



Report di Sostenibilità

2020

DēLonghi Group

Indice



Ogni giorno, al vostro fianco	5
1. Il Gruppo De' Longhi	7
1.1. Chi siamo e dove operiamo	8
1.2. Garantire il valore della nostra impresa	11
1.3. La nostra strategia di sostenibilità	18
2. Le persone del Gruppo De' Longhi	21
2.1. Gli <i>Everyday Makers</i>	23
2.2. Supporto e crescita delle persone	29
2.3. Salute e la sicurezza sul lavoro	32
3. I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni	37
3.1. I più elevati standard di progettazione: stile, design, qualità e funzionalità	39
3.2. Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto	50
4. La sostenibilità in tutte le fasi produttive	55
4.1. I nostri impianti produttivi	57
4.2. La gestione responsabile della catena di fornitura	59
4.3. Ridurre la nostra impronta ambientale	61
5. Nota metodologica	69
6. Allegati	77
7. GRI Content Index	85



Ogni giorno, al vostro fianco

Cari tutti,
siamo giunti alla quarta edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi, un documento che vogliamo pubblicare ogni anno per raccontare il nostro impegno, le nostre ambizioni, la nostra realtà che si mette a servizio delle famiglie nelle case di tutto il mondo.

Il 2020 ha rappresentato un anno di sfide complesse causate dall'emergenza sanitaria globale, portando inevitabilmente a cambiare i nostri modelli e le nostre abitudini nella quotidianità.

In questo contesto, De' Longhi ha dimostrato di esserci sempre: vi accompagniamo col primo caffè della giornata, vi aiutiamo a creare momenti di condivisione nella preparazione dei pasti per tutta la famiglia e rendiamo più confortevole la vita nelle vostre case.

Il 2020 è stato per noi la riscoperta autentica della nostra Missione da oltre 40 anni: abitare le Case di tutto il mondo, stare accanto ad ogni famiglia, supportandola nella quotidianità. Forti di questa consapevolezza e delle nostre radici, come Gruppo abbiamo risposto prontamente all'emergenza, implementando fin da subito tutte le misure necessarie per garantire la massima sicurezza delle nostre Persone e la continuità delle attività. Siamo stati coraggiosi e resilienti, e i risultati di fine anno ne hanno dato la prova.

La nostra sfida continua nel 2021 con un rinnovato impegno in termini di approccio, strategia e governance. È infatti con l'intento di imprimere una nuova accelerazione al nostro percorso di sostenibilità che quest'ultima è stata inserita come vero e proprio *enabler* del nostro Medium Term Plan 2021-2023, ed è per questo che stiamo ripensando ai nostri progetti futuri per essere sempre più concreti, sempre più partecipi nella costruzione assieme di un futuro migliore.

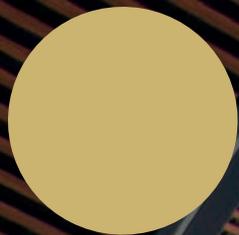
Vogliamo continuare così: ogni giorno, al vostro fianco, per offrirvi prodotti, emozioni ed esperienze autentiche da vivere e condividere.

[GRI 102-14]

Buona lettura,
Massimo Garavaglia







1



Il Gruppo
De' Longhi

1. Il Gruppo De' Longhi



1.1. Chi siamo e dove operiamo

Basato a Treviso (Italia) [GRI 102-3], dove ha sede il proprio quartier generale, il Gruppo De' Longhi è oggi presente in tutto il mondo attraverso numerose filiali commerciali dirette, un network di distributori, cinque stabilimenti produttivi e alcuni negozi.

Il primo elettrodomestico a marchio De' Longhi, un radiatore ad olio lanciato nel 1974, contribuì ad accrescere il successo del primo laboratorio, nel frattempo capace di ampliare costantemente la propria gamma di prodotti offerti e di affermarsi nel campo dei radiatori elettrici e dei condizionatori d'aria portatili. Negli anni a venire, le soluzioni del Gruppo sono diventate riconoscibili per innovazione ed efficienza, consentendo al *brand* di aumentare la propria notorietà e riconoscibilità, tanto da rendere il climatizzatore Pinguino una vera e propria icona.

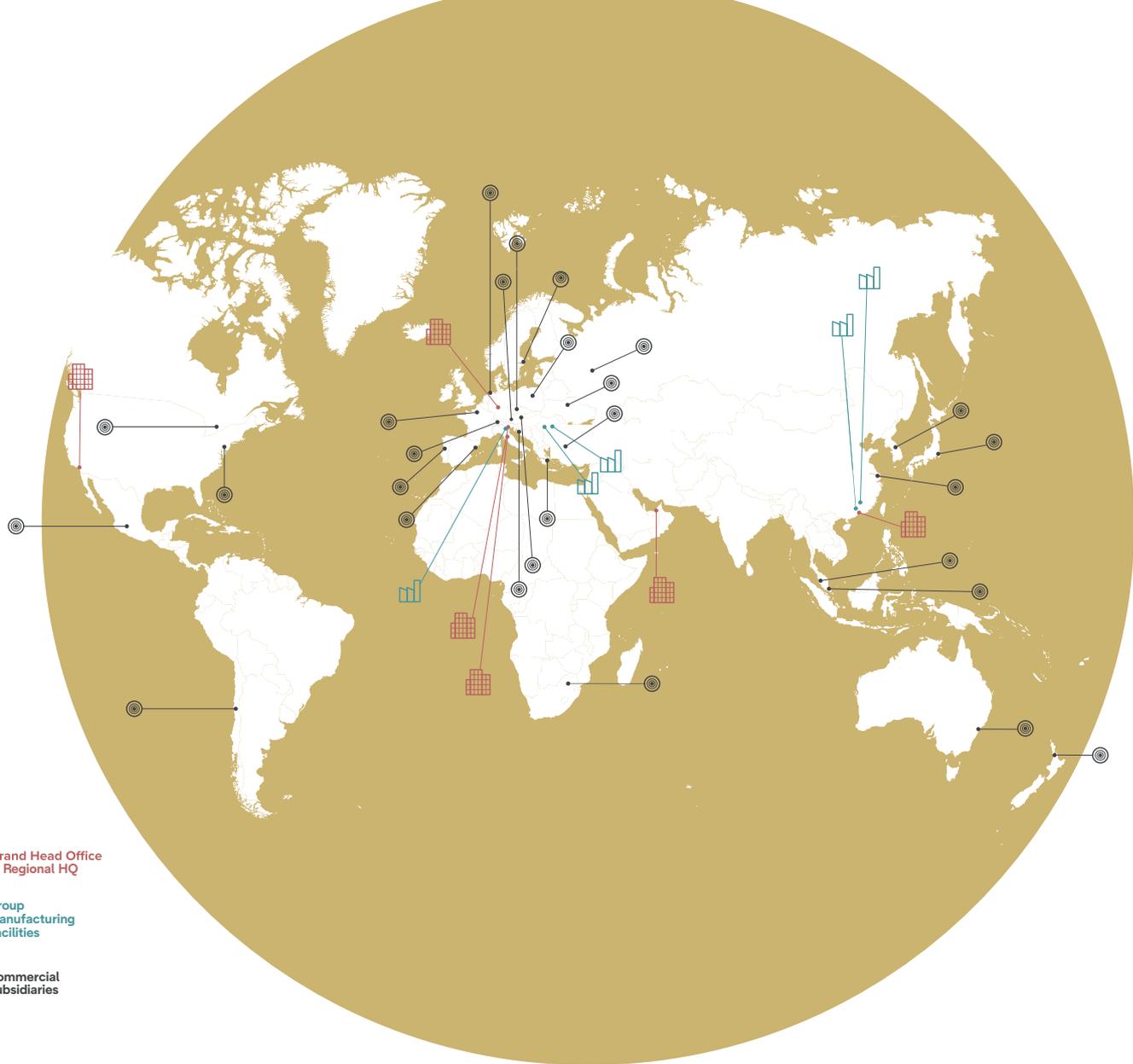
Dopo aver acquisito quattro *brand* internazionali nel corso degli anni (Kenwood, Ariete, Braun e, a fine 2020, Nutribullet), ad oggi il Gruppo commercializza piccoli elettrodomestici che offrono soluzioni per migliorare la vita di tutti i giorni nei segmenti della preparazione e della cottura dei cibi, del caffè, del *comfort* (climatizzazione e riscaldamento) e della cura della casa. La famiglia De' Longhi si è ulteriormente allargata nel 2020, grazie all'acquisizione del Gruppo americano Capital Brands Holdings Inc., *leader* mondiale nel segmento dei *personal blenders* con i marchi Nutribullet e Magic Bullet. Questo ulteriore passo permetterà al Gruppo di ampliare ancora la propria proposta e aumentare la propria presenza in un mercato strategico come quello statunitense.



FIG. 1

I nostri Brand e la presenza del Gruppo nel mondo¹

¹Le società del Gruppo Capital Brands, coerentemente con il perimetro della Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario (DNF) 2020, non sono state incluse in considerazione del fatto che l'acquisizione si è perfezionata alla fine dell'esercizio 2020.



 Brand Head Office & Regional HQ

 Group Manufacturing Facilities

 Commercial Subsidiaries

Il nostro 2020 focus COVID-19

Contraddistinto dalla diffusione della pandemia da COVID-19, il 2020 ha certamente rappresentato un anno imprevedibile, che ha sottoposto il mondo intero a scenari forse mai sperimentati prima d'ora. In un contesto globale di emergenza sanitaria e di instabilità economica (tuttora in corso), il Gruppo De' Longhi ha dimostrato di possedere un modello di *business* resiliente. La testimonianza tangibile di ciò è rappresentata principalmente da due aspetti: innanzitutto il ridotto numero di casi di positività al virus registrati tra il personale del Gruppo durante l'anno e, in secondo luogo, gli eccezionali risultati di produzione e vendita a livello mondiale.

Per fronteggiare l'emergenza, il Gruppo si è focalizzato dapprima sulla tutela della sicurezza delle persone e, contestualmente, sulla continuità delle attività. Gli ottimi risultati ottenuti in tal senso hanno dimostrato la flessibilità di una Società solida e capace di fare tesoro delle proprie esperienze: il fatto di avere una presenza globale ormai

consolidata nel tempo ha permesso all'azienda di sfruttare l'approccio adottato nei propri stabilimenti in Cina, Paese nel quale si sono verificati i primi casi di contagio, per reagire in maniera tempestiva in tutte le sue altre sedi, dove il Gruppo ha replicato con largo anticipo le misure preventive già adottate in Cina, anticipando in alcuni casi anche le disposizioni dei governi locali in termini di contenimento del virus.

A causa della natura delle attività svolte, per gli uffici e per gli stabilimenti produttivi sono stati adottati approcci differenti per ridurre al minimo la diffusione del virus. Innanzitutto, per l'intera popolazione aziendale è stata garantita la distribuzione di dispositivi di protezione individuale, l'installazione di distributori di gel igienizzante e la sanificazione degli ambienti lavorativi. Inoltre, per tutte quelle mansioni tipicamente impiegatizie, la cui presenza fisica in ufficio non risultava essenziale, è stata implementata una politica di lavoro da remoto. Negli

stabilimenti produttivi, dove tale politica non risultava chiaramente applicabile, sono state introdotte misure che consentissero di garantire sia la continuità lavorativa che il distanziamento sociale. Tra queste, un maggiore scaglionamento dei turni, l'installazione di pareti di plexiglass per dividere le postazioni lavorative e la chiusura delle mense e degli spogliatoi, luoghi identificati come a maggior rischio di contagio.

Parallelamente alla tutela della salute delle proprie persone, il Gruppo ha dovuto far fronte alle crescenti richieste di un mercato che, complici i *lockdown* imposti in molti Paesi di tutto il mondo, nel 2020 ha visto crescere a dismisura l'interesse nei prodotti per la cucina e per la cura della casa. Complessivamente, a livello globale non si sono registrate interruzioni significative delle attività: tale aspetto, unitamente alle disposizioni adottate negli stabilimenti produttivi, nei centri di assistenza e nei *contact center*, ha permesso al Gruppo di reagire efficacemente alle richieste, facendo addirittura registrare un aumento in doppia cifra dei ricavi e confermando ancora una volta la propria *leadership* nei principali mercati e segmenti in cui opera.

Alla luce di tutto ciò, il Gruppo a fine anno ha voluto premiare tutte le proprie Persone con un bonus straordinario, in riconoscimento dell'impegno e della dedizione dimostrati nel corso di mesi così impegnativi, sia sotto l'aspetto professionale che sotto quello personale. Il Gruppo, inoltre, ha dimostrato attenzione anche verso la comunità che lo circonda, donando 3,1 milioni di Euro per le iniziative di lotta contro il COVID-19: di questo importo, circa 2 milioni di Euro sono stati destinati a favore della Regione Veneto, a sostegno di tutte le sue attività e strutture impegnate in prima linea nella lotta al coronavirus, e circa 1 milione di Euro a favore dell'ospedale Ca' Foncello di Treviso.



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.

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, <i>performance</i> ambientali
Azionisti	Documenti societari /Assemblee societarie/ Eventi	<i>Performance</i> economica e patrimoniale-finanziaria, strategie di <i>business</i>
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, <i>Contact Centers</i> (canali voce, e-mail, chat e social), 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 <i>performance</i> , 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	<i>Performance</i> economica, nuovi prodotti/servizi/modelli organizzativi, iniziative specifiche a sfondo sociale
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 <i>E-commerce</i>	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

FIG. 2

I portatori di interesse del Gruppo De' Longhi

[GRI 102-40](#), [GRI 102-42](#), [GRI 102-43](#), [GRI 102-44](#)

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 2020 ammonta a circa 2.501,5 milioni di Euro. Il 93% di esso (pari a circa 2.315 milioni di Euro) è stato distribuito agli stakeholder secondo la seguente ripartizione: remunerazione dei fornitori di beni e servizi (1.730.007 migliaia di Euro), retribuzione dei dipendenti (292.513 migliaia di Euro), interessi ai fornitori di capitale (118.238 migliaia di Euro),

imposte alla pubblica amministrazione (88.519 migliaia di Euro) e liberalità a favore delle comunità (4.880 migliaia di Euro). A questi vanno aggiunti i dividendi agli azionisti, che nel 2020 ammontano a 80.822 migliaia di euro. Infine, il valore economico trattenuto nel 2020 ammonta a 186.551 migliaia di Euro.

FIG. 3
Il valore generato, migliaia di Euro
[GRI 201-1]

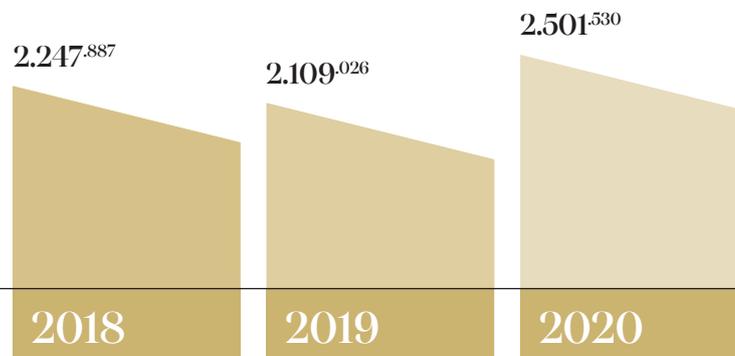
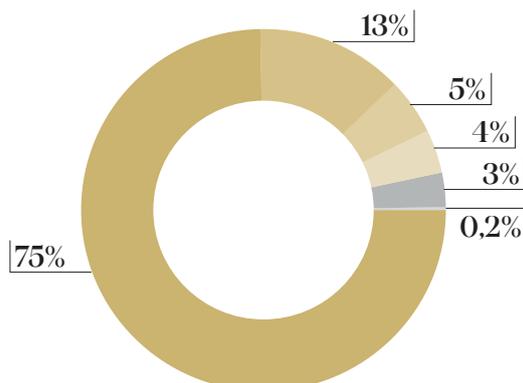


FIG. 4
Il valore distribuito, migliaia di Euro, 2020
[GRI 201-1]

- Costi operativi
- Valore distribuito ai dipendenti
- Valore distribuito ai fornitori di capitale
- Valore distribuito alla Pubblica Amministrazione
- Valore distribuito agli azionisti
- Valore distribuito alla comunità



Etica e sistema di governance

[GRI 103-3]

Il Gruppo aderisce al Codice di Autodisciplina delle società quotate, in conformità del quale è stato adottato il sistema di governance. Gli organi societari della Capogruppo De' Longhi S.p.A. sono: l'Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale. All'interno dell'organo amministrativo sono inoltre inclusi il Comitato Remunerazioni e Nomine e il Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità, il quale integra

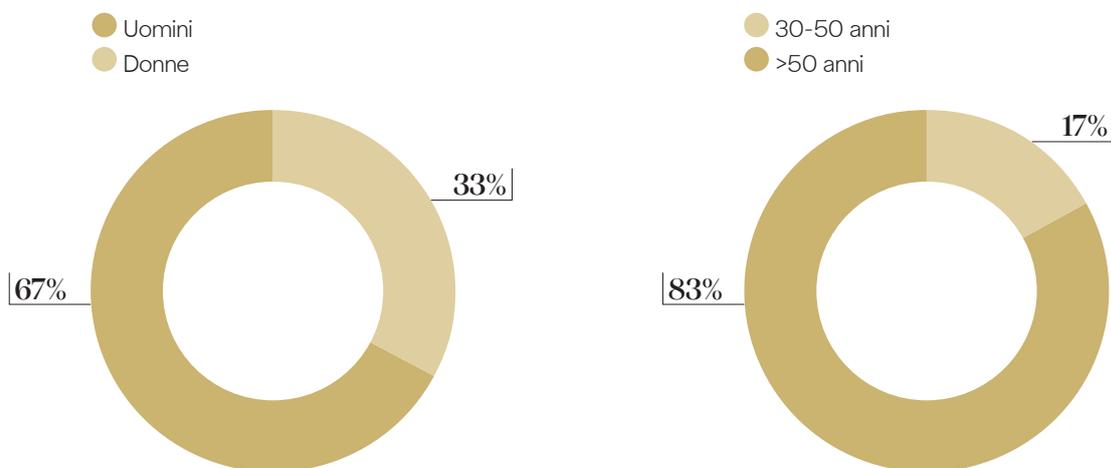
l'attività istruttoria anche nelle valutazioni e decisioni relative agli ambiti non finanziari.

Quest'ultimo Comitato, in collaborazione con il Consiglio di Amministrazione e con l'Ufficio Affari Legali e Societari, svolge le attività di monitoraggio e attuazione delle norme in tema di corporate governance. [GRI 102-18]

FIG. 5

Composizione del Consiglio di Amministrazione di De' Longhi S.p.A. nel 2020 per genere ed età

[GRI 405-1]



Nel 2020, il CdA del Gruppo De' Longhi è costituito da 8 uomini e 4 donne, per un totale di 12 membri, l'83% dei quali avente un'età superiore ai 50 anni. La composizione degli organi sociali, rinnovati dall'Assemblea del 30 aprile 2019, rispetta l'impegno del Gruppo di assicurare che il genere meno rappresentato, quello femminile, ottenga almeno un terzo (arrotondato per eccesso) dei componenti del Consiglio di Amministrazione e dei membri effettivi del Collegio Sindacale: tale impegno è peraltro riportato nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Societari per l'anno 2020.

Il documento attraverso il quale il Gruppo disciplina il comportamento delle proprie persone è il **Codice Etico** di Gruppo, aggiornato nel luglio 2018 e avente il compito di regolare tutte le relazioni intraprese dall'Azienda con soggetti terzi (come fornitori, clienti e la Pubblica Amministrazione), le quali devono necessariamente caratterizzarsi per trasparenza, correttezza, onestà, integrità, equità, professionalità e lealtà. [GRI 102-16] In conformità con quanto stabilito dal D. Lgs. 231/2001, presso tutte le società italiane del Gruppo De' Longhi è inoltre adottato il "**Modello di organizzazione, gestione e controllo**", aggiornato ed adeguato nel 2018 e i cui

corretti funzionamento ed osservanza vengono sorvegliati, in maniera indipendente, dall'Organismo di Vigilanza. Tale Modello prevede, tra le altre cose, 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 <https://www.delonghigroup.com/it/governance/whistleblowing>). Nel corso del 2020, la piattaforma di *whistleblowing* è stata finalizzata ed è diventata ufficialmente operativa, risultando a disposizione di ciascun dipendente, fornitore e cliente del Gruppo che ne volesse fare uso.

A differenza degli anni passati, quando parte della formazione riguardante il Codice Etico e il Modello 231 veniva erogata anche in presenza, nel corso del 2020 tale attività ha subito un rallentamento a causa dell'emergenza sanitaria, che non ha permesso lo svolgimento di lezioni in aula. Tuttavia, per tutti i nuovi assunti nel corso dell'anno sono state organizzate delle *induction*, nel corso delle quali venivano sottoposti anche documenti relativi a tali tematiche.

Oltre agli strumenti descritti, la Capogruppo dispone di una procedura per individuare le operazioni soggette a specifiche regole di istruzione e di approvazione con le parti correlate: attraverso di essa è possibile disciplinare le relazioni intrattenute tra queste ultime e il Gruppo stesso e presidiarne il relativo rischio, in conformità con i principi stabiliti dall'Autorità di Vigilanza con il Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010.

Con l'intento di uniformare le pratiche di governance tra tutte le società del Gruppo, dal 2018 sono state predisposte ed adottate le **"Corporate Governance Guidelines"**, delle linee guida che prevedono l'adozione del Codice Etico e che 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 invece 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).

Oltre al rispetto delle norme, della trasparenza e della *compliance*, il Gruppo ha la ferma intenzione di accertare che siano definiti ed implementati una serie di **modelli comportamentali** volti a minimizzare i rischi connessi ad eventuali eventi sanzionabili secondo le norme applicabili.



Gestione dei rischi e controllo interno

La funzione di *Internal Audit*, oltre ad occuparsi degli aspetti legati alla *compliance*, presidia insieme al Dirigente Preposto il sistema di Enterprise Risk Management (**ERM**), un modello implementato nel corso dei precedenti esercizi che consente al Gruppo di valutare e monitorare i rischi aziendali. A tal proposito, nel corso del 2020 sono state condotte diverse attività volte ad aggiornare la mappatura dei rischi, le quali hanno coinvolto sia la sede centrale che numerose filiali: in questo modo è stato possibile ottenere una panoramica dei rischi percepiti rispetto alle singole aree di competenza dei management locali e internazionali e, più in generale, del paese di operatività.

L'anno appena concluso ha visto inoltre la finalizzazione e la successiva fase di test della nuova piattaforma dinamica di **Risk Management**: progettata già nel 2019, essa ha come obiettivo quello di consentire a tutte le figure selezionate di identificare ed aggiornare in maniera autonoma e

tempestiva i possibili rischi cui sono sottoposte, così da garantire il massimo presidio e la necessaria divisione dei ruoli. Tale piattaforma, integrata con il sistema SAP *Success Factor*, è stata testata su una società pilota del Gruppo nella seconda metà del 2020: la fase di *roll-out* è avvenuta da remoto ed è stata preceduta da opportune sessioni di *e-learning*, servite a fornire un'adeguata formazione a tutte le figure coinvolte nella procedura di *assessment*. Il piano di *roll-out* vero e proprio comincerà all'inizio del 2021 ed avrà una durata prevista di circa 18 mesi: in questo arco temporale, dopo aver ricevuto opportuna formazione, verranno sottoposte alla procedura di valutazione dei rischi la sede centrale e, in successione, le singole filiali.

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

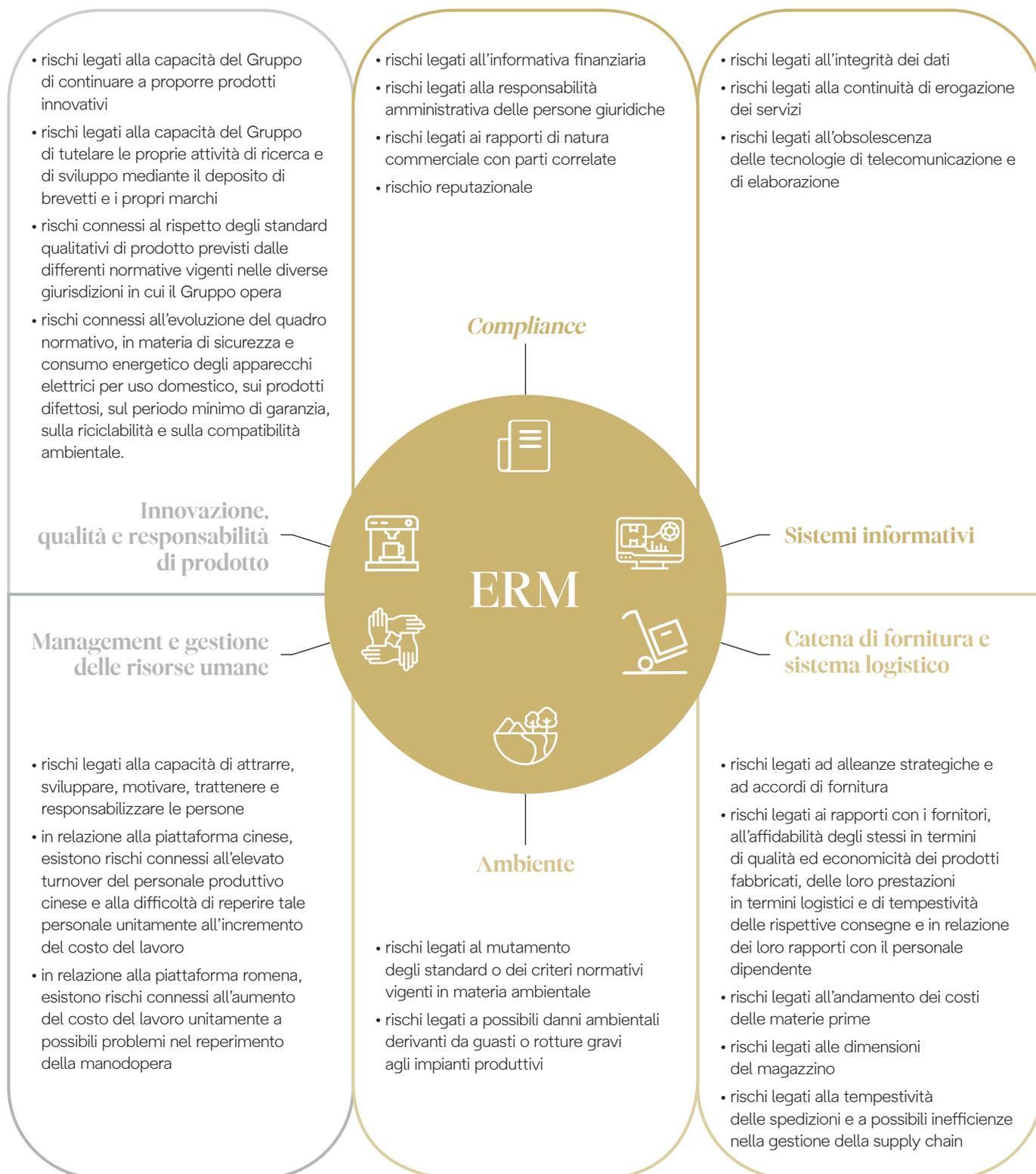


FIG. 6
I principali rischi connessi ai temi materiali

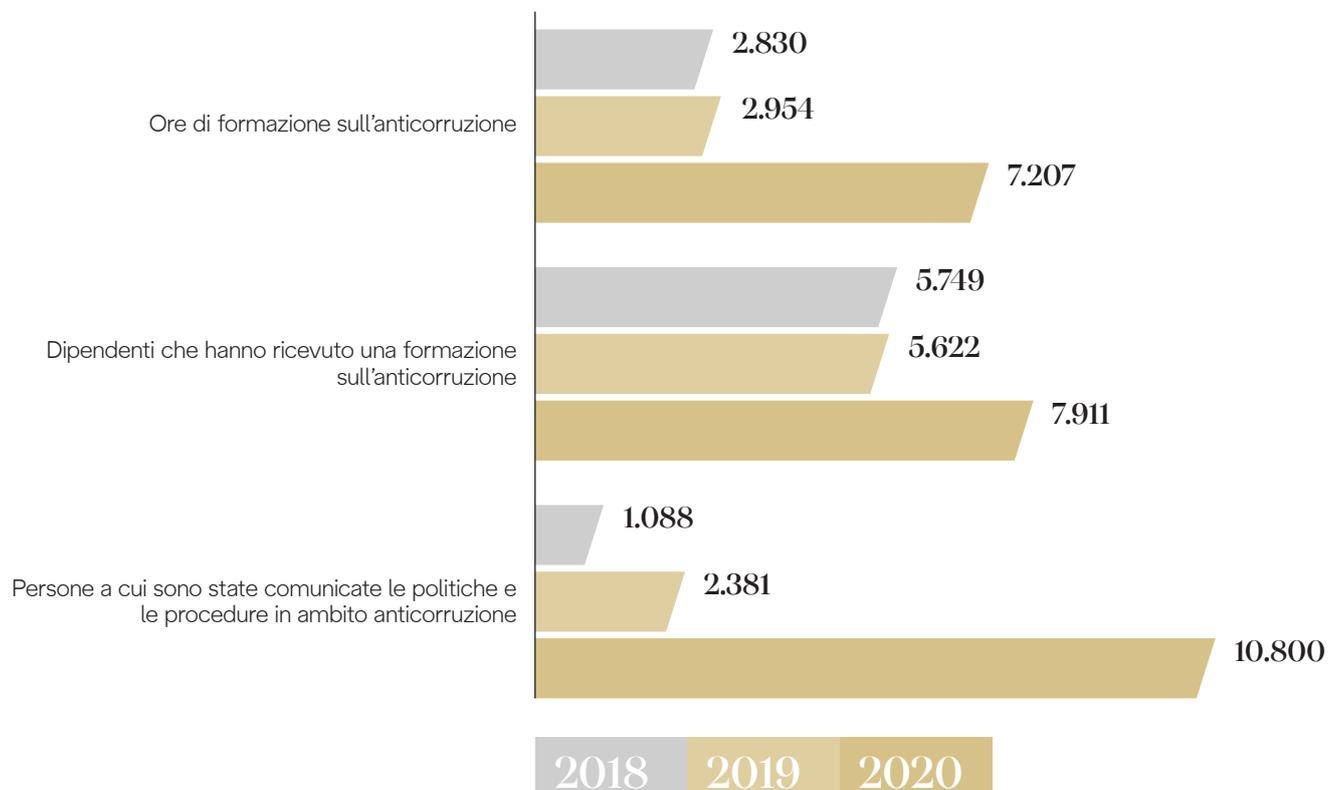
Tra le iniziative introdotte negli ultimi anni per ridurre al minimo l'eventualità di possibili frodi, le più significative riguardano lo sviluppo del programma antifrode e l'avvio di un progetto per verificare l'insorgere di possibili casi di abuso d'ufficio e di corruzione. La funzione *Internal Audit* inoltre, coadiuvata dal Dirigente Preposto, svolge ogni anno una serie di verifiche rispetto alle operazioni condotte dalle società del Gruppo: tra queste, si citano le attività di monitoraggio e di valutazione dell'ambiente di controllo, audit sui processi, sulle procedure contabili e di conformità alla Legge 262, relativa al processo di informazione finanziaria. Il piano di audit, attraverso un programma di verifiche concordato sia con l'Amministratore incaricato che con il Comitato Controllo e Rischi per la Corporate Governance, ha come obiettivo principale 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.



FIG. 7

La formazione in materia di anticorruzione

[GRI 205-2]



Nel 2020 sono stati formati specificatamente sui temi dell'anticorruzione 7.911 dipendenti, per un totale di ore di formazione erogate pari a 7.207, in sensibile aumento rispetto agli anni precedenti. Su tali temi, è stato formato il 100% degli operai del Gruppo², il 10% degli impiegati e l'11% dei dirigenti.

FIG. 8

Dipendenti formati sui temi dell'anticorruzione nel 2020 per categoria

[GRI 205-2]

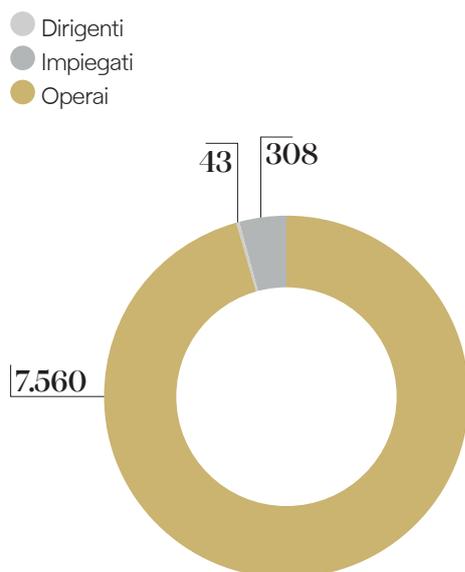
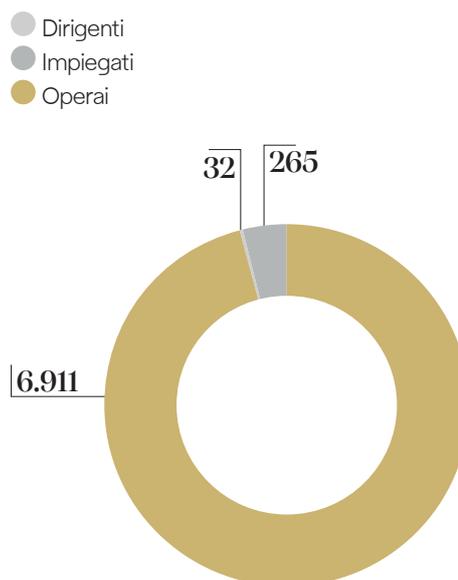


FIG. 9

Ore di formazione sui temi dell'anticorruzione erogate nel 2020 per categoria

[GRI 205-2]



Nel corso del triennio di rendicontazione (2018-20), non si sono registrati casi di non conformità rispetto alla legge in materia di corruzione [GRI 205-3], né è stata attivata alcuna azione legale per comportamenti anti-competitivi, antitrust e pratiche monopolistiche. [GRI 206-1]

Relativamente alla conformità legislativa in materia di marketing e comunicazione, si segnala che nel corso del 2020 non si è verificato alcun caso, a differenza di quanto capitato nel 2019, quando si sono registrati e risolti due casi che non hanno comportato sanzioni, ma solo un avviso. Anche nel 2018 si erano registrate e risolte

quattro contestazioni: in particolare, due segnalazioni erano correlate a domande di marchio e le restanti alla comunicazione promozionale. [GRI 417-3]

In merito a leggi e normative in materia ambientale, non si rilevano segnalazioni o sanzioni nel triennio 2018-20. [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. [GRI 415-1]

²Si rileva che il numero di operai formati sui temi dell'anticorruzione nel 2020 risulta essere superiore al numero di operai del Gruppo al 31 dicembre 2020 poiché la formazione viene erogata contestualmente all'ingresso in azienda, pertanto nel conteggio degli operai formati può anche figurare personale che ha cessato il proprio contratto lavorativo durante l'anno.

1.3. La nostra strategia di sostenibilità

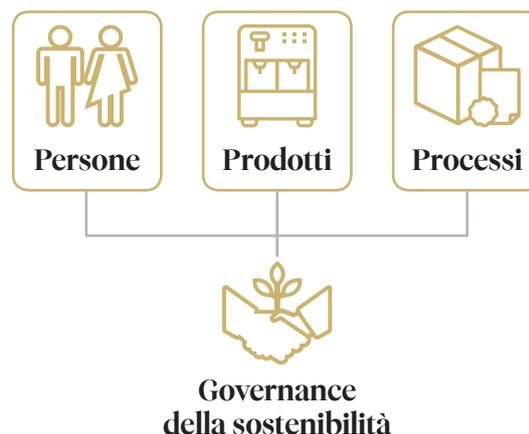
Il percorso di rendicontazione di sostenibilità del Gruppo De' Longhi, avviato nel 2017 con la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (DNF) e il Report di Sostenibilità e proseguito con l'attività di reportistica non finanziaria durante il precedente e il corrente esercizio, ha permesso 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.

A partire dal 2019 è stata strutturata la Governance di Sostenibilità del Gruppo che, a partire dal presidio a livello di CdA tramite il **Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità**, viene declinato strategicamente e operativamente dal **Sustainability Steering Committee** e i **Sustainability Ambassadors**.



La prima e fondamentale attività che ha visto protagonista la Governance è stata la definizione dei tre Pilastrì su cui il Gruppo ha strutturato la propria strategia di sostenibilità:



Comunicazione onesta, veritiera e basata sui fatti

In un contesto caratterizzato da un utilizzo della comunicazione per raggiungere un pubblico sempre più ampio, particolare attenzione è posta alla correttezza della comunicazione

Compliance

Il Gruppo pone alla base del suo agire il rispetto delle leggi e dei regolamenti dei mercati nei quali opera

Utilizzo dei dati dei consumatori

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

Reputazione del brand

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

Partnership commerciali

Il mantenimento e il 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

Servizi post vendita

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

capitolo 1

Persone



Salute e sicurezza dei lavoratori

La salute e la sicurezza dei lavoratori sono alla base della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti

Attrazione e mantenimento dei talenti

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

capitolo 2

Prodotti



Sicurezza del prodotto

La sicurezza dei prodotti, anche alimentare, rappresenta il requisito imprescindibile per garantire la fiducia dei consumatori verso i prodotti e i propri brands

Investimenti in nuove tecnologie (di prodotto)

Gli investimenti in nuove tecnologie sono alla base per una continua innovazione di prodotto

Design eco-friendly

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

Trasformazione digitale

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)

Innovazione di prodotto

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

Etichettatura di prodotto

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

Capacità di ispirare

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

capitolo 3

Processi



Diritti umani

La tutela di condizioni di lavoro rispettose dei diritti fondamentali dell'uomo è parte della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti e fornitori

Gestione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico

Il cambiamento climatico e le sue conseguenze comportano un'attenzione da parte delle aziende verso una gestione oculata e responsabile delle emissioni climalteranti

Investimenti in nuove tecnologie (di processo)

L'investimento in nuove tecnologie è alla base per l'innovazione e l'aumento della sostenibilità ed efficienza dei processi produttivi

Gestione dei rischi lungo la catena di fornitura

La prevenzione e gestione dei rischi legati alla catena di fornitura è una condizione necessaria per assicurare la continuità del business del Gruppo

Efficienza di distribuzione del network

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

capitolo 4

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

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





Le persone del Gruppo
De' Longhi

2. Le persone del Gruppo De' Longhi



Valuing our People, the Everyday makers

Siamo Everyday Makers, una community globale di più di 9.000 persone che ogni giorno dà il massimo per far vivere ai suoi consumatori momenti speciali e autentici.

Siamo artigiani dell'innovazione e lavoriamo insieme, condividendo gli stessi obiettivi, la stessa passione e voglia di fare la differenza. Abbiamo a cuore il benessere e la crescita delle nostre persone: accogliamo la loro voce con strumenti di ascolto attivo e incoraggiamo una nuova cultura dell'apprendimento basata sul "continuous learning".



Highlights 2020



9.378
dipendenti



52%
dipendenti donne



221.847
ore di formazione
+37% rispetto al 2019



2,5
indice di frequenza infortuni
-28% rispetto al 2019

2.1. Gli Everyday Makers

Le persone costituiscono uno dei tre pilastri su cui si basa la strategia di sostenibilità del Gruppo, da sempre attento a motivare i propri dipendenti, a valorizzarne i percorsi di crescita umana e professionale e ad attirare nuovi talenti. La cura e l'attenzione nella gestione dei rapporti tra le persone fanno parte della filosofia dell'Azienda, che si impegna nella promozione di un luogo di lavoro improntato a valori quali passione, collaborazione, rispetto e tradizione, e che incoraggia i dipendenti ad essere leali e corretti coi propri colleghi, facendo leva sul valore delle diversità.

La Direzione Risorse Umane e Organizzazione, coordinata dal *Chief Corporate Services Officer*, gestisce le risorse umane a livello di Gruppo, ed è organizzata in modo tale da articolare i ruoli gestionali in *macro-cluster* e potenziare le attività di *Talent Acquisition*, Formazione e Sviluppo delle Risorse Umane e Comunicazione interna. La funzione HR, che a livello locale opera con strutture dedicate, si occupa di numerosi aspetti: oltre a quelli già elencati, si citano la gestione amministrativa dei rapporti di lavoro e di quelli con le rappresentanze sindacali, nonché lo sviluppo di iniziative legate all'engagement del personale e al presidio delle tematiche di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

In particolare, la funzione di *Talent Acquisition and Employer Branding*, seppur introdotta già nel 2019, è diventata pienamente operativa nel 2020. Inseritasi in una più ampia strategia intrapresa da De' Longhi per accrescere la riconoscibilità del Gruppo a livello globale, oltre ad aver consentito di strutturare il processo di *recruiting* in maniera

più integrata, essa ha già lanciato due iniziative in ambito digitale: l'aggiornamento delle sezioni "People" e "Careers" del sito *web corporate*, ora più nutrite ed attrattive, e l'introduzione di una nuova pagina globale LinkedIn in sostituzione di quelle locali, per aumentare il coinvolgimento della propria community.

In tema di *Talent Development*, invece, nel 2020 è proseguito l'utilizzo dei diversi moduli del sistema gestionale *SuccessFactors* di SAP: attraverso la piattaforma PULSE di De' Longhi, che consente anche di gestire i processi di *compensation* e di *performance management*, i dipendenti possono accedere ad un catalogo formativo on-line e predisporre un piano di formazione personalizzato, con i corsi in e-learning che si sono rivelati particolarmente preziosi durante un anno in cui le attività di formazione in presenza hanno subito una significativa interruzione. [GRI 102-16, GRI 103-2, 103-3]

Nel 2020 sono stati inoltre condivisi i risultati della terza edizione dell'indagine aziendale "Your voice: to make a difference", uno strumento per monitorare il livello di motivazione e soddisfazione delle persone del Gruppo. Con un grado di adesione molto alto, rispetto all'edizione precedente l'indagine ha mostrato una leggera crescita nel livello di *engagement* complessivo, frutto del marcato miglioramento nelle aree "Giving Something Back", "My Team" e "Wellbeing", a testimonianza delle numerose iniziative attuate dal Gruppo in tali campi.

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.



Al 31 dicembre 2020 il Gruppo è composto da 9.378 dipendenti, in aumento del 19% rispetto all'organico del precedente esercizio: tra i diversi fattori responsabili di tale incremento, si evidenziano l'apertura del nuovo stabilimento produttivo di Salonta (Romania) e la regolare ripresa dei processi di *recruiting* avvenuta nella seconda metà dell'anno. Tuttavia, considerando il numero medio di dipendenti nel corso dell'anno, si segnala come la differenza rispetto al 2019 risulti meno significativa. Le donne del Gruppo De' Longhi rappresentano la maggioranza della popolazione aziendale (52%, in aumento rispetto al 49% del 2019), così come i dipendenti aventi un contratto a tempo indeterminato (92%), seppure in leggero calo rispetto all'anno precedente (93%).



Le persone del Gruppo De' Longhi

FIG. 11
Numero di dipendenti per area geografica

[GRI 102-8]

- Italia
- Europa

- APA
- MEIA

Totale 2018	8.409
Totale 2019	7.850
Totale 2020	9.378

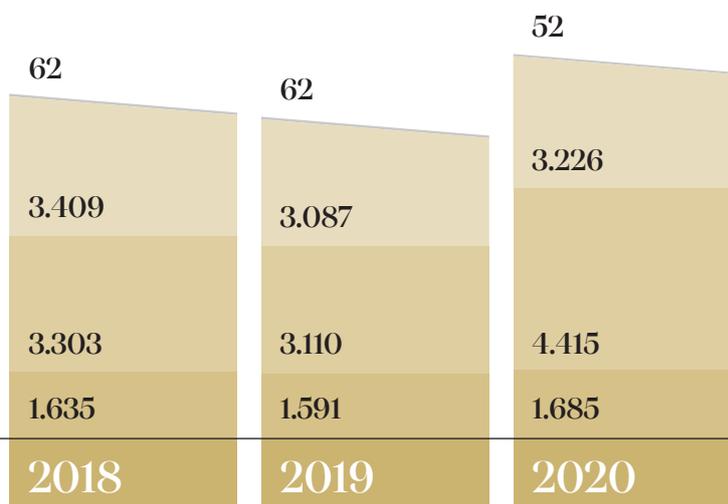


FIG. 12
Percentuale di dipendenti per genere, 2020

[GRI 102-8]

- Uomini
- Donne

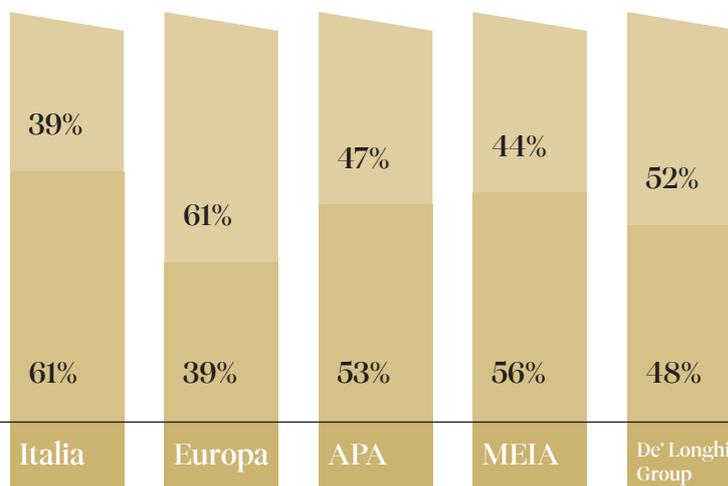


FIG. 13

Percentuale di dipendenti per tipo di contratto

[GRI 102-8]

- Indeterminato
- Determinato

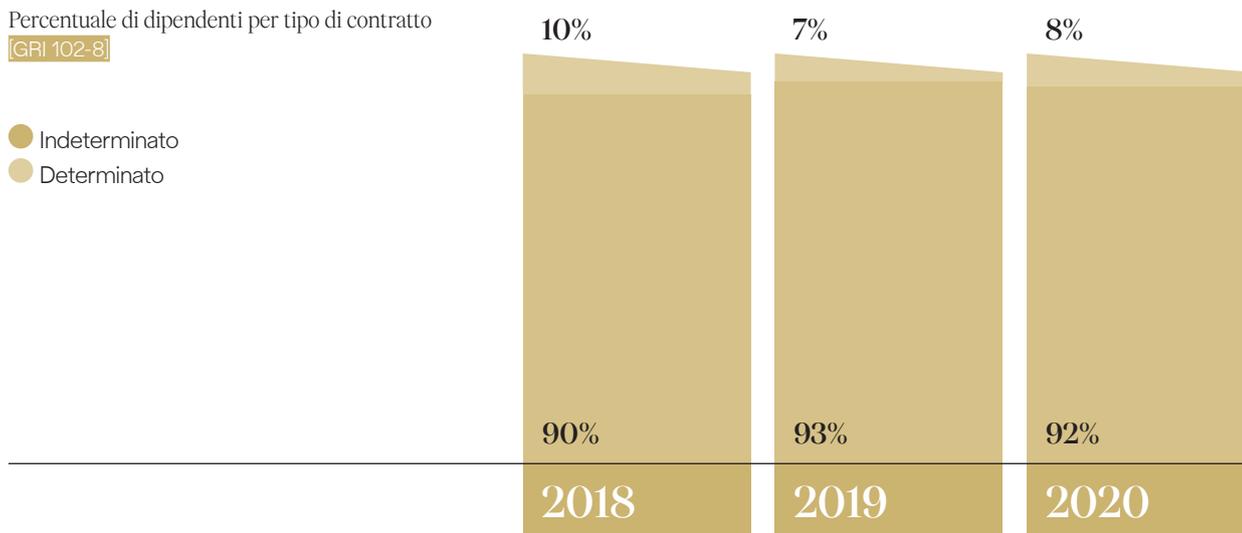
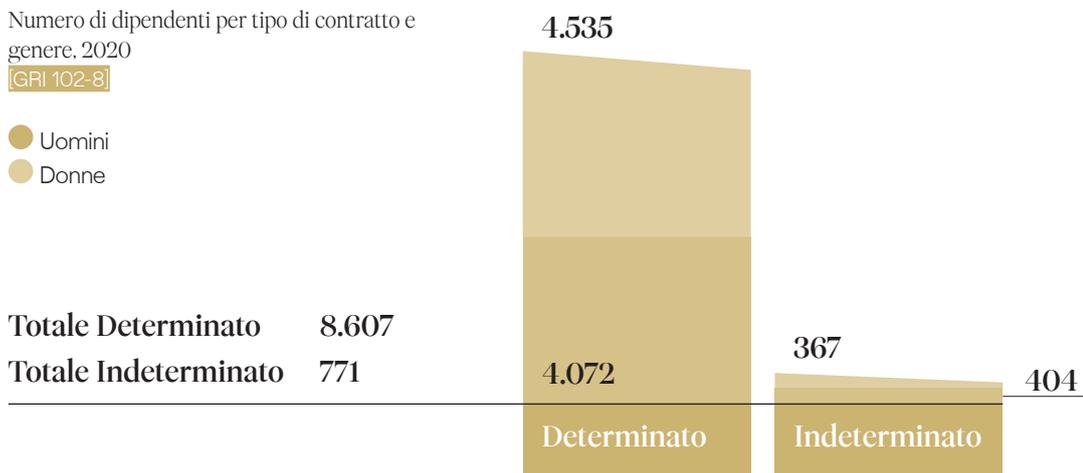


FIG. 14

Numero di dipendenti per tipo di contratto e genere, 2020

[GRI 102-8]

- Uomini
- Donne



I talenti di oggi e del futuro: gli “Onboardays” e i rapporti con le Università



Organizziamo gli *Onboardays*, un *format* di accoglienza ideato nel 2019 per rendere più interattivo il primo contatto dei neoassunti con il mondo De' Longhi: organizzati ogni sei mesi e dalla durata di due giorni, gli eventi stimolano fin da subito il senso di appartenenza al Gruppo e permettono ai partecipanti di conoscersi attraverso attività di *team-building*. Il successo riscosso dall'evento ha spinto De' Longhi a riproporre il format di accoglienza anche nel 2020, per la prima volta in formato completamente digitale, diluito nell'arco di una settimana, per garantire l'accoglienza a tutti anche durante la pandemia.

Allo stesso modo, manteniamo costantemente un occhio puntato sul futuro, uno dei motivi principali per cui ogni anno ci adoperiamo per mantenere i rapporti con le migliori Università italiane ed estere e svilupparne di nuovi. La

possibilità di attrarre nuovi talenti che escono dal mondo universitario è essenziale per De' Longhi, da sempre alla ricerca di profili specializzati da inserire nel percorso di crescita dell'Azienda. Per questo motivo, sebbene per ovvie ragioni le attività in collaborazione con le Università abbiano conosciuto un rallentamento nel 2020, sul finire dell'anno il Gruppo ha avviato delle *partnership* con l'Università Bocconi e con il Politecnico di Milano, due atenei caratterizzati da una forte vocazione internazionale: i due progetti, che vedranno la luce nel 2021, consentiranno tra le altre cose di interagire direttamente con gli studenti attraverso conferenze ed eventi dedicati, di sviluppare dei corsi di formazione da proporre internamente al Gruppo e di avviare sia programmi di *internship* che attività di ricerca, rendendo tali rapporti di collaborazione il più ampi possibile e non limitati al solo *recruiting* dei giovani.

FIG. 15

Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica e genere, percentuale, 2020

[GRI 405-1]

- Uomini
- Donne

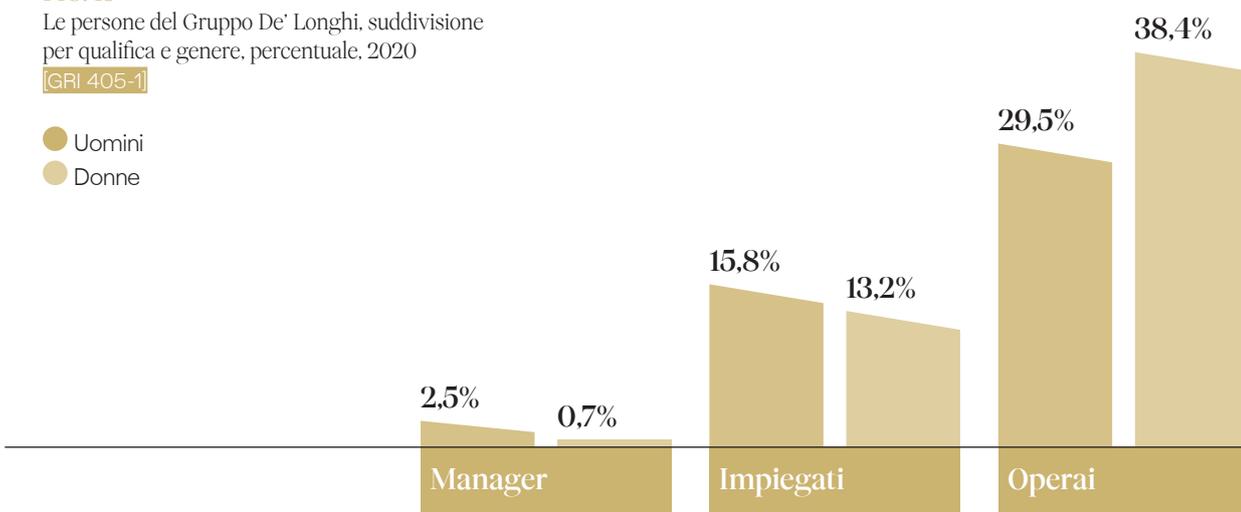
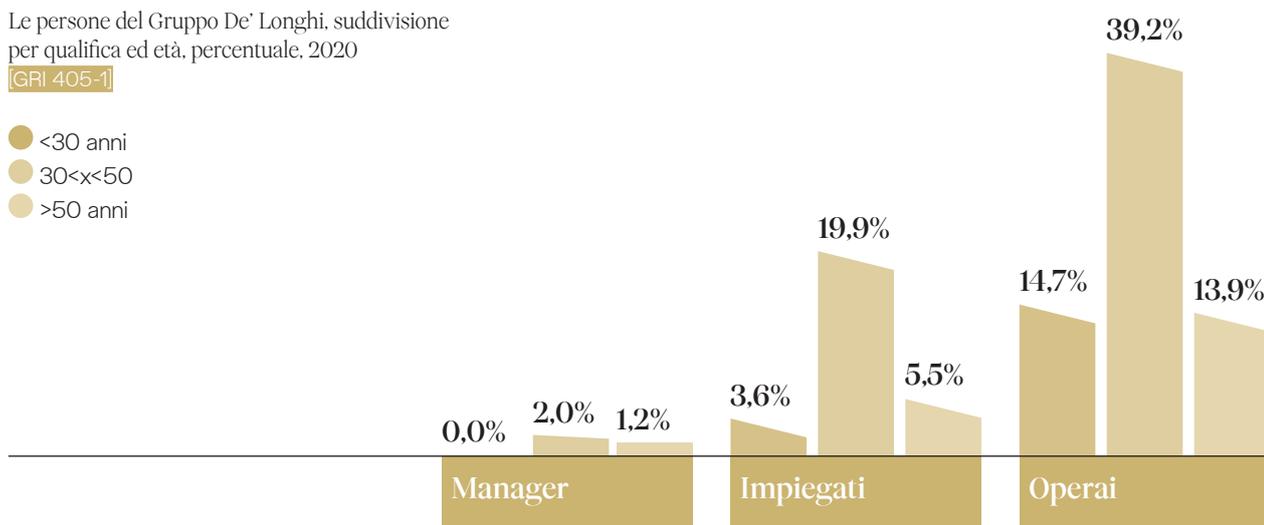


FIG. 16

Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica ed età, percentuale, 2020

[GRI 405-1]

- <30 anni
- 30<x<50
- >50 anni



Nel 2020, l'organico del Gruppo risulta costituito per il 67,8% da operai, per il 29% da impiegati e per il restante 3,2% da manager. La maggior parte della popolazione aziendale risulta avere un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (61%), mentre la quota di persone con un'età superiore ai 50 anni ammonta circa al 20,6% 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 e Croazia risultano coperti da **accordi collettivi di contrattazione**. Tali accordi coprono invece in misura differente i dipendenti dei seguenti paesi: Benelux (99%), Germania (per De' Longhi Braun Household, 82%) e Australia (12%). Per i restanti Paesi,

non è prevista una contrattazione collettiva obbligatoria e conseguentemente nessun dipendente risulta coperto. Per questo motivo, il 64% dei dipendenti del Gruppo De' Longhi è coperto da contrattazione collettiva. [GRI 102-41]

Nel 2020 il Gruppo De' Longhi ha registrato 4.567 assunzioni di dipendenti a tempo indeterminato e 3.233 cessazioni. Tradizionalmente, nell'area APA (Asia, Pacific, Americhe) si evidenziano tassi di assunzione e cessazione maggiormente elevati, da associare prevalentemente all'alto tasso di turnover che generalmente contraddistingue il mercato del lavoro nei paesi asiatici; tuttavia, il 2020 è stato caratterizzato anche dalle numerose assunzioni riconducibili all'apertura del nuovo stabilimento di Salonta.

FIG. 17

Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato

- Donne
- Uomini

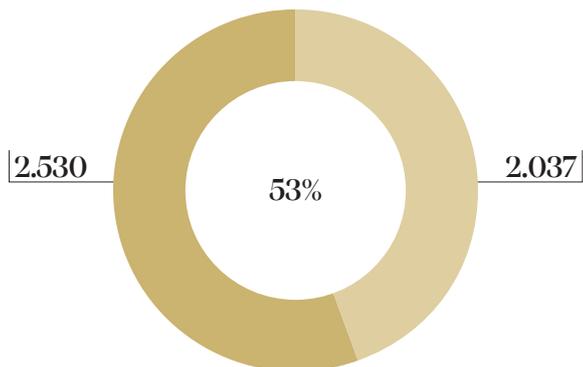
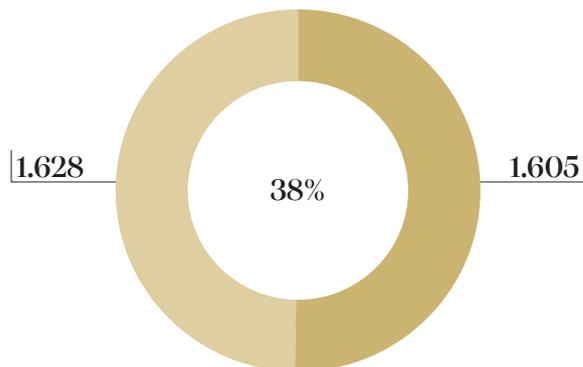


FIG. 18

Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati

- Donne
- Uomini



La tutela dei Diritti Umani delle proprie persone è da sempre un aspetto molto caro al Gruppo De' Longhi, le cui pratiche del lavoro (come quello minorile e il lavoro straordinario) vengono verificate anche in occasione degli audit svolti dai clienti. Proprio uno di questi audit ha fatto emergere, nel 2018, la presenza di un caso di lavoro minorile presso lo stabilimento di OnShiu, in Cina: il lavoratore, che in fase di assunzione aveva presentato dei documenti contraffatti,

è stato immediatamente allontanato. Da allora sono state messe in atto diverse iniziative e verifiche, in accordo anche con le autorità locali, per evitare il ripetersi di accadimenti simili: a conferma di ciò, sia nel 2019 che nel 2020 non si sono registrati casi di non *compliance* in ambito Diritti Umani all'interno del Gruppo. Inoltre, nel triennio di riferimento non sono state ricevute segnalazioni in merito a casi di discriminazione. [GRI 406-1]

L'impegno sociale nella lotta al COVID-19



Il Gruppo De' Longhi, che attraverso numerose iniziative e progetti è da sempre impegnato nel sostegno e nella valorizzazione delle comunità e dei territori in cui opera, non ha fatto mancare il proprio appoggio nemmeno durante i mesi segnati dall'emergenza sanitaria. Oltre alle donazioni alla Regione Veneto e all'ospedale Ca' Foncello di Treviso, in Italia il Gruppo ha attivato uno sportello di ascolto con l'intento di fornire supporto psicologico ai propri dipendenti, iniziativa che ha riscosso consensi e che è stata pertanto replicata successivamente anche in altre sedi fuori dai confini nazionali.

In Romania, i cui stabilimenti sono caratterizzati dalla produzione di macchine per il caffè, sono

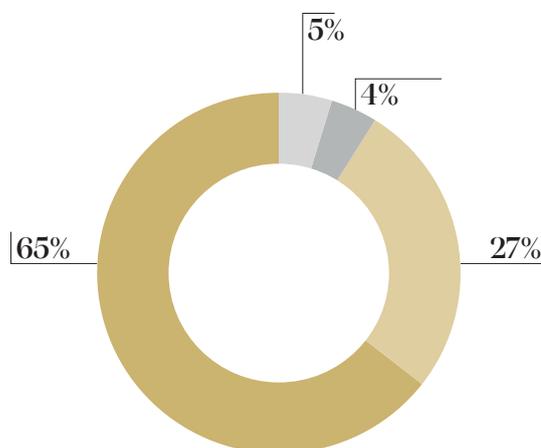
state donate delle macchine ad oltre 130 ospedali locali, come simbolo di vicinanza e sostegno ai medici e infermieri impegnati nella lotta contro il COVID-19. A Cluj, inoltre, tra i mesi di aprile e maggio sono state effettuate due donazioni all'ospedale cittadino finalizzate all'acquisto di generatori di corrente e di sistemi di ventilazione.

Complessivamente, nel 2020 il Gruppo De' Longhi ha distribuito alla comunità circa 4,9 milioni di Euro, in aumento di oltre il 150% rispetto al 2019 (circa 1,8 milioni di Euro). Di questi, oltre tre milioni sono stati devoluti per la lotta contro il COVID-19, mentre la restante parte è stata distribuita per iniziative legate al territorio, al mondo dello sport e a quello della ricerca.

FIG. 19

Il valore distribuito alla comunità, percentuale*

- Lotta contro il COVID-19
- Territorio
- Salute, ricerca e benessere
- Sport



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

2.2. Supporto e crescita delle persone

Tutte le persone del Gruppo vengono da sempre supportate nel loro sviluppo professionale, grazie anche a percorsi di formazione ad hoc che ne accrescono le competenze e ne valorizzano le carriere. Pur in un anno segnato dall'emergenza sanitaria, durante il quale i corsi in presenza non si sono potuti tenere per lunghi periodi, il 2020 ha conosciuto un incremento del 15% delle ore medie di formazione pro-capite (23,7) rispetto al 2019, per un totale di quasi 222 mila ore di formazione, in crescita di circa il 37% rispetto allo scorso anno. Tali risultati sono stati resi possibili dalla pronta riprogettazione in formato digitale dei corsi precedentemente tenuti in aula, erogati nel 2020 in modalità *e-learning*.

In questo contesto di continua crescita, da anni De' Longhi porta avanti un programma di sviluppo manageriale che coinvolge centinaia di manager a livello di Headquarter, di filiali estere e di stabilimenti produttivi: denominato inizialmente "*U-Connect*", il programma si è evoluto in una nuova fase più focalizzata sulla gestione dei *team*, assumendo il nome di "*WeMake*" e mantenendo la formula del laboratorio sperimentale che aveva caratterizzato già la prima fase del programma (per approfondimenti si veda il box "*WeMake – Shaping together our future*").

Nel 2020 è stato inoltre avviato un processo di restyling del modulo *learning* PULSE, che dal 2019 ha permesso ai dipendenti in Italia di accedere ad un catalogo on-line per aderire a diverse "pillole formative" (tra le quali i moduli



leadership, public speaking e project management), erogate in aula o in formato digitale. Tale processo di rinnovamento, che proseguirà per tutto il 2021, si propone di avvicinarsi ed essere più coerente all'identità del Gruppo e al nuovo sistema di *performance appraisal* attraverso il miglioramento dell'esperienza dell'utente e la definizione di un nuovo catalogo di contenuti.

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. Dal 2019

è applicata la nuova MBO Policy di Gruppo, che gestisce le retribuzioni variabili applicate ai dipendenti delle società del Gruppo con una forte propensione verso la *Group Identity*.



FIG. 20

La formazione per le persone, ore

[GRI 404-1]

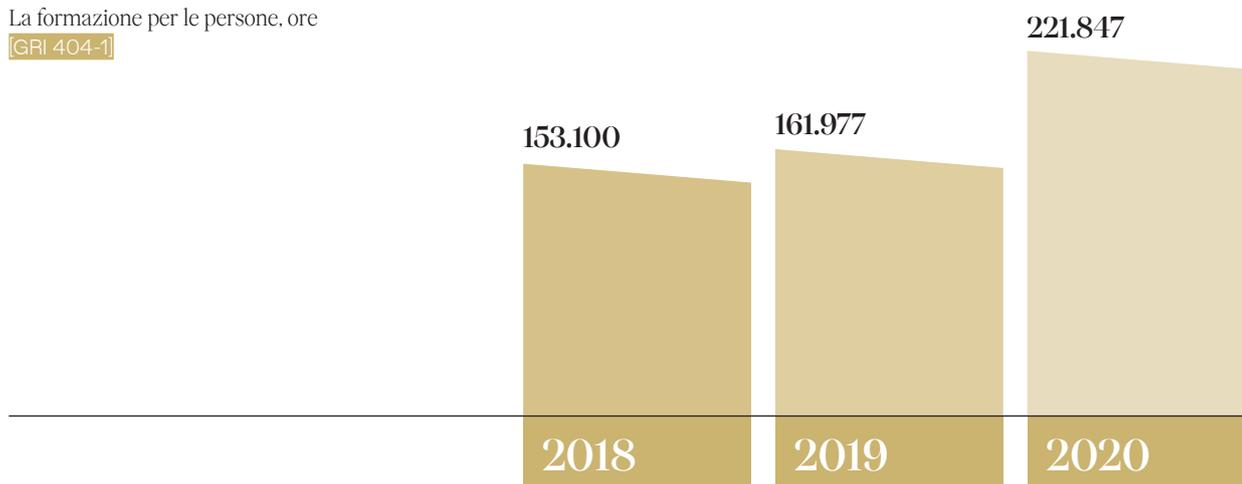


FIG. 21

La formazione per le persone 2020, ore medie per dipendente

[GRI 404-1]

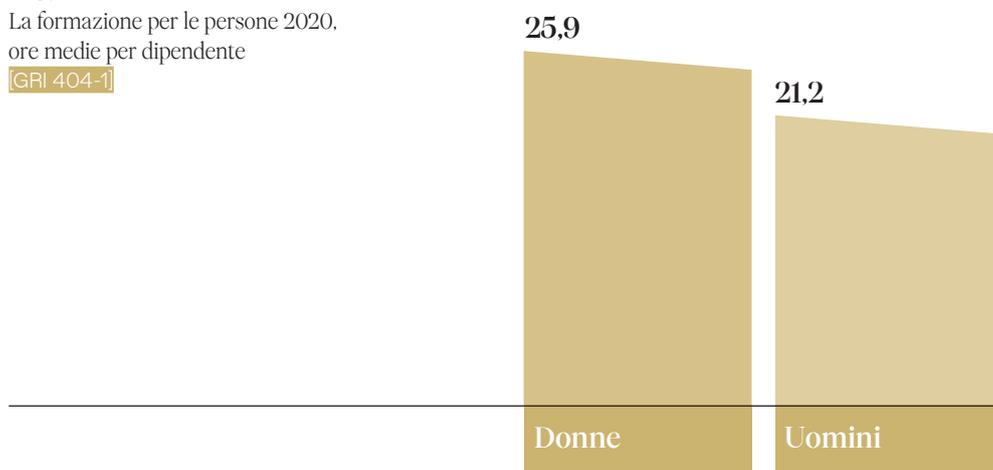
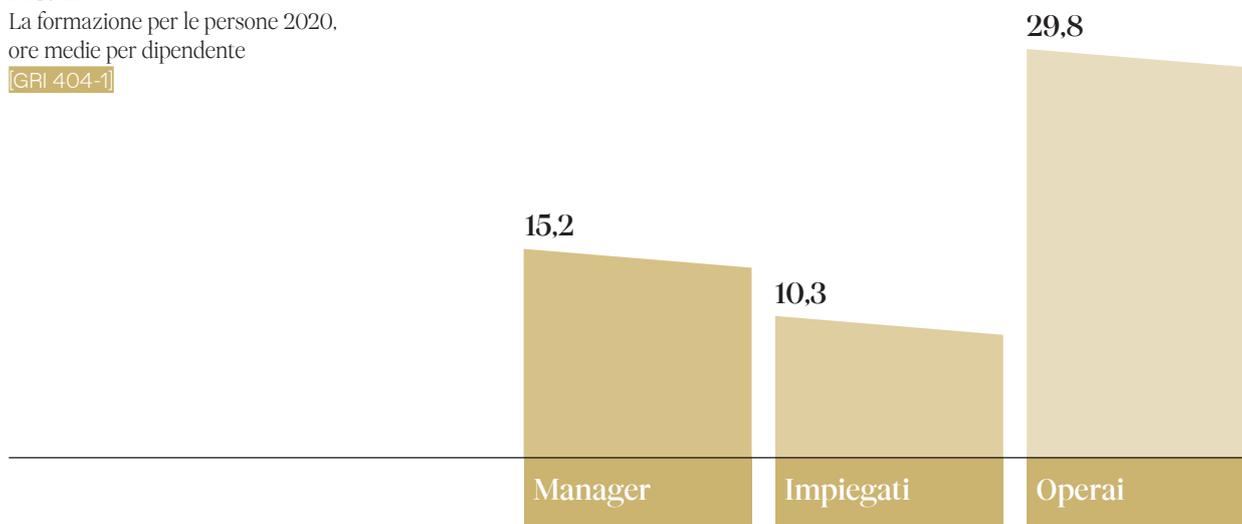


FIG. 22

La formazione per le persone 2020, ore medie per dipendente

[GRI 404-1]



Il sistema di **valutazione delle performance** (*performance appraisal*), attraverso cui il Gruppo si propone di assicurare la crescita e lo sviluppo professionale delle proprie persone, è stato ridisegnato nel corso del 2020 e diventerà pienamente operativo tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022, quando sarà gestito dalla piattaforma *SuccessFactors*. Il metodo di valutazione sarà pertanto rinnovato: esso garantirà *feedback* continui ed estesi per assicurare una valutazione il più completa possibile, incoraggerà la proattività e l'interazione tra dipendenti e, grazie al suo focus su abilità, punti di forza e ambizioni dei dipendenti, faciliterà la mobilità interna e la *job rotation*. Allo stesso tempo, così come nella sua versione precedente, consentirà di individuare i punti di forza e possibili aree di sviluppo di ciascuna persona del Gruppo, definendo un piano di miglioramento che, in fase conclusiva, prevede anche un colloquio tra il dipendente stesso e il suo superiore. [GRI 404-3]

FIG. 23
 Persone che hanno ricevuto una valutazione delle *performance* per genere nel 2020, numero
 [GRI 404-3]

- Uomini
- Donne

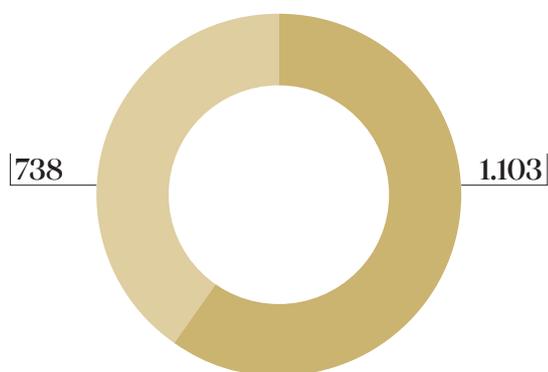
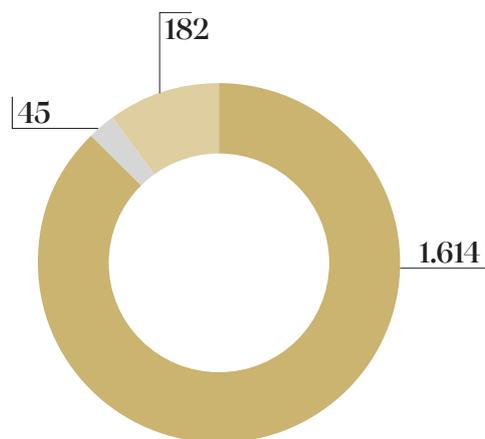


FIG. 24
 Persone che hanno ricevuto una valutazione delle *performance* per qualifica nel 2020, numero
 [GRI 404-3]

- Impiegati
- Manager
- Operai



WeMake Shaping together our future

Nel campo della formazione, un'ulteriore iniziativa che ha dovuto fronteggiare gli ostacoli posti dall'emergenza sanitaria è il programma *WeMake – Shaping together our future*, un percorso dedicato ai *manager* del Gruppo per supportarli nello sviluppo di competenze di *people management*. Proposto già nel 2019, il percorso è stato ridisegnato in formato digitale, cambiandone

i contenuti ed adattandoli alla nuova modalità di erogazione digitale. In questo modo si è riusciti a portare a compimento l'iniziativa anche nel 2020. I *feedback* ricevuti in questi mesi, raccolti dagli stabilimenti produttivi e dalle filiali del Gruppo in tutto il mondo, sono stati in alcuni casi fortemente positivi, e hanno dimostrato come la modalità virtuale di svolgimento dell'iniziativa sia stata complessivamente apprezzata.



2.3. Salute e la sicurezza sul lavoro

La funzione Risorse Umane è responsabile della tutela della salute e la sicurezza delle persone sul luogo di lavoro, tema di fondamentale importanza per il Gruppo De' Longhi: essa opera attraverso continue azioni di prevenzione e di miglioramento del benessere dei dipendenti, fondamentali in un anno segnato dalla diffusione della pandemia. Relativamente a tali tematiche, a supporto della funzione HR *corporate* operano a livello locale i referenti delegati, ovvero il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) per l'Italia e i responsabili dei singoli stabilimenti per la Cina e la Romania.

Oltre a rispettare le normative 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 che lavorano negli stabilimenti produttivi del Gruppo. In particolare, lo stabilimento italiano ha conseguito, attraverso specifici audit, la validazione UNI-INAIL.

Nell'ultimo anno, in continuità con gli esercizi precedenti e a causa delle esigenze imposte dalla pandemia, 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 e la risposta alla pandemia da COVID-19



Attraverso numerose azioni e progetti che coinvolgono sia gli uffici che gli stabilimenti produttivi, siamo costantemente impegnati nel miglioramento delle condizioni lavorative delle nostre persone, in modo tale da assicurare luoghi di lavoro sicuri, confortevoli ed idonei alle attività che vi si svolgono. Alcuni degli aspetti su cui ci siamo focalizzati anche nel 2020 riguardano l'ergonomia delle postazioni di lavoro (con l'introduzione di scrivanie di nuova concezione con piano elevabile) e la mitigazione dei principali rischi legati alla movimentazione manuale dei carichi, alla ripetitività dei movimenti e all'uso della forza: per far fronte a questi ultimi, sono proseguiti gli investimenti in macchinari che automatizzano alcuni processi lungo le linee produttive e permettono ai dipendenti di diminuire notevolmente l'impiego della forza.

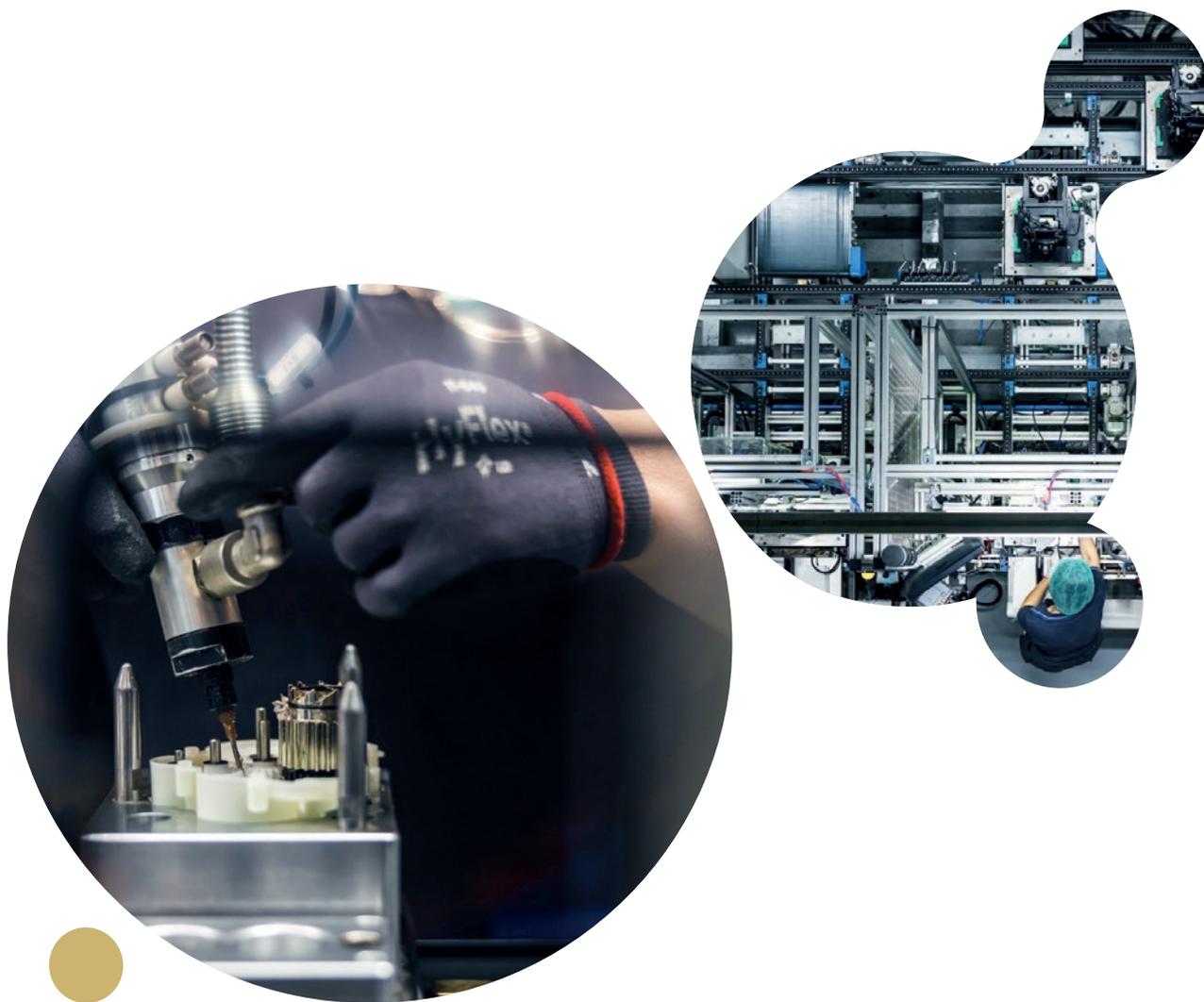
È innegabile tuttavia che nel corso del 2020 gli investimenti più rilevanti siano stati effettuati per adeguare gli ambienti lavorativi al nuovo ed inaspettato scenario, rappresentato dalla diffusione su scala globale del virus COVID-19. Grazie alla presenza in Cina, luogo in cui si sono verificati i primi casi di contagio nel mondo, abbiamo potuto sperimentare in anticipo rispetto ad altre realtà la convivenza con il virus e le misure necessarie a contrastarlo. Infatti, in virtù

dell'esperienza vissuta negli stabilimenti cinesi, abbiamo poi esteso le misure adottate anche nelle altre sedi: inizialmente, grazie alla collaborazione di personale interno, si è stabilito di consentire l'accesso ad uffici e stabilimenti solo dopo aver misurato la temperatura corporea all'ingresso; contemporaneamente, è stato disposto l'uso di guanti e mascherine ed è stata ridotta la capienza di tutte le sale riunioni, nel frattempo attrezzate con distributori di gel disinfettante. Successivamente, per ridurre ulteriormente la possibilità di contagio tra i dipendenti, si è deciso di implementare una politica di lavoro da remoto per tutte le funzioni impiegate per cui risultasse praticabile: in questo modo è stato possibile garantire la continuità di esercizio anche una volta introdotto il lockdown nazionale di inizio marzo. Lo stabilimento produttivo di Mignagola, al contrario, ha dovuto sospendere per alcune settimane le proprie attività, non rientrando tra quelle ritenute essenziali e quindi dispensate dallo stop alla produzione. Durante questo periodo, il Gruppo ha provveduto ad implementare tutte le misure di sicurezza necessarie in vista della ripresa delle attività: per ciascuna linea di montaggio sono stati installati divisori in plexiglass tra le postazioni lavorative, è stata disposta la chiusura delle mense (compensata dall'erogazione di buoni

pasto) e sono stati forniti i necessari DPI a tutti gli operai, i cui turni di lavoro, previo accordi con i sindacati, sono stati diluiti nell'arco dell'intera giornata così da consentire una copresenza del 50% del personale a parità di volumi produttivi, riducendo drasticamente il rischio di eventuali assembramenti. Tra le ulteriori misure adottate per uffici e stabilimenti, oltre all'incremento delle operazioni di sanificazione degli ambienti, si citano l'installazione di termoscanner ai tornelli per la rilevazione automatica della temperatura corporea e l'acquisto di macchine per l'esecuzione di tamponi rapidi, che hanno permesso di valutare velocemente eventuali sospetti di contagio. La bontà e il successo delle misure implementate sono dimostrati dal fatto che durante tutto l'anno non si siano riscontrati significativi casi di trasmissione del contagio tra colleghi negli

ambienti di lavoro, ad eccezione di un paio di situazioni, con un numero limitato di trasmissioni, in Francia e Romania.

Infine, il Gruppo ha realizzato l'iniziativa globale "*Stay safe, stay active, stay together*": nata dall'esigenza di far sentire la vicinanza del Gruppo alle proprie persone in un momento di isolamento e potenziale solitudine dovuti ai periodi di *lockdown* e successivamente di lavoro da casa, l'iniziativa, particolarmente apprezzata dai dipendenti, ha consentito all'azienda di aprire un ulteriore canale di comunicazione con tutti loro, tenendoli costantemente aggiornati, condividendo *best practices* ed offrendo opportunità di formazione ed apprendimento continuo legati sia al contesto lavorativo che alla sfera della vita privata.



Nel corso del 2020, il numero di infortuni occorsi ai dipendenti del Gruppo (50) risulta in calo del 21% rispetto a quelli registrati nel 2019 (63). Anche l'indice di frequenza degli infortuni risulta in diminuzione nel 2020, questa volta di circa il 28%, con un valore pari a 2,5 rispetto al 3,45 registrato nel 2019: tale dato indica come, a parità di ore lavorate, sia minore il rischio di incorrere in un infortunio. Il numero di malattie professionali confermate nel 2020 (4)

risulta in lieve aumento rispetto a quanto accaduto nei due anni precedenti (erano state 3 sia nel 2018 che nel 2019): il loro indice di frequenza, pari a 0,2, risulta pertanto leggermente superiore nel 2020 (0,16 nel 2018 e nel 2019). Per maggiori informazioni riguardo alla metodologia di calcolo degli indici infortunistici si rimanda alla Nota Metodologica.

FIG. 25
Indice di frequenza infortuni
[GRI 403-9]

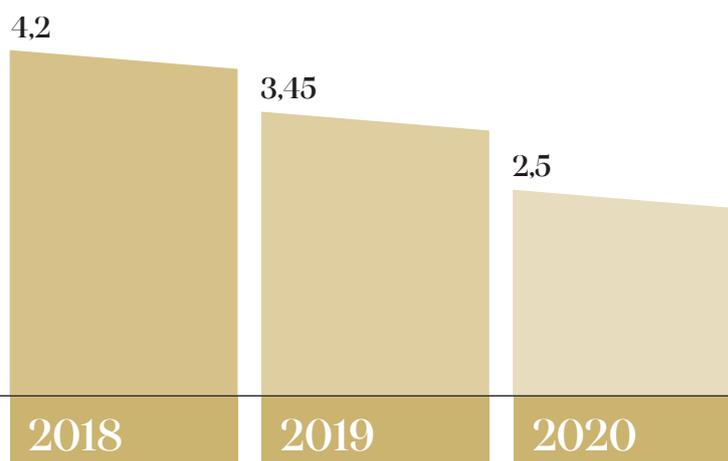
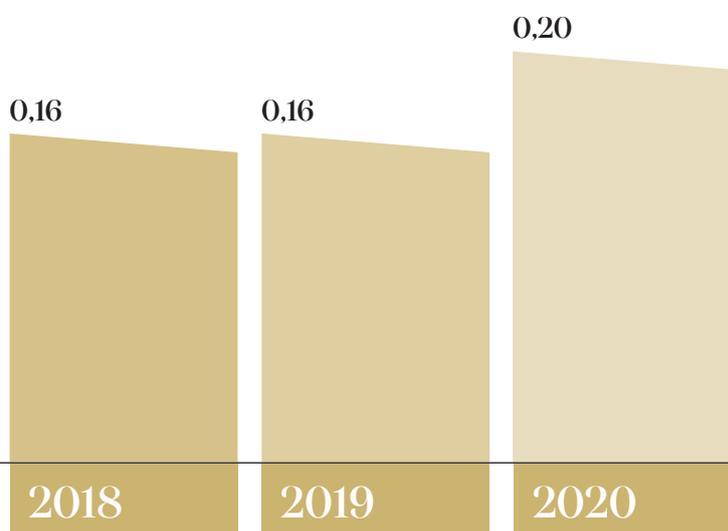


FIG. 26
Indice di frequenza malattie professionali
[GRI 403-10]







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

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



Integrating sustainability in product design and innovation

I nostri prodotti che si distinguono per stile, design, qualità e funzionalità, permettono al Gruppo di essere leader nei segmenti del caffè, della food preparation e del *comfort* casalingo, integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto.

Highlights 2020



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



100% dei prodotti valutati rispetto alla sicurezza elettrica e al *food contact*

Brand portfolio conosciuto in tutto il mondo



nutribullet

KENWOOD

Ariete

BRAUN

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

Da sempre attento ad anticipare e soddisfare le esigenze dei propri clienti e consumatori finali, De' Longhi si distingue per la **capacità innovativa**, che si articola in vari aspetti: oltre ai fondamentali aspetti di conformità a standard e normative vigenti in materia di efficienza energetica, sicurezza alimentare e inquinamento acustico, innovare per De' Longhi significa **multifunzionalità e facilità di utilizzo, silenziosità, ricercatezza dei materiali**, attenzione al **design** e all'**ergonomia** e sviluppo di tecnologie che favoriscano **stili alimentari salutari** e un **comfort elevato nell'ambito domestico**. A tutto ciò si aggiunge l'essenziale **durabilità** del prodotto, particolarmente rilevante in un settore in cui alla realizzazione di un modello virtuoso di economia circolare si contrappone la pratica dell'obsolescenza programmata. Tale obiettivo viene perseguito dal Gruppo attraverso pratiche ben consolidate, come l'**ecodesign** dei prodotti, costituiti da componenti facili da smontare e pulire in modo tale da garantire un ciclo di vita più duraturo (vedasi paragrafo "*Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto*"). Più recentemente, alle soluzioni innovative offerte dal Gruppo sono legate anche tecnologie digitali come l'*Internet of Things* e la **connettività**, che consentono di controllare i prodotti da remoto e beneficiare, di conseguenza, di una riduzione dei consumi energetici derivanti dal loro utilizzo (vedasi box *I principali prodotti del Gruppo De' Longhi*).

Il processo per lo sviluppo di prodotti innovativi, che sono tutelati a livello centrale da appositi brevetti, coinvolge numerose funzioni aziendali e segue specifiche linee guida, note come procedure di NPD (*New Project Development*): nelle città di Treviso (Italia), Francoforte (Germania), Havant (Regno Unito) e Dongguan (Cina) sono presenti degli uffici tecnici all'interno dei quali oltre 350 persone sono impegnate quotidianamente nella progettazione di nuove soluzioni. Inoltre, con un tipico approccio Local for Global, gli uffici garantiscono la conformità con le legislazioni vigenti in ciascun paese in cui opera l'azienda: a tal proposito, le funzioni Marketing e Design, insieme con il *team Regulatory* della Direzione Qualità, garantiscono il presidio costante dell'**aggiornamento normativo di settore**. Infine, attraverso appositi test effettuati sia prima che dopo il lancio sui mercati, vengono coinvolti i consumatori, chiamati a fornire un *feedback* che permette a De' Longhi di verificare il livello di gradimento dei propri prodotti.



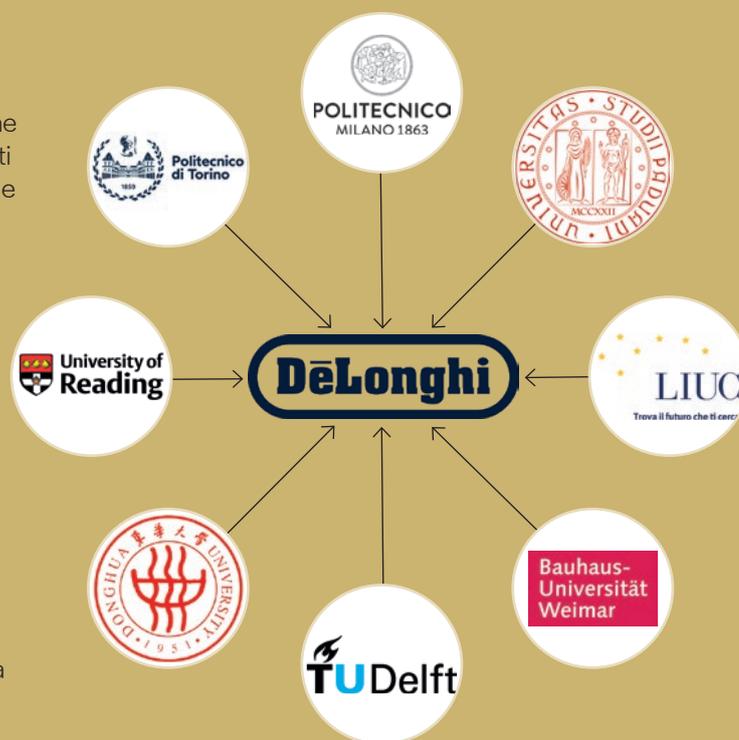
La fase di ideazione e progettazione rappresenta solamente il primo *step* dell'intera filiera produttiva del Gruppo, che si impegna da diversi anni per favorirne la **sostenibilità**. Infatti, la volontà di garantire *design* unici e prodotti di qualità, ergonomici e affidabili non può prescindere dall'attenzione ai temi ambientali e sociali cui sono legati sia la loro produzione che il loro utilizzo. In quest'ottica di responsabilità e di impegno nella lotta al cambiamento climatico, ogni anno il Gruppo propone numerose iniziative a favore dell'ambiente, integrando i temi di sostenibilità nel design di prodotto (vedasi paragrafo *Prodotti energeticamente efficienti, per le massime prestazioni a minor impatto*).

Sulla scia di quanto fatto negli anni precedenti, anche durante il 2020 il Gruppo ha effettuato investimenti, comprensivi per l'anno appena trascorso dell'acquisizione del nuovo stabilimento di Salonta in Romania.

Giovani designer in ricerca

Le partnership con le migliori università italiane e nel mondo

Per sviluppare idee innovative e funzionali alla gamma di prodotti offerti, da diversi anni il Gruppo instaura e promuove relazioni durature con i migliori centri di ricerca ed università italiane ed estere, con le quali sviluppa numerosi progetti e organizza *workshop* che coinvolgono studenti e professori di tutte le nazionalità.



Parlano di noi

Abbiamo ricevuto un prestigioso premio dalla Fondazione UniSMART dell'Università di Padova con cui, ogni anno, collaboriamo proficuamente per condividere competenze e idee innovative di forte carattere strategico. Si tratta di un riconoscimento tangibile e uno dei tanti esempi di come il Gruppo De' Longhi partecipi attivamente alla crescita dei talenti del mondo accademico.

De'Longhi Group + Segui ...
47,094 follower
9m • Modificato •

Venerdì scorso **Roshanak Mirmiran**, la nostra Home Innovation Coordinator, ha ricevuto in dono l'osella natalizia da **UniSMART - Fondazione Università di Padova** come segno tangibile della nostra collaborazione, basata sul valore condiviso dell'**#openinnovation**.

Ogni anno attiviamo progetti di ricerca con l'ateneo veneto per creare un network esteso di competenze e relazioni in grado di avere un impatto positivo sulle persone, sulla nostra azienda e sul territorio. Per dare forma al nostro futuro, insieme.

#DeLonghiGroup #MadeForLiving Università degli Studi di Padova



Principali lanci e prodotti premiati nel 2020

Caffè

BRAUN



MultiServe coffee maker
KF 9170SI e KF 9050BK

DeLonghi



TEST 2020

BEST BUY

TESTWINNER
ETM TESTMAGAZIN

Primadonna Solul

DeLonghi



reddot award 2019
winner



La specialista Maestro

Comfort e cura della casa

BRAUN



CareStyle 1

BRAUN



CareStyle 5 e CareStyle 5 ProSteam generator iron series

BRAUN



TextStyle 5

DeLonghi



Pinguino EL112 CST

Preparazione e cottura dei cibi

BRAUN



PurEase food processor

BRAUN



New MultiQuick MQ9

DeLonghi



Breakfast Icon Metallic

BRAUN



MultiQuick MQ 7X hand blender series

BRAUN



PowerBlend 3

KENWOOD



Titanium Chef Baker

KENWOOD



Cooking Chef XL

KENWOOD



Titanium Chef Patisserie XL

KENWOOD



MultiPro Express

I principali riconoscimenti ricevuti



Altroconsumo

Braun Steam Station IS2044;
Kenwood Compact Robot FDP300WH



ETM Testmagazin

Braun Toaster HT5010;
Braun Thermal Mug;
Braun MX7045X,
Braun Stick Blenders MX7000X, MX7045X;
De' Longhi Primadonna Soul;
Kenwood Titanium Chef Patisserie XL.



German Design Award 2021

Braun New MultiQuick MQ 9 hand blender series.



German Innovation Award 2020

Braun CareStyle 5 & CareStyle 5 Pro Steam generator iron series IS 5155 WH, IS 5145 WH e IS 5145 BK.



Red Dot Award 2021

Braun New MultiQuick MQ 9 hand blender series;
De' Longhi La Specialista Maestro;
Kenwood Titanium Chef Baker;
Kenwood Cooking Chef XL;
Kenwood Titanium Chef Patisserie XL;
Kenwood MultiPro Express.



Best Buy

Braun Stick Blender MQ 3025;
Braun Steam Iron SI3041.GR;
De' Longhi Primadonna Soul.



iF Design Award 2021

Kenwood Titanium Chef Baker;
Kenwood Cooking Chef XL;
Kenwood Titanium Chef Patisserie XL;
Kenwood MultiPro Express.



German Design Award 2020

Braun CareStyle 5 & CareStyle 5 Pro Steam generator iron series IS 5155 WH, IS 5145 WH e IS 5145 BK;
Braun MultiQuick MQ 7X hand blender series.



Plus X Award 2021

Braun New MultiQuick MQ 9 hand blender series.



Test Achats

De' Longhi Primadonna Soul;
Kenwood Cooking Chef XL;
Kenwood Titanium Chef Patisserie XL.



Consumenten Bond

Braun Drip/Filter Coffee Machines KF 7120 PurAroma 7, KF 7020 PurAroma 7, KF 5120 WH ID Collection.



iF Design Award 2020

Braun MultiServe coffee maker KF 9170SI, KF 9050BK;
Braun MultiQuick MQ 7X hand blender series;
De' Longhi La Specialista Maestro.



German Innovation Award 2020 Gold

Braun MultiQuick MQ 7X hand blender series.



Plus X Award 2019/2020

Braun PowerBlend 3;
Braun MultiQuick MQ 9 hand blender series;
Braun MultiQuick MQ 7X hand blender series



ZPS Test

Braun Stick Blender MQ3035 Sauce, MQ3000 Smoothie, MQ 3025 Spaghetti;
Braun Steam Iron SI3041.GR.

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

Parte integrante della strategia aziendale è rappresentata dall'offerta dei **servizi** annessi, che contribuiscono alla *consumer journey* dei clienti. La soddisfazione complessiva dei consumatori viene monitorata sia attraverso diversi KPI (come il **Net Promoter Score (NPS)**, ideato per misurare la fedeltà dei clienti e la probabilità che questi raccomandino il prodotto o servizio ad altre persone) sia attraverso indagini puntuali condotte dalla funzione Marketing. Queste, svolte a livello *Corporate* e di *brand*, si propongono di approfondire il livello di gradimento dell'offerta del Gruppo, di testare il potenziale apprezzamento di nuovi prodotti da lanciare sul mercato e di monitorare costantemente il livello di reputazione del *brand*.

Tra le varie iniziative, di seguito si riportano alcune indagini condotte durante il triennio 2018-2020:



Kenwood

KENWOOD

Campione delle indagini: più di 1.000 persone

Mercati: Regno Unito, Italia, Francia, Germania, Australia

Inizio e fine delle indagini: Novembre 2020 – Marzo 2021

Principali risultati: le indagini condotte sui food processor e sulle entry level kitchen machines a marchio Kenwood hanno permesso di identificare i principali aspetti migliorabili nell'utilizzo dei primi (come la scelta delle velocità e la facilità di utilizzo) e di evidenziare come le seconde siano utilizzate di frequente per la preparazione di ricette semplici e gradite a tutta la famiglia.

Braun

BRAUN

Campione delle indagini: più di 1.800 persone hanno partecipato ad indagini svolte sia in modalità online che sotto forma di attività di gruppo

Mercati: Italia, USA e Cina

Inizio e fine delle indagini: Marzo 2020 – Febbraio 2021

Principali risultati: le indagini svolte hanno riguardato aspetti eterogenei, coinvolgendo le categorie dei sistemi stiranti, degli hand blenders e dei filtri per il caffè; per questi ultimi, il focus si è incentrato sulla ricerca di concetti comunicativi più accattivanti per i consumatori, così da perfezionare i messaggi del Gruppo verso i propri clienti. Per i sistemi stiranti, la ricerca ha avuto come obiettivo l'identificazione delle aree del corpo sottoposte a maggiore stress durante l'utilizzo dei ferri da stiro a marchio Braun, mentre nella categoria degli hand blenders l'indagine ha permesso di capirne il reale utilizzo domestico, così da individuare i pregi e i difetti che il consumatore deve affrontare, nonché di condividere nuove idee e concetti e valutare la loro attrattività sulle persone coinvolte.



Obiettivo delle indagini: le principali indagini condotte dal *brand* De' Longhi si sono concentrate sulla comprensione sia delle abitudini dei consumatori in merito alla preparazione e al consumo delle bevande latte che delle necessità dei consumatori stessi legate a temi come la qualità e l'umidità dell'aria.

Campione di indagine: più di 1500 clienti

Mercati: Australia, Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia

Inizio e fine delle indagini: 2019-2020

Principali risultati: le ricerche hanno aiutato, da un lato, a comprendere gli aspetti legati alla preparazione delle bevande e all'interazione con il sistema latte, dall'altro di valutare i problemi per il consumatore dovuti alla qualità e all'umidità dell'aria eccessivamente basse o troppo elevate. Relativamente a quest'ultimo tema è emerso come alcuni competitor del Gruppo stiano approcciando l'aspetto comunicativo dei prodotti dell'area *comfort* da un punto di vista emozionale, focalizzandosi sui benefici del *comfort* domestico, della salute e del benessere fisico.

Il servizio di assistenza ai consumatori finali è garantito dalla fitta rete di *contact center* e di centri di assistenza tecnica, due strumenti imprescindibili nella relazione tra il Gruppo e i suoi clienti. Tali strutture sono gestite dalla Direzione *Customer Care*, che nel 2019 ha arricchito le proprie competenze, assumendo la denominazione attuale (prima era nota come Direzione *After Sales*) per riflettere il sempre più integrato servizio di supporto ai consumatori lungo i processi di acquisto e post-vendita. La funzione, che definisce gli standard di riferimento validi per tutto il Gruppo, nel 2020 ha lavorato al potenziamento dei **canali di supporto al cliente**, agendo sia su quelli tradizionali (come *e-mail*, telefono e *chat*) sia su quelli più moderni (*social network*), sperimentando importanti crescite nelle comunicazioni col consumatore finale. Il potenziamento di tali linee si somma al completamento nel 2020 di un importante progetto di *customer care* e *customer simplicity*, che ha consentito al sistema gestionale CRM (*Customer Relation Management*, vedasi box La tecnologia a supporto, per migliorare ogni giorno) di offrire un nuovo metodo di comunicazione con il cliente in *cloud*.

La frequenza dei contatti con i consumatori ha registrato un notevole aumento durante il 2020 (in alcuni momenti con picchi del 100% in più rispetto agli anni precedenti), che ha rappresentato un anno sfidante anche per la rete dei **contact center**, soprattutto a causa delle chiusure temporanee degli uffici e della loro successiva riorganizzazione per consentire la conformità alle disposizioni sanitarie. Questi centri, che operano in *outsourcing* e coprono la quasi totalità delle filiali del Gruppo, si fanno carico delle richieste del consumatore svolgendo in maniera continuativa il supporto necessario per una *customer journey* ottimale: per far fronte alle

difficoltà poste dall'emergenza sanitaria, durante l'anno il loro personale è stato incrementato, così come avvenuto per quello dedicato alle attività di prelievo dei materiali (*pick and packing*).

Anche i **centri di assistenza tecnica**, operanti per la maggior parte in *outsourcing*, hanno dovuto fronteggiare numerosi ostacoli posti dall'anno appena trascorso. La pandemia ha infatti imposto la chiusura temporanea di un numero significativo di questi centri (che sono in totale circa 1.800 nel mondo e circa 300 in Italia), fatta eccezione per quelli situati in Germania, dove si è continuato a lavorare senza interruzioni: ciò ha necessariamente comportato una riduzione dell'operatività, portando ad un aumento del **tempo di assistenza** medio, complice anche un consistente aumento delle vendite del Gruppo nel medesimo periodo. Nonostante ciò, grazie anche ad un incremento del personale, il sistema ha mostrato grande resilienza, appoggiandosi all'*hub* tedesco nei momenti di maggiore criticità e non interrompendo mai il servizio di riparazione, provando così ancora una volta la propria flessibilità e adattabilità alla realtà che lo circonda.

La qualità del servizio offerta dai centri di assistenza tecnica e dai *contact center* viene monitorata costantemente dalla Direzione *Customer Care* attraverso sopralluoghi, indicatori specifici e attività di formazione. I *partner* che svolgono le attività di assistenza sono inoltre sottoposti ad una **mystery visit** annuale da parte dei delegati del Gruppo: nel caso in cui il punteggio assegnato a valle del sopralluogo risultasse superiore all'85%, alla struttura viene riconosciuto il cosiddetto "*Excellence Award*", un "Certificato d'Eccellenza" presente in Italia per premiare i *partner* che offrono i migliori servizi in termini di qualità; se ottenuto, tale certificato può essere esibito presso il negozio

di assistenza tecnica De' Longhi. Nel corso del 2020, i sopralluoghi sono stati interrotti solamente durante i mesi di *lockdown* nazionale, per poi svolgersi normalmente non appena consentito dalle disposizioni governative.

Così come avviene per tutti i dipendenti De' Longhi, anche ai *partner* esterni specializzati nell'assistenza tecnica vengono erogate durante l'anno **attività di formazione**. I corsi che venivano tenuti tradizionalmente in aula sono stati sostituiti, nel 2020, dalla sinergia tra la formazione in *e-learning* e dal *training online*, la cui piattaforma è stata recentemente aggiornata per essere più veloce, fruibile ed affidabile. Tali modalità di erogazione hanno rappresentato l'unica alternativa per poter fare training alle persone, e si sono rivelate estremamente preziose in quanto hanno

consentito di non interrompere mai le attività formative, fondamentali per spiegare il funzionamento delle nuove macchine lanciate sul mercato, in alcuni casi tecnicamente complesse.

Oltre al tempo medio di assistenza, anche la **qualità delle riparazioni** effettuate viene costantemente monitorata: per farlo, il Gruppo utilizza 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. Il suo valore nel 2020 non ha subito variazioni, e risulta superiore al 95%, in linea con quanto registrato nel 2019, confermando come la quasi totalità dei prodotti abbia ricevuto una riparazione adeguata e di qualità.

La tecnologia a supporto, per migliorare ogni giorno



Presso tutte le società del Gruppo è implementato un sistema gestionale di *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 l'azienda e una base di consumatori che raggiunge circa l'80% del fatturato di Gruppo, ed è in grado sia di generare *feedback* che di effettuare analisi delle informazioni raccolte.

Nel 2019 è stato inoltre introdotto un sistema centralizzato di "controllo di qualità" del servizio di *customer care* per monitorare l'adeguatezza e l'efficacia della comunicazione tra azienda e consumatore.

La novità più importante del 2020 è sicuramente rappresentata dall'implementazione del **software Wonderflow**, uno strumento di *VoC management (Voice of Customer)* che consente la raccolta e l'analisi strutturata delle recensioni presenti sui

canali online dei principali *retailers* mondiali. Tale piattaforma *data driven* consente di effettuare in maniera intuitiva operazioni di *text analytics*, *text mining*, *sentiment analysis* e *rating breakdown*, raccogliendo informazioni sia sui prodotti del Gruppo sia su quelli della concorrenza e permettendo quindi, grazie a un profondo livello di dettaglio, di investigare diversi aspetti competitivi. Sfruttando l'analisi dei *Big Data*, *Wonderflow* costituisce un'evoluzione delle attività di *Business Intelligence* già condotte negli anni precedenti e ha permesso di migliorare ulteriormente la forza di ascolto di De' Longhi. Attraverso le attività di *scraping* delle informazioni, la piattaforma permette di combinare le recensioni con il *feedback* diretto dei clienti, raccolto attraverso il CRM interno: la funzione dispone pertanto di un "*Actionable feedback*" basato su centinaia di migliaia di interazioni comunicative, per diverse categorie di prodotti del Gruppo.

L'utilizzo dei dati dei consumatori



Il **Codice Etico** dichiara l'impegno del Gruppo nella tutela della riservatezza delle informazioni e dei dati in proprio possesso relativi a clienti e consumatori. Tali informazioni, che devono essere condivise nel rispetto di leggi, regole e pratiche di condotta professionale, sono raccolte e memorizzate all'interno di due *data center* localizzati in Italia e in Cina, la cui sicurezza viene garantita, con il supporto della funzione IT a livello centrale, attraverso sistemi sia fisici che informatici. La riservatezza del consumatore è ulteriormente garantita dall'adozione di uno strumento terzo rispetto ai sistemi aziendali, il quale (anche nel caso in cui vengano ricevute segnalazioni) tratta le informazioni in maniera criptata.

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 corso del 2020 si segnala che non sono stati registrati casi in tale ambito, a differenza di quanto accaduto nel 2019, quando si è riscontrato un caso di non *compliance* presso una società del Gruppo in Germania a causa di un potenziale rischio di *data breach*. Nel corso del 2018 si è registrato invece un caso di perdita delle informazioni limitato a tre soli consumatori.

[GRI 418-1]

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

La qualità dei prodotti e dei servizi offerti è presidiata dalla funzione Qualità, che, attraverso i suoi team, supervisiona il rispetto di requisiti, normative e regolamenti vigenti, anche in termini di sicurezza di prodotto e di sicurezza al contatto con gli alimenti. Un team specifico, denominato *Regulatory Affairs*, monitora lo scenario normativo e legislativo di prodotto e, in stretta cooperazione con le aree tecniche, contribuisce al suo sviluppo a livello internazionale.

Ciò che la funzione Qualità dispone a livello centrale viene recepito localmente da team dedicati, i quali operano su due livelli: quelli che operano presso gli stabilimenti si occupano del controllo qualità dei prodotti, sia che questi siano realizzati internamente sia che provengano dai fornitori di prodotti finiti; i team che invece operano a livello di *brand* monitorano la qualità in fase di sviluppo del prodotto e in occasione di eventuali segnalazioni provenienti dal mercato. In entrambi i casi, per prevenire eventuali cause di anomalie o malfunzionamenti e garantire i migliori standard qualitativi, il presidio è garantito già in fase di progettazione.

Tra gli strumenti utili a garantire la qualità del prodotto vi è il modello organizzativo certificato **ISO 9001**, adottato sia negli stabilimenti europei che nei siti produttivi esteri del Gruppo: introdotto sin dalla fine degli anni '90 e progressivamente esteso e sviluppato seguendo l'evoluzione del Gruppo, tale modello di gestione ha permesso di introdurre un approccio integrato e maggiormente orientato alla sostenibilità.

Per quanto riguarda l'efficienza qualitativa di processo, invece, da ormai diversi anni la funzione Qualità fa affidamento su specifici indicatori: tra questi, il **First Time Quality Indicator (FTQ)** consente di verificare le diverse tipologie di difettosità legate ai singoli prodotti ed esprime la percentuale di quelli caratterizzati da una perfetta qualità in rapporto al totale della produzione. Nel triennio 2018-2020, il valore complessivo dell'FTQ ha evidenziato un andamento stabile, confermando un'ottima *performance* a livello di Gruppo. Un ulteriore indicatore che fornisce una misura delle difettosità dei prodotti è il **Service Call Rate (SCR)**, che monitora il quantitativo in termini percentuali di

prodotti riparati durante il primo anno coperto da garanzia. Il suo costante miglioramento nel triennio di rendicontazione conferma l'impegno del Gruppo De' Longhi nella progettazione e realizzazione di prodotti di elevata qualità.

GRI 103-3

Tali indicatori sono solo alcuni di quelli utilizzati come strumento per il controllo della qualità, e ciascuno di essi viene affiancato da audit esterni. Questi ultimi, che vengono svolti sia da alcuni clienti sia da *partner* commerciali, hanno come scopo la valutazione della qualità dei prodotti e il monitoraggio di aspetti legati all'etica e alle condizioni di lavoro dei dipendenti, alla formazione e alle condizioni igieniche delle linee di produzione. Gli ulteriori indicatori utilizzati per valutare la qualità dei prodotti del Gruppo sono i seguenti:

- **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.

Tutelare la sicurezza dei consumatori, rispettando gli standard più elevati

La salute e la sicurezza dei consumatori sono di fondamentale importanza per il Gruppo De' Longhi che, conseguentemente, pone il massimo sforzo per progettare, realizzare e distribuire prodotti sicuri, naturalmente rispondenti ai requisiti posti dagli standard e dalle legislazioni applicabili a livello internazionale, al cui sviluppo partecipa attivamente. Una scrupolosa procedura interna guida lo sviluppo di nuovi prodotti, in cui gli enti tecnici (R&D e Laboratori) progettano e testano soluzioni che assicurino la sicurezza del prodotto nel suo uso previsto e ragionevolmente prevedibile, mentre la funzione Qualità definisce i piani per l'assicurazione ed il controllo dei requisiti di prodotto così definiti, sia a livello di componenti che di sotto assiemi e di prodotti finiti, siano questi ultimi di produzione interna piuttosto che realizzati da terze parti. Specifiche milestones previste dalla procedura garantiscono l'accuratezza del processo di sviluppo e la coerenza dello stesso fra i diversi *brand* del Gruppo. Altri team e funzioni del Gruppo contribuiscono a detto processo attraverso la definizione di linee guida comuni per aspetti specifici, quali, ad esempio, i requisiti di idoneità al contatto con gli alimenti, piuttosto che lo sviluppo di modalità comuni per l'esecuzione della valutazione dei rischi di prodotto, in accordo alle *best practices* applicabili nel settore, come quelle definite dal cosiddetto Sistema RAPEX dell'UE.

GRI 102-11

Sempre per garantire la sicurezza al contatto alimentare, il Gruppo si è da tempo impegnato volontariamente nell'adozione di un apposito **modello organizzativo** ispirato alle *Good Hygienic Practices* (GHP) e agli 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 cui questi vengono a contatto. In particolare, la ISO 22000 si basa sui principi dell'HACCP e sul *Codex Alimentarius*, e la sua adozione permette all'azienda di monitorare e gestire i possibili rischi, prevenire il verificarsi di incidenti lungo 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 sempre dalla ISO 22005, così che per ciascun componente e prodotto commercializzato sia possibile offrire tutte le informazioni relative sia al fornitore che al cliente finale, ovvero il destinatario del prodotto stesso.

Tutti i prodotti del Gruppo sono inoltre qualificati, in fase di pre-produzione, da enti terzi, per garantirne ulteriormente la rispondenza ai requisiti normativi applicabili, verificandone l'allineamento con gli standard vigenti in termini di sicurezza.

GRI 416-1

Nel corso del 2020 e 2018 non si sono verificati casi significativi di non *compliance* correlati alla sicurezza dei prodotti, mentre nel 2019 si è riscontrato un caso di non conformità rispetto alla Direttiva Europea 2014/35/UE, cosiddetta “Direttiva Bassa Tensione”, che ha comportato una sanzione amministrativa comunque non significativa.

[GRI 416-2; GRI 417-2]

Un aspetto rilevante è costituito anche dalla collaborazione tra gli enti tecnici e la Direzione Marketing per la realizzazione dei **libretti d'uso** e delle **etichette**, nonché dal loro successivo e continuo monitoraggio: è infatti essenziale assicurarsi che questi siano coerenti con quanto previsto dal quadro normativo (sempre in evoluzione) del Paese in cui viene distribuito il prodotto finito. Il tema dell'informativa e dell'etichettatura dei prodotti è infatti molto importante per il Gruppo, dal momento che per adempiere correttamente agli obblighi normativi occorre rispettare prescrizioni specifiche: ad esempio, una di queste prevede che ogni

elettrodomestico commercializzato riporti il paese di origine e l'eventuale contenuto di gas refrigeranti. All'interno del manuale occorre inoltre riportare le indicazioni relative alle modalità d'uso del prodotto e al suo smaltimento una volta raggiunta la fine del ciclo di vita. [GRI 417-1]

Nell'ambito dell'informativa e dell'etichettatura dei prodotti, nel 2020 si è registrato in Germania un caso di non *compliance*, scaturito in un avviso e dovuto a un prodotto del marchio De' Longhi la cui etichetta non recava il nome e l'indirizzo del produttore. Nel corso del 2019 i casi di non compliance erano stati due, mentre nel 2018 se ne era verificato uno soltanto (in tutti e tre i casi la non conformità si è registrata rispetto alla Direttiva Europea 2014/35/UE). Nel 2018, inoltre, è stata riscontrata una segnalazione da parte del Dipartimento delle dogane e delle accise di Hong Kong rispetto all'“Ordinanza commerciale” in relazione all'etichettatura di un modello di deumidificatore. [GRI 417-2]

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; ad esso 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 sette 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 invece 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.

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

L'attenzione del Gruppo De' Longhi per l'ambiente e le comunità in cui opera coinvolge tutta la catena del valore, a partire dall'approvvigionamento delle materie prime e dal design di prodotti *eco-friendly*.

Attraverso l'implementazione di numerose iniziative, diversi sono gli aspetti sui quali il Gruppo si è concentrato negli anni in tale ambito: tra questi, l'utilizzo di materiali per il **packaging** a **minor impatto ambientale**, l'utilizzo

di **materiali** che siano **riciclabili** o **recuperabili** una volta giunti a fine-vita, l'**efficienza energetica** dei prodotti e la promozione di **stili di vita sostenibili** da parte dei consumatori. Nonostante le circostanze dell'anno appena trascorso, le attività di ricerca e sviluppo di soluzioni sostenibili sono proseguite, sulla scia di quanto già condotto nell'anno precedente, anche nel 2020.

Un *packaging* ogni giorno più sostenibile

Con l'obiettivo di mitigare gli impatti ambientali e, allo stesso tempo, ottimizzare i costi per l'approvvigionamento dei materiali utilizzati, un aspetto su cui da tempo abbiamo sviluppato diverse iniziative è quello relativo al **packaging**, ogni anno più sostenibile:

2017

Ridimensionamento del *packaging* secondario di alcuni prodotti, con vantaggi in termini di costi di acquisto dei materiali e di efficienza logistica.

Numeri chiave

-8%

il volume del *packaging* dei robot da cucina e delle impastatrici planetarie Kenwood

-20%

il volume degli imballaggi delle macchine per caffè Dolce Gusto

36

il numero di scatole per ciascun pallet trasportato (invece di **24**)

2018

Avvio delle attività di ricerca di **materiali alternativi** al polistirolo, tra cui il cartone riciclato, in grado di garantire le medesime *performance*.

2019

Braun estende i propri studi di **Life Cycle Assessment** (LCA) alle diverse tipologie di *packaging* esistenti, alla ricerca di alternative meno impattanti dal punto di vista delle emissioni di CO₂.

Numeri chiave

18

i modelli commercializzati online aventi come imballaggio cartone riciclato e compostabile

>15.000

i prodotti commercializzati nell'anno **100% *packaging plastic free***

2020

Braun prosegue gli studi per la ricerca di materiali sostenibili e alternativi alla plastica: tra questi, materiali **biodegradabili** per realizzare i nastri adesivi e **fonti energetiche alternative** per la realizzazione del polistirolo.

Le attività di efficientamento del *packaging*, tuttavia, non hanno riguardato solamente i prodotti commercializzati, ma hanno coinvolto anche le *operation* interne al perimetro aziendale, dove si fa un uso massivo dei **pallet** per il trasporto e la movimentazione delle merci. Presso gli stabilimenti cinesi, ad esempio, già durante gli esercizi precedenti i tradizionali pallet in legno vergine sono stati sostituiti con pallet realizzati in materiale plastico recuperato dagli scarti di produzione, un'iniziativa che ha consentito di ridurre sia la quantità di legno adoperato che il numero di camion per i trasporti, con un conseguente risparmio in termini di CO₂. Pallet di plastica riciclata invece di quelli in legno vengono utilizzati anche nello stabilimento di Mignagola, mentre in quello di Cluj da alcuni anni si predilige l'utilizzo di pallet riparati piuttosto che acquistarne di nuovi: in questo modo è stato possibile ottenere, nel solo 2019, una riduzione complessiva di legno vergine che ha permesso di risparmiare oltre 5.500 pallet, pari a circa 1.300 alberi³.



Prodotti connessi, al passo con la trasformazione digitale

In un'epoca in cui il concetto di **domotica** si fa sempre più spazio nelle soluzioni volte a migliorare il *comfort* degli spazi abitativi, anche nel 2020 sono proseguiti gli investimenti del Gruppo De' Longhi nello sviluppo di soluzioni che garantiscano **connettività** e facilità d'utilizzo, come le tecnologie Wi-Fi e Bluetooth. Tali potenzialità permettono di personalizzare sempre più i prodotti offerti all'utente finale, nonché di monitorarne il corretto funzionamento e prevenire eventuali anomalie, con un conseguente aumento di efficacia e di tempestività nell'assistenza tecnica.



La prima macchina superautomatica del Gruppo dotata di **connessione Wi-Fi** è **Primadonna Soul**, gestibile attraverso un'applicazione installata sullo smartphone dell'utente, che permette, grazie alla tecnologia **Bean Adapt**, di regolare le impostazioni della macchina e bilanciare le componenti alla base della preparazione del caffè (livello di macinatura, dosaggio e temperatura).



La tecnologia "**Cooling Surround Technology**", accompagnata da un algoritmo "**Realfeel**", caratterizza la nuova linea di **condizionatori portatili**, monitorabili da remoto grazie alla tecnologia **Bluetooth**. I sensori di umidità e temperatura sono montati direttamente su un telecomando *smart*, così da monitorare le condizioni ambientali in maniera più accurata e in prossimità del consumatore.

³Per fonte di calcolo si veda: <https://www.palletconsultants.com/blog/pallet-recycling-saves-trees>

Prodotti energeticamente efficienti, per le massime prestazioni a minor impatto

Nell'ambito della ricerca e dello sviluppo, un aspetto su cui il Gruppo investe costantemente è l'**efficienza energetica** dei propri prodotti, tema che, per la lotta al cambiamento climatico, va necessariamente di pari passo alle prestazioni ottimali. A causa della presenza globale del marchio, una delle sfide in tal senso è rappresentata dal **contesto normativo** eterogeneo e in costante evoluzione: l'Unione Europea, ad esempio, negli ultimi anni ha predisposto diversi regolamenti in materia di efficienza energetica, tra i quali il Regolamento UE n.1188 del 2015, che stabilisce un livello di efficienza minimo che tutti i nostri prodotti dell'area *comfort*

devono rispettare. In ottemperanza al Regolamento UE n. 517/2014 sui gas fluorurati a effetto serra, invece, già dal 2018 avevamo iniziato a sostituire i gas refrigeranti dei prodotti con circuito frigo destinati al mercato europeo con il **gas propano**, un gas refrigerante naturale caratterizzato da un ridotto potenziale di riscaldamento globale (GWP), che lo rende vantaggioso dal punto di vista ambientale.

Le maggiori novità del 2020 in ambito di **efficientamento energetico** dei prodotti sono le seguenti:



Completamento della migrazione di tutta la gamma europea di **condizionatori portatili** su **gas propano** e adeguamento di quella commercializzata negli Stati Uniti e in Australia per rispettare i livelli minimi di efficienza energetica richiesti dall'introduzione di nuove normative.

Passaggio in **classe A+** delle macchine della piattaforma Nespresso grazie alla riduzione del contenuto di alluminio, che ha permesso di realizzare una caldaia più leggera e meno energivora⁴.

Miglioramenti della modalità "**Eco**" e della funzione **stand-by** presenti sulle macchine superautomatiche, che garantiscono il massimo risparmio energetico durante la fase di riscaldamento, con consumi più bassi rispetto ai requisiti minimi di legge.

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

La sostenibilità di un prodotto si misura anche in base alla sua **durabilità**, motivo per cui i prodotti De' Longhi sono ideati per resistere al tempo e all'usura, garantendo sempre la massima qualità e funzionalità. Per poter assicurare la massima durata della vita utile, i prodotti devono risultare facilmente **riparabili**: ciò può essere ottenuto agevolandone le operazioni di **smontaggio** ed accrescendo la **condivisione** di medesimi elementi meccanici tra più prodotti della stessa linea.

Come già rilevato negli anni precedenti, inoltre, si segnala come le macchine da caffè superautomatiche siano dotate di sistemi brevettati che permettono di ridurre al minimo la **manutenzione** e di ridurre la quantità di detersivi ed

acqua utilizzati nelle operazioni di lavaggio. In particolare, il gruppo caffè è smontabile e lavabile con acqua corrente, senza bisogno di ricorrere a detersivi e lubrificanti, mentre il sistema latte viene pulito sfruttando vapore e acqua calda al termine di ciascuna erogazione, così da poter riporre in frigorifero il latte rimanente e riutilizzarlo in un momento successivo. Più in generale, le macchine da caffè De' Longhi non richiedono particolari attività di manutenzione ordinaria, fatta eccezione per il tradizionale ciclo di decalcificazione: per la rimozione del calcare, notoriamente nemico della longevità dei prodotti, il Gruppo ha sviluppato negli anni un prodotto specifico a base di acido lattico, chiamato "**Ecodecalc**", che rappresenta un utile rimedio naturale, sicuro e rispettoso dell'ambiente.



⁴Relativamente all'area Caffè, anche nel 2020 la quasi totalità delle macchine superautomatiche De' Longhi risulta appartenere almeno alla classe energetica A4, allo stesso modo delle macchine Lattissima e di quelle manuali con controllo elettronico (come la Dedicata).



Durabilità

Per verificarne l'affidabilità nel lungo periodo, durante la fase di sviluppo le macchine da caffè vengono sottoposte a numerosi test di durabilità (**life test**), che consistono in migliaia di erogazioni di bevande in condizioni standard di utilizzo.



Riparabilità

Nel 2020 è stato avviato un progetto per modificare i telai della macchina **La Specialista**, facilitandone la riparabilità e riducendo il tempo di sostituzione delle componenti;

Per le **kitchen machines** del marchio **Kenwood** è in atto un processo di standardizzazione delle componenti interne che consentirà di ridurre il numero a vantaggio di una riparabilità più semplice.



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

Un altro elemento che si va affermando sempre più ed è in continuo sviluppo è rappresentato dalla volontà da parte di un gran numero di consumatori di adottare **abitudini alimentari più sane**, in linea con i recenti trend salutisti.

Anche in questo campo siamo costantemente al passo con i tempi, dal momento che attraverso le diverse linee di prodotti siamo in grado di abilitare stili di vita salutari, mantenendo inalterati, ad esempio, i **principi nutritivi**

degli alimenti. Tutte le macchine da caffè De' Longhi, sia superautomatiche che manuali, sono infatti perfettamente allineate con tali esigenze: le caldaie a controllo elettronico della temperatura consentono di mantenere ottimali le condizioni del caffè macinato, senza alterarne le proprietà organolettiche ed esaltandone l'aroma, in linea con i più severi limiti consigliati dagli standard internazionali di settore. Per perseguire i nostri obiettivi in tal senso, collaboriamo regolarmente con numerosi **atenei** nazionali ed esteri:



Insieme all'**Università di Padova** sono stati sviluppati:

- Una macchina per il caffè che ottimizza l'**erogazione di latte** vegetale per la preparazione delle bevande;
- Un sistema che, grazie ai concetti di "**vibro-chimica**", rende la fase di erogazione più efficiente, con un'infusione ottimale sia dal punto di vista del gusto che dell'aroma.



Le attività condotte con l'**Università di Reading** hanno permesso una migliore comprensione e approfondimento degli effetti che il calore, l'ossigeno, la velocità delle lame e le azioni di miscelazione dei frullatori hanno sulle proprietà nutritive degli alimenti.



La collaborazione con il **Politecnico di Torino** ha consentito di sviluppare un apparecchio "3 in 1", ovvero un termoventilatore e purificatore d'aria in grado di svolgere le operazioni di purificazione, riscaldamento e raffrescamento, combinando un design aerodinamico e l'innovativa tecnologia "**3D ComfortAir**".





4.

La sostenibilità in tutte
le fasi produttive

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 impegnamo 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 della comunità presso le quali operiamo.

Highlights 2020



1 mln kWh
di energia elettrica
autoprodotti
da fonti rinnovabili



100% di nuovi fornitori
valutati secondo criteri
sociali e ambientali



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



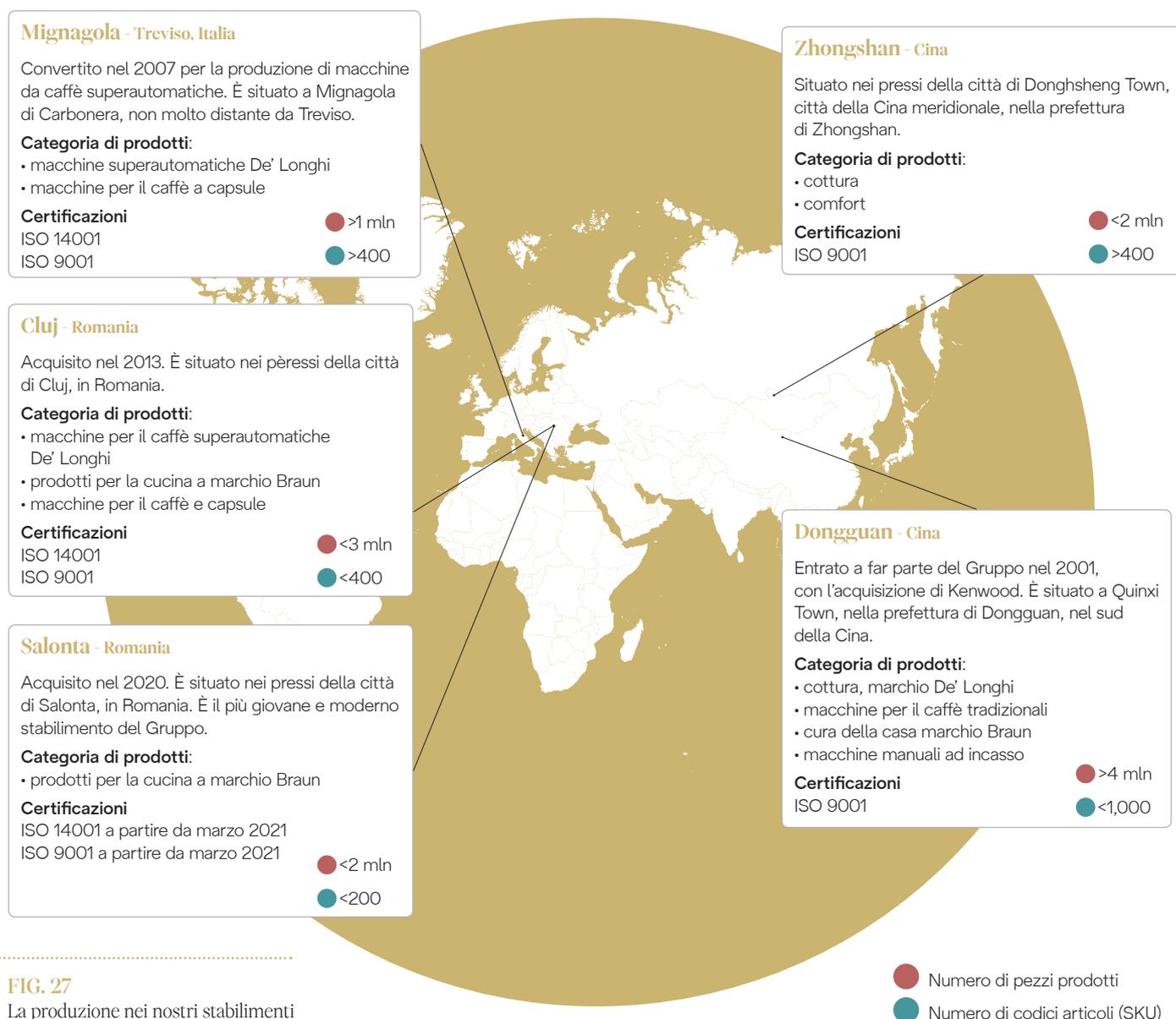
**2,8 indice di intensità
emissiva**
(kg Co₂/pezzi prodotti)

4.1. I nostri impianti produttivi

Il modello produttivo del Gruppo De' Longhi è costituito da due anime: gli **stabilimenti produttivi** (situati in Italia, Romania e Cina), diventati cinque nel 2020 in seguito all'apertura di quello rumeno di Salonta, e un insieme di *partner* qualificati, chiamati "**Original Equipment Manufacturer**" (OEM). Nei primi avvengono le attività di produzione e assemblaggio del prodotto finito, che coprono oltre il 60% del venduto, mentre agli OEM vengono demandate funzioni di sviluppo e produzione di alcuni prodotti. Affinché la produzione di un determinato prodotto sia allocata in un unico stabilimento, il Gruppo ha da anni adottato l'approccio "**local for global**", che prevede la presenza di dedicati centri di competenza a seconda delle geografie. GRI 102-10

La fase successiva alla produzione è quella di **collaudo** delle macchine, gestita da team dedicati a livello di impianto, per testarne la **sicurezza**, mentre la verifica dei **requisiti qualitativi** viene effettuata tramite specifici audit dalla funzione *Quality*, incaricata anche della verifica della qualità delle produzioni dei fornitori di prodotto finito (gli OEM). Una volta effettuate tali verifiche, i nuovi prodotti vengono stoccati all'interno di magazzini nei centri di *sourcing* e negli *hub logistici*, *punti di partenza per la distribuzione attraverso il network commerciale del Gruppo*.

Come già anticipato 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*.



La **catena di fornitura** viene gestita in maniera sinergica dalla Direzione *Supply Chain* e dalle funzioni *Quality* e *Acquisti* per garantire la continuità del *business* (aspetto di primaria importanza nel 2020), elevati standard di qualità e il rispetto di requisiti di carattere ambientale e sociale legati alle pratiche del lavoro.

Tre strutture dedicate, situate in Italia e all'estero per rispondere alle necessità e alle peculiarità dei mercati in maniera rapida ed efficace, conducono le attività di **valutazione dei prodotti finiti**, comprendenti anche il loro acquisto e il monitoraggio dei fornitori. A loro vengono

assegnate competenze in base alla categoria di prodotto e alla vicinanza geografica della produzione: ad esempio, in Italia 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*.

La gestione dei **materiali** funzionali alle componenti dedicate alla produzione è presidiata in Europa dai *team* della Direzione *Supply Chain* (situati in Italia e Romania) e in Cina dai responsabili degli stabilimenti locali, supportati dai tre Uffici Acquisti suddivisi per categoria di prodotto.

Una logistica sempre più efficiente



In un mercato caratterizzato da una forte volatilità della domanda, è essenziale per il Gruppo De' Longhi una gestione efficiente del sistema logistico, il cui fulcro è rappresentato dai magazzini sparsi in tutto il mondo, in modo tale da poter garantire la **continuità** del *business*. Quest'ultimo tema si è rivelato di primaria importanza durante l'anno appena trascorso, quando la diffusione della pandemia ha imposto al Gruppo di fronteggiare emergenze logistiche dovute a restrizioni locali e, in alcuni casi, alla chiusura delle frontiere. Nonostante ciò, la continuità distributiva, sebbene abbia subito alcuni rallentamenti, non è stata quasi mai interrotta: ciò è stato possibile anche grazie all'istituzione di un gruppo di lavoro che si è occupato di gestire le attività nel periodo di emergenza, aiutando nella ricerca di soluzioni alternative in termini di approvvigionamento di materiali e componentistica. Per quanto riguarda la logistica *outbound*, il 2020 ha conosciuto un'importante accelerazione delle attività dirette

di **e-commerce**, che consentono di effettuare la consegna direttamente al cliente senza dover passare dal magazzino del *retailer*. Tale sviluppo si inserisce in un'ottica di ulteriore efficientamento delle consegne, poiché la riduzione del numero di operazioni svolte consente di generare benefici anche in termini di impatto ambientale.

In tema di attività di efficientamento e riduzione degli impatti legati all'attività logistica, è da tempo in essere l'iniziativa cross-funzionale chiamata "**Assembly to order**" o "**Assembly To Truck**": similmente all'attività di *e-commerce*, essa prevede la spedizione dei prodotti direttamente dal sito produttivo al cliente, senza passare dall'*hub* logistico 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.

4.2. La gestione responsabile della catena di fornitura

La gestione responsabile della catena di fornitura si declina, per il Gruppo De' Longhi, nella promozione delle migliori pratiche in termini di **qualità** del prodotto, rispetto dei **diritti umani** e delle condizioni di lavoro, salute e sicurezza, e **responsabilità ambientale**. Tutti i fornitori di prodotti finiti sono sottoposti ad audit periodici da parte della funzione *Quality*, il cui scopo è quello di garantire il rispetto dei valori contenuti nel Codice Etico del Gruppo, dei diritti umani e, dal 2019, della *compliance* con le principali normative e standard in ambito ambientale (ad esempio REACH, RoHS, ecc.). Tali audit, insieme con quelli sociali, vengono condotti in linea con lo standard internazionale **SA 8000** (Social Accountability) ed avvengono prevalentemente presso i fornitori di prodotto finito degli stabilimenti cinesi: la libertà di associazione e contrattazione collettiva, l'orario e le condizioni di lavoro, possibili discriminazioni, e la salute, sicurezza e formazione del personale sono solo alcuni degli aspetti di carattere sociale che vengono indagati. Inoltre, a testimonianza del forte impegno intrapreso dal Gruppo nella supervisione e nel controllo capillare della propria catena di fornitura, già a partire dal 2019 i fornitori che operano in Cina sono tenuti a sottoscrivere, oltre al Codice Etico, anche il **Code of Conduct** del Gruppo De' Longhi, fornito in lingua inglese e cinese. La sottoscrizione di un tale documento significa porre rilievo su tematiche di estrema rilevanza, quali la condanna del **lavoro minorile** e di quello **forzato**, di retribuzioni che non rispettino le condizioni minime salariali in ciascun paese e, in ogni caso, la **dignità** dei lavoratori. Tutti i fornitori di primo livello sono poi tenuti a condividere il Codice Etico del Gruppo anche ai subfornitori con cui collaborano.

Nel corso del 2020 non si sono verificati episodi di **violazione** del *Code of Conduct* del Gruppo, e pertanto non è stato necessario implementare alcuna azione correttiva.

Come già accennato, a partire dal 2020 sono entrati a regime gli audit con **criteri ambientali**, motivo per cui la *checklist* utilizzata nel corso degli audit di Social Accountability è stata integrata con aspetti legati all'ambiente. Tra questi ultimi, sono compresi la verifica di conformità del fornitore e la presenza di un sistema di gestione ambientale in linea con lo standard ISO 14001, che individua le migliori pratiche del fornitore con un focus aggiuntivo su temi come emissioni, scarichi e rifiuti. Così facendo, ciascun audit a cui il fornitore viene sottoposto viene condotto secondo criteri socioeconomici ed ambientali: eventuali azioni correttive vengono identificate a valle di quanto raccolto in fase di valutazione, e i relativi *follow-up* sono registrati in un sistema ad hoc che permette di tenere costantemente monitorati gli aggiornamenti e gli impegni presi da parte dei fornitori. Tale processo di valutazione è formalizzato e monitorato da una procedura



dedicata che, a partire dal 2019, implica ufficialmente che tutti i nuovi fornitori siano soggetti a qualifica SCOC (*Social Accountability Code of Conduct*).

Nel corso del 2020, la totalità (100%) dei nuovi fornitori di prodotto finito è stata sottoposta a una valutazione secondo **criteri sociali**, in linea con quanto previsto dallo standard SA 8000 e in miglioramento rispetto a quanto registrato nel 2019 (90,9%) [GRI 414-1]. Ad oggi, nessun audit SCOC ha fatto registrare un risultato cosiddetto “zero tolerance”, che implicherebbe l'interruzione del rapporto col fornitore in questione.

Anche relativamente agli **aspetti ambientali**, nel 2020 è stato valutato il 100% dei nuovi fornitori di prodotto finito (15 in totale), in aumento rispetto a quanto accaduto nel 2019 (81,8%), quando gli audit ambientali erano stati svolti solamente nella seconda parte dell'anno.

Nel 2020 sono stati inoltre condotti 53 audit per verificare il rispetto dei **diritti umani**: svolti presso 51 fornitori di prodotto finito e 2 siti del Gruppo, tali verifiche coprono quasi il 60% delle *operations* del Gruppo, un dato in sensibile miglioramento rispetto all'anno precedente, quando si era attestato intorno al 49% [GRI 412-1].

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. 28

Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, numero e percentuale

[GRI 103-3, GRI 414-1]

- Numero nuovi fornitori
- Numero fornitori sottoposti ad audit
- Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a audit su totale

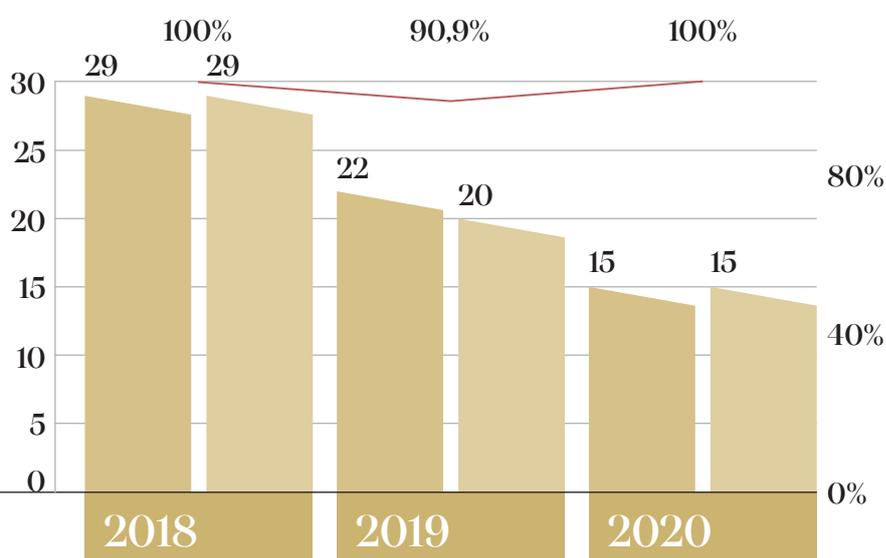
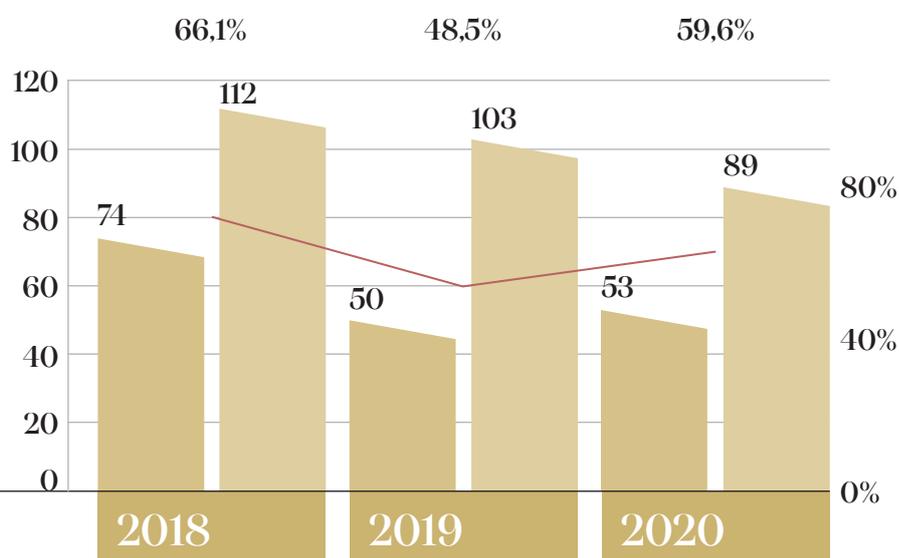


FIG. 29

Operations oggetto di valutazione sui diritti umani, numero e percentuale

[GRI 103-3, GRI 412-1]

- Totale Operations valutate per il rispetto dei diritti umani
- Totale Operations
- Percentuale Operations valutate sul totale



4.3. Ridurre la nostra impronta ambientale

La riduzione degli impatti ambientali derivanti dalle attività svolte rappresenta uno degli aspetti a cui il Gruppo dedica quotidianamente il proprio impegno. La realtà variegata all'interno della quale l'azienda opera richiede di stare al passo con **contesti normativi** eterogenei e in continua evoluzione: la Direzione *Operation & Technology* e la Direzione Qualità si occupano della gestione degli aspetti ambientali e della conformità legislativa in tale ambito, fondamentale per garantire una corretta gestione delle attività e i cui aggiornamenti possono avere ripercussioni sul *business* del Gruppo.

Per i siti produttivi di Mignagola, Cluj e Salonta è inoltre operativo il sistema di gestione ambientale certificato **ISO 14001**, che permette, tra le altre cose, di svolgere un'analisi ambientale adottando una prospettiva integrata sull'intera *value chain*: tale analisi risulta fondamentale per pianificare azioni di miglioramento volte a mitigare gli impatti ambientali delle attività del Gruppo. I restanti stabilimenti produttivi (OnShiu e Dongguan in Cina), pur non disponendo di un sistema di gestione ambientale certificato, si ispirano alle **migliori pratiche** attualmente disponibili, in linea con le procedure interne e con le normative in vigore.

Un esempio pratico dell'impegno del Gruppo nella riduzione della propria impronta ambientale è rappresentato dall'utilizzo di **pannelli fotovoltaici** presso lo stabilimento di Mignagola: installati già da diversi anni, nel 2020 hanno contribuito a produrre un quantitativo di energia elettrica pari a 990.794 kWh, corrispondenti a circa il 7% del totale consumato dal sito nell'anno. Lungo l'anno è proseguito l'ampliamento della sede centrale di Treviso, il cui completamento è previsto nel 2021, che ha comportato l'installazione di ampie superfici vetrate: studi preliminari di una diagnosi energetica tuttora in corso hanno già evidenziato una **dispersione di calore** molto ridotta.

Nel 2020 sono inoltre proseguite le operazioni di rinnovamento dei sistemi di illuminazione degli stabilimenti italiani e di quello di Cluj, che hanno previsto la sostituzione degli impianti tradizionali con **lampade a led** che, a parità di prestazioni, riducono notevolmente i consumi energetici. Nello stabilimento romeno, in particolare, tali interventi hanno consentito di ridurre i consumi energetici relativi al 2020 di circa 288 MJ. Nel medesimo sito produttivo è stato installato, già nel 2019, un sistema di riscaldamento dei magazzini che, grazie all'utilizzo del calore generato dalle aree di essiccazione dello stabilimento stesso, consente di ridurre l'utilizzo di gas naturale per l'alimentazione di una caldaia tradizionale.

In una prospettiva di economia circolare, nel 2020 si è data continuità ai progetti già avviati per il **recupero** dei sottoprodotti dei processi produttivi: già dal 2018 negli stabilimenti di Mignagola e Dongguan e dal 2019 in quello di Cluj, parte degli scarti di produzione derivanti



dallo stampaggio della plastica viene reimmessa nel ciclo produttivo, garantendo sia un risparmio delle materie prime in ingresso che una riduzione dei rifiuti prodotti. Gli scarti derivanti dalla lavorazione dei materiali ferrosi vengono rivenduti come materia prima, mentre gli scarti di carta, cartone e nylon vengono avviati ad attività di recupero.

Con specifico riferimento al mondo del caffè, sono consolidate iniziative virtuose come il recupero delle capsule Nespresso utilizzate per i test negli stabilimenti di Cluj e Mignagola, che favorisce il riciclo delle loro parti in alluminio, e il riutilizzo per varie fasi di collaudo del caffè adoperato per calibrare le macchine prodotte nel sito di Cluj.

Consumi energetici ed emissioni climalteranti

Gli stabilimenti cinesi ricoprono un ruolo principale all'interno del piano di *energy saving* intrapreso dal Gruppo: già da alcuni anni infatti vengono condotte attività di rinnovamento del parco macchine per lo stampaggio della plastica e di efficientamento degli asset produttivi, volte a migliorare i macchinari affinché questi aumentino la propria efficienza energetica e la produttività. Con il governo locale è proseguita nel 2020 la collaborazione grazie alla quale il Gruppo è in grado di mappare i consumi nelle varie aree di produzione e, in base a questi, progettare azioni di

mitigazione ed efficientamento energetico. Tutto ciò viene reso possibile dall'installazione di **misuratori di consumo**, i cui rilievi consentono per l'appunto di monitorare in continuo i consumi di energia elettrica, individuando così aree e mansioni maggiormente energivore.

Per le iniziative coerenti con l'approccio del Gruppo in ambito di sostenibilità e focalizzate su temi quali efficientamento energetico, durabilità e riparabilità di prodotto si rimanda al capitolo *"Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto"*.

Nel 2020 i **consumi energetici complessivi** a livello di Gruppo si attestano sui 376.062 GJ, in aumento di circa il

6% rispetto all'anno precedente (353.782 GJ) a causa di due fattori principali: un maggior numero di **pezzi prodotti** nell'anno e l'acquisizione da parte del Gruppo dello **stabilimento di Salonta**. Il rapporto tra consumi diretti (quelli per il riscaldamento e il trasporto) e quelli indiretti (ovvero quelli di energia elettrica, legati al teleriscaldamento e al raffrescamento) è pressoché costante nel triennio di riferimento. In particolare, si rileva che l'energia elettrica acquistata da rete nazionale, pari a 286.865 GJ nel 2020, è responsabile del 76% circa dei consumi energetici totali del Gruppo, rappresentando quasi la totalità dei consumi indiretti registrati nell'anno.

FIG. 30
Consumi diretti e indiretti, percentuale e GJ
GRI 302-1

- Consumi diretti
- Consumi indiretti

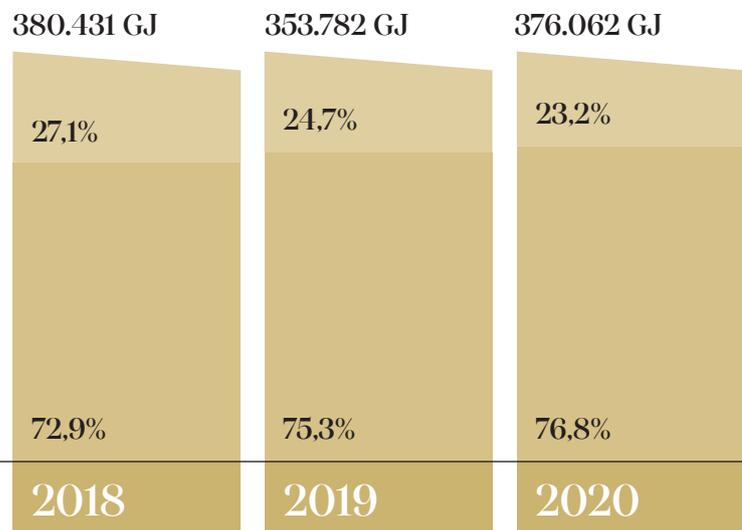
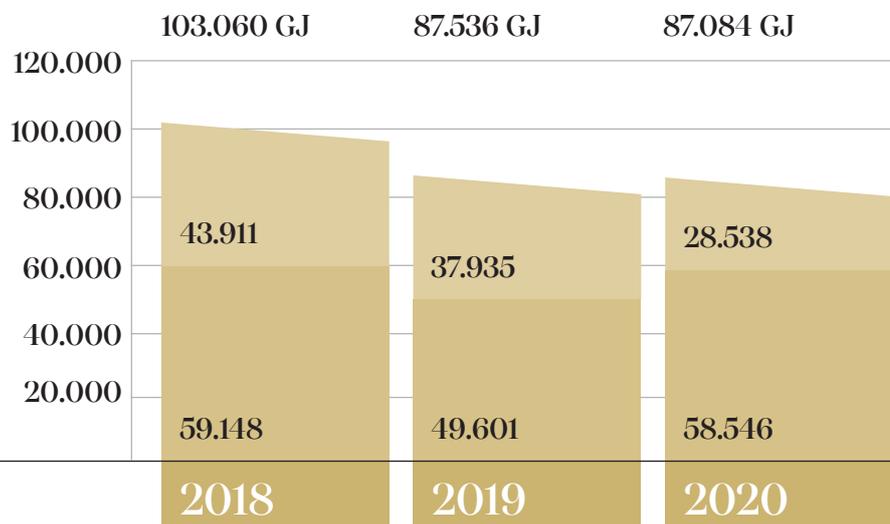


FIG. 31
I consumi diretti, GJ
GRI 302-1

- Siti produttivi
- Altre tipologie di sede

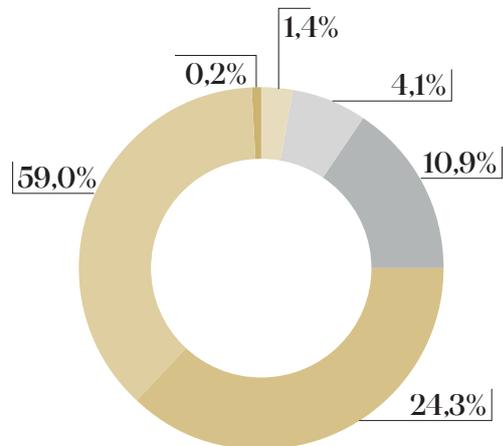


I **consumi energetici diretti** risultano pari a 87.084 GJ nel 2020, in sostanziale equilibrio con l'anno precedente (87.536 GJ), il 67% dei quali dovuto agli stabilimenti produttivi.

Il grafico sottostante mostra il mix energetico che costituisce i consumi diretti di energia: per il 59% sono legati al riscaldamento, che avviene prevalentemente attraverso l'utilizzo di gas naturale, per il 24% e l'11% ai consumi di gasolio e benzina per la flotta aziendale.

FIG. 32
La composizione dei consumi diretti nel 2020, percentuale
[GRI 302-1]

- Benzina
- Gasolio
- Gas naturale
- GPL
- Olio combustibile
- Energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e consumata



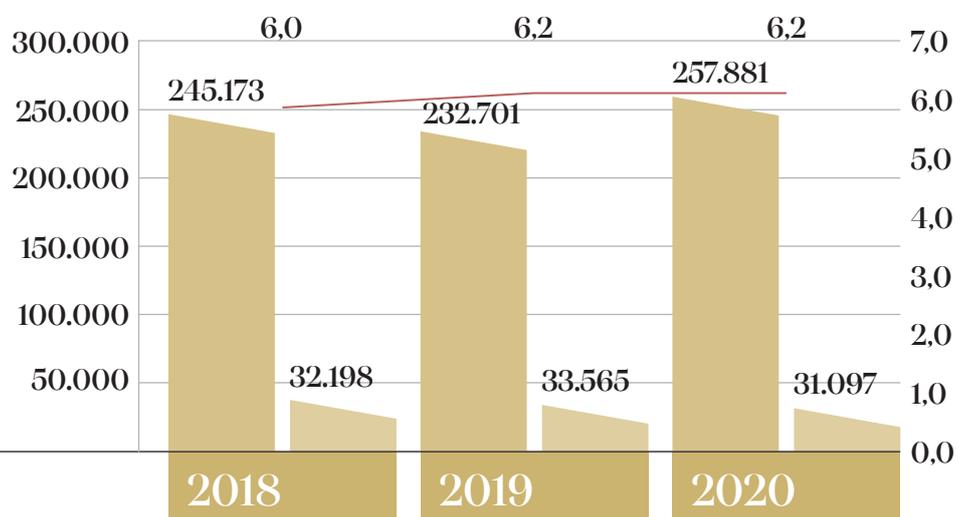
I consumi indiretti di energia elettrica per pezzo prodotto presentano un trend stabile (6,2 kWh sia nel 2019 che nel 2020), mentre la parte dell'energia elettrica consumata che è stata prodotta da **fonti rinnovabili** risulta pari a 3.607 GJ (in sostanziale equilibrio con i circa 3.587 GJ del 2019). [GRI 302-3]

Oltre a quelle già descritte precedentemente e relative agli stabilimenti di Cluj e Mignagola, ulteriori iniziative di *energy saving* sono state condotte nel 2020 negli impianti cinesi di Dongguan e OnShiu. Nel primo, sono stati sostituiti i tradizionali processi di serigrafia con sistemi di marcatura

laser, che hanno consentito di evitare il passaggio in forno per l'indurimento e di risparmiare così sia in termini energetici che di emissioni di VOC. Queste, insieme ad attività di ottimizzazione dei servomotori (utilizzati nelle operazioni di *plastic injection*) hanno consentito di mantenere i consumi energetici annuali in linea con quelli del 2019 a fronte di un notevole aumento nei volumi produttivi. Nello stabilimento di OnShiu, invece, la sostituzione di alcuni macchinari e componenti nel reparto saldatura hanno consentito un risparmio energetico pari, rispettivamente, al 15% e al 30%. [GRI 302-4]

FIG. 33
I consumi indiretti, GJ
[GRI 302-1]

- Siti produttivi
- Altre tipologie di sede
- Intensità energetica (kWh/n. pezzi prodotti)



Le **emissioni complessive di CO₂** del Gruppo, considerando il calcolo con il metodo “*Location Based*”, ammontano nel 2020 a 40.030 tonnellate, in continuità (+1%) con le 39.679 tonnellate del 2019; coerentemente con l’andamento dei consumi energetici, si può constatare come le emissioni di CO₂ siano dovute principalmente ai consumi di energia elettrica, che incidono per circa l’86% sulle emissioni di CO₂ totali a livello di Gruppo.

FIG. 34

Le emissioni totali di CO₂, tonnellate di CO₂

[GRI 305-1 e 305-2]

- Emissioni dirette
- Emissioni indirette

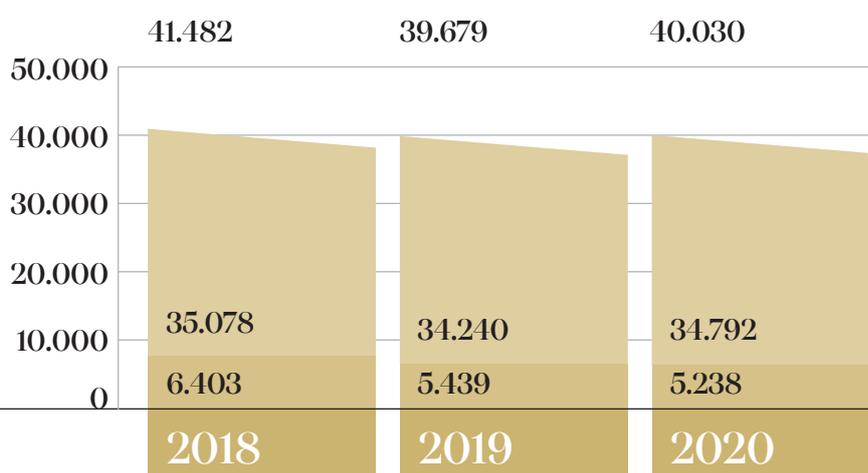


FIG. 35

Le emissioni dirette Scopo 1, tonnellate di CO₂

[GRI 305-1]

- Siti produttivi
- Altre tipologie di sede

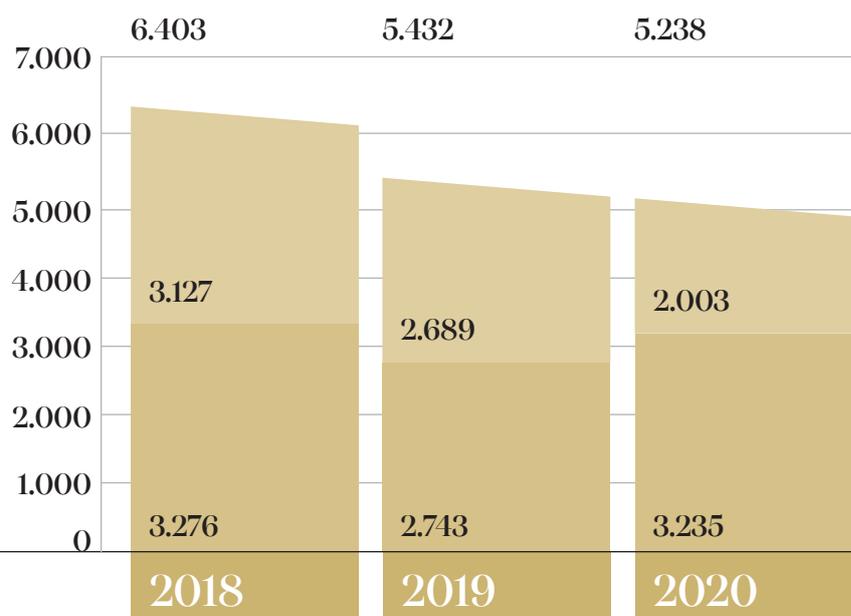
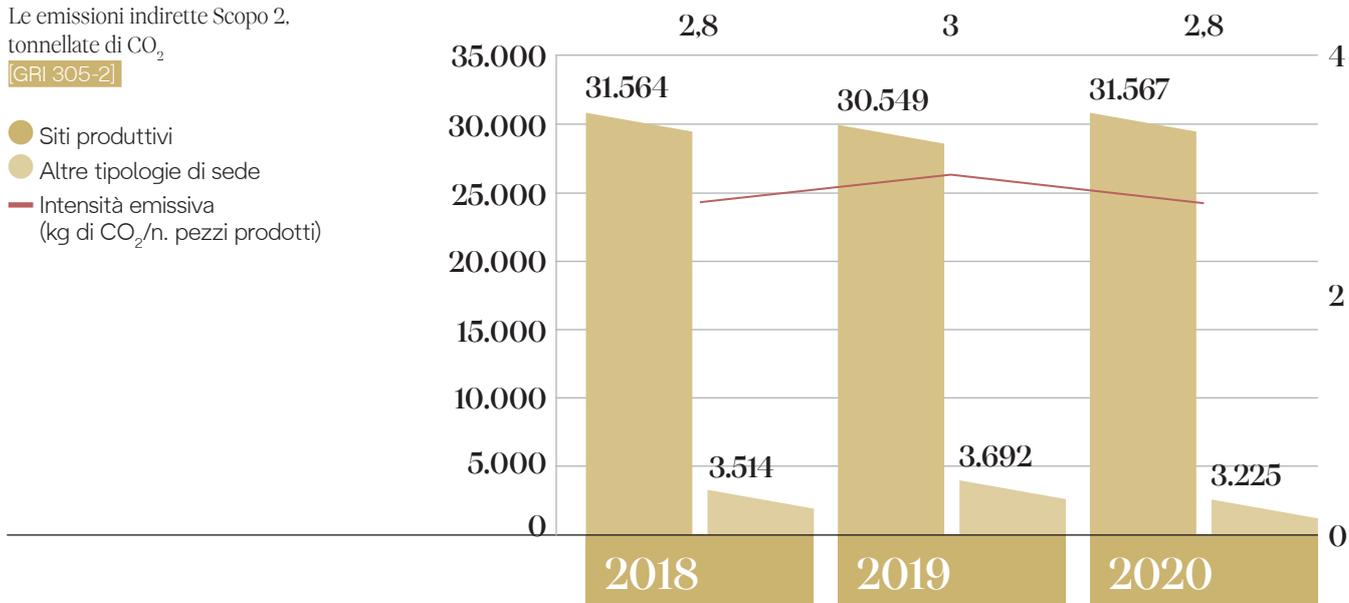


FIG. 36

Le emissioni indirette Scopo 2, tonnellate di CO₂

[GRI 305-2]

- Siti produttivi
- Altre tipologie di sede
- Intensità emissiva (kg di CO₂/n. pezzi prodotti)



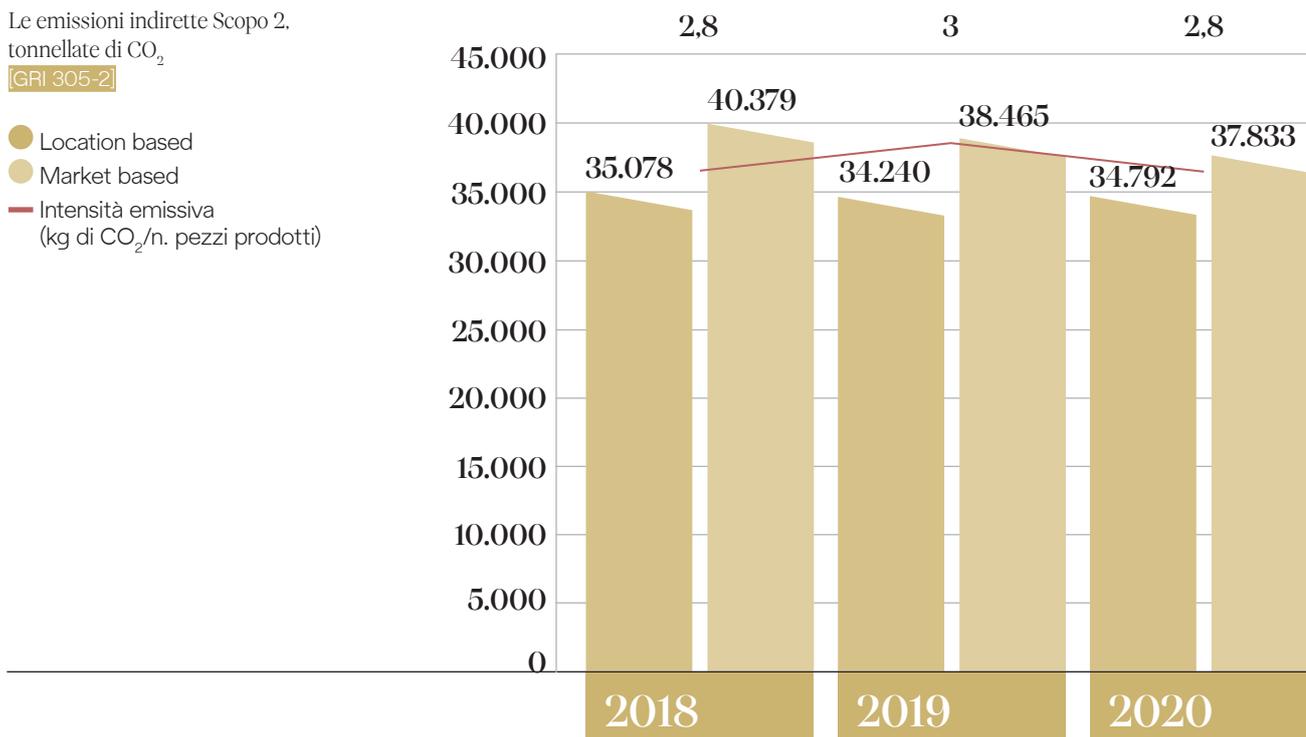
Relativamente alle emissioni di **CO₂ dirette**, nel 2020 si registra un valore pari a 5.238 t, prevalentemente riconducibili ai consumi energetici dei siti produttivi (62% contro il 38% di quelli dovuti alle altre tipologie di sede). Per quanto riguarda invece le **emissioni indirette di CO₂**, nel 2020 si registra un valore complessivo di 34.792 t, di cui circa il 91% legato ai siti produttivi (e in particolar modo ai 2 stabilimenti cinesi, che con 19.550 tCO₂ prodotte contribuiscono in maniera significativa al totale delle emissioni indirette di CO₂ del Gruppo).

FIG. 37

Le emissioni indirette Scopo 2, tonnellate di CO₂

[GRI 305-2]

- Location based
- Market based
- Intensità emissiva (kg di CO₂/n. pezzi prodotti)



Nel 2020, le emissioni di CO₂ Scopo 2 calcolate secondo la metodologia **market based** risultano più elevate di circa 3 mila tonnellate rispetto alle **location based**. Confrontando le emissioni di CO₂ Scopo 2 *location based* per pezzo prodotto si può notare una diminuzione del 6,6% circa rispetto al precedente esercizio (da 3 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2019 a 2,8 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2020). La riduzione dell'intensità emissiva nel 2020 è principalmente dovuta all'aumento dei volumi produttivi registrato nel corso dell'anno. Tuttavia, negli stabilimenti 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]

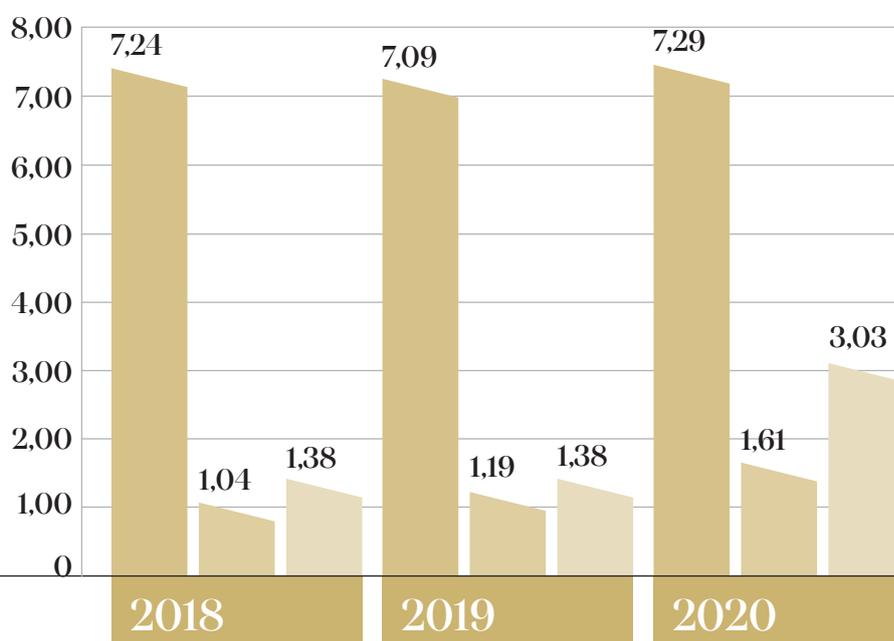
Le emissioni di **inquinanti** più significative a livello di impianti produttivi di Gruppo riguardano infine i composti organici volatili (VOC), dei quali nel corso del 2020 ne sono state emesse più di 7 tonnellate, in linea con quanto accaduto nel biennio 2018-2019. Ulteriori tipologie di emissioni inquinanti riguardano i cosiddetti HAP (*Hazardous Air Pollutants*), che con circa 3 tonnellate risultano in aumento rispetto al 2019. L'incremento degli HAP (*Hazardous Air Pollutants*) è legato all'inclusione, a partire dal calcolo 2020, dello stabilimento di Mignagola, non conteggiato per il biennio 2018-2019 per la non disponibilità dei dati. I quantitativi di NOx emessi nel 2020 risultano invece in linea con quanto registrato nel biennio precedente. Trascurabili o addirittura nulli sono invece i quantitativi di POP (*Persistent Organic Pollutants*), SOx e particolati (PM) emessi in atmosfera. [GRI 305-7]

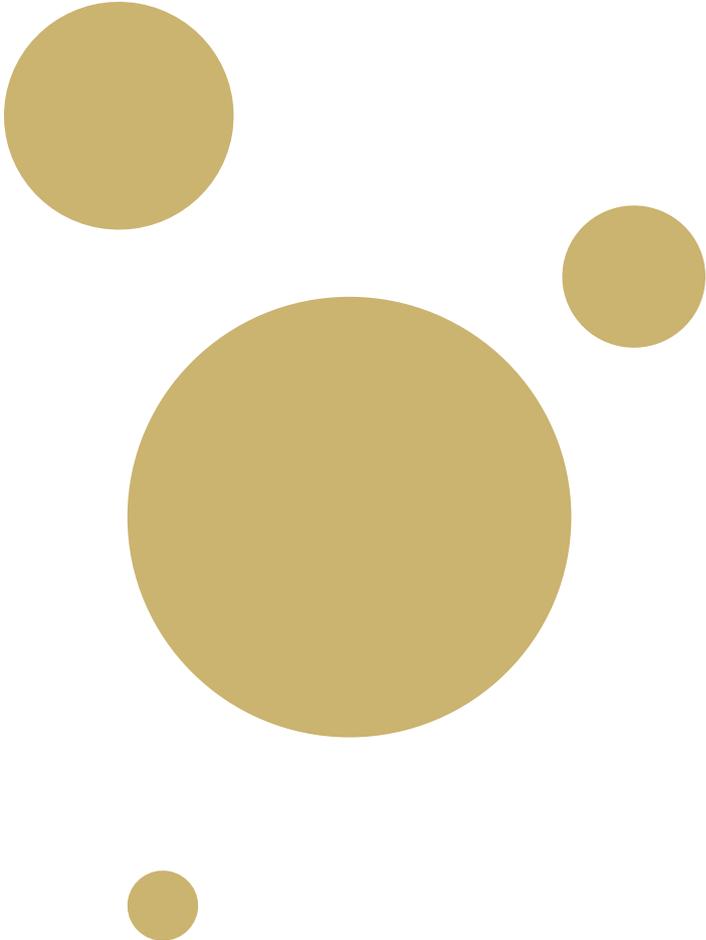
FIG. 38

Altre emissioni inquinanti in atmosfera, tonnellate

[GRI 305-7]

- Volatile organic compounds (VOC)
- NOx
- Hazardous air pollutants (HAO)

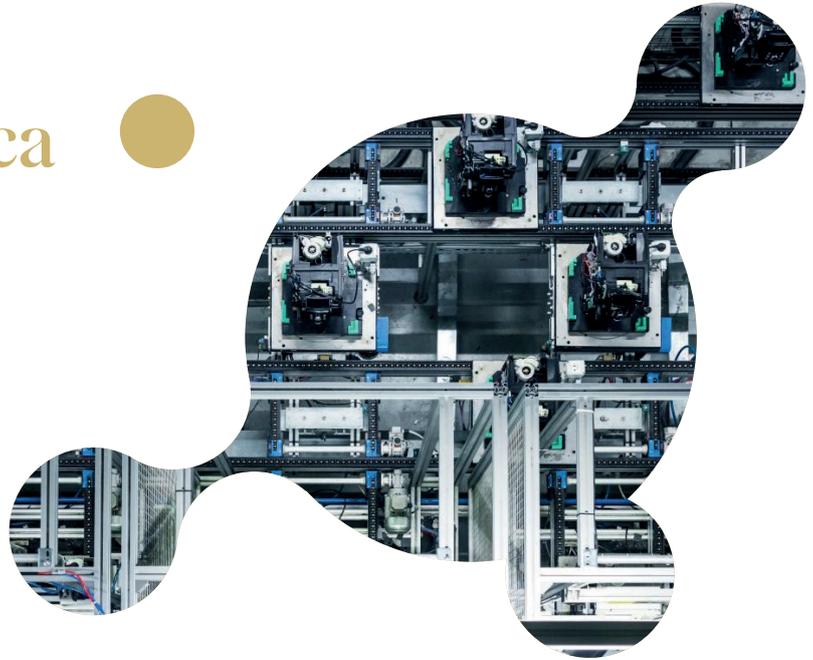




5.

**Nota
metodologica**

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 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione 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.
- **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 2018-2019-2020 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 2020 che possano risultare significativi per la valutazione delle *performance* del Gruppo da parte dei portatori di interesse. [\[GRI 102-46\]](#)

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.

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.

In aggiunta alle tematiche materiali, 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.

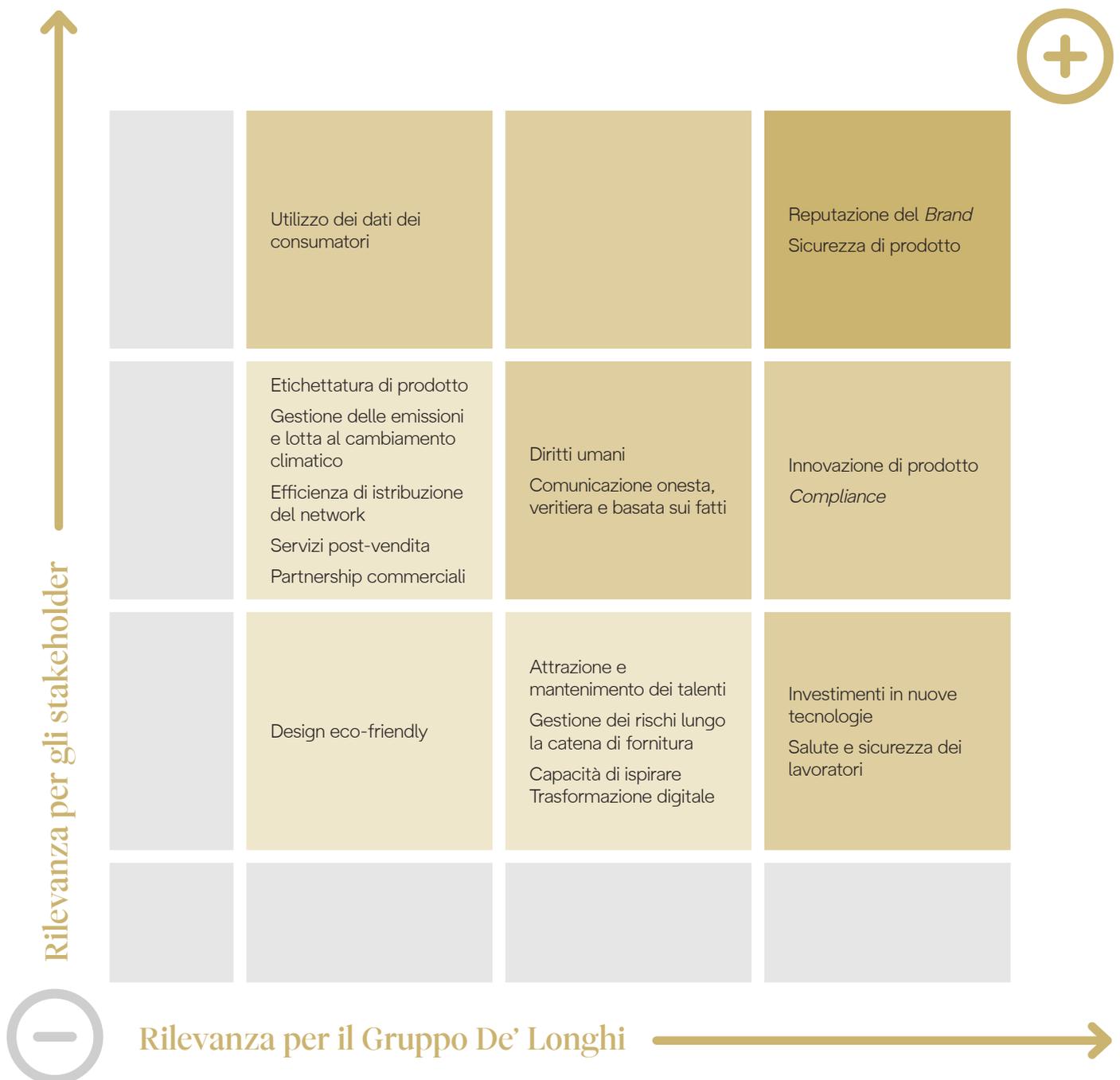


FIG. 44
I temi rilevanti per gli stakeholder e il Gruppo De' Longhi

Il perimetro di reporting

Il presente documento rappresenta la quarta edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'esercizio 2020, come anche i trend di *performance* del triennio 2018–2020. 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.

Per quanto riguarda l'esercizio 2020, si segnalano le seguenti eccezioni al perimetro di rendicontazione:

- le società del Gruppo *Capital Brands* non sono state incluse in considerazione del fatto che l'acquisizione si è perfezionata alla fine dell'esercizio 2020;
- la società De'Longhi Brasil - Comércio e Importação Ltda è stata esclusa in quanto attualmente in liquidazione e nessun dipendente registrato al 31.12;

- la società De'Longhi Bosphorus Ev Aletleri Ticaret Anonim Sirketi è stata inclusa per i soli dati relativi alle risorse umane e salute e sicurezza in quanto attualmente in liquidazione.

L'anno di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente sezione è il 2020. 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	-	-
<i>Compliance</i>	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 <i>Brand</i>	<i>Performance</i> economica	Gruppo	-	-	-
Partnership commerciali	-	Gruppo	<i>Partner</i>	-	-
Servizi post vendita	-	Gruppo	Contact Center, <i>Partner</i>	-	-
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



Tema	GRI Disclosure	Perimetro		Limitazioni di rendicontazione sul perimetro	
		Interno	Esterno	Interno	Esterno
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 (di processo)	-	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.

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 anticorruzione.

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 2018 - 2020, presso gli stabilimenti del Gruppo sono stati prodotti rispettivamente 5,5, 6,5 e 57,6 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 2018, 2019 e 2020.

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 (2018) per calcolare le emissioni indirette nel 2020, nella versione 2017 per quelle relative al 2019 e nella versione 2016 per quelle del 2018.

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 2017-2019. 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 2017-2019. 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 2018-2019-2020.

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.

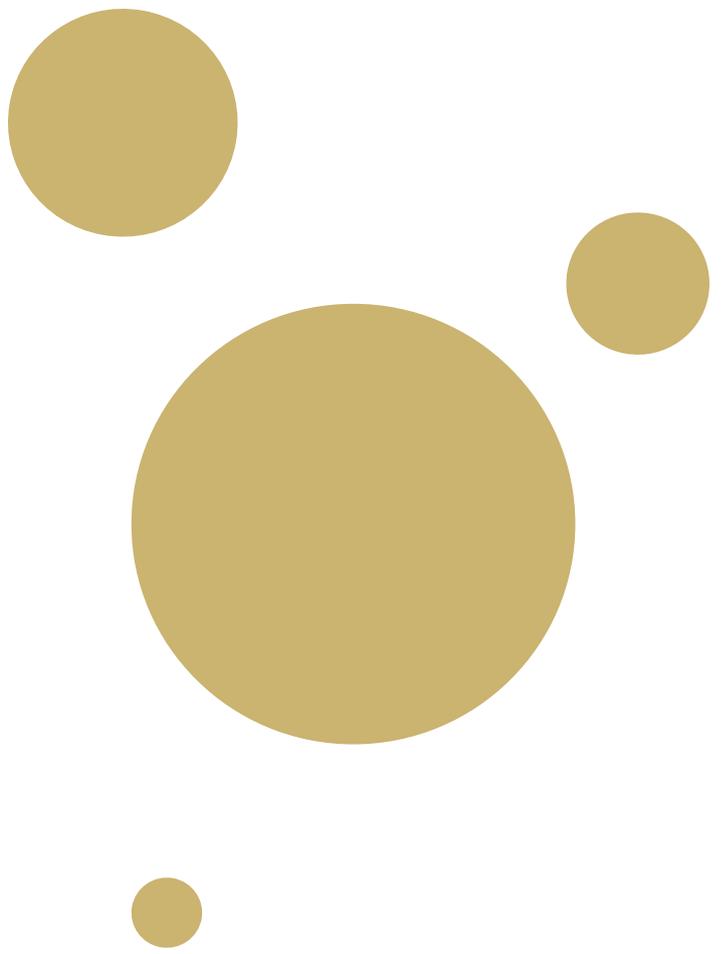
Indicatori di qualità

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

6. Allegati

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



Le persone del Gruppo De' Longhi

Dipendenti per tipologie di contratto	Italia			Europa			APA			MEIA			Gruppo De' Longhi		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Numero di dipendenti per tipologie di contratto															
Tempo indeterminato	1.551	1.577	1.651	3.270	3.084	4.284	2.712	2.551	2.621	62	61	51	7.595	7.273	8.607
di cui donne	602	611	646	1.860	1.767	2.617	1.270	1.209	1.250	23	25	22	3.755	3.612	4.535
di cui uomini	949	966	1.005	1.410	1.319	1.667	1.442	1.342	1.371	39	36	29	3.840	3.661	4.072
Tempo determinato	84	14	34	33	26	131	697	536	605	-	1	1	814	577	771
di cui donne	48	11	17	21	16	76	302	241	273	-	1	1	371	269	367
di cui uomini	36	3	17	12	10	55	395	295	332	-	-	-	443	308	404
Totale	1.635	1.591	1.685	3.303	3.110	4.415	3.409	3.087	3.226	62	62	52	8.409	7.850	9.378
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Full-time	1.519	1.472	1.567	3.220	3.028	4.302	3.397	3.074	3.214	62	61	51	8.198	7.635	9.134
di cui donne	537	506	549	1.811	1.717	2.601	1.562	1.438	1.512	23	25	22	3.933	3.686	4.684
di cui uomini	982	966	1.018	1.409	1.311	1.701	1.835	1.636	1.702	39	36	29	4.265	3.949	4.450
Part-time	116	119	118	83	82	113	12	13	12	-	1	1	211	215	244
di cui donne	113	116	114	70	66	92	10	12	11	-	1	1	193	195	218
di cui uomini	3	3	4	13	16	21	2	1	1	-	-	-	18	20	26
Totale	1.635	1.591	1.685	3.303	3.110	4.415	3.409	3.087	3.226	62	62	52	8.409	7.850	9.378
Numero di dipendenti per genere															
Totale donne	650	622	663	1.881	1.783	2.693	1.572	1.450	1.523	23	26	23	4.126	3.881	4.902
Totale uomini	985	969	1.022	1.422	1.327	1.722	1.837	1.637	1.703	39	36	29	4.283	3.969	4.476

GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori

Area geografica	Donne		Uomini		Totale	
	Totale (n.)	Totale (%)	Totale (n.)	Totale (%)	Totale (n.)	Totale (%)
ITALIA	60	9%	87	9%	147	9%
EUROPA	1.815	69%	1.123	67%	2.938	69%
APA	655	52%	825	60%	1.480	56%
MEIA	0	0%	2	7%	2	4%
GRUPPO	2.530	56%	2.037	50%	4.567	53%

GRI 401-1 (a) Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato per genere e area geografica, 2020

Area geografica	Donne		Uomini		Totale	
	Totale (n.)	Totale (%)	Totale (n.)	Totale (%)	Totale (n.)	Totale (%)
ITALIA	25	4%	48	5%	73	4%
EUROPA	963	37%	775	46%	1.738	41%
APA	614	49%	796	58%	1.410	54%
MEIA	3	14%	9	31%	12	24%
GRUPPO	1.605	35%	1.628	40%	3.233	38%

GRI 401-1 (b) Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati per genere e area geografica, 2020

Composizione del CdA		Unità di misura	Italia		
			2018	2019	2020
Uomini	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	1	1
	Oltre 50 anni	n	7	5	7
Totale uomini		n	8	6	8
Donne	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	2	1	1
	Oltre 50 anni	n	2	3	3
Totale donne		n	4	4	4
Totale		n	12	10	12

GRI 405-1 Composizione per età e genere degli organi di governo

Composizione del personale - Dettaglio al 2020		Unità di misura	Gruppo De' Longhi
Manager			
Uomini	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	1,4%
	Oltre 50 anni	%	1,1%
Totale uomini		%	2,5%
Donne	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	0,5%
	Oltre 50 anni	%	0,1%
Totale donne		%	0,7%
Totale		%	3,2%



Composizione del personale - Dettaglio al 2020		Unità di misura	Gruppo De' Longhi
Impiegati			
Uomini	Meno di 30 anni	%	1,5%
	Da 30 a 50 anni	%	10,8%
	Oltre 50 anni	%	3,4%
Totale uomini		%	15,8%
Donne	Meno di 30 anni	%	2,1%
	Da 30 a 50 anni	%	9,1%
	Oltre 50 anni	%	2,1%
Totale donne		%	13,2%
Totale		%	29,0%
Operai			
Uomini	Meno di 30 anni	%	7,4%
	Da 30 a 50 anni	%	15,5%
	Oltre 50 anni	%	6,5%
Totale uomini		%	29,5%
Donne	Meno di 30 anni	%	7,3%
	Da 30 a 50 anni	%	23,7%
	Oltre 50 anni	%	7,4%
Totale donne		%	38,4%
Totale		%	67,8%

GRI 405-1 Composizione per età e genere dei dipendenti

Aggregato di Gruppo		2018	2019	2020
Ore lavorate totali	h. 000	19.216	18.246	20.017
Infortuni	n.	80	63	50
Di cui in itinere per trasporti organizzati dal Gruppo	n.	-	17	4
Infortuni con conseguenze gravi	n.	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-
Malattie professionali	n.	3	3	4
Indice di frequenza	-	4,2	3,5	2,5
Indice di frequenza di infortuni con conseguenze gravi	-	-	-	-
Indice di mortalità	-	-	-	-
Tasso di malattia occupazionale	-	0,2	0,2	0,2

GRI 403-9 Infortuni e indici infortunistici

Aggregato di Gruppo		2018	2019	2020
Ore lavorate totali	h. 000	2.234	1.377	2.644
Infortuni	n.	4	2	4
Di cui in itinere per trasporti organizzati dal Gruppo	n.	-	-	-
Infortuni con conseguenze gravi	n.	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-
Indice di frequenza	n.	1,8	1,5	1,5
Indice di frequenza di infortuni con conseguenze gravi	-	-	-	-
Indice di mortalità	-	-	-	-

GRI 403-9 Infortuni e indici infortunistici dei contrattisti

La riduzione degli impatti ambientali

Consumi energetici	um	Siti produttivi			Altre tipologie di sede ⁵			Gruppo De' Longhi		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Consumi diretti da fonti non rinnovabili										
Benzina	GJ	2.801	3.017	2.824	14.664	9.606	6.646	17.465	12.623	9.470
Gasolio	GJ	6.885	6.170	5.180	23.374	22.942	16.010	30.259	29.112	21.189
Gas naturale	GJ	45.230	36.298	46.388	5.498	5.145	5.034	50.728	41.443	51.422
GPL	GJ	523	568	587	133	-	667	657	568	1.254
Olio combustibile	GJ	-	-	-	205	203	142	205	203	142
Totale	GJ	55.440	46.053	54.979	43.875	37.896	28.498	99.314	83.949	83.477
Consumi diretti da fonti rinnovabili										
En. elettrica prodotta da rinnovabili e consumata	GJ	3.709	3.548	3.567	37	39	40	3.746	3.587	3.607
Totale consumi diretti	GJ	59.148	49.601	58.546	43.911	37.935	28.538	103.060	87.536	87.084
Consumi diretti										
Energia elettrica	GJ	245.173	232.701	257.881	29.082	31.186	28.984	274.256	263.887	286.865
Teleriscaldamento	GJ	-	-	-	2.718	2.359	2.113	2.718	2.359	2.113
Raffrescamento	GJ	-	-	-	398	-	-	398	-	-
Totale consumi indiretti	GJ	245.173	232.701	257.881	32.198	33.545	31.097	277.372	266.246	288.978
Consumi totali	GJ	304.322	282.301	316.427	76.110	71.480	59.635	380.431	353.782	376.062

GRI 302-1 Consumi energetici

⁵ La voce "Altre tipologie di sede" include gli uffici, le filiali distributive, i magazzini e, in generale, tutte le realtà non produttive del Gruppo De' Longhi.

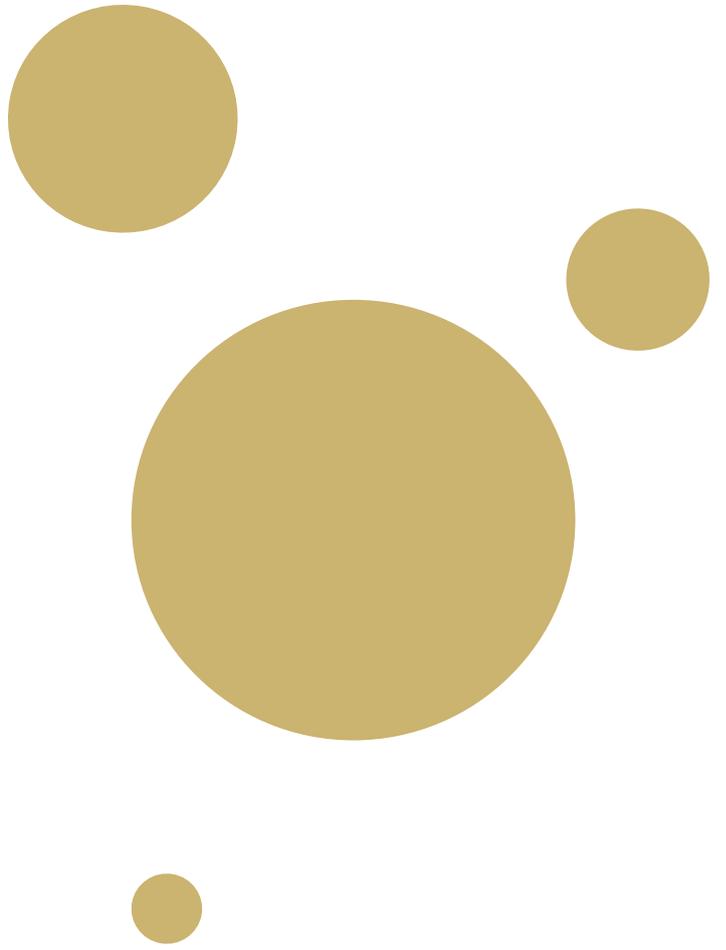
Emissioni [ton CO ₂]	Siti produttivi			Altre tipologie di sede			Gruppo De' Longhi		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Dirette	3.276	2.743	3.235	3.127	2.696	2.003	6.403	5.439	5.238
Indirette – Location Based	31.564	30.549	31.567	3.514	3.690	3.225	35.078	34.240	34.792
Indirette – Market Based	36.057	33.852	33.854	4.322	4.613	3.980	40.379	38.465	37.833
Totale (Dirette + Indirette - Location Based)	34.840	33.293	34.802	6.642	6.386	5.228	41.482	39.679	40.030
Totale (Dirette + Indirette - Market Based)	39.333	36.596	37.089	7.449	7.309	5.983	46.783	43.905	43.072

GRI 305-1 e GRI 305-2 Emissioni dirette e indirette di gas serra (GHG) Scopo 1 e Scopo 2

Metodo di smaltimento	Rifiuti pericolosi [ton]						Rifiuti non pericolosi [ton]					
	2018	%	2019	%	2020	%	2018	%	2019	%	2020	%
Riuso	27,0	15,3%	2,0	1,2%	1,7	0,9%	60,0	0,7%	0	0,0%	0,0	0,0%
Recupero	74,2	41,9%	10,5	6,5%	9,2	4,7%	2.024,3	22,1%	1.765,2	22,2%	1.907,0	20,3%
Incenerimento (incluso il recupero di energia)	21,1	11,9%	9,2	5,7%	16,2	8,2%	231,1	2,5%	146,8	1,8%	549,8	5,9%
Incenerimento	1,3	0,7%	1,3	0,8%	38,4	19,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Riciclo	29,3	16,6%	3,7	2,3%	33,8	17,1%	6.283,9	68,7%	5.790,5	73,0%	6.658,1	70,9%
Compostaggio	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	111,1	1,2%	68,0	0,9%	98,0	1,0%
Stoccaggio	14,8	8,4%	75,8	46,5%	82,6	41,7%	12,1	0,1%	6,4	0,1%	21,5	0,2%
Discarica	0	0,0%	60,4	37%	16,1	8,1%	280,8	3,1%	68,9	0,9%	91,1	1,0%
Altro - Trattamento chimico	9,2	5,2%	0,2	0,1%	0,2	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Altro - Trattamento biologico	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	145,6	1,6%	91,4	1,2%	64,3	0,7%
Totale rifiuti prodotti	176,9	100%	163,1	100%	198,3	100%	9.148,9	100%	7.937,2	100%	9.389,7	100%

GRI 305-3, 306-5 (2020) e 306-4 Rifiuti prodotti per tipologia e metodo di smaltimento⁶

⁶ Si precisa che è stata aggiornata la metodologia di reporting dei rifiuti secondo il nuovo indicatore del GRI 306 (2020), sia per il 2020 che per gli anni precedenti.



7.

GRI Content Index

GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
GRI 102: General disclosure 2016				
Profilo dell'organizzazione				
102-1	Nome dell'organizzazione	1		
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	8, 39		
102-3	Luogo della sede principale	8		
102-4	Luogo delle attività	8-9		
102-5	Proprietà e forma giuridica	13 - 14		
102-6	Mercati serviti	8		
102-7	Dimensione dell'organizzazione	8, 12, 22, 57		
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	24 - 25, 79		
102-9	Catena di fornitura	59 - 60		
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	14, 57 - 58		
102-11	Principio di precauzione	15, 39, 47 - 49		
102-12	Iniziativa esterne		Nel corso dell'anno di rendicontazione, il Gruppo De' Longhi non ha partecipato o sottoscritto alcuna iniziativa promossa da stakeholder esterni	
102-13	Adesione ad associazioni	12		
Strategia				
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	5		
Etica ed integrità				
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	11 - 17, 23		
Governance				
102-18	Struttura della governance	13 - 14, 18		
Stakeholder engagement				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	11		
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	27		
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	11		
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	11		
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	11		
Pratiche di reporting				
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	72 - 73		
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	70 - 75		
102-47	Elenco dei temi materiali	71		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
GRI 102: General disclosure 2016				
102-48	Revisione delle informazioni		Nessuna modifica significativa rispetto al Report di Sostenibilità 2019	
102-49	Modifiche nella rendicontazione		Nessun cambiamento significativo rispetto al Report di Sostenibilità 2019	
102-50	Periodo di rendicontazione		Dal 1° gennaio 2020 al 31 dicembre 2020	
102-51	Data del report più recente		Agosto 2020	
102-52	Periodicità di rendicontazione		Annuale	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report		sustainability@delonghigroup.com	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	70		
102-55	Indice dei contenuti GRI	86 - 93		
102-56	Assurance esterna		Il presente documento non è stato oggetto di attività di assurance	

[GRI 102-55]

GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Indicatori di performance economica				
Performance economica				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	12		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	12		
GRI 201: Performance Economica 2016				
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	12		
Anticorruzione				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	11 - 17		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	11 - 17		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Indicatori di performance economica				
GRI 205: Anticorruzione 2016				
205-2	Comunicazione e formazione riguardo a politiche e procedure sull'anticorruzione	17		La rendicontazione non comprende la comunicazione e formazione rivolta ai membri degli enti di governo
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	17		
Comportamento anticoncorrenziale				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	11 - 17		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	11 - 17		
GRI 206: Comportamento anti concorrenziale 2016				
206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	17		
Indicatori di performance ambientale				
Energia				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	50 - 51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	50 - 51		
GRI 302: Energia 2016				
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	62 - 63, 82		
302-3	Intensità energetica	63		
Emissioni				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	61 - 66		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	61 - 66		
GRI 305: Emissioni 2016				
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	64 - 65		
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	65 - 66		
305-4	Intensità di emissione di gas ad effetto serra	66		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Indicatori di performance ambientale				
Rifiuti				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	67		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	67		
GRI 306: Rifiuti 2020				
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	67		
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	67		
306-3	Rifiuti prodotti	67, 83		
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	67, 83		
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	67, 83		
Compliance ambientale				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	67		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	67		
GRI 307: Compliance ambientale 2016				
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	67		
Indicatori di performance sociale				
Salute e sicurezza sul lavoro				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	32 - 34		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	32 - 34		
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2018				
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	32 - 34		
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	32 - 34		
403-3	Servizi di medicina del lavoro	32 - 34		
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	32 - 34		
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	32 - 34		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Indicatori di performance sociale				
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	32 - 34		
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	32 - 34		
403-9	Infortuni sul lavoro	32 - 34, 81 - 82		
Formazione e istruzione				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	23, 29 - 31		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	23, 29 - 31		
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016				
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	30		
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una regolare valutazione delle performance e una revisione dello sviluppo della propria carriera	31		
Diversità e pari opportunità				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	23 - 28		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	23 - 28		
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	13, 26 - 27, 80 - 81		
Non discriminazione				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	23, 28 - 31		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	23, 28 - 31		
GRI 406: Non discriminazione 2016				
406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	28		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Indicatori di performance sociale				
Valutazione sui diritti umani				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	59 - 60		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	59 - 60		
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	59 - 60		
Valutazione dei fornitori per impatti sociali				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	59 - 60		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	59 - 60		
GRI 414: Valutazione dei fornitori per impatti sulla società 2016				
414 -1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	59 - 60		
Salute e sicurezza dei consumatori				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	48 - 49		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	48 - 49		
GRI 416: Salute e Sicurezza dei consumatori 2016				
416-1	Valutazioni degli impatti dei prodotti e servizi su salute e sicurezza	48 - 49		
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	48 - 49		
Marketing ed etichettatura dei prodotti				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	48 - 49		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	48 - 49		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Indicatori di performance sociale				
GRI 417: Marketing ed Etichettatura dei prodotti 2016				
417-1	Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti	49		
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	49		
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	49		
Privacy del cliente				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	43 - 49		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	43 - 49		
GRI 418: Privacy del cliente 2016				
418-1	Reclami motivati relativi a perdita di dati del cliente	47		
Not GRI disclosure				
Capacità di ispirare				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39 - 49		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39 - 49		
Partnership commerciali				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	57 - 60		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	57 - 60		
Investimenti in nuove tecnologie				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39 - 40, 46, 50 - 51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39 - 40, 46, 50 - 51		



GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Nota	Omission
Material topics				
Not GRI disclosure				
Innovazione di prodotto				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39 - 40, 46, 50 - 51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39 - 40, 46, 50 - 51		
Efficienza di distribuzione del network				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	58		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	58		
Servizio post vendita				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	43 - 47		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	43 - 47		
	First time fix (FTF) indicator	46		
	Tempo medio di assistenza tecnica	46		
Trasformazione digitale				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39 - 40, 46, 50 - 51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39 - 40, 46, 50 - 51		
Design eco-friendly				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	72 - 73		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	50 - 53		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	50 - 53		

delonghigroup.com