

DēLonghi Group

2021

Report di Sostenibilità





Sommario

	Un nuovo capitolo nel nostro percorso	3		
	1 Il Gruppo De' Longhi	4		
	1.1 Chi siamo e dove operiamo	5		
	1.2 Realizzare un'impresa di valore	8		
	1.3 Il nostro percorso di sostenibilità	15		
	2 Le persone del Gruppo De' Longhi	18		
	2.1 La comunità degli <i>Everyday Makers</i>	20		
	2.2 Supportare le nostre persone nel percorso di crescita	25		
	2.3 La sicurezza sul luogo di lavoro	27		
	3 I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni	29		
	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto	31		
	3.2 Design ed innovazione per la sostenibilità dei prodotti	41		
	4 La responsabilità nei nostri processi	45		
	4.1 I nostri stabilimenti	47		
	4.2 La responsabilità lungo tutta la catena del valore	50		
	4.3 Ridurre la nostra impronta ambientale	52		
	5 Nota metodologica	60		
	6 Allegati	66		
	7 GRI Content Index	72		

U

Un nuovo capitolo nel nostro percorso

[GRI 102-14]



“

Cari tutti,

in questa quinta edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De'Longhi, Vi raccontiamo un anno, il 2021, caratterizzato da importanti risultati in termini di crescita e di creazione di valore, ma anche da importanti sfide, in un contesto caratterizzato da un progressivo aumento della complessità del quadro macroeconomico a livello globale.

Nel 2021, anche grazie alla campagna vaccinale, è stata superata la fase più acuta dell'emergenza sanitaria e l'attività economica è gradualmente ripresa, seppure con dinamiche differenziate tra le varie parti del mondo. Contestualmente, si sono accentuate le tensioni nella supply chain dovute alla difficoltà di reperimento dei componenti e ad un'inflazione nei costi di acquisto e di trasporto.

I risultati raggiunti dal Gruppo nel 2021 testimoniano lo straordinario impegno e la resilienza delle nostre persone, la forza dei nostri brand ed il successo della nostra strategia che coniuga innovazione di prodotto, eccellenza produttiva e continui investimenti in ambito industriale e di comunicazione a supporto dei nostri brand.

I fattori ESG stanno divenendo sempre più centrali nella nostra strategia di medio-lungo termine: la sostenibilità è stata integrata nel nostro Medium Term Plan 2021-2023 come vero e proprio enabler, ed è progressivamente diventata parte del nostro viaggio e della nostra evoluzione, costringendoci in alcuni casi a ripensare le nostre priorità ed i nostri progetti per gli anni a venire.

Il 2021 è stato per noi l'inizio di un nuovo capitolo del percorso di sostenibilità: abbiamo ridefinito la nostra Governance di sostenibilità e le aree in cui il Gruppo intende, in modo ancora più incisivo, focalizzare il proprio impegno, abbiamo elaborato un Manifesto di Sostenibilità, rivolto alle nostre persone, perché il percorso sia sempre più condiviso e fortemente radicato.

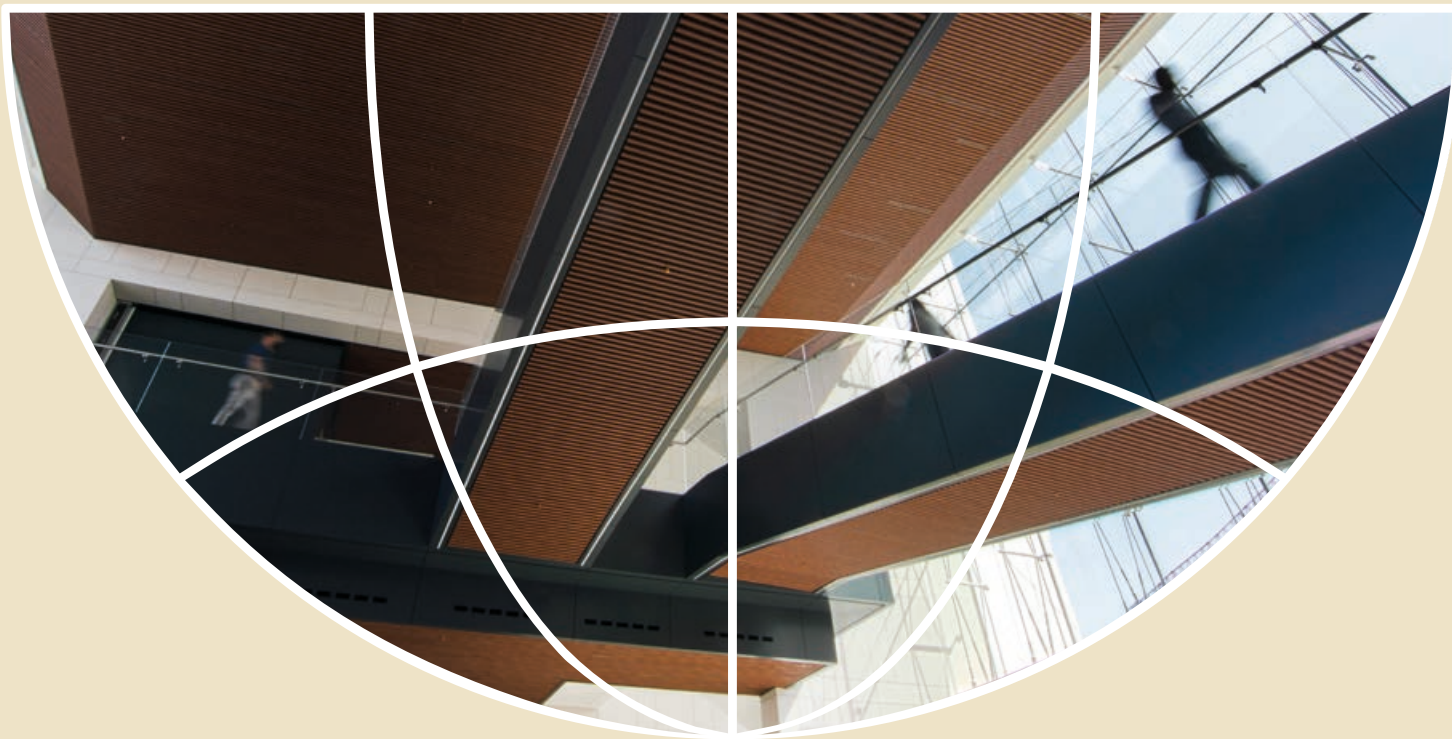
Siamo infatti convinti che una strategia capace di perseguire il Successo Sostenibile, valutando congiuntamente crescita economica e impatti ambientali e sociali, sia l'unica strada, oggi più che mai, per affrontare la complessità delle sfide e le opportunità del nostro futuro.

Buona lettura,
Massimo Garavaglia



1

Il Gruppo De' Longhi





1.1 Chi siamo e dove operiamo



De' Longhi S.p.A., società quotata sul mercato Euronext Milan gestito da Borsa Italiana, è la holding di un gruppo di società attivo nel settore della produzione e distribuzione di 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.

Seppur fortemente radicato in Italia, con il proprio quartier generale di Treviso [\[GRI 102-3\]](#), il Gruppo De' Longhi rappresenta ormai da tempo un player internazionale: grazie a numerose filiali commerciali dirette, un fitto network di distributori e alcuni negozi, è infatti presente e riconosciuto a livello globale. Dal punto di vista industriale, De' Longhi può contare su 6 siti produttivi situati in Italia, Romania, Svizzera e Cina.

A contribuire al successo del primo laboratorio del Gruppo fu un radiatore ad olio, a marchio De' Longhi, lanciato nel 1974; negli anni successivi, il Gruppo stesso è stato capace di ampliare progressivamente la propria gamma di prodotti, affermandosi soprattutto nel campo dei radiatori elettrici e dei condizionatori d'aria portatili. Con il

passare del tempo, le soluzioni offerte dal Gruppo De' Longhi sono diventate riconoscibili per innovazione ed efficienza, permettendo al brand di aumentare la propria notorietà e riconoscibilità e rendere alcuni prodotti di spicco (come il climatizzatore Pinguino) vere e proprie icone.

Il Gruppo opera sui mercati internazionali con 6 brand: De' Longhi, Kenwood, Braun, Ariete e Nutribullet (quest'ultimo in seguito all'acquisizione avvenuta nel 2020 della società americana Capital Brands Holding Inc., leader mondiale nel segmento dei personal blender), oltre ad Eversys, un marchio svizzero acquisito nel 2021 attivo nel segmento delle macchine da caffè professionali. Le recenti acquisizioni permetteranno al Gruppo di consolidare la propria presenza in mercati strategici come quello statunitense, oltre che di ampliare e diversificare ulteriormente la propria proposta di prodotti.

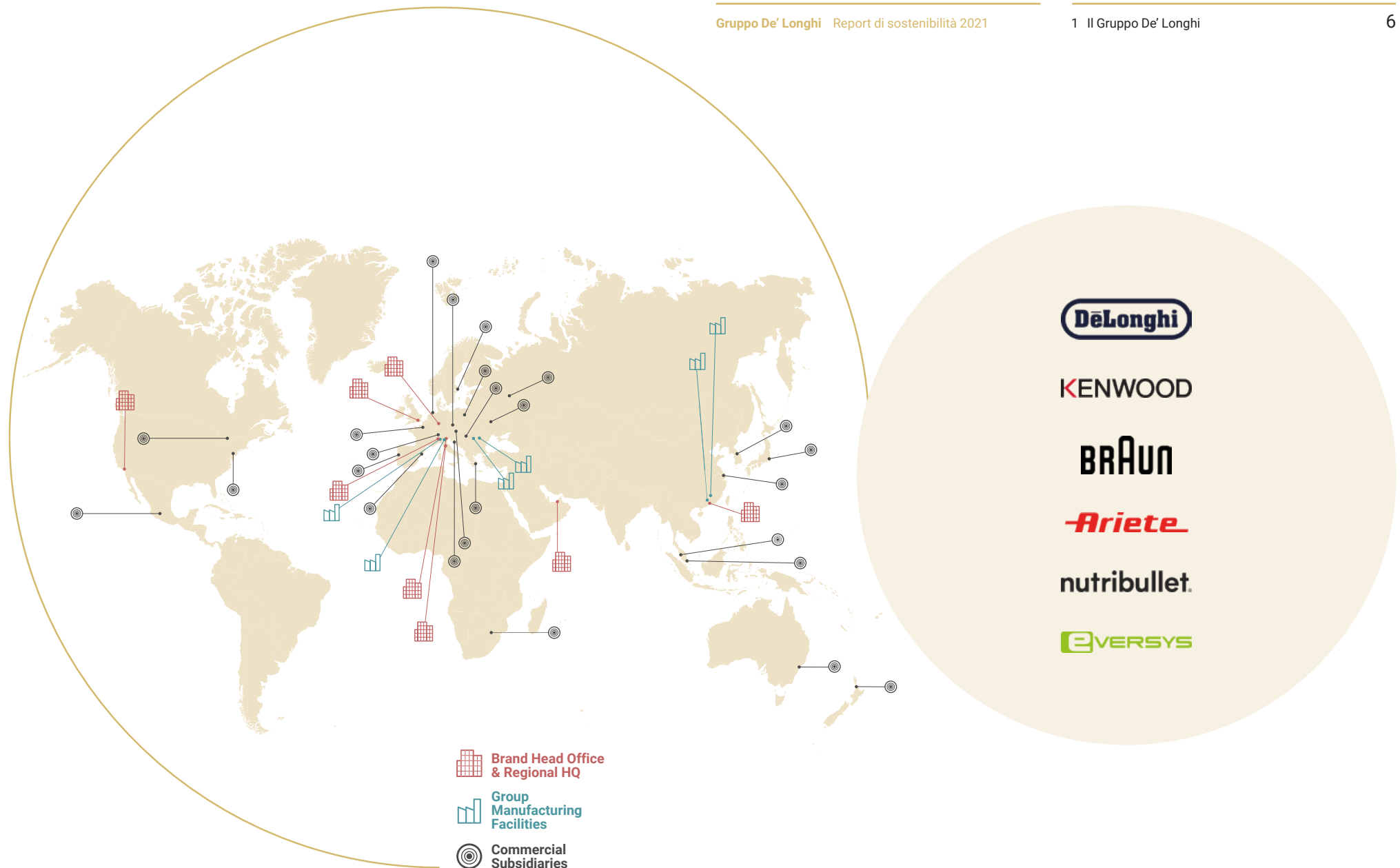


Fig. 1 - I nostri Brand e la presenza del Gruppo nel mondo¹

¹ I dati relativi al 2021 includono anche le società appartenenti al Gruppo Capital Brands, oggetto di acquisizione a fine dicembre 2020 ed Eversys, la cui acquisizione della quota di controllo è stata perfezionata nel corso del 2021. La data di inclusione nel perimetro di consolidamento è coerente con quanto già previsto per i dati finanziari. In relazione alle suddette acquisizioni, i dati relativi al 2021 potrebbero non essere del tutto comparabili rispetto ai precedenti esercizi appartenenti al triennio di rendicontazione.



La resilienza del nostro Gruppo

Il 2021 è sicuramente stato un anno caratterizzato da uno scenario macroeconomico instabile, frutto delle emergenze sanitaria ed economica che hanno condizionato le modalità di gestione delle attività del Gruppo; tuttavia, così come accaduto nel corso dell'anno precedente, De' Longhi ha dimostrato di possedere un modello di business resiliente, reagendo con flessibilità ad un secondo anno eccezionale; la testimonianza è data dalla capacità che il Gruppo stesso ha dimostrato nel tutelare la salute e la sicurezza delle sue persone e garantire la continuità del proprio business (con eccezionali risultati di produzione e vendita a livello mondiale), le due principali priorità in questo contesto di imprevedibilità.

Per quanto riguarda il primo aspetto, visti gli ottimi risultati ottenuti nel 2020, il Gruppo ha agito in continuità con l'anno precedente, quando già l'esperienza acquisita presso gli stabilimenti cinesi nel fronteggiare la pandemia aveva consentito al Gruppo De' Longhi di reagire tempestivamente ad uno scenario inatteso. Per questo motivo, anche nel 2021 sono proseguiti gli obblighi per tutti i dipendenti di utilizzare i dispositivi di protezione individuale all'interno di uffici e stabilimenti e di rilevare la temperatura corporea prima di accedere agli spazi lavorativi, continuamente sanificati e igienizzati; parallelamente, sono proseguite le attività di comunicazione e vigilanza, nonché il mantenimento di misure volte ad assicurare il distanziamento sociale. In base alle normative vigenti a livello locale nei Paesi in cui il Gruppo opera, sono state gestite le modalità di accesso al luogo di lavoro: in Italia, ad esempio, l'installazione di apparecchiature automatiche all'ingresso di uffici e stabilimenti per il controllo della temperatura e del green pass ha permesso di garantire l'accesso ai soli dipendenti muniti del certificato comprovante l'avvenuta vaccinazione anti-Covid o l'esito negativo di un tampone. Inoltre, anche nel 2021 è proseguita, per tutte le

mansioni compatibili, la pratica dell'alternanza tra la presenza in sede e il lavoro da remoto, nel rispetto delle previsioni di legge. Per quanto riguarda il lavoro da remoto, in particolare, è in corso di approvazione una politica a livello di Gruppo che ne regoli termini e modalità operative in modo uniforme per le varie società del Gruppo. A causa della differente natura delle attività svolte, i provvedimenti adottati negli stabilimenti produttivi sono stati invece differenti e verranno descritti e approfonditi nelle sezioni seguenti del presente documento.

A tutto ciò si è aggiunta una sfida importante per la continuità del business del Gruppo, rappresentata dalla carenza diffusa a livello globale di materiali e componentistica. Nonostante le prove da affrontare in termini di approvvigionamento e logistica, il Gruppo ha dimostrato ancora una volta grandi capacità di adattamento e di reazione alle difficoltà, che gli hanno consentito di continuare a rispondere alle crescenti richieste del mercato, confermando la propria leadership nei principali mercati e segmenti di prodotto. Con la resilienza che lo caratterizza, il Gruppo ha reagito in maniera flessibile ad un secondo anno eccezionale nel suo complesso, dimostrando una forte capacità di adattamento che ha consentito sia di tutelare la salute e la sicurezza delle proprie persone sia di garantire la continuità e la crescita del business; come già accaduto nel 2020, anche nel 2021, in riconoscimento del grande impegno e dedizione dimostrati, alle persone del Gruppo è stato riconosciuto un bonus straordinario che è stato erogato all'inizio del 2022.

R

1.2 Realizzare un'impresa di valore

Per perseguire con successo gli obiettivi di business, per una realtà come il Gruppo De' Longhi risulta di fondamentale importanza mantenere un dialogo costante e costruttivo con i propri stakeholder, che si fondi sull'ascolto dei bisogni e delle necessità reciproche e che rappresenti le fondamenta per un rapporto di fiducia duraturo con tutti i propri portatori di interesse. La comunicazione con questi ultimi è presieduta e coltivata da specifiche funzioni aziendali, in accordo con i principi di trasparenza, correttezza, chiarezza e completezza delle informazioni volti ad agevolare l'assunzione di decisioni consapevoli.

Nel corso del 2021, il Gruppo De' Longhi ha aggiornato la mappatura dei propri stakeholder con il coinvolgimento diretto del management aziendale, analizzando gli aspetti legati alla struttura aziendale, alla catena del valore e alle attività sia di business che quelle non strettamente legate ad esso, ma che risultano comunque parte integrante della realtà del Gruppo. Tale aggiornamento ha consentito di individuare dieci categorie omogenee di stakeholder, raggruppate in base alle tipologie di interessi, aspettative, esigenze e relazioni in atto con il Gruppo. Il Gruppo si confronta costantemente con ciascuna di queste categorie sfruttando differenti modalità di coinvolgimento e di ascolto, in coerenza con i principi di trasparenza e correttezza, nonché chiarezza e completezza delle informazioni, dettati dal Codice Etico di Gruppo.

L'elenco dei principali stakeholder, insieme ai diversi canali di ascolto e comunicazione dedicati a ciascuno di essi, è riportato di seguito:

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

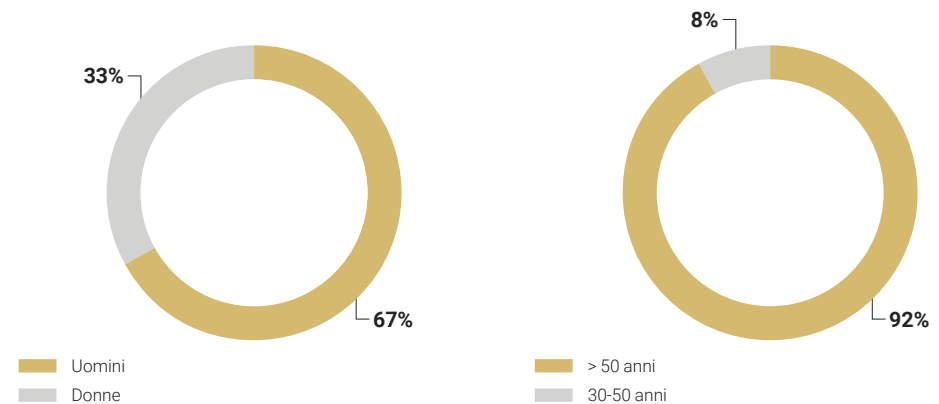
Portatore di interesse	Canale di ascolto/comunicazione	Principali temi emersi
Associazioni di categoria	Assemblee, riunioni periodiche	Diritti dei consumatori, diritti dei lavoratori, performance ambientali
Azionisti	Documenti societari /Assemblee societarie/ Eventi	Performance economica, strategie di business
Comunità e ONG	Incontri periodici, sponsorship di iniziative specifiche	Sponsorizzazioni, impatto sociale, contributo al territorio, sensibilizzazione su problematiche specifiche
Consumatori	Questionari di soddisfazione, panel test, Contact Centers (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 performance, incontri periodici di condivisione dei risultati, intranet aziendale per l'accesso a informazioni sul Gruppo, houseorgan di Gruppo, nuovo HRMS	Chiarezza organizzativa, miglioramento gestione delle risorse da parte dei manager, valorizzazione del 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	-	Riduzione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico
Analisti finanziari e media	Interviste, incontri, road show, conferenze stampa	Performance economica, nuovi prodotti/servizi/modelli organizzativi, iniziative specifiche a sfondo sociale
Partner commerciali	Incontri commerciali, audit	Sicurezza e qualità di prodotto, flessibilità e capacità di adattamento rispetto alle richieste
Università/Centri di ricerca	Incontri dedicati, collaborazioni per vari progetti di ricerca	Ricerca ed acquisizione dei talenti, supporto alla ricerca

Con specifico riferimento alle associazioni di categoria, il Gruppo De' Longhi aderisce a Confindustria, APPLIA Italia, APPLIA Europa e Association of Home Appliance Manufacturers - USA (AHAM), le associazioni che riuniscono le maggiori aziende che operano nel settore degli apparecchi domestici e professionali rispettivamente a livello italiano, europeo e americano. Il Gruppo inoltre è membro di Assoclimate, l'associazione dei costruttori di Sistemi di Climatizzazione, del Comitato Termotecnico Italiano (CTI), del Comitato Elettrotecnico Europeo (CENELEC) e del Comitato Elettrotecnico Internazionale (IEC). [GRI 102-13]

Struttura societaria e valore generato

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; quest'ultimo, oltre ad integrare l'attività istruttoria nelle valutazioni e decisioni relative agli ambiti non finanziari, svolge le attività di monitoraggio e attuazione delle norme in tema di corporate governance in collaborazione con il Consiglio di Amministrazione e con l'Ufficio Affari Legali e Societari. [GRI 102-18]

Fig. 3 - Composizione del Consiglio di Amministrazione di De' Longhi S.p.A. nel 2021 per genere ed età [GRI 405-1]



Nel 2021, il CdA del Gruppo De' Longhi è costituito da 8 uomini e 4 donne, per un totale di 12 membri, il 92% 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 Proprietari per l'anno 2021.



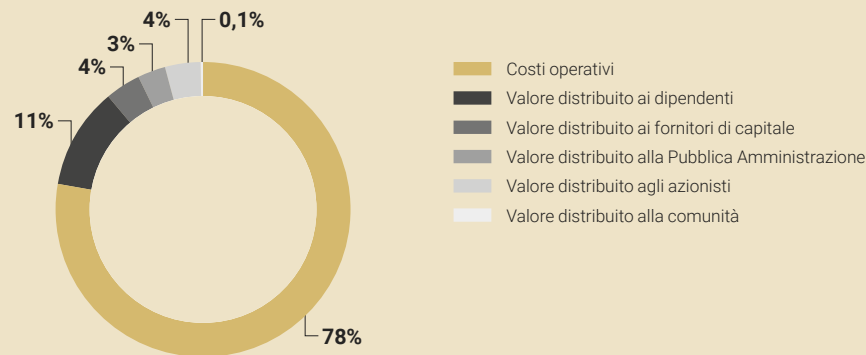
Il valore generato e distribuito dal Gruppo De' Longhi

Il valore generato dal Gruppo nel 2021 ammonta a circa 3.621,8 milioni di Euro. Il 93% di esso (pari a circa 3.364 milioni di Euro) è stato distribuito agli stakeholder secondo la seguente ripartizione: remunerazione dei fornitori di beni e servizi (2.610.082 migliaia di Euro), retribuzione dei dipendenti (375.305 migliaia di Euro), interessi ai fornitori di capitale (141.623 migliaia di Euro), imposte alla pubblica amministrazione (111.064 migliaia di Euro) e liberalità a favore delle comunità (1.845 migliaia di Euro). A queste voci si aggiungono i dividendi agli azionisti, che nel 2021 ammontano a 124.501 migliaia di euro. Infine, il valore economico trattenuto nel 2021 ammonta a 257.411 migliaia di Euro.

Fig. 4 - Il valore generato, migliaia di € [GRI 201-1]



Fig. 5 - Il valore distribuito, migliaia di €, 2021 [GRI 201-1]



Etica di business e gestione dei rischi

Il **Codice Etico** di Gruppo, il cui aggiornamento più recente risale a luglio 2018, rappresenta il documento attraverso il quale il Gruppo disciplina il comportamento delle proprie persone; tale documento, inoltre, ha il compito di regolare tutte le relazioni che il Gruppo stesso intraprende con soggetti terzi quali fornitori, clienti e Pubblica Amministrazione, che devono essere caratterizzate da elementi come trasparenza, correttezza, onestà, integrità, equità, professionalità e lealtà. [GRI 102-16] In conformità con quanto stabilito dal D. Lgs. 231/2001, inoltre, le società italiane del Gruppo De' Longhi hanno adottato il **"Modello di organizzazione, gestione e controllo"**, aggiornato nel corso del 2021 sia per De' Longhi S.p.A. che per De' Longhi Appliances. Tale Modello, il cui corretto funzionamento ed osservanza vengono sorvegliati in maniera indipendente dall'Organismo di Vigilanza, 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 **"Whistleblowing"**). Finalizzata e diventata operativa nel corso del 2020, la piattaforma di whistleblowing è a disposizione di ciascun dipendente, fornitore e cliente del Gruppo che ne volesse fare uso per l'invio di una segnalazione. Per tutelare l'identità del segnalante, tutte le informazioni presenti sulla piattaforma vengono trattate in forma anonima grazie all'adozione di un dominio esterno ai sistemi aziendali, che trasmette le informazioni criptate direttamente al Comitato di Whistleblowing, un organo composto da quattro membri del Gruppo avente il compito di analizzare e svolgere eventuali investigazioni in occasione di segnalazioni ricevute (ad oggi non si registrano segnalazioni di rilievo).

Se negli anni passati parte della formazione riguardante il Codice Etico e il Modello 231 veniva erogata anche in presenza, a partire dal 2020 - complice l'emergenza sanitaria che ha caratterizzato l'ultimo biennio - tali attività hanno subito un rallentamento, che non ha permesso lo svolgimento di lezioni in aula. Tuttavia, per entrambi gli anni sono state organizzate delle brevi induction dedicate ai nuovi assunti nel corso dell'anno, ai quali sono stati sottoposti i contenuti principali dei due documenti. In relazione al Codice Etico, in particolare, nel corso del 2021 è stata lanciata una campagna di informazione e sensibilizzazione per cui tale documento è stato inviato a tutti i dipendenti manager ed impiegati del Gruppo nel mondo, con una modalità che certifica la presa visione dello stesso.

In aggiunta agli strumenti descritti, la Capogruppo dispone di una procedura volta ad individuare le operazioni soggette a specifiche regole di istruzione e di approvazione con le parti correlate, approvata nella sua versione aggiornata, da ultimo, in data 30 giugno 2021, attraverso la quale - in conformità con i principi stabiliti dall'Autorità di Vigilanza con il Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010 - è possibile disciplinare le relazioni intrattenute tra queste ultime e il Gruppo stesso e presidiarne il relativo rischio.

Per uniformare le pratiche di governance tra tutte le società del Gruppo, inoltre, nel 2018 sono state predisposte ed adottate le **"Corporate Governance Guidelines"**, delle linee guida a livello globale che prevedono l'adozione del Codice Etico e che definiscono il sistema di deleghe per i poteri di spesa. La loro applicazione è affidata ai responsabili amministrativi locali attraverso un documento interno, consultabile liberamente da tutti i dipendenti.



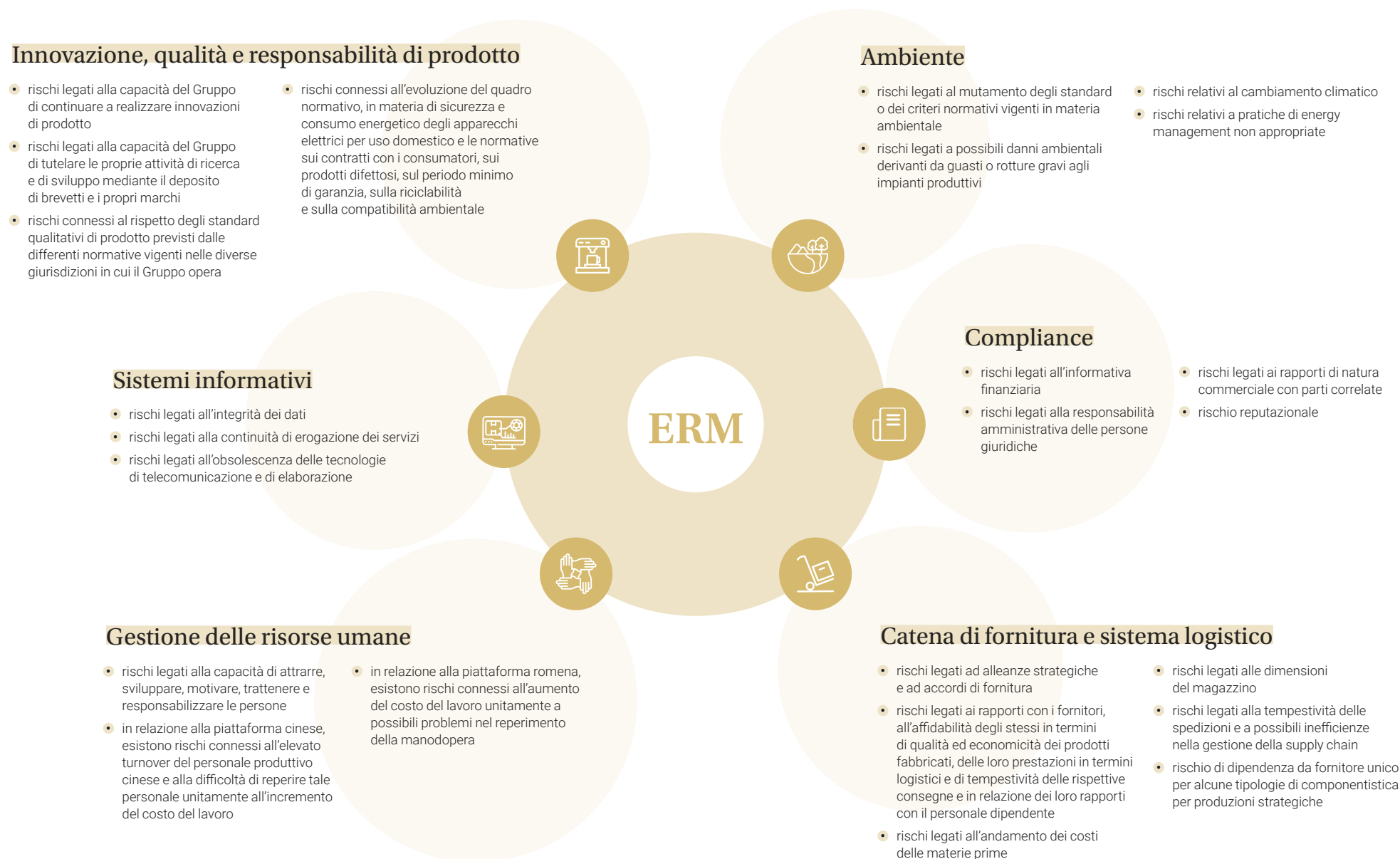
La funzione Legal e la Direzione Internal Audit, coadiuvati dal Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili e societari (per quanto di propria competenza) gestiscono e presidiano il rispetto della compliance - a livello di Gruppo - con norme e regolamenti in vigore; la funzione Quality, invece, si occupa tra le altre cose del presidio della conformità di prodotto, nonché della qualifica e della 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 comportamenti illeciti e sanzionabili secondo le norme applicabili.

In aggiunta a quanto già descritto, la funzione Internal Audit e il Dirigente Preposto presidiano il sistema di *Enterprise Risk Management (ERM)*, un modello aggiornato costantemente nel corso degli anni e che consente al Gruppo di valutare e monitorare i rischi aziendali. A tal proposito, già nel corso del 2020 erano state avviate diverse attività che avevano coinvolto sia la sede centrale che numerose filiali e che avevano consentito di 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. Sempre sul finire del 2020 erano poi state avviate le attività che hanno portato alla creazione di una piattaforma dinamica di Risk Management, che negli obiettivi del Gruppo dovrà essere utilizzata da tutte le legal entity.

Nei primi mesi del 2021, invece, è stata avviata come da previsioni la fase di roll-out della piattaforma: tale fase ha coinvolto, oltre alla sede centrale, le società maggiormente rilevanti del Gruppo e ha consentito, tra le altre cose, l'integrazione nell'ERM di un maggior numero di rischi legati al tema della sostenibilità, tra i quali quelli relativi al cambiamento climatico. La durata prevista per portare a termine il piano di roll-out è di due anni, e nel corso del 2022 coinvolgerà anche le rimanenti società del Gruppo. Un aspetto importante della piattaforma dinamica è rappresentato dal fatto che questa consente a tutte le figure selezionate - sempre sotto la stretta supervisione della funzione Internal Audit e del Dirigente Preposto - di aggiornare autonomamente e tempestivamente la propria identificazione dei rischi; inoltre, consentirà di apportare modifiche alla mappatura dei rischi in relazione ai profili degli utenti, garantendo così il massimo presidio e la necessaria divisione dei ruoli. Per quanto riguarda la struttura organizzativa, la piattaforma è stata integrata direttamente con SAP Success Factors e tutti gli individui sottoposti ad assessment hanno ricevuto in precedenza un'adeguata formazione, facilitata dalla realizzazione di un modulo di e-learning dedicato.

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

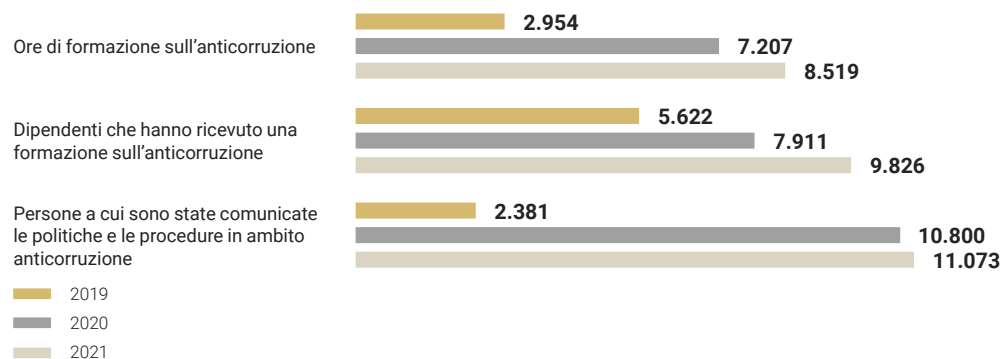


Nel corso degli ultimi anni il Gruppo ha inoltre introdotto diverse iniziative per ridurre al minimo l'eventualità di frodi: tra le più significative si citano lo sviluppo del **Programma Antifrode** (definito sulla base delle linee guida dell'ACFE - *Association of Certified Fraud Examiners*) e l'avvio di un progetto per verificare l'insorgere di possibili casi di abuso d'ufficio e di corruzione, con lo scopo di aumentare il presidio sulla compliance verso i regolamenti interni e la normativa cogente dei vari Paesi in cui il Gruppo opera (nonostante il Gruppo non abbia in essere relazioni commerciali con la Pubblica Amministrazione).

Sempre la funzione Internal Audit, coadiuvata dal Dirigente Preposto, svolge annualmente in tutte le filiali del Gruppo una serie di attività di monitoraggio

e valutazione dell'ambiente di controllo e audit sui processi, sulle procedure contabili e di conformità alla Legge 262, relativa al processo di informazione finanziaria. Tali attività periodiche sono volte a garantire che tutta la documentazione societaria sia attendibile, completa, corretta e tempestiva, coerentemente con quanto riportato nelle procedure operative amministrative e contabili definite a livello di Gruppo. Il piano di audit, che segue un programma concordato sia con l'Amministratore incaricato che con il Comitato Controllo e Rischi, ha come obiettivo quello di coprire progressivamente la totalità delle società del Gruppo, focalizzandosi in particolar modo su quelle maggiormente rilevanti (individuate attraverso criteri di tipo economico).

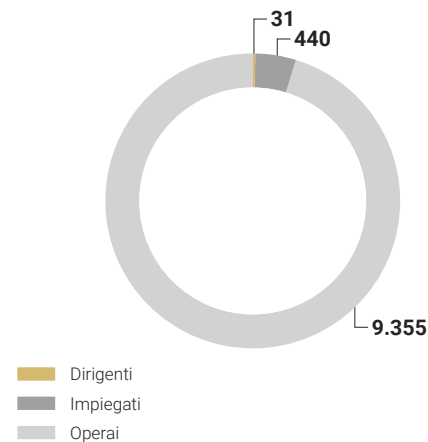
Fig. 7 - La formazione in materia di anticorruzione [GRI 205-2]





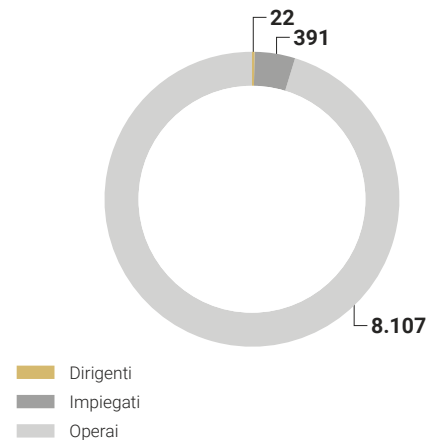
Nel 2021 sono stati formati specificatamente sui temi dell'anticorruzione 9.826 dipendenti, per un totale di ore di formazione erogate pari a 8.519, in ulteriore aumento rispetto a quanto registrato nel 2020. Su tali temi, è stato formato il 100% degli operai del Gruppo,² il 14% degli impiegati e il 7% dei dirigenti.

Fig. 8 - Dipendenti formati sui temi dell'anticorruzione nel 2021 per categoria
[GRI 205-2]



² Si rileva che il numero di operai formati sui temi dell'anticorruzione nel 2021 risulta essere superiore al numero di operai del Gruppo al 31 dicembre 2021 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.

Fig. 9 - Ore di formazione sui temi dell'anticorruzione erogate nel 2021 per categoria
[GRI 205-2]



Nel corso del triennio di rendicontazione (2019-21), 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, nel 2021 si sono verificati due casi di non compliance: nel primo, scaturito in una sanzione pecuniaria, il Ministero della Salute italiano ha sollevato una notifica contro un prodotto Ariete, in quanto la sostanza chimica erogata dal prodotto era stata registrata come

detergente e non come disinfettante. Il Ministero ha pertanto chiesto di modificare il materiale informativo e di marketing relativo al prodotto, rimuovendo ogni riferimento a sue possibili azioni disinfettanti. Il secondo caso è costituito da una non conformità da parte di Capital Brands, e si è risolto con una transazione di lieve entità pecuniaria concordata tra le parti. Nel corso del 2020, al contrario, non si era verificato alcun caso, mentre nel 2019 si erano registrati e risolti due casi che non avevano comportato sanzioni, ma solo un avviso. [GRI 417-3]

In merito a leggi e normative in materia ambientale non si rilevano segnalazioni o sanzioni nel triennio 2019-21. [GRI 307-1]

Inoltre, nel 2021 non si rilevano segnalazioni o sanzioni relative a leggi e normative in materia sociale ed economica. [GRI 419-1]

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]

1.3

Il nostro percorso di sostenibilità

Il percorso di sostenibilità del Gruppo De' Longhi prosegue ormai da diversi anni, e non si limita alle sole attività di rendicontazione. Nel 2017 il Gruppo predispose la prima Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (DNF) e il primo Report di Sostenibilità; queste rendicontazioni, oltre a consentire all'Azienda di misurare e comprendere le proprie performance di sostenibilità, hanno contribuito sia a strutturare un modello di gestione delle tematiche non finanziarie sia a definire obiettivi futuri in ambito di Sostenibilità, accrescendo la consapevolezza del Gruppo rispetto alla necessità di intraprendere un percorso strutturato di integrazione della sostenibilità nella propria strategia e nel modello di business. Coerentemente con la strategia aziendale adottata, il Gruppo si è pertanto posto l'obiettivo di definire azioni concrete per mitigare e migliorare i propri impatti e, al tempo stesso, generare valore per l'azienda e i propri stakeholder nel medio lungo termine.

Il 2021, in particolare, ha rappresentato un capitolo significativo all'interno del percorso di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi; nell'ottica di perseguire un successo sostenibile, il Gruppo ha infatti ripensato la propria governance di sostenibilità, che ad oggi si compone dei seguenti organi:

- il **Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità**: operativo dal 2019, è un comitato endoconsiliare che ha funzioni preliminari, propositive e consultative;
- il **Sustainability Steering Committee**: anch'esso operativo dal 2019, si compone da manager di differenti dipartimenti, aventi la responsabilità di definire la strategia e il relativo Piano di Sostenibilità;
- tre **Focus Group**: si tratta di gruppi rappresentativi di ciascuno dei Pillar identificati dal Gruppo De' Longhi, People, Products e Processes. Per ciascuno di essi è stato identificato un Team Leader, la cui responsabilità è quella di supervisionare e implementare i progetti inclusi nel Piano e corrispondenti alla propria area di competenza;
- un **Responsabile della Sostenibilità di Gruppo**, identificato e nominato nel corso del 2021.



Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità

Comitato interno al CdA con funzioni istruttorie, propositive e consultive in tema di Sostenibilità



Sustainability Steering Committee

Costituito dai top management, definisce la strategia del Gruppo riguardo le tematiche di sostenibilità



Tre Focus Group

Gruppi rappresentativi di ciascuno dei Pillar identificati dal Gruppo; per ciascuno di essi è identificato un Team Leader, che supervisiona e implementa i progetti inclusi nel Piano corrispondenti alla propria area di competenza

Sempre nel 2021, con l'obiettivo di definire le aree di impegno su cui focalizzare le proprie attività future, il Gruppo ha condotto un'analisi delle best practice diffuse nel mondo ESG, delle principali istanze da esso provenienti e delle richieste e aspettative di clienti e partner. Il frutto di queste richieste e del lavoro condotto è convogliato nell'elaborazione di un **Manifesto**, rivolto alle persone del Gruppo, che concretizza il rinnovato impegno in termini di sostenibilità e che si propone di dare vita ad un coinvolgimento trasversale a tutta la community interna. Infine, il Gruppo ha identificato e avviato i singoli progetti su cui intende focalizzare i propri sforzi nei mesi a venire, avviando allo stesso tempo alcune partnership strategiche con primarie Università italiane.

Il Gruppo De' Longhi ha inoltre aggiornato nel corso del 2021 i temi materiali eseguendo un'analisi che valutasse l'importanza degli impatti economici, ambientali e sociali generati dalle proprie attività e alla loro influenza sulle valutazioni e le decisioni degli stakeholder del Gruppo. I temi materiali oggetto di rendicontazione sono riportati in Figura 10.

I pillar di sostenibilità

Il percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo si fonda su tre pilastri, che identificano tre macro aree di impegno all'interno delle quali concentrare la propria attenzione e sviluppare iniziative dedicate che permettano al Gruppo di migliorare anno per anno le proprie performance di sostenibilità.

- **People:** le persone rappresentano la forza e l'energia del Gruppo, che si impegna a preservarla e coltivarla creando un ambiente di lavoro stimolante, in grado di attrarre, motivare e trattenere le risorse, favorendone la crescita e lo sviluppo. Il luogo di lavoro deve infatti rappresentare un ambiente sicuro e sano, animato dall'ambizione ma anche dalla passione, dalla competenza e dal desiderio di lavorare in squadra, rispettando la diversità e il potenziale di ogni individuo;
- **Products:** ogni prodotto del Gruppo De' Longhi è concepito, progettato e realizzato con l'obiettivo di migliorare la vita di chi lo sceglie; per mantenersi leader nei segmenti di mercato in cui opera, per il Gruppo è fondamentale l'innovazione di prodotto, che si traduce in attività di ricerca per migliorare i materiali, la durata dei prodotti e l'efficienza energetica, così come nello sviluppo di tecnologie che permettano e promuovano uno stile di vita sano per tutti i suoi consumatori;
- **Processes:** il Gruppo si impegna a gestire le risorse energetiche in modo responsabile ed efficiente, contribuendo attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico. Allo stesso tempo, la priorità comune è quella di garantire il rispetto incondizionato dei diritti umani e delle condizioni di lavoro in ogni fase della produzione, aiutando a prosperare le comunità in cui il Gruppo opera. L'attenzione all'ambiente e all'impatto sociale non si ferma mai, così come non si ferma la catena del valore, che per il Gruppo De' Longhi si chiude su sé stessa per diventare un circolo virtuoso lungo tutto il processo produttivo.





Etica ed integrità di business

Il Gruppo pone alla base del suo agire il rispetto delle leggi e dei regolamenti dei mercati nei quali opera; il mantenimento e il rafforzamento della reputazione dei propri brand verso tutti i principali stakeholder sostiene la leadership del Gruppo nel settore di riferimento.



People are our power

Salute e sicurezza dei lavoratori

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori è alla base della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti.

Inclusione e Pari opportunità

Per garantire un ambiente di lavoro inclusivo, è fondamentale promuovere un approccio sistemico e trasparente che garantisca il rispetto dei principi di pari opportunità nel processo di selezione del personale, nel lavoro e nell'avanzamento professionale.

Attrazione e sviluppo 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.



Products with a purpose

Sicurezza di prodotto ed etichettatura

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

Innovazione ed eco-design

Gli investimenti in nuove tecnologie rappresentano la base per una continua innovazione di prodotto; nello sviluppo di nuovi prodotti, l'attenzione alle tematiche ambientali si esplicita nella progettazione, per specifiche categorie, di soluzioni con un ridotto impatto ambientale anche nel loro utilizzo da parte del consumatore.

Soddisfazione del consumatore

Per mantenere con i consumatori un rapporto duraturo e di fiducia è indispensabile un'informazione di prodotto corretta e chiara. A questo si unisce un servizio di assistenza capace di ascoltare le esigenze dei consumatori e rispondere velocemente e in maniera esauriente alle loro richieste.

Promozione di stili di vita sostenibili

In quanto leader a livello internazionale in molti mercati in cui opera, attraverso i propri prodotti il Gruppo intende porsi quale azienda capace di ispirare comportamenti e abitudini sostenibili e salutari.

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.



Processes are value in progress

Gestione responsabile della 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.

Rispetto dei 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 dei rifiuti ed economia circolare

In una prospettiva di economia circolare è di fondamentale importanza l'utilizzo di materiali riciclati e il recupero dei sottoprodotti dei processi produttivi, che permette di risparmiare sulle materie prime in ingresso e ridurre i rifiuti prodotti; la gestione responsabile di questi ultimi si declina anche nell'attenzione rivolta ad una loro gestione consapevole, incentivandone il riciclo laddove possibile.

Gestione delle emissioni GHG 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.

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



2

Le persone del Gruppo De'Longhi



P

People are our power

People
are our power

Le persone che lavorano nel Gruppo sono la nostra forza e la nostra energia, che ci impegniamo a preservare e coltivare. Creiamo un ambiente di lavoro stimolante per attrarre, motivare e trattenere le risorse, favorendone la crescita e lo sviluppo delle nostre persone. Assicuriamo un luogo sicuro e sano, animato dall'ambizione, ma anche dalla passione, dalla competenza e dal desiderio di lavorare in squadra, rispettando la diversità e il potenziale di ogni individuo. Investiamo anche attivamente in progetti e azioni per sostenere le comunità locali in cui operiamo e per aiutarle a crescere e prosperare. Manteniamo viva la nostra umanità, che è una risorsa rinnovabile e inestinguibile.



Il numero di
dipendenti
del Gruppo

10.352



Le **ore di formazione**
totali erogate dal
Gruppo nel 2021

224.309

(+1% rispetto al 2020)



Le **donne** del
Gruppo De' Longhi,
che rappresentano
la maggioranza
della popolazione
aziendale

52%



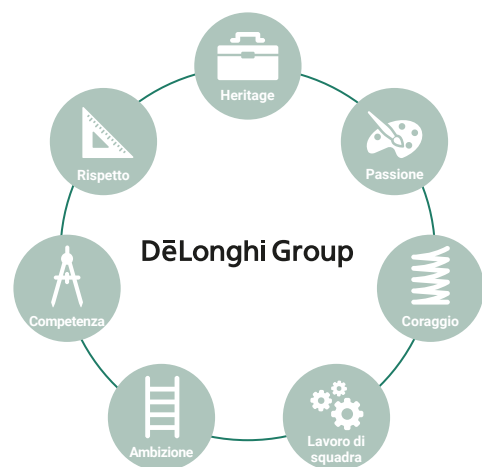
L'**indice di frequenza**
degli **infortuni**

3,9

L

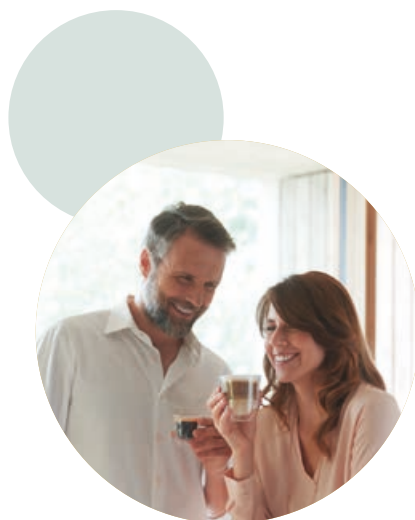
2.1 La comunità degli *Everyday Makers*

Uno dei tre pilastri su cui si basa la strategia di sostenibilità del Gruppo è rappresentato dalle persone, il cui percorso di crescita umana e professionale è particolarmente caro al Gruppo, insieme al desiderio di attirare costantemente nuovi talenti. L'attenzione e la cura nel gestire i rapporti tra le persone sono elementi importanti della filosofia dell'Azienda, che, facendo leva sulla diversità, incoraggia i suoi dipendenti ad adottare comportamenti corretti e leali con i propri colleghi e promuove un luogo di lavoro incentrato su valori come la passione, la collaborazione ed il rispetto.



La Chief Corporate Services Officer coordina, tra le altre, la Direzione Risorse Umane e Organizzazione, la quale gestisce le risorse umane a livello di Gruppo ed è strutturata in modo tale sia da organizzare i ruoli gestionali in macro-cluster che di valorizzare le attività di Talent Acquisition, Formazione e Sviluppo delle Risorse Umane e Comunicazione interna.

La funzione HR opera a livello centrale, regionale e locale con strutture dedicate ed è responsabile della gestione a 360° delle risorse umane del Gruppo, dal momento della ricerca e selezione, all'inserimento,



gestione e sviluppo del personale, fino all'uscita, con un crescente focus sullo sviluppo di iniziative legate all'engagement ed alla motivazione delle risorse umane, senza dimenticare aspetti importanti come la gestione amministrativa dei rapporti di lavoro, le relazioni sindacali ed il presidio delle tematiche di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

A partire dal 2020 è operativa la funzione globale di Talent Acquisition and Employer branding, introdotta nella struttura aziendale per permettere di strutturare il processo di recruiting in modo più integrato. Inseritasi in una più ampia strategia intrapresa da De' Longhi per accrescere la riconoscibilità del Gruppo a livello globale, questa funzione ha lanciato numerose iniziative, tra cui 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, gestita a livello centrale, che ha sostituito quelle locali. Nel 2021, la pagina ha goduto di una crescita significativa sia in termini di interazioni che di followers; inoltre, allo scopo di favorire ulteriormente la diffusione della pagina, è stato previsto un progetto di coinvolgimento dei dipendenti, che in un futuro prossimo agiranno in veste di veri e propri company ambassador. L'obiettivo di questo progetto è creare una piattaforma in grado di divulgare eventi ed iniziative che coinvolgono il Gruppo, e che allo stesso tempo costituisca un canale di comunicazione finalizzato all'assunzione di nuovi talenti. Nel 2021 sono state pubblicate ben 373 posizioni, e più del 40% delle assunzioni avvenute nel corso dell'anno è stato influenzato dallo sfruttamento della piattaforma di recruitment di LinkedIn.

In tema di Talent Development, gli ultimi anni hanno visto una accelerazione del processo di digitalizzazione delle attività nell'ambito delle risorse umane. Da alcuni anni è attiva la piattaforma PULSE che permette ai dipendenti del Gruppo di predisporre e usufruire di un piano di formazione personalizzato, con la possibilità di accedere ad un catalogo formativo, seguire corsi online o partecipare ad aule virtuali con colleghi di altre funzioni o geografie. Già nel 2019 è stato inoltre implementato il modulo relativo alla variabile pay all'interno del sistema gestionale *SuccessFactors* di SAP.

Nel 2021 è stata poi condotta la quarta edizione della survey **"Your voice: to make a difference"**, uno strumento che permette di monitorare l'engagement e il livello di attaccamento ed identificazione con l'azienda dei dipendenti del Gruppo. L'indagine ha registrato anche quest'anno un grado di adesione molto elevato e ha fatto emergere un grado di engagement complessivo in leggera crescita rispetto all'edizione precedente. Considerando che il sondaggio ha raccolto le esperienze vissute nel corso di due anni impegnativi, sia a livello psicologico che lavorativo in relazione alla pandemia Covid-19, il risultato è da considerarsi certamente positivo. Similmente, la pandemia ha determinato e accelerato una variazione nella modalità lavorativa, con l'introduzione del lavoro ibrido che ha avuto risvolti positivi sulla soddisfazione dei dipendenti: a tal proposito, si confermano l'impegno e la volontà del Gruppo nell'elaborazione di una politica di remote working, che rappresenterà un punto di riferimento per tutte le organizzazioni del Gruppo stesso, definendo e regolando in modo semplice e chiaro le modalità di lavoro del prossimo futuro.

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 Markers

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

Il progetto **Diversity and Inclusion** rappresenta un'ulteriore iniziativa promossa dal Gruppo nel 2021, e si pone come obiettivo l'adozione di un approccio strutturale e trasparente per garantire il rispetto dei principi di pari opportunità e non discriminazione, anche e soprattutto grazie ad un focus sulla diversità di genere. Il progetto si articola su due fronti: il primo è di natura più qualitativa, e ha lo scopo di esaminare le tappe principali dell'esperienza lavorativa dei dipendenti, con un focus specifico sulla diversità di genere, così da identificare priorità ed esigenze proprie di ciascuna fase. Tale fase, tuttora in corso di sviluppo, verrà condotta valutando appropriate soluzioni che facilitino donne e uomini a coniugare in modo bilanciato la propria vita privata con la vita lavorativa, mettendo a valore le diversità di ciascuno. L'altro filone, invece, è finalizzato a comprendere l'articolazione della presenza femminile all'interno delle strutture organizzative, con particolare attenzione ad eventuali criticità connesse al gender pay equity gap. Specificatamente, l'identificazione di eventuali divari remunerativi sarà usata come base per proporre azioni mirate ad eliminare tali divari entro un limite di tempo ragionevole. Queste attività saranno rese possibili da un gruppo di lavoro internazionale e interfunzionale di specialisti, che, attraverso attività di comunicazione e formazione, promuoveranno la diffusione di una cultura fondata su valori e comportamenti inclusivi.

Al 31 dicembre 2021 il Gruppo è composto da 10.352 dipendenti, in aumento del 10% rispetto all'organico del precedente esercizio: tale incremento è riconducibile a diversi fattori, tra cui l'acquisizione di Capital Brands ed Eversys. Le donne del Gruppo De' Longhi rappresentano la maggioranza della popolazione aziendale (52%, in linea con il 2020), così come i dipendenti aventi un contratto a tempo indeterminato (88%), in leggero calo rispetto all'anno precedente (92%).

Le persone del Gruppo De' Longhi

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

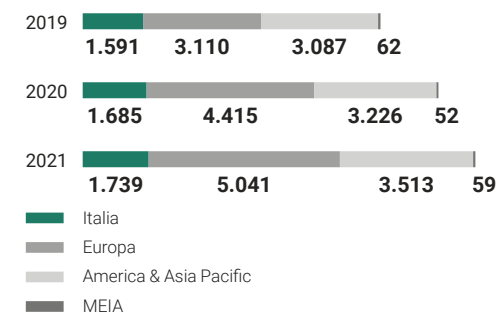


Fig. 12 - Percentuale di dipendenti per genere, 2021 [GRI 102-8]

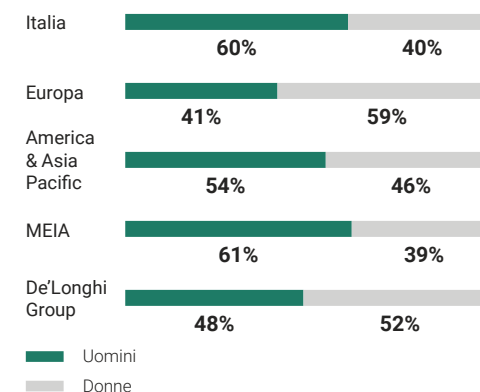


Fig. 13 - Percentuale di dipendenti per tipo di contratto [GRI 102-8]

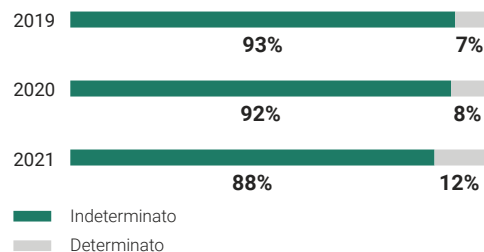
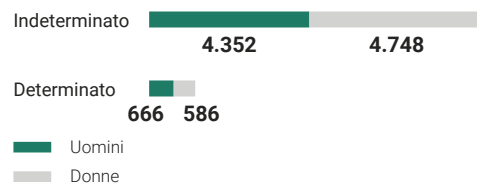


Fig. 14 - Numero di dipendenti per tipo di contratto e genere, 2021 [GRI 102-8]



Valorizzare i talenti di oggi e attrarre quelli del futuro: gli "Onboardays" e i rapporti con le Università

Gli *Onboardays* sono un evento dedicato a tutti i neoassunti che entrano a far parte del Gruppo durante l'anno: nel 2021 hanno partecipato circa 400 persone. Organizzati digitalmente, il loro scopo è quello di dare il benvenuto ai nuovi arrivati, creando uno spazio per conoscere i colleghi, il Gruppo e la sua cultura. Gli eventi attorno a cui ruotano stimolano fin da subito il senso di appartenenza e permettono a chi partecipa di conoscersi attraverso attività di teambuilding rese possibili dall'utilizzo della piattaforma PULSE, ma anche dalla piattaforma collaborativa Padlet. Inoltre, l'evento di apertura prevede la partecipazione del CEO e della funzione Risorse Umane.

Il Gruppo si impegna a mantenere costantemente un occhio puntato sul futuro, ed è per questo che ogni anno lavora per mantenere i rapporti con le migliori Università italiane ed estere e svilupparne di nuovi. De' Longhi è da sempre alla ricerca di profili specializzati da inserire nel percorso di crescita dell'Azienda, e pertanto la possibilità di attrarre nuovi talenti che provengono dal mondo universitario è essenziale. Per questo motivo, dopo un rallentamento delle attività registrato nel 2020, il Gruppo ha esteso le

proprie collaborazioni avviando nel 2021 delle partnership anche con il **Politecnico di Milano** e l'**Università Bocconi**, due eccellenze italiane. Al fine di rafforzare il legame con il mondo accademico, sono state istituite partnership strutturate, caratterizzate da un duplice scopo: da un lato, selezionare ed attrarre i migliori talenti, dall'altro, incrementare le attività di ricerca e formazione condotte in collaborazione con i due atenei. In quest'ottica, quindi, il Gruppo ha preso parte a numerosi eventi e corsi di formazione incentrati su tematiche di innovazione, ricerca e sviluppo nell'ambito della collaborazione con il Politecnico, incoraggiando così il reciproco scambio di conoscenze e permettendo al Gruppo di sfruttare il know-how dell'Ateneo per la formazione dei propri dipendenti. La partnership con l'Università Bocconi è stata invece importante nel contesto del **Graduate Program**, un progetto di inserimento in azienda di un gruppo di dieci talenti provenienti da atenei di tutta l'Italia che prevede un inserimento in azienda con un contratto a tempo indeterminato e nei primi dodici mesi un'esperienza per la metà presso l'headquarter di Treviso e per l'altra metà in una delle sedi estere del

Gruppo. L'obiettivo di questo programma è quello di offrire al giovane talento, al termine del percorso, una collocazione all'interno dell'azienda, che potrà essere presso la sede centrale, la sede estera in cui ha soggiornato per sei mesi oppure presso un nuovo Paese in cui è presente il Gruppo. Il programma ha riscosso un notevole successo in termini di talent attraction, successo testimoniato dai numerosi curricula ricevuti e provenienti sia dal territorio nazionale che da paesi esteri. Il *Graduate Program* rappresenta per De' Longhi un'importante opportunità per soddisfare le esigenze di reclutamento individuando talenti con una forte base accademica.

Infine, il Corporate Associate Program costituisce un'importante collaborazione con entrambe le Università nell'ambito dei servizi alla carriera. Attraverso attività interattive come le *Digital Mock Interviews* (simulazioni di colloqui lavorativi) e lezioni ed eventi dedicati (come i *Career Days*), il Gruppo De' Longhi mette a disposizione degli studenti piattaforme per farsi conoscere come potenziali dipendenti e si propone come possibile employer.

Fig. 15 - Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica e genere, percentuale, 2021 [GRI 405-1]

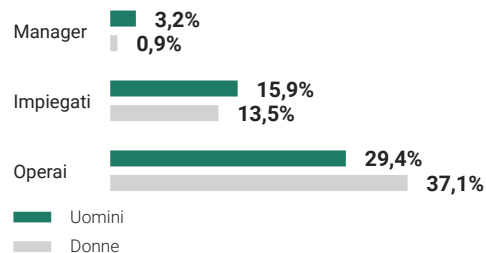
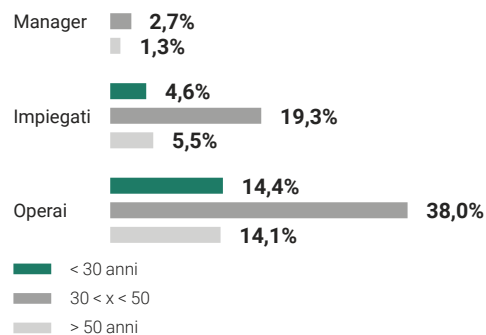


Fig. 16 - Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica ed età, percentuale, 2021 [GRI 405-1]



Nel 2021, l'organico del Gruppo risulta costituito per il 66,5% da operai, per il 29,4% da impiegati e per il restante 4,1% da manager. La maggior parte della popolazione aziendale risulta avere un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (60%), mentre la quota di persone con un'età superiore ai 50 anni si attesta a circa il 21% 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 (14%). Per i restanti Paesi, non è prevista una contrattazione collettiva obbligatoria e conseguentemente nessun dipendente risulta coperto. Per questo motivo, il 57% circa dei dipendenti del Gruppo De' Longhi è coperto da contrattazione collettiva. [GRI 102-41]

Nel 2021 il Gruppo De' Longhi ha registrato 3.215 assunzioni di dipendenti a tempo indeterminato e 2.976 cessazioni. Tradizionalmente, nell'area APA (Asia, Pacific, Americhe) si evidenziano tassi di assunzione e cessazione particolarmente elevati, da associare prevalentemente all'alto tasso di turnover che generalmente contraddistingue il mercato del lavoro in particolare in Cina.





Fig. 17 - Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato

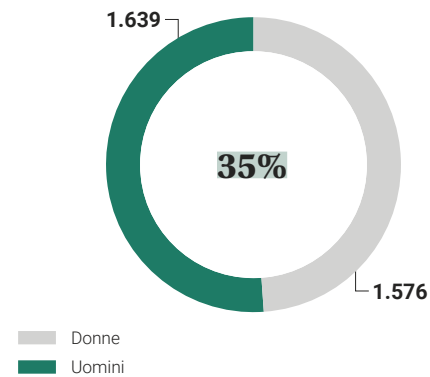
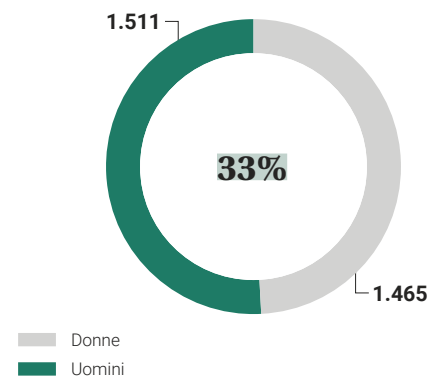
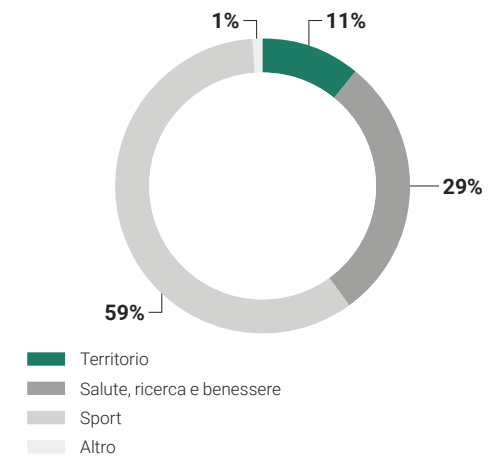


Fig. 18 - Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati



La tutela dei Diritti Umani è da sempre un aspetto molto caro al Gruppo De' Longhi, le cui pratiche del lavoro (come quelle attinenti al lavoro minorile e al lavoro straordinario) vengono verificate anche in occasione degli audit svolti dai clienti. A dimostrazione dell'efficacia di questo impegno, che si concretizza in regolari iniziative e verifiche, nel triennio di riferimento non si sono registrati casi di non compliance in ambito Diritti Umani all'interno del Gruppo, né sono state ricevute segnalazioni in merito a casi di discriminazione. [GRI 406-1]

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



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

S

2.2 Supportare le nostre persone nel percorso di crescita

Il Gruppo supporta da sempre i suoi dipendenti nel loro sviluppo professionale, anche attraverso percorsi di formazione ad hoc che ne arricchiscono le competenze e ne valorizzano le carriere. Nonostante nel 2021, come nel 2020, la formazione sia stata pesantemente influenzata dalle chiusure legate alla pandemia di Covid-19, il Gruppo ha comunque erogato 21,7 ore di formazione per dipendente, per un totale di 224.309 ore. Rispetto all'anno precedente, il primo dato risulta in leggera diminuzione (-8,5%), mentre il secondo in lieve aumento (+1%).

Come accaduto nel 2020, questi risultati sono stati resi possibili dalle opportunità offerte dalle piattaforme digitali: infatti, anche nel 2021 si è deciso di privilegiare la modalità di erogazione dei corsi di formazione a distanza. Questo è stato possibile sfruttando sia numerosi canali e strumenti digitali (es. piattaforme come Google Meet e Zoom, ma anche lavagne digitali e instant survey) che la già citata piattaforma PULSE, che permette ai dipendenti del Gruppo di aderire a diversi corsi (tra cui specifici moduli dedicati a temi come la leadership, il public speaking e il project management). Inoltre, il programma *weMake*, la cui erogazione era prevista per il 2020, è stato ridisegnato in formato digitale, così che potesse proseguire nonostante la prolungata chiusura degli spazi lavorativi (per approfondimenti si veda il box "*WeMake - Shaping together our future*"). [GRI 102-16, GRI 103-2, 103-3]

In riferimento alla formazione dei dipendenti in ambito digitale, si segnala un'iniziativa in particolare, il **Digital Lab 2021**: lo scopo di questo progetto è stato quello di sviluppare le competenze digitali dei dipendenti e per poter affrontare più equipaggiati le

sfide che il contesto esterno pone davanti. Centinaia di persone in tutto il mondo hanno preso parte al programma, suddivise in due gruppi con percorsi di formazione creati su misura in base ai ruoli e alle competenze dei partecipanti. Infatti, i due gruppi riflettono il duplice scopo del progetto: da un lato impostare un linguaggio comune e una cultura digitale comune a tutto il Gruppo, dall'altro - attraverso percorsi di apprendimento dedicati - sviluppare competenze digitali specifiche per ruoli digitali altamente specializzati, con la creazione di una sorta di comunità di ambasciatori interni che possano diffondere la cultura digitale nel Gruppo stesso. Per il primo gruppo, costituito da più di 250 persone, sono stati organizzati sei webinar incentrati su diverse tematiche legate al mondo digitale (come, ad esempio, *Digital Mindset*, *Design Thinking* e *Marketing Automation*); il secondo gruppo, costituito da circa 300 dipendenti appartenenti alle funzioni Sales and Marketing di tutte le filiali e delle strutture corporate, è stato invece coinvolto in quattro masterclass, l'ultima delle quali, incentrata sulle tematiche dell'e-commerce, si è tenuta nelle prime settimane del 2022. Al termine di questi percorsi è stato chiesto ai partecipanti di compilare un questionario di gradimento, che ha evidenziato un grado di soddisfazione molto alto. Sulla scia di quanto fatto, l'obiettivo per il 2022 è quello di dare seguito al progetto Digital Lab con una seconda fase in grado di creare da un lato una comunità di influencer digitali che rappresenti un modello di diffusione della cultura digitale, dall'altro sviluppare un'offerta formativa globale sui temi digitali aperta a tutti i dipendenti.

Fig. 20 - Le formazioni per le persone, ore [GRI 404-1]



Fig. 21 - La formazione per le persone 2021, ore medie per dipendente [GRI 404-1]



Fig. 22 - La formazione per le persone 2021, ore medie per dipendente [GRI 404-1]



La valorizzazione delle nostre persone, un sistema integrato

La funzione risorse umane organizza attività di assessment e coaching rivolte a figure chiave delle sedi italiane e delle filiali nel mondo, per mappare e sviluppare le competenze e il potenziale delle persone coinvolte. Dal 2019 è stata adottata 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.



Il sistema di **valutazione delle performance** (performance appraisal), attraverso cui il Gruppo si propone di dare un contributo alla crescita e allo sviluppo professionale delle proprie persone, è stato ridisegnato nel corso del 2020, testato nel 2021 e sarà pienamente operativo nel 2022, motivo per cui nel 2021 nessun dipendente è stato sottoposto ad una valutazione delle performance. Il processo permette di facilitare feedback aperti e costruttivi non solo tra manager e membri del team, ma anche tra colleghi. Lo scopo, quindi, è quello di offrire non solo una valutazione delle performance, ma anche stabilire le priorità e gli obiettivi dell'anno, con un focus su abilità, punti di forza e ambizioni dei dipendenti. Faciliterà inoltre la mobilità interna e la job rotation e allo stesso tempo 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. [\[GRI 404-3\]](#)

WeMake - Shaping together our future

Un'altra iniziativa nel campo della formazione che ha dovuto fronteggiare gli ostacoli posti dall'emergenza sanitaria è il programma *WeMake - Shaping together our future*, la cui fase centrale di erogazione era prevista per il 2020. Nel 2021 è stato quindi ridisegnato in formato digitale, così da poter proseguire nonostante la chiusura prolungata degli spazi lavorativi. Il progetto consiste in un percorso dedicato ai manager del Gruppo per supportarli nello sviluppo di competenze di people management. I feedback raccolti dagli Headquarters, dagli stabilimenti produttivi e dalle filiali del Gruppo sono stati fortemente positivi e la modalità virtuale di svolgimento dell'iniziativa è stata fortemente apprezzata.



2.3

La sicurezza sul luogo di lavoro

La tutela della salute e la sicurezza delle persone sul luogo di lavoro è un tema di fondamentale importanza per il Gruppo De' Longhi; ad occuparsene è la funzione Risorse Umane, che agisce attraverso continue azioni di prevenzione e miglioramento del benessere dei dipendenti. Ad affiancare il suo operato vi sono figure specifiche a cui è delegato l'adempimento degli obblighi in materia di salute e sicurezza e che operano a livello locale, come il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) per l'Italia e i responsabili dei singoli stabilimenti per la Cina, Romania e Svizzera. Tali figure si occupano di attività quali la valutazione dei rischi correlati alle attività svolte dai dipendenti del Gruppo e la definizione di eventuali piani di miglioramento. Le responsabilità e procedure in materia di salute e sicurezza sono definite nell'ambito del modello organizzativo, affine allo standard internazionale OHSAS 18001 "Occupational Health and Safety Assessment Series". 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]

La risposta alla pandemia: il benessere dei dipendenti sempre al primo posto

Il Gruppo è costantemente impegnato nel miglioramento delle condizioni lavorative e del comfort delle proprie persone, sia presso gli stabilimenti produttivi che presso gli uffici, così da assicurare spazi di lavoro sicuri, confortevoli e idonei alle attività che vi si svolgono. In continuità con gli anni passati, sono proseguite le iniziative legate al miglioramento dell'ergonomia delle postazioni, insieme agli investimenti in macchinari che automatizzano alcuni fasi dei processi lungo le linee produttive permettendo quindi di diminuire l'impegno di forza fisica da parte dei dipendenti. Ad esempio, sono stati introdotti dei piani regolabili meccanicamente, che permettono all'operatore di ridurre significativamente i sollevamenti manuali dei carichi. Queste iniziative permettono di mitigare i principali rischi legati allo spostamento manuale dei carichi, alla ripetitività dei movimenti e all'uso della forza.

Così come nel 2020, anche nel 2021 il Gruppo ha dovuto adattarsi alle chiusure dovute ai contagi nelle varie geografie in cui opera, adottando la modalità del lavoro da remoto laddove compatibile e regolando la presenza negli uffici in base all'andamento delle restrizioni stabilite a livello governativo. Per garantire controlli più veloci e accurati, nel rispetto delle misure legislative locali, all'ingresso dei siti sono state installate apparecchiature che permettono un controllo sistematico delle autorizzazioni necessarie per l'accesso sulla base della legislazione nazionale.

Già nel 2020, come prima risposta all'emergenza sanitaria, il Gruppo aveva effettuato ingenti investimenti finalizzati ad adeguare gli ambienti lavorativi al nuovo scenario pandemico. Per questo, in tutti gli stabilimenti produttivi del Gruppo erano stati installati pannelli di plexiglass per separare le postazioni e distributori di gel disinfettanti. Inoltre, era stato istituito l'obbligo di indossare i

dispositivi di protezione individuale (mascherina e, ove previsto, i guanti) e, in accordo con le organizzazioni sindacali, erano stati stabiliti turni che consentissero lo scaglionamento delle presenze dell'arco della giornata, il tutto finalizzato a coniugare la continuità delle attività con la sicurezza dei dipendenti. Tutte queste iniziative sono proseguite anche nel 2021; tra queste in Italia e Romania va sottolineato l'impegno nell'eseguire, su base volontaria, tamponi rapidi per la diagnosi di positività al COVID dei dipendenti eseguiti da personale medico con l'utilizzo di apparecchiature appositamente acquistate dal Gruppo, così da essere in grado di rispondere in maniera veloce ed efficiente all'eventualità di una crescita dei contagi e quindi di focolai interni. L'assenza di significativi casi di trasmissioni del contagio tra colleghi negli ambienti di lavoro nel corso del biennio testimonia l'efficacia delle misure di prevenzione realizzate dal Gruppo.



Nel corso del 2021, il numero di infortuni occorsi ai dipendenti del Gruppo è di 82, di cui 4 avvenuti tramite trasporti organizzati dall'azienda, a fronte di oltre 21 milioni di ore lavorate nel corso dell'anno. Inoltre, sono stati registrati 12 infortuni in itinere nello spostamento casa-lavoro con mezzi autonomi. L'indice di frequenza degli infortuni, pari a 3,9, risulta in lieve aumento rispetto al 2020, quando era pari a 2,5.

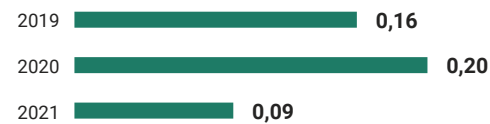
Il numero di malattie professionali confermate nel 2021 (2) risulta in calo rispetto a quanto accaduto nei due anni precedenti (erano state 3 nel 2019 e 4 nel 2020). L'indice di frequenza associato alle malattie professionali, pari a 0,09, risulta pertanto inferiore rispetto agli anni passati (0,16 nel 2019 e 0,2 nel 2020).

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

Fig. 23 - Indice di frequenza infortuni [GRI 403-2]



Fig. 24 - Indice di frequenza malattie professionali [GRI 403-2]





3

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



P

Products with a purpose

Products with a purpose

Per noi, innovazione significa ricerca per migliorare i materiali, la durata dei prodotti e l'efficienza energetica, così come lo sviluppo di tecnologie che permettono e promuovono uno stile di vita sano per i nostri consumatori: ogni prodotto del Gruppo De' Longhi è infatti concepito, progettato e realizzato con l'obiettivo di migliorare la vita di chi lo sceglie. Migliorare significa sia rendere la vita quotidiana più facile e confortevole sia far sì che né l'ambiente né le generazioni future debbano sopportare il peso di questi nostri miglioramenti. Perché oggi è già domani.



I **Brand** del Gruppo conosciuti in tutto il mondo

6



Tutti gli stabilimenti del Gruppo sono **certificati ISO9001**

100%



I centri di **assistenza tecnica** distribuiti in tutto il mondo

1.800

(di cui **circa 300** solo in Italia)



Numerose **partnership e attività di ricerca** attivate con le **migliori università** del mondo per lo sviluppo di idee e prodotti innovativi

D

3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto

In aggiunta agli aspetti fondamentali di conformità normativa, l'innovazione di prodotto del Gruppo De' Longhi, che da sempre è molto attento ad anticipare e soddisfare le esigenze dei propri clienti e consumatori finali, si traduce in caratteristiche quali **multifunzionalità, facilità di utilizzo e silenziosità**, nonché nella **ricercatezza dei materiali**, nell'attenzione al **design** e all'**ergonomia** e nello sviluppo di tecnologie che favoriscano **stili alimentari salutari** e un **comfort elevato in ambito domestico**. Un aspetto altrettanto fondamentale è rappresentato dalla **durabilità** del prodotto, utile per contribuire alla creazione di un modello virtuoso di economia circolare in un settore in cui è frequente la pratica della obsolescenza programmata. La cura per l'**ecodesign** permette al Gruppo di perseguire questo obiettivo, impegnandosi nella realizzazione di prodotti costituiti da componenti facilmente smontabili e pulibili che agevolino un ciclo di vita più duraturo (vedasi paragrafo *"Design ed innovazione per la sostenibilità dei prodotti"*). Nel corso degli anni, tra le soluzioni innovative offerte dal Gruppo giocano un ruolo sempre più importante le tecnologie digitali - quali l'Internet of Things e la **connettività** - che, permettendo di controllare i prodotti da remoto, favoriscono la riduzione dei consumi energetici derivanti dal loro utilizzo (vedasi box *Principali lanci e prodotti premiati del 2021*).

La progettazione di prodotti innovativi - tutelati a livello centrale da appositi brevetti - segue specifiche linee guida, rappresentate dalle cosiddette procedure di NPD (New Project Development), e coinvolge numerose funzioni aziendali: in Italia, in Germania, nel Regno Unito e in Cina sono presenti degli

uffici tecnici, composti da circa 450 persone, che si dedicano quotidianamente alla progettazione di nuove soluzioni. Tali uffici, che adottano il caratteristico approccio *Local for Global*, si assicurano inoltre che tutti i prodotti sviluppati siano conformi agli standard più stringenti in vigore tra i paesi in cui verranno commercializzati. Tra le norme più conosciute si citano, ad esempio, il regolamento n. 1907/2007, detto REACH (*Registration, Evaluation, Authorisation and restrictions of Chemicals*), e la direttiva RoHS (*Restrictions of Hazardous Substances*) 2002/95/CE, rispettati da tutte le Società del Gruppo nonostante l'ambito di applicazione sia strettamente europeo; il presidio costante dell'**aggiornamento normativo di settore** è assicurato dalle funzioni di Marketing e Design, insieme al team Regulatory Affairs della Direzione Qualità. Per poter verificare il livello di gradimento dei propri prodotti, inoltre, il Gruppo coinvolge i consumatori attraverso specifici test, effettuati sia prima che dopo il lancio sui mercati e volti ad ottenere un feedback diretto.

Da diversi anni il Gruppo si impegna a favorire la **sostenibilità** dell'intero processo produttivo, all'interno del quale la fase di ideazione e progettazione rappresenta solo il primo passo. Infatti, l'impegno nell'assicurare design unici e prodotti di qualità, ergonomici e affidabili non può trascurare l'attenzione ai temi ambientali e sociali cui sono legati sia la loro produzione che il loro utilizzo. Nell'ambito della responsabilità e dell'impegno nella lotta al cambiamento climatico, il Gruppo propone ogni anno numerose iniziative a favore dell'ambiente, attraverso l'integrazione di temi di sostenibilità all'interno del

design di prodotto (vedasi paragrafo *L'efficienza energetica dei prodotti: prestazioni ottimali e impatto ridotto*).

De' Longhi con i giovani designer: le partnership con le migliori università italiane e nel mondo

Sfruttando relazioni solide e durature instaurate nel tempo con i migliori centri di ricerca ed università italiane ed estere, ogni anno il Gruppo elabora numerosi progetti e organizza workshop per sviluppare idee innovative e funzionali alla gamma di prodotti offerti; tali occasioni di condivisione di esperienze e conoscenza coinvolgono studenti e professori di tutte le nazionalità, come accaduto in occasione dei corsi sullo Smart Design e sulla Cucina Sostenibile (in collaborazione col brand Braun) in partnership con il **Poli-tecnico di Milano**.

Nel corso del 2021, le collaborazioni più rilevanti hanno visto coinvolte l'**Università Tecnica di**

Delft, nei Paesi Bassi, con la quale sono stati attivati diversi corsi - tra cui *"Advanced Concept Design"* e *"Usability and User Experience Assessment"*, e la **Scuola Italiana Design** di Padova, presso la quale è stato tenuto il corso *"Coffee for China"*, che ha sfidato gli studenti a progettare una macchina da caffè superautomatica da commercializzare in Cina. Il brand Kenwood, invece, ha tenuto presso la **Loughborough University** un corso che ha coinvolto gli studenti in un progetto incentrato sul rapporto tra l'identità, la cultura, la preparazione del cibo e gli strumenti che possono essere utilizzati per rafforzare i legami tra questi elementi.



Caffè



Magnifica EVO



La Specialista Arte

Comfort e cura della casa

BRAUN



TexStyle 1



Pinguino UV-Carelight

BRAUN



CareStyle 3



Preparazione e cottura dei cibi

BRAUN



Breakfast 1

BRAUN



PowerBlend 9

DeLonghi



Ballerina

BRAUN



MultiQuick 7 WH

KENWOOD



Cheffette

KENWOOD



Titanium Chef Baker

KENWOOD



Cooking Chef XL (Black)

KENWOOD



kMix Editions (New Colours)

KENWOOD



QuickMix+

KENWOOD



MultiPro Express

KENWOOD



SoupEasy+

I principali riconoscimenti ricevuti



Altroconsumo

Braun Steam Station IS1012BL
Braun Stick Blender MQ100 Soup
Braun Steam Iron TS345GR



Best Buy

Braun Stick Blender MQ 3025



Consumenten Bond - Miglior Test

Braun Stick Blender MQ3000 Smoothie
Braun Drip/Filter Coffee Machines KF7120, KF5120.WH, KF5120.BK



Consumenten Bond - Miglior Acquisto

Braun Hand Blender MQ3000 Smoothie



iF Design Award 2021

Kenwood Titanium Chef Baker
Kenwood MultiPro Express
Kenwood QuickMix+



iF Design Award 2022

Braun PowerBlend 9
Braun MultiQuick 7 WH hand blender series
De' Longhi Ballerina
De' Longhi La Specialista Arte



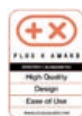
German Design Award 2021

Braun New MultiQuick MQ 9 hand blender series



German Innovation Award 2021

Braun New MultiQuick MQ 9 hand blender series



Plus X Award 2021

Braun New MultiQuick MQ 9 hand blender series
Braun CareStyle 5 & CareStyle 5 Pro Steam generator iron series IS 5155 WH, IS 5145 WH e IS 5145 BK



reddot winner 2021

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 (black)
Kenwood Titanium Chef Patissier XL
Kenwood MultiPro Express
Kenwood Quickmix+



reddot winner 2022

Reddot Winner 2022

De' Longhi Magnifica EVO
De' Longhi La Specialista Arte
Braun MultiQuick 7 WH hand blender series
Braun PowerBlend 9
Braun New TexStyle 7 Pro



German Design Award 2022

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



Altroconsumo - Migliore del Test

Braun Stick Blender MQ700X
Braun Steam Iron SI3030
Braun Juicer



Red & Ron

Braun Stick Blenders MQ700X, MQ725X



HuGT Price-Quality Winner

Braun Drip/Filter Coffee Machine KF3120.WH
Braun Toaster HT 3010 WH



ETM Testmagazin

Braun Steam Station IS2143.BL
Braun Hand Mixer HM1010
Braun Drip/Filter coffee machine KF 9071SI MultiServe



Stiftung Warenfest - Migliore del Test

Braun Hand Blender MQ5200WH



HuGT - Migliore del Test

Braun Coffee Grinder KG7070

Supporto, trasparenza e tutela dei dati: così ci prendiamo cura dei nostri consumatori

L'offerta dei **servizi** annessi è una parte integrante della strategia aziendale che contribuisce a migliorare la consumer journey; tra i diversi strumenti impiegati dal Gruppo per monitorare la soddisfazione complessiva dei consumatori vi sono alcuni KPI, uno dei quali è il **Net Promoter Score (NPS)**, progettato per misurare la fedeltà dei clienti e la probabilità che questi raccomandino il prodotto o servizio ad altre persone. Inoltre, la funzione Marketing conduce indagini puntuali, svolte a livello Corporate e di brand, che approfondiscono il livello di gradimento dell'offerta del Gruppo, testano il potenziale apprezzamento di nuovi prodotti e monitorano costantemente il livello di reputazione del brand.

Tra le varie iniziative, di seguito si riportano alcune indagini condotte nel 2021:

KENWOOD

Campione delle indagini: più di 3.000 persone

Mercati: Francia, Germania, Italia, Spagna, Polonia, UK, Australia

Principali risultati: le indagini condotte per validare le caratteristiche dei prodotti da cucina a marchio Kenwood (in particolare nei segmenti *Premium Chef* e *Cooking Food Processor*) hanno consentito di identificare le caratteristiche chiave e le aree di sviluppo del prodotto più apprezzate dai consumatori. Indagini specifiche sono state condotte anche su campioni più ristretti: sul mercato tedesco, ad esempio, una survey che ha coinvolto circa 20 persone per ciascun prodotto analizzato ha consentito di ottenere una panoramica su come l'esperienza del consumatore influenzi le sue attitudini e il suo modo di utilizzare il prodotto.

BRAUN

Campione delle indagini: 150 persone hanno partecipato ad indagini svolte sotto forma di attività di gruppo

Mercati: Germania.

Principali risultati: l'indagine, che si è concentrata sul segmento degli hand blender, si è posta come obiettivo quello di evidenziare la differenza percepita dai consumatori tra la funzione *Smart speed* dei frullatori manuali del marchio Braun e i controlli standard dell'interfaccia utente di altre tipologie di elettrodomestici.

DeLonghi

Obiettivo delle indagini: l'indagine condotta dal brand De' Longhi è stata finalizzata a comprendere i bisogni dei consumatori in relazione al miglioramento della qualità dell'aria e dell'umidità. In particolar modo, l'intento era quello di capire l'importanza che essi attribuiscono al concetto di comfort, identificando eventuali esigenze non ancora soddisfatte e classificando i consumatori sulla base dei loro bisogni.

Campione di indagine: quasi 3.000 clienti

Mercati: Germania, Russia, Stati Uniti e Regno Unito

Principali risultati: l'indagine si è svolta in due fasi. Nella prima, di natura qualitativa, sono state raccolte informazioni circa i bisogni degli intervistati; nella seconda, di natura quantitativa, sono state convalidate le ipotesi fatte allo step precedente e sono stati suddivisi i consumatori in diverse categorie, facendo un focus su coloro che hanno segnalato di provare un disagio nelle proprie abitazioni dovuto alla qualità dell'aria e all'umidità.



Imprescindibili nella relazione tra il Gruppo e i suoi clienti sono i due strumenti che garantiscono il servizio di assistenza ai consumatori finali, ovvero la fitta rete di contact center e i centri di assistenza tecnica. La prima opera in outsourcing coprendo la quasi totalità delle filiali del Gruppo, e prende in carico le richieste di assistenza dei consumatori finali fornendo informazioni di prodotto e il supporto continuativo necessario per un'ottimale customer journey. L'assistenza tecnica è invece costituita da circa 1.800 centri distribuiti in tutto il mondo (di cui circa 300 in Italia), anch'essi operanti per la maggior parte in outsourcing. A gestire tali strutture è la Direzione Customer Care, che si occupa del supporto ai consumatori finali in tutto il loro percorso con De' Longhi, dalla fase di prevendita a quella di post-vendita. La funzione, che si occupa anche di definire gli standard di riferimento validi per tutto il Gruppo, utilizza diversi **canali di supporto al cliente**, agendo sia su quelli tradizionali (come e-mail, telefono e chat) sia su quelli più moderni (social network). Un altro progetto importante nell'ambito della customer care e customer simplicity è rappresentato dall'impiego del sistema gestionale CRM (*Customer Relation Management*, vedasi box *La tecnologia, uno strumento per l'ascolto del consumatore*) per offrire al cliente un metodo di comunicazione in cloud.

Come nel 2020, anche nel 2021 la frequenza dei contatti con i consumatori è risultata in crescita. Infatti, in concomitanza con la diffusione del Covid-19, la rete dei contact center è stata sottoposta ad una crescente pressione: se nel 2020 era legata prevalentemente alle temporanee chiusure degli

uffici, nel 2021 tale pressione è stata principalmente causata dall'aumento del volume di contatti diretti con i clienti, sia telefonici che via web, in parte riconducibile al progressivo cambio nella modalità di vendita dei prodotti. Infatti, nel 2021 si è verificata un'accelerazione delle vendite **e-commerce**, un canale che per sua stessa natura prevede un rapporto diretto con il consumatore senza il tradizionale retail a fungere da intermediario. Nonostante la crescita delle richieste e la conseguente necessità di reclutare nuovi operatori, il Gruppo non ha mai fatto mancare servizi di assistenza ad altro rendimento, tanto da far registrare nelle prestazioni erogate un ulteriore miglioramento rispetto al 2020.

Il 2021 è stato un anno particolarmente sfidante e carico di lavoro anche per i **centri di assistenza tecnica**: se nel 2020 l'emergenza Covid-19 ne aveva causato un parziale calo dell'operatività dovuto alle chiusure temporanee di alcuni di essi, nel 2021 la loro principale sfida è stata rappresentata dall'approvigionamento dei materiali. Nonostante la difficoltà nell'accedere a pezzi di ricambio abbia determinato un modesto allungamento dei tempi medi di riparazione, il sistema ha mostrato forte resilienza. Infatti, è stato possibile mantenere un servizio di alta qualità a costi contenuti, anche grazie agli investimenti fatti ogni anno dal Gruppo sulle strutture di riparazione. In tal senso, nel 2021 è stato approvato un investimento per l'ampliamento del centro di riparazione più grande del Gruppo, che è situato in Germania e che nell'ultimo biennio non ha mai interrotto le proprie attività. Infine, è stata lanciata una nuova piattaforma di controllo della reportistica dei centri di assistenza tecnica, sia in Italia che all'estero, al

fine di garantire sempre maggiori efficacia e qualità dei servizi di riparazione.

La qualità del servizio offerto dai team di assistenza tecnica e dai contact center è monitorata dalla Direzione Customer Care attraverso sopralluoghi, attività di formazione e monitoraggio di indicatori specifici. Inoltre, una volta all'anno i partner che svolgono le attività di assistenza sono sottoposti ad una **mystery visit** da parte dei delegati del Gruppo: qualora il punteggio ottenuto in seguito al controllo risultasse superiore all'85%, alla struttura viene assegnato il cosiddetto "*Excellence Award*", ovvero un "Certificato d'Eccellenza" presente in Italia che premia i partner che erogano i migliori servizi in termini di qualità. Una volta ottenuto, tale certificato può essere esibito presso il negozio di assistenza tecnica De' Longhi. Mentre nel 2020 questi sopralluoghi erano stati interrotti durante i mesi di lockdown nazionale, nel 2021, laddove consentito dalle norme locali e dalle policy aziendali, le visite a campione ai centri di riparazione sono riprese regolarmente.

Oltre al tempo medio di assistenza, il Gruppo monitora anche la qualità delle riparazioni effettuate attraverso il **First Time Fix (FTF)**, un indice che

esprime la percentuale di prodotti riparati che non necessitano di nuovi interventi di assistenza nei sei mesi successivi. Nel 2021, il valore del FTF si è mantenuto essenzialmente invariato rispetto agli anni precedenti, rimanendo costantemente attorno al 95% nel corso del triennio: tale valore, che testimonia come la quasi totalità dei prodotti abbia ricevuto una riparazione adeguata e di alta qualità, non è peraltro influenzato né dal Covid-19 né dalle difficoltà di approvvigionamento di materiali, in quanto slegato dalle tempistiche di riparazione.

Anche i partner esterni specializzati nell'assistenza tecnica, così come tutti i dipendenti del Gruppo, prendono parte ad **attività di formazione** durante l'anno. Come nel 2020, anche nel 2021 i corsi che venivano tradizionalmente svolti in aula sono stati tenuti in maniera ibrida grazie alla sinergia tra e-learning e training online, una modalità che si è rivelata particolarmente preziosa in quanto ha consentito di non interrompere mai le attività formative, fondamentali per spiegare il funzionamento delle nuove macchine lanciate sul mercato. Inoltre, al fine di rendere la formazione più efficace e fruibile, la piattaforma attraverso cui questa viene erogata è stata recentemente aggiornata.

La tecnologia, uno strumento per l'ascolto del consumatore

Anche nel 2021 è stato utilizzato il sistema gestionale di *Customer Relation Management* (CRM), estensivo di SAP, che consente una gestione integrata ed efficiente dei dati relativi ai consumatori, permettendo di registrare e seguire le interazioni tra l'azienda e una base di consumatori che copre circa l'80% del fatturato di Gruppo. Il sistema, che è anche in grado di generare feedback e di effettuare analisi delle informazioni raccolte, è stato rinnovato nel corso del 2020, quando si è concluso un importante progetto che ad oggi consente al CRM stesso di offrire un sistema integrato di servizio prevendita e un nuovo sistema di comunicazione con il cliente in cloud.

Nel 2021, inoltre, è proseguito l'impiego del software *Wonderflow*, uno strumento di *VoC management* (*Voice of Consumer*) che permette di raccogliere e analizzare in modo strutturato le recensioni rilasciate sui siti dei principali retailers che vendono prodotti del Gruppo. Implementato nel 2020 ed affinato nel corso del 2021, questo strumento consente di combinare

le recensioni raccolte da più di 60 canali retail in 14 paesi nel mondo, per una copertura di 3 continenti (Europa, Oceania e America), integrandole con il feedback diretto dei clienti, che viene raccolto attraverso il CRM interno. Sfruttando la *Big Data Analysis*, l'utilizzo di questo strumento permette di migliorare la capacità di ascolto del Gruppo, consegnando alla funzione un "*Actionable Feedback*" per diverse categorie di prodotti costruito sulla base di centinaia di migliaia di interazioni comunicative.

Nell'ambito dei servizi al cliente, un'importante novità del 2021 è rappresentata da un progetto pilota avviato con un fornitore di software del Regno Unito; lo scopo di questo programma è quello di impiegare un servizio di intelligenza artificiale (*AI - Artificial Intelligence powered web service system*) che consenta di migliorare la qualità del supporto fornito al consumatore e il rapporto con quest'ultimo, trasferendo un significativo numero di richieste alla responsabilità e gestione dell'AI.



La protezione delle informazioni sensibili

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

Le informazioni relative ai consumatori, che rappresentano dei dati sensibili, sono immagazzinate all'interno dei webserver localizzati nella Google Cloud Platform, la cui sicurezza viene garantita sia sfruttando le moderne tecnologie dei servizi Google che attraverso l'impegno in termini di compliance che Google stessa

garantisce 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 2021 si è verificato un solo caso di data breach. È stata infatti ricevuta una notifica di non conformità da parte dell'autorità di controllo. Sono state prontamente informate le autorità competenti al riguardo e si è tuttora in attesa di eventuali sviluppi. Nel 2020 non si era verificato alcun caso analogo, mentre nel 2019 era stato tempestivamente comunicato alle autorità competenti un caso di non conformità, in ottemperanza alla normativa vigente, e quindi risolto all'insorgere della criticità stessa.

[GRI 418-1]

Prodotti di massima qualità, il nostro impegno quotidiano

La funzione Qualità, che comprende più di 500 persone in tutto il Gruppo, presidia attraverso i propri team il rispetto di requisiti, normative e regolamenti vigenti, anche in termini di sicurezza di prodotto e di sicurezza al contatto con gli alimenti. Il team Regulatory Affairs, che lavora a stretto contatto con le aree tecniche, è responsabile del monitoraggio e dello sviluppo a livello internazionale dello scenario normativo e legislativo di prodotto.

Team specifici si occupano di recepire localmente quanto disposto dalla funzione Qualità a livello centrale, operando su due livelli: il controllo qualità dei prodotti, sia che questi provengano dai fornitori di prodotti finiti sia che siano realizzati internamente, è presidiato dai team che lavorano presso gli stabilimenti, mentre la supervisione della qualità in fase di sviluppo è responsabilità di team che operano a livello di brand e si occupano quindi di eventuali segnalazioni provenienti dal mercato. In entrambi i casi, al fine di prevenire eventuali anomalie o malfunzionamenti e assicurare i migliori standard qualitativi, il presidio è garantito già in fase di progettazione. Il modello organizzativo certificato **ISO 9001**, adottato sia negli stabilimenti europei che nei siti produttivi esteri del Gruppo, è un altro degli strumenti utilizzati per garantire la qualità del prodotto. Introdotto sin dalla fine degli anni '90 e progressivamente esteso e sviluppato in armonia con l'evoluzione del Gruppo, questo modello di gestione ha permesso di adottare un approccio integrato e maggiormente orientato alla sostenibilità.

Tra i vari indicatori su cui la funzione Qualità fa affidamento per garantire l'efficienza qualitativa del processo vi è il **First Time Quality Indicator (FTQ)**, che permette 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 2019-2021, il valore complessivo dell'FTQ ha confermato un'ottima performance a livello di Gruppo, evidenziando un andamento stabile. Un altro indicatore che restituisce una misura delle difettosità dei prodotti è il **Service Call Rate (SCR)**, che esprime il quantitativo in percentuale di macchine riparate nel primo anno di garanzia. Nel 2021, anche l'SCR si mantiene in linea con i valori del triennio di rendicontazione, e testimonia nuovamente l'impegno del Gruppo De' Longhi nella progettazione e realizzazione di prodotti di elevata qualità.

Gli indicatori sopracitati sono solo alcuni di quelli impiegati come strumento per il controllo della qualità, e a ciascuno di essi vengono affiancati audit esterni. Questi ultimi vengono svolti sia da alcuni clienti sia da partner commerciali e 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 altri 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 usata 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.

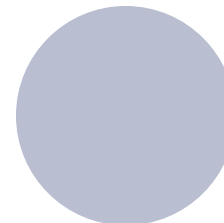
Rispettare gli standard per tutelare i consumatori

Per garantire la salute e la sicurezza dei consumatori, il Gruppo De' Longhi pone al centro dei propri sforzi la progettazione, la realizzazione e la distribuzione di prodotti sicuri e che rispettano i requisiti stabiliti dagli standard e dalle legislazioni applicabili a livello internazionale, al cui sviluppo partecipa attivamente. Tali attività sono guidate da una scrupolosa procedura interna, attraverso 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. La funzione Qualità, invece, supervisiona l'implementazione dei requisiti di prodotto così definiti, sia a livello di componenti che di prodotti finiti, con riferimento sia alla produzione interna sia a quella realizzata da terze parti. La procedura è costituita da precise milestone che assicurano che il processo di sviluppo sia applicato con accuratezza, nonché con coerenza dai diversi brand del Gruppo.

Al processo prendono parte altri team e funzioni del Gruppo, stabilendo linee guida comuni per aspetti specifici come l'esecuzione della valutazione dei rischi prodotti, ad esempio, o i requisiti di idoneità al contatto con gli alimenti. Queste linee guida vengono definite in accordo con le best practice applicabili nel settore, come quelle definite dal cosiddetto Sistema RAPEX dell'UE.

Il Gruppo si è da tempo impegnato volontariamente nell'adozione di un apposito modello organizzativo finalizzato a garantire la sicurezza al contatto alimentare. Tale modello è ispirato alle *Good*

Hygienic Practices (GHP) e agli standard per la sicurezza alimentare ISO 22000 e ISO 1672-2, che si basa sui principi dell'HACCP e sul *Codex Alimentarius*. L'adozione di quest'ultima consente all'azienda di monitorare e gestire eventuali rischi, prevenire incidenti lungo la filiera produttiva e valutare la conformità dei propri prodotti alla normativa in vigore. Inoltre, il modello organizzativo è stato progettato in linea con i requisiti di rintracciabilità del prodotto espressi dalla ISO 22005, affinché 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.



L'HACCP e il Codex Alimentarius

L'HACCP (Hazard-Analysis and Control of Critical Points) è un protocollo finalizzato 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 7 principi fondamentali:

1. Individuazione e analisi dei pericoli.
2. Individuazione dei punti di controllo critici (CCP), ossia procedure o fasi nelle quali è indispensabile attuare un controllo al fine di eliminare, prevenire o ridurre al minimo un pericolo di sicurezza alimentare.

3. Definizione dei limiti critici, ossia dei valori di riferimento all'interno dei quali la sicurezza alimentare risulta garantita.
4. Definizione delle procedure di monitoraggio.
5. Definizione e pianificazione delle azioni correttive.
6. Definizione delle procedure di verifica.
7. Definizione delle procedure di registrazione.

Il Codex Alimentarius è 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.

La sicurezza alimentare non è l'unico ambito in cui il Gruppo si impegna ad assicurare i più alti standard di sicurezza. Infatti, i processi di qualità prevedono stringenti controlli anche su aspetti legati ad altre tipologie di sicurezza, quali la sicurezza **meccanica**, la sicurezza **statica**, la sicurezza **dinamica** e quella **tossicologica**. A questo scopo sono state sviluppate linee guida interne che si basano sulle regolamentazioni di diverse legislazioni, al fine di sviluppare un approccio comune che garantisca i massimi standard di sicurezza. Infatti, l'attività del Gruppo prevede l'assunzione delle responsabilità del produttore per i danni derivanti dai prodotti difettosi: questa circostanza comporta regimi di responsabilità particolarmente rigorosi, soprattutto all'interno di alcuni ordinamenti giuridici come sono gli Stati Uniti d'America, UK e l'Australia. Un team di Product Safety&Liability è dedicato ad occuparsi di tali aspetti a livello di Gruppo, interagendo con le aree tecniche e le filiali operando sia a livello di prevenzione dei rischi di prodotto sia di gestione di eventuali segnalazioni provenienti dal mercato o da enti interni.

Infine, tutti i prodotti del Gruppo sono qualificati da enti terzi in fase di preproduzione 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 triennio di rendicontazione si segnalano due casi di non compliance correlati alla sicurezza dei prodotti. Nel 2021, alcuni prodotti dell'area comfort, prodotti da un fornitore terzo e commercializzati dal Gruppo negli USA, Canada e Messico, sono stati ritirati dal mercato a causa di possibili surriscaldamenti eccessivi. Il richiamo è stato eseguito e gestito direttamente dal fornitore terzo in accordo con le autorità locali. Nel 2019, invece, è stato segnalato un caso di non conformità rispetto alla Direttiva Europea 2014/35/UE, cosiddetta "Direttiva Bassa Tensione". [\[GRI 416-2\]](#), [\[GRI 417-2\]](#)

Un aspetto rilevante è rappresentato dalla collaborazione tra gli enti tecnici e la Direzione Marketing nell'ambito dell'**informativa di prodotto**. Queste funzioni, infatti, sono responsabili della realizzazione e del successivo e continuo monitoraggio dei **libretti d'uso** e delle **etichette**, dal momento che risulta fondamentale 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 molto importante per il Gruppo, poiché per adempiere correttamente agli obblighi normativi è necessario rispettare prescrizioni specifiche; 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. [\[GRI 417-1\]](#)

D

3.2 Design ed innovazione per la sostenibilità dei prodotti

L'attenzione del Gruppo De' Longhi all'ambiente e alle 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, il Gruppo si è concentrato su diversi aspetti: tra questi, l'impiego di materiali **riciclabili** o **recuperabili** una volta giunti a fine vita, l'uso di materiali per il **packaging a minor impatto ambientale**, l'**efficienza energetica** dei prodotti e la promozione ai consumatori di **stili di vita sostenibili**.

Un packaging sempre più sostenibile

Un aspetto su cui il Gruppo ha da tempo sviluppato numerose iniziative è quello relativo al **packaging**, che ogni anno diventa più sostenibile, sia per mitigare gli impatti ambientali che per ottimizzare i costi per l'approvvigionamento dei materiali utilizzati:



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 aventi packaging **100% 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

2021

Presso lo stabilimento di Dongguan le scatole per lo stoccaggio dei prodotti vengono stampate in loco con un materiale plastico **riciclato al 50%**. Inoltre, proseguono gli studi di Braun e Kenwood finalizzati alla ricerca di **materiali alternativi** alla plastica e all'EPS

Le attività di efficientamento del packaging hanno permesso di ottenere già i primi risultati positivi sia dal punto di vista economico, grazie alla riduzione dei costi per l'acquisto di materie prime, sia dal punto di vista di mitigazione degli impatti ambientali legati alla riduzione delle stesse e dei rifiuti smaltiti. Il marchio Braun ha da anni ridotto il materiale plastico all'interno del packaging usato nei propri handblender, e già nel 2020 aveva condotto un'attività di LCA (*Life Cycle Assessment*) sulle diverse tipologie di packaging esistenti, con l'obiettivo di identificare possibili soluzioni e alternative con un ridotto impatto in termini di emissioni CO₂. In quest'ambito, nel 2021 sono stati avviati studi e valutazioni volti ad individuare un software per la conduzione di attività LCA che sia opportunamente impiegabile a livello di Gruppo, così da uniformare gli studi. In linea con quanto già fatto nel 2020, inoltre, i marchi Braun e Kenwood hanno dato vita a studi e collaborazioni (con enti universitari e partner esterni) finalizzati alla ricerca di materiali alternativi e provenienti da fonti rinnovabili per sostituire la plastica del packaging, le cosiddette big bags (sempre costituite da materiale plastico) e gli imballaggi in EPS (Polistirene Espanso Sinterizzato).

Le attività di efficientamento del packaging non hanno riguardato solamente i prodotti commercializzati, ma hanno coinvolto anche le operation interne al perimetro aziendale. Nell'ambito della produzione, infatti, si utilizzano quantità significative di **pallet** per il trasporto e lo spostamento delle merci:

presso gli stabilimenti cinesi, già da qualche anno i tradizionali pallet in legno vergine sono stati sostituiti con quelli in materiale plastico recuperato dagli scarti di produzione. Questa iniziativa ha permesso di ridurre non solo la quantità di legno utilizzato, ma anche il numero di camion necessario per i trasporti, con un conseguente risparmio in termini di CO₂. Pratiche simili sono in vigore da diversi anni anche presso gli stabilimenti di Mignagola, dove si prediligono pallet in plastica riciclata, e di Cluj, che impiega pallet riparati. Infine, presso lo stabilimento di Dongguan le scatole utilizzate per lo stoccaggio dei prodotti vengono stampate in loco con un materiale plastico riciclato al 50%; quando le scatole diventano obsolete, vengono riciclate per stamparne di nuove.

Prodotti connessi per un comfort massimizzato

Anche nel 2021, come 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 sviluppi sono necessari in un'epoca in cui il concetto di domotica si fa sempre più spazio nelle soluzioni volte a migliorare il comfort degli spazi abitativi. Queste potenzialità consentono di personalizzare sempre più i prodotti offerti all'utente finale, oltre che di monitorarne il corretto funzionamento e prevenire eventuali anomalie, con un conseguente aumento di efficacia e di tempestività nell'assistenza tecnica.



Primadonna Soul è la prima macchina superautomatica del Gruppo dotata di connessione Wi-Fi. Grazie ad un'applicazione installata sullo smartphone e alla tecnologia **Bean Adapt**, l'utente può regolare le impostazioni della macchina e bilanciare le componenti alla base della preparazione del caffè, come il 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.



Il sistema di **geofencing** è alla base di un progetto per lo sviluppo di una serie di condizionatori destinati al mercato europeo che, oltre ad essere collegati a specifiche App, si basano sulla localizzazione dell'utente nello spazio, così da ottimizzare i consumi.



L'efficienza energetica dei prodotti: prestazioni ottimali e impatto ridotto

L'**efficienza energetica**, tema chiave per la lotta al cambiamento climatico, è un ambito importante nelle attività di ricerca e di sviluppo di De' Longhi. Una delle principali sfide in questo senso è rappresentata dal **contesto normativo**, a causa della presenza globale del marchio: l'Unione Europea, ad esempio, ha predisposto negli ultimi anni diversi regolamenti di efficienza energetica, tra cui il Regolamento UE n. 1188 del 2015, che stabilisce un livello di efficienza minimo che tutti i prodotti dell'area comfort devono soddisfare. In ottemperanza al Regolamento UE n. 517/2014 sui gas fluorurati a effetto serra, già nel 2018 De' Longhi aveva 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 2021 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 completamento della migrazione di tutti i condizionatori sul gas refrigerante R32 nel mercato USA.

Passaggio in **classe A+** della Lattissima One Evo grazie alla riduzione del contenuto di alluminio, che ha permesso di realizzare una caldaia più leggera e meno energivora.³

Ulteriori miglioramenti al sistema brevettato De' Longhi che permette alle macchine manuali da caffè di spegnersi in maniera automatica dopo pochi minuti di inutilizzo.

Smontabilità e riparabilità per prodotti duraturi

La **durabilità** è un aspetto chiave della sostenibilità di un prodotto, ragione per cui i prodotti De' Longhi sono progettati per resistere al tempo e all'usura, garantendo sempre la massima qualità e funzionalità. I prodotti devono essere facilmente **riparabili** al fine di massimizzarne la vita utile: questo può essere ottenuto agevolando le operazioni di **smontaggio** e accrescendo la **condivisione** di medesimi elementi meccanici tra più prodotti della stessa linea.



Durabilità

Durante la fase di sviluppo le macchine da caffè vengono sottoposte a test che consistono in migliaia di erogazioni di bevande in condizioni standard di utilizzo. Questi test di durabilità, chiamati **life test**, servono a verificare l'affidabilità delle macchine nel lungo periodo.



Riparabilità

- Nel 2021 prosegue un progetto per modificare i telai della macchina **La Specialista**, agevolandone la riparabilità e riducendo il tempo di sostituzione delle componenti;
- Per le **kitchen machines** del marchio **Kenwood** prosegue il processo di standardizzazione delle componenti interne che permetterà di ridurre il numero a vantaggio di una riparabilità più semplice.

Inoltre, le macchine da caffè superautomatiche sono dotate di sistemi brevettati che consentono di ridurre al minimo le pratiche di manutenzione, e allo stesso tempo di ridurre la quantità di detersivi e acqua impiegati nelle operazioni di lavaggio. In particolare modo, il gruppo caffè è smontabile e lavabile con acqua corrente, senza che vi sia la necessità di ricorrere a detersivi e lubrificanti. Il sistema latte, invece, 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. In generale, le macchine da caffè De' Longhi non richiedono significative attività di manutenzione ordinaria, a parte 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 rimedio naturale, sicuro e rispettoso dell'ambiente.

³ Relativamente all'area Caffè, anche nel 2021 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).

Benessere quotidiano grazie ad abitudini alimentari più sane

Un trend importante ed in continuo sviluppo è quello dei consumatori che desiderano adottare **abitudini alimentari più sane**. Anche in questo campo, il Gruppo De' Longhi è al passo con i tempi, in quanto in grado di abilitare stili di vita salutarì attraverso le diverse linee dei propri prodotti, un obiettivo raggiungibile anche mantenendo inalterati i **principi nutritivi** degli alimenti. Tutte le macchine da caffè De' Longhi, sia superautomatiche che manuali, sono infatti perfettamente in linea con tali esigenze: le caldaie a controllo elettronico della temperatura permettono 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 del settore. Inoltre, la linea di estrattori Pure Juice di Kenwood, grazie alla consolidata *Scrolling Technology*, permette di ridurre il surriscaldamento e l'ossidazione degli ingredienti, evitando che la spremitura di frutta e verdura riduca le proprietà nutritive che le caratterizzano. Infine, nel 2021, i team di Braun e Kenwood hanno lavorato alla promozione di una campagna di advertising online per sensibilizzare i consumatori relativamente agli sprechi di cibo e supportarli nell'adozione di comportamenti sostenibili.

Al fine di raggiungere gli obiettivi in questa direzione, nel corso degli anni il Gruppo ha condotto diverse iniziative; tra le più significative si evidenziano le seguenti:



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 ed 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 responsabilità nei nostri processi



P

Processes are value in progress

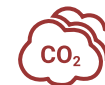
Processes
are value
in progress

Come Gruppo De' Longhi ci impegnamo a gestire le risorse energetiche in modo responsabile ed efficiente, contribuendo attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico. Allo stesso tempo, la nostra priorità è garantire il rispetto incondizionato dei diritti umani e delle condizioni di lavoro in ogni fase della produzione, aiutando a prosperare le comunità in cui operiamo. La nostra attenzione all'ambiente e all'impatto sociale non si ferma mai, così come non si ferma la catena del valore. Una catena che, per il Gruppo De' Longhi, si chiude su se stessa per diventare un circolo virtuoso lungo tutto il processo produttivo.



L'elettricità
utilizzata dal
Gruppo proveniente
da **fonti rinnovabili**

51%



Le **tonnellate di CO₂ evitate** grazie
all'autoproduzione
di elettricità da
fonti rinnovabili

436



La riduzione
dell'**intensità emissiva**

-18%

(2,3 kgCO₂/pezzo prodotto
vs 2,8 nel 2020)



I **rifiuti inviati ad attività di recupero**,
quali riuso,
recupero, riciclaggio
e compostaggio.

88%



I **fornitori del Gruppo sottoposti ad audit** secondo criteri sociali e ambientali

100%

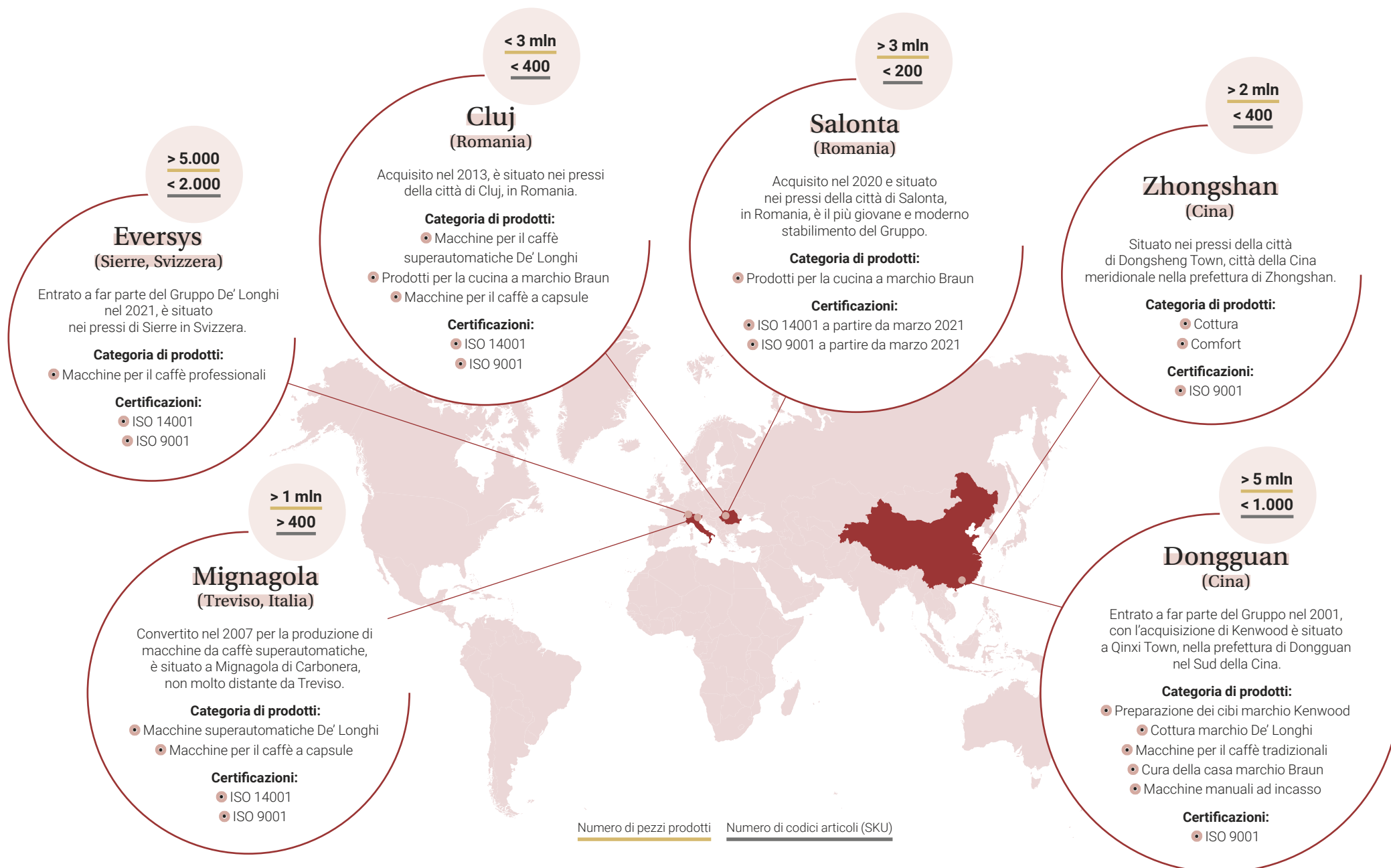
4.1 I nostri stabilimenti

Il modello produttivo del Gruppo De' Longhi si fonda su due pilastri: da un lato vi sono gli **stabilimenti produttivi** che, in seguito all'acquisizione di Eversys, ammontano ad oggi a sei (e sono situati in Italia, Romania, Cina e Svizzera); dall'altro vi sono i partner qualificati, chiamati **"Original Equipment Manufacturer"** (OEM), ai quali vengono demandate le funzioni di sviluppo e produzione di alcuni prodotti. Le attività di produzione e assemblaggio del prodotto finito, che coprono oltre il 60% del venduto, sono invece svolte presso gli stabilimenti produttivi. Da anni, inoltre, il Gruppo ha adottato l'approccio *"local for global"*, che attraverso la creazione di dedicati centri di competenza a seconda delle geografie, è finalizzato ad assicurare che la produzione di un prodotto sia allocata in un unico stabilimento. **[GRI 102-10]**

Ad occuparsi della fase di **collaudo** delle macchine, ovvero quella successiva alla produzione, vi sono team dedicati a livello di impianto, che hanno il compito di testare la **sicurezza** del prodotto; la verifica dei **requisiti qualitativi**, invece, viene eseguita attraverso specifici audit dalla funzione *Quality*, che si occupa anche della verifica della qualità delle produzioni dei fornitori di prodotto finito (gli OEM). terminate le verifiche, i nuovi prodotti vengono stoccati all'interno di magazzini nei centri di sourcing e negli hub logistici, che rappresentano i punti di partenza per la distribuzione attraverso il network commerciale del Gruppo.

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





Al fine di garantire la continuità del business (aspetto particolarmente cruciale nel corso dell'ultimo biennio), elevati standard di qualità e il rispetto di requisiti ambientali e sociali legati alle pratiche del lavoro, la **catena di fornitura** è gestita in maniera sinergica dalla Direzione Supply Chain e dalle funzioni Quality e Acquisti.

Le attività di **valutazione dei prodotti finiti**, così come il loro acquisto e il monitoraggio dei fornitori, sono condotte da tre strutture dedicate, situate in Italia e all'estero per dare risposta alle particolarità e necessità dei diversi mercati in modo rapido ed efficace. A tali strutture vengono assegnate

responsabilità che variano in base alla categoria di prodotto e alla vicinanza geografica della produzione: in Italia, per esempio, operano gli uffici dedicati all'area caffè e stiro, mentre nel Regno Unito sono gestiti i prodotti "motor driven" e ad Hong Kong si concentra l'area comfort.

In ultimo, 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

Per il Gruppo De' Longhi, che opera in un mercato caratterizzato da una forte volatilità della domanda, è essenziale una gestione efficiente del sistema logistico: il suo fulcro è rappresentato dai magazzini, che sono sparsi in tutto il mondo in modo tale da poter garantire la **continuità** del business, tema che si è dimostrato di primaria importanza durante il biennio 2020-2021, quando le conseguenze della pandemia hanno costretto il Gruppo ad affrontare emergenze sia logistiche - dovute a restrizioni locali e, talvolta, alla chiusura delle frontiere - che di approvvigionamento - dovute alla scarsità di materie prime disponibili. Nonostante la continuità distributiva abbia subito alcuni rallentamenti, questa non è stata quasi mai interrotta: ciò è stato possibile anche grazie all'istituzione, già nel corso del 2020, di un gruppo di lavoro incaricato di gestire le attività nel periodo di emergenza, supportando nella ricerca di soluzioni alternative in termini di approvvigionamento di materiali e componentistica. Per quanto riguarda la logistica

outbound, il 2021 - come già il 2020 - ha conosciuto un'ulteriore accelerazione significativa delle attività dirette di **e-commerce**, che permettono di effettuare la consegna direttamente al cliente evitando il passaggio dal magazzino del retailer. Tale sviluppo, influenzando positivamente sull'efficientamento delle consegne, consente di generare benefici anche in termini di impatto ambientale.

Sempre nell'ottica di efficientamento e riduzione degli impatti legati all'attività logistica, è da tempo attiva l'iniziativa cross-funzionale dal nome **"Assembly to order"** o **"Assembly To Truck"**: analogamente all'attività di e-commerce, questa prevede la spedizione dei prodotti al cliente direttamente dal sito produttivo, senza passare dall'hub logistico regionale. Tale pratica viene resa possibile dal fatto che, se in precedenza l'attività finale di etichettatura veniva svolta all'interno dei singoli hub, adesso viene effettuata direttamente all'interno dello stabilimento produttivo.

L

4.2

La responsabilità lungo tutta la catena del valore



Per il Gruppo De' Longhi, la responsabilità nella gestione della catena di fornitura si manifesta attraverso la 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 prodotto finito vengono sottoposti ad audit periodici da parte della funzione Quality: tali audit hanno come obiettivo quello di garantire il rispetto dei valori declinati all'interno del Codice Etico del Gruppo, dei diritti umani, della compliance con le principali normative in vigore e degli standard in ambito ambientale (ad esempio REACH, RoHS, ecc.).

Gli audit ambientali e sociali sono condotti in linea con lo standard internazionale **SA 8000** (Social Accountability) ed avvengono prevalentemente presso i fornitori di prodotto finito degli stabilimenti cinesi: tra i numerosi aspetti sottoposti ad esame vi sono l'orario e le condizioni di lavoro, la libertà di associazione e di contrattazione collettiva e possibili discriminazioni, ma anche aspetti come la salute e la sicurezza e la formazione del personale. In particolare, si segnala come già a partire dal 2019 i fornitori che operano in Cina siano tenuti a sottoscrivere, oltre al Codice Etico, anche il **Code of Conduct** del Gruppo De' Longhi, condiviso in lingua inglese e cinese. Questo requisito dimostra ulteriormente il forte impegno intrapreso dal Gruppo stesso nel supervisionare e controllare capillarmente la propria catena di fornitura, dal momento che la sottoscrizione di tale documento permette di sottolineare l'importanza di tematiche 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. Inoltre, tutti i fornitori di primo livello sono tenuti a condividere il Codice Etico del Gruppo anche ai subfornitori con cui collaborano.

Si segnala infine come nel corso del 2021 non si siano verificati episodi di **violazione** del Code of Conduct del Gruppo, e pertanto non sia stato necessario implementare alcuna azione correttiva.

Come accennato, già dal 2020 sono entrati a regime gli audit con **criteri ambientali**, che sono stati pertanto integrati nella checklist utilizzata nel corso degli audit di Social Accountability. Tra questi aspetti è compresa, oltre alla conformità del fornitore, la verifica della presenza di un sistema di gestione ambientale in linea con lo standard ISO 14001, che identifica le migliori pratiche del fornitore stesso con un focus aggiuntivo su temi come emissioni, scarichi e rifiuti. In questo modo, ogni audit a cui il fornitore viene sottoposto viene condotto allo stesso tempo secondo criteri socioeconomici ed ambientali; eventuali azioni correttive vengono identificate in base a quanto raccolto in fase di valutazione, mentre i relativi follow-up sono registrati in un secondo momento in un sistema ad hoc che consente di tenere continuamente monitorati gli aggiornamenti e gli impegni presi da parte dei fornitori. Il processo di valutazione appena descritto 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 2021, la totalità (100%) dei nuovi fornitori di prodotto finito è stata sottoposta a una valutazione secondo **criteri sociali**, in linea con

Social Accountability

Elaborata nel 1997 dall'ente americano SAI (Social Accountability International), lo Standard Social Accountability (SAI) 8000 è una norma internazionale basata sulle convenzioni ILO (International Labour Organization), sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e sulla convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino. Si tratta del primo standard internazionale che fornisce 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

quanto previsto dallo standard SA 8000 e in linea con quanto registrato nel 2020 (100%). [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 2021 è stato valutato il 100% dei nuovi fornitori di prodotto finito (14 in totale), in continuità con quanto avvenuto nel 2020 (100%).

Nel 2021 sono stati condotti 46 audit per verificare il rispetto dei **diritti umani**; svolti presso 42 fornitori di prodotto finito e 4 siti del Gruppo, tali verifiche hanno coperto più del 42% delle operations del Gruppo stesso. Il dato risulta in calo rispetto al 60% circa registrato nel 2020 poiché gli audit di Social Accountability vengono eseguiti con una cadenza bi-annuale per ogni fornitore, col risultato di possibili asimmetrie che si riflettono nei dati ad anni alterni, anche in funzione dell'ingresso di nuovi fornitori. [GRI 412-1]

I risultati delle valutazioni di qualità dei prodotti concorrono alla composizione di 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.

Fig. 26 - Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 414-1]

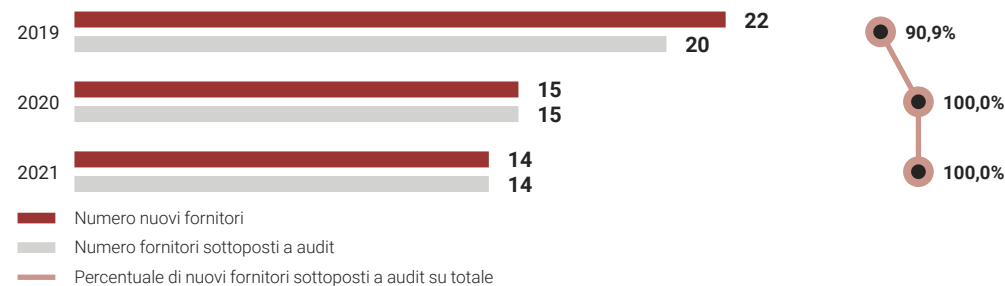
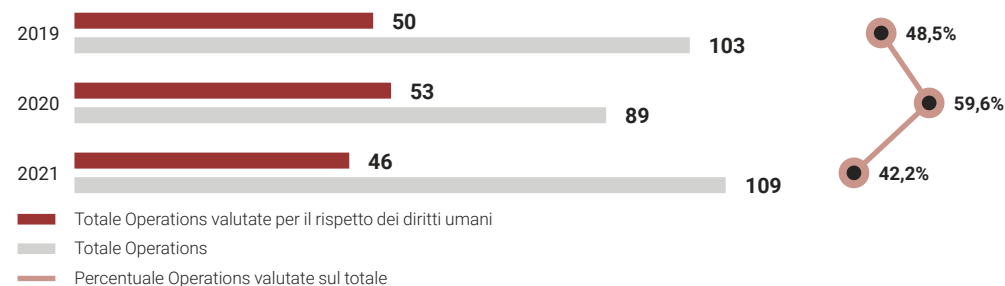


Fig. 27 - Operations oggetto di valutazione sui diritti umani, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 412-1]



R

4.3 Ridurre la nostra impronta ambientale

Il Gruppo dedica costante impegno alla ricerca e allo studio di soluzioni che permettano di ridurre gli impatti ambientali derivanti dalle attività svolte quotidianamente; la realtà complessa ed eterogenea all'interno della quale opera l'azienda richiede di stare al passo con **contesti normativi** variegati e in costante evoluzione: è per questo motivo che la Direzione Operation & Technology e la Direzione Qualità si occupano della gestione degli aspetti ambientali e della conformità legislativa in tale ambito, che risulta essenziale per assicurare una corretta gestione delle attività e i cui aggiornamenti possono avere ripercussioni sul business del Gruppo.

In un'ottica di adeguamento normativo, per i siti produttivi di Mignagola, Eversys, Cluj e Salonta (quest'ultimo a partire dal 2021) è operativo il sistema di gestione ambientale certificato **ISO 14001**, che, tra le altre cose, permette di eseguire un'analisi ambientale che adotta una prospettiva integrata sull'intera value chain, di significativa importanza per programmare azioni di miglioramento finalizzate a mitigare gli impatti ambientali delle attività del Gruppo. Per gli stabilimenti produttivi di OnShiu e Dongguan in Cina, che al momento si ispirano alle **migliori pratiche** attualmente disponibili, sono in corso le procedure che, nel corso del 2022, consentiranno di estendere anche ad essi la medesima certificazione.

Le principali iniziative di *energy saving* del Gruppo De' Longhi

- Installazione di pannelli fotovoltaici (Mignagola)
- Installazione di un impianto di trigenerazione (Mignagola), in corso di completamento
- Sostituzione degli impianti di illuminazione con lampade a led (Cluj, Mignagola)
- Sensori di movimento che consentono all'impianto di illuminazione di attivarsi solo quando necessario (Mignagola)
- Installazione di colonnine di ricarica per automobili elettriche (HQ Treviso)
- Sostituzione dei macchinari nelle linee di stampaggio e saldatura (Dongguan, Onshiu)
- Installazione di misuratori di consumo energetico (Dongguan, Onshiu)

Un esempio concreto che dimostra l'impegno del Gruppo nella riduzione della propria impronta ambientale è costituito dall'installazione di **pannelli fotovoltaici** presso lo stabilimento di Mignagola: operativi già da diversi anni, nel 2021 hanno contribuito a produrre un quantitativo di energia elettrica pari a 950.972 kWh, corrispondenti a circa il 6% del totale consumato dal sito nell'anno. Al fine di effettuare precise valutazioni dei consumi e dell'efficienza energetica, inoltre, saranno implementati nei mesi a venire appositi sistemi di monitoraggio sia nello stabilimento di Mignagola che nell'headquarter di Treviso.

Negli stabilimenti italiani, cinesi e in quello romeno di Cluj, anche nel 2021 sono proseguite le attività di rinnovamento dei sistemi di illuminazione,

concretizzatesi nella sostituzione degli impianti tradizionali con **lampade a led**, le quali - a parità di prestazioni - consentono di ridurre notevolmente i consumi energetici. In particolare, nello stabilimento romeno tali interventi hanno permesso di ridurre i consumi energetici relativi al 2021 di circa 90.000 MJ. Nello stesso sito produttivo, dal 2019 è operativo anche un sistema di riscaldamento dei magazzini che, sfruttando il calore generato dalle aree di essiccazione dello stabilimento stesso, consente di ridurre l'uso di gas naturale per l'alimentazione della caldaia tradizionale. Sempre nell'ambito della strategia di energy saving adottata dal Gruppo, un ruolo da protagonista è giocato dal sito produttivo di Mignagola, dove in tempi recenti sono state

condotte numerose attività in tal senso: nel 2021 è stata portata a termine l'installazione di lampade a led nell'area produttiva ed è stata riprogettata l'illuminazione del magazzino di prodotto finito, che sarà equipaggiato con sensori di movimento che consentono all'impianto di illuminazione di attivarsi solo se necessario. Una volta ultimato, queste attività permetteranno di risparmiare 1 milione di kWh presso lo stabilimento di Mignagola.

Sempre nel corso del 2021, nel medesimo stabilimento è stato installato un impianto di trigenerazione - che sarà completato nel 2022 - ed è stato potenziato l'impianto di climatizzazione estiva, che grazie all'installazione di un macchinario in grado di prelevare l'aria dall'ambiente esterno invece che riciclare quella interna, rende ora possibile un ricambio d'aria consistente, a vantaggio anche del contenimento della diffusione del Covid-19. Restando in Italia, presso l'headquarter di Treviso sono state poi installate alcune colonnine di ricarica per automobili elettriche, attività resasi necessaria anche dall'ampliamento della flotta aziendale a modelli ibridi o 100% elettrici.

All'interno del piano di energy saving del Gruppo, un ruolo centrale è poi giocato dagli stabilimenti cinesi, dove, in continuità con gli anni precedenti, si è lavorato in direzione di un efficientamento degli asset produttivi attraverso specifiche migliorie sui macchinari (come, ad esempio, le macchine per lo stampaggio della plastica, le linee di sgrassaggio e di scarico, l'introduzione di saldatrici laser in sostituzione di quelle tradizionali). Da diverso tempo prosegue poi la collaborazione con il governo locale in ambito di risparmio energetico: già nel

2020 infatti erano stati installati i **misuratori di consumo** previsti dal piano di energy saving, i cui rilievi permettono di monitorare regolarmente e in maniera precisa i consumi di energia elettrica al fine di individuare le aree e le mansioni più energivore. Attraverso questa attività, il Gruppo è in grado di mappare periodicamente i consumi nelle varie aree di produzione e, sulla base dei dati ricavati, pianificare azioni di mitigazione ed efficientamento energetico presso i siti cinesi.

Coerentemente con una prospettiva di economia circolare e gestione responsabile dei rifiuti, il Gruppo ha confermato il proseguimento di progetti già in essere per il **recupero dei sottoprodotti dei processi produttivi**. Già da diversi anni, infatti, negli stabilimenti di Mignagola e Dongguan il Gruppo risparmia sulle materie prime in ingresso e riduce la produzione di rifiuti, reimmettendo parte degli scarti di produzione derivanti dallo stampaggio della plastica nel ciclo produttivo. Tali attività hanno determinato risultati soddisfacenti in termini di processo, e sono state quindi estese anche allo stabilimento di Cluj. Gli scarti derivati dalla lavorazione dei materiali ferrosi, invece, 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, si sono poi consolidate iniziative virtuose come il recupero delle capsule Nespresso utilizzate per i test negli stabilimenti di Cluj e Mignagola, un'operazione che favorisce il riciclo delle loro parti in alluminio, e il riutilizzo per diverse fasi di collaudo del caffè adoperato per calibrare le macchine prodotte nel sito di Cluj.

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".



Consumi energetici

Nel 2021, i **consumi energetici complessivi** a livello di Gruppo si attestano su 422.263 GJ, in aumento di circa il 12% rispetto all'anno precedente (376.062 GJ). L'incremento è legato principalmente a tre fattori: un maggior numero di **pezzi prodotti** nell'anno, l'acquisizione da parte del Gruppo dello **stabilimento di Eversys** e il primo anno di piena operatività dell'impianto romeno di Salonta. Il rapporto tra consumi diretti (quelli per il riscaldamento e il trasporto) e quelli indiretti (legati ad energia elettrica, teleriscaldamento e raffrescamento) è pressoché costante nel triennio di riferimento. In particolare, si rileva che l'energia elettrica acquistata da rete nazionale, pari a 330.848 GJ nel 2021, è responsabile di quasi il 79% dei consumi energetici totali del Gruppo, rappresentando quasi la totalità dei consumi indiretti registrati nell'anno.

Fig. 28 - Consumi diretti e indiretti, percentuale e GJ [GRI 302-1]

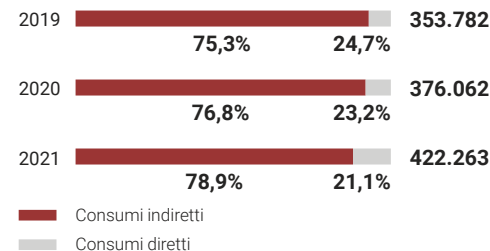
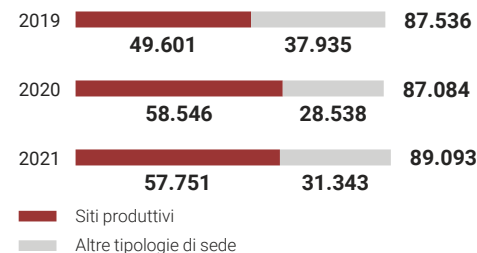


Fig. 29 - I consumi diretti, GJ [GRI 302-1]



I **consumi energetici diretti** risultano pari a 89.093 GJ nel 2021, in leggero aumento rispetto all'anno precedente (+2,3%); il 65% di essi è dovuto agli stabilimenti produttivi.

Il grafico sottostante mostra il mix energetico che costituisce i consumi diretti di energia (quelli da combustibile): per il 56% sono dovuti all'utilizzo di gas naturale, per il 29,5% e il 13% ai consumi di gasolio e benzina per la flotta aziendale. GPL e olio combustibile sono invece utilizzati in misura inferiore (pari rispettivamente all'1,4% e allo 0,1% del totale).

Fig. 30 - La composizione dei consumi da combustibile nel 2021, percentuale [GRI 302-1]

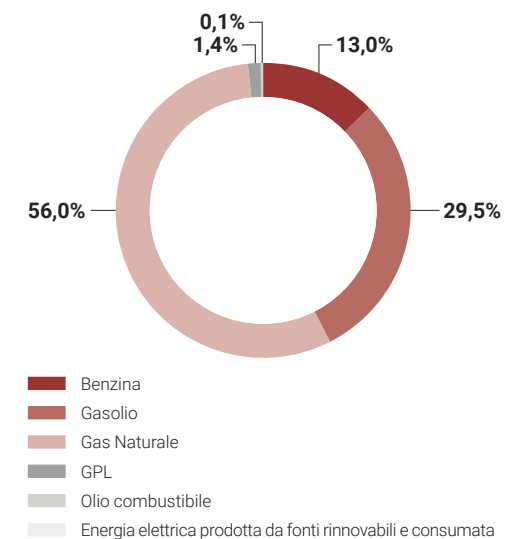
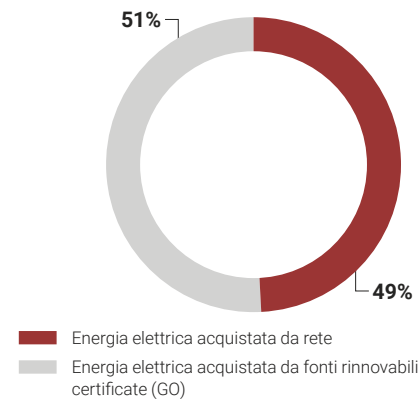


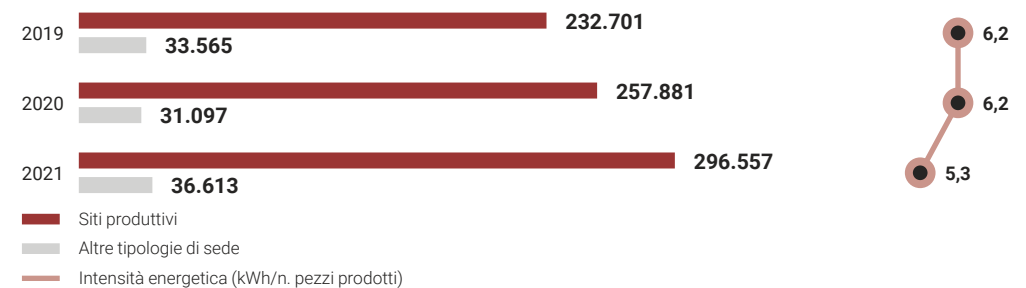
Fig. 31 - La composizione dell'energia elettrica acquistata nel 2021, percentuale [GRI 302-1]



I consumi indiretti di energia elettrica per pezzo prodotto sono in leggera diminuzione, e passano da 6,2 kWh/pezzo prodotto nel biennio 2019-2020 a 5,3 kWh/pezzo prodotto nel 2021. La parte di energia elettrica consumata che è stata prodotta da **fonti rinnovabili** risulta pari a 3.423 GJ, in leggera diminuzione rispetto al 2020 (3.607 GJ). Nel 2021, inoltre, il 51% dell'energia elettrica acquistata dal Gruppo è coperta da certificati di Garanzie d'Origine (GO), che ne attestano la provenienza da fonti rinnovabili. [GRI 302-3]

Oltre a quelle già descritte precedentemente, ulteriori iniziative di energy saving sono state condotte nel 2021 negli stabilimenti cinesi di Dongguan e OnShiu. Presso il primo, in particolare, è proseguita la politica di investimento sulle presse ad iniezione elettrica e sulla sostituzione delle lampade tradizionali con quelle a led; combinate, queste due iniziative hanno permesso di risparmiare più di 4 milioni di kWh, di cui quasi 2,4 milioni grazie alle presse e circa 2 milioni grazie alle lampade a led. [GRI 302-4]

Fig. 32 - I consumi di energia elettrica, GJ [GRI 302-1]



Emissioni climalteranti

Le **emissioni complessive di CO₂** del Gruppo, considerando il calcolo con il metodo "Market Based", ammontano nel 2021 a 30.890 tonnellate, in diminuzione (-28%) rispetto alle 43.071 tonnellate del 2020; 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. 33 - Le emissioni totali di CO₂, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1 e 305-2]

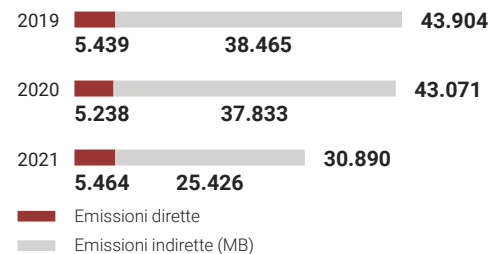


Fig. 34 - Le emissioni dirette Scope 1, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1]

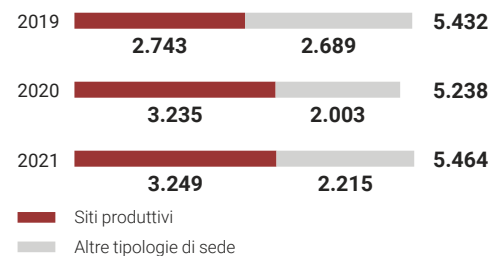


Fig. 35 - Le emissioni indirette Scope 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]

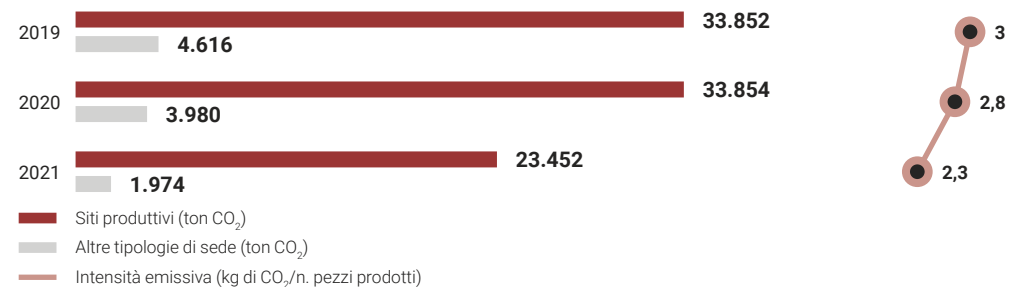
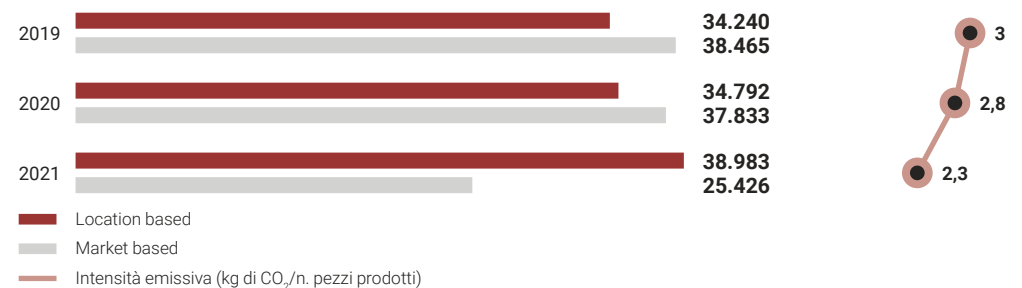


Fig. 36 - Le emissioni indirette Scope 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]



Relativamente alle **emissioni di CO₂ dirette**, nel 2021 si registra un valore pari a 5.464 t, prevalentemente riconducibili ai consumi energetici dei siti produttivi (59% circa contro il 41% di quelli dovuti alle altre tipologie di sede).

Per quanto riguarda invece le **emissioni indirette di CO₂**, nel 2021 si registra un valore complessivo di 38.983 t, di cui circa il 91% legato ai siti produttivi.



Nel 2021, le emissioni di CO₂ Scope 2 calcolate secondo la metodologia **market based** risultano più basse di circa 13.500 tonnellate rispetto alle **location based** e dimostrano un drastico calo rispetto al 2020 (-33%): ciò è dovuto all'acquisto da parte del Gruppo di certificati di garanzia di origine a copertura dei consumi elettrici 2021 di tutte le sedi italiane, dello stabilimento di Cluj (Romania) e parte dell'ufficio in Regno Unito.

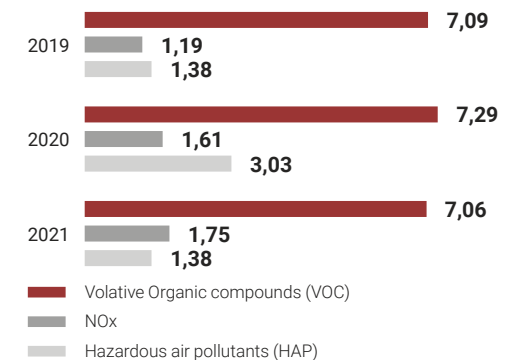
Confrontando le emissioni di CO₂ Scope 2 location based per pezzo prodotto si può notare una diminuzione del 18% circa rispetto al precedente esercizio (da 2,8 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2020 a 2,3 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2021), riconducibile in parte al contributo fornito dalle numerose iniziative di energy saving messe in atto dal Gruppo e in parte ad un aumento dei volumi produttivi registrato nel corso dell'anno. Occorre, infatti, tenere conto che negli stabilimenti produttivi del Gruppo si rilevano dei consumi energetici strutturali, i quali, a prescindere dai volumi produttivi degli impianti stessi, si mantengono costanti. [GRI 305-4]

Emissioni inquinanti

Le emissioni inquinanti, costituite principalmente da elementi quali **NOx**, **SOx**, **polveri** e composti organici volatili (**VOC**) rappresentano un elemento nocivo per la salute, nonché per l'inquinamento locale. Per il Gruppo De' Longhi, le più significative a livello di impianti produttivi riguardano i VOC, dei quali nel corso del 2021 ne sono state emesse poco più di 7 tonnellate, in linea con quanto accaduto nel biennio 2019-2020. Ulteriori tipologie di

emissioni inquinanti riguardano i cosiddetti HAP (Hazardous Air Pollutants), che con poco meno di 1,4 tonnellate risultano in netta diminuzione rispetto al 2020 (-54%). I quantitativi di NOx emessi nel 2021 risultano invece in leggero aumento rispetto a quanto registrato nel 2020 (+9%). Trascurabili o addirittura nulli sono invece i quantitativi di POP (Persistent Organic Pollutants), SOx e particolati (PM) emessi in atmosfera. [GRI 305-7]

Fig. 37 - Altre emissioni inquinanti in atmosfera, tonnellate [GRI 305-7]



Gestione dei rifiuti

L'attenzione del Gruppo De' Longhi nei confronti della sostenibilità ambientale si declina, fra le altre cose, in una particolare attenzione rivolta alla gestione consapevole dei rifiuti. Il Gruppo si impegna infatti ad incentivare la pratica del riciclo sia presso gli uffici che presso gli stabilimenti produttivi, allo scopo di minimizzare la quantità di rifiuti destinata allo smaltimento. Negli uffici, il personale viene sensibilizzato rispetto al tema e incoraggiato da un lato a ridurre gli sprechi quanto più possibile, dall'altro a mettere in pratica la raccolta differenziata in maniera precisa e costante. Inoltre, l'impiego di soluzioni digitali al fine di ridurre l'uso della carta è fortemente incentivato, insieme all'eliminazione di plastica usa-e-getta.

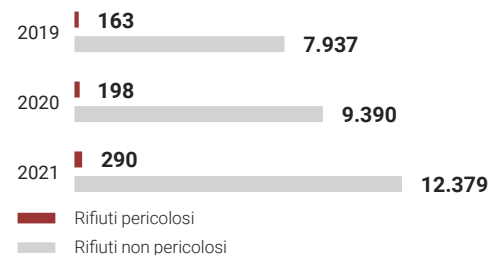
Negli stabilimenti produttivi, invece, una speciale attenzione è rivolta alla separazione e al trattamento dei rifiuti pericolosi da quelli non pericolosi, attraverso programmi volti alla sensibilizzazione dei lavoratori. In quest'ottica, si specifica che il Gruppo gestisce lo smaltimento dei **rifiuti elettronici** con un processo differenziato.

Diverse iniziative si concentrano poi sulla gestione del packaging, ed in particolare sulla riduzione dei volumi, sull'utilizzo di materiali riciclati e sul riciclaggio del packaging stesso all'interno dello stabilimento. Tra le iniziative più virtuose nell'ambito del riciclo, si distingue lo stabilimento cinese di OnShiu, dove le scatole di movimentazione interna del materiale sono realizzate con gabbie di metallo riciclate, i prodotti finiti sono immagazzinati sfruttando pallet riciclati e tutti i flussi interni sono eseguiti senza l'utilizzo di imballaggi di carta e cartone. Presso il medesimo stabilimento, inoltre, si segnala un rinnovamento del magazzino per lo stoccaggio dei rifiuti pericolosi al fine di renderne la raccolta più efficiente e sicura. Nel sito produttivo di Dongguan, invece, tutti i pallet utilizzati per prodotti finiti e i contenitori per l'imballaggio delle parti in

plastica, in metallo e altri componenti fatti in casa sono riciclati al 100%, e dal 2021 non viene fatto uso di alcun pallet in legno o scatole di cartone. Tale utilizzo virtuoso dei materiali per l'imballaggio ha permesso una diminuzione di circa il 14% rispetto al 2020 in termini di rifiuti prodotti per il packaging in relazione ai pezzi prodotti.

Durante il 2021 gli stabilimenti produttivi del Gruppo hanno generato 12.670 tonnellate di **rifiuti**, di cui il 98% di tipo non pericoloso e il restante 2% pericoloso; l'aumento dei rifiuti prodotti nel corso dell'ultimo triennio è riconducibile sia al progressivo ampliamento del perimetro di rendicontazione - dovuto all'apertura dello stabilimento produttivo di Salonta (Romania) e all'acquisizione di Eversys - sia al costante incremento dei volumi di produzione. Del totale dei rifiuti prodotti, circa l'88% (90% dei rifiuti non pericolosi e l'11% dei rifiuti pericolosi) è stato inviato ad attività di recupero, quali riuso, recupero, riciclo e compostaggio. Si segnala che il 100% dei rifiuti prodotti nel 2021 dal Gruppo De' Longhi è stato trattato offsite.

Fig. 38 - I rifiuti prodotti presso gli stabilimenti produttivi, tonnellate



Per quanto riguarda i rifiuti **non pericolosi** prodotti nel 2021, la maggior parte è stata inviata ad attività di riciclo (69,2%) e di recupero (19,4%), tra cui anche recupero energetico. Per quanto riguarda i rifiuti **pericolosi**, invece, la maggior parte di essi è stata destinata alla discarica (23%) o sottoposta a trattamento chimico (20%).

Fig. 39 - Rifiuti pericolosi prodotti nel 2021 per tipologia di smaltimento, percentuale

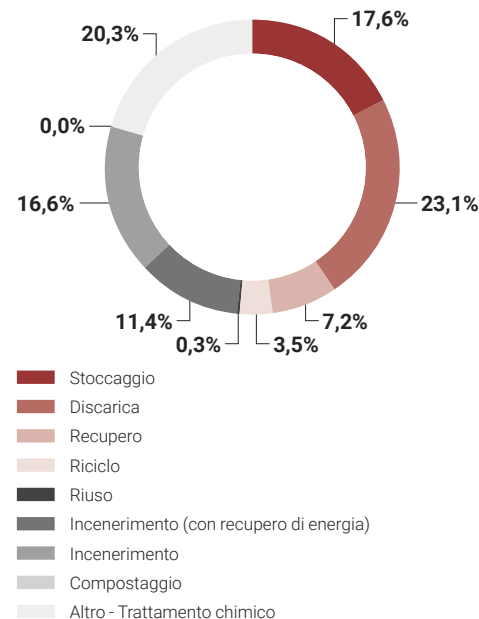
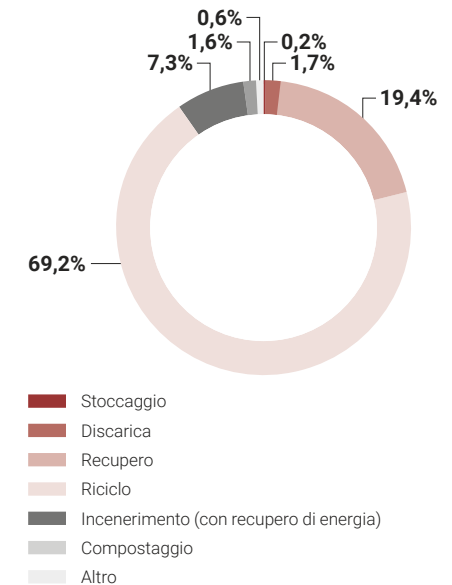


Fig. 40 - Rifiuti non pericolosi prodotti nel 2021 per tipologia di smaltimento, percentuale

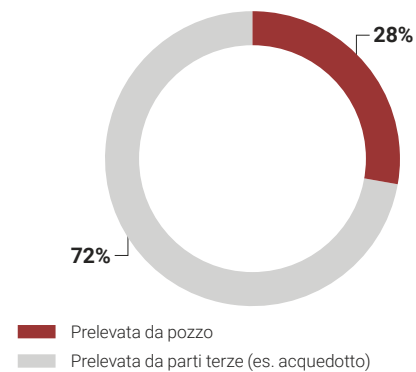


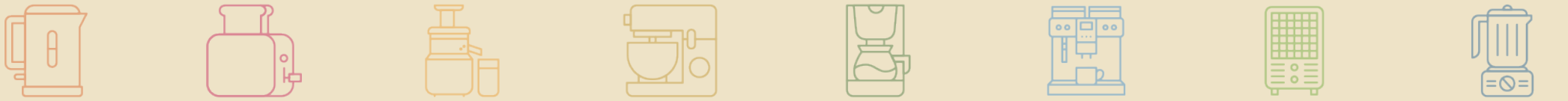
Gestione della risorsa idrica

Il Gruppo De' Longhi si impegna ad assicurare una gestione responsabile e sostenibile della risorsa idrica; questa viene impiegata per usi sanitari nelle mense e nei servizi, mentre negli stabilimenti produttivi per attività di collaudo, per il raffreddamento di macchinari e stampi e per il raffrescamento degli ambienti. Non si registra un consumo di acqua durante il processo produttivo, tutta la quantità che viene prelevata, viene successivamente scaricata; prima che questo avvenga, il Gruppo si impegna nella conduzione di appositi test di qualità, ai quali segue un'eventuale fase di trattamento per assicurare il rispetto delle normative vigenti a livello locale.

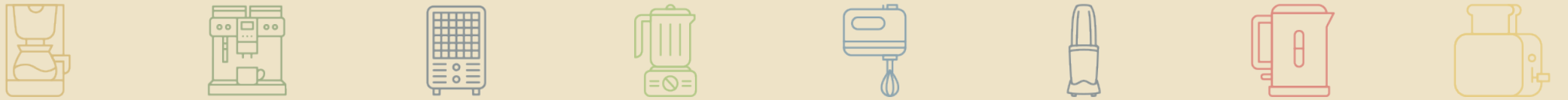
Nel 2021, il 72% dell'acqua impiegata presso gli stabilimenti produttivi è stata prelevata da parti terze, come ad esempio gli acquedotti comunali. Il restante 28% è stato prelevato da bacini sotterranei.

Fig. 41 - Totale prelievi idrici, percentuale

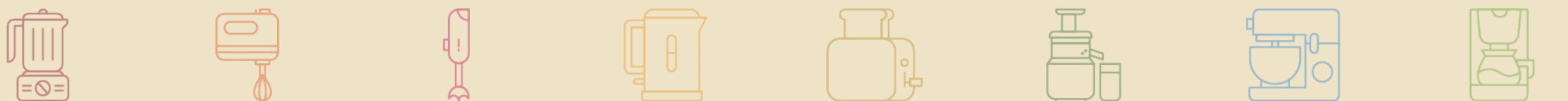
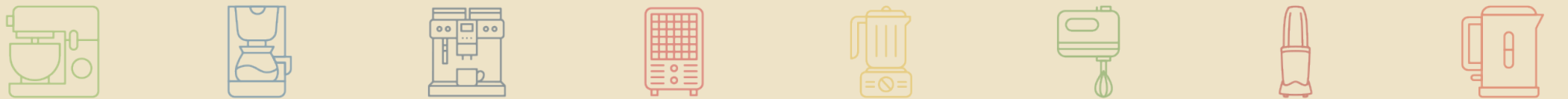




5



Nota metodologica





I principi per definire i contenuti e la qualità del report

Il Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi intende rendicontare i temi rilevanti per il Gruppo e per i suoi principali stakeholder. È redatto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards", i più recenti e diffusi standard di rendicontazione non finanziaria definiti 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 del Gruppo 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 del Gruppo.

- **Inclusività degli stakeholder:** nel presente documento vengono riportati i portatori d'interesse del Gruppo e le modalità con le quali si è tenuto conto dei loro interessi nella definizione dei contenuti del report.
- **Materialità:** i temi rendicontati sono stati individuati sulla base della loro rilevanza per il business del Gruppo oltre che per i propri stakeholder.

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

- **Accuratezza:** il livello di dettaglio dei contenuti riportati nel Report risulta adeguato alla comprensione e valutazione delle performance di sostenibilità del Gruppo De' Longhi nel periodo di rendicontazione.
- **Affidabilità:** i dati presentati nel documento sono stati raccolti, elaborati e validati dai responsabili di ogni funzione con la collaborazione di una Società di consulenza. I dati economici risultano coerenti con quelli riportati nella relazione finanziaria annuale di Gruppo.

- **Chiarezza:** la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile e l'utilizzo di grafici e tabelle per rappresentare le performance del Gruppo rendono fruibile e di facile comprensione per i portatori di interesse il presente Report.
- **Comparabilità:** gli indicatori presentati nel Report sono riportati per il triennio 2019-2020-2021 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 2021 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance del Gruppo da parte dei portatori di interesse. [\[GRI 102-46\]](#)



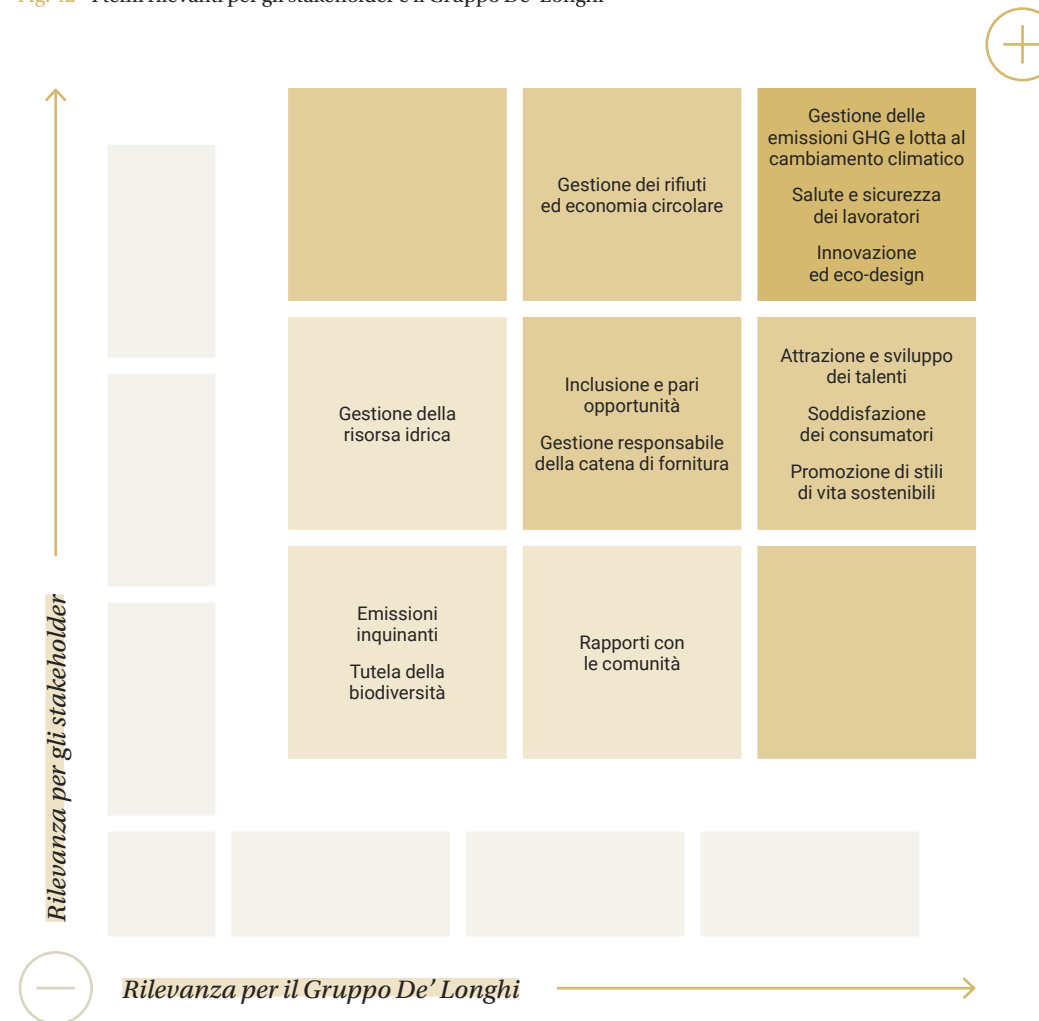
I temi rilevanti: l'analisi di materialità

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.

Per l'aggiornamento dei temi materiali del 2021 si è scelto di escludere dalla rosa di tematiche da sottoporre a valutazione i temi "Rispetto dei diritti umani", "Etica ed integrità di business", "Utilizzo dei dati dei consumatori" e "Sicurezza di prodotto ed etichettatura", in quanto si tratta di prerequisiti essenziali alla base di tutte le attività aziendali e dunque materiali a prescindere.

Inoltre, in aggiunta alle tematiche materiali di cui sopra, all'interno del presente documento sono state rendicontate le seguenti tematiche: Comunità Locali, Emissioni inquinanti e Gestione della risorsa idrica. Queste, infatti, sono emerse come significative alla luce del percorso di pianificazione e strategia iniziato dal Gruppo De' Longhi negli anni.

Fig. 42 - I temi rilevanti per gli stakeholder e il Gruppo De' Longhi





Il perimetro di reporting

Il presente documento rappresenta la quinta edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'esercizio 2021, come anche i trend di performance del triennio 2019-2021. 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 2021, si segnala che:

- le società De'Longhi Brasil - Comércio e Importação Ltda e De'Longhi Bosphorus Ev Aletleri Ticaret Anonim Sirketi sono state escluse in quanto attualmente in liquidazione o inattive e con nessun dipendente registrato al 31.12;
- i dati riportati all'interno del documento includono le società appartenenti al Gruppo Capital Brands, oggetto di acquisizione a fine dicembre 2020, ed Eversys, la cui acquisizione della quota di controllo è stata perfezionata nel corso del 2021. La data di inclusione nel perimetro di consolidamento è coerente con quanto già previsto per i dati finanziari. In relazione alle suddette acquisizioni, i dati relativi al 2021 potrebbero non essere del tutto omogenei rispetto ai precedenti esercizi del triennio di rendicontazione.

L'anno di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente sezione è il 2021. 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. 43 - I temi rilevanti: perimetro [GRI 103-1]

Tema	GRI Disclosure	Perimetro		Limitazioni di rendicontazione sul perimetro	
		Interno	Esterno	Interno	Esterno
Compliance					
Etica ed integrità di business	Anticorruzione, Comportamento anticoncorrenziale, Compliance ambientale, Compliance socioeconomica Privacy del cliente Performance economica Politica pubblica	Gruppo	-	-	-
Utilizzo dei dati dei consumatori	Privacy del cliente	Gruppo	Contact Center	-	-
Le persone del Gruppo De' Longhi					
Attrazione e sviluppo dei talenti	Formazione e istruzione	Gruppo	-	-	-
Inclusione e pari opportunità	Diversità e pari opportunità Occupazione	Gruppo	-	-	-
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai Fornitori e ai Contact Center
I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni					
Sicurezza di prodotto ed etichettatura	Salute e sicurezza dei consumatori Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Promozione di stili di vita sostenibili		Gruppo	-	-	-
Soddisfazione del consumatore		Gruppo	-	-	-
Innovazione ed eco-design		Gruppo	Fornitori OEM	-	-
La sostenibilità in tutte le fasi produttive					
Rispetto dei Diritti umani	Valutazione sui diritti umani Non discriminazione	Gruppo	Fornitori	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori
Gestione responsabile della catena di fornitura	Valutazione dei fornitori su aspetti ambientali Valutazione dei fornitori su aspetti sociali	Gruppo	Fornitori	-	-
Gestione delle emissioni GHG e lotta al cambiamento climatico	Energia Emissioni	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori e ai Contact Center
Gestione dei rifiuti ed economia circolare	Rifiuti	Gruppo	-	Rendicontazione non estesa agli uffici	-

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** è 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 2019 - 2021, presso gli stabilimenti del Gruppo sono stati prodotti rispettivamente 6,5, 57,6 e 2,5 GJ di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, poi ceduti alla rete nazionale. Si segnala che in relazione ai consumi di energia elettrica degli uffici di Campi Bisenzio durante l'anno 2018 è avvenuto un cambio di metodologia di misurazione.

Le emissioni di gas ad effetto serra

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

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

- **Emissioni dirette (Scopo 1):** le emissioni legate al consumo di gas naturale e diesel per il riscaldamento e alla benzina, diesel e GPL per la flotta aziendale sono state determinate utilizzando come fattori di emissione quelli riportati nella *Tabella dei parametri standard nazionali*, pubblicata dal Ministero Italiano per l'Ambiente, per gli anni 2019, 2020 e 2021.

- **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 (2019) per calcolare le emissioni indirette nel 2021, nella versione 2018 per quelle relative al 2020 e nella versione 2017 per quelle del 2019. 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 2018-2020. 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 2018-2020. 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 2019-2020-2021.

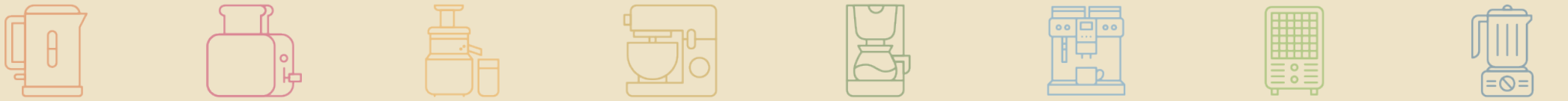
Indicatori di qualità

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

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

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

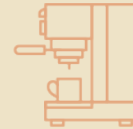
[GRI 102-53]



6



Allegati





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

Le persone del Gruppo De' Longhi

GRI 102-8: Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori															
Dipendenti, per tipologia di contratto	Italia			Europa			America & Asia-Pacific			MEIA			Gruppo De' Longhi		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Tempo indeterminato	1.577	1.651	1.708	3.084	4.284	4.624	2.551	2.621	2.710	61	51	58	7.273	8.607	9.100
di cui donne	611	646	676	1.767	2.617	2.776	1.209	1.250	1.273	25	22	23	3.612	4.535	4.748
di cui uomini	966	1.005	1.032	1.319	1.667	1.848	1.342	1.371	1.437	36	29	35	3.661	4.072	4.352
Tempo determinato	14	34	31	26	131	417	536	605	803	1	1	1	577	771	1.252
di cui donne	11	17	17	16	76	211	241	273	358	1	1	-	269	367	586
di cui uomini	3	17	14	10	55	206	295	332	445	-	-	1	308	404	666
Totale	1.591	1.685	1.739	3.110	4.415	5.041	3.087	3.226	3.513	62	52	59	7.850	9.378	10.352
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Full-time	1.472	1.567	1.637	3.028	4.302	4.784	3.074	3.214	3.484	61	51	58	7.635	9.134	9.963
di cui donne	506	549	594	1.717	2.601	2.789	1.438	1.512	1.613	25	22	23	3.686	4.684	5.019
di cui uomini	966	1.018	1.043	1.311	1.701	1.995	1.636	1.702	1.871	36	29	35	3.949	4.450	4.944
Part-time	119	118	102	82	113	257	13	12	29	1	1	1	215	244	389
di cui donne	116	114	99	66	92	197	12	11	18	1	1	-	195	218	314
di cui uomini	3	4	3	16	21	60	1	1	11	-	-	1	20	26	75
Totale	1.591	1.685	1.739	3.110	4.415	5.041	3.087	3.226	3.513	62	52	59	7.850	9.378	10.352
Numero di dipendenti per genere															
Totale donne	622	663	693	1.783	2.693	2.987	1.450	1.523	1.631	26	23	23	3.881	4.902	5.334
Totale uomini	969	1.022	1.046	1.327	1.722	2.054	1.637	1.703	1.882	36	29	36	3.969	4.476	5.018

GRI 401-1 (a): Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato per genere e area geografica, 2021

Area geografica	Donne		Uomini		Totale	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
Italia	71	10,5%	91	8,8%	162	9,5%
Europa	1.068	38,5%	893	48,3%	1.961	42,4%
America & Asia-Pacific	433	34,0%	646	45,0%	1.079	39,8%
MEIA	4	17,4%	9	25,7%	13	22,4%
Gruppo	1.576	17,3%	1.639	18,0%	3.215	35,3%

GRI 401-1 (b): Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati per genere e area geografica, 2021

Area geografica	Donne		Uomini		Totale	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
Italia	25	3,6%	48	4,6%	73	4,2%
Europa	994	33,4%	852	41,4%	1.846	36,6%
America & Asia-Pacific	443	27,2%	610	32,4%	1.053	30,0%
MEIA	3	13,0%	1	2,8%	4	6,8%
Gruppo	1.465	27,5%	1.511	30,1%	2.976	28,7%

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

Composizione del CdA della Capogruppo		Unità di misura	Italia		
			2019	2020	2021
Uomini	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	1	-
	Oltre 50 anni	n	5	7	8
Totale uomini		n	6	8	8
Donne	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	1	1
	Oltre 50 anni	n	3	3	3
Totale donne		n	4	4	4
Totale		n	10	12	12

GRI 405-1: Composizione per età e genere dei dipendenti			
Composizione del personale - Dettaglio al 2021		Unità di misura	Gruppo De' Longhi
Manager			
Uomini	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	2,0
	Oltre 50 anni	%	1,2
Totale uomini		%	3,2
Donne	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	0,7
	Oltre 50 anni	%	0,1
Totale donne		%	0,9
Totale		%	4,0
Impiegati			
Uomini	Meno di 30 anni	%	2,3
	Da 30 a 50 anni	%	10,2
	Oltre 50 anni	%	3,4
Totale uomini		%	15,9
Donne	Meno di 30 anni	%	2,4
	Da 30 a 50 anni	%	9,1
	Oltre 50 anni	%	2,1
Totale donne		%	13,5
Totale		%	29,4
Operai			
Uomini	Meno di 30 anni	%	7,7
	Da 30 a 50 anni	%	15,5
	Oltre 50 anni	%	6,2
Totale uomini		%	29,4
Donne	Meno di 30 anni	%	6,7
	Da 30 a 50 anni	%	22,5
	Oltre 50 anni	%	7,9
Totale donne		%	37,1
Totale		%	66,5

GRI 403-9 - Infortuni e indici infortunistici				
Aggregato di Gruppo		2019	2020	2021
Ore lavorate totali	h.000	18.246	20.017	21.227
Infortuni	n.	63	50	82
<i>di cui in itinere per trasporti organizzati dal Gruppo</i>	<i>n.</i>	<i>17</i>	<i>4</i>	<i>4</i>
Infortuni con conseguenze gravi	n.	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-
Malattie professionali	n.	3	4	2
Indice di frequenza	-	3,5	2,5	3,9
Indice di frequenza di infortuni con conseguenze gravi	-	-	-	-
Indice di mortalità	-	-	-	-
Tasso di malattia occupazionale	-	0,2	0,2	0,1

GRI 403-9 - Infortuni e indici infortunistici dei contrattisti				
Aggregato di Gruppo		2019	2020	2021
Ore lavorate totali	h.000	1.377	2.644	5.343
Infortuni	n.	2	4	12
<i>di cui in itinere per trasporti organizzati dal Gruppo</i>	<i>n.</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>7</i>
Infortuni con conseguenze gravi	n.	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-
Indice di frequenza	-	1,5	1,5	2,2
Indice di frequenza di infortuni con conseguenze gravi	-	-	-	-
Indice di mortalità	-	-	-	-

La riduzione degli impatti ambientali

GRI 302-1: Consumi energetici										
Consumi energetici	um	Siti produttivi			Altre tipologie di sede ⁴			Gruppo De' Longhi		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Consumi diretti da fonti non rinnovabili										
Benzina	GJ	3.017	2.824	3.984	9.606	6.646	7.181	12.623	9.470	11.129
Gasolio	GJ	6.170	5.180	6.991	22.942	16.010	18.274	29.112	21.189	25.265
Gas naturale	GJ	36.298	46.388	42.869	5.145	5.034	5.115	41.443	51.422	47.984
GPL	GJ	568	587	518	-	667	712	568	1.254	1.231
Olio combustibile	GJ	-	-	-	203	142	61	203	142	61
Totale	GJ	46.053	54.979	54.327	37.896	28.498	31.343	83.949	83.477	85.670
Consumi diretti da fonti rinnovabili										
En. elettrica prodotta da rinnovabili e consumata	GJ	3.548	3.567	3.423	39	40	-	3.587	3.607	4.423
Totale consumi diretti	GJ	49.601	58.546	57.751	37.935	28.538	31.343	87.536	87.084	89.093
Consumi indiretti										
Energia elettrica	GJ	232.701	257.881	296.557	31.186	28.984	34.291	263.887	286.865	330.848
Teleriscaldamento	GJ	-	-	-	2.359	2.113	2.322	2.359	2.113	2.322
Raffrescamento	GJ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale consumi indiretti	GJ	232.701	257.881	296.557	33.545	31.097	36.613	266.246	288.978	333.170
Consumi totali	GJ	282.301	316.427	354.307	71.480	59.635	67.956	353.782	376.062	422.263

4 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.

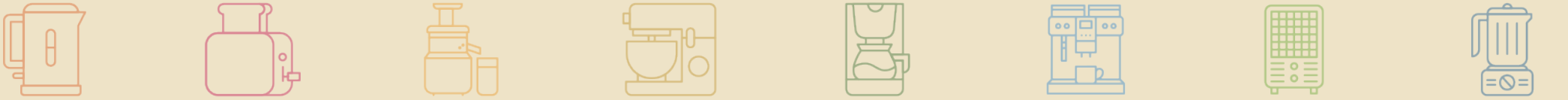
GRI 305-1 e GRI 305-2: Emissioni dirette e indirette di gas serra (GHG) Scopo 1 e Scopo 2

Emissioni [ton CO ₂]	Siti produttivi			Altre tipologie di sede			Gruppo De' Longhi		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Dirette	2.743	3.235	3.249	2.696	2.003	2.215	5.439	5.238	5.464
Indirette - Location Based	30.549	31.567	35.523	3.690	3.225	3.460	34.240	34.792	38.983
Indirette - Market Based	33.852	33.854	23.452	4.613	3.980	1.974	38.465	37.833	25.426
TOT (Dirette + Indirette - Location Based)	33.293	34.802	38.772	6.386	5.228	5.675	39.679	40.030	44.447
TOT (Dirette + Indirette - Market Based)	36.596	37.089	26.701	7.309	5.983	4.189	43.905	43.072	30.890

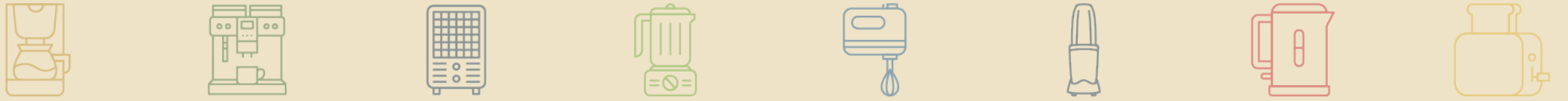
GRI 306-3, 306-4 e 306-5 (2020): Rifiuti prodotti per tipologia e metodo di smaltimento⁵

Metodo di smaltimento	Rifiuti pericolosi [ton]						Rifiuti non pericolosi [ton]					
	2019	%	2020	%	2021	%	2019	%	2020	%	2021	%
Riuso	2,0	1,2%	1,7	0,9%	1	0,3%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Recupero	10,5	6,5%	9,2	4,7%	21	7,3%	1.765,2	22,2%	1.907,0	20,3%	2.396	19,4%
Incenerimento (incluso il recupero di energia)	9,2	5,7%	16,2	8,2%	33	11,4%	146,8	1,8%	549,8	5,9%	904	7,3%
Incenerimento	1,3	0,8%	38,4	19,4%	48	16,4%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Riciclo	3,7	2,3%	33,8	17,1%	10	3,4%	5.790,5	73,0%	6.658,1	70,9%	8.572	69,2%
Compostaggio	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	68,0	0,9%	98,0	1,0%	198	1,6%
Stoccaggio	75,8	46,5%	82,6	41,7%	51	17,6%	6,4	0,1%	21,5	0,2%	23	0,2%
Discarica	60,4	37%	16,1	8,1%	67	23,0%	68,9	0,9%	91,1	1,0%	215	1,7%
Altro - Trattamento chimico	0,2	0,1%	0,2	0,1%	59	20,4%	-	0,0%	-	0,0%	5	0,0%
Altro - Trattamento biologico	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	91,4	1,2%	64,3	0,7%	67	0,5%
Totale rifiuti prodotti	163,1	100%	198,3	100%	290	100%	7.937,2	100%	9.389,7	100%	12.379	100%

⁵ 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 di pagina	Nota	Omission
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016				
Profilo dell'organizzazione				
102-1	Nome dell'organizzazione	1		
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	5-6, 31		
102-3	Luogo della sede principale	5		
102-4	Luogo delle attività	5-6		
102-5	Proprietà e forma giuridica	9-10		
102-6	Mercati serviti	5-6		
102-7	Dimensione dell'organizzazione	5, 19, 24, 47-48		
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	21-22, 67		
102-9	Catena di fornitura	50-51		
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	11, 47-48		
102-11	Principio di precauzione	12, 31, 38-39		
102-12	Iniziative esterne		Nel corso dell'anno di rendicontazione, il Gruppo De' Longhi non ha partecipato o sottoscritto alcuna iniziativa promossa da stakeholder esterni	
102-13	Adesione ad associazioni	9		
Strategia				
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	3		
Etica ed integrità				
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	8-14, 25		
Governance				
102-18	Struttura della governance	9, 15		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
Stakeholder engagement				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	8		
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	23		
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	8		
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	8		
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	8		
Pratiche di reporting				
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	63		
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	61-65		
102-47	Elenco dei temi materiali	17, 62		
102-48	Revisione delle informazioni		Nessuna modifica significativa rispetto al Report di Sostenibilità 2020	
102-49	Modifiche nella rendicontazione		Nessun cambiamento significativo rispetto al Report di Sostenibilità 2020	
102-50	Periodo di rendicontazione		Dal 1° gennaio 2021 al 31 dicembre 2021	
102-51	Data del report più recente		Agosto 2021	
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	61		
102-55	Indice dei contenuti GRI	73		
102-56	Assurance esterna		Il presente documento non è stato oggetto di attività di assurance	

GRI Standard	Disclosure	Numero di 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	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	9-10		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	9-10		
GRI 201: Performance Economica 2016				
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	10		
ANTICORRUZIONE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	10-13		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	10-13		
GRI 205: Anticorruzione 2016				
205-2	Comunicazione e formazione riguardo a politiche e procedure sull'anticorruzione	13-14	La rendicontazione non comprende la comunicazione e formazione rivolta ai membri degli enti di governo	
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	14		
COMPORTAMENTO ANTI CONCORRENZIALE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	10-13		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	10-13		
GRI 206: Comportamento anti concorrenziale 2016				
206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	14		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE				
ENERGIA				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	52-53		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	52-53		
GRI 302: Energia 2016				
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	54-55, 70		
302-3	Intensità energetica	55		
302-4	Riduzione del consumo di energia	55		
EMISSIONI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	52-53		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	52-53		
GRI 305: Emissioni 2016				
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	56, 71		
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	56, 71		
305-4	Intensità di emissione di gas ad effetto serra	57		
305-7	Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative	57		
RIFIUTI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	58		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	58		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 306: Rifiuti 2020				
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	58		
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	58		
306-3	Rifiuti prodotti	58, 71		
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	58, 71		
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	58, 71		
COMPLIANCE AMBIENTALE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	14		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	14		
GRI 307: Compliance ambientale 2016				
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	14		
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	50-51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	50-51		
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori				
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	51		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE				
OCCUPAZIONE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	20-24		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	20-24		
GRI 401: Occupazione 2016				
401-1	Nuove assunzioni e turnover	24, 68		
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	27-28		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	27-28		
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2018				
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	27-28		
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	27-28		
403-3	Servizi di medicina del lavoro	27-28		
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	27-28		
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	27-28		
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	27-28		
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	27-28		
403-9	Infortuni sul lavoro	28, 69		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
FORMAZIONE E ISTRUZIONE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	25-26		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	25-26		
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016				
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	25		
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una regolare valutazione delle performance e una revisione dello sviluppo della propria carriera	26		
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	20-23		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	20-23		
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	23, 68-69		
NON DISCRIMINAZIONE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	20-24		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	20-24		
GRI 406: Non discriminazione 2016				
406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	24		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	50-51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	50-51		
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	51		
VALUTAZIONE DEI FORNITORI PER IMPATTI SOCIALI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	50-51		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	50-51		
GRI 414: Valutazione dei fornitori per impatti sulla società 2016				
414 -1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	51		
POLITICA PUBBLICA				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	14		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	14		
GRI 415: Politica pubblica				
415-1	Contributi politici	14		
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39-40		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39-40		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 416: Salute e Sicurezza dei consumatori 2016				
416-1	Valutazioni degli impatti dei prodotti e servizi su salute e sicurezza	40		
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	40		
MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	14, 39-40		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	14, 39-40		
GRI 417: Marketing ed Etichettatura dei prodotti 2016				
417-1	Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti	40		
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	40		
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	14		
PRIVACY DEL CLIENTE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	35-38		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	35-38		
GRI 418: Privacy del cliente 2016				
418-1	Reclami motivati relativi a perdita di dati del cliente	38		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
INDICATORI NON GRI				
INNOVAZIONE ED ECO-DESIGN				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	41-44		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	41-44		
	First time fix (FTF) indicator	37		
	First time quality (FTQ) indicator	38		
SODDISFAZIONE DEL CONSUMATORE				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	35-39		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	35-39		
	Service call rate (SCR) indicator	38		
PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI				
GRI 103: Management Approach 2016				
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	63-64		
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	44		
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	44		

DēLonghi Group



KENWOOD

BRAUN

nutribullet.

Ariete