaria. L'obiettivo di questi audit è quello di verificare ed assicurare l'attendibilità, la completezza, la correttezza e la tempestività di tutta la documentazione, coerentemente con quanto raccomandato dalle procedure operative amministrative e contabili del Gruppo. Nel complesso, il programma di audit vuole coprire progressivamente tutte le società del Gruppo De' Longhi, focalizzandosi allo stesso tempo su quelle più rilevanti attraverso un programma di verifiche concordato sia con l'Amministratore incaricato che con il Comitato Controllo e Rischi per la Corporate Governance.

Fig. 7 – La formazione in materia di anticorruzione [GRI 205-2]



Nell'arco del 2019, sono stati formati specificatamente sui temi dell'anticorruzione 5.622 dipendenti, per un totale di ore di formazione erogate pari a 2.954, in sensibile aumento rispetto agli anni precedenti. Su tali temi, è stato formato il 54% degli operai del Gruppo, il 10% degli impiegati e il 28% dei dirigenti.

Fig. 8 – Dipendenti formati sui temi dell'anticorruzione nel 2019 per categoria [GRI 205-2]

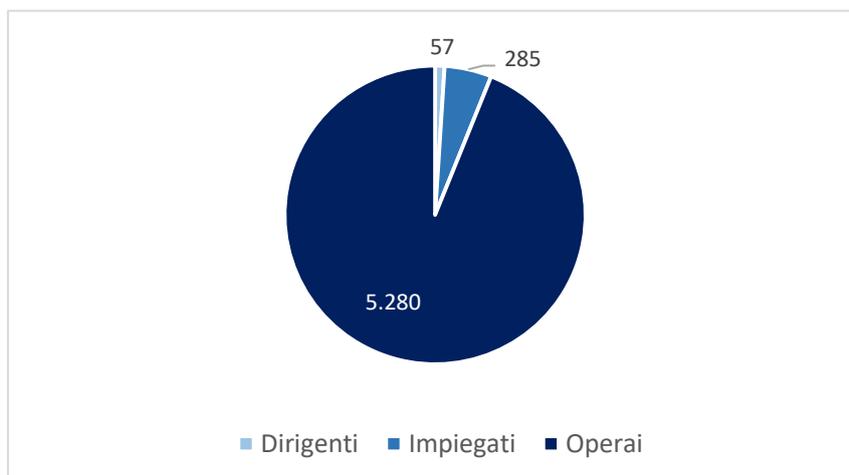
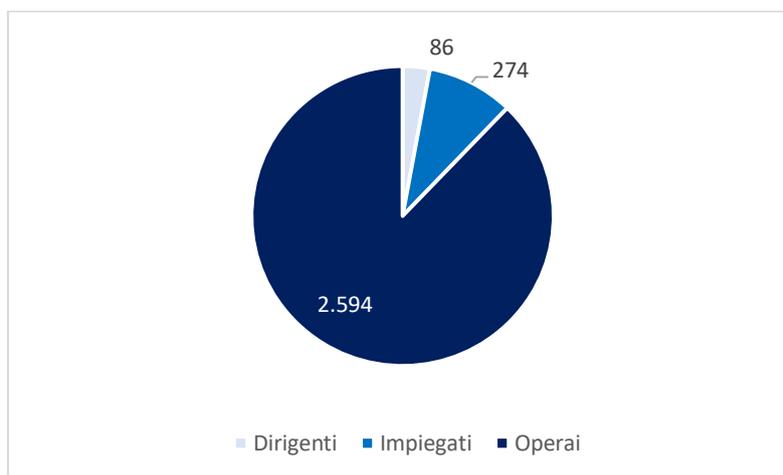


Fig. 9 – Ore di formazione sui temi dell'anticorruzione erogate nel 2019 per categoria [GRI 205-2]



Nel corso del triennio di rendicontazione (2017-19), non si sono registrati casi di non conformità rispetto alla legge in materia di corruzione. [GRI 205-3]

Nel triennio 2017-19 non è stata attivata alcuna azione legale per comportamenti anti-competitivi, antitrust e pratiche monopolistiche. [GRI 206-1]

Per quanto riguarda, invece, la conformità rispetto alla legge in materia di marketing e comunicazione, si segnala che nel corso del 2019 si sono registrati e risolti due casi, che non hanno comportato sanzioni, ma solo un avviso. Nel 2018 si sono registrate e risolte quattro contestazioni; in particolare, due segnalazioni erano correlate a domande di marchio e le restanti, invece, erano riconducibili alla comunicazione promozionale. Nel 2017 si sono registrate due contestazioni nell'ambito della comunicazione promozionale che si sono concluse con la modifica o rimozione del messaggio. [GRI 417-3]

In merito a leggi e normative in materia ambientale, non si rilevano segnalazioni o sanzioni nel triennio 2017-19. [GRI 307-1]

Infine, si rileva che il Gruppo non eroga contributi di alcun genere (direttamente o indirettamente) a partiti o movimenti politici, organizzazioni politiche e sindacali, né a loro rappresentanti o candidati, in Italia o in paesi esteri.

1.3. La nostra strategia di sostenibilità

Il percorso di rendicontazione di sostenibilità del Gruppo De' Longhi, avviato nel 2017 con la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (DNF) e il Report di Sostenibilità e proseguito con l'attività di reportistica non finanziaria durante il precedente e il corrente esercizio, ha permesso all'Azienda di misurare e comprendere le proprie *performance* di sostenibilità e l'ha resa consapevole rispetto alla necessità di intraprendere un percorso strutturato e di graduale e significativa integrazione della sostenibilità nel proprio modello di *business* con l'obiettivo di definire azioni concrete finalizzate al controllo e la mitigazione degli impatti, puntando alla generazione di valore condiviso per l'azienda e i propri *stakeholder* nel lungo termine.

In questo contesto, nei primi mesi del 2019 il **Comitato Controllo, Rischi e per la Corporate Governance** ha incluso tra le proprie competenze anche le tematiche di Sostenibilità, diventando **Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità**, nell'ambito del consiglio di Amministrazione della Capogruppo; a tale comitato fa riferimento il **Sustainability Steering Committee**, l'organo di governo aziendale, costituito dal top management con lo scopo di definire la linea strategica del Gruppo riguardo le tematiche di sostenibilità. Il *Sustainability Steering Committee* si è riunito tre volte lungo l'anno, ottenendo una partecipazione pari o superiore all'80% ad ogni incontro. Infine, lungo il corso del 2019, sono stati individuati i "**Sustainability Ambassadors**", riporti diretti dei membri del *Sustainability Steering Committee*, che assumono il ruolo significativo di tradurre nella pratica la strategia e le direzioni definite da quest'ultimo.

Grazie alla collaborazione e l'impegno del *Sustainability Steering Committee* e dei *Sustainability Ambassadors* sono stati individuati i tre Pilastri di Sostenibilità, in accordo ai quali sono altresì strutturati i capitoli del presente Report e sui quali il Gruppo vuole strutturare la propria strategia di sostenibilità: "**Valuing our people, the Everyday makers**", "**Integrating sustainability in product design and innovation**", "**Running sustainable supply chain and operation**".

Nell'ambito delle attività in corso, il Gruppo sta lavorando alla definizione della propria **Politica di Sostenibilità** che tracci, attraverso i tre pilastri già individuati, la strategia a lungo termine dell'Azienda, declinando l'autentico impegno del Gruppo in ambito di Sostenibilità. L'attività di pianificazione sta procedendo con l'identificazione di iniziative e di obiettivi, in linea con le priorità dettate da tale strategia a lungo termine, con il fine di migliorare non soltanto le performance non finanziarie del Gruppo, ma anche quello di contribuire positivamente alla società e all'ambiente.

Fig. 10 – I pillar di sostenibilità e i temi materiali del Gruppo De' Longhi

TEMATICHE DI COMPLIANCE E DI BUSINESS		
<p>COMUNICAZIONE ONESTA, VERITIERA E BASATA SUI FATTI</p> <p><i>In un contesto caratterizzato da un utilizzo della comunicazione per raggiungere un pubblico sempre più ampio, particolare attenzione è posta alla correttezza della comunicazione</i></p> <p>COMPLIANCE</p> <p><i>Il Gruppo pone alla base del suo agire il rispetto delle leggi e dei regolamenti dei mercati nei quali opera</i></p> <p>UTILIZZO DEI DATI DEI CONSUMATORI</p> <p><i>L'utilizzo dei dati dei propri consumatori e clienti va inteso come tutela dei diritti delle parti interessate e base per il mantenimento della relazione di fiducia con il Gruppo</i></p>	<p>REPUTAZIONE DEL BRAND</p> <p><i>Il mantenimento e il rafforzamento della reputazione dei propri brand verso tutti i principali stakeholder, in primis clienti, investitori e dipendenti, sostiene la leadership del Gruppo nel settore di riferimento</i></p> <p>PARTNERSHIP COMMERCIALI</p> <p><i>Il mantenimento e consolidamento delle partnership commerciali consente di creare valore lungo l'intera value chain del Gruppo e di proporre sul mercato prodotti sempre più innovativi, competitivi e capaci di rispondere alle esigenze dei consumatori</i></p> <p>SERVIZI POST VENDITA</p> <p><i>Un servizio di assistenza capace di ascoltare le esigenze dei consumatori e rispondere velocemente e in maniera esauriente alle loro richieste è un fattore chiave per il consolidamento dei rapporti con i propri consumatori e il rafforzamento della reputazione dei brand del Gruppo</i></p>	CAPITOLO 1
	<p>VALUING OUR PEOPLE, THE EVERYDAY MAKERS</p> <p>SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI</p> <p><i>La salute e sicurezza dei lavoratori è alla base della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti</i></p> <p>ATTRAZIONE E MANTENIMENTO DEI TALENTI</p> <p><i>Attrarre e mantenere all'interno del Gruppo i talenti e mantenere un'alta soddisfazione delle persone è un elemento strategico per il raggiungimento degli obiettivi di business</i></p>	CAPITOLO 2
	<p>INTEGRATING SUSTAINABILITY IN PRODUCT DESIGN AND INNOVATION</p> <p>SICUREZZA DI PRODOTTO</p> <p><i>La sicurezza dei prodotti, anche alimentare, rappresenta il requisito imprescindibile per garantire la fiducia dei consumatori verso i prodotti e i propri brands</i></p> <p>INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE (di prodotto)</p> <p><i>Gli investimenti in nuove tecnologie sono alla base per una continua innovazione di prodotto</i></p> <p>DESIGN ECO-FRIENDLY</p> <p><i>L'attenzione alle tematiche ambientali nello sviluppo dei prodotti, si esplicita nella progettazione di prodotti, per specifiche categorie, con un ridotto impatto ambientale anche nel loro utilizzo da parte del consumatore</i></p> <p>TRASFORMAZIONE DIGITALE</p> <p><i>In un mondo sempre più legato al digitale, l'innovazione di prodotto risulta sempre più legata alla capacità di proporre nuove soluzioni tecnologiche e digitali (Internet of Things, Applicazioni, Domotica)</i></p> <p>INNOVAZIONE DI PRODOTTO</p> <p><i>In un contesto tecnologico in evoluzione esponenziale, la capacità di proporre prodotti innovativi capaci di rispondere alle nuove esigenze dei clienti è alla base della competitività aziendale e rappresenta una modalità di attuazione della mission del Gruppo De' Longhi</i></p> <p>ETICHETTATURA DI PRODOTTO</p> <p><i>L'informazione di prodotto corretta e chiara è indispensabile non solo per soddisfare le richieste normative ma anche per mantenere con i consumatori un rapporto duraturo e di fiducia</i></p> <p>CAPACITÀ DI ISPIRARE</p> <p><i>In quanto leader a livello internazionale in molti mercati in cui opera, il Gruppo intende porsi quale azienda capace di ispirare nuovi comportamenti e abitudini lungo la sua catena del valore, in primis consumatori finali e fornitori</i></p>	CAPITOLO 3
	<p>RUNNING SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN AND OPERATIONS</p> <p>DIRITTI UMANI</p> <p><i>La tutela di condizioni di lavoro rispettose dei diritti fondamentali dell'uomo è parte della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti e fornitori</i></p> <p>GESTIONE DELLE EMISSIONI E LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO</p> <p><i>Il cambiamento climatico e le sue conseguenze comportano un'attenzione da parte delle aziende verso una gestione oculata e responsabile delle emissioni climateranti</i></p> <p>INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE (di processo)</p> <p><i>L'investimento in nuove tecnologie è alla base per l'innovazione e l'aumento della sostenibilità ed efficienza dei processi produttivi</i></p> <p>GESTIONE DEI RISCHI LUNGO LA CATENA DI FORNITURA</p> <p><i>La prevenzione e gestione dei rischi legati alla catena di fornitura è una condizione necessaria per assicurare la continuità del business del Gruppo</i></p> <p>EFFICIENZA DI DISTRIBUZIONE DEL NETWORK</p> <p><i>La capacità di rendere sempre più efficiente ed efficace il sistema di distribuzione del Gruppo è fondamentale per offrire un servizio di qualità ai propri clienti e riuscire a reagire in maniera tempestiva alle richieste del mercato</i></p>	CAPITOLO 4

Per maggiori informazioni in merito ai temi materiali e al loro processo di individuazione si rimanda alla Nota metodologica

2. Le persone del Gruppo De' Longhi

Valuing our People, the Everyday makers

Abbiamo a cuore il benessere e la crescita delle nostre persone. Per questo dal 2015 accogliamo la voce della nostra community di dipendenti nel mondo grazie a strumenti di ascolto attivo che ci permettono di costruire piani di miglioramento globali e locali in linea con le reali esigenze delle persone. Mettiamo le persone al centro di ogni nostra iniziativa creando così il contesto e le condizioni in cui possano dare il massimo e contribuire attivamente, con il proprio talento, ai risultati del Gruppo.

HIGHLIGHTS 2019



7.850
dipendenti



49%
di dipendenti donne



161.977
ore di formazione
(+6% rispetto al 2018)



2,8
indice di frequenza infortuni
(-35% rispetto al 2018)

2.1. Gli Everyday Makers

Per entrare ogni giorno nelle case di milioni di famiglie, le nostre persone rappresentano un pilastro essenziale: l'energia e la passione dimostrate nel proprio lavoro, unite con l'impegno quotidiano, contribuiscono in maniera determinante al successo dell'Azienda, la cui filosofia e i cui valori fanno sì che i rapporti tra le persone siano gestiti con cura e attenzione. Questo carattere distintivo è il fondamento necessario per la valorizzazione dei percorsi di crescita umana e professionale, e permette di motivare e trattenere i dipendenti e allo stesso modo di attirare nuovi talenti.

In quest'ottica, il Gruppo De' Longhi si impegna a favorire la crescita professionale dei dipendenti, garantendo un ambiente stimolante. Elemento chiave risulta inoltre l'impegno nel promuovere un luogo di lavoro improntato ai valori aziendali quali passione, coraggio, lavoro di squadra, ambizione, competenza, rispetto e tradizione, che incoraggiano i dipendenti ad essere leali e corretti coi propri colleghi, dimostrando fiducia reciproca, che facciano leva sul valore delle diversità evitando qualsiasi tipo di discriminazione.

La gestione delle risorse umane è affidata, a livello di Gruppo, alla Direzione Risorse Umane e Organizzazione, la quale è coordinata dal Chief Corporate Services Officer; a livello locale viene presidiata da strutture dedicate di Risorse Umane presenti sia nelle principali aree geografiche che nelle filiali più strutturate del Gruppo. Dette organizzazioni si occupano sia degli aspetti relativi alla gestione amministrativa del rapporto di lavoro, che soprattutto di gestione e sviluppo delle risorse interne, di *talent acquisition, development e retention*, di comunicazione interna, di sviluppo di importanti iniziative legate sia all'*engagement* del personale che al presidio delle tematiche relative alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, di tematiche organizzative come pure di relazioni sindacali.

Nel corso del 2019, la struttura HR a livello *Corporate* è stata ripensata e ridisegnata per assicurare una maggiore coerenza con i cambiamenti organizzativi realizzati dal Gruppo in tempi recenti. La nuova struttura organizzativa prevede:

- una articolazione dei ruoli gestionali in macro-cluster focalizzati sul presidio di aree funzionali nonché competenze specifiche;
- Il potenziamento della struttura centrale di Gruppo per quanto riguarda le attività di *Talent Acquisition*, di Formazione e Sviluppo delle Risorse Umane e Comunicazione interna, responsabile dello sviluppo e realizzazione di importanti progetti ed iniziative volte alla valorizzazione del pieno potenziale e talento dei dipendenti ed alla loro *retention* nel Gruppo.

Al fine di assicurare una crescente armonia e uniformità nella gestione delle persone a livello internazionale, anche nel corso del 2019 il Gruppo De' Longhi ha utilizzato i moduli del sistema gestionale *SuccessFactors* di SAP (chiamato PULSE in De' Longhi) funzionali alla mappatura delle informazioni e alla gestione dei processi di *compensation*, di *performance management* e di *learning and development*. In particolare, il modulo learning di PULSE permette ai dipendenti di definire il proprio percorso di apprendimento secondo le proprie esigenze, accedendo in modo autonomo ad un catalogo formativo *on-line* e svolgendo corsi in modalità *e-learning*. Il modulo, inoltre, permette alla funzione *corporate* di tracciare automaticamente le partecipazioni ai corsi proposti, permettendo così di svolgere analisi e identificare le priorità formative delle persone del Gruppo. [GRI 102-16, GRI 103-2, 103-3]

Nel mese di ottobre 2019, la Direzione Risorse Umane e Organizzazione ha lanciato la terza edizione dell'*Employee Engagement Survey – "Your Voice: to Make the Difference"*, che rappresenta un vero e proprio termometro del livello di motivazione e soddisfazione delle persone del Gruppo. Alla *Survey* hanno partecipato oltre il 90% dei dipendenti del Gruppo, un trend in linea rispetto alle edizioni precedenti che rispecchia anche l'attaccamento dei dipendenti alla propria Azienda. I risultati dell'edizione 2019 permetteranno, nel corso del 2020, di creare nuovi tavoli di lavoro trasversali alle funzioni che si focalizzeranno sugli spunti di miglioramento emersi dalla *Survey*.

Value Makers – rafforzare l'identità aziendale attraverso il gioco

Consapevoli che la forza del Gruppo De' Longhi risiede nei valori e nella *mission* che guidano molteplici realtà aziendali, nel 2019 è stato lanciato un percorso formativo innovativo dedicato ai 7 valori Globali del Gruppo, in cui i partecipanti sono stati coinvolti in attività di *team building*. In particolare, squadre di dipendenti in più paesi del mondo hanno condiviso l'esperienza di un'*escape room* basata sui 7 valori Globali, creata per De' Longhi sull'azienda e sulla sua storia. L'iniziativa ha coinvolto anche dei facilitatori, dipendenti che non fanno parte della funzione Risorse Umane, che hanno supportato i propri *team* durante le attività, facilitandone le dinamiche e gestendo il *debriefing*, monitorando inoltre il livello di *engagement* dei partecipanti. In questo modo, un'attività ludica come un'*escape room* stimola le persone ad agire nella propria quotidianità consapevoli di essere parte di un unico Gruppo accomunato dai medesimi valori che vanno al di là della propria nazionalità e del proprio ruolo.

La nostra vision

*Nel mondo, Ogni giorno, Al vostro fianco
Un oggetto, Un'emozione, Un'esperienza autentica
Da vivere, Da Raccontare.*

I nostri valori – Everyday Makers

*I valori del Gruppo riflettono chi siamo, il nostro carattere, il nostro modo di essere e di lavorare.
Sono degli ideali che guidano l'azione concreta del Gruppo, attraverso il lavoro quotidiano delle proprie
persone e dei loro progetti.*



Siamo una community di più di 7.000 persone presente in oltre 30 Paesi; ogni giorno le nostre persone danno il massimo, studiando soluzioni innovative, creando prodotti con l'obiettivo di far vivere ai nostri consumatori momenti speciali e autentici: siamo gli Everyday Makers.

Al 31 dicembre 2019 il Gruppo è composto da 7.850 dipendenti, registrando una diminuzione del 7% rispetto all'organico del precedente esercizio. Si segnala tuttavia che considerando il numero medio di dipendenti nel 2019, la differenza risulta meno significativa (-4%) rispetto al 2018. Le donne del Gruppo De' Longhi rappresentano il 49% della

popolazione aziendale. Il 93% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato, dato in leggero incremento rispetto all'anno precedente (90%).

Le persone del Gruppo De' Longhi:

Fig. 11 – Numero di dipendenti per area geografica [GRI 102-8]

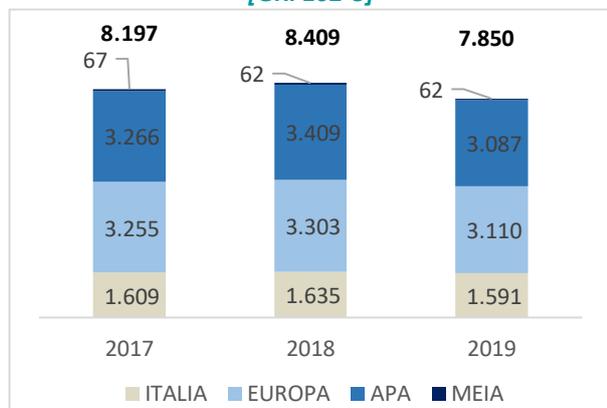


Fig. 12 – Percentuale di dipendenti per genere, 2019 [GRI 102-8]

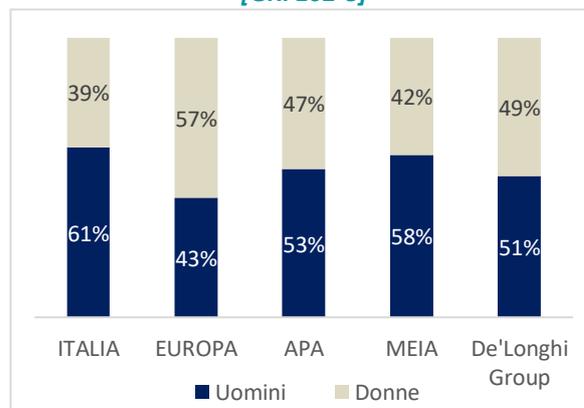


Fig. 13 – Percentuale di dipendenti per tipo di contratto [GRI 102-8]

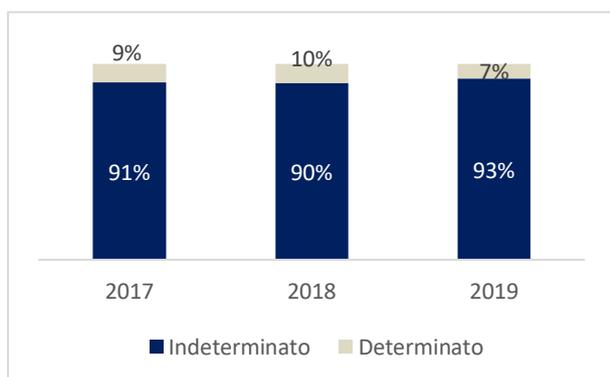
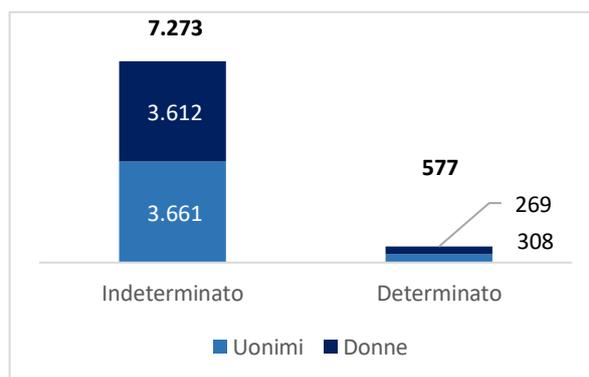


Fig. 14 – Numero di dipendenti per tipo di contratto e genere, 2019 [GRI 102-8]



I neoassunti nel Gruppo De' Longhi "Onboardays"

Per i nuovi entranti nel Gruppo De' Longhi ad inizio anno è stato ripensato il format di accoglienza in continuità con l'evento di "Welcome on Board" organizzato nel 2018. Da quest'anno, l'accoglienza nel mondo De' Longhi si è fatta più interattiva, coinvolgendo i nuovi entrati in attività collaborative ed *engaging*: gli *Onboardays*, organizzati ogni sei mesi, coinvolgono i nuovi dipendenti in Italia e i colleghi delle filiali all'estero in due giornate organizzate *ad hoc*.

Il nuovo formato di accoglienza per i colleghi De' Longhi permette di anticipare i contenuti relativi all'organizzazione delle diverse funzioni via *e-learning*, attraverso il modulo inserito in PULSE "Get to know De' Longhi Group" garantendo quindi una partecipazione interattiva attraverso attività di *team-building* durante la due giorni, permettendo ai partecipanti di conoscersi e di stimolare fin da subito il senso di appartenenza al Gruppo, un'unica realtà internazionale.

I talenti del mondo universitario

Alla costante ricerca di nuovi talenti e profili specializzati da inserire nel percorso di crescita nell'Azienda, in continuità con gli esercizi passati, il Gruppo ha consolidato e rafforzato i propri rapporti con il mondo accademico attraverso le numerose collaborazioni con le migliori università in Italia e all'estero, tra le quali si annoverano l'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Università degli Studi di Padova, l'Università Strate Ecole di Parigi, l'Università HfG di Offenbach e l'Università Musashino di Tokyo. Inoltre, sono proseguite le partnership con il Politecnico di Milano, il Politecnico di

Torino, l'Università Bocconi e la Donghua University di Shanghai, le quali, permettono di creare una rete di contatti e scambio di conoscenze sinergici tra l'Azienda e il mondo accademico.

Nel 2019, inoltre, in Italia è stata attivata un'Academy dedicata a neolaureati informatici che, dopo aver seguito un corso di formazione specializzato, sono stati inseriti direttamente in azienda.

Fig. 15 – Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica e genere, percentuale [GRI 405-1]

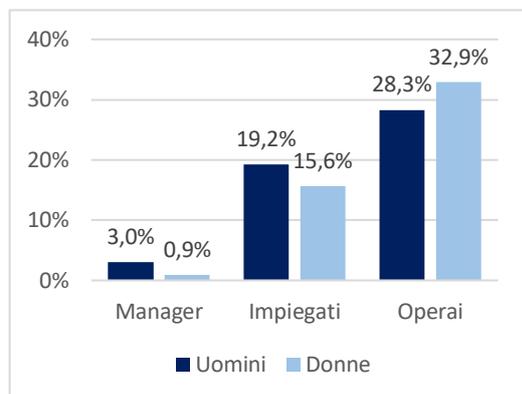
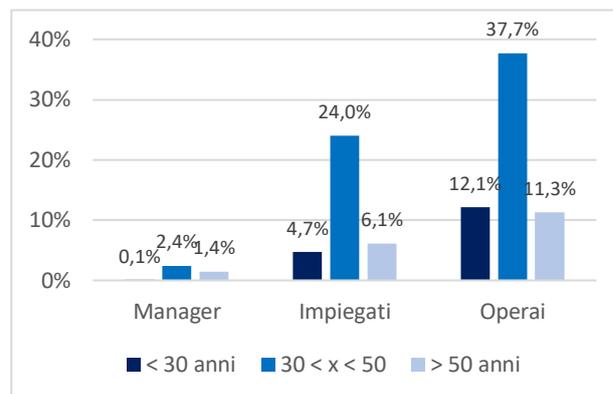


Fig. 16 – Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica ed età, percentuale [GRI 405-1]



Nel 2019, l'organico del Gruppo risulta costituito per il 61,2% da operai, per il 34,9% da impiegati e per il restante 3,9% da manager. La maggior parte della popolazione aziendale risulta avere un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (64,2%); significativa, inoltre, la quota di persone con un'età superiore ai 50 anni, che ammonta circa al 18,9% del totale dei dipendenti del Gruppo. Ulteriori figure di dettaglio sono riportate tra gli allegati del presente documento.

Tutti i dipendenti di Italia, Romania, Francia, Portogallo, Spagna, Austria, Ucraina, Brasile e Stati Uniti risultano coperti da **accordi collettivi di contrattazione**. Tali accordi coprono invece in misura differente i dipendenti dei seguenti paesi: Benelux (98,5%), Germania (per De' Longhi Braun Household, 79%) e Australia (14%). Per i restanti Paesi, non è prevista una contrattazione collettiva obbligatoria e conseguentemente nessun dipendente risulta coperto. Per questo motivo, il 53% dei dipendenti del Gruppo De' Longhi è coperto da contrattazione collettiva. [GRI 102-41]

Nel 2019 il Gruppo De' Longhi ha registrato 2.845 assunzioni di dipendenti a tempo indeterminato e 3.167 cessazioni. Nell'area APA (Asia, Pacific, Americhe) si evidenziano tassi di assunzione e cessazioni maggiormente elevati da associare prevalentemente all'alto tasso di turnover che generalmente contraddistingue il mercato del lavoro nei paesi asiatici.

Fig. 17 - Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato per genere e area geografica, 2019

AREA GEOGRAFICA	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
ITALIA	29	5%	66	7%	95	6%
EUROPA	372	21%	390	30%	762	25%
APA	831	69%	1.146	85%	1.977	77%
MEIA	7	28%	4	11%	11	44%
GRUPPO	1.239	34%	1.606	44%	2.845	39%

Fig. 18 - Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati per genere e area geografica, 2019

AREA GEOGRAFICA	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
ITALIA	20	3%	49	5%	69	6%
EUROPA	465	26%	483	37%	948	31%
APA	892	74%	1.246	93%	2.138	84%
MEIA	5	20%	7	19%	12	20%
GRUPPO	1.382	38%	1.785	49%	3.167	44%

Nell'ambito della gestione delle risorse umane, il Gruppo De' Longhi è altresì impegnato nella tutela dei diritti umani delle proprie persone. Tali aspetti sono anche verificati in occasione degli audit svolti dai clienti, durante i quali viene verificata la condotta in merito alle pratiche di lavoro quali, ad esempio, lavoro minorile e lavoro straordinario.

Nel corso del 2018 e nel 2019 non sono state ricevute segnalazioni in merito a casi di discriminazione. Nel corso del 2017 si è registrata una segnalazione presso la sede nel Regno Unito in riferimento a pratiche discriminatorie correlate all'orientamento sessuale di un dipendente. Tali segnalazioni sono state gestite in accordo ai regolamenti interni, che prevedono un'investigazione condotta da parte di responsabili di altre funzioni, i cui risultati sono riportati in un report dedicato.

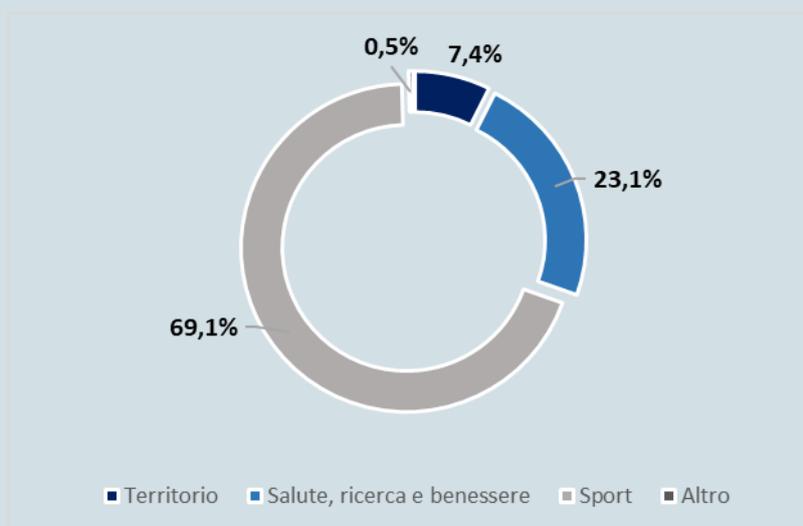
Inoltre, nel corso del 2018, presso lo stabilimento di OnShiu in Cina, si è registrato un caso di lavoro minorile, emerso in seguito ad attività di audit condotta da parte di un cliente. In particolare, il caso era legato alla presenza di un lavoratore di età inferiore ai 18 anni, figlio di dipendenti, che, in fase di assunzione, aveva presentato dei documenti contraffatti da cui risultava essere maggiorenne. A valle delle opportune verifiche, il minore e i genitori sono stati allontanati, e ulteriori accertamenti sono stati eseguiti per accertarsi della regolarità di tutti i dipendenti dello stabilimento. A fronte dell'accaduto, sono state messe in atto varie iniziative e verifiche in fase di assunzione, in accordo anche con le autorità locali, per evitare il ripetersi di tali fatti. A conferma del presidio sul tema, nel 2019 non si sono registrati casi di non compliance in ambito Diritti Umani all'interno del Gruppo.

Verso un approccio comune all'impegno sociale

Il Gruppo De' Longhi si impegna costantemente nella valorizzazione e nel sostegno alle comunità e ai territori nei quali opera attraverso lo sviluppo e la promozione di numerose iniziative puntuali e progetti che perdurano da anni, i quali rispondono ai bisogni locali e che includono tre filoni principali: il territorio, la salute e la ricerca, il benessere e lo sport. Consapevole dell'importanza di un'azione strutturata e significativa, il Gruppo definirà ed implementerà nei prossimi anni delle linee guida *ad hoc* comuni per promuovere e consolidare le iniziative di beneficenza e di volontariato, aumentarne la conoscenza all'interno del Gruppo e promuovere le *best practice* in un'ottica di impatto sociale virtuoso e sinergico.

Nel 2019, il Gruppo De' Longhi ha distribuito alla comunità circa 1,8 milioni di Euro, in aumento del 50% rispetto al 2018. Di questi, oltre un milione sono relativi al filone dello sport, circa 135 mila Euro ad attività di sviluppo del territorio, mentre circa 420 mila Euro ad iniziative a supporto della salute, ricerca e benessere.

Fig. 19 – Il valore distribuito alla comunità, percentuale*



*Il valore distribuito alla comunità è stato calcolato utilizzando le voci elargizioni liberali e sponsorizzazioni del conto economico

“Giving something back” in Romania

Lo stabilimento di Cluj-Napoca in Romania, che conta oltre duemila dipendenti attivi sul territorio, nel 2019 ha visto numerose attività di coinvolgimento dei dipendenti in attività di volontariato e non solo, con lo scopo di “restituire” alla comunità locale quanto ricevuto. Tra le diverse iniziative, si annoverano: la partecipazione, per il secondo anno consecutivo, al *World Cleanup Day*, che lo scorso 21 settembre ha visto i dipendenti e le proprie famiglie ripulire dai rifiuti la località Maguri, nei pressi della città di Cluj Napoca; l’attività di piantumazione di oltre 700 alberi presso il parco Donath di Cluj-Napoca, nell’ambito di un progetto a sostegno di una ONG locale. Infine, diverse sono le collaborazioni con il governo locale e organizzazioni non-profit in Romania, come l’attività di ricerca attivata con l’*Institute for Research in Circular Economy and Environment “Ernest Lupan” (IRCEM)* in ambito di economia circolare.

Le varie iniziative e collaborazioni attive sul territorio contribuiscono quotidianamente non soltanto all’immagine e al riconoscimento dell’Azienda sul territorio locale ma anche a creare un autentico senso di appartenenza e sinergia tra i dipendenti De’ Longhi, l’attività del Gruppo a cui appartengono e la comunità all’interno della quale esso opera quotidianamente.

Progetto MAAM – la genitorialità come life-skill

Nel 2019 De’ Longhi ha voluto aderire al progetto MAAM in Italia, volto a valorizzare il capitale umano attraverso l’esperienza di vita come *caregiver* che si sviluppa tramite il ruolo di genitori. Numerosi studi scientifici dimostrano infatti che le competenze più ricercate dalle aziende, come quelle relazionali e di organizzazione, sono in realtà già naturalmente sviluppate durante esperienze di vita come la genitorialità. Il progetto MAAM coinvolge pertanto uomini e donne che hanno sperimentato la nascita e/o la crescita di un figlio, promuovendo attività didattiche e di coinvolgimento multimediali per abilitare le competenze, ma anche stimolare il *networking* tra le persone, valorizzando le loro esperienze.

Il progetto pilota in Italia ha coinvolto nell’anno numerosi genitori (43 genitori e 126 partecipanti al webinar), stimolando abilità quali empatia, capacità di negoziazione e organizzazione delle risorse e delle persone. Per il futuro, l’ambizione è quella di estenderlo a più realtà internazionali all’interno del Gruppo, stimolando ulteriormente la condivisione e superando le barriere culturali e linguistiche.

2.2. Supporto e crescita delle persone

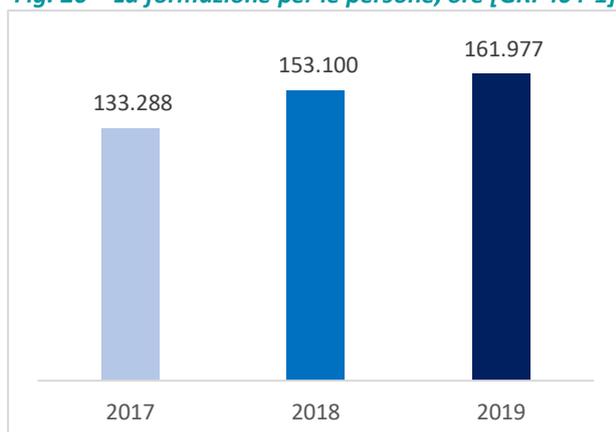
Il Gruppo persegue con costante impegno l'obiettivo di supportare i propri dipendenti nel loro sviluppo professionale, garantendo ad esempio percorsi di formazione ad hoc per accrescere le competenze e valorizzare la carriera delle persone: a dimostrazione degli sforzi profusi, il 2019 ha visto un incremento del 13% delle ore medie di formazione pro-capite, e un totale di oltre 160 mila ore di formazione, segnando una crescita di circa il 6% rispetto allo scorso anno.

In questo contesto di continua crescita, De' Longhi ha rinnovato il programma di sviluppo manageriale "U-Connect". Il programma, nato dalla *survey* 2015, ha coinvolto negli anni centinaia di manager contando più di quaranta edizioni in tutto il mondo: negli Headquarters, nelle filiali, nelle fabbriche. Il nuovo percorso di sviluppo manageriale, nato nel 2019, prende il nome "WeMake" e vuole rappresentare la continuazione di "U-Connect", proponendo formule innovative e laboratori sul filone del percorso precedente (per approfondimenti si veda il box "WeMake – *Shaping together our future*").

Nel corso del 2019 è stata inoltre data continuità ai diversi percorsi di formazione legati alla *leadership*, livello base e avanzato. Lo sviluppo dei collaboratori è essenziale, per questo il Gruppo investe anche in formazione specialistica/tecnica, come nel caso di aggiornamenti normativi riguardanti i sistemi di gestione.

A tal proposito, nel 2019 i dipendenti in Italia hanno avuto la possibilità di aderire a diverse "pillole formative" in aula proposte all'interno di un catalogo accessibile dal modulo learning di PULSE: ogni pillola verte su diversi aspetti tra cui *leadership*, *public speaking* e *project management* e può essere scelta liberamente in base agli interessi del dipendente.

Fig. 20 – La formazione per le persone, ore [GRI 404-1]



La valorizzazione delle nostre persone, un sistema integrato

La funzione risorse umane organizza attività di *assessment* e *coaching* rivolte a figure chiave delle sedi italiane e delle filiali nel mondo, per mappare e sviluppare le competenze e il potenziale delle persone coinvolte. La valorizzazione delle persone nel Gruppo ha visto nel 2018 l'implementazione della pratica del *salary review* che ha portato alla definizione di metodologie sempre più formalizzate e omogenee a livello di Gruppo e l'adozione di una policy dedicata. In linea con il processo avviato, nel 2019 è stata inoltre adottata la nuova MBO Policy di Gruppo, che gestisce le compensazioni variabili applicate ai dipendenti delle società del Gruppo con una forte propensione verso la *Group Identity*.

Fig. 21 – La formazione per le persone 2019, ore medie per dipendente [GRI 404-1]

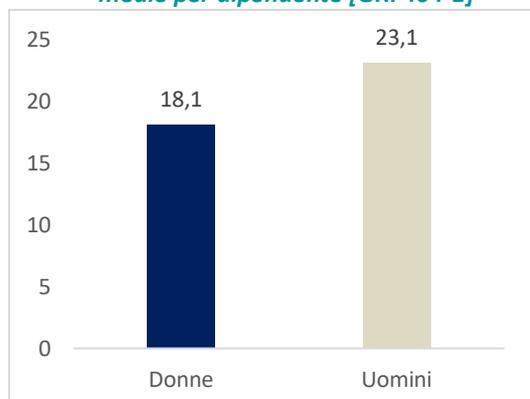
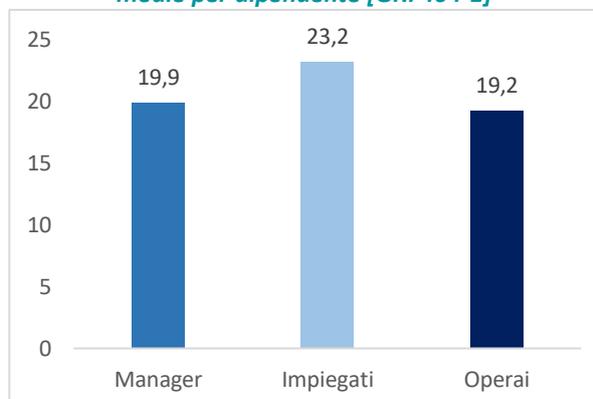


Fig. 22 – La formazione per le persone 2019, ore medie per dipendente [GRI 404-1]



Nel 2019 le ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomini sono pari a 23,1 mentre quelle erogate a dipendenti donna sono pari a 18,1. La suddivisione delle ore di formazione media per qualifica è pari a 19,2 ore per gli operai, 23,2 ore per gli impiegati e 19,9 ore per i manager.

Per assicurare la crescita e lo sviluppo professionale delle proprie persone a livello globale, il Gruppo utilizza un sistema di **valutazione delle performance** che, nel 2019, ha registrato il coinvolgimento di 2.039 dipendenti, il 40% dei quali costituito da donne; inoltre, durante l'anno, delle persone sottoposte a valutazione delle performance, circa l'87% è costituito da impiegati, il 10% da manager, mentre il restante 3% da operai. Il sistema attuale consente di individuare i punti di forza e aree di sviluppo di ogni dipendente e definire le diverse aree formative su cui impostare un piano di miglioramento, prevedendo tra l'altro un colloquio tra dipendente e proprio capo. Il modello di valutazione, applicato obbligatoriamente a tutte le figure dirigenziali e coloro che hanno ruoli manageriali in Italia e all'estero, è ovviamente allineato ai valori aziendali di Gruppo. Nel 2020 si prevede un aggiornamento e revisione del meccanismo sottostante. [GRI 404-3]

Fig. 23 – Persone che hanno ricevuto una valutazione delle performance per genere nel 2019, numero [GRI 404-3]

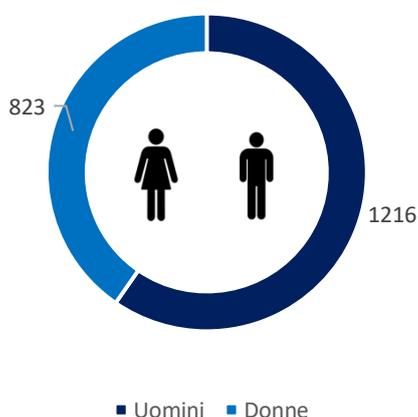
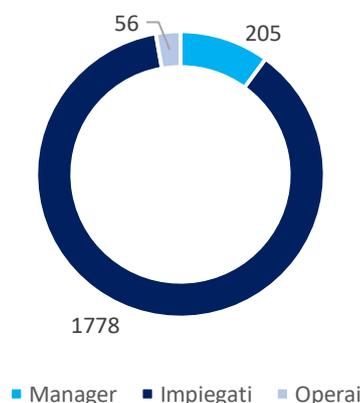


Fig. 24 – Persone che hanno ricevuto una valutazione delle performance per qualifica nel 2019, numero [GRI 404-3]



WeMake – Shaping together our future

In continuità con il progetto *U-Connect*, nel corso del 2019 è stato proposto un percorso formativo di tre giornate dedicato ai manager del Gruppo con l'obiettivo di supportarli nello sviluppo di competenze di people management. L'iniziativa vuole aiutare i manager nell'ambito della gestione del proprio *team*, attraverso laboratori esperienziali in cui poter sperimentare nuovi comportamenti. Il percorso ad oggi ha coinvolto circa 600 manager del Gruppo e rappresenta un pilastro della proposta formativa del Gruppo, che proseguirà anche negli anni a venire.

2.3. Salute e la sicurezza sul lavoro

Il rispetto rigoroso delle norme di sicurezza e salubrità degli ambienti di lavoro rappresentano per il Gruppo De' Longhi un imperativo portato avanti non solo in conformità con le disposizioni legislative, ma anche attraverso continue azioni di prevenzione e miglioramento del benessere dei dipendenti. Il tema è presidiato dalla funzione Risorse Umane e dai referenti delegati sull'adempimento degli obblighi in materia di salute e sicurezza a livello locale, quali ad esempio il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione per l'Italia e i responsabili degli stabilimenti in Cina e Romania.

In aggiunta alla normativa di riferimento dei paesi in cui opera, il Gruppo ha sviluppato un modello organizzativo in linea con i requisiti della norma OHSAS 18001, volto a presidiare la salute e la sicurezza delle persone per gli stabilimenti del Gruppo. In particolare, lo stabilimento produttivo in Italia ha conseguito, attraverso specifici audit, la validazione UNI-INAIL.

Nell'ultimo anno, in continuità con gli esercizi precedenti, il Gruppo ha inoltre investito per il miglioramento della salute e la sicurezza all'interno di tutti gli stabilimenti produttivi. [GRI 103-2, 103-3]

Il benessere dei dipendenti

Il Gruppo De' Longhi è costantemente impegnato nel miglioramento delle condizioni lavorative dei suoi lavoratori, in particolare presso i quattro stabilimenti produttivi nel mondo. Consapevoli delle molteplici necessità e delle diverse condizioni che caratterizzano gli ambienti di lavoro a livello locale, il Gruppo attua numerose azioni specifiche e progetti dedicati all'interno dei diversi impianti, volte a rispondere alle specifiche esigenze. Pertanto, negli anni sono state implementate numerose azioni migliorative dedicate in particolare a: l'ottimizzazione dell'ergonomia delle postazioni di lavoro, la mitigazione e risoluzione dei principali rischi per la salute legati alla movimentazione manuale dei carichi, alla ripetitività dei movimenti e all'uso della forza.

A titolo d'esempio, il progetto "Benessere" attivo già dal 2018 presso gli stabilimenti di Mignagola e Gorgo al Monticano, in collaborazione con l'Università di Padova, prevede iniziative di informazione e formazione, quali ad esempio corsi di educazione motoria in presenza di esperti provenienti direttamente dall'Università e video informativi sulla corretta postura da tenere durante determinate attività, consentendo così di diffondere una cultura della salute e della prevenzione dei rischi correlati.

Nel 2019 il Gruppo ha proseguito gli investimenti per il miglioramento dell'ergonomia delle postazioni, svolgendo non soltanto una valutazione di tutte le postazioni di lavoro, ma anche la sostituzione di diversi macchinari con il fine di ridurre l'utilizzo della forza e automatizzare determinate mansioni. Inoltre, presso lo stabilimento di Mignagola è stato avviato un progetto pilota di mappatura e categorizzazione delle classi di rischio delle postazioni all'interno delle linee produttive presenti in sito, che sono state registrate e informatizzate su una piattaforma ad hoc: tale strumento permette di disporre in maniera sistematizzata informazioni di salute e sicurezza del personale a disposizione e di organizzare la riallocazione giornaliera delle persone e delle loro mansioni anche in base alle condizioni fisiche e il livello di esposizione al rischio. Si prevede che il progetto pilota sia esteso in altri impianti del Gruppo in futuro. Infine, presso i due impianti di Mignagola e Gorgo al Monticano, sono state svolte analisi di termografia degli impianti elettrici col fine di prevenire incidenti e mantenere monitorato il presidio sul tema.

Presso lo stabilimento di Cluj Napoca, durante l'anno sono proseguiti gli investimenti per migliorare le condizioni di salute e sicurezza dei lavoratori ed è stata completata la sostituzione dei macchinari obsoleti che ha comportato il rinnovamento del parco macchine presente in sito per un totale di 72 macchinari per l'iniezione e lo stampaggio. Inoltre, lungo l'anno è iniziato il processo di implementazione della certificazione dell'impianto in base allo standard ISO 45001 che si prevede di ottenere nel 2020.

Per quanto riguarda i siti produttivi cinesi, infine, gli investimenti nel 2019 hanno riguardato opere di miglioramento delle infrastrutture presso la mensa all'interno degli stabilimenti e di disposizione di dispositivi di sicurezza e prevenzione in tutte le postazioni. Inoltre, presso il sito di ZhongShan sono stati effettuati tutti gli aggiornamenti di formazione in tema di salute e sicurezza previsti nell'anno, completando il piano annuale di formazione predisposto internamente. Oltre a ciò, sono state implementate diverse migliorie all'interno dell'impianto atte a ridurre i rischi, come ad esempio la disposizione di *guardrail* in alcune aree di movimentazione e l'installazione di porte antincendio. Presso il sito di Dongguan, invece, sono proseguiti gli investimenti per migliorare la sicurezza delle postazioni, attraverso audit esterni volontari in tema di salute e sicurezza, in continuità con il 2018, e il rinnovamento e sostituzione di apparecchiature e sistemi di monitoraggio degli ambienti lavorativi obsoleti.

Nel corso del 2019, si è registrata una diminuzione del 39% del numero di infortuni, con 49 infortuni registrati rispetto agli 80 nel 2018. L'indice di frequenza globale relativo agli infortuni risulta in diminuzione di circa il 35% con un valore di 2,79 nel 2019 rispetto a 4,2 nel 2018, ad indicare che, a parità di ore lavorate, il rischio di incorrere in un infortunio è minore. Anche l'indice di gravità degli infortuni nel 2019 risulta in diminuzione sia per la popolazione maschile che per quella femminile, determinando un valore complessivo pari a 0,07 rispetto allo 0,13 registrato nel 2018.

L'indice di frequenza delle malattie professionali, seppure la numerosità dei casi sia estremamente contenuta (quattro casi registrati nel 2017 e 3 nel 2018 e nel 2019), risulta in linea con il dato relativo al 2018, essendo pari a 0,16 in entrambi gli anni. Per i dipendenti uomini risulta azzerato, mentre per le dipendenti donne presenta valori in aumento del 5% circa.

Per quanto riguarda il tasso di assenteismo si può notare una leggera diminuzione sia per la popolazione maschile che per quella femminile, con un valore complessivo di 2,67 nel 2019 rispetto al 3,03 registrato nel 2018.

Per maggiori informazioni riguardo alla metodologia di calcolo degli indici infortunistici si rimanda alla Nota Metodologica.

Fig. 25 – Indice di frequenza infortuni [GRI 403-2]

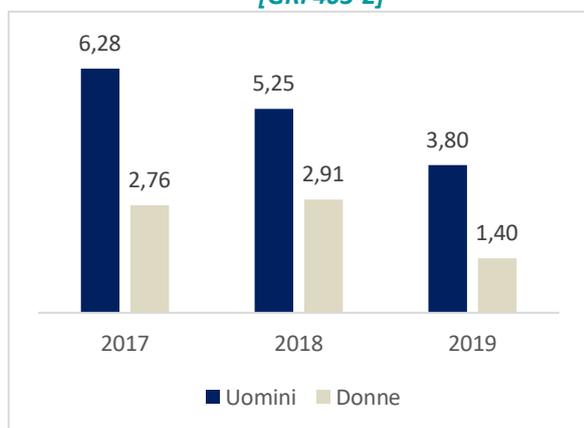


Fig. 26 – Indice di frequenza malattie professionali [GRI 403-2]



Fig. 27 – Indice di gravità [GRI 403-2]

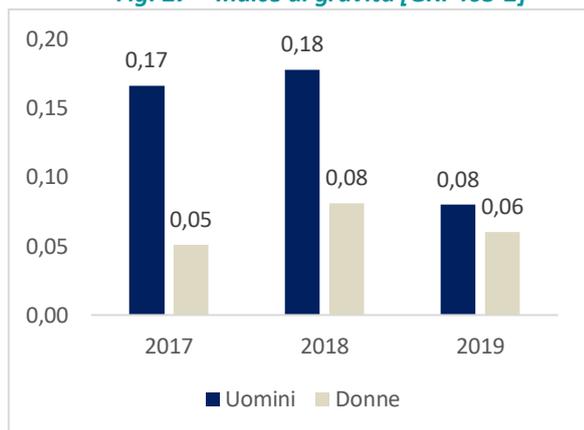


Fig. 28 – Tassi di assenteismo [GRI 403-2]



3. I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni

Integrating sustainability in product design and innovation

Stile, design, qualità e funzionalità sono gli elementi comuni che caratterizzano i brand del Gruppo e che nel tempo li hanno portati ad essere riconosciuti in tutto il mondo dai consumatori, premiandoli come leader nei segmenti del caffè, della food preparation e del comfort.

HIGHLIGHTS 2019



3

Brand certificati N°1
dall'Independent
Research Institute



2,5 %

del fatturato investito in
attività di ricerca e sviluppo



partnership e attività di ricerca
attivate con le migliori
università del mondo



100%

dei prodotti valutati rispetto alla
sicurezza elettrica e al *food contact*

3.1. I più elevati standard di progettazione: stile, design, qualità e funzionalità

Il Gruppo De' Longhi, in quanto leader nella maggior parte dei mercati in cui opera, intende mettere a disposizione le proprie competenze e passioni consolidate nel corso della sua lunga storia, in modo tale da anticipare e soddisfare le esigenze dei suoi clienti e dei consumatori finali.

Una caratteristica distintiva del Gruppo è senz'altro l'**innovazione**: parte integrante della strategia del Gruppo, essa è tutelata da appositi brevetti gestiti a livello centrale; a tal proposito, presso la sede di Hong Kong è presente un ufficio tecnico responsabile dei progetti di ricerca sviluppati in collaborazione con i fornitori locali. Inoltre, il Gruppo adotta specifiche linee guida per la progettazione di nuovi prodotti, o procedure di *NPD (New Project Development)*: tale processo coinvolge diverse funzioni aziendali, a partire dagli uffici tecnici fino alle funzioni di Marketing e Design. I primi, presenti negli uffici di Treviso (Italia), Francoforte (Germania), Havant (Regno Unito) e Dongguan (Cina), occupano complessivamente più di 350 persone, impegnate nella progettazione di nuove soluzioni e identificazione di materiali conformi con le legislazioni vigenti in ciascun paese; pertanto, nello svolgimento delle attività, le funzioni Marketing e Design collaborano con il team Regulatory della Direzione Qualità per garantire il presidio costante dell'aggiornamento normativo di settore. Inoltre, l'approccio *local for global* adottato dal Gruppo impone lo sviluppo di prodotti conformi ai più rigidi standard in vigore negli oltre cento Paesi nei quali il Gruppo commercializza le proprie soluzioni.

La collaborazione stretta della funzione Operation and Technology con alcuni partner commerciali, per i quali il Gruppo progetta e realizza prodotti per il caffè, e con alcuni prestigiosi atenei universitari, sia italiani che esteri, coadiuva lo sviluppo di prodotti innovativi, che offrono le migliori soluzioni in ambito di design e di esperienza di utilizzo del prodotto.

L'innovazione non si limita soltanto alle questioni di conformità alle normative e agli standard vigenti in materia di efficienza energetica, sicurezza alimentare e inquinamento acustico; essa infatti si articola in vari aspetti, come la ricerca della massima **multifunzionalità e facilità di utilizzo**, del **design**, dell'**ergonomia**, della **silenziosità**, dell'**efficienza energetica**, della **ricercatezza dei materiali** e della **durabilità** del prodotto, nonché lo sviluppo di una tecnologia che favorisca **stili alimentari salutari** e un **comfort elevato nell'ambito domestico**. Tra tutti gli aspetti citati, risulta particolarmente rilevante lo sviluppo di prodotti che garantiscano prestazioni ottimali garantendo la durabilità: in un settore in cui la pratica dell'obsolescenza programmata rappresenta un ostacolo rilevante alla realizzazione di un modello virtuoso di economia circolare, l'ecodesign così come l'assemblaggio di prodotti costituiti da componenti facili da smontare e pulire, sono ormai pratica consolidata all'interno del Gruppo (vedasi paragrafo "*Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto*").

Un ulteriore aspetto particolarmente rilevante è rappresentato dalla continua spinta alla digitalizzazione dei mercati e dei consumatori: per questo motivo, il Gruppo investe sullo sviluppo di soluzioni innovative; ad esse sono legate, per esempio, il cosiddetto *Internet of Things* e la connettività, due tecnologie digitali che consentono il controllo dei prodotti da remoto. In un'epoca storica e in un contesto in cui i concetti di *smart city* e *smart home* diventano sempre più centrali nella vita quotidiana, tali tecnologie rappresenteranno una parte integrante nelle abitudini delle persone e permetteranno, tra le altre cose, di gestire l'attivazione degli apparecchi da remoto, con un conseguente beneficio in termini di riduzione dei consumi energetici (vedasi box *I principali prodotti del Gruppo De' Longhi*). Lo sviluppo di prodotti innovativi viene inoltre sostenuto e promosso dalla collaborazione che il Gruppo ha consolidato con alcuni partner commerciali: con alcuni di loro ad esempio, come Nestlé Nespresso e Nescafé Dolce Gusto, il Gruppo progetta e produce una serie di prodotti per il caffè. Il gradimento del prodotto da parte del consumatore viene infine valutato attraverso panel test dedicati sia prima che dopo il lancio sui mercati, permettendo di verificare il livello di gradimento dei prodotti De' Longhi.

Il Gruppo si impegna inoltre a favorire la sostenibilità dell'intera filiera produttiva, a partire dall'ideazione dei prodotti per arrivare fino al loro utilizzo. La missione quotidiana di assicurare qualità, design unici, ergonomia e affidabilità non può prescindere dall'attenzione ai temi ambientali e sociali legati alla produzione e all'utilizzo dei nostri prodotti. È in quest'ottica responsabile che, anche durante il 2019, numerose sono state le iniziative a favore dell'ambiente, integrando la sostenibilità nel design di prodotto e nella ricerca e sviluppo di prodotti innovativi, in un'ottica di crescente impegno anche alla lotta al cambiamento climatico, tema più che mai di primaria rilevanza nel mondo odierno (vedasi paragrafo *Prodotti energeticamente efficienti, per le massime prestazioni a minor impatto*).

In continuità con l'esercizio precedente, il Gruppo ha proseguito con il **piano di investimenti** dedicato alle risorse umane ed alle attrezzature negli stabilimenti in Italia, Cina e Romania, con il duplice scopo di sostenere la ricerca e sviluppo dei

prodotti e la capacità produttiva dei siti. Complessivamente, gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo sono stati pari a **52,3 milioni di Euro** (circa 2,5% del fatturato) nel corso del 2019, sostanzialmente in linea con il dato del 2018. Degli investimenti in attività di ricerca e sviluppo spesi nel 2019, 11,2 milioni di Euro sono stati capitalizzati tra le immobilizzazioni immateriali.

Giovani designer in ricerca:

Le partnership con le migliori università italiane

Da diversi anni, il Gruppo promuove relazioni durature con le migliori università italiane e centri di ricerca, alla ricerca costante dei migliori talenti e di idee innovative e funzionali alla vasta gamma di prodotti offerta.

Tra gli atenei italiani con cui sono tutt'ora attivi progetti e collaborazioni, si annoverano ad esempio l'Università di Padova, il Politecnico di Milano, il Politecnico di Torino e l'Università LIUC di Castellanza.

Con quest'ultima, lungo il 2019, è stato promosso, nell'ambito di un corso dedicato all'innovazione, un progetto con circa 70 studenti i quali, divisi in gruppi, hanno partecipato ad una *challenge* le cui finalità erano il miglioramento dei parametri di sostenibilità dell'iconico Pinguino De' Longhi, adottando una prospettiva a 360 gradi che includesse non soltanto l'efficienza energetica di prodotto, ma anche packaging, catena di fornitura e smaltimento a fine vita. L'attività, oltre a coinvolgere attivamente numerosi studenti, ha permesso all'azienda di cogliere preziosi *insights* da parte delle nuove generazioni. Inoltre, sempre nell'ambito del Comfort e cura della casa, nel corso del 2019 è stato attivato un progetto di collaborazione con le migliori Università Italiane (Politecnico di Milano – Design ed Engineering e Politecnico di Torino) per lo svolgimento di Tesi di Laurea su temi di Innovazione quali miniaturizzazione, riduzione rumore e ergonomia di sistemi stiranti e sistemi di pulizia.

Nel corso del 2019, inoltre, l'area Home è entrata a fare parte in modo attivo di UniSmart - Fondazione Università degli Studi di Padova, la fondazione dell'Ateneo nata per promuovere il Trasferimento Tecnologico e la Formazione Post-lauream.

Con l'Università di Padova invece, sono attivi due progetti in ambito di design delle macchine per il caffè, che mirano ad ottimizzare l'erogazione delle bevande garantendo le massime prestazioni di qualità per il consumatore, oltre allo studio approfondito di sistemi di vibro-chimica studiati *ad hoc* per garantire una disposizione omogenea del caffè all'interno delle macchine superautomatiche.

Durante il 2019 è inoltre proseguita la collaborazione con il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano (POLI.Design), con cui è stato promosso un workshop di diverse settimane dal titolo "*Smart Design*" che ha coinvolto numerosi studenti. L'obiettivo degli incontri è stato quello di definire una vita più sostenibile in cucina, in collaborazione con i brand Braun e De' Longhi, con lo scopo di creare un concetto visionario di vita quotidiana che contempli meno spreco di cibo ed energia, modalità di cottura sane e più consapevolezza da parte dei consumatori. Con il POLI.Design è stato inoltre attivato un progetto di ricerca innovativo che studia l'interazione tra le caratteristiche degli edifici (tra cui: l'architettura, la modulazione degli spazi interni e il progresso nelle tecnologie energetiche del riscaldamento e raffrescamento) e gli aspetti culturali e di abitudine che caratterizzano i consumatori in diverse aree del mondo: l'obiettivo finale dello studio è quello di definire un nuovo format estetico per i radiatori portatili domestici per riadattarli agli stili di vita attuali, trasformandoli quindi in oggetti in grado di integrarsi in armonia nell'ambiente domestico.

Le università e De' Longhi nel mondo

Numerosi sono i progetti e le attività di partnership con università in tutto il mondo, tra le quali la DHU Donghua Shanghai, con la quale sono stati organizzati tre giorni di workshop dal titolo "*Importance of Consistency*" che ha riguardato i temi del design e dell'innovazione per il comparto del caffè, con un'ottica globale e locale sulle abitudini dei consumatori.

In Germania, presso la Design University Bauhaus Weimar, sono state organizzate due giornate di workshop dedicate al centenario della famosa scuola di design, che hanno coinvolto anche il brand Braun. Durante le sessioni di condivisione e Q&A, sono stati coinvolti alunni e professori.

I principali prodotti del Gruppo De' Longhi

CAFFÈ



Macchine da caffè superautomatiche

Maestosa è il nuovo top di gamma marchio De' Longhi, dotato della nuova tecnologia Adaptive Grinding Technology, che garantisce un processo ottimale di macinatura del caffè, grazie al controllo elettronico. Dotata di un innovativo touch screen e connessione Bluetooth grazie ad un'APP, offre inoltre la possibilità di customizzare le bevande. Maestosa, "un capolavoro di qualità ed innovazione", ha riscontrato successo nel mercato ed è stata premiata a "La Foire de Paris" nel corso dell'evento "Grand Prix de l'Innovation" tenutosi nel 2019.



Dinamica Plus, col suo display touch ed una funzione di pulizia integrata ed automatica, nel 2019 è stata premiata come miglior prodotto della sua categoria dalla rivista tedesca ETM Test Magazine per i risultati ottenuti in fase di test.



Macchine da caffè a capsule

La nuova Gran Lattissima è l'ultimo modello di macchine per il caffè a capsule Lattissima e offre la possibilità di preparare bevande a base di latte accoppiate al caffè di Nespresso. Gran Lattissima è dotata di un'elegante interfaccia a sfioramento, che la rende facile e comoda da utilizzare; la funzione di autospegnimento, inoltre, consente di ridurre i consumi energetici. Nel 2019, Gran Lattissima è stata premiata dalla rivista inglese Which? come Miglior Acquisto nella sua categoria.



Macchine da caffè manuali e filtro

La Specialista è la nuova macchina manuale a marchio De' Longhi, in commercio da inizio 2019. Con uno stile unico ed elegante, si posiziona nel nuovo segmento premium della categoria macchine per espresso manuali, offrendo ai consumatori la possibilità di vivere un'esperienza nella preparazione del caffè sofisticata ed equivalente a quella dei baristi. Essa è anche energeticamente efficiente, grazie ad un controllo della temperatura elettronico che, oltre a garantire un'ottima estrazione del caffè, riduce notevolmente i consumi energetici. La Specialista è stata premiata dalla rivista inglese Which? come Miglior Acquisto e da Altroconsumo e dalla rivista tedesca Haus und Garten Test Magazine come Migliore Prodotto di categoria del test condotto.



La nuova macchina da caffè Braun MultiServe, grazie al nuovo sistema di erogazione ExactBrew, garantisce un risultato ottimale e costante per ogni tazzina. L'esclusiva tecnica di riscaldamento permette di ottenere caffè certificati SCA (Specialty Coffee Association), mantenendoli alla perfetta temperatura dalla prima all'ultima goccia. La manopola MultiServe consente di scegliere in modo pratico e veloce la quantità di caffè da erogare, che va dalla singola tazzina all'intera caraffa. Grazie alle sue caratteristiche innovative, la macchina da caffè Braun MultiServe è stata premiata con l'iF Design Award 2020.

COMFORT E CURA DELLA CASA



Gamma Pinguino e Tasciugo AriaDry

Grazie all'utilizzo del gas refrigerante R290, tutta la gamma di Condizionatori Pinguino e Deumidificatori Tasciugo AriaDry è dotata di un cuore verde. Tale gas ha un impatto ambientale fino a 700 volte inferiore rispetto a quelli tradizionali, permettendo di ridurre sensibilmente l'impatto sul riscaldamento globale. Questo risultato è reso possibile dell'esperienza pluridecennale dell'azienda che, anticipando gli standard attualmente in vigore, ha sviluppato e brevettato questa tecnologia più di vent'anni fa. Inoltre, il Pinguino PAC N82 ECO è stato premiata come Miglior Prodotto di categoria dalla rivista tedesca ETM Test Magazine per i risultati ottenuti in fase di test.



Sensor Air

Il purificatore Braun Sensor Air presenta una tecnologia intelligente che monitora continuamente il contenuto di VOC e di particolato nell'aria, mentre il silenzioso sistema di filtraggio a 4 livelli rimuove fino al 99,9% di PM2.5 e polveri sottili fino a 0,3 micron. Sensor Air, dopo aver ottenuto il Plus X Award nel 2018 sia come miglior prodotto che nelle categorie qualità, design, facilità d'uso e funzionalità, nel 2019 è stato inoltre premiato con il German Design Award.



CareStyle 5 & CareStyle 5 Pro Steam generator iron series

La nuova generazione di sistemi stiranti CareStyle 5 di Braun raggiunge prestazioni altissime per la categoria grazie agli eccellenti livelli di vapore continuo e alla piastra Eloxal che, aiutata dalla tecnologia 3D BackGlide permette un'ottima scorrevolezza. Il tutto è reso ancora più facile ed intuitivo grazie alla tecnologia ICare, che permette di stirare tutti i capi senza il rischio di produrre aloni o di danneggiare i capi. I sistemi stiranti Braun CareStyle sono stati insigniti del German Design Award 2020 e del Plus X Award 2019, ottenuto sia in quanto miglior prodotto del 2019, che nelle categorie qualità, design e facilità d'uso.



CareStyle Compact

Il nuovo CareStyle compact è in grado di produrre più del doppio del vapore rispetto ai normali ferri da stiro, una caratteristica che contribuisce a dimezzare il tempo di stiratura. Inoltre, l'esclusivo design verticale gli permette di occupare il 50% di spazio in meno rispetto ai tradizionali ferri da stiro, facendolo risultare estremamente maneggevole e pratico: queste caratteristiche innovative, che gli valsero il premio Red Dot nel 2018, gli hanno permesso di aggiudicarsi l'iF Design Award 2019, il German Design Award 2019 e il German Innovation Award 2019.

PREPARAZIONE E COTTURA DEI CIBI



Icona Capitals KBO3001.R

Icona Capitals è il bollitore dal design caratteristico in stile anni '50. Con una capacità di 1,7 litri e un corpo in acciaio inossidabile dal colore personalizzabile, Icona Capitals possiede una base che può ruotare di 360 gradi, un comodo indicatore dell'acqua posizionato nella parte posteriore, un filtro anti-scorie rimovibile e lavabile e un sistema di sicurezza che garantisce l'autospegnimento raggiunta l'ebollizione. Grazie alle sue caratteristiche, Icona Capitals è stato premiato dalla rivista inglese Which? come Migliore Acquisto nel suo settore.



Mesmerine Breakfast collection: Toaster & Kettle Mesmerine

Il bollitore Mesmerine a marchio Kenwood, col suo design moderno e un'ampia gamma di colori disponibili, è realizzato con materiali morbidi al tatto e semplici da pulire. L'indicatore interno del livello dell'acqua e il coperchio rimovibile e facilmente lavabile, insieme alla generosa capacità di 1,6 litri, fanno del bollitore Mesmerine un prodotto versatile e comodo da utilizzare, premiato dalla rivista inglese Which? come Miglior Acquisto di categoria e come prodotto energeticamente efficiente, nonché vincitore del prestigioso premio Red Dot Award 2019.

A completare la gamma Mesmerine, vincitori anch'essi del premio Red Dot Award 2019, vi sono anche i tostapane a 2 e a 4 slot, caratterizzati anch'essi da un pattern 3D luminoso, morbido al tatto e facilmente lavabile.



Multipro Compact+

Il compatto robot da cucina Multipro Compact+ permette, grazie ad un'ampia gamma di accessori, di tagliare, grattugiare, macinare e frullare qualsiasi tipo di cibo in maniera rapida e semplice. Il suo motore consente di impostare due diverse velocità di lavorazione, ma la caratteristica principale è rappresentata dalla sua interfaccia intuitiva, che permette di pesare gli ingredienti direttamente nella ciotola, una delle proprietà che ha contribuito al premio attribuitogli da Altroconsumo.



Kitchen machines Kenwood

Le impastatrici della linea Kenwood Chef e Cooking Chef sono dotate di movimento planetario che permette di impastare, sbattere e frullare con facilità qualsiasi ingrediente. Inoltre, la kitchen machine Cooking Chef Gourmet, con cottura a induzione, è l'unica impastatrice che permette di cuocere fino a 180°C.

Nel 2019, inoltre, l'impastatrice Kenwood Chef Elite è stata premiata dalla rivista tedesca ETM come miglior prodotto della sua categoria per i risultati ottenuti in fase di test.



Kmix Stand Mixer

Le macchine multifunzione Kmix sono dotate di un movimento planetario che assicura prestazioni elevate, ma anche silenziose. Grazie alla regolazione elettronica della velocità di lavorazione, permettono di lavorare senza sbalzi, garantendo risultati da professionisti.

Potenti, versatili, robuste e facili da lavare, le kitchen machine Kenwood Kmix sono state riconosciute tra le migliori nella loro categoria dalla rivista inglese Which? nel 2019.



PowerBlend 3

Il nuovo frullatore PowerBlend 3, grazie alla tecnologia TriAction possiede un contenitore dal profilo triangolare, che consente di frullare facilmente qualsiasi tipo di cibo. I suoi particolari profili permettono inoltre di evitare punti ciechi, dove il cibo si accumula senza essere tritato. Disegnato per lavorare in maniera efficiente e silenziosa, PowerBlend 3 ha ottenuto il Plus X Award 2019 nelle categorie qualità, design e facilità d'uso.



MultiQuick MQ5 Vario Fit

Il nuovo MultiQuick MQ5 Vario Fit è in grado di raggiungere 21 velocità differenti per garantire risultati ancora più precisi. Tali velocità sono facilmente impostabili, mentre il potente motore da 1000 watt mette a disposizione la potenza necessaria per tritare velocemente un ampio range di prodotti. Durante il 2019, il MultiQuick MQ5 Vario Fit è stato premiato con il German Design Award 2019.



MultiQuick MQ 7X

Il nuovo Minipimer Braun MultiQuick 7, ora ancora più potente e veloce, è stato progettato per preparare pasti sani in modo facile e veloce. L'innovativo sistema ACTIVEBlade riduce lo sforzo facendo oscillare verticalmente le lame quando queste incontrano un ostacolo. Studiato per offrire prestazioni elevate, aumentando la superficie lavorabile per risultati ancora migliori, è stato insignito di numerosi premi, tra i quali il Red Dot Award 2020, l'iF Design Award 2020 e il German Design Award 2020, nonché il Plus X Award nelle categorie qualità, design e facilità d'uso.



ID Collection

La nuova Breakfast ID collection, composta da un tostapane, una macchina da caffè drip ed un bollitore, si adatta a qualsiasi tipo di utilizzo grazie alle sue peculiari funzioni: il tostapane permette di abbrustolire il pane con 13 gradazioni differenti, il sistema OptiBrew della macchina da caffè consente di ottimizzare la temperatura e il tempo di preparazione per assicurare l'aroma della bevanda e il bollitore possiede una funzione che consente di mantenere calda la temperatura dell'acqua anche una volta raggiunta l'ebollizione. La collezione ID, pensata per tutti i tipi di colazione, è stata premiata nel 2019 con il Plus X Award, sia come Miglior Prodotto del 2019, sia nelle categorie qualità, design e facilità d'uso.



RoboMix

RoboMix è un robot da cucina compatto e multifunzionale. Il set di lame in dotazione permette di tritare, sminuzzare, impastare qualsiasi ingrediente. Il modello RoboMix Metal è stato votato come miglior prodotto dalle ricerche Altroconsumo nel 2018.

Prendersi cura dei nostri consumatori, garantendo supporto, trasparenza e tutela dei dati

Il Gruppo De' Longhi considera essenziale non soltanto l'elevata qualità dei prodotti, ma anche l'offerta di servizi annessi, capaci di rispondere alle esigenze dei consumatori e garantire una *consumer journey* adeguata alle aspettative degli *end-user*. Tali pratiche sono parte integrante della strategia aziendale volta alla tutela dell'immagine e della buona reputazione dell'azienda, così come definito nel Codice Etico di Gruppo.

Al fine di monitorare costantemente la soddisfazione complessiva dei consumatori, il Gruppo adotta diversi KPI, tra i quali il **Net Promoter Score (NPS)**, che viene definito in funzione della risposta – basata su una scala da 0 a 10 – dei consumatori alla seguente domanda “*Quanto consiglieresti l'acquisto del prodotto a un familiare o a un amico?*”: l’NPS è perciò un indicatore ideato per misurare la fedeltà del cliente e per determinare la probabilità che un cliente raccomandi il prodotto o servizio ad altre persone.

La funzione Marketing conduce inoltre indagini puntuali, a livello *Corporate* e di brand, con il fine di approfondire il livello di gradimento dell'offerta del Gruppo rispetto a prodotti presenti sul mercato o per testare il potenziale apprezzamento di un prodotto in fase di lancio. Tutte le indagini di mercato sono inoltre essenziali per mantenere monitorato il livello di reputazione del brand da parte dei consumatori finali.

Tra le varie iniziative, di seguito si riportano alcune indagini condotte lungo il triennio 2017-2019:

Kenwood food processor – robot da cucina



Campione di indagine: circa 2.000 persone in ciascun mercato identificato

Mercati: Regno Unito, Stati Uniti, Francia, Egitto, Corea del Sud, Russia

Inizio e fine dell'indagine: Agosto – settembre 2019

Principali risultati: il 63% dei partecipanti ha acquistato il prodotto per semplificare la vita e risparmiare tempo. I principali vantaggi del robot da cucina riconosciuti dal pubblico intervistato risiedono nella sua funzionalità e versatilità adatta anche ai consumatori più esperti ed esigenti.

Robot da cucina kCook Multi Smart



Campione di indagine: 569 clienti in possesso di un kCook Multi Smart

Mercati: Francia

Inizio e fine dell'indagine: 2018-19

Principali risultati: Il 96% dei partecipanti all'indagine ha dichiarato che raccomanderebbe il prodotto ad amici e parenti, valutando il prodotto mediamente con 4,3 punti su una scala da 1 a 5. L'81% del campione, inoltre, ha affermato che il kCook Multi permette un significativo risparmio di tempo e il 66% ha dichiarato di utilizzarlo più volte alla settimana.

Braun Jug blender



Campione di indagine: 40 clienti utilizzatori del Jug blender

Mercati: USA

Inizio e fine dell'indagine: Aprile 2019 Fase 2 (prima fase: dicembre 2018)

Principali risultati: l'indagine ha permesso di migliorare, tramite l'uso di mock-up, la comprensione degli elementi chiave del design di un prodotto di fascia alta che guidano la scelta del consumatore e di testare diverse interfacce in ottica di migliore usabilità per il consumatore americano.

Braun Steam station



Campione di indagine: 50 clienti utilizzatori della Steam station per ogni mercato

Mercati: Germania, Italia e Russia

Inizio e fine dell'indagine: Settembre/Ottobre 2019

Principali risultati: l'indagine ha permesso di comprendere, tramite l'utilizzo di mock-up, gli elementi chiave del design di un prodotto di fascia alta che guidano la scelta del consumatore e individuare future funzionalità che aggiungerebbero valore ai prodotti.

Esge/Bamix hand blender



Fase: 1

Campione di indagine: 30 clienti utilizzatori di Esge/Bamix hand blender

Mercati: Germania

Inizio e fine dell'indagine: dicembre 2018

Fase: 2

Campione di indagine: 30 clienti utilizzatori di prodotti Esge/Bamix dopo un mese di utilizzo di Braun MQ9

Mercati: Germania

Inizio e fine dell'indagine: febbraio 2019

Principali risultati: l'indagine ha permesso di capire che la versatilità del prodotto rappresenta una caratteristica chiave. Il 68% del campione, infatti, comprerebbe il Braun MQ9 al posto del proprio hand blender e l'83% lo raccomanderebbe.

Settore caffè



Obiettivo dell'indagine: è stata condotta una ricerca sia qualitativa (fase 1) che quantitativa (fase 2) per verificare le opportunità e le barriere nel mondo dell'espresso, con particolare focus sulle macchine superautomatiche

Campione di indagine: focus group (fase qualitativa) e questionario online (fase quantitativa)

Mercati: Germania, Francia, Polonia, Cina, Giappone

Inizio e fine dell'indagine: 2018

Principali risultati: l'indagine ha confermato il forte interesse verso il mondo dell'espresso e la presenza di interpretazioni diverse del concetto stesso di "espresso" in geografie differenti. Rilevante la promessa di prodotto delle macchine superautomatiche pur in mercati diversi: eccellente risultato in tazza grazie alla genuinità dei grani di caffè e alla tecnologia intelligente, veloce e facile da usare. De' Longhi è considerato un marchio credibile per il caffè e l'indagine ha permesso di identificare un alto potenziale di incremento della consapevolezza dei clienti rispetto alle macchine superautomatiche, categoria di prodotti ancora relativamente giovane.

Braun caffè filtro



Campione di indagine: 48 clienti utilizzatori di macchine da caffè filtro premium per ogni mercato

Mercati: USA, Germania e Svezia

Inizio e fine dell'indagine: Dicembre 2019

Principali risultati: l'indagine ha permesso di comprendere, tramite l'utilizzo di mock-up, gli elementi chiave del design e le potenzialità di feature innovative da introdurre nel segmento del mercato del caffè filtro.

Per tutti i prodotti commercializzati, il Gruppo De' Longhi offre un servizio di assistenza ai consumatori finali tramite una rete di *contact center* e di centri di assistenza tecnica gestiti dalla Direzione *Customer Care*. Durante l'esercizio 2019, infatti, la Direzione, che già si occupava della gestione delle richieste dei consumatori finali pre e post-vendita (*After Sales*), ha arricchito le proprie competenze con la volontà di riflettere il sempre più integrato servizio di supporto ai consumatori lungo l'intera fase del processo di acquisto e post-vendita. Per questa ragione, i *contact center* e i centri di assistenza tecnica rimangono strumenti imprescindibili di relazione con i consumatori per la funzione, che definisce gli standard di riferimento validi per tutto il Gruppo.

La rete di *contact center*, la quale opera in outsourcing coprendo la quasi totalità delle filiali del Gruppo, prende in carico le richieste di assistenza dei consumatori finali, fornendo informazioni di prodotto e svolgendo in maniera continuativa il supporto necessario ad un'ottimale *customer journey*. Il sistema di *Customer Relation Management* dedicato monitora le relative attività garantendo i migliori standard.

In continuità con gli anni precedenti, il servizio di assistenza tecnica è costituito da circa 1.800 centri contrattualizzati direttamente dal Gruppo, dei quali circa 300 in Italia, e da 12.000 centri serviti da distributori partner. Al fine di assicurare un presidio elevato per tali attività, il Gruppo, nel corso degli anni, ha internalizzato un insieme di attività di riparazione, prima gestite da fornitori terzi in Germania, Inghilterra, Svizzera, Benelux e Giappone. Oltre a condividere linee e standard comuni di intervento, la Direzione *Customer care* monitora costantemente la qualità del servizio dei

team di assistenza tecnica e dei *contact center*, attraverso sopralluoghi e indicatori specifici, ed eroga periodicamente una formazione dedicata: a tal proposito, dal 2018 in Italia è stato istituito il “Certificato d’Eccellenza” per premiare i partner che offrono i migliori servizi in termini di qualità, riconoscimento che viene dato alle strutture che ottengono uno score superiore all’85% durante delle visite a sorpresa effettuate nell’anno. I partner di assistenza del Gruppo sono infatti sottoposti annualmente a una *mystery visit* da parte dei delegati del Gruppo e, in caso di punteggio superiore all’85%, vengono riconosciuti da un “*Excellence Award*” che riporta lo score ottenuto e può essere esibito presso il negozio di assistenza tecnica De’ Longhi.

La formazione per i dipendenti e i partner esterni specializzati nell’assistenza tecnica è erogata in tutto l’arco dell’anno, attraverso corsi in aula o tramite la piattaforma *e-learning* e test di qualifica finale. In occasione dei lanci di nuovi prodotti vengono inoltre organizzati corsi di formazione specifici. Durante il 2019, di persona o mediante *web training*, sono state formate più di 600 persone per un totale di circa 6.000 ore di formazione. Gli utenti attivi della piattaforma di *e-learning* sono più di 1.400, con una crescita di circa 100 unità rispetto al 2018. È stato arricchito il contenuto dei corsi di formazione migliorando lo standard della struttura, ed aggiungendo le presentazioni di tutti i principali prodotti lanciati nell’anno, per tutti i brand. È stata intensificata la formazione dedicata agli operatori dei *contact center* ed il monitoraggio, mediante analisi qualitativa delle interazioni. Nel corso dell’anno è stato introdotto un nuovo strumento per la gestione della *Knowledge Base*, ovvero delle informazioni codificate che costituiscono la struttura delle FAQ, nonché di ulteriori informazioni procedurali o sui prodotti, che gli operatori possono utilizzare, garantendo accuratezza e conformità nella comunicazione. Il *feedback* dei clienti, registrato nel CRM, è elaborato trimestralmente in report condivisi con le funzioni marketing, R&D e Qualità.

Nel corso del 2019 il Gruppo ha inoltre introdotto nuovi strumenti di gestione delle recensioni e delle Q&A (questions and answers) per alcuni clienti chiave. La qualità del servizio di assistenza clienti è inoltre monitorata attraverso un insieme di indicatori, tra i quali il tempo di assistenza medio, che nel biennio 2018-2019, è stato pari a meno di 5 giorni per circa il 94% dei prodotti.

La qualità delle riparazioni effettuate dall’assistenza tecnica viene invece monitorata attraverso il **First Time Fix (FTF)** che indica la percentuale di prodotti riparati che non hanno avuto necessità di nuovi interventi di assistenza nei sei mesi successivi. In continuità con gli esercizi precedenti, il valore del FTF nel 2019 risulta superiore al 95%, ad indicare che la quasi totalità dei prodotti ha ricevuto una riparazione adeguata e di qualità, tra le migliori performance di mercato.

La tecnologia a supporto, per migliorare ogni giorno

Presso tutte le società del Gruppo è stato implementato un sistema gestionale *Customer Relation Management (CRM)*, estensivo di SAP, che permette una gestione integrata ed efficiente dei dati relativi ai consumatori. Tale sistema permette di seguire le interazioni tra azienda e una base consumatori che raggiunge circa l’80% del fatturato di Gruppo, ed è in grado di generare feedback ed effettuare analisi delle informazioni raccolte.

Inoltre, dal 2017 è stato integrato l’utilizzo della *Business Intelligence* che rappresenta oggi uno strumento essenziale per la funzione Digital Marketing di De’ Longhi. Infatti, grazie alla BI, gli analisti sono in grado di captare i cosiddetti “*weak signal*” e svolgere analisi immediate e puntuali di mercato, per rispondere in modo efficace e puntuale alle esigenze dei consumatori di tutto il mondo, ad esempio a seguito del lancio di un nuovo prodotto.

Infine, lungo il 2019 è stato introdotto un sistema centralizzato di “controllo di qualità” del servizio di *customer care* che ha lo scopo di monitorare l’adeguatezza e l’efficacia della comunicazione tra azienda e consumatore, rilevando tra l’altro spunti di miglioramento che possano essere a supporto per ogni tipo di interazione con il consumatore finale. Il progetto è stato dapprima sviluppato per quattro mercati principali: Stati Uniti, Gran Bretagna, Germania ed alcuni paesi della regione del Centro-sud Europa; negli anni a seguire sarà esteso ad altre realtà del Gruppo.

L’utilizzo dei dati dei consumatori

In linea con il principio di riservatezza presente all’interno del Codice Etico e le normative di riferimento, il Gruppo De’ Longhi è impegnato nella tutela della riservatezza delle informazioni e dei dati in proprio possesso relativi a clienti e consumatori. Tali informazioni sono raccolte e memorizzate all’interno di due data center, localizzati in Italia e in Cina, la cui sicurezza viene garantita attraverso sistemi di sicurezza sia fisici e sia informatici, con il supporto della funzione IT a livello centrale.

Relativamente ai siti istituzionali, le informazioni fornite dai consumatori sono contenute all'interno dei *webserver* localizzati nella Google Cloud Platform, la cui sicurezza viene garantita sfruttando le moderne tecnologie dei servizi Google nonché grazie all'impegno sui temi di *compliance* che Google stesso assicura nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati e in relazione ai principali standard internazionali sulla sicurezza delle informazioni (ISO 27001) e dei servizi *cloud* (ISO 27017, ISO 27018), nonché le richieste normative derivanti dal recente Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR 2016/679).

Infine, in relazione alla gestione e alla protezione dei dati, nel 2019 si è riscontrato un caso di non compliance presso una società del Gruppo in Germania, a causa di un potenziale rischio di *data breach* che è stato notificato tempestivamente alle autorità competenti, in ottemperanza alla normativa vigente, e quindi risolto all'insorgere della criticità. Nel corso del 2018 si è registrato un caso di perdita delle informazioni limitato a tre soli consumatori. Nel 2017, invece, non risultano casi di non conformità in materia di gestione della privacy. [GRI 418-1]

Garantire la massima qualità dei nostri prodotti, il nostro marchio distintivo

La qualità dei prodotti e dei servizi offerti è di fondamentale importanza per il Gruppo De' Longhi: essa è infatti presidiata dalla funzione Qualità attraverso il team *Regulatory Affair*, il quale si occupa di supervisionare tutti gli aspetti connessi al rispetto di normative e regolamenti in vigore in termini di sicurezza, sia di prodotto che alimentare. Le disposizioni definite a livello centrale vengono recepite localmente da team dedicati, ciascuno dei quali è strutturato su due livelli. In particolare, i *team* che operano presso gli stabilimenti si occupano del controllo qualità dei prodotti realizzati internamente e di quelli provenienti dai fornitori di prodotti finiti; altri *team* operano invece a livello di *brand*, monitorando la qualità in fase di sviluppo e in occasione di eventuali segnalazioni provenienti dal mercato. In entrambi i casi, il presidio è garantito già in fase di progettazione, in modo tale da prevenire eventuali cause di anomalie o malfunzionamenti dei prodotti e garantire i migliori standard qualitativi: a tal proposito, un ulteriore team dedicato contribuisce a rendere più efficiente la gestione della qualità del prodotto, con particolare attenzione sia durante le fasi di progettazione che in caso di segnalazioni dal mercato.

A partire dal 2018, la qualità del prodotto viene monitorata anche attraverso il modello organizzativo certificato ISO 9001, adottato sia negli stabilimenti europei che nei siti produttivi cinesi del Gruppo: l'implementazione di tale modello di gestione permette di introdurre un approccio integrato, maggiormente orientato alla sostenibilità.

Per il monitoraggio dell'efficienza qualitativa di processo, invece, la funzione Qualità si è dotata ormai da diverso tempo di alcuni indicatori, tra i quali il **First Time Quality Indicator (FTQ)**: esso permette di verificare le diverse tipologie di difettosità, funzionali o estetiche legate ai singoli prodotti. L'FTQ, in particolare, esprime la quantità di prodotti caratterizzati da una qualità perfetta in rapporto al totale della produzione: a tal proposito, nel triennio 2017-2019, il valore complessivo assunto dall'indicatore ha evidenziato un andamento stabile, confermando un'ottima performance a livello di Gruppo.

Il **First Time Quality** rappresenta il principale indicatore utilizzato tra i diversi strumenti di controllo qualità: ciascuno di essi viene affiancato da audit esterni, effettuati sia da alcuni clienti che da partner commerciali, per i quali il Gruppo realizza prodotti legati al mondo del caffè e quello della climatizzazione. Sebbene il fine principale di tali verifiche esterne sia la valutazione della qualità dei prodotti, esse sono finalizzate anche al monitoraggio di aspetti legati all'etica e alle condizioni di lavoro dei dipendenti, alla formazione e alle condizioni igieniche delle linee di produzione.

Tali indicatori, attraverso i quali viene valutata la qualità dei prodotti del Gruppo, sono:

- **Technical Factory Audit (TFA)**: misura l'efficacia dei processi e valuta i risultati dei test di vita sui prodotti. Questa tipologia di audit viene effettuata annualmente, sia per la qualifica iniziale che per la successiva sorveglianza periodica dei fornitori. Dal 2019, all'interno della *checklist* utilizzata per questa tipologia di audit, è stata inserita una sezione dedicata agli aspetti ambientali, in aggiunta a quelli sociali già presenti.
- **Quality Evaluation (QE)**: misura la qualità di prodotto, attraverso un campionamento su base statistica di ogni singolo lotto prima della spedizione di fornitori OEM di prodotto finito basati in Cina (Pre Shipment Inspection).
- **On Time Delivery (OTD)**: misura il tempo di spedizione impiegato dal fornitore e, in particolare, la differenza tra la data di consegna stabilita e quella effettiva.
- **Order Fill Rate (OFR)**: misura la capacità del fornitore di rifornire l'intera quantità di merce richiesta dal Gruppo.

Per avere una misura delle difettosità dei prodotti che hanno presentato malfunzionamenti o rotture entro i primi anni dal loro acquisto, il Gruppo utilizza un ulteriore indicatore, noto come **Service Call Rate (SCR)**: esso monitora, in termini percentuali, il quantitativo di macchine riparate nel primo anno coperto da garanzia. Così come per il FTQ, anche il valore complessivo dell'SCR registrato nel 2019 (e il suo miglioramento costante durante il triennio di rendicontazione) testimonia il costante impegno e il conseguente successo del Gruppo De' Longhi nella realizzazione di prodotti di indiscussa qualità. [GRI 103-3]

Tutelare la sicurezza dei consumatori, rispettando gli standard più elevati

Il possibile utilizzo di sostanze interessate dall'evoluzione normativa in termini di sicurezza viene escluso grazie ad un approccio proattivo lungo tutta la fase di sviluppo del prodotto. Il monitoraggio di tali normative è compito di un team facente parte la funzione Qualità, il già citato Regulatory Affair. Tale team, infatti, ha il compito di supervisionare tutti gli aspetti relativi alla normativa vigente in materia di sicurezza di prodotto, anche alimentare, definendo una serie di linee guida e di criteri di controllo dei prodotti che siano validi per tutte le Società del Gruppo De' Longhi. [GRI 102-11]

Per quanto riguarda la sicurezza alimentare, da diverso tempo prosegue l'impegno volontario del Gruppo di dotarsi di un apposito modello organizzativo: esso prende ispirazione sia dalle Good Hygienic Practices (GHP) che dagli standard per la sicurezza alimentare ISO 22000 e ISO 1672-2, i quali specificano i requisiti per la sicurezza igienico-sanitaria degli alimenti e dei prodotti con i quali essi vengono a contatto. Nel dettaglio, la norma 22000 si basa sui principi dell'HACCP e sul *Codex Alimentarius*: la sua adozione permette all'azienda la valutazione, il monitoraggio e la gestione di tutti i possibili rischi a cui può essere soggetta, nonché di prevenire il verificarsi di possibili incidenti lungo tutta la filiera produttiva e valutare la conformità dei propri prodotti con la normativa in vigore. In aggiunta, il modello organizzativo è stato sviluppato in linea con i principi e i requisiti di rintracciabilità del prodotto espressi dalla ISO 22005. In questo modo, per ciascun componente e prodotto commercializzato, risulta possibile rendere disponibili tutte le informazioni relative sia al fornitore che al cliente finale, destinatario del prodotto stesso.

Inoltre, in fase di pre-produzione, tutti i prodotti del Gruppo sono qualificati da un ente terzo al fine di garantirne la sicurezza alimentare e confermarne l'allineamento con gli standard vigenti in termini di sicurezza elettrica (testata su tutti i prodotti una volta avviata la loro produzione) e la conformità con il *food contact* (analisi che vengono svolte periodicamente su base campionaria). [GRI 416-1]

In relazione alla compliance correlata alla salute e sicurezza dei prodotti, nel 2019, presso una società italiana, si è registrato un caso di non conformità rispetto alla direttiva europea 2014/35/UE, cosiddetta "Direttiva Bassa tensione", a causa di una comunicazione imprecisa all'interno del libretto delle istruzioni di un piccolo elettrodomestico da cucina, tempestivamente corretta. Nel biennio 2017-2018, invece, non si sono verificati casi significativi di non *compliance* in merito. [GRI 416-2; GRI 417-2]

BOX di scenario: L'HACCP e il Codex Alimentarius

L'HACCP (Hazard-Analysis and Control of Critical Points) è un protocollo volto a prevenire le possibili contaminazioni degli alimenti al quale devono sottostare tutte le aziende che operano nella produzione primaria di alimenti e nella lavorazione, preparazione, trasformazione, confezionamento, trasporto, distribuzione, vendita o fornitura degli stessi.

Il sistema si articola in 7 principi fondamentali:

1. Individuazione e analisi dei pericoli.
2. Individuazione dei punti di controllo critici (CCP), ossia procedure o fasi nelle quali è indispensabile attuare un controllo al fine di eliminare, prevenire o ridurre al minimo un pericolo di sicurezza alimentare.
3. Definizione dei limiti critici, ossia dei valori di riferimento all'interno dei quali la sicurezza alimentare risulta garantita.
4. Definizione delle procedure di monitoraggio.
5. Definizione e pianificazione delle azioni correttive.
6. Definizione delle procedure di verifica.
7. Definizione delle procedure di registrazione.

Il Codex Alimentarius è un insieme di regole e normative elaborate dalla Codex Alimentarius Commission istituita dalla FAO e dall'OMS con lo scopo di proteggere la salute dei consumatori, assicurare la correttezza degli scambi internazionali di alimenti e preservare la corretta produzione e conservazione dei cibi.

Partnership per il futuro

Lungo il 2019, il Gruppo ha collaborato con FluidSolids, azienda tedesca specializzata nella ricerca di soluzioni e tecnologie innovative che puntano a valorizzare i rifiuti e gli scarti di produzione in un'ottica di "Waste to Value" e circular economy. Nello specifico, il Gruppo ha collaborato con Fluidsolids per trovare una soluzione alle cialde per il caffè esauste, che possano essere riutilizzate nella creazione di un materiale bioplastico che riduca perciò la generazione di rifiuto.

In relazione all'informativa e all'etichettatura di prodotto, il team Regulatory Affair supporta l'ufficio Ricerca e Sviluppo e la Direzione Marketing nella creazione di appositi libretti ed etichette: è infatti necessario che questi siano monitorati di continuo e coerenti con quanto previsto dal quadro normativo del paese in cui viene distribuito il prodotto finito. In particolare, esistono alcune prescrizioni per un corretto adempimento degli obblighi normativi circa l'informativa e l'etichettatura dei prodotti: una di queste prevede che ogni elettrodomestico commercializzato dal Gruppo riporti il paese di origine e l'eventuale contenuto di gas refrigeranti. Indicazioni relative alle modalità d'uso del prodotto e al suo smaltimento una volta raggiunta la fine del suo ciclo vita sono riportate all'interno del manuale stesso. [GRI 417-1]

Sempre in merito all'informativa e all'etichettatura dei prodotti, nel corso del 2018 si è verificato un caso di non conformità rispetto alla Direttiva Europea 2014/35/UE, nota anche come "Direttiva Bassa Tensione", mentre nel corso del 2019 i casi di non compliance a tale Direttiva sono risultati essere due (di cui uno riguarda la stessa non conformità descritta poco sopra). Nel 2018 si è inoltre riscontrata una segnalazione, riguardante un modello di deumidificatore, proveniente dal Dipartimento delle dogane e delle accise di Hong Kong rispetto all'"Ordinanza commerciale". [GRI 417-2]

3.2. Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto

L'impegno del Gruppo De' Longhi nel garantire il rispetto e la tutela dell'ambiente e della società si estende lungo l'intera catena del valore, a partire quindi dall'approvvigionamento delle materie prime e dall'ideazione di prodotti che abbiano il minor impatto possibile sull'ambiente e garantiscano il rispetto delle persone e delle comunità in cui il Gruppo opera.

Tra i diversi obiettivi prioritari per il Gruppo, emergono: l'utilizzo di materiali per il *packaging* alternativi alla plastica, o comunque a minor impatto ambientale; l'utilizzo di materiali alternativi, riciclabili o recuperabili all'interno della filiera produttiva una volta raggiunto il fine-vita; l'efficienza energetica dei prodotti in fase di utilizzo; la promozione di stili di vita sostenibili da parte dei consumatori.

Consapevoli degli obiettivi intrapresi e della strategia in atto, il Gruppo ha intrapreso una serie di iniziative puntuali e integrate, che testimoniano l'impegno diretto e autentico a favore di un futuro più sostenibile.

Un'innovazione ogni giorno più green

Tra le diverse iniziative messe in atto dal Gruppo per offrire prodotti ogni giorno più sostenibili, lungo il 2018 il team di ricerca e sviluppo di Braun, coadiuvato da una società esterna specializzata e il Politecnico di Milano, ha condotto un *Life Cycle Assessment* (LCA) su un proprio *hand blender*, per capirne gli impatti lungo tutto il ciclo di vita e individuare soluzioni utili a mitigarli. Il risultato del LCA ha portato all'identificazione di diverse attività di ecodesign col fine di contribuire ulteriormente alla mitigazione degli impatti ambientali.

Lungo il 2019, inoltre, lo studio LCA è stato esteso anche al packaging dei prodotti, prendendo in considerazione delle misure standard di piccole, medie e grandi dimensioni, con il fine di mapparne anche gli impatti relativi e sviluppare attività di *re-design* e migliorando ulteriormente l'impronta ambientale dei prodotti del Gruppo.

Un packaging ogni giorno più sostenibile

Da diversi anni, il Gruppo De' Longhi attiva diverse iniziative di analisi, ottimizzazione e riduzione dei materiali utilizzati per il *packaging* dei prodotti, che permettono di mitigare gli impatti ambientali, ma anche ottimizzare i costi per l'approvvigionamento dei materiali utilizzati.

Negli anni, a partire dal 2017, presso diversi stabilimenti del Gruppo, sono state attivate iniziative di ridimensionamento del packaging secondario di alcuni prodotti, notoriamente in cartone, che hanno permesso di ottenere dei miglioramenti in termini di costi per l'acquisto dei materiali e una più efficiente rete di distribuzione logistica, grazie all'incremento della capacità delle spedizioni. Ad esempio, i robot da cucina e le impastatrici planetarie a marchio Kenwood, hanno ottenuto una riduzione di circa l'8% del volume dei packaging. Presso lo stabilimento di Cluj in Romania, i nuovi imballaggi per le macchine per caffè Dolce Gusto sono stati ridotti di circa il 20%, permettendo di passare da 24 a 36 scatole per pallet, ottimizzando di conseguenza i trasporti.

Le attività di efficientamento del packaging hanno riguardato, successivamente, anche la ricerca di materiali alternativi al polistirolo (EPS) utilizzato comunemente come packaging primario di protezione per alcuni prodotti del Gruppo. Lungo il biennio 2018-2019 sono state avviate attività di sostituzione dell'EPS, per alcuni modelli, con cartone riciclato che permette di mantenere medesimi standard di qualità e protezione dei prodotti venduti, rappresentando tra l'altro un ottimo materiale sostitutivo del polimero precedentemente utilizzato. A titolo d'esempio, lungo il 2019 il marchio Braun ha utilizzato cartone riciclato e compostabile per il packaging di 18 modelli venduti direttamente *online*, attivando tra l'altro un'attività di riduzione dei materiali per il packaging: tali attività di sostituzione ed efficientamento hanno permesso la vendita di oltre 15 mila prodotti composti da packaging 100% *plastic free*. Lungo il 2020, lo studio sarà esteso per ulteriori modelli e permetterà di incrementare ulteriormente i prodotti composti da packaging *plastic free* commercializzati tramite i canali di *e-commerce*.

Anche l'offerta di prodotti *comfort*, nello specifico due prodotti popolari del sistema stirante, si sono dotati di packaging 100% *plastic free*, eliminando le componenti di polistirolo espanso e scegliendo il cartone.

Il Gruppo ha inoltre investito in attività di ricerca e efficientamento del packaging utilizzato all'interno delle *operation* e per gli spostamenti logistici all'interno del perimetro aziendale: ad esempio, presso gli stabilimenti cinesi sono stati utilizzati pallet di materiale plastico recuperato dagli scarti di produzione, in sostituzione dei pallet in legno vergine tradizionalmente utilizzati: le iniziative di sostituzione già messe in atto durante gli esercizi precedenti hanno comportato un risparmio di circa 630 tonnellate di legno grazie alla riduzione del numero di pallet utilizzati per il trasporto e a una diminuzione del numero di camion utilizzati che ha permesso di evitare l'emissione di circa 693 tonnellate di CO₂. Presso lo stabilimento di Cluj è stato invece attivato un progetto di rigenerazione dei pallet in legno,

tradizionalmente scartati in caso di deterioramento: da gennaio ad ottobre 2019 sono stati riparati 5.867 pallet in legno, contribuendo a recuperare oltre 146 tonnellate di legno, comportando quindi ad un risparmio di circa 42 tonnellate di CO₂ equivalenti. Sempre all'interno dello stabilimento in Romania, gli imballaggi in entrata, notoriamente in cartone e plastica, vengono recuperati e riciclati per utilizzi all'interno del sito per allungarne la vita e l'utilità.

Infine, nel 2019 è proseguita l'attività di analisi e *testing*, su due categorie di prodotto, di riduzione del cartone utilizzato per l'imballaggio dei prodotti finiti iniziata nel 2018; i risultati, anche per l'anno corrente, hanno evidenziato significative riduzioni sia in termini di container non utilizzati (78 container all'anno) e di conseguenza viaggi in nave evitati, sia in termini di cartone risparmiato, pari a circa 265 tonnellate. Si prevede di finalizzare la fase *pilot* nel 2020 e di estendere le ottimizzazioni su più linee e categorie di prodotto presso gli stabilimenti cinesi.

Prodotti connessi, al passo con la trasformazione digitale

In continuità con gli anni precedenti, anche nel 2019 il Gruppo ha investito nello sviluppo di tecnologie digitali che consentono connettività e facilità d'uso dei prodotti, come ad esempio sistemi Wi-Fi e schermate touch. Tali funzioni permettono di migliorare sia la personalizzazione dei prodotti offerti che il monitoraggio e la prevenzione di eventuali anomalie di funzionamento, con il conseguente aumento di efficacia e di tempestività in caso di eventuali interventi assistenziali. Ad esempio, già dal 2015 le macchine superautomatiche De' Longhi presentano elementi funzionali innovativi: connesse con tecnologia Bluetooth, esse possono essere controllate da remoto grazie ad un dispositivo mobile, consentendo in questo modo il massimo grado di personalizzazione delle bevande. Sull'esempio di questi prodotti, è stato recentemente completato lo sviluppo di una linea di macchine da caffè che permette la connessione tramite Wi-Fi, evidenziando l'impegno del Gruppo nello sviluppo di macchine connesse attraverso reti e sistemi diversi, come il Wi-Fi stesso o il Bluetooth.

Allo stesso modo, l'attività di ricerca e sviluppo del Gruppo De' Longhi si è concentrata sullo studio di nuove interfacce utente e su prodotti abilitati alla connessione in rete anche nel settore dei prodotti per la cottura dei cibi e per il comfort. Oltre all'offerta già disponibile per il mercato giapponese di prodotti Apple Homekit per il riscaldamento, durante il 2019 è stato commercializzato sullo stesso mercato giapponese un radiatore oil free in grado di offrire una migliore qualità del sonno: esso, grazie alla sinergia con lo strumento Apple Watch, permette di impostare la temperatura di esercizio in funzione delle differenti fasi del sonno, che vengono costantemente misurate con parametri biometrici; tutto ciò è reso possibile dalla connessione tra i diversi apparecchi sfruttando la tecnologia Wi-Fi. Inoltre, sempre nel corso del 2019, sono stati lanciati i primi prodotti connessi a marchio Kenwood, sviluppati in sinergia con il Centro Internazionale di Design&Ricerca della Cardiff Metropolitan University, con il quale il Gruppo porta avanti da sei anni un rapporto di collaborazione nell'ambito dello studio dell'influenza della connettività sui prodotti da cucina.

Prodotti energeticamente efficienti, per le massime prestazioni a minor impatto

La ricerca e sviluppo dei prodotti De' Longhi passa anche dal driver dell'efficienza energetica, colonna portante su cui il Gruppo investe quotidianamente, offrendo prodotti che garantiscano prestazioni ottimali e consumi energetici limitati, contribuendo altresì alla lotta al cambiamento climatico, tema di primaria importanza per il Gruppo e i consumatori in tutto il mondo.

Fin dal 2009 la FEA (Associazione Svizzera dell'industria degli elettrodomestici) in accordo con le autorità svizzere, ha introdotto il marchio energetico per le macchine da caffè espresso, diventato poi obbligatorio nel 2014 per tutte le macchine commercializzate nel mercato svizzero. In questo contesto, il Gruppo De' Longhi ha deciso di estendere la certificazione in conformità con lo standard EN 60661/2014 "Metodi per misurare le prestazioni delle macchine da caffè domestiche" a tutte le macchine per il caffè, indipendentemente dal mercato di commercializzazione. Il marchio energetico proposto nell'accordo svizzero classifica le macchine da caffè espresso sulla base del loro rendimento energetico su una scala che va dalla classe D a quella A+++.

Oggi, quasi la totalità delle macchine da caffè superautomatiche De' Longhi risulta almeno in classe A, così come tutte le macchine Lattissima e le macchine manuali con controllo elettronico come Dedicata e La Specialista. Inoltre, tutte le macchine manuali per il caffè, notoriamente più energivore rispetto alle superautomatiche, sono dotate di un sistema automatico brevettato che ne permette lo sgancio dalla rete o l'autospegnimento dopo un periodo di inutilizzo, con conseguente risparmio in termini di energia elettrica. Inoltre, la modalità "*Eco-mode*" permette di risparmiare l'utilizzo di energia in fase di riscaldamento delle macchine superautomatiche. Infine, la funzione stand-by

è attualmente implementata in tutte le gamme di prodotti, permettendo quindi livelli di consumo energetico più bassi rispetto ai requisiti normativi. Anche la gamma di prodotti stiranti, per l'area *comfort*, sarà prossimamente dotata di controlli della temperatura della piastra che permetteranno di ridurre gli sprechi energetici.

La disciplina europea negli ultimi anni ha predisposto diversi regolamenti in materia di efficienza energetica. In particolare, il Regolamento UE n.666 del 2013 disciplina le conformità degli aspirapolvere in termini di consumi energetici, di informazioni di prodotto e di durabilità. Per quanto riguarda i prodotti del *comfort*, in tema di riscaldamento elettrico, il regolamento UE n.1188 del 2015 sancisce il livello di efficienza energetica per tutti i prodotti di tale tipologia. I prodotti De' Longhi sono stati ovviamente adattati alla normativa e rispondono di tutti i requisiti, dimostrando prestazioni superiori rispetto alla media del mercato. Negli Stati Uniti, De' Longhi ha adeguato il segmento dei condizionatori portatili alle linee guida in termini di efficienza energetica predisposte dagli standard nazionali "*Appliance & Equipment Standards*" indicati dal *Department of Energy* (DOE). A partire dal 2020, inoltre, un nuovo Standard dello Stato della California prevede ulteriori *requirement* di efficienza energetica per prodotti energivori come ad esempio i piccoli elettrodomestici commercializzati dal Gruppo. In linea con gli elevati standard aziendali in termini di qualità ed efficienza energetica, che vanno oltre la disciplina normativa più stringente, tali disposizioni verranno applicate sull'intera offerta all'interno del mercato statunitense e non solo.

Lungo il 2019, inoltre, per i prodotti con circuito frigo per il mercato europeo, è stata completata l'iniziativa di sostituzione dei gas refrigeranti a elevato potenziale di riscaldamento globale con gas propano (R290) a minor impatto in termini di persistenza e potenziale di riscaldamento in accordo con il regolamento UE n. 517/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 16 aprile 2014 sui gas fluorurati a effetto serra. Oggi, tutta la gamma di Condizionatori Pinguino e Deumidificatori Tasciugo Ariadry è dotata di R290 che permette un impatto sul riscaldamento globale fino a 700 volte minore rispetto ai tradizionali gas refrigeranti, senza rinunciare all'efficienza dei prodotti.

Per le kitchen machine a marchio Kenwood, gli investimenti sono focalizzati sull'implementazione di determinate funzionalità che permettano di razionalizzare i tempi di cottura e le temperature durante la fase di riscaldamento dei cibi. Inoltre, all'interno dei nuovi modelli di robot da cucina, sono stati implementati dei prodotti che, pur con motori da 1400 watt al posto di 1700 watt, garantiscono medesime prestazioni anche grazie al *redesign* delle lame, rese più affilate e resistenti. Infine, le nuove funzioni stand-by implementate permettono un risparmio energetico medio del 40% circa, prestazione ancora una volta superiore ai *requirement* normativi e gli standard nazionali più stringenti.

Prodotti testati, durevoli e smontabili, per la massima funzionalità e per l'ambiente

I prodotti De' Longhi sono ideati e rinnovati, di giorno in giorno, per resistere al tempo e all'usura, garantendo costantemente la massima qualità e funzionalità.

Anche per questo, durante la fase di sviluppo delle macchine da caffè, vengono eseguiti numerosi test di vita, sia sulle componenti, che sui sottogruppi e, ovviamente, anche sul prodotto finito. Nello specifico, le macchine vengono sottoposte ad alcune migliaia di erogazioni di bevande in condizioni standard di utilizzo per verificarne l'affidabilità anche nel tempo. Ad esempio, ogni 10 macchine superautomatiche Maestosa, sono previsti dei controlli di qualità statistici che prevedono fino a 45 mila cicli totali di erogazione delle bevande (caffè, latte, acqua calda, vapore e cioccolata). Questi *life test* hanno lo scopo di testare la durata media di vita delle macchine e valutare soluzioni per estenderla.

Oltre alla capacità di assicurare un significativo numero di cicli, le attività di progettazione e investimento sono orientate allo sviluppo di prodotti in grado di essere facilmente smontabili e soprattutto riparabili, al fine di assicurare così la massima lunghezza di vita e funzionalità. La facilità di smontaggio delle macchine per il caffè superautomatiche e degli handblender a marchio Braun, unitamente alla caratteristica "*Dish washer safe*" che assicura la lavabilità in lavastoviglie, permettono inoltre di ridurre i consumi idrici e l'utilizzo di inquinanti chimici connessi alle attività di lavaggio.

Le macchine da caffè superautomatiche, inoltre, sono dotate di alcuni sistemi brevettati che permettono manutenzione minima e la riduzione di detersivi e acqua nella fase di lavaggio; in particolare, il gruppo caffè è smontabile e lavabile con acqua corrente, senza bisogno di detersivi e lubrificanti, mentre il sistema latte viene pulito mediante vapore e acqua calda, al termine di ciascuna erogazione, in modo da poter riporre in frigorifero il latte rimanente e utilizzarlo successivamente. Infine, anche la caraffa latte risulta completamente smontabile e lavabile in lavastoviglie.

La macchina Lattissima, in particolare, è dotata di un sistema innovativo brevettato che permette la facile smontabilità in soli cinque pezzi, lavabili in lavastoviglie. La macchina, infine, è in grado di funzionare con diverse tipologie di latte, compreso il latte vegetale, offrendo le soluzioni De' Longhi ai consumatori dalle molteplici esigenze alimentari.

Le macchine da caffè De' Longhi, in generale, non richiedono manutenzione ordinaria particolare, se non il normale ciclo di decalcificazione utile alla rimozione del calcare, notoriamente nemico della longevità dei prodotti, per il quale il Gruppo ha sviluppato un prodotto specifico a base di acido lattico, "Ecodecalc", che rappresenta un utile rimedio naturale, sicuro e rispettoso dell'ambiente.

La qualità e la durabilità dei prodotti De' Longhi è possibile anche grazie all'innovazione sostenibile, volta nello specifico ad aumentare la riparabilità dei prodotti, evitando la produzione di rifiuti causati da rottami a fine vita. Durante l'esercizio 2019, per tutte le macchine Kenwood Chef sono state ridotte le tipologie di fruste utilizzate (da tredici a due soli tipi), eliminando peraltro le parti in plastica e alluminio a favore del più resistente e sostenibile acciaio inossidabile. Al fine di monitorare le prestazioni nell'ottica del *continuous improvement*, è inoltre in fase di studio un "indice di riparabilità", che sarà implementato prossimamente. Il marchio Kenwood, lungo l'anno, ha inoltre scelto di rendere accessibili gratuitamente gli aggiornamenti dei software presenti nelle proprie kitchen machine connesse, permettendo ai consumatori di aggiornare le applicazioni Kenwood e utilizzarle su tutti i dispositivi a prescindere dall'anno di acquisto e dal modello in possesso, evitando ulteriori costi e l'obsolescenza precoce dei prodotti.

Rilevanti sono infine le sinergie create tra i brand del Gruppo, ad esempio tra i marchi Kenwood e Braun, che condividono informazioni e lo stoccaggio delle componenti interne per alcuni piccoli elettrodomestici da cucina: nel corso dell'anno, è stata svolta un'attività di razionalizzazione per migliorarne le disponibilità nei magazzini, permettendo di velocizzare di conseguenza le tempistiche di riparazione e sostituzione delle componenti interne in caso di necessità.

Prodotti che abilitano stili di vita salutari, per il benessere quotidiano

In ambito di ricerca e sviluppo, oltre a quanto già trattato nei paragrafi precedenti, il Gruppo De' Longhi è costantemente attivo anche per garantire ai propri consumatori la sicurezza riguardo al *food contact*, avvalendosi tra l'altro delle collaborazioni con diversi atenei universitari. La diffusione sempre più consistente di trend salutisti e di abitudini alimentari più sane ha concentrato l'attenzione di un numero sempre più elevato di consumatori verso tipologie di prodotti da cucina capaci, ad esempio, di mantenere inalterati i principi nutritivi degli alimenti. Le macchine da caffè superautomatiche, ad esempio, grazie alla loro caldaia con controllo elettronico della temperatura, consentono di mantenere la temperatura di estrazione entro i limiti stabiliti dagli standard internazionali di settore, mantenendo perciò inalterate le proprietà organolettiche del caffè ed esaltandone allo stesso tempo il gusto e l'aroma. Come già citato, inoltre, il Gruppo ha avviato delle collaborazioni con importanti Università italiane e non solo, per rispondere alle nuove esigenze alimentari dei consumatori, sviluppando ad esempio innovativi sistemi funzionanti tramite principi di "vibro-chimica" per rendere più efficiente la fase di erogazione ed ottenere di conseguenza un'infusione ottimale sia per gusto che per aroma.

Anche lo sviluppo recente dei prodotti a marchio Kenwood è stato guidato dal tentativo di rispondere alla crescente richiesta da parte dei consumatori di alimenti sani. La linea di estrattori Pure Juice, per esempio, sfruttando la tecnologia di "Scrolling" che permette all'estrattore di funzionare a lenta rotazione (48 giri di rotazione al minuto), consente allo stesso tempo la riduzione del surriscaldamento e dell'ossidazione degli ingredienti, permettendo di spremere frutta e verdura senza comportare perdite delle proprietà nutritive. In questo modo, le bevande conservano più a lungo il sapore e il colore naturale dei propri ingredienti. Un importante ruolo nello sviluppo di prodotti in questo settore è stato giocato dall'Università di Reading, con la quale il Gruppo ha avviato una proficua collaborazione centrata sull'attività di ricerca relativa agli aspetti nutrizionali. Tale attività ha permesso di approfondire e di comprendere meglio gli effetti che il calore, l'ossigeno, la velocità delle lame e le azioni di miscelazione dei frullatori hanno sulle proprietà nutritive degli alimenti.

Tra le molteplici iniziative in essere già dal 2018 e relative a questo tema, risulta rilevante la nuova gamma di friggitorie Multifry, capace di cuocere gli alimenti sfruttando aria calda e riducendo notevolmente il contenuto di grassi degli stessi. Secondo test eseguiti in laboratorio, infatti, la Multifry De' Longhi consente di cuocere ad esempio un chilo di patate fresche utilizzando un solo cucchiaino di olio vegetale, senza che il prodotto finito perda croccantezza e sapore. Un aspetto non meno importante di questa tecnica di cottura è relativo alla problematica dello smaltimento degli oli

vegetali: essa garantisce un utilizzo ridotto di questi oli, contribuendo alla riduzione del relativo impatto ambientale e limitandone la gestione a livello domestico.

I risultati sul gradimento del prodotto da parte dei consumatori sono riportati nel paragrafo *“Prendersi cura dei nostri consumatori, garantendo supporto, trasparenza e tutela dei dati”*.

Per quanto riguarda i prodotti del *comfort*, la proficua collaborazione in essere tra la funzione di Ricerca e Sviluppo e il Politecnico di Torino ha consentito lo sviluppo di un apparecchio 3 in 1: un termoventilatore e purificatore d'aria in grado di purificare, riscaldare e rinfrescare l'aria, caratterizzato da un design aerodinamico brevettato e da un'innovativa tecnologia *“3D ComfortAir”* che, combinati, permettono una ventilazione uniforme e un ambiente costantemente pulito. Il flusso d'aria controllato sfrutta il cosiddetto *“effetto Coanda”*, un principio della fisica dei fluidi impiegato negli studi aerodinamici di progettazione delle ali di un aereo: le sue particolari caratteristiche permettono la creazione di una vera e propria *“comfort zone”*, una zona tridimensionale di comfort avvolgente e uniforme caldo-fresca che garantisce una piacevole sensazione di benessere in base alle necessità dei consumatori.

4. La sostenibilità in tutte le fasi produttive

Running sustainable supply chain and operation

Poniamo particolare attenzione agli impatti ambientali e sociali lungo la nostra catena del valore. In particolare ci impegniamo a gestire in maniera responsabile ed efficiente le risorse energetiche contribuendo attivamente alla lotta al cambiamento climatico. Inoltre, vogliamo garantire il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro lungo tutta la nostra filiera produttiva e contribuire alla crescita delle comunità presso le quali operiamo

HIGHLIGHTS 2019



1 mln kWh
di energia elettrica
autoprodotti da fonti
rinnovabili



Audit dei nuovi fornitori
secondo criteri sociali,
ambientali e di rispetto dei
diritti umani



6,2
indice di intensità energetica
(kWh/ pezzi prodotti)



3
indice di intensità emissiva
(kg CO₂/ pezzi prodotti)

4.1. I nostri impianti produttivi

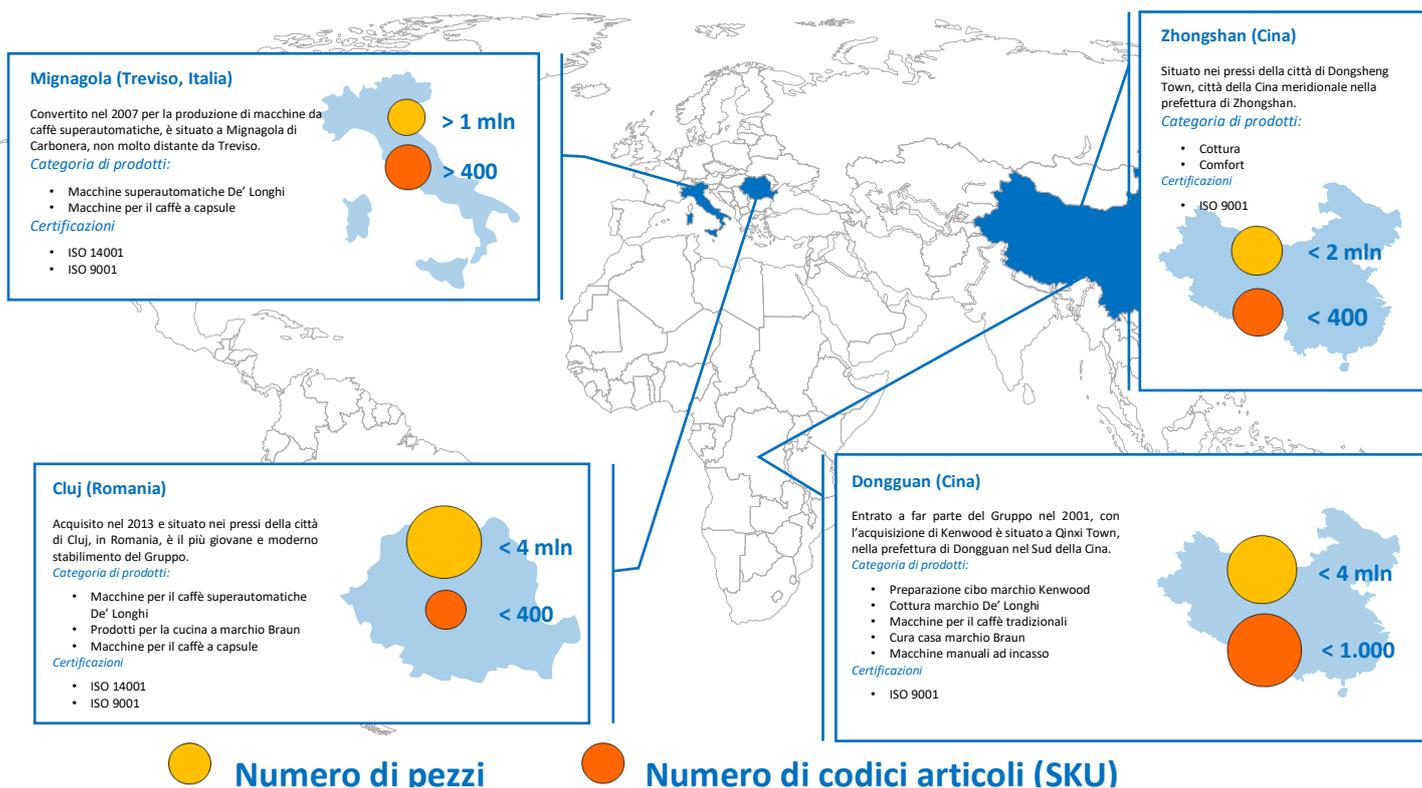
Il modello produttivo del Gruppo De' Longhi si sviluppa a partire dai **quattro stabilimenti** situati in Italia, Romania e Cina per la produzione e l'assemblaggio del prodotto finito, la cui attività copre oltre il 60% del venduto, e su un insieme di partner qualificati, chiamati **"Original Equipment Manufacturer"** (OEM), ai quali vengono demandati, tra le altre cose, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di alcuni prodotti - principalmente macchine da caffè.

L'approccio **"local for global"** adottato dal Gruppo De' Longhi prevede la presenza di dedicati centri di competenza, in modo tale che la produzione di un determinato prodotto sia allocata in un unico stabilimento. [GRI 102-10]

Una volta concluso il processo produttivo, si provvede ad effettuare un collaudo sulle macchine prodotte: tale attività, finalizzata alla verifica della sicurezza dei prodotti, viene gestita a livello di fabbrica da team dedicati. Il processo di verifica dei requisiti qualitativi viene successivamente effettuato attraverso specifici **audit** dalla funzione Quality, la quale si occupa anche di verificare la qualità delle produzioni dei fornitori di prodotto finito (OEM). Infine, i nuovi prodotti vengono trasferiti e stoccati all'interno dei magazzini presso centri di **sourcing** e **hub** logistici, dai quali poi vengono distribuiti attraverso il network commerciale del Gruppo.

Come già affrontato nel precedente capitolo, l'assistenza tecnica e il servizio di informazioni ai consumatori finali, sia in fase di acquisto che **post-vendita**, sono gestiti dalla funzione Customer Care.

Fig. 29 - La produzione nei nostri stabilimenti



La gestione sinergica della catena di fornitura, svolta dalla Direzione Supply Chain, dalla funzione Quality e dalla funzione Acquisti, garantisce la continuità del business assicurando i più alti standard di qualità e il rispetto di requisiti di carattere ambientale e sociale legati alle pratiche di lavoro.

Per rispondere alle necessità e alle peculiarità dei mercati in maniera rapida ed efficace, l'attività di valutazione dei prodotti finiti (che comprende il loro acquisto e il monitoraggio dei fornitori) viene condotta da tre strutture dedicate, aventi sedi in Italia e all'estero e le cui competenze vengono ripartite in base alla categoria di prodotto e alla vicinanza geografica della produzione. In Italia, ad esempio, operano gli uffici dedicati all'area caffè e stiro, in Regno Unito vengono gestiti i prodotti "motor-driven" e ad Hong Kong si concentra l'area comfort.

In Europa, i team della Direzione Supply Chain presenti in Italia e in Romania si occupano della gestione dei materiali funzionali alle componenti dedicate alla produzione. Relativamente alle Operation cinesi, invece, la gestione dei materiali è presidiata direttamente dai responsabili degli stabilimenti locali, supportati dai tre Uffici Acquisti suddivisi per categoria di prodotto.

Una logistica sempre più efficiente

La gestione efficiente e integrata del sistema produttivo e dei flussi da e per gli *hub* del Gruppo è un elemento essenziale da tenere in considerazione in un mercato caratterizzato da una forte volatilità della domanda: il fulcro del sistema logistico del Gruppo De' Longhi sono i magazzini, localizzati in tutto il mondo.

Dopo l'implementazione del secondo *hub* europeo nel corso del 2018, le attività di efficientamento dei flussi interni e delle attività logistiche sono proseguite anche lungo tutto il 2019, con focus sul consolidamento dell'organizzazione esistente e sulle esigenze contingenti derivanti dal mercato. [GRI 102-10] In continuità con gli esercizi precedenti, gli sforzi si sono focalizzati sul consolidamento delle attività di logistica *outbound*, prevedendo un'organizzazione integrata degli *hub* che consenta l'allocazione dei prodotti e delle componenti il più efficiente possibile, consentendo una migliore allocazione delle disponibilità di prodotto rispetto alle volatilità dei singoli mercati e quindi un miglioramento del livello di servizio, garantendo tra l'altro sinergie anche in termini di costo. L'*hub* olandese rifornisce attualmente il Benelux, la Francia e i Paesi Scandinavi e la Germania. A valle della riorganizzazione logistica incorsa nel 2018, l'*hub* statunitense invece continua a gestire notevoli volumi di prodotti destinati al mercato nordamericano, in coerenza con il panorama geopolitico instabile che caratterizza i rapporti tra Stati Uniti e Cina.

Infine, come principale attività di efficientamento e riduzione degli impatti legati all'attività logistica, si rileva che dal 2018 è stata implementata ed è attualmente in essere l'iniziativa cross-funzionale chiamata "**Assembly to order**" o "**Assembly To Track**" che prevede di spedire i prodotti direttamente dal sito produttivo al cliente, senza dover necessariamente passare dall'*hub* regionale. Tale pratica è resa possibile dall'attività di etichettatura finale di alcune macchine, precedentemente svolta esclusivamente all'interno di ciascun *hub*, che viene effettuata direttamente nello stabilimento produttivo. Questa pratica permette, dall'esercizio passato, di ottimizzare il sistema di trasporto e anche di migliorare le prestazioni del Gruppo in termini di *time-to-market*.

4.2. La gestione responsabile della catena di fornitura

I fornitori rappresentano un elemento chiave per le attività del Gruppo De' Longhi e pertanto la gestione della catena di fornitura è indirizzata a promuovere le migliori pratiche in termini di qualità del prodotto, rispetto dei diritti umani (tra i quali si condanna l'utilizzo di lavoro minorile, del lavoro forzato e di retribuzioni che non rispettino le condizioni minime salariali in ciascun paese e, in ogni caso, la dignità dei lavoratori) e delle condizioni di lavoro, salute e sicurezza e responsabilità ambientale. A tal proposito, la funzione Quality conduce sui fornitori di prodotti finiti audit periodici volti ad assicurare il rispetto dei diritti umani, dei valori e dei principi guida contenuti del Codice Etico del Gruppo e, a partire dal 2019, delle principali norme ambientali. Questi ultimi, insieme con gli audit sociali, vengono prevalentemente condotti presso i fornitori di prodotto finito degli stabilimenti cinesi, in linea con lo standard internazionale SA 8000 (Social Accountability). Inoltre, a partire dal 2019, i fornitori che operano in Cina sono tenuti a sottoscrivere non soltanto il Codice Etico ma anche il *Code of Conduct* del Gruppo De' Longhi, fornito in lingua inglese e cinese, ad ulteriore dimostrazione dell'impegno intrapreso. Di non secondaria importanza è inoltre il *requirement* richiesto ai fornitori di primo livello che sono tenuti a condividere il Codice Etico del Gruppo anche ai subfornitori con cui collaborano.

Nello specifico, gli audit effettuati consentono di indagare diversi aspetti di carattere sociale come la libertà di associazione e contrattazione collettiva, l'orario e le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza, il lavoro minorile e quello forzato, la discriminazione e la formazione del personale. Inoltre, come accennato in precedenza, a partire dal 2019 gli audit di Social Accountability sono stati integrati con specifiche verifiche in ambito ambientale, tra cui la *compliance* con le normative e gli standard applicabili (ad esempio REACH, RoHS, ecc.), la gestione e lo smaltimento dei rifiuti prodotti e l'impegno per la protezione ambientale.

Nel corso del 2019, la quasi totalità (90,9%) dei nuovi fornitori di prodotto finito è stata sottoposta a una valutazione secondo criteri sociali, in linea con quanto previsto dallo standard SA 8000 [GRI 414-1]. Lo scostamento rispetto al 2018, che presentava un valore dell'indicatore pari al 100%, è dovuto alla presenza di due audit realizzati a ridosso del 31 dicembre 2019 per i quali, a chiusura dell'esercizio, era stata finalizzata solo la parte relativa alla qualità (la qualifica SCOC – *Social Code Of Conduct* - è stata regolarmente completata a inizio 2020). Durante l'anno sono inoltre stati condotti complessivamente 50 audit per verificare il rispetto dei diritti umani presso 47 fornitori di prodotto finito e tre siti del Gruppo, quasi la metà delle Operations del Gruppo, dato in leggera flessione rispetto all'anno precedente (66% circa) [GRI 412-1]. Per quanto riguarda gli aspetti ambientali, nell'anno di rendicontazione sono stati svolti audit presso 18 nuovi fornitori di prodotto finito, pari all'81,8% del totale; la differenza di tale valore rispetto agli audit sociali è dovuta al fatto che gli audit ambientali sono stati avviati nella seconda parte dell'anno e, di conseguenza, risultano minori in termini assoluti rispetto a quelli effettuati su tematiche sociali.

I risultati delle valutazioni di qualità dei prodotti compongono un **vendor rate**, utilizzato per classificare i partner in quattro categorie (*preferred, approved, probation* ed *exit plan*) e per monitorare i rapporti in un'ottica di *continuous improvement* nel lungo periodo.

Social Accountability

Lo Standard Social Accountability (SA) 8000 è una norma internazionale, elaborata nel 1997 dall'ente americano SAI (Social Accountability International).

Basato sulle convenzioni ILO (International Labour Organization), sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e sulla convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino, è il primo standard internazionale che offre una misura del grado etico e della responsabilità di un'azienda rispetto agli aspetti sociali, di seguito identificati:

1. Lavoro minorile
2. Lavoro obbligato
3. Salute e Sicurezza dei lavoratori
4. Libertà di associazione e contrattazione collettiva
5. Discriminazione
6. Misure disciplinari
7. Ore di lavoro
8. Retribuzione
9. Sistema di gestione

Fig. 30 – Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 414-1]

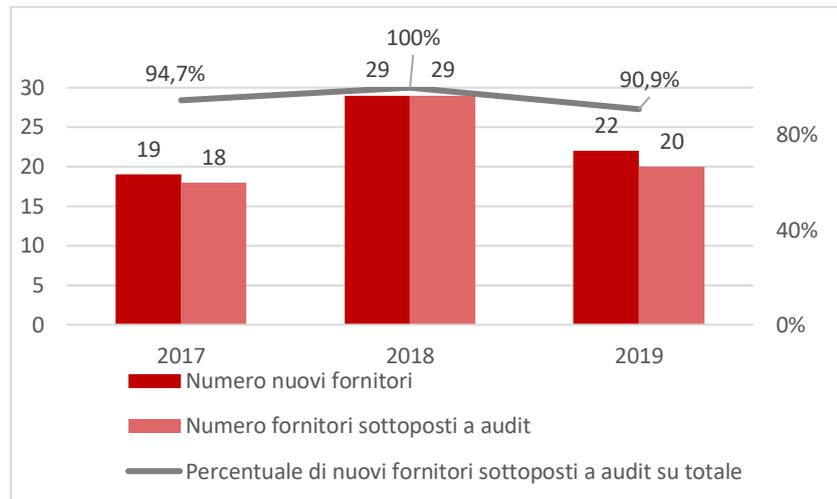
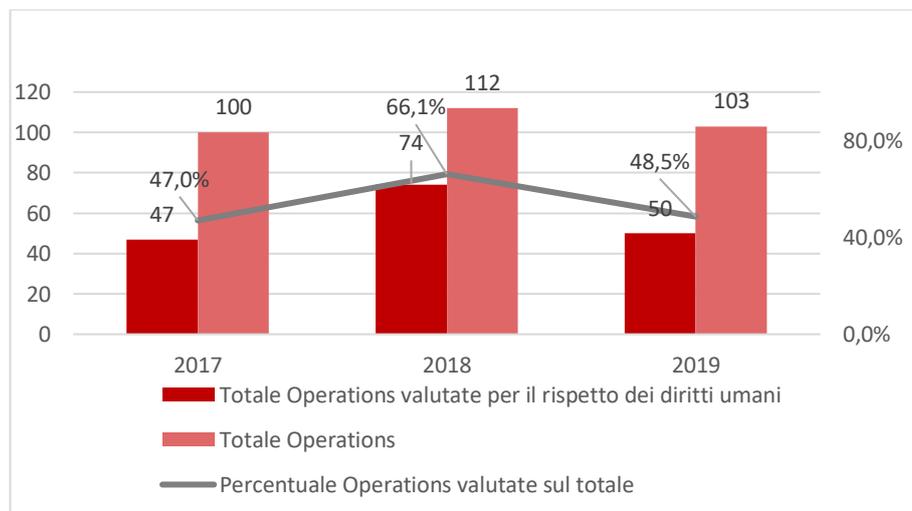


Fig. 31 – Operations oggetto di valutazione sui diritti umani, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 412-1]



4.3. Ridurre la nostra impronta ambientale

In un contesto in costante evoluzione, il Gruppo De' Longhi opera quotidianamente ponendo particolare attenzione alla corretta gestione dei propri siti produttivi, impegnandosi a ridurre i propri impatti ambientali; così come la realtà in cui il Gruppo opera, anche la normativa in ambito ambientale continua ad evolversi, aggiornandosi costantemente: essa rappresenta un elemento fondamentale da tenere in considerazione nell'ambito di una corretta gestione delle attività e degli impatti che queste possono avere sul business del Gruppo. Gli aspetti ambientali sono gestiti dalla Direzione Operation & Technology e dalla Direzione Qualità; nello specifico, per i siti produttivi di Mignagola e Cluj è operativo il sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001, che richiede, tra le altre cose, di svolgere un'analisi ambientale integrata sull'intera *value chain*, al fine di definire azioni di miglioramento per la mitigazione degli impatti ambientali.

In particolare, presso lo stabilimento di Mignagola sono attualmente funzionanti dei pannelli fotovoltaici che permettono di autoprodurre un quantitativo di energia elettrica da fonte rinnovabile pari al 7% del totale consumato, riducendo gli impatti ambientali legati alla produzione. Durante il 2019 sono poi proseguite le operazioni di rinnovamento dei sistemi di illuminazione degli stabilimenti italiani e di quello di Cluj: gli impianti tradizionali sono stati rinnovati utilizzando lampade a led, le quali, a parità di prestazioni, permettono una riduzione notevole dei consumi energetici. Sempre in ambito di recupero energetico, nello stabilimento di Cluj è stato installato un sistema di riscaldamento dei magazzini innovativo: esso utilizza il calore generato dalle aree di essiccazione dello stabilimento stesso, riducendo il quantitativo di gas naturale utilizzato per alimentare la tradizionale caldaia. Infine, anche nel corso del 2019 sono proseguiti gli investimenti lungo le linee produttive per aumentare l'efficienza energetica dei macchinari e il riutilizzo dei materiali di scarto lungo il processo produttivo.

Le attività di efficientamento degli asset produttivi iniziate nel 2018, volte a migliorare l'efficienza energetica e la produttività, sono continuate anche presso gli stabilimenti cinesi. Qui, infatti, si era già provveduto nel corso del 2018 al rinnovamento del parco macchine per lo stampaggio della plastica, privilegiando macchinari alimentati ad energia elettrica rispetto a quelli pneumatici e garantendo una riduzione media dei consumi energetici del 25%.

Sempre sulla scia delle azioni avviate durante il 2018, il 2019 ha visto l'ulteriore estensione dei progetti già in essere per il recupero dei sottoprodotti dei processi produttivi, in coerenza con la prospettiva di un'economia circolare. Dal 2018, infatti, presso gli stabilimenti di Mignagola e di Dongguan viene reimmessa nel ciclo produttivo una parte degli scarti di produzione derivanti dall'attività di stampaggio della plastica, garantendo un risparmio in termini di materie prime in ingresso e di riduzione dei rifiuti prodotti. Tale attività, che ha già comportato ottimi risultati in termini di processo, è stata promossa anche all'interno dello stabilimento di Cluj. Per quanto riguarda gli scarti derivanti dalla lavorazione dei materiali ferrosi, invece, questi vengono rivenduti come materia prima, mentre gli scarti di carta, cartone e nylon vengono avviati ad attività di recupero.

Infine, all'interno degli stabilimenti di Cluj e Mignagola, principalmente dedicati all'assemblamento e il controllo qualità delle macchine per il caffè, sono in atto iniziative di recupero del caffè utilizzato per i test in sito: presso Mignagola, dal 2018 le capsule Nespresso utilizzate per i test delle macchinette De' Longhi sono state recuperate per favorire il riciclo di alluminio in esse contenuto: l'accordo con l'azienda municipalizzata per il trattamento dei rifiuti di Mignagola, che preleva mensilmente le capsule, ha permesso di raccogliere circa 8 tonnellate di alluminio e contenuto organico lungo il biennio, contribuendo così alla riduzione di rifiuti altrimenti difficili da smaltire. Presso lo stabilimento di Cluj, invece, il caffè utilizzato per la calibrazione delle macchine prodotte in sito viene riutilizzato più volte per varie fasi di collaudo e, una volta raggiunto lo stato di polvere, viene utilizzato per produrre compost.

Consumi energetici e emissioni climalteranti

Presso lo stabilimento di Dongguan è proseguito nel corso del 2019 il piano di *energy saving*: grazie all'installazione di misuratori di consumo, è possibile effettuare il monitoraggio puntuale e continuo dei consumi di energia elettrica e individuare le aree e le mansioni più energivore. Durante l'anno è stata quindi completata la mappatura dei consumi delle aree di produzione, che permetterà di programmare azioni di mitigazione ed efficientamento energetico in collaborazione con il governo locale. Si segnala inoltre la promozione di diverse iniziative puntuali a livello Corporate e locale da parte delle funzioni di R&D con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale dei prodotti del Gruppo durante l'utilizzo da parte di consumatori. Tali iniziative, focalizzate sull'efficientamento energetico, sulla durabilità e sulla riparabilità del prodotto, sono coerenti con l'approccio del Gruppo in ambito di sostenibilità.

Nel corso del 2019, il Gruppo De' Longhi ha proseguito inoltre alcune attività di analisi, efficientamento e riduzione dei materiali utilizzati per il packaging dei prodotti, che hanno permesso di ottenere ottimi risultati sia in termini ambientali che economici (riduzione dei quantitativi di materiali vergini in approvvigionamento). A titolo di esempio, durante il

2018 è stata avviata e completata un'attività di ridimensionamento dei box di cartone utilizzati per le *kitchen machines*, che ha permesso una riduzione media dell'8% dei volumi per alcune categorie di prodotto. Durante il 2019, invece, il marchio Braun ha attuato soluzioni di riduzione del materiale plastico all'interno del packaging utilizzato per i propri *hand blender*. Tali iniziative di efficientamento del packaging hanno inoltre interessato la logistica interna e le *operations* del Gruppo: in particolare, al posto di acquistarne di nuovi, presso lo stabilimento di Cluj si predilige l'utilizzo di pallet riparati, con una conseguente riduzione di legno vergine che, nel corso del 2019, ha permesso di risparmiare oltre 5.500 pallet. Similmente, presso gli stabilimenti cinesi e quello romeno, l'obiettivo per la movimentazione interna della merce è quello di riutilizzare gli imballi di plastica e cartone delle componenti in entrata, altrimenti smaltiti al loro ingresso.

Relativamente ai consumi energetici, pari a 353.782 GJ nel 2019, si registra una riduzione rispetto all'anno precedente, principalmente legata ad una leggera flessione nei volumi produttivi; il rapporto tra consumi diretti (riscaldamento e trasporti) e quelli indiretti (consumi di energia elettrica, teleriscaldamento e raffrescamento) risulta invece pressoché costante nei 3 anni di rendicontazione. In particolare, si rileva che l'energia elettrica acquistata da rete nazionale, pari a 263.907 GJ nel 2019, segna il 75% circa dei consumi energetici totali del Gruppo, rappresentando quasi la totalità dei consumi indiretti registrati nell'anno.

Fig. 32 – Consumi diretti e indiretti, percentuale e GJ [GRI 302-1]

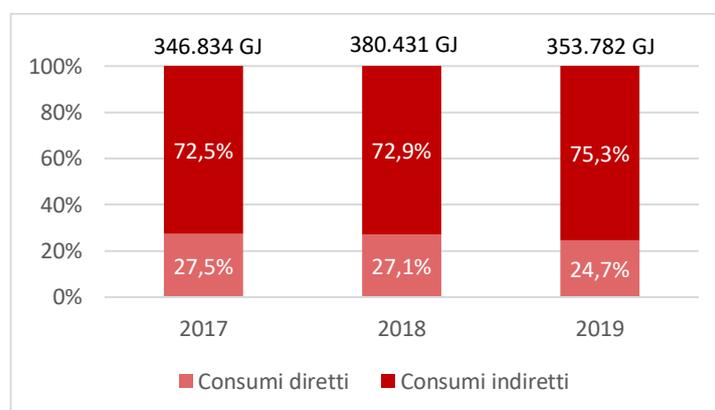
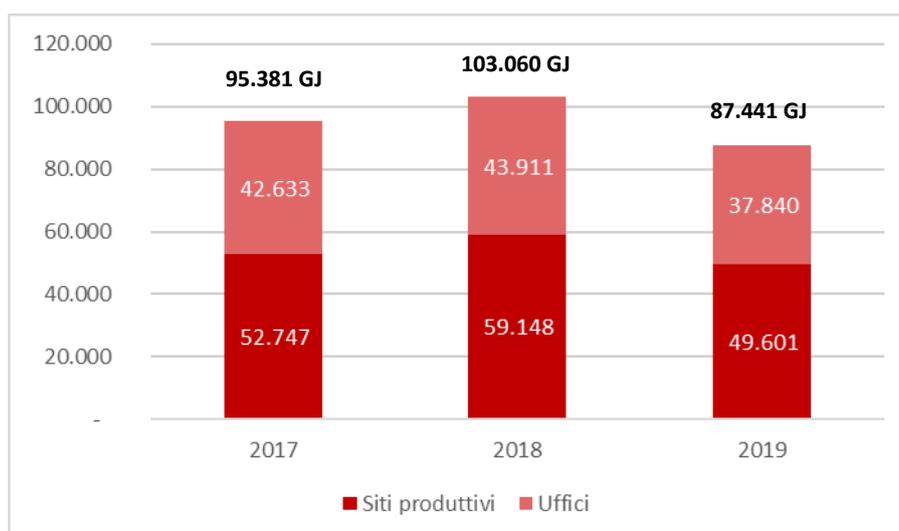


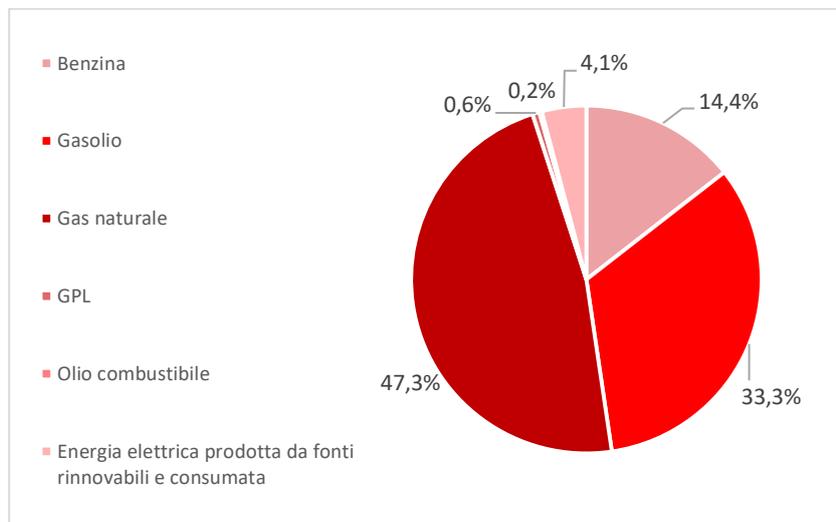
Fig. 33 – I consumi diretti, GJ [GRI 302-1]



In particolar modo, in linea con quanto registrato nei due esercizi precedenti, nel 2019 i consumi energetici diretti risultano pari a 87.441 GJ. Di questi, la maggior parte è legata agli stabilimenti produttivi, che da soli richiedono circa il 57% di energia primaria.

Il grafico sottostante mostra il mix energetico che costituisce i consumi diretti di energia: per il 47,3% sono legati al riscaldamento che avviene prevalentemente attraverso l'utilizzo di gas naturale, mentre il 33,3% e il 14,4% sono imputabili rispettivamente ai consumi di gasolio e benzina per la flotta aziendale.

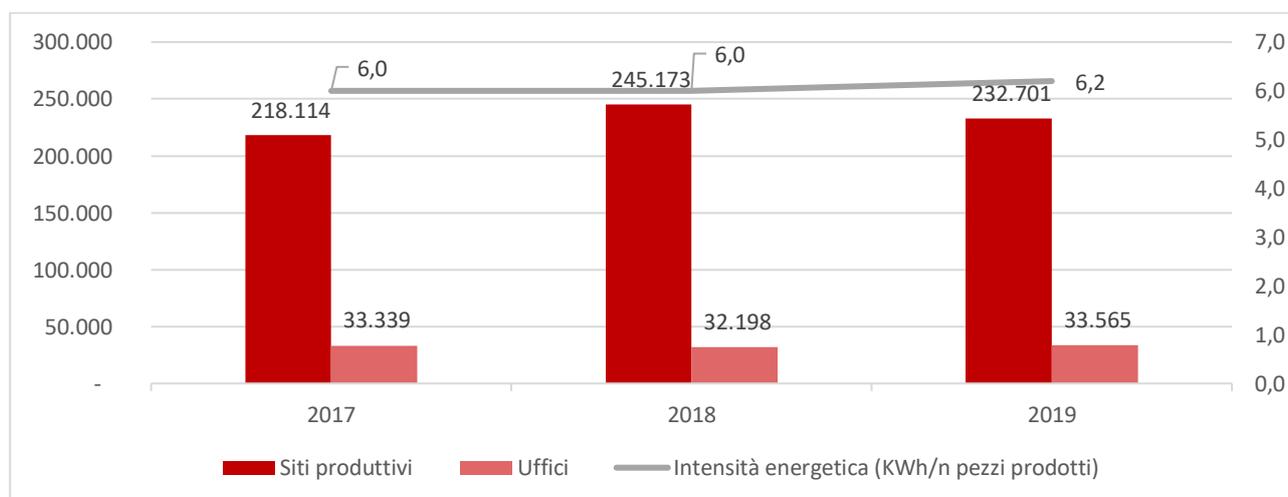
Fig. 34 – La composizione dei consumi diretti nel 2019, percentuale [GRI 302-1]



I consumi indiretti di energia elettrica per pezzo prodotto nel 2019 presentano un trend in lieve crescita (+3% circa, con 6,2 kWh nel 2019 rispetto ai 6,0 kWh nel 2018), da attribuirsi principalmente al leggero aumento dei consumi stessi in contemporanea ad una leggera flessione nei volumi produttivi. Nel corso dell'anno, inoltre, parte dell'energia elettrica consumata (circa 5.387 GJ, -4,2% rispetto al 2018) è stata prodotta da fonti rinnovabili. [GRI 302-3]

Nel corso del 2019, il Gruppo ha intrapreso diverse iniziative volte a ridurre il consumo di energia. A tal proposito, un ruolo importante è stato svolto dall'illuminazione a LED: in sostituzione delle lampade alogene, questa tecnologia ha permesso di ridurre notevolmente il consumo energetico per illuminare la zona "Plastic Injection" presso il sito di Cluj; allo stesso modo, sostituendo tipologie meno efficienti, le luci LED sono state utilizzate nell'illuminazione dei magazzini. Ulteriori iniziative che hanno contribuito a ridurre di 390 GJ i consumi energetici complessivi a livello di Gruppo hanno riguardato il centro per la gestione dell'energia (per il monitoraggio degli sprechi) e la conversione all'utilizzo di veicoli meno inquinanti. [GRI 302-4]

Fig. 35 – I consumi indiretti, GJ [GRI 302-1]



Le emissioni complessive di CO₂ del Gruppo ammontano nel 2019 a 39.679 tonnellate, in diminuzione del 4,5% rispetto al 2018 (trend in linea con la riduzione dei consumi energetici). Si può constatare come le emissioni di CO₂ siano dovute principalmente ai consumi di energia elettrica, che incidono per l'86% sul totale a livello di Gruppo.

Fig. 36 – Le emissioni totali di CO₂, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1 e 305-2]

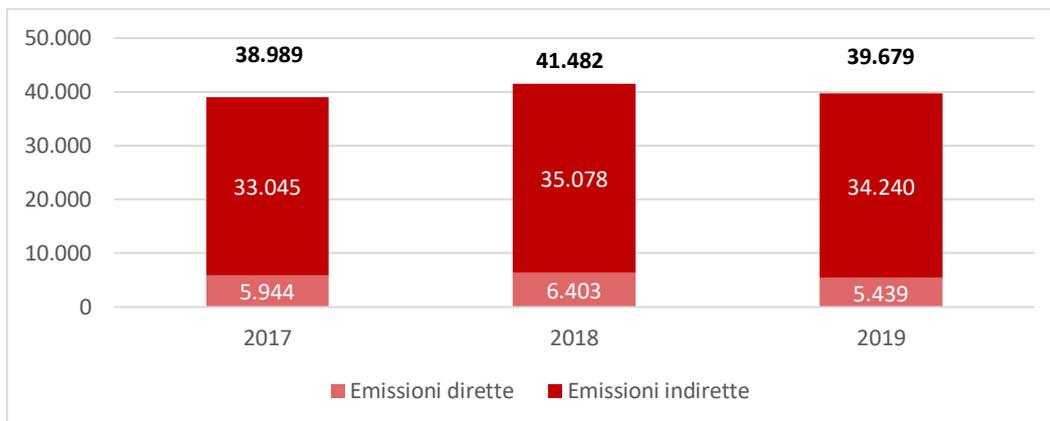


Fig. 37 – Le emissioni dirette Scopo 1, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1]

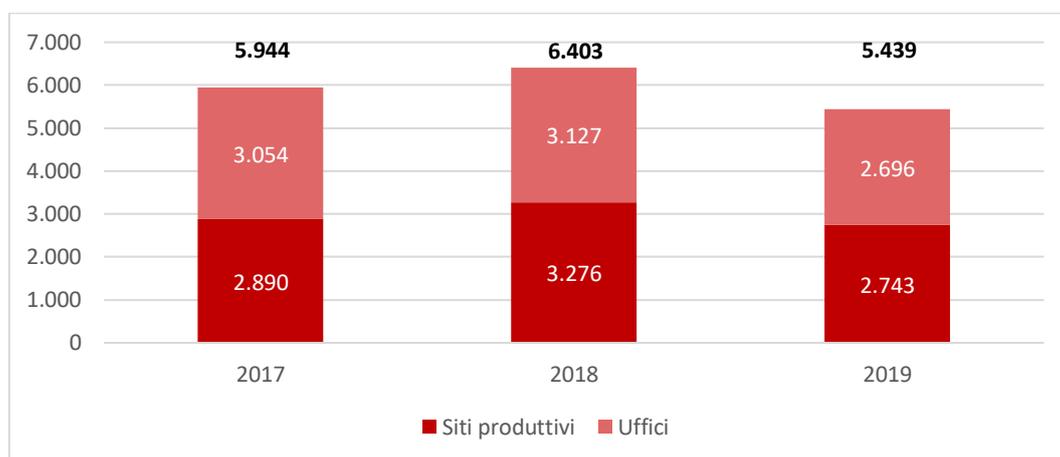
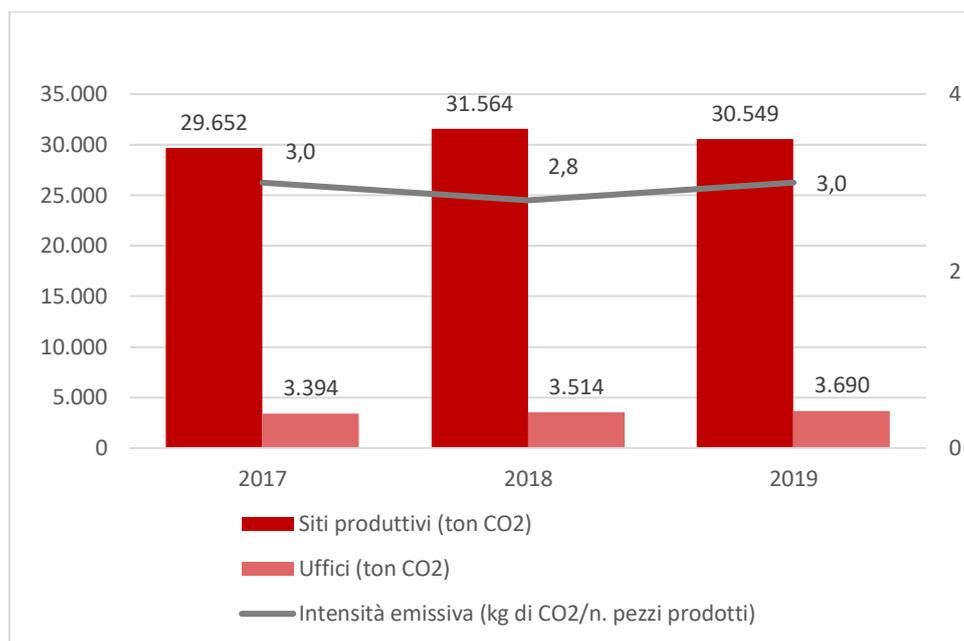


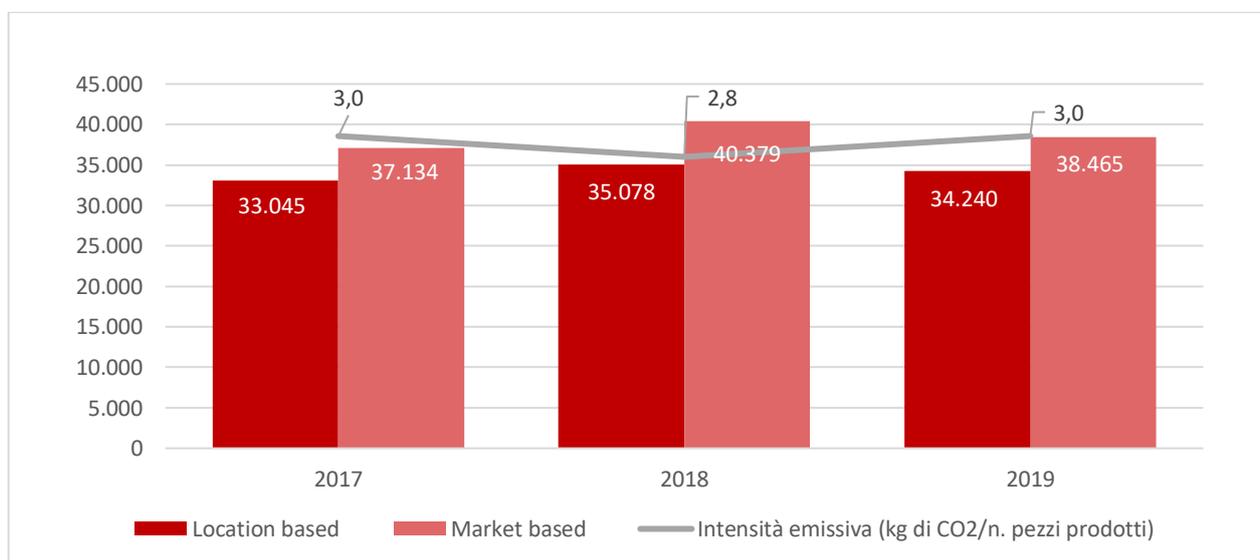
Fig. 38 – Le emissioni indirette Scope 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]



Relativamente alle emissioni di CO₂ dirette, nel 2019 si registra un valore pari a 5.439 t, equamente distribuite tra i consumi energetici degli uffici e quelli dei siti produttivi (49,5% e 50,5% rispettivamente).

Per quanto riguarda invece le emissioni indirette di CO₂, nel 2019 si registra un valore complessivo di 34.240 t, di cui circa l'89% legato ai siti produttivi (e in particolar modo ai 2 stabilimenti cinesi, che con 20.013 t CO₂ prodotte contribuiscono in maniera significativa al totale delle emissioni indirette di CO₂ del Gruppo).

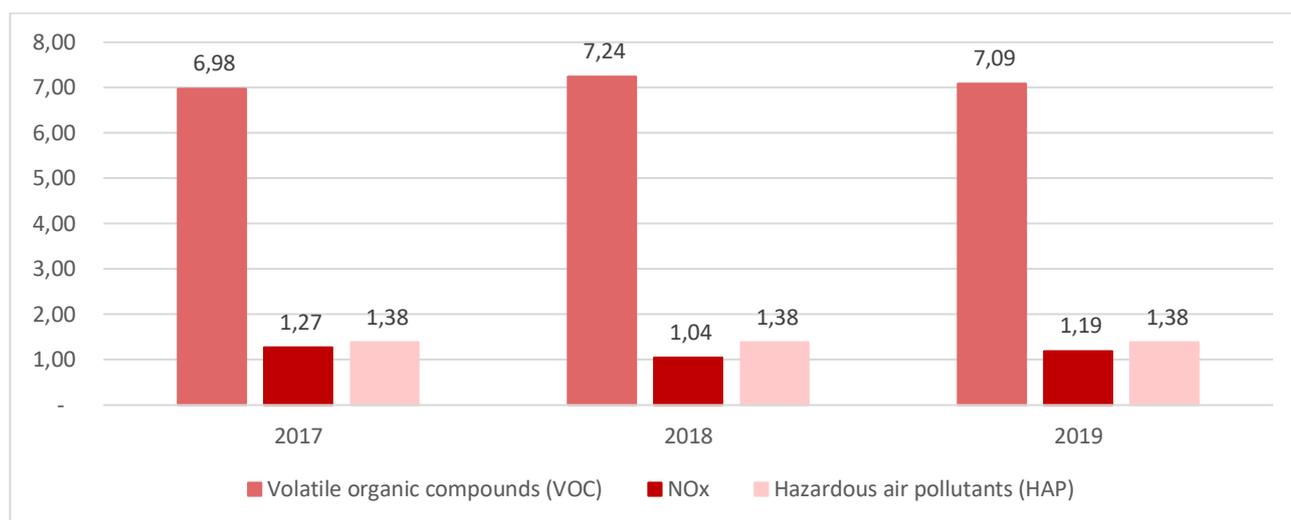
Fig. 39 –Le emissioni indirette Scope 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]



Nel 2019, le emissioni di CO₂ Scope 2 calcolate secondo la metodologia *market based* risultano più elevate di circa 4 mila tonnellate rispetto alle *location based*. Confrontando le emissioni di CO₂ Scope 2 *location based* per pezzo prodotto si può inoltre notare un aumento del 6,6% circa rispetto al precedente esercizio (da 2,8 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2018 a 3 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2019). L'aumento dell'intensità emissiva nel 2019 è principalmente dovuto alla riduzione dei volumi di produzione registrata nell'anno. In particolare, questo è dovuto in parte al fatto che negli impianti produttivi del Gruppo si rilevano dei consumi energetici strutturali, i quali, a prescindere dai volumi produttivi degli impianti stessi, si mantengono costanti negli anni. [GRI 305-4]

Le emissioni di inquinanti più significative a livello di impianti produttivi di Gruppo riguardano infine i composti organici volatili (VOC): nel corso del 2019 sono state emesse circa 7 t di VOC, valore in linea con il 2018. Altre emissioni inquinanti riguardano gli NOx e i cosiddetti HAP (Hazardous Air Pollutants): anche in questo caso, per entrambe le categorie, i quantitativi emessi risultano sostanzialmente in linea con quanto registrato durante il biennio 2017-18. Meno significativi sono i quantitativi di SOx emessi in atmosfera, mentre i POP (Persistent Organic Pollutants) e i particolati (PM) sono, rispettivamente, trascurabili e nulli. [GRI 305-7]

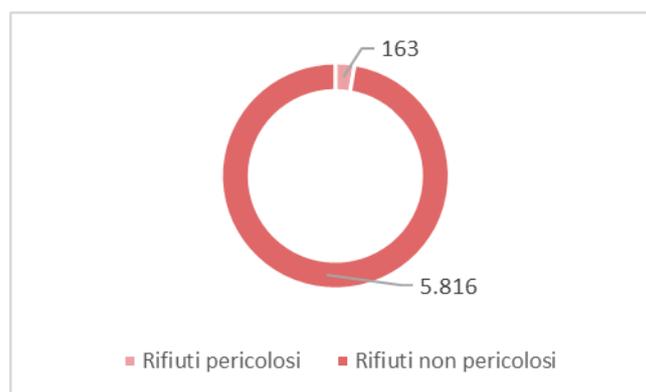
Fig. 40 – Altre emissioni inquinanti in atmosfera, tonnellate [GRI 305-7]



Gestione dei rifiuti

Durante il 2019 gli stabilimenti produttivi del Gruppo hanno generato 5.979 tonnellate di rifiuti, di cui il 97% di tipo non pericoloso e il restante 3% pericoloso. Del totale dei rifiuti prodotti, circa il 95% (96,9% dei rifiuti non pericolosi e 15,6% dei rifiuti pericolosi) è stato inviato ad attività di recupero quali: riuso, recupero, riciclo e compostaggio.

Fig. 41 – I rifiuti prodotti presso gli stabilimenti produttivi nel 2019, tonnellate



Per quanto riguarda i rifiuti non pericolosi prodotti nel 2019, la maggior parte è stata inviata ad attività di riciclo (61,7%) e di recupero (33,1%), tra cui anche recupero energetico. Per quanto riguarda i rifiuti pericolosi, invece, la maggior parte di essi è stata destinata in discarica (37,1%) o stoccata (46,4%).

Fig. 42 – Rifiuti pericolosi prodotti nel 2019 per tipologia di smaltimento, percentuale

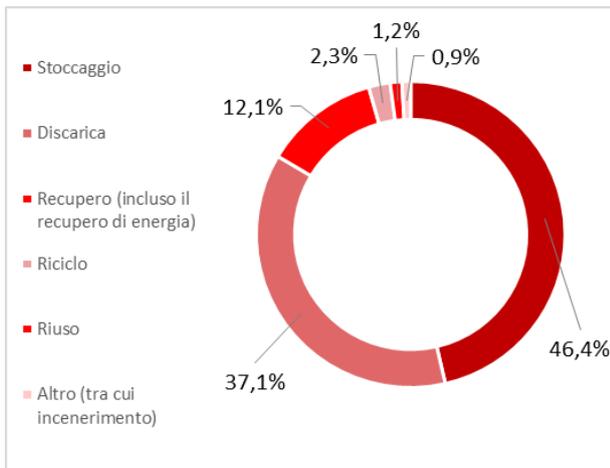
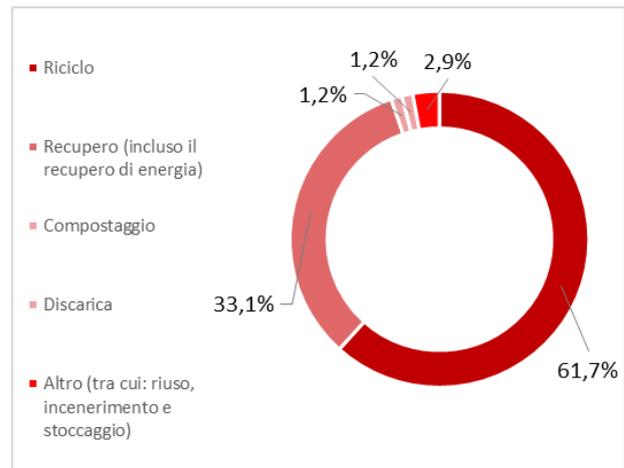


Fig. 43 – Rifiuti non pericolosi prodotti nel 2019 per tipologia di smaltimento, percentuale



5. Nota metodologica

I principi per definire i contenuti e la qualità del report

Il Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi intende rendicontare i temi rilevanti per il Gruppo e per i suoi principali stakeholder. È redatto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards", i più recenti e diffusi standard di rendicontazione non finanziaria definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "In accordance - Core" che prevede la rendicontazione di almeno un indicatore GRI per ogni tema rilevante. [\[GRI 102-54\]](#)

Il presente documento è stato redatto secondo i principi per la definizione dei contenuti del report suggeriti dal GRI:

- **Completezza:** le tematiche materiali trattate nel report sono ricoperte nella loro interezza e rappresentano gli aspetti ambientali, sociali ed economici più rilevanti per l'attività del Gruppo, permettendo in questo modo una valutazione completa delle performance dell'Azienda nell'anno di rendicontazione.
- **Contesto di sostenibilità:** le performance del Gruppo De' Longhi presentate in questo Report sono inserite nel più ampio contesto di sostenibilità del business dell'Azienda.
- **Inclusività degli stakeholder:** nel presente documento vengono riportati i portatori d'interesse del Gruppo e le modalità con le quali si è tenuto conto dei loro interessi nella definizione dei contenuti del report.
- **Materialità:** i temi rendicontati sono stati individuati sulla base della loro rilevanza per il business del Gruppo oltre che per i propri stakeholder.

Per assicurare la qualità delle informazioni riportate, nella redazione del report sono stati seguiti i principi di qualità del report come suggerito dal GRI.

- **Accuratezza:** il livello di dettaglio dei contenuti riportati nel Report risulta adeguato alla comprensione e valutazione delle performance di sostenibilità del Gruppo De' Longhi nel periodo di rendicontazione.
- **Affidabilità:** i dati presentati nel documento sono stati raccolti, elaborati e validati dai responsabili di ogni funzione con la collaborazione di una Società di consulenza. I dati economici risultano coerenti con quelli riportati nella relazione finanziaria annuale di Gruppo.
- **Chiarezza:** la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile e l'utilizzo di grafici e tabelle per rappresentare le performance del Gruppo rendono fruibile e di facile comprensione per i portatori di interesse il presente Report.
- **Comparabilità:** gli indicatori presentati nel Report sono riportati per il triennio 2017-2018-2019 e accompagnati da un commento relativo al loro andamento in modo tale da permettere il confronto e la comparabilità delle performance del Gruppo nel tempo.
- **Equilibrio:** i contenuti del presente documento riportano in maniera equilibrata le performance del Gruppo De' Longhi nel periodo di rendicontazione.
- **Tempestività:** il Report prende in considerazione eventi avvenuti successivamente al 31 dicembre 2019 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance del Gruppo da parte dei portatori di interesse. [\[GRI 102-46\]](#)

Accadimenti successivi al periodo di rendicontazione – Covid-19

Con riferimento alla diffusione in Italia e nel mondo dell'epidemia di Coronavirus (Covid-19), verificatasi durante i primi mesi del 2020, si segnala che il presente documento è stato redatto a cavallo di tale emergenza sanitaria e dell'incertezza macroeconomica da essa provocata, la quale peraltro risulta tuttora in costante evoluzione.

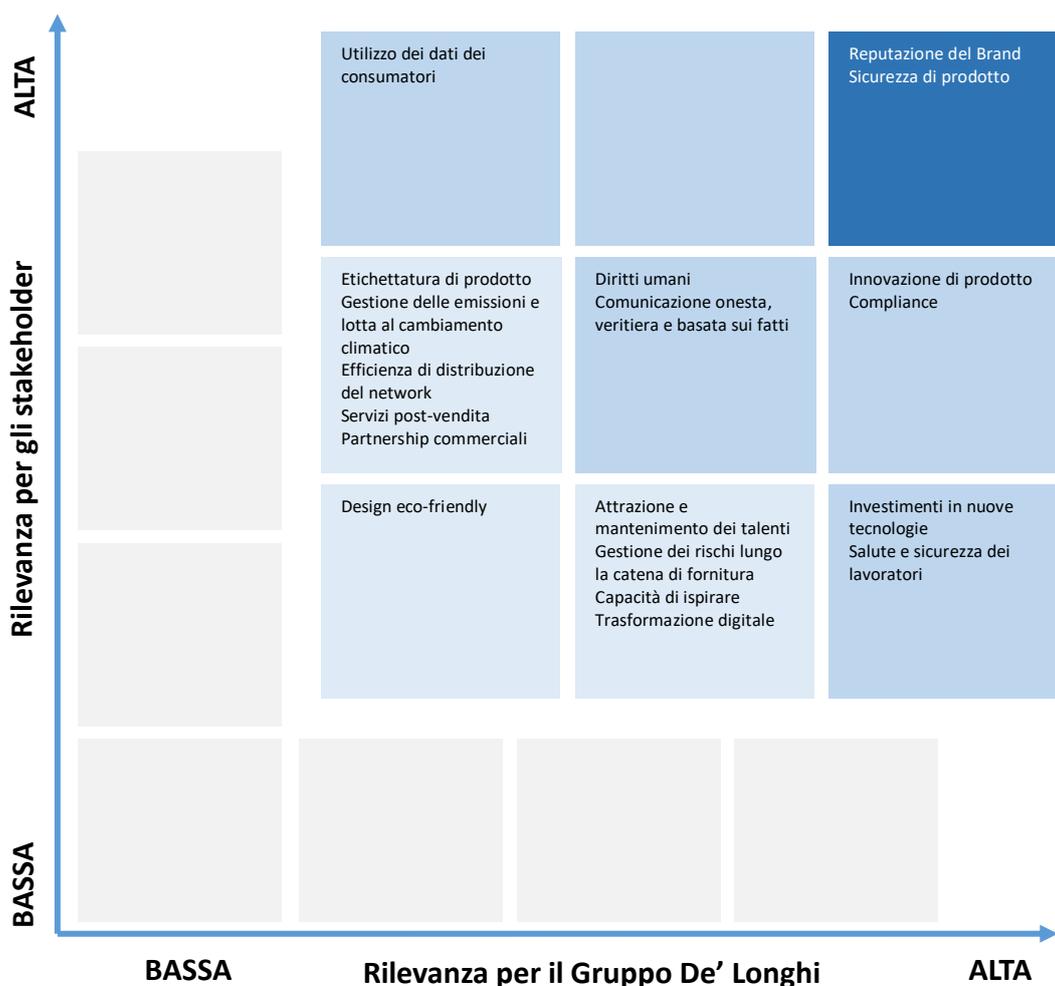
Il Gruppo, fin dall'inizio dell'emergenza, di fronte ad una situazione in continua evoluzione, ha posto in essere piani al fine di salvaguardare in primis la salute e sicurezza del personale e, contemporaneamente, si è attivato per accertare le possibili criticità nella produzione e commercializzazione dei propri prodotti relativamente alla loro disponibilità e alla supply chain per le forniture nei principali mercati.

Nei diversi capitoli del presente documento si fa cenno a tale situazione; le implicazioni per il Gruppo De' Longhi e per i propri stakeholder verranno poi trattate ed approfondite con eshaustività all'interno del Report di Sostenibilità che sarà redatto per l'anno 2020, una volta che il quadro economico a livello globale risulterà meglio definito.

I temi rilevanti: l'analisi di materialità

L'identificazione dei temi rilevanti è stata condotta a partire da un'analisi documentale delle principali aspettative e pressioni degli stakeholder del Gruppo individuate sulla base di una media analysis e un'analisi di benchmark delle principali aziende operanti nel settore. Nello specifico, sono stati maggiormente valorizzati quei temi che esprimono aspettative di stakeholder con un significativo grado di dipendenza nei confronti del Gruppo e con un'elevata capacità di influenzare le strategie aziendali. Le tematiche così identificate sono state, successivamente, valutate e integrate dal management aziendale in funzione delle priorità e degli obiettivi strategici.

Fig. 44 – I temi rilevanti per gli stakeholder e il Gruppo De' Longhi



In aggiunta alle tematiche materiali di cui sopra, all'interno del presente documento sono state rendicontate le seguenti tematiche: Comunità Locali, Riduzione dei rifiuti e Parità di genere. Queste, infatti, sono emerse come significative alla luce del percorso di pianificazione e strategia iniziato dal Gruppo De' Longhi negli anni.

Il perimetro di reporting

Il presente documento rappresenta la terza edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'esercizio 2019, come anche i trend di performance del triennio 2017–2019. La raccolta degli indicatori di performance e la periodicità di rendicontazione hanno una cadenza annuale.

Il perimetro di rendicontazione coincide con quello del Bilancio Consolidato, ovvero include le società consolidate integralmente per la reportistica finanziaria con riferimento alle *Continuing Operations*, se non diversamente specificato. L'anno di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente sezione è il 2019.

Eventuali eccezioni sono indicate nelle singole sezioni sottostanti della presente nota metodologica. [GRI 102-50, GRI 102-52]

In coerenza con il Bilancio Consolidato, i dati riportati sono stati aggregati nelle seguenti aree:

- Europa.
- APA (Asia, Pacific, Americhe).
- MEIA (Middle East, India e Africa).

Per ogni tema oggetto di rendicontazione si riporta la descrizione e il perimetro dell'impatto del tema lungo la catena di creazione del valore del Gruppo De' Longhi, esplicitando se interno o esterno.

Fig 45 – I temi rilevanti: perimetro [GRI 103-1]

Tema	GRI Disclosure	Perimetro		Limitazioni di rendicontazione sul perimetro	
		Interno	Esterno	Interno	Esterno
Compliance					
Comunicazione onesta, veritiera e basata sui fatti	Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Compliance	Anticorruzione, Comportamento anticoncorrenziale, Compliance ambientale, Compliance socioeconomica Privacy del cliente	Gruppo	-	-	-
Utilizzo dei dati dei consumatori	Privacy del cliente	Gruppo	Contact Center	-	-
Business					
Reputazione del Brand	Performance economica	Gruppo	-	-	-
Partnership commerciali	-	Gruppo	Partner	-	-
Servizi post vendita	-	Gruppo	Contact Center, Partner	-	-
Le persone del Gruppo De' Longhi					
Attrazione e mantenimento dei talenti	Formazione e istruzione,	Gruppo	-	-	-
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai Fornitori e ai Contact Center
I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni					
Sicurezza di prodotto	Salute e sicurezza dei consumatori	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Innovazione di prodotto	-	Gruppo	-	-	-
Investimenti in nuove tecnologie (di prodotto)	-	Gruppo	-	-	-
Etichettatura di prodotto	Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Trasformazione digitale	-	Gruppo	-	-	-
Capacità di ispirare	-	Gruppo	-	-	-
Design eco-friendly	-	Gruppo	-	-	-
La sostenibilità in tutte le fasi produttive					
Diritti umani	Non discriminazione, Libertà di associazione, Lavoro minorile, Lavoro forzato o obbligato	Gruppo	Fornitori	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori

Gestione dei rischi lungo la catena di fornitura	Valutazione dei fornitori su aspetti ambientali, Valutazione dei fornitori su aspetti sociali	Gruppo	Fornitori	-	-
Gestione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico	Energia Emissioni	Gruppo	Fornitori, Contact Center		Rendicontazione non estesa ai fornitori e ai Contact Center
Efficienza di distribuzione del network	-	Gruppo	Partner	-	-
Investimenti in nuove tecnologie (<i>di processo</i>)	-	Gruppo	-	-	-

La metodologia di calcolo

Si riportano nel seguito le indicazioni metodologiche per alcuni indicatori riportati all'interno del presente Report di Sostenibilità.

Le persone del Gruppo De' Longhi

Il calcolo del personale del Gruppo suddiviso per area geografica, genere e tipologia contrattuale è stato svolto rispetto ai dati ricevuti dai diversi uffici e filiali commerciali.

I dati relativi alla suddivisione del personale per qualifica, genere ed età, per l'anno 2017 non risultano disponibili con lo stesso dettaglio dei dati 2018-2019.

Formazione in ambito anticorruzione

Per quanto riguarda l'area APA sono state considerate le ore associate ai corsi di formazione per i nuovi assunti che includono anche aspetti di etica del business o di anticorruption.

Formazione erogata

I dati relativi alla formazione erogata per l'esercizio 2017 non sono disponibili per gli uffici con sede in Repubblica Ceca, USA, Scandinavia, Canada.

Gli indici infortunistici

Gli indici infortunistici sono stati calcolati come riportato di seguito:

- **l'indice di frequenza degli infortuni** è il rapporto fra numero totale di infortuni e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000 e sono esclusi dal calcolo del tasso di infortunio gli infortuni in itinere;
- **L'indice di frequenza delle malattie professionali** è il rapporto fra numero totale di malattie professionali accertate e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000;
- **l'indice di gravità** è il rapporto tra il numero totale di giornate di lavoro perse per infortunio e il numero totale di ore lavorabili, moltiplicato per 1.000;
- **le giornate di lavoro perse** rappresentano i giorni di calendario persi per infortunio a partire dal giorno seguente l'infortunio;
- **il tasso di assenteismo** il rapporto percentuale tra i giorni di assenza (per incapacità al lavoro) nel periodo di rendicontazione e il numero totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo;

Sono inclusi nel calcolo degli indici su tutto il triennio i soli dipendenti, mentre è escluso il personale in stage o assunto con contratto a progetto.

I consumi energetici

I fattori di conversione utilizzati per uniformare i consumi energetici provengono dalla tabella "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting – Fuel properties" del DEFRA, nell'ultima versione disponibile più recente.

Nel corso del triennio 2017 - 2019, presso gli stabilimenti del Gruppo sono stati prodotti rispettivamente 12,3, 5,5 e 6,5 GJ di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, poi ceduti alla rete nazionale. Si segnala che in relazione ai consumi di energia elettrica degli uffici di Campi Bisenzio durante l'anno 2018 è avvenuto un cambio di metodologia di misurazione.

Le emissioni di gas ad effetto serra

Le emissioni di gas serra sono state calcolate secondo i principi indicati negli standard internazionali ISO 14064-1. In particolare, si noti che l'unico gas serra considerato è stato l'anidride carbonica (CO₂). L'energia autoprodotta da fonti rinnovabili non è rientrata all'interno del calcolo di emissioni di gas a effetto serra in quanto considerate ad emissioni di gas serra nulle.

I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ sono stati determinati nel seguente modo:

Emissioni dirette (Scopo 1): le emissioni legate al consumo di gas naturale e diesel per il riscaldamento e alla benzina, diesel e GPL per la flotta aziendale sono state determinate utilizzando come fattori di emissione quelli riportati nella *Tabella dei parametri standard nazionali*, pubblicata dal Ministero Italiano per l'Ambiente, per gli anni 2017, 2018 e 2019.

Emissioni indirette (Scopo 2): le emissioni indirette corrispondono ai consumi di energia elettrica e ai consumi legati al teleriscaldamento. Le prime sono state calcolate secondo l'approccio *location based* e *market based*:

- Per il calcolo delle emissioni *location based* sono stati utilizzati i fattori, per ciascun Paese in cui il Gruppo opera, presenti nella *Tabella 49 - Principali indicatori socio-economici ed energetici* pubblicata da Terna nella sezione Confronti Internazionali, che hanno come fonte Enerdata. Tali fattori di emissione vengono aggiornati periodicamente; pertanto, sono stati utilizzati nella loro versione più recente (2017) per calcolare le emissioni indirette nel 2019, nella versione 2016 per quelle relative al 2018 e nella versione 2015 per quelle del 2017. Nel caso in cui un paese non fosse presente nella lista all'interno della Tabella di cui sopra, si è proceduto ad associargli il fattore di emissione del proprio continente. Nel caso di uffici riferiti a più paesi è stato utilizzato, in maniera conservativa, il fattore di emissione più alto tra quelli dei paesi rappresentati.

- Per il calcolo delle emissioni *market based* sono stati utilizzati, dove disponibili, i *residual mix* riportati nel documento "European Residual Mixes", pubblicato da ABI e disponibile per gli anni 2016-2018. Per America e Canada è stato utilizzato un residual mix medio per *NERC Region*, calcolato sulla base dei *residual mix* riportati all'interno del documento *Green-e Energy Residual Mix Emissions Rates* disponibile per gli anni 2017-2018. Per i paesi per i quali non è risultato disponibile alcun *residual mix* si è utilizzato, in maniera conservativa, il fattore di emissione *location based* riportato nella Tabella di Terna di cui sopra.

Le emissioni legate al teleriscaldamento sono state calcolate utilizzando i fattori di emissione riportati nelle tabelle del documento "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting" pubblicato dal *Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA)* disponibili per il triennio 2017-2018-2019.

Emissioni evitate legate alle attività di ottimizzazione del packaging: le emissioni di CO₂ evitate derivanti dall'attività di ottimizzazione del packaging sono legate alle iniziative avviate presso gli stabilimenti europei e cinesi. Nel primo caso, il calcolo delle emissioni di CO₂ evitate, è stato svolto stimando il numero di camion evitati e di conseguenza il numero di chilometri risparmiati e utilizzando il fattore di emissione relativo al trasporto via camion riportato nelle tabelle del Defra. Nel secondo caso, il calcolo è stato svolto stimando il peso complessivo trasportato prima e dopo l'applicazione dell'attività di ottimizzazione per una tratta media e utilizzando il fattore di emissione relativo al trasporto via nave riportato nelle tabelle del Defra.

Indicatori di qualità

Il **first time quality (FTQ) indicator** è il rapporto percentuale tra i prodotti che non hanno mostrato difettosità funzionali o estetiche sul totale della produzione dell'anno;

Il **service call rate (SCR)** è il rapporto percentuale tra le macchine riparate nel primo anno di garanzia e il totale dei prodotti venduti nell'anno. Tale indicatore viene calcolato trimestralmente su una base mobile di 12 mesi;

il **first time fix (FTF) indicator** è il rapporto percentuale tra i prodotti riparati che non hanno avuto necessità di nuovi interventi di assistenza nei sei mesi successivi e il totale dei prodotti riparati.

[GRI 102-53]

6. Allegati

Si riportano di seguito le tabelle di dettaglio relative agli indicatori, in conformità ai GRI Standards.

Le persone del Gruppo De' Longhi

GRI 102-8: Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori															
Dipendenti, per tipologia di contratto	Italia			Europa			APA			MEIA			Gruppo De' Longhi		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
<i>Tempo indeterminato</i>	1.469	1.551	1.577	3.203	3.270	3.084	2.692	2.712	2.551	67	62	61	7.431	7.595	7.273
<i>di cui donne</i>	554	602	611	1.781	1.860	1.767	1.225	1.270	1.209	27	23	25	3.587	3.755	3.612
<i>di cui uomini</i>	915	949	966	1.422	1.410	1.317	1.467	1.442	1.342	40	39	36	3.844	3.840	3.661
<i>Tempo determinato</i>	140	84	14	52	33	26	574	697	536	-	-	1	766	814	577
<i>di cui donne</i>	78	48	11	30	21	16	247	302	241	-	-	1	355	371	269
<i>di cui uomini</i>	62	36	3	22	12	10	327	395	295	-	-	-	411	443	308
Totale	1.609	1.635	1.591	3.255	3.303	3.110	3.266	3.409	3.087	67	62	62	8.197	8.409	7.850
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
<i>Full-time</i>	1.493	1.519	1.472	3.167	3.220	3.028	3.248	3.397	3.074	67	62	61	7.975	8.198	7.635
<i>di cui donne</i>	520	537	506	1.736	1.811	1.715	1.456	1.562	1.438	27	23	25	3.739	3.933	3.686
<i>di cui uomini</i>	973	982	966	1.431	1.409	1.313	1.792	1.835	1.636	40	39	36	4.236	4.265	3.949
<i>Part-time</i>	116	116	119	88	83	82	18	12	13	-	-	1	222	211	215
<i>di cui donne</i>	112	113	116	75	70	66	16	10	12	-	-	1	203	193	195
<i>di cui uomini</i>	4	3	3	13	13	16	2	2	1	-	-	-	19	18	20
Totale	1.609	1.635	1.591	3.255	3.303	3.110	3.266	3.409	3.087	67	62	62	8.197	8.409	7.850
Numero di dipendenti per genere															
Totale donne	632	650	622	1.811	1.881	1.781	1.472	1.572	1.450	27	23	26	3.942	4.126	3.879
Totale uomini	977	985	969	1.444	1.422	1.329	1.794	1.837	1.637	40	39	36	4.255	4.283	3.971

GRI 401-1 (a): Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato per genere e area geografica, 2019

AREA GEOGRAFICA	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
ITALIA	29	5%	66	7%	95	6%
EUROPA	372	21%	390	30%	762	25%
APA	831	69%	1.146	85%	1.977	77%
MEIA	7	28%	4	11%	11	44%
GRUPPO	1.239	34%	1.606	44%	2.845	39%

GRI 401-1 (b): Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati per genere e area geografica, 2019

AREA GEOGRAFICA	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
ITALIA	20	3%	49	5%	69	6%
EUROPA	465	26%	483	37%	948	31%
APA	892	74%	1.246	93%	2.138	84%
MEIA	5	20%	7	19%	12	20%
GRUPPO	1.382	38%	1.785	49%	3.167	44%

GRI 405-1: Composizione per età e genere degli organi di governo					
Composizione del CdA della Capogruppo		Unità di misura	Italia		
			2017	2018	2019
Uomini	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	1	1
	Oltre 50 anni	n	6	7	6
Totale uomini		n	7	8	7
Donne	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	3	2	1
	Oltre 50 anni	n	1	2	3
Totale donne		n	4	4	4
TOTALE		n	11	12	11

GRI 405-1: Composizione per età e genere dei dipendenti			
Composizione del personale – Dettaglio al 2019		Unità di misura	Gruppo De' Longhi
Manager			
Uomini	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	1,7%
	Oltre 50 anni	%	1,3%
Totale uomini		%	3,0%
Donne	Meno di 30 anni	%	0,1%
	Da 30 a 50 anni	%	0,7%
	Oltre 50 anni	%	0,2%
Totale donne		%	0,9%
TOTALE		%	3,9%
Impiegati			
Uomini	Meno di 30 anni	%	2,1%
	Da 30 a 50 anni	%	13,3%
	Oltre 50 anni	%	3,8%
Totale uomini		%	19,2%
Donne	Meno di 30 anni	%	2,6%
	Da 30 a 50 anni	%	10,8%
	Oltre 50 anni	%	2,3%
Totale donne		%	15,6%
TOTALE		%	34,9%
Operai			
Uomini	Meno di 30 anni	%	6,4%
	Da 30 a 50 anni	%	15,8%
	Oltre 50 anni	%	6,0%
Totale uomini		%	28,3%
Donne	Meno di 30 anni	%	5,7%
	Da 30 a 50 anni	%	21,9%
	Oltre 50 anni	%	5,3%
Totale donne		%	32,9%
TOTALE		%	61,2%

GRI 403-2 – Tipologia di infortunio, tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro.								
Infortuni e indici infortunistici		De Longhi Group						
		2017		2018		2019		
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
Infortuni	n.	67	31	59	31	42	22	
	<i>Di cui in itinere</i>	n.	4	7	5	5	5	10
Infortuni mortali	n.	-	-	-	-	-	-	
Indice di frequenza	-	6,3	2,8	5,3	2,9	3,8	1,4	
Tasso di malattia occupazionale	-	0,1	0,3	-	0,3	-	0,4	
Indice di gravità	-	0,17	0,05	0,18	0,08	0,08	0,06	
Tasso di assenteismo	%	1,6	2,5	2,3	3,9	1,7	3,7	

GRI 403-2 – Tipologia di infortunio, tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro.									
Infortuni e indici infortunistici		2019 – Dettaglio per area geografica							
		Italia		Europa		APA		MEIA	
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni	n.	12	7	12	8	18	7	-	-
	<i>Di cui in itinere</i>	n.	3	4	1	5	1	1	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza	-	5,3	3,1	4,7	1,0	3,0	1,3	-	-
Tasso di malattia occupazionale	-	-	2,1	-	0,3	-	-	-	-
Indice di gravità	-	0,15	0,16	0,08	0,03	0,06	0,07	-	-
Tasso di assenteismo	%	3,0	4,0	3,7	7,4	0,1	0,3	0,6	0,6

GRI 403-2 – Tipologia di infortunio, tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro.								
Infortuni e indici infortunistici dei contrattisti		Gruppo De' Longhi						
		2017		2018		2019		
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
Infortuni	n.	5	1	3	1	4	1	
	<i>Di cui in itinere</i>	n.	-	-	-	2	1	
Infortuni mortali	n.	-	-	-	-	-	-	
Indice di frequenza	-	2,0	0,4	0,9	0,3	0,6	-	

La riduzione degli impatti ambientali

GRI 302-1: Consumi energetici										
Consumi energetici	um	Siti produttivi			Uffici			Gruppo De' Longhi		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Consumi diretti da fonti non rinnovabili										
<i>Benzina</i>	<i>GJ</i>	2.385	2.801	3.017	14.392	14.664	9.605	16.776	17.465	12.623
<i>Gasolio</i>	<i>GJ</i>	6.121	6.885	6.170	23.598	23.374	22.847	29.719	30.259	29.112
<i>Gas naturale</i>	<i>GJ</i>	39.846	45.230	36.298	4.281	5.498	5.145	44.126	50.728	41.443
<i>GPL</i>	<i>GJ</i>	585	523	568	113	133	-	698	657	568
<i>Olio combustibile</i>	<i>GJ</i>	-	-	-	205	205	203	205	205	203
Totale	GJ	48.936	55.440	46.053	42.588	43.875	37.801	91.524	99.314	83.949
Consumi diretti da fonti rinnovabili										
<i>En. elettrica prodotta da rinnovabili e consumata</i>	<i>GJ</i>	3.811	3.709	3.548	45	37	39	3.856	3.746	3.587
Totale consumi diretti	GJ	52.747	59.148	49.601	42.633	43.911	37.840	95.381	103.060	87.536
Consumi indiretti										
<i>Energia elettrica</i>	<i>GJ</i>	218.114	245.173	232.701	29.087	29.082	31.206	247.202	274.256	263.887
<i>Teleriscaldamento</i>	<i>GJ</i>	-	-	-	3.698	2.718	2.359	3.698	2.718	2.359
<i>Raffrescamento</i>	<i>GJ</i>	-	-	-	554	398	-	554	398	-
Totale consumi indiretti	GJ	218.114	245.173	232.701	33.339	32.198	33.565	251.453	277.372	266.246
Consumi totali	GJ	270.862	304.322	282.301	75.972	76.110	71.405	346.834	380.431	353.782

GRI 305-1 e GRI 305-2: Emissioni dirette e indirette di gas serra (GHG) Scopo 1 e Scopo 2										
Emissioni [ton CO ₂]	Siti produttivi			Uffici			Gruppo De' Longhi			
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	
<i>Dirette</i>	2.891	3.276	2.743	3.054	3.127	2.689	5.944	6.403	5.439	
<i>Indirette – Location Based</i>	29.652	31.564	30.549	3.394	3.514	3.692	33.045	35.078	34.240	
<i>Indirette – Market Based</i>	32.833	36.057	33.852	4.301	4.322	4.616	37.134	40.379	38.465	
TOT (Dirette + Indirette – Location Based)	32.543	34.840	33.293	6.448	6.642	6.381	38.991	41.482	39.679	
TOT (Dirette + Indirette – Market Based)	35.724	39.333	36.596	7.355	7.449	7.305	43.079	46.783	43.905	

GRI 306-2: Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento										
Metodo di smaltimento	Rifiuti pericolosi [ton]				Rifiuti non pericolosi [ton]					
	2018	%	2019	%	2018	%	2019	%		
Riuso	27,0	15,2%	2,0	1,2%	60,0	0,9%	57,0	1,0%		
Recupero (incluso il recupero di energia)	95,3	53,8%	19,7	12,1%	2.265,4	32,3%	1.923,0	33,1%		
Incenerimento	1,3	0,7%	1,3	0,8%	21,0	0,3%	12,0	0,2%		
Riciclo	29,3	16,6%	3,7	2,3%	4.115,5	58,7%	3.588,4	61,7%		
Compostaggio	0	0,0%	0	0,0%	113,1	1,6%	69,0	1,2%		
Stoccaggio	14,8	8,4%	75,8	46,4%	14,1	0,2%	6,4	0,1%		
Discarica	0,2	0,1%	60,6	37,1%	280,8	4,0%	68,9	1,2%		
Altro	9,2	5,2%	0,2	0,1%	145,6	2,1%	91,4	1,6%		
Totale rifiuti prodotti	177,1	100%	163,3	100%	7.015,5	100%	5.816,2	100%		

7. GRI Content Index

[GRI 102-55]

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016				
Profilo dell'organizzazione				
102-1	Nome dell'organizzazione	1		
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	5, 27		
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	5		
102-4	Paesi nei quali opera l'organizzazione,	5		
102-5	Assetto proprietario e forma legale	8 – 9		
102-6	Mercati serviti	5		
102-7	Dimensione dell'organizzazione	5, 7, 15, 44		
102-8	Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori	18 – 20, 60		
102-9	Descrizione della <i>supply chain</i> (n. fornitori, volumi e mercati di approvvigionamento)	46 – 47		
102-10	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario e nella <i>supply chain</i> avvenuti nel periodo di rendicontazione	8, 44 – 45, 46		
102-11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	10, 27, 35 – 37		
102-12	Iniziative esterne			Nel corso dell'anno di rendicontazione, il Gruppo De' Longhi non ha partecipato o sottoscritto alcuna iniziativa promossa da stakeholder esterni
102-13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	6 – 7		
Strategia				
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	4		
Etica ed integrità				
102-16	<i>Mission</i> , valori, codici di condotta, principi rilevanti per le <i>performance</i> economiche, ambientali e sociali, sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	17, 6 – 12		
Governance				
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo. Comitati coinvolti nelle decisioni su tematiche economiche, ambientali e sociali	8 – 9, 13		
Stakeholder engagement				

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
102-40	Elenco di gruppi di <i>stakeholder</i> con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	6 – 7		
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	19		
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali <i>stakeholder</i> con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	6 – 7		
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i>	6 – 7		
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nella relazione	6 – 7		
Pratiche di reporting				
102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nella relazione sulla responsabilità sociale	56 – 57		
102-46	Definizione dei contenuti del Report e dei confini dei temi	55 – 58		
102-47	Elenco dei temi materiali	56		
102-48	Spiegazione degli effetti di qualunque modifica di informazioni inserite nelle relazioni precedenti e le motivazioni di tali modifiche		Nessuna modifica significativa rispetto al Report di Sostenibilità 2018	
102-49	Cambiamenti significativi di obiettivo e perimetro		Nessun cambiamento significativo rispetto al Report di Sostenibilità 2018	
102-50	Periodo a cui si riferisce la relazione sulla responsabilità sociale		Dal 1° gennaio 2019 al 31 dicembre 2019	
102-51	Data di pubblicazione della relazione sulla responsabilità sociale più recente		Agosto 2020	
102-52	Periodicità di rendicontazione		Annuale	
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sulla relazione sulla responsabilità sociale e i suoi contenuti		sustainability@delonghigroup.com	
102-54	Scelta dell'opzione " <i>in accordance</i> "	55		
102-55	Tabella esplicativa dei contenuti della relazione	64 – 71		
102-56	Politiche e pratiche di verifica esterna della relazione sulla responsabilità sociale		Il presente documento non è stato oggetto di attività di assurance	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
MATERIAL TOPICS			
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA			
PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6 – 7	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6 – 7	
GRI 201: Performance Economica 2016			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	7	
ANTICORRUZIONE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6 – 12	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6 – 12	
GRI 205: Anticorruzione 2016			
205-2	Comunicazione e formazione riguardo a politiche e procedure sull'anticorruzione	11 – 12	La rendicontazione non comprende la comunicazione e formazione rivolta ai membri degli enti di governo
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	12	
COMPORTEMENTO ANTI CONCORRENZIALE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6 – 12	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6 – 12	
GRI 206: Comportamento anti concorrenziale 2016			
206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	12	
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE			
ENERGIA			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	43, 48	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	43, 48	
GRI 302: Energia 2016			

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	49 – 50	
302-3	Intensità energetica	50	
EMISSIONI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	48 – 49	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	48 – 49	
GRI 305: Emissioni 2016			
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	51	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	51 – 52	
305-4	Intensità di emissione di gas ad effetto serra	52	
COMPLIANCE AMBIENTALE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	48 – 49	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	48 – 49	
GRI 307: Compliance ambientale 2016			
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	12	
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE			
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	24 – 25	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	24 – 25	
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2016			
403-2	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, suddivisi per area geografica e per genere	25	
FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	16 – 17, 22 – 23	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	16 – 17, 22 – 23	
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016			

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	22	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una regolare valutazione delle performance e una revisione dello sviluppo della propria carriera	23	
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	16 – 21	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	16 – 21	
GRI 405: Diversità e Pari opportunità 2016			
405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	8, 16	
NON DISCRIMINAZIONE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	16 – 17, 21, 22 – 23	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	16 – 17, 21, 22 – 23	
GRI 406: Non discriminazione 2016			
406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	20	
VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	46 – 47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	46 – 47	
GRI 412: Valutazione sui diritti umani 2016			
412-1	Attività che sono state valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani	46 – 47	
VALUTAZIONE DEI FORNITORI PER IMPATTI SOCIALI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	46 – 47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	46 – 47	
GRI 414: Valutazione dei fornitori per impatti sulla società 2016			
414 -1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	46 – 47	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	36	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	36	
GRI 416: Salute e Sicurezza dei consumatori 2016			
416-1	Valutazioni degli impatti dei prodotti e servizi su salute e sicurezza	36	
416-2	Casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	36	
MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	36 – 37	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	36 – 37	
GRI 417: Marketing ed Etichettatura dei prodotti 2016			
417-1	Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti	37	
417-2	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	37	
417-3	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	12	
PRIVACY DEL CLIENTE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	31 – 35	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	31 – 35	
GRI 418: Privacy del cliente 2016			
418-1	Reclami motivati relativi a perdita di dati del cliente	35	
NOT GRI DISCLOSURE			
CAPACITÀ DI ISPIRARE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	27 – 37	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	27 – 37	
PARTNERSHIP COMMERCIALI			

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	44 – 47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	44 – 47	
INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	27 - 28, 34, 38 - 39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	27 - 28, 34, 38 - 39	
	Investimenti in attività di ricerca e sviluppo	28	
INNOVAZIONE DI PRODOTTO			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	27 - 28, 34, 38 - 39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	27 - 28, 34, 38 - 39	
	Investimenti in attività di ricerca e sviluppo	28	
EFFICIENZA DI DISTRIBUZIONE DEL NETWORK			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	45	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	45	
SERVIZIO POST VENDITA			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	32 – 35	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	32 – 35	
	First time fix (FTF) indicator	34	
	Tempo medio di assistenza tecnica	34	
TRASFORMAZIONE DIGITALE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	57 – 58	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	27, 34, 38 – 39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	27, 34, 38 – 39	
DESIGN ECO-FRIENDLY			

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	<i>Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</i>	57 – 58	
103-2	<i>Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</i>	38 – 42	
103-3	<i>Valutazione sull'approccio di gestione</i>	38 – 42	



KENWOOD

BRAUN

Ariete