

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

2019

I N B R E V E

DēLonghi Group

Principali risultati 2019

Le persone del Gruppo De' Longhi: 7.850 dipendenti

Valuing our people, the Everyday Makers

49%

dei dipendenti
sono **donne**

2,8

Indice di frequenza
infortuni
-35% rispetto al 2018

161.977

ore di formazione
erogate
+6% rispetto al 2018

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

Integrating sustainability in product design and innovation

2,5%

del fatturato
investito in attività
di ricerca e
sviluppo

42 t CO₂

evitate grazie
all'attività di
rigenerazione
dei pallet

≈ 100%

delle macchine
da caffè
superautomatiche
almeno in C.E. A

La sostenibilità in tutte le fasi produttive

Running sustainable supply chain and operation

6,2

indice di intensità
energetica (kwh/
pezzi prodotti)

**1 mln
kWh**

di energia elettrica
autoprodotti da
fonti rinnovabili

3

indice di intensità
emissiva (Kg CO₂/
pezzi prodotti)

Il Gruppo De' Longhi

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

L'Azienda negli anni amplia la propria gamma: prodotto dopo prodotto, crescono il successo e la riconoscibilità del brand, rendendo le soluzioni del Gruppo immediatamente riconoscibili per il loro livello di efficienza e di innovazione, tanto che il climatizzatore Pinguino diventa una vera e propria icona.

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

KENWOOD

Havant, UK.

BRAUN

Frankfurt, Germany.

De'Longhi

Treviso, Italia.

Ariete

Firenze, Italia.



La nostra strategia di sostenibilità

Il Gruppo ha intrapreso un percorso strutturato e di graduale e significativa integrazione della sostenibilità nel proprio modello di business con l'obiettivo di definire azioni concrete finalizzate al controllo e la mitigazione degli impatti, puntando alla generazione di valore condiviso per l'azienda e i propri stakeholder nel lungo termine. La Governance di Sostenibilità si struttura in:

- **Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità** che vigila sulle attività e rappresenta la Sostenibilità a livello del Consiglio di Amministrazione;
- A questo Comitato fa riferimento il **Sustainability**

Steering Committee, l'organo di governo aziendale, costituito dal top management con lo scopo di definire la linea strategica del Gruppo riguardo le tematiche di sostenibilità;

- Infine, i **Sustainability Ambassadors**, riporti diretti dei membri del **Sustainability Steering Committee**, hanno il compito di tradurre nella pratica la strategia di Sostenibilità.

Sono stati quindi individuati **3 pilastri di sostenibilità** su cui si struttura la strategia di sostenibilità del Gruppo:

- **Valuing our people, the Everyday Makers**
- **Integrating sustainability in product design and innovation**
- **Running sustainable supply chain and operation.**

Le persone del Gruppo De' Longhi

Valuing our people, the Everyday Makers

Il nostro impegno

Creare un luogo di lavoro stimolante capace di attrarre, motivare e favorire la crescita delle nostre persone; un luogo sicuro e salubre, improntato a valori quali ambizione, coraggio, passione, competenza, tradizione, lavoro di squadra e rispetto, aperto alle diversità e basato sulla fiducia, dove ogni individuo possa sentirsi valorizzato e sviluppare il proprio potenziale.

Iniziative 2019



Il nuovo programma di sviluppo manageriale «**WeMake**», lanciato nel 2019, in continuità con il concluso «*U-Connect*», propone formule innovative e laboratori collaborativi con lo scopo di fornire strumenti pratici di gestione del team attraverso il coinvolgimento diretto delle persone. Il percorso, ad oggi, ha coinvolto circa 600 manager del Gruppo.



È stata lanciata la terza edizione dell'**Employee Engagement Survey** – «**Your Voice: Make the Difference**», che ha visto una partecipazione superiore al 90% per il personale di tutto il Gruppo, un trend in crescita rispetto alle indagini effettuate negli anni precedenti.



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



Organizzate due edizioni del rinnovato «*Welcome on Board*», ora chiamato «**Onboard Days**», evento di *induction* internazionale rivolto a tutti gli impiegati assunti in Italia durante il 2019 ed i colleghi delle funzioni sales and marketing neoassunti nelle nostre filiali all'estero. La nuova formula prevede da subito attività di *team-building* collaborative, erogando i moduli teorici tramite *e-learning*.



La valorizzazione delle persone è proseguita nel 2019 attraverso l'adozione della nuova **MBO Policy** di Gruppo, che gestisce le compensazioni variabili applicate ai dipendenti delle società del Gruppo con una forte propensione verso la *Group identity*.

Informazioni e numeri chiave

-35%

riduzione dell'indice di frequenza degli infortuni rispetto al 2018

93%

di dipendenti con contratto a tempo indeterminato

2.039

dipendenti coinvolti nel processo di valutazione delle performance

**1,8
mln€**

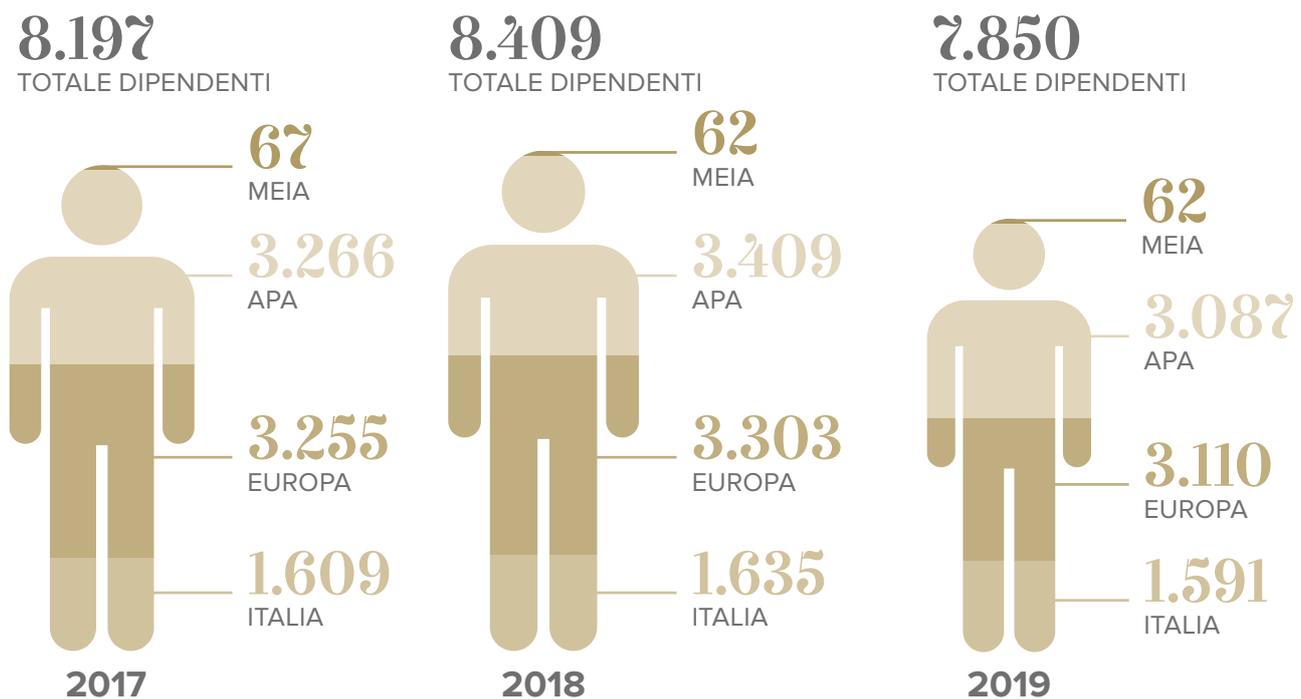
distribuiti alla comunità per sport, sviluppo del territorio, salute, ricerca e benessere

+6%

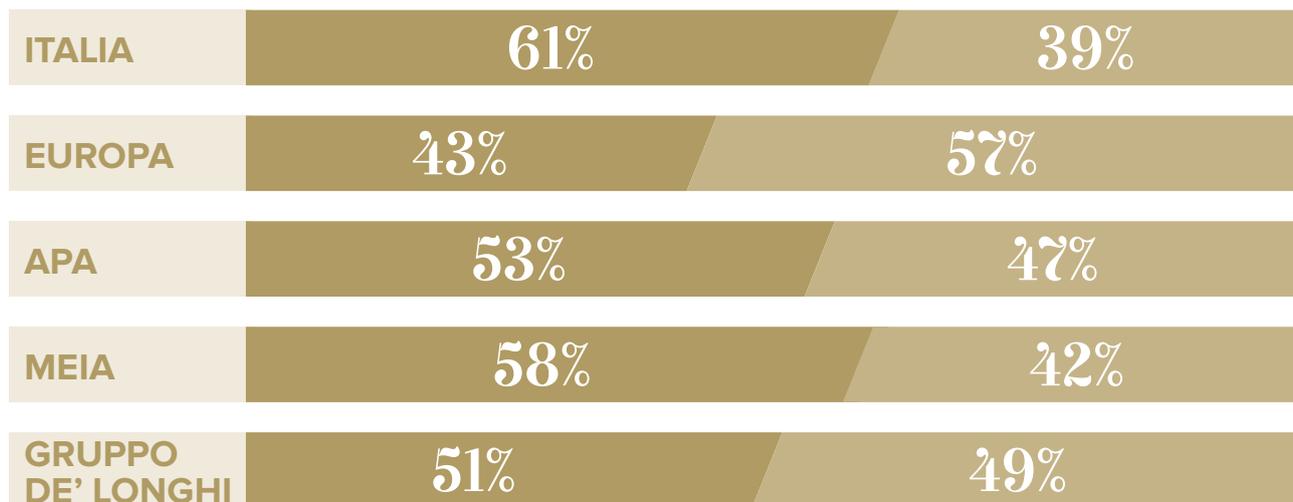
di ore di formazione erogate rispetto al 2018



Le nostre persone



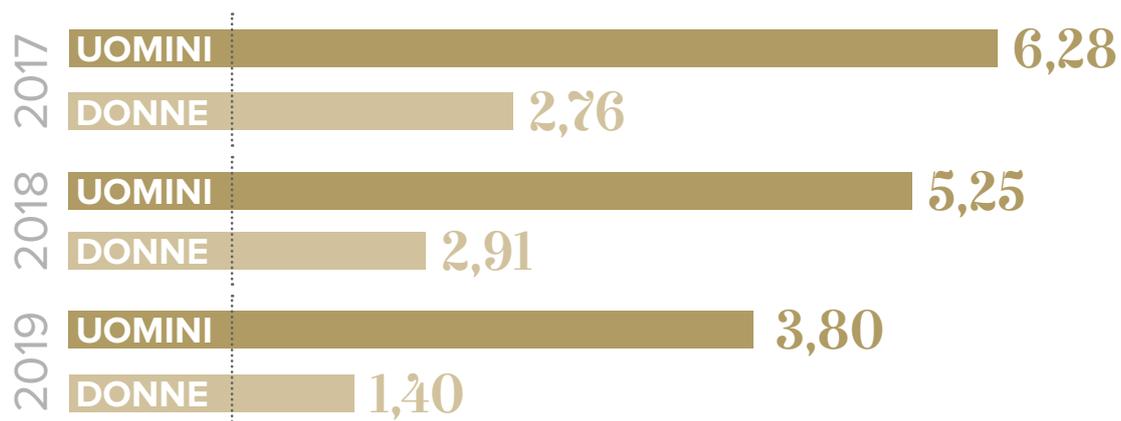
Uomini / Donne



Formazione erogata [h]



Indice di frequenza infortuni



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

Integrating sustainability in product design and innovation

Il nostro impegno

Il successo del nostro Gruppo è intrinsecamente legato ai nostri prodotti che da sempre si contraddistinguono per qualità e innovazione. L'innovazione, per noi, non è intesa soltanto in termini di *compliance* normativa, ma anche nella ricercatezza dei materiali, della durabilità del prodotto e dell'efficienza energetica, nonché nello sviluppo di una tecnologia capace di abilitare e favorire stili alimentari salutari per i nostri consumatori.

Iniziative 2019



È proseguita la collaborazione con il **Dipartimento di Design del Politecnico di Milano** e altre prestigiose università italiane e nel mondo per la ricerca e sviluppo di nuovi concetti da applicare ai prodotti De' Longhi con chiaro riferimento alla sostenibilità, allo stile di vita e al benessere dei consumatori.



Con il supporto di una società esterna specializzata, il Gruppo ha collaborato nella ricerca di soluzioni e tecnologie innovative per valorizzare gli scarti delle cialde per il caffè esauste, che possano essere riutilizzate nella creazione di un materiale bioplastico e perciò ridurre la generazione di rifiuti, in un'ottica circolare di «*waste to value*».



Presso lo stabilimento di Cluj (Romania) è stato attivato un progetto di rigenerazione dei pallet in legno, che ha permesso di ripararne 5.867 e di recuperare in questo modo oltre 146 tonnellate di legno, comportando un risparmio di circa 42 tonnellate di CO₂ equivalenti.



La Direzione *Customer Care* ha premiato i migliori partner che offrono servizi di riparazione e supporto ai consumatori finali, riconoscendoli con un «**Excellence Award**» ottenuto grazie ad una *mystery visit* annuale che verifica le migliori prestazioni.

Informazioni e numeri chiave

100%

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

2,5%

del fatturato
investito
in attività di ricerca
e sviluppo

ISO 9001:2015

ottenuta la nuova edizione della certificazione
in tutti gli stabilimenti

Un packaging ogni giorno più sostenibile

Negli anni, a partire dal 2017, presso diversi stabilimenti del Gruppo, sono state attivate iniziative di ridimensionamento del packaging secondario di alcuni prodotti, notoriamente in cartone, che hanno permesso di ottenere dei miglioramenti in termini di costi per l'acquisto dei materiali e una più efficiente rete distribuzione logistica, grazie all'incremento della capacità delle spedizioni.

Lungo il 2019 il marchio Braun ha utilizzato cartone riciclato e compostabile per il packaging di 18 modelli venduti direttamente online, attivando tra l'altro un'attività di riduzione dei materiali per il packaging: tali attività di sostituzione ed efficientamento hanno permesso la vendita di oltre 15 mila prodotti composti da packaging 100% *plastic free*. Lungo il 2020, lo studio sarà esteso a ulteriori modelli e permetterà di incrementare ulteriormente i prodotti composti da packaging *plastic free* commercializzati tramite i canali di e-commerce. Anche l'offerta di prodotti *comfort*, nello specifico due modelli popolari di sistema stirante, si sono dotati di packaging 100% *plastic free*, eliminando le componenti di polistirolo espanso e scegliendo il cartone.

La sostenibilità in tutte le fasi produttive

Running sustainable supply chain and operation

Il nostro impegno

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

Iniziative 2019



È proseguita l'iniziativa chiamata «**Assembly To Order**» o «**Assembly To Track**» che prevede di spedire i prodotti direttamente dal sito produttivo al cliente, senza dover necessariamente passare dall'*hub* regionale, grazie all'attività di etichettatura finale svolta direttamente all'interno dello stabilimento produttivo. Tale pratica permette l'ottimizzazione del sistema di trasporto e del *time-to-market*.



Lungo tutto l'anno, nell'ambito degli audit di social compliance dei fornitori (*Audit Social Code Of Conduct - SCOC*), è stata integrata una **specifica checklist per valutare gli aspetti ambientali**.



Presso i siti produttivi sono in atto diverse **iniziative per la riduzione degli impatti ambientali** del Gruppo De' Longhi:

- Sostituzione del tradizionale sistema di illuminazione dello stabilimento con lampade a LED, presso tutti i siti produttivi;
- Messa in opera di un piano di *energy saving*, in collaborazione con il governo locale, che permette di monitorare i consumi energetici delle aree di produzione con il fine di individuare piani di miglioramento energetico ed anticipare guasti ed inefficienze dovuti all'utilizzo delle macchine (Sito produttivo: Dongguan);
- Installazione di un sistema di riscaldamento dei magazzini dell'impianto utilizzando il calore generato dalle aree di essiccazione, riducendo il fabbisogno di gas naturale altrimenti utilizzato per alimentare la tradizionale caldaia (Sito produttivo: Cluj);
- Implementazione di progetti di economia circolare per il recupero dei sottoprodotti del processo produttivo (Siti produttivi: Mignagola, Dongguan, Cluj);
- Recupero delle capsule Nespresso utilizzate per i test delle macchinette De' Longhi, pari a circa 8 tonnellate di alluminio all'anno (Sito produttivo: Mignagola).

Informazioni e numeri chiave

4,1%

di consumi energetici diretti derivanti da energia elettrica rinnovabile prodotta internamente

49,5%

delle operation soggette ad audit delle pratiche di lavoro

91%

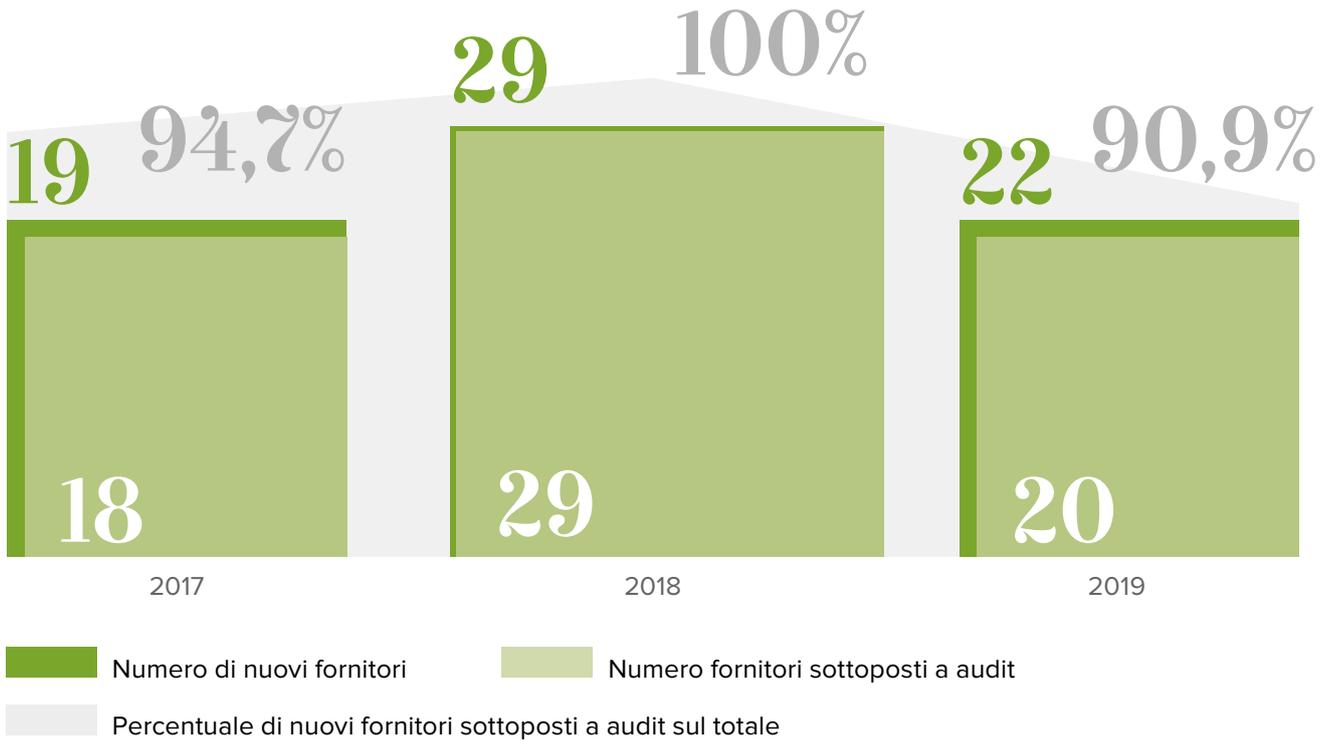
dei nuovi fornitori di prodotto finito valutati secondo criteri sociali

95%

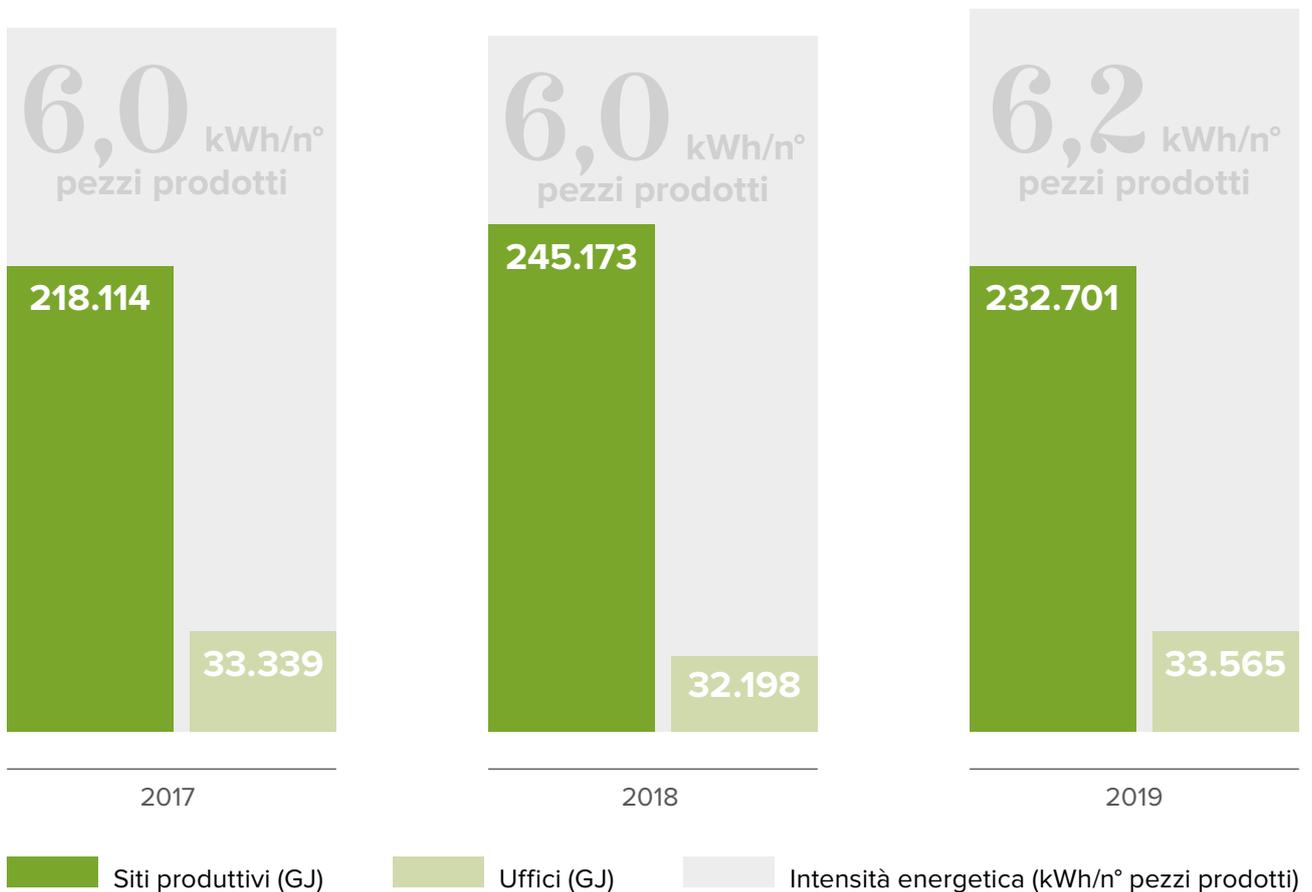
dei rifiuti prodotti presso i siti produttivi avviati ad attività di recupero



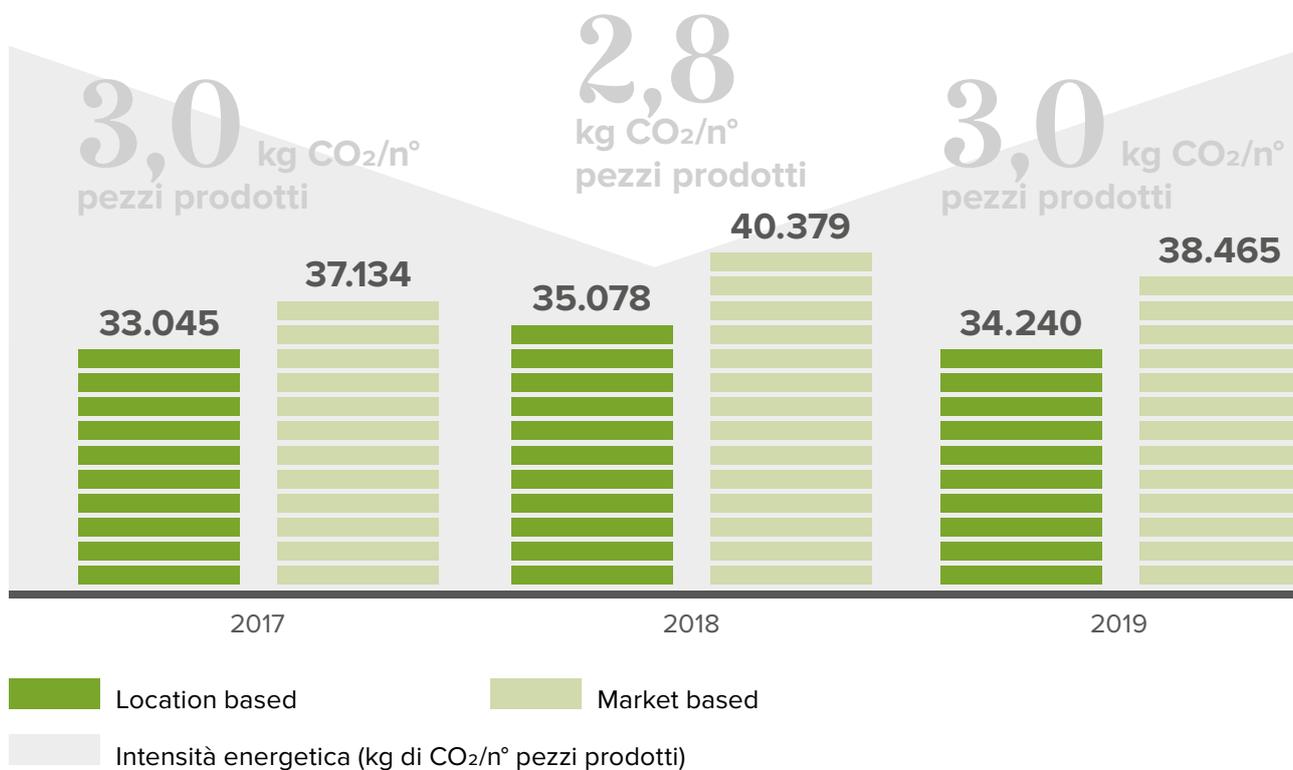
Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali [n° e %]



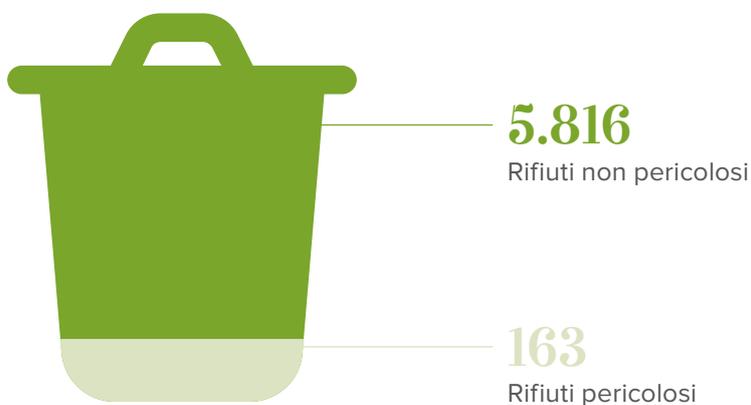
I consumi indiretti [GJ]



Le emissioni indirette Scopo 2 [tCO₂]



Rifiuti prodotti presso i siti produttivi [t]





KENWOOD

BRAUN

Ariete