REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2018

DēLonghi Group

Indice

Proseguendo il nostro percorso		4
1.	**Il Gruppo De'Longhi**	6
1.1.	Chi siamo e dove operiamo	7
1.2.	Garantire il valore della nostra impresa	8
1.3.	Verso una strategia della sostenibilità	16
2.	**Le persone del Gruppo De'Longhi**	20
2.1.	Chi sono le nostre persone	21
2.2.	Sviluppo delle competenze e tutela della sicurezza	30
3.	**I nostri prodotti: qualità, innovazione e sostenibilità**	38
3.1.	I più elevati standard di progettazione	39
3.2.	Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto	42
4.	**La sostenibilità in tutte le fasi produttive**	72
4.1.	Le nostre operations	73
4.2.	La gestione responsabile della catena di fornitura	76
4.3.	La gestione e riduzione degli impatti ambientali	78
5.	**Nota metodologica**	88
6.	**Allegati**	96
7.	**GRI Content Index**	100

Proseguendo il nostro percorso

[GRI 102-14]

Cari lettori,
è con grande soddisfazione che introduco la seconda edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De'Longhi per l'anno 2018.

Questo documento vuole essere il racconto di un percorso iniziato oltre un anno fa con la pubblicazione del primo Report di Sostenibilità, che ci ha permesso di guardare il nostro Gruppo da una nuova prospettiva; misurare e comprendere le performance di sostenibilità della nostra organizzazione ha infatti rafforzato la consapevolezza di dover definire delle azioni concrete e coerenti con la nostra strategia per mitigare e migliorare i nostri impatti e continuare a generare valore nel lungo termine per le nostre persone e i nostri stakeholder.

Con questo obiettivo, nei primi mesi del 2019, abbiamo formalmente portato la sostenibilità all'interno del Consiglio di Amministrazione, nominando il "Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità"; a livello gestionale è stato costituito il Sustainability Steering Committee, composto dal top management del Gruppo, responsabile della definizione delle strategie di Sostenibilità a livello Corporate; a livello operativo sono stati nominati i Sustainability Ambassadors, con lo scopo di concretizzare e comunicare le linee strategiche condivise dal Gruppo a tutti i livelli dell'organizzazione; abbiamo infine avviato i lavori per la definizione di una Politica e di un Piano di Sostenibilità che rappresenteranno quello che vogliamo essere partendo da ciò che siamo oggi: le nostre persone, i nostri prodotti, le nostre Operations.

La storia del nostro Gruppo si fonda saldamente sulle **nostre persone** che operano con esperienza, passione, lungimiranza e costanza nel trasmettere i valori che ci contraddistinguono e che ci guidano quotidianamente a compiere le scelte migliori. Consapevoli di ciò, durante l'anno, abbiamo incrementato di oltre il 15% le ore di formazione rispetto al 2017 e abbiamo implementato la nuova piattaforma web "Learning and Development"; questa introduzione ci ha permesso di uniformare a livello globale i processi formativi abbattendo le distanze tra i paesi in cui siamo presenti e di gestire in maniera corale l'intero processo formativo, dalla raccolta delle esigenze alla delivery, affiancando ai tradizionali corsi in aula la modalità e-learning. Inoltre, è stato lanciato il progetto "24 ore per De' Longhi", grazie al quale i nostri dipendenti possono partecipare ai seminari ad iscrizione libera su temi riguardanti la famiglia, la salute, lo sport e l'azienda e arricchire così il proprio bagaglio personale e culturale.

Alla base del nostro successo vi sono i nostri prodotti che si contraddistinguono per qualità e innovazione. L'innovazione, per noi, non è intesa soltanto in termini di compliance normativa, ma anche in termini di ricerca della sostenibilità di prodotto che si concretizza nella scelta dei materiali, nella durabilità del prodotto e nell'efficienza energetica, nonché nello sviluppo di una tecnologia capace di abilitare e favorire stili alimentari salutari per i nostri consumatori.

L'innovazione sostenibile del prodotto è infatti un altro pilastro fondamentale sul quale si focalizzano le attività del Gruppo come ad esempio la ricerca della massima efficienza energetica per le macchine per il caffè, per cui tutte le nostre macchine superautomatiche sono almeno in classe energetica A, o le iniziative di riduzione ed efficientamento dei materiali utilizzati per l'imballo dei prodotti quali la plastica e il cartone che durante l'anno ci hanno permesso di evitare l'emissione di circa 761 tonnellate di CO_2. Relativamente all'area comfort, durante l'anno, la progettazione dei prodotti per il condizionamento mobile e i deumidificatori ha portato alla sostituzione del refrigerante sintetico con gas propano, a più basso impatto in termini di potenziale di riscaldamento globale (GWP). Inoltre, nel 2018, nell'ambito della qualità, abbiamo completato il processo per l'ottenimento della nuova edizione della certificazione ISO 9001:2015 presso tutti i nostri stabilimenti con l'implementazione di un modello di risk-assessment che ha introdotto un approccio integrato, maggiormente orientato alla sostenibilità.

In quanto azienda leader nei principali mercati in cui operiamo, riteniamo fondamentale garantire l'impegno nei confronti della società e dell'ambiente in tutte le fasi produttive: **una catena del valore sempre più responsabile** è un ulteriore pilastro dello sviluppo sostenibile del Gruppo. In questo contesto, durante l'anno, abbiamo proseguito il programma di audit in ambito sociale coprendo la totalità dei nuovi fornitori e abbiamo integrato il sistema di valutazione con una sezione specifica in ambito ambientale che sarà operativa a partire dal prossimo anno. Inoltre, relativamente al sistema logistico del Gruppo, abbiamo proseguito con il progetto "Assembly to order" all'interno degli hub, che permette di ottimizzare il sistema di trasporto dei prodotti finiti. Ma forse il risultato più autentico del nostro impegno è la costante ottimizzazione dell'intensità emissiva delle nostre operations che nel 2018 risulta inferiore di circa il 7% rispetto al 2017: emettiamo ogni anno sempre meno CO_2 per pezzo prodotto, a conferma del miglioramento dell'efficienza produttiva dei nostri stabilimenti in termini energetici.

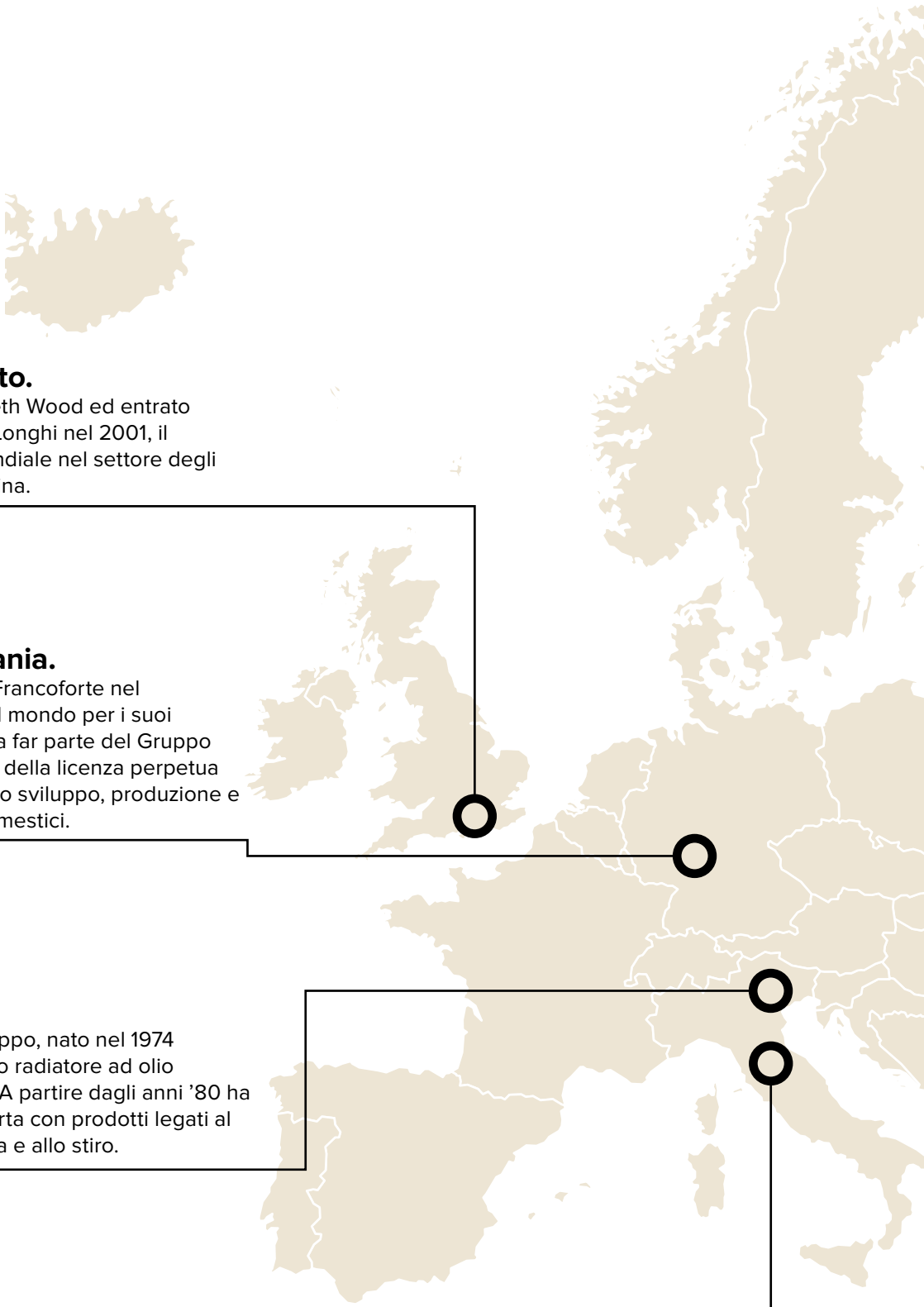
Le nostre persone, i nostri prodotti, il nostro Gruppo: tutto guarda nella stessa direzione, con lo sguardo al futuro e un occhio al passato. Stiamo lavorando concretamente, con dedizione e orgoglio, per lasciare un segno positivo a partire da oggi: non siamo soltanto everyday makers, ma anche i costruttori del domani.

Grazie a voi tutti, allora, che ci stimolate ogni giorno
a guardare sempre più lontano.

Buona lettura,
Fabio de'Longhi

1_ Il Gruppo De'Longhi

Fig. 1 - I nostri Brand.



KENWOOD

Havant, Regno Unito.
Fondato nel 1947 da Kenneth Wood ed entrato a far parte del Gruppo De'Longhi nel 2001, il brand inglese è leader mondiale nel settore degli elettrodomestici per la cucina.

BRAUN

Francoforte, Germania.
Il marchio tedesco, nato a Francoforte nel 1928, riconosciuto in tutto il mondo per i suoi elettrodomestici è entrato a far parte del Gruppo nel 2013 grazie all'acquisto della licenza perpetua all'utilizzo del marchio per lo sviluppo, produzione e vendita di piccoli elettrodomestici.

DēLonghi

Treviso, Italia.
È il marchio storico del Gruppo, nato nel 1974 con la produzione del primo radiatore ad olio marchiato a proprio nome. A partire dagli anni '80 ha diversificato la propria offerta con prodotti legati al caffè, al comfort, alla cucina e allo stiro.

Ariete

Firenze, Italia.
Nato nel 1964 ed entrato a far parte del Gruppo De'Longhi nel 2001, il marchio toscano offre soluzioni per la casa nei settori della cucina, della stiratura e della pulizia.

1.1_ Chi siamo e dove operiamo

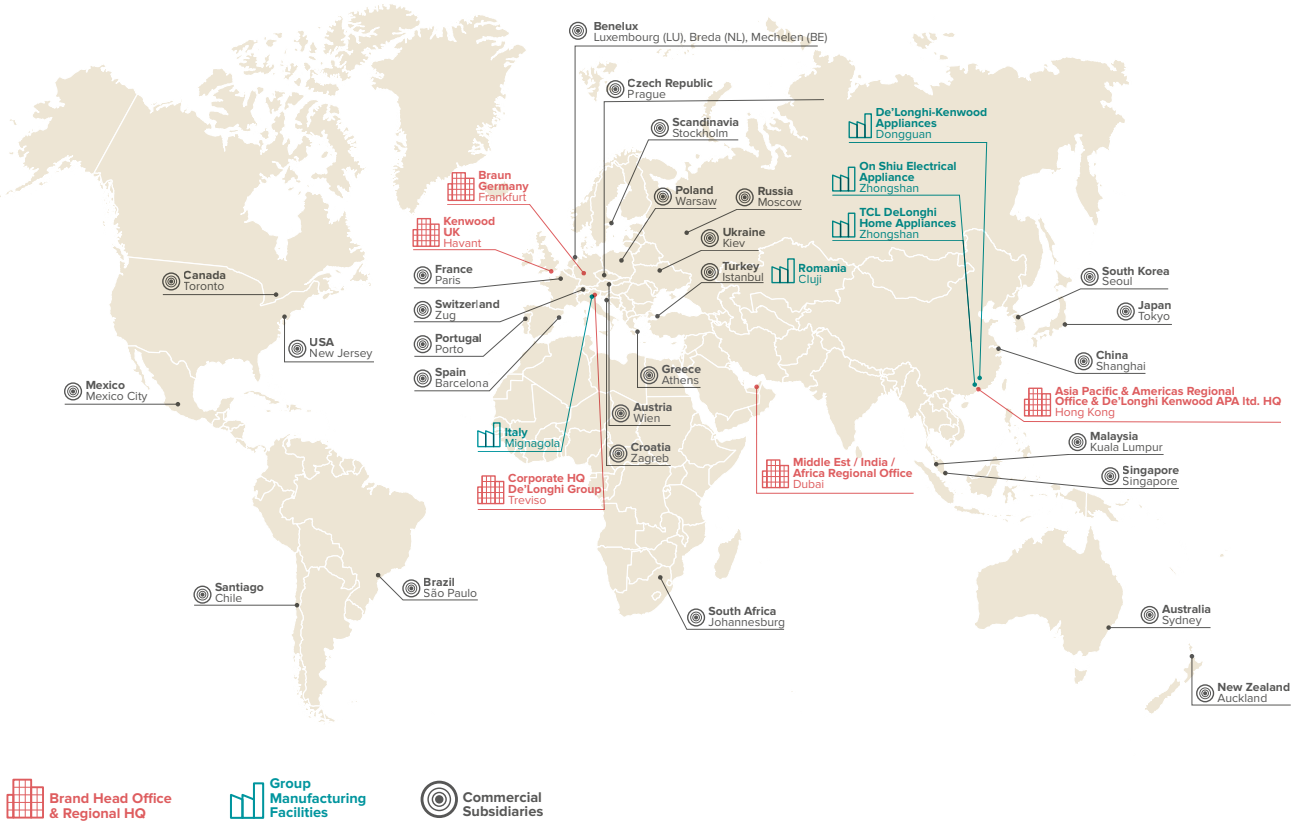
Il Gruppo trae le sue origini all'inizio del '900 quando la famiglia de' Longhi fonda un laboratorio di produzione di componentistica industriale; nel corso degli anni diventa un produttore di prodotti finiti per conto terzi; nel 1974 viene lanciato il primo elettrodomestico marchiato De'Longhi, segnando così l'inizio del Gruppo.

Inizialmente nota come produttore di radiatori elettrici portatili e condizionatori d'aria, l'Azienda, negli anni, ha ampliato la propria gamma di prodotti.

Oggi, il Gruppo offre una gamma di piccoli elettrodomestici per la preparazione del caffè, la preparazione e cottura dei cibi, il comfort (climatizzazione e riscaldamento) e la cura della casa e opera nel mercato attraverso 4 brand.

Il Gruppo, il cui quartier generale ha sede a Treviso (Veneto, Italia) [GRI 102-3], è presente in tutto il mondo grazie a 34 filiali commerciali dirette ed un network di distributori; inoltre possiede 4 stabilimenti e alcuni negozi in Italia, Cina, Giappone, Corea e Francia.

Fig. 2 - La presenza nel mondo del Gruppo De'Longhi.



1.2_ Garantire il valore della nostra impresa

Mantenere un dialogo costante e costruttivo, improntato all'ascolto dei bisogni e delle necessità dei propri portatori di interesse è un requisito fondamentale per stabilire con essi un rapporto di fiducia duraturo nel tempo, condizione necessaria per il perseguimento degli obiettivi di business e il successo dell'azienda. La comunicazione con gli stakeholder è presidiata e controllata dalle funzioni competenti, in accordo ai principi di trasparenza e correttezza, nonché chiarezza e completezza delle informazioni, al fine di consentire l'assunzione di decisioni consapevoli. [GRI 103-2, GRI 103-3]

Fig. 3 - I portatori di interesse del Gruppo De'Longhi [GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44]

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

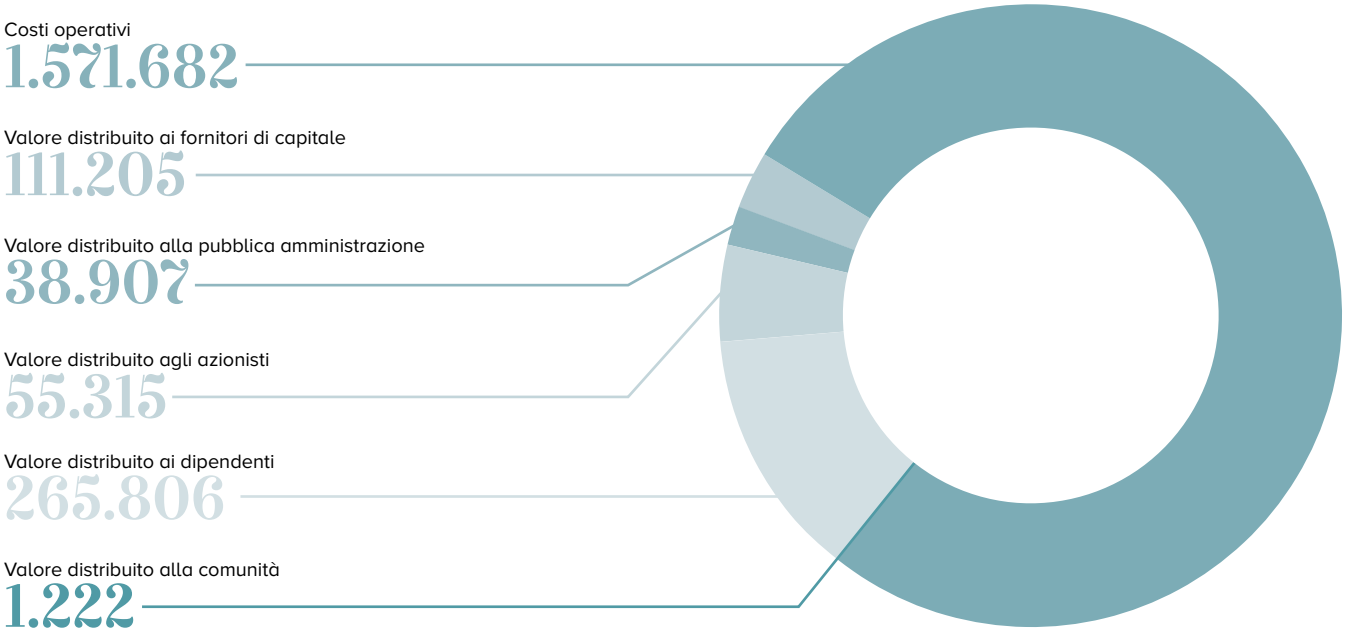
Con specifico riferimento alle associazioni di categoria, il Gruppo De'Longhi aderisce a Confindustria APPLIA Italia, APPLIA Europa e Association of Home Appliance Manufacturers – USA (AHAM), le associazioni che riuniscono le maggiori aziende che operano nel settore degli apparecchi domestici e professionali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

Il valore generato e distribuito dal Gruppo De'Longhi

Il valore generato dal Gruppo nel 2018 ammonta a 2.247.887 migliaia di Euro, di cui circa il 91% distribuito. Il valore distribuito (oltre 2.044 milioni di Euro) risulta così ripartito: remunerazione dei fornitori di beni e servizi (1.571.682 migliaia di Euro), retribuzione dei dipendenti (265.806 migliaia di Euro), interessi ai fornitori di capitale (111.205 migliaia di Euro), dividendi agli azionisti (55.315 migliaia di Euro), imposte alla pubblica amministrazione (38.907 migliaia di Euro) e liberalità a favore delle comunità (1.222 migliaia di Euro).

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

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



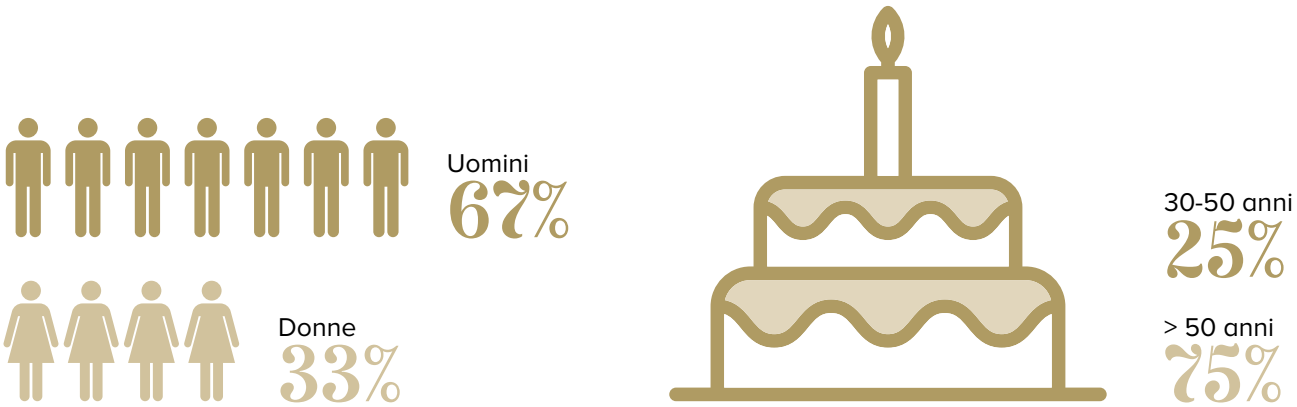
L'etica e il sistema di governance

[GRI 103-3]

Il **sistema di governance** adottato risulta conforme al Codice di Autodisciplina delle società quotate al quale il Gruppo aderisce. 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 costituiti il Comitato Controllo e Rischi e per la Corporate Governance ed il Comitato Remunerazione e Nomine.

L'attività del Consiglio di Amministrazione relativa al monitoraggio e attuazione delle norme in tema di corporate governance è coadiuvata, oltre che dal menzionato Comitato Controllo e Rischi, anche dall'Ufficio Affari legali e societari. [GRI 102-18]

Fig. 6 - Composizione del Consiglio di Amministrazione di De'Longhi SpA per genere ed età [GRI 405-1]



Nel 2018, il CdA del Gruppo De'Longhi è costituito da 8 uomini e 4 donne; di questi, il 75% ha un'età superiore ai 50 anni. Il comportamento delle persone del Gruppo De'Longhi è disciplinato nel **Codice Etico** di Gruppo che, regola tutte le relazioni tra l'azienda e i soggetti terzi, quali fornitori, clienti e Pubblica Amministrazione che devono caratterizzarsi per trasparenza, correttezza, onestà, integrità e lealtà, e il cui contenuto è stato aggiornato lo scorso 31 luglio 2018. [GRI 102-16]
A tal proposito, durante l'anno parte delle attività formative hanno riguardato il Codice Etico tramite modalità e-learning e/o classi. Le società italiane del Gruppo De'Longhi hanno inoltre adottato il **"Modello di organizzazione, gestione e controllo"** in conformità con quanto stabilito dal D. Lgs. 231/2001, che prevede un Organismo di Vigilanza incaricato di vigilare in maniera indipendente sul corretto funzionamento e sull'osservanza del Modello.
Nel corso del 2018 è stata svolta un'attività di aggiornamento e adeguamento del Modello, e, più in generale, dell'intero sistema di prevenzione dei reati previsti dal D. Lgs. 231, che ha portato, inoltre, alla ridefinizione dei flussi informativi e del sistema di responsabilità in relazione ai processi definiti dal Modello stesso.

Inoltre, durante l'anno, con l'obiettivo di uniformare le pratiche di governance tra tutte le società del Gruppo, sono state predisposte ed adottate le **"Corporate Governance Guidelines"**, delle linee guida che prevedono, tra le altre cose, l'adozione del Codice Etico, e definiscono il sistema di deleghe per i poteri di spesa. L'applicazione di tali linee guida è stata data in capo ai responsabili amministrativi locali attraverso un documento interno liberamente consultabile da tutti i dipendenti.

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

Il Gruppo intende inoltre accertare che, al di là del rispetto delle norme, siano definiti ed implementati consistenti **modelli comportamentali** atti a massimizzare la riduzione del rischio che si commettano fatti sanzionabili secondo le norme applicabili. Pertanto, nel corso del 2018, De'Longhi ha concluso il processo di analisi delle modalità con le quali le società operano nei seguenti ambiti:

responsabilità amministrativa degli Enti, rispetto delle norme sulla privacy, antitrust, tutela del consumatore nell'e-commerce, rispetto delle policy legali interne, antiriciclaggio e anticorruzione.
Il progetto, iniziato nel 2017, ha previsto un assessment per un campione di Società del Gruppo, selezionate in accordo a criteri di rilevanza economica e vicinanza normativa, e ha permesso di individuare le principali possibili aree di intervento, per le quali è stato formulato un livello di priorità di attuazione in relazione all'importanza relativa e al peso specifico della stessa rispetto al livello di efficacia del Programma di Compliance.

Il programma di audit

Nell'ambito delle tradizionali verifiche delle operazioni delle società del Gruppo, la Direzione Internal Audit e il Dirigente Preposto svolgono annualmente, presso le filiali del Gruppo, un'attività di monitoraggio e valutazione dell'ambiente di controllo, audit sui processi e procedure contabili e di conformità rispetto alla Legge 262 relativa al processo di informazione finanziaria, al fine di assicurarne l'attendibilità, la completezza, la correttezza e la tempestività, in coerenza con quanto riportato nelle procedure operative amministrative e contabili definite a livello di Gruppo. Gli audit sono condotti con l'obiettivo di coprire progressivamente la totalità delle società e al contempo focalizzarsi su quelle maggiormente rilevanti, seguendo un programma di verifiche concordato con l'Amministratore incaricato del Sistema di Controllo interno e dei rischi ed il Comitato Controllo e Rischi e per la Corporate Governance.

La gestione dei rischi

Complessivamente, l'attività di valutazione e monitoraggio dei rischi aziendali è effettuata nell'ambito di un progetto aziendale ERM, sviluppato in precedenti esercizi ed oggetto di costante aggiornamento e monitoraggio da parte della Direzione Internal Audit.
Nella figura di seguito si riportano i principali rischi individuati legati ai temi materiali oggetto di rendicontazione del presente documento:

Innovazione, qualità e responsabilità di prodotto

- rischi legati alla capacità del Gruppo di continuare a proporre prodotti innovativi
- rischi legati alla capacità del Gruppo di tutelare le proprie attività di ricerca e di sviluppo mediante il deposito di brevetti e i propri marchi
- rischi connessi al rispetto degli standard qualitativi di prodotto previsti dalle differenti normative vigenti nelle diverse giurisdizioni in cui il Gruppo opera
- rischi connessi all'evoluzione del quadro normativo, in materia di sicurezza e consumo energetico degli apparecchi elettrici per uso domestico, sui prodotti difettosi, sul periodo minimo di garanzia, sulla riciclabilità e sulla compatibilità ambientale.

Management e gestione delle risorse umane

- rischi legati alla capacità di attrarre, sviluppare, motivare, trattenere e responsabilizzare le persone.
- in relazione alla piattaforma cinese, esistono alcuni rischi connessi all'elevato turnover del personale produttivo cinese.
- rischi legati a possibili casi di discriminazione

Ambiente

- rischi legati all'evoluzione dei diversi contesti normativi
- rischi legati a possibili danni ambientali derivanti da guasti o rotture gravi agli impianti produttivi

ERM

Compliance

- rischi legati all'informativa finanziaria
- rischi legati alla responsabilità amministrativa delle persone giuridiche
- rischi legati ai rapporti di natura commerciale con parti correlate
- rischio reputazionale

Sistemi informatvi

- rischi legati alla sicurezza delle informazioni e l'integrità dei dati
- rischi legati alla continuità dei servizi

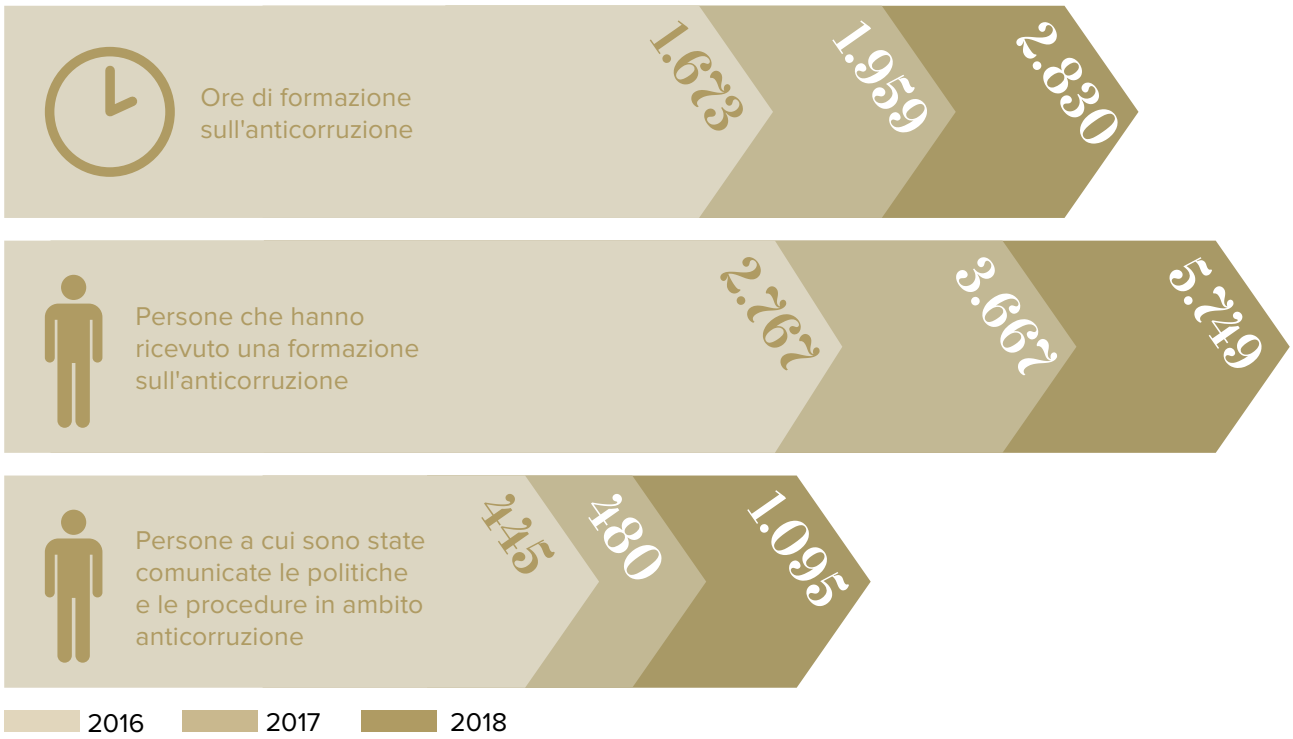
Catena di fornitura e Sistema logistico

- rischi legati ad alleanze strategiche e ad accordi di fornitura,
- rischi legati ai rapporti con i fornitori, all'affidabilità degli stessi in termini di qualità dei prodotti fabbricati, delle loro prestazioni in termini logistici e di tempestività delle rispettive consegne e in relazione dei loro rapporti con il personale dipendente
- rischi legati all'andamento dei costi delle materie prime
- rischi legati alle dimensioni del magazzino
- rischi legati alla tempestività delle spedizioni

Nel corso del 2018 la Direzione Internal Audit, in collaborazione con il Dirigente Preposto, ha effettuato l'aggiornamento della mappatura dei principali rischi per le società estere del Gruppo considerate "società rilevanti" ai fini della governance aziendale nell'ambito di un progetto "risk assessment "avviato nel 2017. Inoltre, nel corso del 2018, la procedura di audit è stata integrata con una sezione volta a individuare e mappare i rischi percepiti da parte del management locale rispetto alle specificità della propria area di competenza e, più in generale, del paese di operatività. Per assicurare che i compiti assegnati siano adeguatamente distribuiti al fine di minimizzare l'eventualità di possibili errori e/o frodi, il Gruppo ha effettuato, nel corso degli anni, a livello globale, un'analisi e una valutazione dei rischi relativi alla segregazione delle funzioni. Il programma antifrode, sviluppato nel corso del triennio 2014-2016 sulla base delle linee guida definite dall'Association of Certified Fraud Examiners (ACFE), è stato concluso nel 2018 e ha visto il susseguirsi di diverse attività di follow-up ad esso legate. In particolare, alcune iniziative sono state implementate nell'ottica del continuous improvement, tra le quali si rilevano: l'invio di un questionario ai dipendenti, al fine di monitorare eventuali casi di conflitto di interessi, e il controllo approfondito della documentazione relativa ad alcuni anticipi a fornitori locali approvati durante l'anno.

Con l'obiettivo di aumentare il presidio sulla compliance verso i regolamenti interni e la normativa cogente dei vari Paesi in cui il Gruppo opera, a partire dal 2015 è stato avviato un progetto di integrazione di verifiche specifiche per gli episodi di abuso d'ufficio e corruzione, per quanto il Gruppo non abbia relazioni commerciali con la Pubblica Amministrazione. Inoltre, per disciplinare le relazioni con le parti correlate e presidiarne il relativo rischio, conformemente ai principi stabiliti dall'Autorità di Vigilanza con il Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010, la Capogruppo si è dotata di una procedura che individua specifiche regole di istruzione e approvazione delle operazioni con parti correlate, graduate in relazione alla loro maggiore (o minore) rilevanza.

Fig. 8 - La formazione in materia di anticorruzione [GRI 205-2]



Nell'arco del 2018, sono state formate specificatamente sui temi dell'anticorruzione 5.749 persone tra dipendenti, partner e personale appartenente ad altre organizzazioni, per un totale di ore di formazione erogate pari a 2.830, in aumento rispetto agli anni precedenti. Del totale delle ore di formazione, il 92% sono state erogate a operai, il 7% a impiegati e l'1% a dirigenti.

Fig. 9 - Persone formate sui temi dell'anticorruzione nel 2018 per categoria [GRI 205-2]

Fig. 10 - Ore di formazione sui temi dell'anticorruzione erogate nel 2018 per categoria [GRI 205-2]

Nell'ultimo triennio, non si sono registrati casi di non conformità rispetto alla legge in materia di corruzione. [GRI 205-3]

Nel biennio 2017-18 non è stata attivata alcuna azione legale per comportamenti anticompetitivi, antitrust e pratiche monopolistiche. Nel corso del 2016 si è concluso il procedimento - avviato nel 2015 da parte dell'Autorità Austriaca Garante della Concorrenza e del Mercato – per comportamento monopolistico con il pagamento di una sanzione pari a 0,6 milioni di Euro.

Per quanto riguarda, invece, la conformità rispetto alla legge in materia di marketing e comunicazione, alla fine del 2018, si sono registrate e risolte quattro contestazioni; in particolare, due segnalazioni erano correlate a domande di marchio e le restanti, invece, erano riconducibili alla comunicazione promozionale. Nel 2017 si sono registrate due contestazioni nell'ambito della comunicazione promozionale che si sono concluse con la modifica o rimozione del messaggio.
Non risultano invece contestazioni di tale natura nel corso del 2016.
[GRI 417-3]

1.3_ Verso una strategia di sostenibilità

Il percorso di rendicontazione di sostenibilità del Gruppo De'Longhi, avviato lo scorso anno con la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (DNF) 2017 e proseguito con il Report di Sostenibilità 2017 e la DNF 2018, ha permesso all'Azienda di misurare e comprendere le proprie performance di sostenibilità e l'ha resa consapevole rispetto alla necessità di intraprendere un percorso strutturato e di maggiore integrazione della sostenibilità nel proprio modello di business con l'obiettivo di definire delle azioni concrete e coerenti con la strategia del Gruppo per mitigare e migliorare i propri impatti e generare valore per l'azienda e i propri stakeholder nel lungo termine.

In questo contesto, nei primi mesi del 2019 il **Comitato Controllo, Rischi e per la Corporate Governance** ha incluso tra le proprie competenze anche le tematiche di Sostenibilità, diventando **Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità**, nell'ambito del consiglio di Amministrazione della Capogruppo; a tale comitato fa riferimento **il Sustainability Steering Committee**, l'organo di governo aziendale, costituito dal top management con lo scopo di definire la linea strategica del Gruppo riguardo le tematiche di sostenibilità. Infine, durante l'anno, sono stati individuati i **"Sustainability Ambassadors"**, riporti diretti dei membri del Sustainability Steering Committee, che hanno il compito di tradurre nella pratica la strategia e le direzioni definite da quest'ultimo.

Grazie alla collaborazione e l'impegno del Sustainability Steering Committee e dei Sustainability Ambassadors durante il 2018 sono stati individuati i tre Pilastri di Sostenibilità, in accordo ai quali sono stati strutturati i capitoli di questo Report e sui quali il Gruppo vuole fondare, nei prossimi anni, la propria strategia di sostenibilità: **"Valuing our people, the every day makers", "Integrating sustainability in product design and innovation", "Running sustainable supply chain and operation"**.

Fig. 11 - I pillar di sostenibilità e i temi materiali del Gruppo De'Longhi

CAPITOLO 1:

"Il Gruppo De'Longhi"

TEMATICHE DI COMPLIANCE E DI BUSINESS

COMUNICAZIONE ONESTA, VERITIERA E BASATA SUI FATTI
In un contesto caratterizzato da un utilizzo della comunicazione per raggiungere un pubblico sempre più ampio, particolare attenzione è posta alla correttezza della comunicazione

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

UTILIZZO DEI DATI DEI CONSUMATORI
L'utilizzo dei dati dei propri consumatori e clienti va inteso come tutela dei diritti delle parti interessate e base per il mantenimento della relazione di fiducia con il Gruppo

REPUTAZIONE DEL BRAND
Il mantenimento e il rafforzamento della reputazione dei propri brand verso tutti i principali stakeholder, in primis clienti, investitori e dipendenti, sostiene la leadership del Gruppo nel settore di riferimento

PARTNERSHIP COMMERCIALI
Il mantenimento e consolidamento delle partnership commerciali consentono di creare valore lungo l'intera value chain del Gruppo e di proporre sul mercato prodotti sempre più innovativi, competitivi e capaci di rispondere alle esigenze dei consumatori

SERVIZI POST VENDITA
Un servizio di assistenza capace di ascoltare le esigenze dei consumatori e rispondere velocemente e in maniera esauriente alle loro richieste è un fattore chiave per il consolidamento dei rapporti con i propri consumatori e il rafforzamento della reputazione dei brand del Gruppo

CAPITOLO 2:

"Le persone del Gruppo De'Longhi"

VALUING OUR PEOPLE, THE EVERYDAY MAKERS

ATTRAZIONE E MANTENIMENTO DEI TALENTI
Attrarre e mantenere all'interno del Gruppo i talenti e mantenere un'alta soddisfazione delle persone sono elementi strategici per il raggiungimento degli obiettivi di business

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI
La salute e sicurezza dei lavoratori è alla base della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti

CAPITOLO 3:

"I nostri prodotti: qualità, innovazione e sostenibilità"

INTEGRATING SUSTAINABILITY IN PRODUCT DESIGN AND INNOVATION

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

INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE (di prodotto)
Gli investimenti in nuove tecnologie sono alla base per una continua innovazione di prodotto

TRASFORMAZIONE DIGITALE
L'attenzione alle tematiche ambientali nello sviluppo dei prodotti, si esplicita nella progettazione di prodotti, per specifiche categorie, con un ridotto impatto ambientale anche nel loro utilizzo da parte del consumatore

DESIGN ECO-FRIENDLY
In un mondo sempre più legato al digitale, l'innovazione di prodotto risulta sempre più legata alla capacità di proporre nuove soluzioni tecnologiche e digitali (Internet of Things, Applicazioni, Domotica)

INNOVAZIONE DI PRODOTTO
In un contesto tecnologico in evoluzione esponenziale, la capacità di proporre prodotti innovativi capaci di rispondere alle nuove esigenze dei clienti è alla base della competitività aziendale e rappresenta una modalità di attuazione della mission del Gruppo De'Longhi

ETICHETTATURA DI PRODOTTO
L'informazione di prodotto corretta e chiara è indispensabile non solo per soddisfare le richieste normative ma anche per mantenere con i consumatori un rapporto duraturo e di fiducia

CAPACITÀ DI ISPIRARE
In quanto leader a livello internazionale in molti mercati in cui opera, il Gruppo intende porsi quale azienda capace di ispirare nuovi comportamenti e abitudini lungo la sua catena del valore, in primis consumatori finali e fornitori

CAPITOLO 4:

"La sostenibilità in tutte le fasi produttive"

RUNNING SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN AND OPERATIONS

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

GESTIONE DELLE EMISSIONI E LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO
Il cambiamento climatico e le sue conseguenze comportano un'attenzione da parte delle aziende verso una gestione oculata e responsabile delle emissioni climalteranti

INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE (di processo)
L'investimento in nuove tecnologie è alla base per l'innovazione e l'aumento della sostenibilità ed efficienza dei processi produttivi

GESTIONE DEI RISCHI LUNGO LA CATENA DI FORNITURA
La prevenzione e gestione dei rischi legati alla catena di fornitura è una condizione necessaria per assicurare la continuità del business del Gruppo

EFFICIENZA DI DISTRIBUZIONE DEL NETWORK
La capacità di rendere sempre più efficiente ed efficace il sistema di distribuzione del Gruppo è fondamentale per offrire un servizio di qualità ai propri clienti e riuscire a reagire in maniera tempestiva alle richieste del mercato

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

2_ Le persone del Gruppo De'Longhi

Valuing our People, the Everyday Makers

Ci impegnamo a 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.

Highlights 2018

DIPENDENTI
8.409
(+3% rispetto al 2017)

ORE DI FORMAZIONE
153.100
(+15% rispetto al 2017)

INDICE DI FREQUENZA INFORTUNI
4,16
(-10% rispetto al 2017)

DIPENDENTI DONNE
49%

2.1_ Chi sono le nostre persone

Determinanti per la crescita e lo sviluppo del Gruppo De'Longhi, le nostre persone ogni giorno impegnano le loro energie e passioni per un obiettivo comune: il successo dell'azienda. Il Gruppo si impegna quotidianamente per attrarre, motivare e trattenere i propri dipendenti, gestendo le necessità aziendali sia in termini di numerosità dell'organico, sia in termini di competenze professionali e sistema valoriale allineato alla filosofia del Gruppo.

In quest'ottica, il Gruppo De'Longhi continua annualmente ad impegnarsi nel favorire la crescita professionale delle proprie persone, garantendo un ambiente stimolante. Elemento chiave risulta inoltre l'impegno nel promuovere un luogo di lavoro improntato ai valori aziendali quali ambizione, coraggio, passione, competenza, tradizione, lavoro di squadra e rispetto, che incoraggiano i dipendenti ad attivare comportamenti leali, corretti, di fiducia reciproca, che facciano leva sul valore delle diversità evitando qualsiasi tipo di discriminazione.

A livello di Gruppo la gestione delle risorse umane e degli aspetti correlati è affidata alla Direzione Risorse Umane e Organizzazione a livello centrale, coordinata dal Chief Corporate Services Officer. A livello delle principali aree geografiche sono presenti delle strutture di Risorse Umane dedicate, per assicurare un supporto qualificato con un particolare focus relativamente alle tematiche di gestione e sviluppo delle competenze. A livello locale, infine, i principali paesi si sono strutturati con funzioni Risorse Umane, per garantire un presidio e supporto continuativo al business e a tutti i dipendenti. Al fine di assicurare una crescente armonia e uniformità nella gestione delle persone a livello internazionale, il Gruppo De'Longhi nel corso del 2018 ha implementato ulteriori moduli del sistema gestionale, SuccessFactors di SAP, adottato a livello globale l'anno precedente per il solo modulo Core HR (assunzioni, revisioni retributive, promozioni, MBO e sviluppo delle competenze). I nuovi moduli integrano quindi il sistema esistente e sono funzionali alla mappatura delle informazioni e alla gestione dei processi di "compensation", di "performance management" e di "learning and development". In particolare, il nuovo modulo PULSE permette ai dipendenti di definire il proprio percorso di apprendimento secondo le proprie esigenze, accedendo in modo autonomo ad un catalogo formativo on-line e svolgendo corsi in modalità e-learning. Il nuovo modulo permette, inoltre, alla funzione corporate di tracciare automaticamente le partecipazioni ai corsi proposti, permettendo così di svolgere analisi e identificare le priorità formative delle persone del Gruppo.

Durante l'anno 2018, la Direzione Risorse Umane e Organizzazione ha avviato le attività di presentazione dei risultati della seconda edizione dell'Employee Engagement Survey – "Your Voice: to Make the Difference" in seguito alle quali sono stati definiti dei piani di azione per il coinvolgimento dei dipendenti sia a livello corporate che a livello locale. Lanciata al termine dell'esercizio precedente, la survey ha visto coinvolto, per la prima volta, tutto il personale del Gruppo, compreso il personale operaio degli stabilimenti produttivi, attraverso un questionario specifico loro dedicato. L'attività di coinvolgimento ha inoltre portato alla creazione spontanea di tavoli di lavoro che hanno coinvolto diverse persone del Gruppo e, su alcune aree tematiche, sono state proposte delle iniziative, da implementare a partire dal 2019 nei siti italiani. Tra queste emergono:

- **Per l'area servizi:** installazione di locker dedicati agli acquisti on-line dei dipendenti;
- **Per l'area policy:** politica di pricing per la vendita di prodotti del Gruppo ai dipendenti, a prescindere dal paese e dalla valuta;
- **Per l'area work-life balance:** sarà implementato il progetto "Welcome back, mum!" che si propone come iniziativa di supporto alla genitorialità, attraverso ad esempio counseling psicologico e la predisposizione di kit informativi per i neo genitori.

[GRI 102-16, GRI 103-2, 103-3]

“We bake the difference!”

Durante il periodo natalizio, i dipendenti di Kenwood Swiss hanno dedicato tre mezze giornate di volontariato alla preparazione di biscotti natalizi da distribuire ad associazioni umanitarie locali. L’iniziativa ha rappresentato non soltanto del tempo dedicato alla comunità locale, ma anche una vera e propria attività di team building, poiché ha permesso a dipendenti di diversi uffici di socializzare in un ambiente insolito.

“World cleanup day” in Romania

Il 15 settembre 2018 è stato celebrato il World Cleanup day, un’iniziativa nata a favore dell’ecologia, avviata dalla Fondazione Let’s Do It!, che ha coinvolto circa 15 milioni di volontari in oltre 158 paesi in tutto il mondo. De’Longhi Romania ha voluto partecipare attivamente, contribuendo in veste di partner e coinvolgendo oltre 100 volontari, tra dipendenti e loro familiari, che hanno ripulito parte della foresta Hoia nei pressi dello stabilimento di Cluj-Napoca. Durante una sola giornata, sono state raccolte circa due tonnellate di rifiuti. L’adesione all’iniziativa da parte di De’Longhi Romania è stata quindi un’occasione di coinvolgimento dei dipendenti e delle loro famiglie e allo stesso tempo un’opportunità di sensibilizzare i partecipanti sul tema dei rifiuti e del loro corretto smaltimento.

Nel 2018 inoltre l’iniziativa “World Cleanup Day” ha vinto il premio “Education for Sustainable Development” assegnato annualmente dall’UNESCO-Japan.

“INCLUSIVO! Lavorare insieme”

Il Gruppo De’Longhi è testimonianza di tante storie positive in termini di inclusione. Il centro di riparazione DLS di Marktheidenfeld Germania, del marchio Braun dal 2001, ha attiva una collaborazione con Werkstätten GmbH, una società Non Profit locale, che permette di includere alcuni dipendenti disabili che si occupano dell’assemblaggio di alcuni particolari dei ferri da stiro. Da ottobre 2017, il centro di riparazione ha deciso di assumere direttamente uno dei collaboratori, permettendogli un percorso autentico di indipendenza e inclusione grazie anche alla carriera lavorativa. L’impegno di De’Longhi Braun Household GmbH, tra diverse aziende attive nel progetto “INCLUSIVO! Lavorare insieme”, è stato premiato simbolicamente dall’AD della società Non Profit con un binario, “perché molti pezzi di binario costituiscono un lungo tratto”.

La nostra vision

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

La nostra mission

Essere un leader globale nel settore del Piccolo Elettrodomestico sviluppando categorie, segmenti e geografie attraverso un chiaro vantaggio competitivo generato da:
L'ascolto delle diversità dei consumatori, fonte di ispirazione per offrire soluzioni superiori in grado di anticipare e influenzare nuovi trend di mercato
La valorizzazione del potenziale dei nostri brand, con una chiara strategia a sostegno di tutti i Mercati
L'accelerazione dell'offerta di prodotti distintivi con forte contenuto di design, innovazione ed eccellenza tecnologica, che conquistino la fiducia dei consumatori di oggi e di domani
Una forte crescita nei mercati con maggiore potenziale, per equilibrare la nostra presenza a livello globale
Un forte impegno a valorizzare le diversità e il talento delle nostre persone per raggiungere obiettivi sfidanti grazie alla determinazione e passione di ognuno
Inoltre
Esplorare opportunità di espansione in altri settori che beneficino dei punti di forza del Gruppo De'Longhi, con l'ambizione di leadership.

I nostri valori Everyday Makers

Costruiamo cose che migliorano la vita di tutti i giorni e in questo siamo davvero bravi.
Crediamo che sia possibile migliorare il mondo con le nostre mani.
Siamo makers.
Per noi "fare" non significa solo costruire e vendere prodotti, ma anche assecondare una motivazione, una determinazione a voler creare, significa essere persone diverse, che lavorano insieme per fare la differenza.
Siamo parte di una comunità globale che condivide la stessa passione. Cerchiamo di migliorare ogni giorno per offrire esperienze uniche, mattone dopo mattone, passo dopo passo, codice dopo codice. Siamo artigiani, cultori della qualità e dell'innovazione, alimentiamo il nostro desiderio di conoscenza con Ambizione, Coraggio, Lavoro di Squadra, Passione, Competenza, Tradizione, Rispetto.
Siamo makers, ogni giorno.
Siamo quelli che fanno in modo che tutto ciò accada.

Al 31 dicembre 2018 il Gruppo è composto da 8.409 dipendenti, in crescita di circa il 3% rispetto all'organico 2017.

Le donne del Gruppo De'Longhi rappresentano il 49% della popolazione aziendale. Il 90% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato, dato sostanzialmente in linea con l'anno precedente (91%). Di questi, circa la metà è costituita da donne. Il 10% dei contratti presenti in azienda, 814, sono a tempo determinato e riguardano per il 46% dipendenti donne.

Nel corso dell'anno, inoltre, il Gruppo si è avvalso della collaborazione di circa 550 contrattisti operanti presso gli stabilimenti produttivi. Alcune delle figure di dettaglio sono riportate tra gli allegati del presente documento.

Le persone del Gruppo De'Longhi al 31/12/18:

Fig. 12 - Numero di dipendenti per area geografica [GRI 102-8]

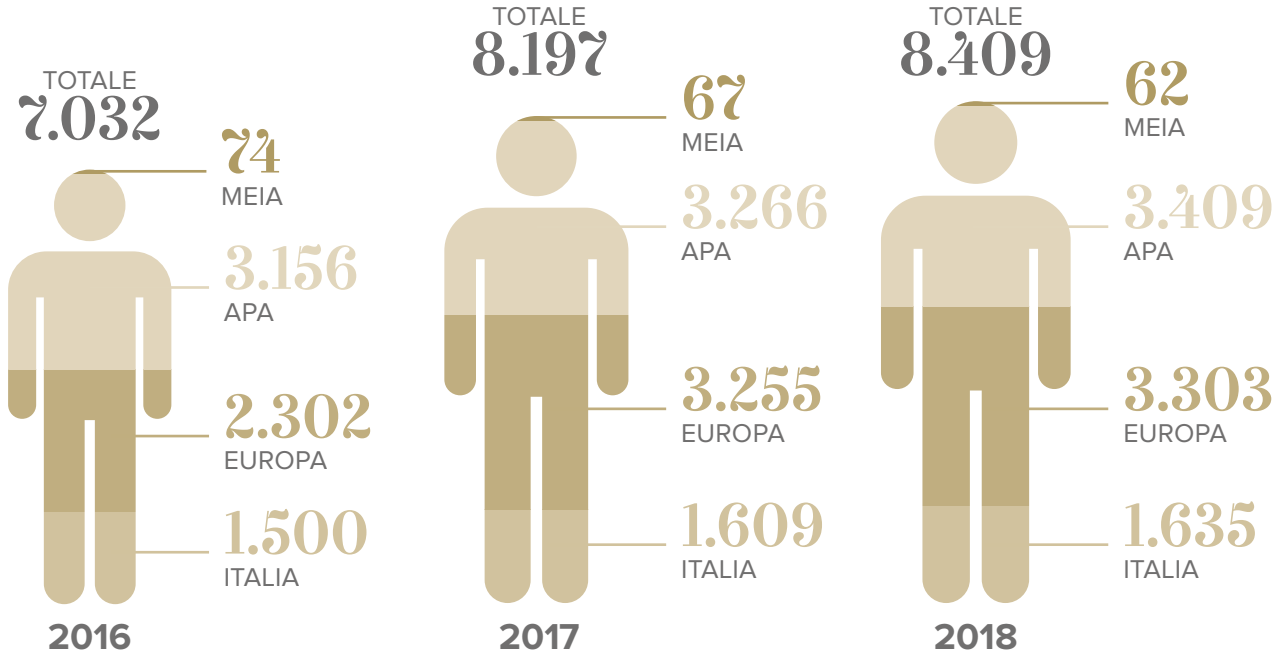


Fig. 13 – Percentuale di dipendenti per genere [GRI 102-8]

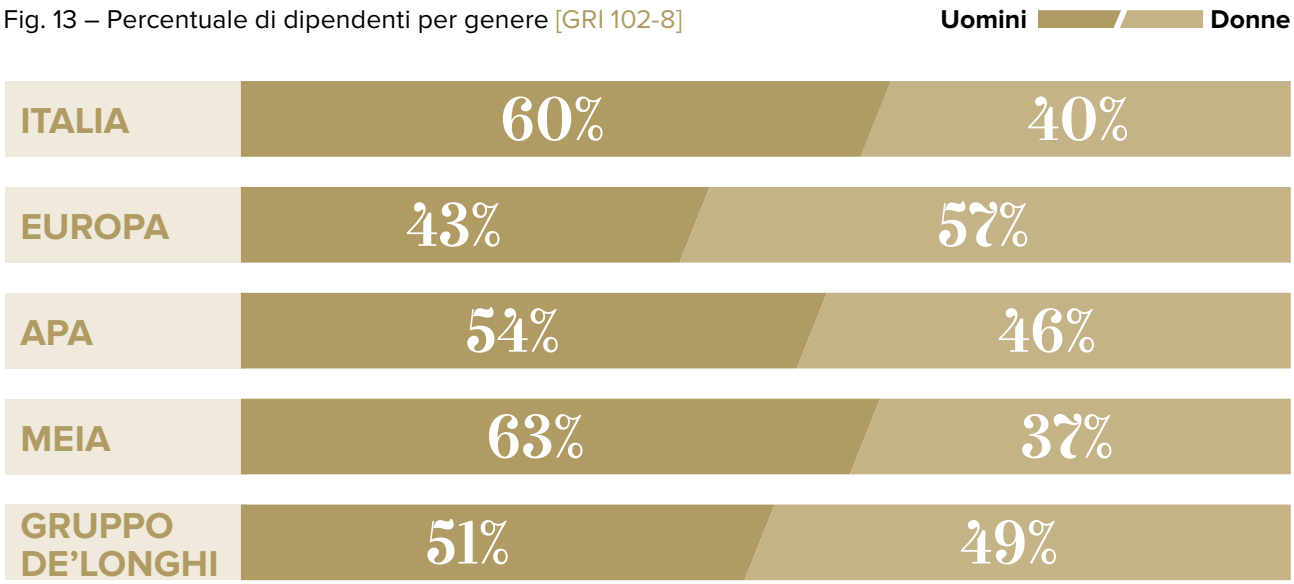


Fig. 14 - Percentuale di dipendenti per tipo di contratto [GRI 102-8]

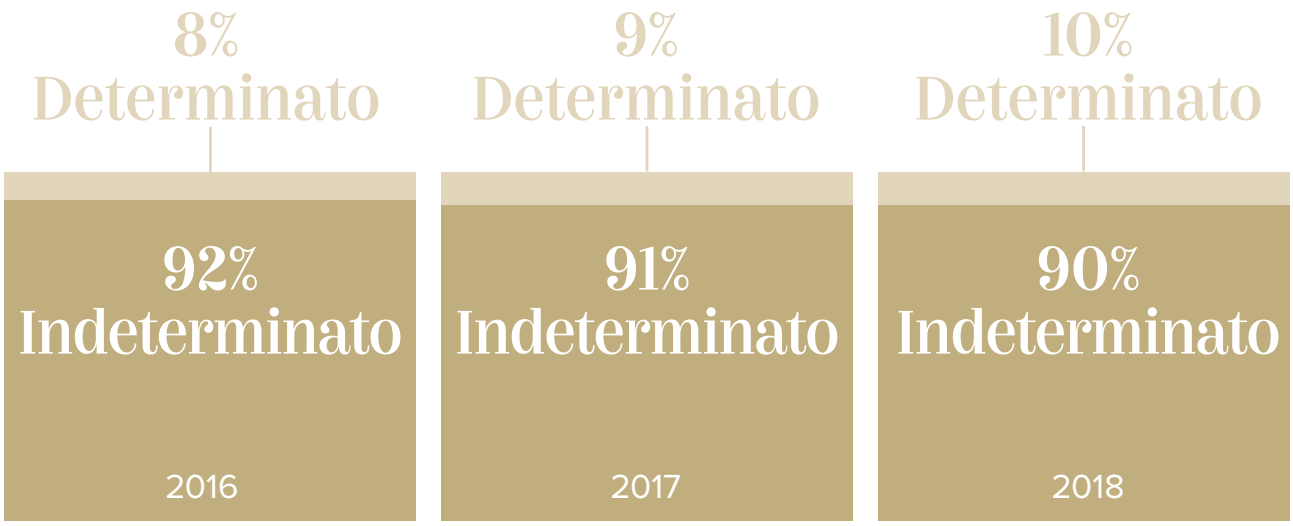
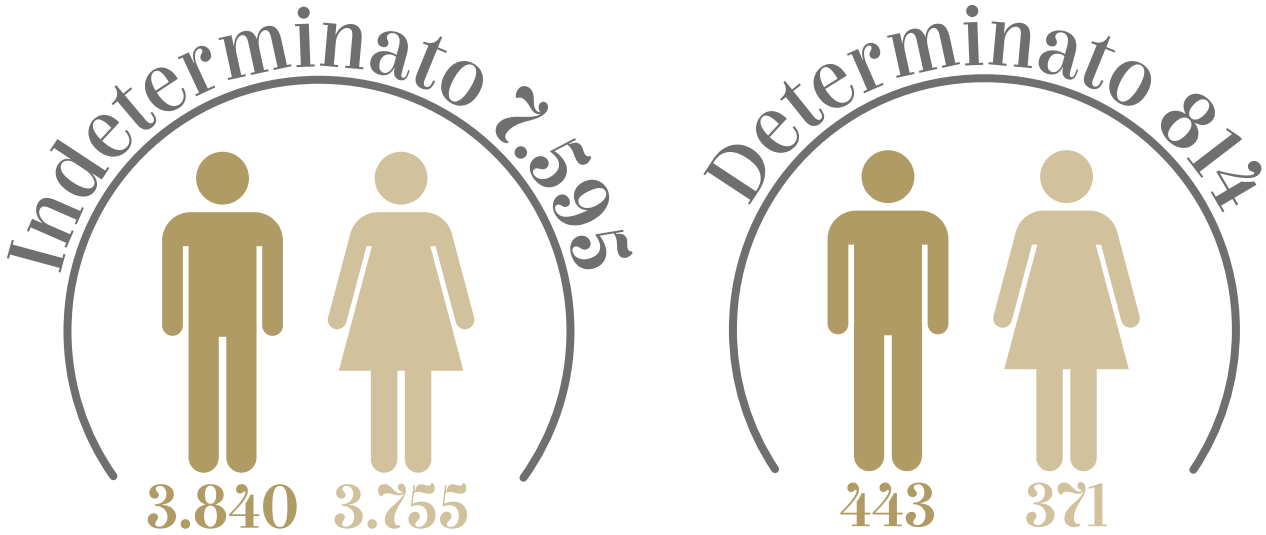


Fig. 15 - Numero di dipendenti per tipo di contratto e genere [GRI 102-8]



I neoassunti nel Gruppo De'Longhi "Welcome on Board"

Nel corso del 2018 si sono tenute due edizioni di "Welcome on Board", l'evento internazionale organizzato dalla Direzione Risorse Umane che ha coinvolto tutti gli impiegati assunti in Italia durante il 2018 ed i colleghi delle funzioni sales and marketing neoassunti nelle nostre filiali all'estero, 112 persone in totale. I nuovi entrati hanno da subito sperimentato i Valori, la Mission e la Vision aziendale, attraverso attività divise in 7 squadre, ognuna abbinata ad uno dei valori aziendali De'Longhi: Ambition, Courage, Team Work, Passion, Competence, Respect e Heritage. Durante le due giornate i partecipanti hanno avuto la possibilità di assistere alle presentazioni da parte del Management Team del Gruppo e di visitare lo stabilimento produttivo di Mignagola, di interagire e conoscersi tra di loro, attraverso attività di team building. L'evento ha così permesso di accrescere e consolidare il senso di appartenenza ad un'unica realtà internazionale aumentando il grado di coinvolgimento di ogni partecipante.

I talenti del mondo universitario

Alla costante ricerca di nuovi talenti e profili specializzati da inserire nel proprio organico, nel 2018, il Gruppo ha consolidato e rafforzato i propri rapporti con il mondo accademico attraverso la conferma e l'attivazione delle collaborazioni con l'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Università degli Studi di Padova, l'Università Strate Ecole di Parigi, l'Università HfG di Offenbach e l'Università Musashino di Tokyo. Inoltre sono proseguite le partnership con il Politecnico di Milano, il Politecnico di Torino, l'Università Bocconi e la Donghua University di Shanghai. Queste iniziative di partenariato, oltre a rafforzare la conoscenza dei brand De'Longhi sul territorio e ad attivare nuovi canali di selezione, permettono di creare un network di condivisione del sapere che facilita la diffusione e l'internalizzazione di conoscenze specialistiche.

Nel 2018, l'organico del Gruppo risulta costituito per il 63,1% da operai, per il 32,9% da impiegati e per il restante 4% da manager. La maggior parte della popolazione aziendale risulta avere un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (64,7%); significativa, inoltre, la quota di persone con un'età inferiore ai 30 anni che ammonta circa al 21,5% del totale dei dipendenti del Gruppo. Ulteriori figure di dettaglio sono riportate tra gli allegati del presente documento.

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

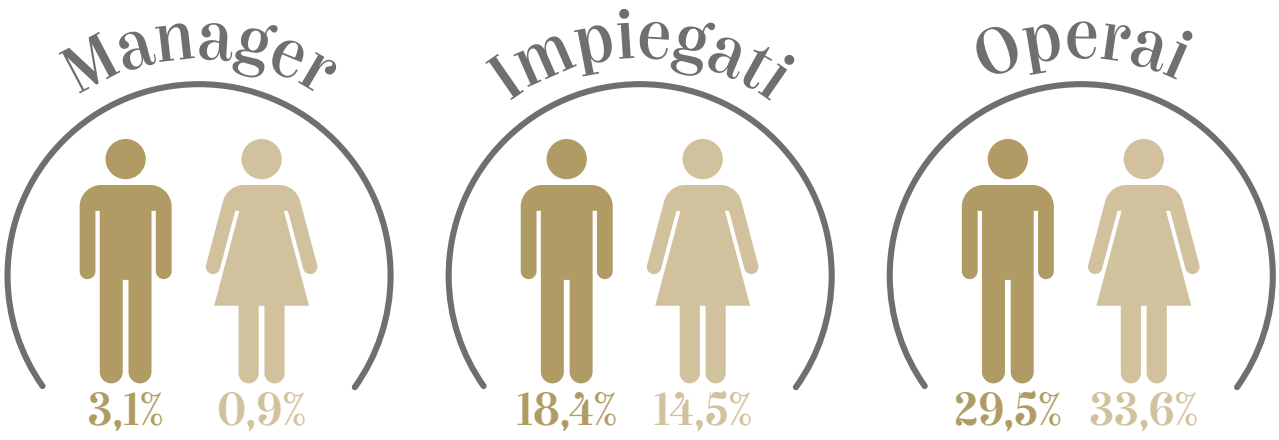
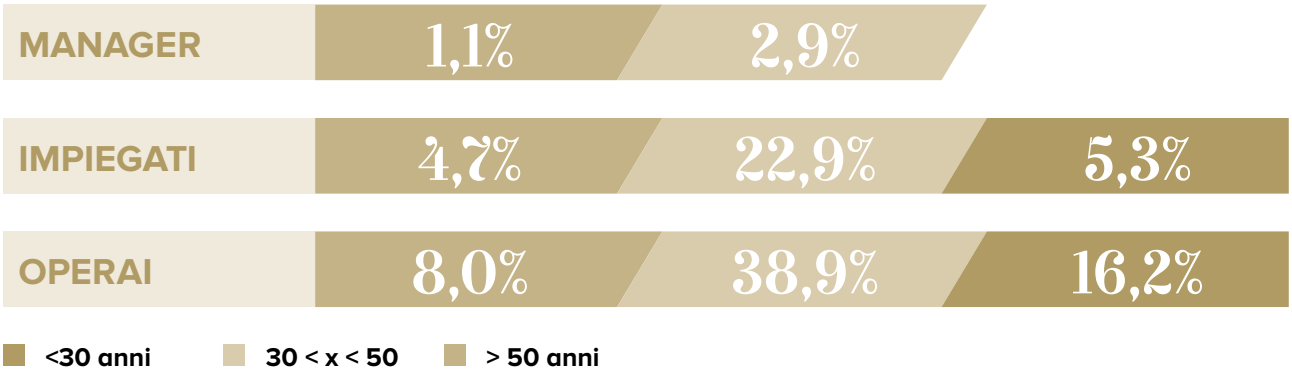


Fig. 17 – Le persone del Gruppo De'Longhi, suddivisione per qualifica ed età, percentuale [GRI 405-1]



Tutti i dipendenti di Italia, Romania, Francia, Portogallo, Spagna, Austria, Ucraina, Brasile 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 (80%), Croazia (2%), Australia e Nuova Zelanda (12%), Sud Africa (7%); per i restanti Paesi, non è prevista una contrattazione collettiva obbligatoria e conseguentemente nessun dipendente risulta coperto. [GRI 102-41]

Nell'ambito della gestione delle risorse umane, il Gruppo De'Longhi è altresì impegnato nella tutela dei diritti umani delle proprie persone. Tali aspetti sono anche verificati in occasione degli audit condotti dai clienti, durante i quali vengono condotte verifiche in merito alle pratiche di lavoro quali, ad esempio, lavoro minorile e lavoro straordinario. [GRI 103-2, 103-3]

Nel corso del 2018 non sono state ricevute segnalazioni in merito a casi di discriminazione. Nel corso del 2017 si è registrata una segnalazione presso la sede nel Regno Unito in riferimento a pratiche discriminatorie correlate all'orientamento sessuale di un dipendente, mentre nel 2016 si è registrata una segnalazione per discriminazione legata alla disabilità. Tali segnalazioni sono state gestite in accordo ai regolamenti interni, che prevedono un'investigazione condotta da parte di responsabili di altre funzioni, i cui risultati sono riportati in un report dedicato. In caso di non soddisfazione da parte del dipendente, è prevista inoltre una riapertura del caso con nuova investigazione.

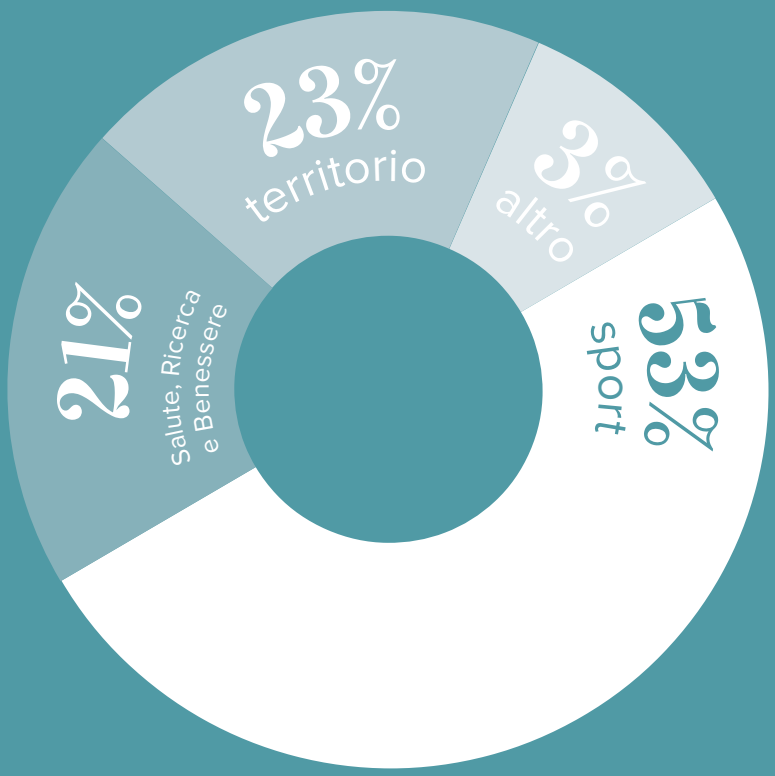
Inoltre, nel corso del 2018, presso lo stabilimento di OnShiu in Cina, si è registrato un caso di lavoro minorile, emerso in seguito ad attività di audit condotta da parte di un cliente. In particolare il caso era legato alla presenza di un lavoratore, figlio di dipendenti, che, in fase di assunzione, aveva presentato dei documenti contraffatti da cui risultava essere maggiorenne. In seguito a tale segnalazione, il Gruppo ha provveduto alla risoluzione del rapporto di lavoro con il minore in questione e con entrambi i genitori e, con l'obiettivo di accertarsi della assenza di altri casi riconducibili a lavoro minorile, ha incaricato una società terza di condurre un audit specifico presso lo stabilimento, i cui risultati hanno evidenziato l'assenza di ulteriori casistiche.

Verso un approccio comune all'impegno sociale

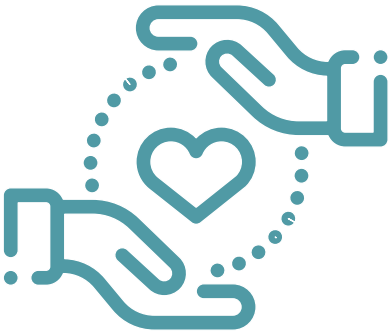
L'impegno sociale del Gruppo De'Longhi verso le comunità e il territorio sul quale opera si concretizza attraverso lo sviluppo e la promozione di una serie di iniziative puntuali che rispondono ai bisogni locali e che possono essere raggruppate in tre filoni: il territorio, la salute e la ricerca, il benessere e lo sport. Attraverso l'Employee Engagement Survey, il Gruppo ha rilevato le varietà con la quale ciascuna filiale promuove e gestisce in autonomia l'interesse delle proprie persone verso l'impegno sociale. Sulla base delle risposte ricevute, il Gruppo ha deciso di definire e implementare nei prossimi anni un insieme di linee guida comuni per promuovere e consolidare le iniziative di beneficenza e di volontariato, aumentarne la conoscenza all'interno del Gruppo e condividere le best practice.

Nel 2018, il Gruppo De'Longhi ha distribuito alla comunità circa 1,2 milioni di Euro. Di questi, oltre 650 mila Euro sono relativi a filone dello sport, circa 280 mila Euro ad attività di sviluppo del territorio, mentre circa 250 mila Euro ad iniziative a supporto della salute, ricerca e benessere.

Fig. 18 – Il valore distribuito alla comunità, percentuale*



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



24 per De'Longhi

Nelle sedi italiane del Gruppo, nel 2018 è stato avviato "24 per De'Longhi", un progetto formativo e personalizzabile incentrato sul benessere delle persone. Il Contratto Collettivo Nazionale dei Lavoratori Metalmeccanici introduce il "diritto soggettivo alla formazione", dando l'opportunità ai dipendenti delle aziende metalmeccaniche di usufruire di 24 ore di formazione in 3 anni. De'Longhi ha deciso di andare oltre la mera normativa, offrendo una serie di attività ed incontri, calendarizzati per tempo e organizzati in 4 tematiche differenti: Salute, Famiglia, Sport e Azienda. I dipendenti hanno così la possibilità di scegliere a quali eventi partecipare, secondo le proprie esigenze, per un totale di 24 ore. Un esempio di un'iniziativa che ha riscosso notevole successo, è stato l'incontro sul tema Salute, in collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi, incentrato sulla sana e corretta alimentazione quale forma di prevenzione delle malattie. Tutte le iniziative sono organizzate in più edizioni, in modo da dare la possibilità a tutti i dipendenti di partecipare in maniera agevole.

2.2_ Sviluppo delle competenze e tutela della sicurezza

Come dimostrato dall'incremento del +15% delle ore medie di formazione pro-capite, pari a circa 18,2 ore medie a dipendente, il Gruppo persegue con impegno l'obiettivo di supportare i propri dipendenti nel loro sviluppo professionale, garantendo corsi ad hoc per accrescerne le competenze necessarie.

In questo contesto di continua crescita e richieste da parte del mercato, De'Longhi ha proseguito anche nel 2018 il programma di sviluppo "U-Connect", nato dalla survey 2015, e che ha coinvolto centinaia di manager negli anni, contando più di quaranta edizioni in tutto il mondo: negli Headquarters, nelle filiali, nelle fabbriche.

Il programma era strutturato in due giorni di workshop e un'ulteriore giornata di workshop a distanza di sei mesi, oltre che da due momenti di follow-up di due ore ciascuno che hanno aiutato a mantenere il ritmo del percorso e l'attenzione sui temi trattati. L'obiettivo del percorso era di supportare lo sviluppo manageriale connesso alle nuove sfide di business, concentrandosi sulla capacità dei nostri manager di connettersi con le proprie persone in modo più profondo, autentico, efficace e con questo di riuscire insieme a creare un'organizzazione più "engaged" e più performante.

Nel corso del 2018 è stata inoltre data continuità a percorsi di formazione legati alla leadership, livello base e avanzato, attraverso workshop strutturati da 1 o 2 giornate. Lo sviluppo dei collaboratori è essenziale, per questo il Gruppo investe anche in formazione specialistica/tecnica, come nel caso di aggiornamenti normativi riguardanti i sistemi di gestione. Tra l'offerta formativa si annovera anche la sperimentazione di corsi online di lingua (attraverso la piattaforma "Go-Fluent") e di workshop tematici in lingua inglese in affiancamento ai classici corsi d'aula fatta nelle nostre sedi italiane e la formazione sul nuovo software di progettazione Siemens NX presso gli Headquarters e le nostre fabbriche che ha coinvolto numerose risorse dei nostri uffici tecnici R&D e Industrial Design, fornendo delle conoscenze di tipo base ed avanzato.

Fig. 19 - La formazione per le persone, ore [GRI 404-1]

La valorizzazione delle nostre persone, un sistema integrato

La funzione risorse umane conduce attività di coaching per le figure chiave delle sedi italiane e delle filiali nel mondo, mappando i profili attraverso una logica di continuous improvement. La valorizzazione delle persone nel gruppo è proseguita nel 2018 attraverso l'implementazione della pratica del salary review che ha portato alla definizione di metodologie sempre più formalizzate e omogenee a livello di Gruppo e l'adozione di una policy dedicata. In linea con il processo avviato, a partire dal 2019 è inoltre prevista l'adozione di un rinnovato sistema di gestione dell'MBO per monitorare le compensazioni variabili applicate ai dipendenti delle società del Gruppo.

Fig. 20 – La formazione per le persone 2018, ore medie per dipendente [GRI 404-1]

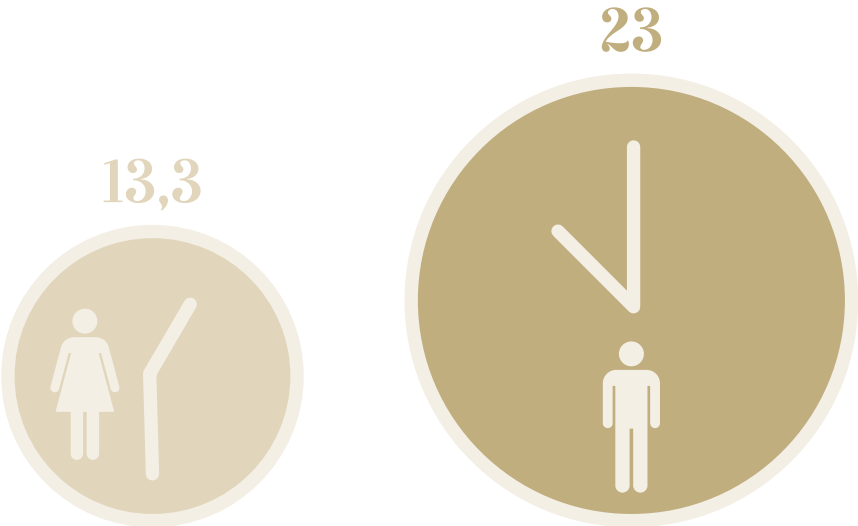


Fig. 21 – La formazione per le persone 2018, ore medie per dipendente [GRI 404-1]

Nel 2018 le ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomini sono pari a 23 mentre quelle erogate a dipendenti donna sono pari a 13,3. La suddivisione delle ore di formazione media per qualifica è pari a 18,6 ore per gli operai, 17,7 ore per gli impiegati e 14,8 ore per i manager.

Per assicurare la crescita e lo sviluppo professionale delle proprie persone a livello globale, il Gruppo utilizza un sistema di **valutazione delle performance** che, nel 2018, ha registrato il coinvolgimento di 1.952 dipendenti, il 40% dei quali costituito da donne; inoltre, durante l'anno, delle persone sottoposte a valutazione delle performance, circa l'88% è costituito da impiegati, il 9 % da manager, mentre il restante 3 % da operai. Applicato annualmente, il sistema consente di individuare i punti di forza e le criticità di ogni dipendente e definire, a partire da un colloquio tra dipendente e proprio capo, le aree formative su cui impostare un piano di miglioramento. Il modello di valutazione, applicato obbligatoriamente a tutte le figure dirigenziali e coloro che hanno ruoli manageriali in Italia e all'estero, è stato allineato ai nuovi valori aziendali definiti dal Gruppo. [GRI 404-3]

Fig. 22 – Persone che hanno ricevuto una valutazione delle performance per genere, numero [GRI 404-3]

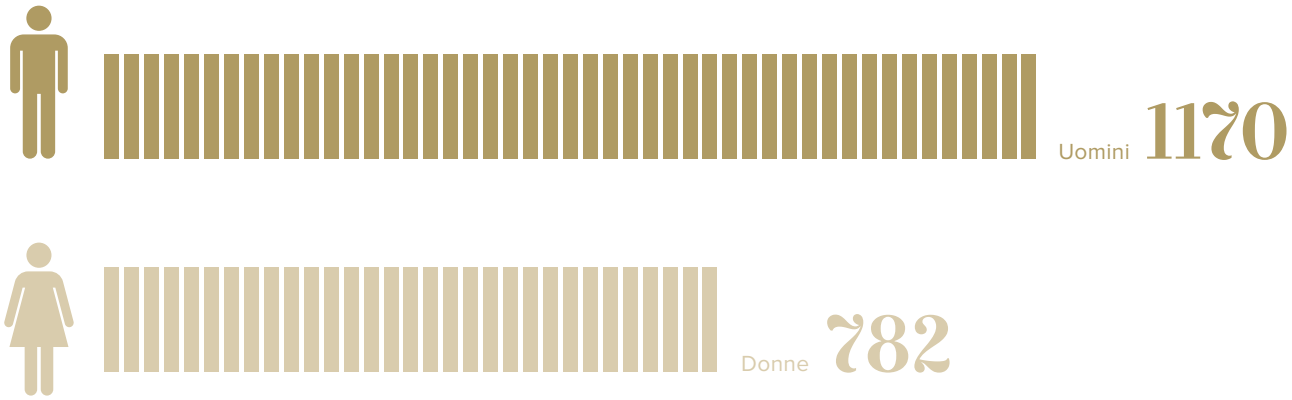
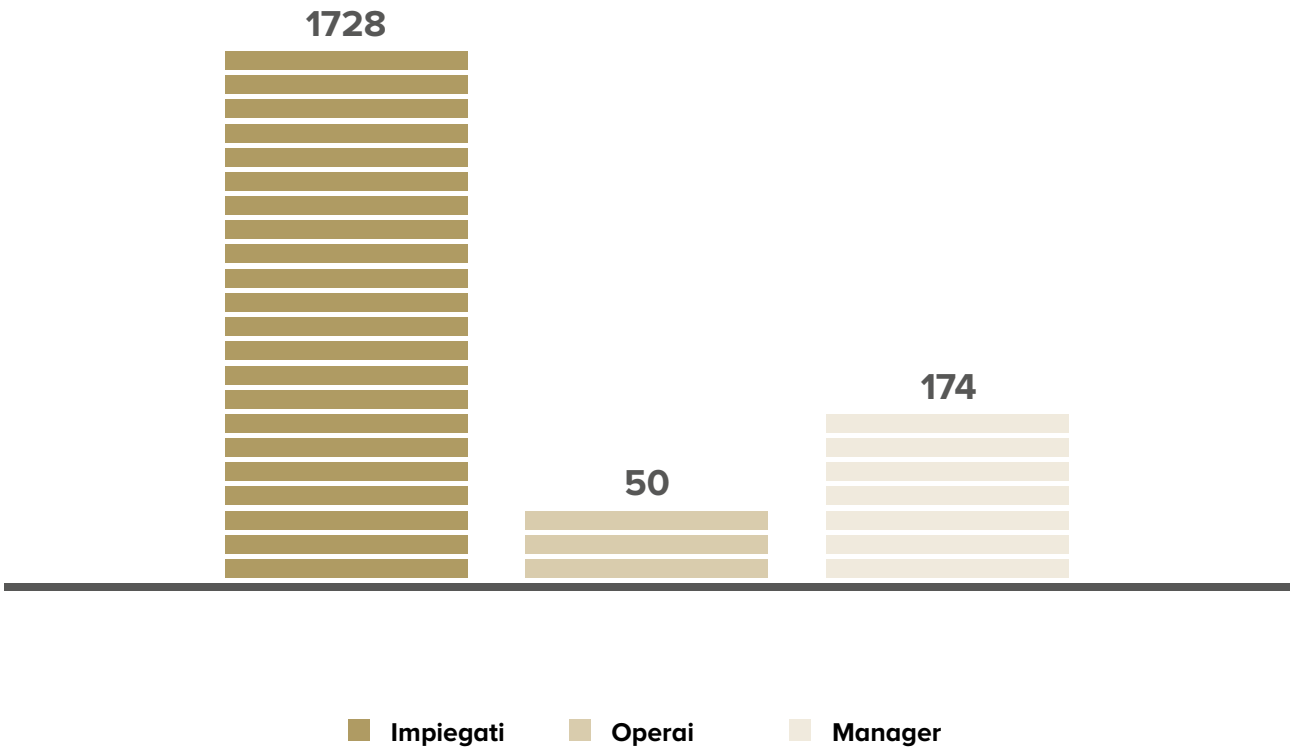


Fig. 23 – Persone che hanno ricevuto una valutazione delle performance per qualifica, numero [GRI 404-3]



La salute e la sicurezza delle nostre persone

La promozione della sicurezza e della salubrità degli ambienti di lavoro rappresenta per il Gruppo De'Longhi un imperativo portato avanti non solo in risposta ai requisiti di legge, bensì attraverso continue azioni di prevenzione e miglioramento del benessere dei dipendenti. Il tema è presidiato dalla funzione Risorse Umane e dalle persone delegate sull'adempimento degli obblighi in materia di salute e sicurezza, quali ad esempio il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione per l'Italia e i responsabili degli stabilimenti per la Cina e la Romania.

In aggiunta alla normativa di riferimento dei paesi in cui opera, il Gruppo De'Longhi ha sviluppato un modello organizzativo in linea con i requisiti della norma OHSAS 18001, volto a presidiare la salute e la sicurezza delle persone per gli stabilimenti del Gruppo. In particolare, lo stabilimento produttivo in Italia ha ottenuto, attraverso specifici audit, la validazione UNI-INAL. Tale modello, inoltre, verrà esteso nei prossimi anni allo stabilimento produttivo rumeno.

Nell'ultimo anno, il Gruppo De'Longhi ha inoltre proseguito i propri investimenti atti a migliorare la salute e la sicurezza all'interno di tutti gli stabilimenti produttivi. [GRI 103-2, 103-3]

Il benessere dei propri dipendenti

Il Gruppo De'Longhi è costantemente impegnato nello sviluppo e nell'implementazione di azioni volte a migliorare il benessere dei propri lavoratori, con particolare riferimento ai dipendenti occupati presso i quattro stabilimenti produttivi. Per questo motivo negli anni sono state implementate numerose azioni migliorative, come l'ottimizzazione dell'ergonomia delle postazioni di lavoro, la riduzione dei principali rischi per la salute legati alla movimentazione manuale dei carichi, alla ripetitività dei movimenti e all'uso prolungato della forza. È stato inoltre avviato il progetto "Benessere", in collaborazione con l'Università di Padova, che prevede iniziative di informazione e formazione, quali ad esempio corsi di ginnastica propedeutica al lavoro, colloqui mirati con i dipendenti per elaborare un programma di esercizi personale e video informativi sulla corretta postura da tenere durante determinate attività, consentendo così di diffondere una cultura della salute e della prevenzione dei rischi correlati.

Nel 2018 il Gruppo ha proseguito gli investimenti in questo ambito attraverso la sostituzione di alcune strumentazioni obsolete negli impianti produttivi italiani, volte a migliorarne l'ergonomia durante l'utilizzo. Inoltre dal 2018, per tutti gli operai degli stabilimenti produttivi italiani, il contratto integrativo di De'Longhi ha previsto un aumento della durata media delle pause, vedendo così un incremento minimo di 4 minuti distribuito all'interno delle pause previste lungo la giornata lavorativa. Il risultato, frutto della collaborazione tra sindacati e la funzione risorse umane, è testimonianza di un impegno del Gruppo De'Longhi che va oltre le condizioni previste dalla Contrattazione Collettiva Nazionale.

Nello stabilimento di Cluj Napoca durante l'anno è stata completata l'implementazione di un sistema di semafori volto a migliorare la viabilità all'interno delle zone di passaggio e sono stati installati dei dispositivi per evitare cadute accidentali di pallet in partenza e arrivo all'interno delle zone di carico/scarico merci. Inoltre, l'attenzione si è focalizzata anche sullo studio di soluzioni innovative per l'incremento della capacità produttiva, quali ad esempio la robotica e l'industria 4.0, per cui sono in corso di analisi possibili iniziative che verranno implementate nei prossimi anni.

Per quanto riguarda i siti produttivi cinesi, gli investimenti 2018 hanno riguardato opere di miglioramento delle infrastrutture della mensa all'interno degli stabilimenti e l'installazione di raffrescatori d'aria ad effetto condensativo utili a ridurre la temperatura al proprio interno. Inoltre, all'interno di entrambi gli stabilimenti, è stata completata la messa in opera di nuovi sistemi di condizionamento nelle aree di carico/scarico merci e di sistemi di trattamento dei fumi nelle aree impiantistiche che producono emissioni inquinanti. A Zhongshan è stata inoltre sostituita una vernice utilizzata in alcuni prodotti, al fine di ridurne le esalazioni fastidiose per l'operatore in fabbrica. L'impegno a favore dei dipendenti degli stabilimenti cinesi prosegue anche promuovendo, su base volontaria, una visita medica con frequenza annuale per tutti i lavoratori che svolgono mansioni considerate "a rischio". Un ente terzo è stato inoltre incaricato, sempre su base volontaria, di effettuare audit in materia di salute e sicurezza.

Nel corso del 2018, si è registrata una diminuzione dell'8% del numero di infortuni, con 80 infortuni registrati rispetto agli 87 nel 2017. L'indice di frequenza globale relativo agli infortuni risulta in diminuzione di circa il 10% con un valore di 4,16 nel 2018 rispetto a 4,64 nel 2017, ad indicare che, a parità di ore lavorate, il rischio di incorrere in un infortunio è minore. Per quanto riguarda la popolazione maschile, l'indice di frequenza relativo agli infortuni è in diminuzione di circa il 16% rispetto al 2017, mentre per le dipendenti donne, lo stesso indicatore risulta in leggero aumento di circa il 5%. Per maggiori informazioni sulla metodologia di calcolo dell'indice di frequenza degli infortuni si rimanda alla Nota Metodologica.

L'indice di frequenza delle malattie professionali, seppure la numerosità dei casi sia estremamente contenuta (quattro casi registrati nel biennio 2016-17 e 3 nel 2018), risulta in leggera diminuzione nel 2018 con un valore complessivo pari a 0,16. Per i dipendenti uomini risulta azzerato, mentre per le dipendenti donne presenta valori in diminuzione del 3% circa. Per maggiori informazioni riguardo alla metodologia di calcolo dell'indice di frequenza delle malattie professionali si rimanda alla Nota Metodologica.

L'indice di gravità degli infortuni nel 2018 si attesta a 0,13 rispetto allo 0,11 del 2017. Per maggiori informazioni riguardo alla metodologia di calcolo dell'indice di frequenza delle malattie professionali si rimanda alla Nota Metodologica.

Per quanto riguarda il tasso di assenteismo si può notare un leggero aumento per la popolazione maschile e femminile con un valore complessivo di 2,28 nel 2018 rispetto al 1,99 registrato nel 2017.

Fig. 24 – Indice di frequenza infortuni [GRI 403-2]

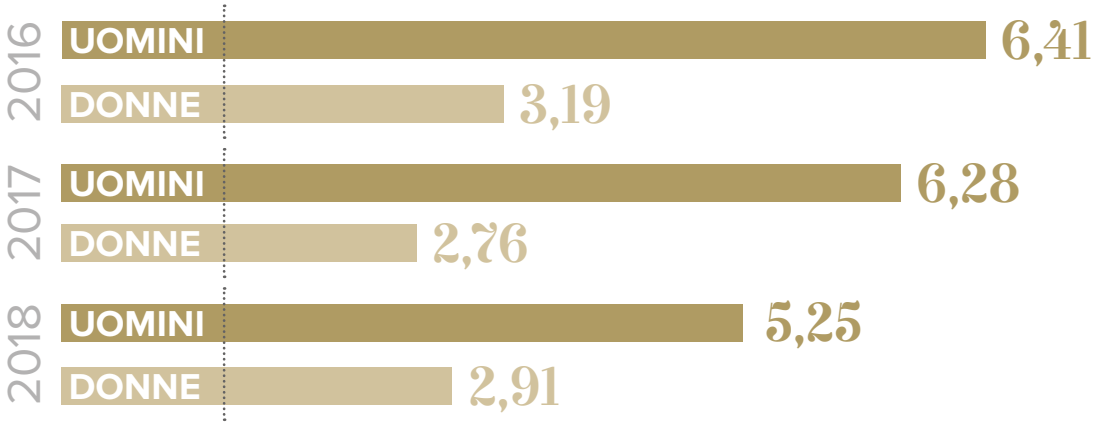


Fig. 25 – Indice di frequenza malattie professionali GRI 403-2]

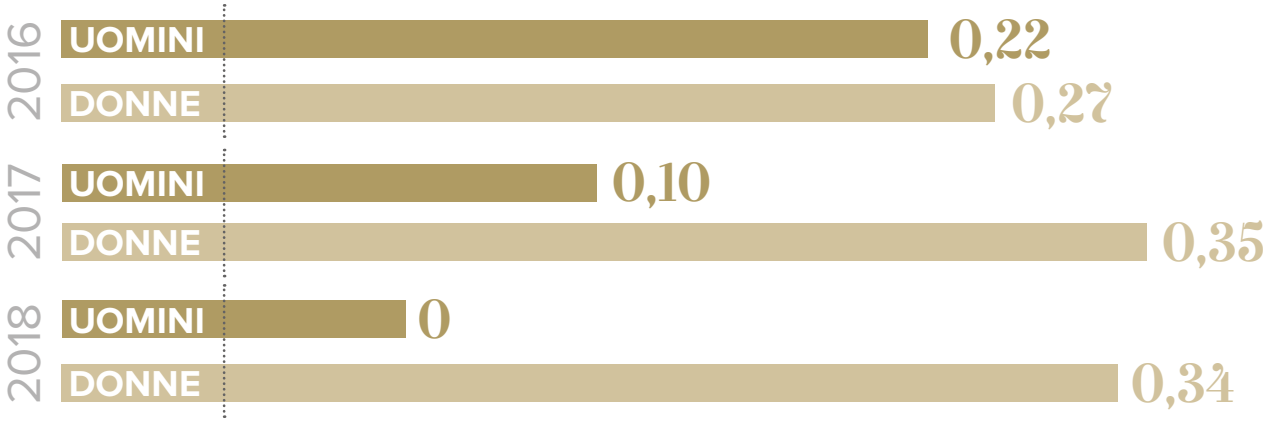


Fig. 26 – Indice di gravità [GRI 403-2]

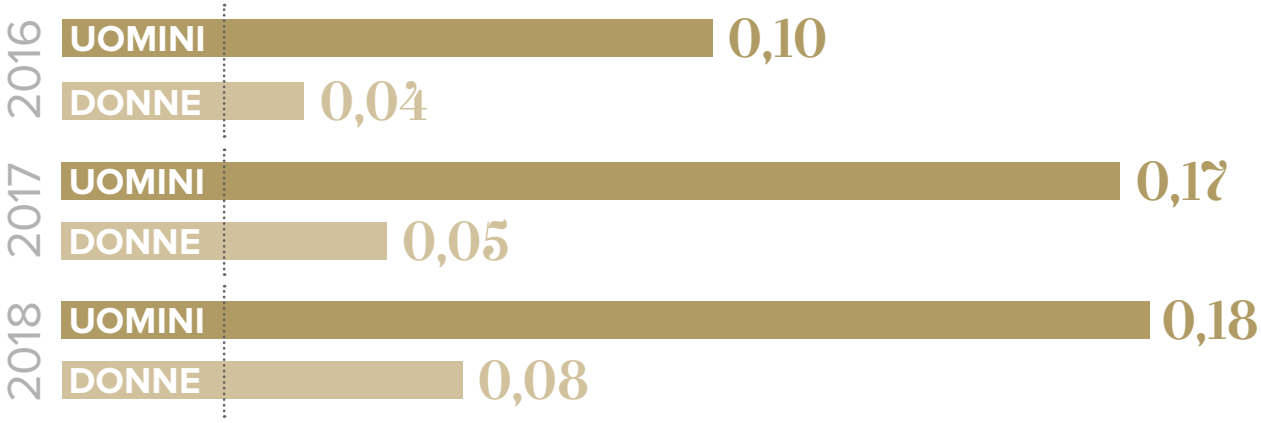
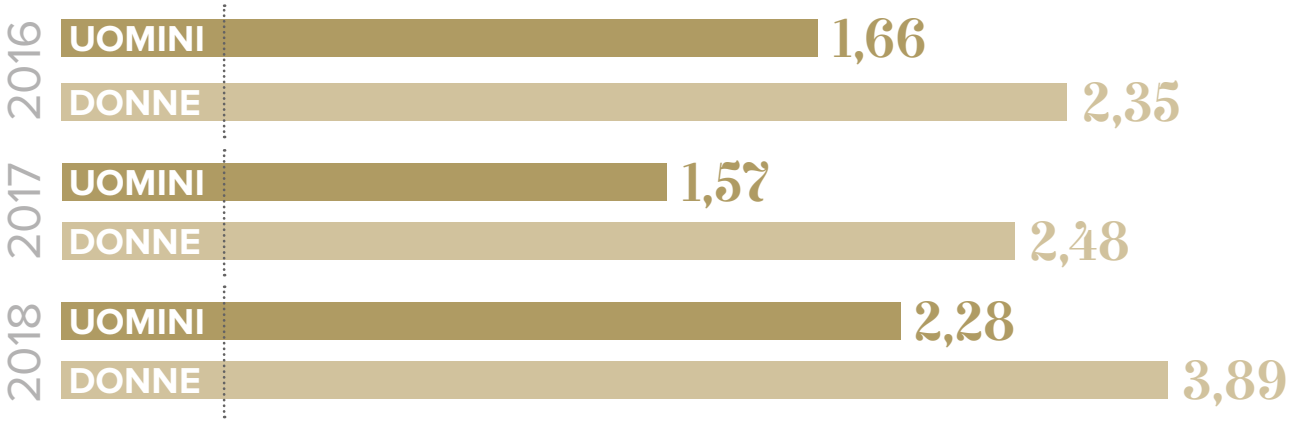


Fig. 27 – Tassi di assenteismo [GRI 403-2]



3_ I nostri prodotti: qualità, innovazione e sostenibilità

Integrating sustainability in product design and innovation

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, nonchè nello sviluppo di una tecnologia capace di abilitare e favorire stili alimentari salutari per i nostri consumatori.

Highlights 2018

tonnellate di CO_2
761
evitate grazie all'attività di ottimizzazione del packaging

mln di €
51
investiti in attività di ricerca e sviluppo

Tutte le macchine da caffè superautomatiche almeno in Classe energetica A

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

3.1_ I più elevati standard di progettazione

In qualità di leader nella maggior parte dei mercati in cui opera, il Gruppo De'Longhi intende mettere a disposizione le proprie competenze e passioni per anticipare e soddisfare le esigenze dei consumatori finali e dei clienti.

L'**innovazione**, caratteristica distintiva e parte integrante della strategia del Gruppo, è tutelata attraverso appositi brevetti gestiti a livello centrale. Il processo di progettazione di nuovi prodotti è guidato da procedure specifiche di NPD (New Project Development) a livello integrato, e coinvolge diverse funzioni aziendali, a partire dagli uffici tecnici, passando per le funzioni di Marketing e Design. Gli uffici tecnici sono presenti negli uffici di Treviso (Italia), Francoforte (Germania), e Havant (Regno Unito), ed in totale occupano oltre 350 persone. La loro funzione consiste nel progettare soluzioni e individuare i materiali conformi con le legislazioni vigenti in ciascun paese, in stretto contatto con il team Regulatory della Direzione Qualità. A tal proposito, l'approccio local for global adottato dal Gruppo impone lo sviluppo di prodotti che rispettino gli standard più stringenti presenti tra gli oltre cento Paesi nei quali il Gruppo commercializza le proprie soluzioni. Inoltre, nella sede di Hong Kong è presente un ufficio tecnico responsabile dei progetti di ricerca sviluppati in partnership con i fornitori locali.
[GRI 103-2, GRI 103-3]

L'innovazione, per De'Longhi, non è intesa soltanto in termini di compliance con la normativa e gli standard più stringenti in materia di efficienza energetica, sicurezza alimentare e inquinamento acustico, ma anche nella ricerca della massima **multifunzionalità e facilità di utilizzo**, del **design** e dell'**ergonomia**, della **silenziosità**, dell'**affidabilità**, della **ricercatezza dei materiali**, della **durabilità** del prodotto e dell'efficienza energetica, con particolare riguardo all'area comfort, nonché nello sviluppo di una tecnologia capace di abilitare e favorire **stili alimentari salutari**. In un settore in cui la pratica dell'obsolescenza programmata risulta uno dei principali ostacoli alla realizzazione di un modello virtuoso di economia circolare, il Gruppo De'Longhi continua a investire nella ricerca e nello sviluppo di prodotti con prestazioni nel lungo termine e con componenti di facile smontaggio e pulizia (vedasi paragrafo *"Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto"*).

Di particolare rilievo è inoltre la continua spinta alla digitalizzazione dei mercati e dei consumatori, motivo per cui il Gruppo investe nello sviluppo di soluzioni innovative legate ad esempio al cosiddetto Internet of Things e alla connettività, per il controllo da remoto dei prodotti. In un contesto in cui i concetti di smart city e smart home sembrano sempre più presenti, tali tecnologie potranno essere parte integrante della quotidianità delle persone e permetteranno, tra le altre cose, il controllo dei consumi e l'attivazione degli apparecchi da remoto con conseguente beneficio in termini di riduzione dei consumi energetici (vedasi box *I principali prodotti lanciati nel 2018*).

Il gradimento del prodotto da parte del consumatore viene valutato attraverso panel test dedicati, sia prima che dopo il lancio sui mercati. Tali analisi permettono inoltre di verificare la brand reputation di De'Longhi.

Lo sviluppo di prodotti innovativi è inoltre promosso e sostenuto attraverso una proficua collaborazione con alcuni partner commerciali, quali ad esempio Nestlé Nespresso e Nescafé Dolcegusto, per i quali il Gruppo De'Longhi progetta e produce un insieme di prodotti per il caffè. [GRI 103-2, GRI 103-3]

La missione quotidiana nell'assicurare qualità, design unici, ergonomia e affidabilità non può prescindere l'impegno a favorire la sostenibilità lungo tutta la filiera produttiva - dall'ideazione all'utilizzo dei nostri prodotti - che va di pari passo con l'innovazione, vero marchio distintivo del Gruppo De'Longhi. È in quest'ottica responsabile che, anche durante il 2018, numerose sono state le iniziative a favore dell'ambiente, integrando la sostenibilità nel design di prodotto e nella ricerca e sviluppo di prodotti innovativi.

Nel corso del 2018, con l'obiettivo di potenziare la capacità innovativa, il Gruppo ha continuato il **piano di investimenti**, iniziato nel 2015, su risorse umane ed attrezzature in Italia, in Cina e in Romania, con il duplice scopo di supportare le strutture corporate nella ricerca e sviluppo dei prodotti e di sostenere con maggiore efficacia le produzioni locali. Complessivamente, gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo sono stati pari a **51 milioni di Euro** (2,5% del fatturato) nel corso del 2018, sostanzialmente in linea con l'anno precedente (2,6%). Degli investimenti in attività di ricerca e sviluppo spesi nel 2018, 12,2 milioni di Euro sono stati capitalizzati tra le immobilizzazioni immateriali.
[GRI 103-2, GRI 103-3]

Giovani designer in ricerca

Il “Progetto Simbiosi” e le partnership con le università

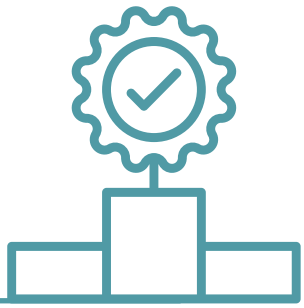
Le partnership con le migliori università italiane sono in costante e proficua attività. Con una classe dell’Università di Padova è invece in corso un’attività di ricerca e sviluppo per la gamma di riscaldamento portatile, al fine di individuare un materiale che permetta naturalmente l’accumulo termico, che sia quindi in grado di rilasciare calore senza un utilizzo ulteriore di energia elettrica: un esempio di innovazione sostenibile, verso cui il Gruppo protende con sempre più convinzione. Inoltre, i vincitori dell’edizione 2017 del Progetto Simbiosi, sono stati accolti con uno stage aziendale di tre mesi: gli studenti, provenienti dal Politecnico di Milano e dalla Sapienza di Roma (Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell’Architettura), hanno così modo di mettere in pratica le proprie conoscenze e idee. I progetti di stage continueranno lungo tutto il 2019.

La collaborazione con il POLI.Design

Durante il 2018 è iniziata una collaborazione con il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano (POLI.Design), con cui è tutt’ora in progresso un progetto di rivisitazione del design della gamma dei radiatori elettrici, coadiuvato da De’Longhi Academy. L’obiettivo del progetto è stato quello di sviluppare nuovi concetti di prodotto da applicare ai radiatori con chiaro riferimento alla sostenibilità, al benessere del consumatore e alla consumer experience, per rafforzare il ruolo di De’Longhi come leader di categoria e sostenere un posizionamento premium. La metodologia proposta da POLI.design è stata quella di realizzare un "Design Competition Workshop" coinvolgendo gruppi di studenti guidati da tutor dell’Istituto con l’obiettivo di proporre a De’Longhi delle soluzioni innovative attraverso sessioni creative. In particolare l’attività si è svolta in 3 fasi:

1. Desk research e analisi dei trend: ricerca mirata al comfort domestico, al benessere ambientale e agli stili di living internazionali al fine di identificare degli scenari di progetto;
2. Generazione delle Idee: i designer hanno lavorato alla realizzazione di 15 progetti “concept” prendendo spunto dall’attività della fase 1;
3. Sviluppo del Concept: dopo un’attività di selezione da parte di De’Longhi si sono individuati 3 progetti su cui focalizzare la fase di sviluppo dettagliando l’architettura ed il layout dei progetti selezionati ed introducendo possibili materiali ed idee innovative.

I risultati di questa ultima fase hanno permesso di attivare lo sviluppo di potenziali nuovi prodotti che sono ad oggi in corso.



Il “BraunPrize 2018”

Da ormai 20 anni, ogni 3 anni il BraunPrize raccoglie idee di design innovative e creative, mettendo in competizione studenti e giovani talenti provenienti da tutto il mondo: per l’edizione 2018, 3.087 candidati da 107 paesi si sono messi in gara, con l’obiettivo di aggiudicarsi i 75.000$ di premio in denaro o almeno una menzione sul sito. La sfida? “Design for what matters”: ideare e creare soluzioni in grado di migliorare la qualità di vita delle persone. I 10 progetti vincitori sono riconosciuti per significatività, sostanzialità e utilità. Tra i vincitori dell’edizione 2018, ci sono anche quattro premi dedicati alla sostenibilità (2 per la categoria “studenti” e due per i “giovani talenti”), tra i quali emergono progetti come: un purificatore di acqua composto da materiali semplici e comuni (come la ceramica), un vaso composto da fertilizzante compresso che, attraverso l’annaffiatura, si decompone rilasciando nutrienti per le piante e un mulino a vento “artigianale” ed economico in grado di generare energia.

New Designers Kenwood Appliances Award

Durante il 2018, in continuità con gli anni passati, il marchio Kenwood ha partecipato all’ormai noto evento “New Designers”, che ogni anno raccoglie le idee di oltre 3.000 laureati provenienti dalle migliori università di design del Regno Unito. L’evento permette a giovani talenti di esporre i propri lavori, facendosi conoscere al pubblico e avvicinandosi al mondo del lavoro.

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

L'impegno del Gruppo De'Longhi nei confronti dell'ambiente e della società parte fin dalla prima fase della catena del valore, ovvero dall'approvvigionamento delle materie prime e dall'ideazione di prodotti che abbiano il minor impatto possibile sull'ambiente e sulle persone con cui il Gruppo è a contatto. Tra i diversi obiettivi che il Gruppo si pone come priorità, emergono: l'utilizzo di materiali per il *packaging* alternativi alla plastica, o comunque a minor impatto ambientale; l'utilizzo di materiali alternativi, riciclabili o recuperabili all'interno della filiera produttiva una volta raggiunto il fine-vita; l'efficienza energetica dei prodotti in fase di utilizzo; la promozione di stili di vita sostenibili da parte dei consumatori.

Tali volontà e obiettivi hanno generato una serie di iniziative puntuali e integrate, che rappresentano l'impegno diretto del Gruppo, in coerenza con gli obiettivi di sviluppo sostenibile che sono stati fissati.

Un'innovazione ogni giorno più green

Tra le diverse iniziative messe in atto dal Gruppo per promuovere un design di prodotto sempre più sostenibile, vi è l'attività di ricerca e sviluppo che lungo il 2018 è stata particolarmente attiva. In particolare, coadiuvato da una società esterna specializzata e il Politecnico di Milano, il team R&D di Braun ha condotto un *Life Cycle Assessment* (LCA) su un proprio *hand blende*r, per capirne gli impatti lungo tutto il ciclo di vita del prodotto e individuare soluzioni utili a mitigarli. Il risultato del LCA potrà contribuire al possibile design di un *hand blender* a minor impatto ambientale nel futuro.

Un packaging ogni giorno più sostenibile

Da diversi anni, il Gruppo De'Longhi attiva numerose iniziative di analisi e di efficientamento e riduzione dei materiali utilizzati per il *packaging* dei prodotti, che hanno permesso di ottenere risultati molto soddisfacenti in termini sia ambientali sia economici, con la riduzione dei costi per l'approvvigionamento di tali materie.

Relativamente alle scatole di cartone utilizzate per i robot da cucina e le impastatrici planetarie, ad esempio, nel 2017 è stata avviata un'attività di ridimensionamento che ha permesso, per alcune categorie di prodotto, di ottenere dei miglioramenti dell'ordine dell'8% in termini di riduzione del volume.

Nello stabilimento in Romania, presso il quale è operativa da diversi anni la funzione di Packaging Engineering, nel 2017 sono stati sviluppati nuovi design che hanno permesso di ottimizzare gli imballi di prodotto finito per le macchine per caffè Dolcegusto, ridotti di circa il 20%, nonché i costi logistici ad essi correlati: il numero di scatole per pallet è passato da 24 a 36 con conseguente beneficio in termini di riduzione dei costi di trasporto per prodotto, sia economici che ambientali. Quest'ultima iniziativa, già messa in atto nel 2017, è proseguita con successo anche lungo il 2018. Durante l'anno, la funzione di Packaging Engineering si è inoltre focalizzata su un nuovo progetto di standardizzazione degli imballi di cartone utilizzati all'interno del sito produttivo con l'obiettivo di ridurre i consumi di materiale. Le iniziative messe in atto hanno già portato ad un risparmio di circa 630 tonnellate di legno grazie alla riduzione del numero di pallet utilizzati per il trasporto e a una diminuzione del numero di camion utilizzati che ha permesso di evitare l'emissione di circa 693 tonnellate di CO_2.

Presso gli stabilimenti cinesi, nel 2018, per la movimentazione interna della merce, sono stati utilizzati imballi prodotti utilizzando materiale di scarto derivante dalla produzione ed è stato implementato un software che permette di ottimizzare il carico dei container riducendo così i costi ambientali legati al trasporto di ogni singolo prodotto.
Inoltre, è attualmente in fase di test, su due categorie di prodotto, un progetto di riduzione del cartone utilizzato per l'imballaggio dei prodotti finiti; i risultati hanno evidenziato significative riduzioni sia in termini di container non utilizzati (76 container all'anno) e di conseguenza viaggi in nave evitati, sia in termini di cartone risparmiato, circa 265 tonnellate.

Complessivamente, le attività di ottimizzazione e riduzione del materiale utilizzato per il packaging avviate durante l'anno presso gli stabilimenti del Gruppo hanno permesso di ottenere risultati molto soddisfacenti in termini sia ambientali sia economici, con un beneficio in termini di emissioni di CO_2 evitate stimabile in 761 tonnellate per il cui assorbimento sarebbero stati necessari 3,3 km^2 di foreste in un anno.

Sono infine attualmente in fase di studio alcune “smart solutions” che permettano di ridurre ulteriormente il materiale plastico o non riciclabile usato non soltanto per gli imballaggi di prodotti finiti, ma anche per le componenti utilizzate lungo il processo produttivo all’interno degli stabilimenti.

Tra queste, nel 2017 è stato lanciato un progetto per ridurre i costi e i consumi di film di plastica utilizzato per avvolgere le scatole sui relativi bancali adibiti al trasporto che ha portato alla sostituzione della tradizionale tavola rotante, lo strumento utilizzato per impacchettare i prodotti, con una più moderna ed efficiente in grado di ridurre i consumi di film utilizzato di circa il 50%. La scelta di una nuova tipologia di film, in grado di garantire ottime performance in termini di forza di serraggio e risparmio di materiale, inoltre, ha permesso di ottenere un’ulteriore riduzione fino al 47% del film utilizzato.

Prodotti connessi

Le macchine superautomatiche De’Longhi connesse con tecnologia Bluetooth - i cui primi prodotti sono presenti sul mercato dal 2015 - possono essere controllate da remoto attraverso un dispositivo mobile e consentono pertanto il massimo grado di personalizzazione delle bevande. Il Gruppo intende continuare a investire nello sviluppo di macchine connesse, attraverso reti e sistemi diversi come il Wi-Fi, in funzione delle promettenti potenzialità. L’evoluzione delle macchine connesse permetterà, infatti, di perseguire il continuo miglioramento della capacità di scelta delle ricette da remoto, nonché anticipare eventuali anomalie di funzionamento, assicurando un’assistenza efficace e tempestiva. A tal proposito, è attualmente in fase di sviluppo una linea di macchine da caffè che permetta la connessione tramite Wi-Fi, oltre che con tecnologia Bluetooth già disponibile sul mercato con le macchine superautomatiche De’Longhi.

Anche nel settore dei prodotti per la cottura dei cibi e per il comfort, la ricerca di nuove interfacce utente e prodotti abilitati alla connessione in rete ha guidato l’attività di sviluppo del Gruppo. Oltre all’offerta disponibile per il mercato Giapponese di prodotti Apple Homekit per il riscaldamento nel 2018 è stata anche lanciata una soluzione integrata capace di offrire una migliore qualità del sonno. La soluzione, integrata con Apple Watch, permette infatti un settaggio di temperatura dell’apparecchio in funzione delle differenti fasi del sonno misurate con parametri biometrici.

Nel 2019, all’interno del mercato europeo è stato introdotto un deumidificatore in grado di connettersi tramite tecnologia Wi-Fi. Inoltre, recentemente, sono stati lanciati i primi prodotti connessi a marchio Kenwood, sviluppati grazie alla collaborazione con il Centro Internazionale di Design&Ricerca del Cardiff Metropolitan University con il quale il Gruppo collabora continuativamente da sei anni nell’ambito dello studio dell’influenza della connettività sui prodotti da cucina.

Prodotti energeticamente efficienti, per le massime prestazioni a minor impatto

La ricerca di prodotti sempre più efficienti dal punto di vista energetico, tema molto discusso a livello normativo, è uno dei driver che guida la progettazione di Gruppo, in tutte le aree di sviluppo.

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

Oggi, tutte le macchine da caffè superautomatiche De'Longhi risultano almeno in classe A, così come tutte le macchine Lattissima e le macchine manuali con controllo elettronico come Dedica.

Inoltre, tutte le macchine manuali per il caffè, più energivore rispetto alle superautomatiche che ottimizzando i consumi durante l'uso permettono già di minimizzare i costi energetici, sono dotate di un sistema che ne permette lo sgancio dalla rete o l'autospegnimento dopo un periodo di inutilizzo, con conseguente risparmio in termini di energia elettrica. La modalità "Eco-mode" permette di risparmiare l'utilizzo di energia in fase di riscaldamento delle macchine superautomatiche ed è stata ulteriormente implementata la funzione stand-by per tutte le gamme di prodotti, con livelli di consumo energetico più bassi rispetto ai requisiti normativi.

La disciplina europea negli ultimi anni ha predisposto diversi regolamenti in materia di efficienza energetica. Nello specifico, il Regolamento UE n.666 del 2013 disciplina le conformità degli aspirapolvere in termini di consumi energetici, di informazioni di prodotto e di durabilità. Per quanto riguarda i prodotti del comfort, in tema di riscaldamento elettrico, il nuovo regolamento UE n.1188 del 2015 sancisce il livello di efficienza energetica per tutti i prodotti di tale tipologia. I prodotti De'Longhi sono stati ovviamente adattati alla normativa e rispondono di tutti i requisiti, dimostrando prestazioni superiori rispetto alla media del mercato. Negli Stati Uniti, De'Longhi ha adeguato il segmento dei condizionatori portatili alle linee guida in termini di efficienza energetica predisposte dagli standard nazionali "*Appliance & Equipment Standards*" indicati dal *Department of Energy* (DOE). Lungo il 2018, inoltre, per i prodotti con circuito frigo per il mercato europeo, è stata avviata un'iniziativa di sostituzione del gas refrigerante a elevato potenziale di riscaldamento globale con gas propano a minor impatto in termini di persistenza e potenziale di riscaldamento in accordo con il regolamento UE n. 517/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 16 aprile 2014 sui gas fluorurati a effetto serra.

A prova del suo impegno a garantire le migliori prestazioni energetiche dei propri prodotti, infine, nel 2016 il Gruppo ha lanciato il pinguino PAC EX100 SILENT che, con classe di efficienza A++, è il condizionatore portatile più efficiente del mercato Europeo. Caratterizzato dalla tecnologia DC a corrente continua per i motori dei ventilatori, introdotta per la prima volta in un prodotto di questo tipo, e dal controllo software dedicato, che consente uno spettro di regolazioni più ampio e preciso, il prodotto permette di ottenere una significativa riduzione dei consumi.

Per le kitchen machine a marchio Kenwood, è attualmente in corso l'implementazione di nuove funzionalità che permettano di razionalizzare tempi di cottura e temperature nella fase di riscaldamento del cibo, contribuendo ad ottimizzare di conseguenza i consumi energetici durante l'utilizzo.

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

In fase di sviluppo delle macchine da caffè vengono eseguiti numerosi test di vita, sia sui componenti, sia sui sottogruppi e sul prodotto finito. In particolare vengono eseguite alcune migliaia di erogazioni di bevande in condizioni standard di utilizzo per verificare l'affidabilità del prodotto.

Oltre alla capacità di assicurare un significativo numero di cicli, l'attività di progettazione del Gruppo è guidata dallo sviluppo di prodotti smontabili, al fine di assicurare così il massimo grado di riparabilità. La facilità di smontaggio delle macchine per il caffè superautomatiche e degli handblender a marchio Braun, unitamente alla caratteristica "Dish washer safe" che assicura la lavabilità in lavastoviglie, permettono inoltre di ridurre i consumi idrici e l'utilizzo di inquinanti chimici connessi alle attività di lavaggio.

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

Con particolare riferimento alla macchina Lattissima è stato brevettato un sistema dalle caratteristiche innovative che rende il prodotto facilmente smontabile in cinque pezzi lavabili in lavastoviglie, compresa la caraffa. Il nuovo sistema consente inoltre di utilizzare solamente la quantità di latte presente all'interno della caraffa permettendo una riduzione degli sprechi. La macchina, infine, è in grado di funzionare con diverse tipologie di latte, compreso il latte vegetale, adeguandosi alle molteplici esigenze alimentari.

Le macchine da caffè De'Longhi, inoltre, non richiedono particolare manutenzione, a parte il normale ciclo di decalcificazione per la rimozione del calcare per il quale il Gruppo ha sviluppato un prodotto specifico a base di acido lattico, "Ecodecalc", prodotto naturale, sicuro e rispettoso dell'ambiente.

La qualità e la durabilità dei prodotti De'Longhi, in costante miglioramento, passa anche e soprattutto attraverso l'innovazione sostenibile, volta nello specifico ad aumentare la riparabilità dei prodotti, evitando la produzione di rifiuti causati da rottami a fine vita. Ad esempio, per le kitchen machine a marchio Kenwood, durante l'anno sono stati standardizzati i gruppi di riduttori dei motori, permettendo così di efficientare il processo sostituzione di pezzi guasti e quindi la riparabilità. Al fine di monitorare le prestazioni nell'ottica del *continuous improvement*, è in fase di studio un "indice di riparabilità", che sarà implementato prossimamente. Per l'area home care, è stato invece studiato un nuovo design delle piastre dei prodotti da stiro, che permettono di diminuire la formazione di calcare migliorandone quindi la durabilità.

Presso lo stabilimento di Zhongshan, è stata inoltre sostituita la vernice per la produzione dei radiatori elettrici ad olio ottenendo importanti benefici sia per gli operatori in fabbrica sia per gli utilizzatori finali; in particolare, la nuova vernice ha ridotto le esalazioni e gli odori rilasciati dal prodotto nei primi periodi di funzionamento, migliorando l'esperienza di utilizzo dei nostri clienti finali.

Promuovere stili di vita salutari

La recente diffusione di trend salutisti e di abitudini alimentari sempre più sane ha spostato l'attenzione di un numero sempre più crescente di consumatori verso tipologie di prodotti da cucina capaci, ad esempio, di mantenere inalterati i principi nutritivi degli alimenti. In quest'ottica, il Gruppo De'Longhi è costantemente attivo nella ricerca e sviluppo e attraverso collaborazioni con le università per garantire la sicurezza per i consumatori riguardo al *food contact*. Le macchine da caffè superautomatiche a marchio De'Longhi rispondono perfettamente a tali esigenze; grazie, infatti, alla caldaia con controllo elettronico della temperatura sono in grado di mantenere la temperatura di estrazione entro i limiti consigliati dagli standard internazionali di settore, lasciando inalterate le proprietà organolettiche del caffè ed esaltandone al massimo il gusto e l'aroma. Negli ultimi anni, inoltre, il Gruppo ha iniziato una collaborazione con l'Università di Padova che ha portato allo sviluppo di una macchina per il caffè capace di utilizzare latte vegetale per la preparazione delle bevande, per rispondere alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

La ricerca di prodotti in grado di rispondere alla richiesta di alimenti sani da parte dei consumatori, ha guidato anche lo sviluppo dei prodotti a marchio Kenwood. La linea di estrattori Pure Juice (si veda: **I principali prodotti del Gruppo De'Longhi**), grazie alla Scrolling Technology che permette il funzionamento dell'estrattore a lenta rotazione (48 giri di rotazione al minuto), consente di ridurre il surriscaldamento e l'ossidazione degli ingredienti permettendo di spremere frutta e verdura senza intaccarne le proprietà nutritive. Le bevande conservano così più a lungo il sapore e il colore naturale degli ingredienti. Gli sviluppi in questo settore sono stati possibili anche grazie alla proficua collaborazione avviata con l'Università di Reading che ha portato il Gruppo a finanziare l'attività di ricerca sugli aspetti nutrizionali. Tale lavoro ha permesso di approfondire e comprendere meglio gli effetti del calore, dell'ossigeno, della velocità delle lame e delle azioni di miscelazione dei frullatori sulle proprietà nutritive degli alimenti.

In questo filone si inserisce la nuova gamma di friggitrici Multifry, capace di cuocere gli alimenti tramite aria calda riducendo notevolmente il contenuto di grassi. Secondo test eseguiti in laboratorio, infatti, la Multifry De'Longhi permette di cuocere un chilo di patatine fresche con un cucchiaio di olio vegetale e mantiene allo stesso tempo la croccantezza e il sapore. Questa tecnica di cottura, inoltre, permette di eliminare la problematica dello smaltimento degli oli vegetali, riducendo l'impatto ambientale dell'olio di frittura e limitandone la gestione a livello domestico.

I risultati sul gradimento del prodotto da parte dei consumatori sono riportati nel box *"La soddisfazione dei nostri consumatori"*.

Nell'area comfort durante l'anno è stato lanciato un deumidificatore certificato "Asthma & Allergy FriendlyTM" secondo la certificazione "Certification Mark of Allergy Standard Ltd", che garantisce ai suoi utilizzatori un ambiente salubre e confortevole.
La collaborazione proficua tra la funzione R&D e il Politecnico di Torino, alla ricerca di soluzioni uniche per il comfort delle persone, ha portato allo sviluppo di un apparecchio 3 in 1: un termoventilatore e purificatore d'aria - in grado di purificare, riscaldare e rinfrescare l'aria - il cui design aerodinamico brevettato e l'innovativa tecnologia "3D ComfortAir" permettono un'uniformità di ventilazione e un ambiente costantemente pulito. Le caratteristiche del flusso d'aria controllato, grazie al cosiddetto "effetto Coanda" - principio della fisica dei fluidi impiegato negli studi aerodinamici di progettazione delle ali di un aereo - creano una vera e propria zona tridimensionale di comfort avvolgente e uniforme, una "*comfort zone*" caldo-fresca in grado di garantire una piacevole sensazione di benessere in un modo olistico in base alle loro necessità.

I principali prodotti del Gruppo De'Longhi

Caffè

Macchine da caffè superautomatiche

Maestosa è il nuovo top di gamma marchio De'Longhi, dotato della nuova tecnologia Adaptive Grinding Technology, che garantisce un processo ottimale di macinatura del caffè, grazie al controllo elettronico. Dotata di un innovativo touch screen e connessione Bluetooth grazie ad un'APP, offre inoltre la possibilità di customizzare le bevande. Maestosa, "un capolavoro di qualità ed innovazione", è già un successo.

PRODOTTO
2018

Primadonna Elite è il top di gamma della gamma De'Longhi: insieme alle altre soluzioni volte al miglior risultato e facilità di utilizzo, aggiunge una funzionalità multibeverage, realizzando anche bevande inedite come cioccolato, cold coffee e latte schiumato freddo. Durante il 2018, inoltre, la macchina PrimaDonna Elite Experience nei modelli ECAM 550.75S ed ECAM550.55.SB è stata premiata dalla rivista inglese Which? come miglior acquisto per i risultati ottenuti in fase di test.

BEST BUY

Dinamica, col suo display touch ed una funzione di pulizia integrata ed automatica, nel 2018 ha ricevuto il premio come Migliore Acquisto nella sua categoria da parte di Altroconsumo. Anche la macchina PrimaDonna Elite ECAM 650.55 MS ha ricevuto lo stesso riconoscimento.

Tutte le macchine da caffè superautomatiche De'Longhi, inoltre, sono dotate di tecnologia thermoblock a controllo elettronico che consente di scaldare solo la quantità d'acqua necessaria per la bevanda in esecuzione e della funzione di autospegnimento dopo un periodo di inutilizzo per la minimizzazione dei consumi di energia.

Lattissima Touch

La nuova Lattissima Touch completa la gamma di macchine per il caffè a capsule Lattissima e offre la possibilità di preparare bevande a base di latte accoppiate al caffè di Nespresso. Lattissima Touch è dotata di un sistema brevettato chiamato “Automatic Cappuccino”, che la rende unica nel suo genere. La funzione di autospegnimento, inoltre, consente di ridurre i consumi energetici. Dotata di un’elegante interfaccia a sfioramento, nel 2018 è stata premiata dalla rivista inglese Which? come miglior acquisto nella sua categoria.

Macchine da caffè manuali

La Specialista è la nuova macchina manuale a marchio De’Longhi, in commercio dall’inizio del 2019. Con uno stile unico ed elegante, si posiziona nel nuovo segmento premium della categoria macchine per espresso manuali, offrendo ai consumatori la possibilità di vivere un’esperienza nella preparazione del caffè sofisticata ed equivalente a quella dei baristi. È anche energeticamente efficiente grazie ad un controllo della temperatura elettronico che oltre a garantire un’ottima estrazione del caffè, riduce notevolmente i consumi energetici.

Dedica è un prodotto di successo mondiale nella categoria macchine per caffè espresso manuali di cui De'Longhi è leader mondiale; sono macchine semplici, compatte, di facile utilizzo e dal design moderno. La tecnologia thermoblock e il controllo elettronico permettono di migliorare le prestazioni e mantenere la stabilità di temperatura ideale per l'estrazione, esaltando la qualità delle bevande e facilitando, allo stesso tempo, l'utilizzo. Durante l'anno la Dedica Style EC 685 ha ricevuto diversi riconoscimenti, tra cui: il premio come Miglior Acquisto nella sua categoria da parte di Altroconsumo, il riconoscimento come miglior acquisto nella sua categoria dalla rivista inglese Which? ed il premio come migliore acquisto dalle associazioni dei consumatori Test-Aankoop & Test-Achat e da Consumentenbond.

Macchine per Caffè filtro

Degna di nota è la macchina per caffè Americano, la Clessidra ICM17210 (modello non disponibile in Italia), vincitrice del prestigioso premio Red Dot Design Award del 2018 e anche approvata dall'European Coffee Bewing Centre, grazie ad un'infusione perfetta in linea con le norme relative alla temperatura e la durata, per una degustazione di caffè perfetta e saporita, tazza dopo tazza.

reddot design award
winner 2018

PurAroma 7

La nuova gamma PurAroma 7 come ogni macchina da caffè filtro Braun è dotata di tecnologia OptiBrewSystem per massimizzare l'aroma del caffè, grazie alla perfetta combinazione di temperatura e tempo d'erogazione.
Inoltre grazie alla sua intuitiva interfaccia permette facilmente di personalizzare il caffè.
Durante l'anno la macchina per il caffè KF7125 della gamma PurAroma 7 è stata premiata dalle associazioni dei consumatori Test-Aankoop & Test-Achat e da Consumentenbond come migliore acquisto.

BRAUN

TESTSIEGER
Haus & Garten Test

Comfort

Pinguino EX Silent A++

Con un nuovo ed innovativo design, il nuovo Pinguino, EX100 Silent raggiunge, unico nella categoria, la classe di efficienza A++, garantendo fino al 38% di risparmio energetico con un funzionamento silenzioso.
Nel 2018 è stato inoltre premiato come miglior prodotto della categoria da Stiftung Warentest.

DēLonghi

Stiftung Warentest
test
1

Termoventilatore e purificatore d'aria HFX

Il nuovo sistema 3 in 1, disponibile in Italia da settembre 2019, garantisce la massima pulizia dell'aria (eliminando il 99,9% dei batteri) e comfort per tutte le stagioni, grazie all'innovativa tecnologia brevettata "3D Comfort Air" e al suo design unico che permette uniformità di ventilazione dell'ambiente. Ottimizza i consumi energetici tramite la funzione ECO, per il benessere delle persone e dell'ambiente.

PRODOTTO
2018

Homecare

CareStyle

La nuova generazione di sistemi stiranti CareStyle 7 di Braun permette di ottenere elevate prestazioni grazie ai livelli di vapore continuo e alla facilità di scorrimento della piastra Eloxal con tecnologia 3D BackGlide Inoltre, la tecnologia ICare permette di stirare tutte le tipologie di capi senza rischi di aloni o danneggiamento.

Il modello IS 7155 CareStyle Pro è stato premiato dalle associazioni dei consumatori Test-Aankoop & Test-Achat e da Consumentenbond come migliore acquisto durante il 2018.

Preparazione dei cibi

Multigrill

MultiGrill è l'innovativa griglia digitale De'Longhi, con regolazione separata di temperatura delle due piastre, entrambe removibili, dotata di applicazione mobile dedicata e di vassoio raccogli grasso. Multigrill, inoltre, consente cinque diverse funzioni per adeguarsi alle molteplici esigenze di cottura per i differenti alimenti. Nel 2018, infine, il modello CGh1020D è stato vincitore dei test condotti da Haus und Garten, ricevendo un riconoscimento tra i migliori prodotti della sua categoria.

Kitchen machines Kenwood

Le impastatrici della linea Kenwood Chef e Cooking Chef sono dotate di movimento planetario che permette di impastare, sbattere e frullare con facilità qualsiasi ingrediente. Inoltre, la kitchen machine Cooking Chef Gourmet, con cottura a induzione, è l'unica impastatrice che permette di cuocere fino a 180°C.
Durante il 2017, inoltre, il Kenwood Chef KVL7325S è stato premiato dalla rivista tedesca Haus und Garten Test Magazin come miglior prodotto della sua categoria per i risultati ottenuti in fase di test. Infine, i modelli chef Cooking Chef sono stati premiati di prestigiosi premi di design come il Red Dot Product Design e i Good Design Award in Australia nel 2017.
Infine, il modello Titanium XL KVL 8300S è stato insignito del premio come miglior prodotto dall'associazione dei consumatori norvegese TEK.NO durante il 2018.

Kmix

Le macchine multifunzione Kmix sono dotate di un movimento planetario che assicura prestazioni elevate. Grazie alla regolazione elettronica della velocità di lavorazione, permettono di lavorare senza sbalzi, garantendo risultati da professionisti. Potente, versatile e robusto, le kitchen machine Kenwood kMix sono state inoltre premiate dal Red Dot Product Design nel 2017 e sono state riconosciute come tra le migliori nella loro categoria dalla rivista inglese Which? nel 2018.

KENWOOD

reddot award

BEST BUY

Multipro Compact

Il robot da cucina Multipro Compact grazie al potente motore e l'ampia gamma di accessori permette di tagliare, grattugiare, macinare e frullare in modo facile e veloce. Per renderne l'utilizzo ancora più facile e pratico, sia la ciotola sia il frullatore si collegano alla stessa base, risparmiando spazio sul piano di lavoro. Inoltre, la sua dimensione compatta lo rende ideale per le piccole quantità.

KENWOOD

Mesmerine Breakfast collection: Toaster & Kettle Mesmerine

La collezione per colazione Mesmerine è un iconico e funzionale duo di accessori da cucina per la colazione. Dotati di uno stile originale ed accattivante, il bollitore e il tostapane della collezione sono stati premiati con il Red Dot Product Design Award nel 2017 e rappresentano oggi due tra i principali prodotti marchio Kenwood venduti.

KENWOOD

reddot award

PRODOTTO 2018

reddot award

PRODOTTO 2018

Turbo collection: Toaster & Kettle Turbo

La linea Turbo firmata Kenwood, garantisce la preparazione della colazione in soli 60 secondi. Il TCM300RD ha ricevuto il premio come miglior acquisto e prodotto energeticamente più efficiente nella sua categoria dalla rivista inglese Which? grazie ai test effettuati durante il 2018. Anche il bollitore ZJM300RD è stato premiato come miglior acquisto.

KENWOOD

BEST BUY ENERGY SAVER

BEST BUY

MultiQuick 9

Il nuovo MultiQuick 9 è basato sulla tecnologia ACTIVEBlade, sviluppata internamente dal Gruppo, che permette di frullare facilmente anche i cibi più difficili col 40% di sforzo in meno rispetto un handblender Braun senza ACTIVEBlade, grazie al movimento verticale delle lame. Durante il 2018, il MultiQuick 9 è stato premiato dalla rivista tedesca ETM Test Magazine come miglior prodotto della sua categoria per i risultati ottenuti in fase di test.

BRAUN

TESTSIEGER
Haus & Garten Test

MultiMix 5

Il Multimix 5, con tecnologia SmartMix, consente una distribuzione ottimale del peso attraverso l'allineamento verticale del motore, che, grazie ai 750 watt di potenza, permette di preparare numerose ricette. Inoltre, il sistema Vario Control, rende facile e comoda la regolazione della velocità.
Il modello HM 5137, nel 2018 è stato premiato come miglior prodotto della sua categoria dalla rivista tedesca ETM Test Magazine per i risultati ottenuti in fase di test.

BRAUN

PurEase Toaster

Dotato di 7 livelli di tostatura, PurEase è un tostapane leggero e maneggevole, riconosciuto tra i migliori nella sua categoria dalla rivista inglese Which?, dove è stato riconosciuto come Best Buy nel 2018. Con 1000 watt di potenza, la sua qualità è garanzia tedesca.

BRAUN

BEST BUY

Water Kettle

Con i suoi 2200 watt di potenza, il bollitore WK3000 garantisce massime prestazioni in tempi rapidi. Dotato di un filtro rimovibile, garantisce sicurezza ed efficienza energetica grazie allo spegnimento automatico contestuale al momento di ebollizione. Il Water Kettle è tra i migliori prodotti votati dai consumatori in Germania nel 2018.

BRAUN

TESTSIEGER
Haus & Garten Test

RoboMix

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

Ariete

La soddisfazione dei nostri consumatori

Il Gruppo De'Longhi considera essenziale mantenere un'elevata qualità dell'offerta dei suoi prodotti e dei servizi annessi, capaci di rispondere alle esigenze sempre più crescenti dei consumatori e, ovviamente, di rispettare la conformità con gli standard più elevati sul mercato. Tali pratiche sono parte integrante della propria azione leale sul mercato e contribuiscono alla tutela dell'immagine e della buona reputazione dell'azienda, così come definito nel Codice Etico di Gruppo.

Al fine di monitorare costantemente la soddisfazione complessiva dei consumatori, il Gruppo adotta diversi KPI, tra i quali il **Net Promoter Score (NPS)** che viene definito in funzione della risposta – basata su una scala da 0 a 10 - dei consumatori alla seguente domanda *"Quanto consiglieresti l'acquisto del prodotto a un familiare o a un amico?"*.

Lungo il 2017, il Gruppo ha inoltre iniziato a monitorare la soddisfazione del servizio post vendita, attraverso una nuova metrica chiamata **Customer Effort Score (CES)**. Costruito in maniera similare all'NPS, il **CES** viene definito aggregando le risposte, basate su una scala da 0 a 10, relative alla domanda: *"Il servizio fornito ti ha permesso di gestire e risolvere in maniera facile il problema riscontrato?"*. La nuova normativa europea riguardante la protezione dei dati personali (il cosiddetto GDPR), in vigore dallo scorso maggio 2018, ha imposto un riadattamento dei metodi di raccolta di informazioni della funzione After Sales, al fine di garantirne la conformità secondo l'attuale legislazione: a tal proposito, il monitoraggio del CES è stato sospeso lungo l'anno, nell'attesa del progressivo adeguamento ai nuovi requisiti normativi.

La funzione marketing, a livello centrale e di brand, conduce inoltre indagini puntuali con il fine di approfondire alcuni specifici aspetti di gradimento dei consumatori con riferimento a prodotti presenti sul mercato o per testare il potenziale apprezzamento di un prodotto in fase di lancio. È chiaro che tali indagini di mercato risultano particolarmente utili per mantenere il costante monitoraggio della reputazione dei brand agli occhi dei consumatori finali. [GRI 103-2, GRI 103-3]. Tra le varie iniziative, di seguito si riportano alcune indagini condotte lungo il triennio 2016-2019.

Kenwood Cooking CHEF Gourmet

Campione di indagine	1.500 clienti utilizzatori del Cooking CHEF Gourmet
Mercati	Francia
Inizio e fine dell'indagine	Marzo 2017 - Maggio 2017
Principali risultati	Il 97% del campione raccomanderebbe il prodotto a un famigliare o a un conoscente, in virtù dei benefici prestazionali durante la cottura. La caratteristica più apprezzata risulta essere la versatilità della macchina, capace di preparare numerose ricette evitando di ricorrere ad altri prodotti dedicati, con conseguente risparmio di spazio e tempo nella preparazione.

Robot da cucina kCook Multi Smart

Campione di indagine	569 clienti in possesso di un kCook Multi Smart
Mercati	Francia
Inizio e fine dell'indagine	2018-19
Principali risultati	Il 96% dei partecipanti all'indagine ha dichiarato che raccomanderebbe il prodotto ad amici e parenti, valutando il prodotto mediamente con 4,3 punti su una scala da 1 a 5. L'81% del campione, inoltre, ha affermato che il kCook Multi permette un significativo risparmio di tempo e il 66% ha dichiarato di utilizzarlo più volte alla settimana.

Braun Jug blender

Campione di indagine	100 clienti utilizzatori del Jug blender
Mercati	USA
Inizio e fine dell'indagine	Dicembre 2018
Principali risultati	l'indagine ha permesso di comprendere gli elementi chiave del design di un prodotto di fascia alta che guidano la scelta del consumatore e individuare future funzionalità che aggiungerebbero valore ai nuovi prodotti.

Braun Steam station

Fase	1
Campione di indagine	16 clienti utilizzatori della Steam station per ogni mercato
Mercati	Germania, Francia, Gran Bretagna, Italia, Russia
Inizio e fine dell'indagine	Luglio 2018
Fase	2
Campione di indagine	50 clienti utilizzatori della Steam station ma con un'offerta aggiornata di design e funzionalità
Mercati	Germania, Francia, Gran Bretagna, Italia, Russia
Inizio e fine dell'indagine	Dicembre 2018
Principali risultati	l'indagine ha permesso di comprendere gli elementi chiave del design di un prodotto di fascia alta che guidano la scelta del consumatore e individuare future funzionalità che aggiungerebbero valore ai nuovi prodotti.

Esge/Bamix hand blender

Fase	1
Campione di indagine	30 clienti utilizzatori di Esge/Bamix hand blender
Mercati	Germania
Inizio e fine dell'indagine	Dicembre 2018
Fase	2
Campione di indagine	30 clienti utilizzatori di prodotti Esge/Bamix dopo un mese di utilizzo di Braun MQ9
Mercati	Germania
Inizio e fine dell'indagine	Febbraio 2019
Principali risultati	l'indagine ha permesso di capire che la versatilità del prodotto rappresenta una caratteristica chiave. Il 68% del campione, infatti, comprerebbe il Braun MQ9 al posto del proprio hand blender e l'83% lo raccomanderebbe.

Settore caffè

Obiettivo dell'indagine	è stata condotta una ricerca sia qualitativa (fase 1) che quantitativa (fase 2) per verificare le opportunità e le barriere nel mondo dell'espresso, con particolare focus sulle macchine superautomatiche
Campione di indagine	focus group (fase qualitativa) e questionario online (fase quantitativa)
Mercati	Germania, Francia, Polonia, Cina, Giappone
Inizio e fine dell'indagine	2018
Principali risultati	l'indagine ha confermato il forte interesse verso il mondo dell'espresso e la presenza di interpretazioni diverse del concetto stesso di "espresso" in geografie differenti. Rilevante la promessa di prodotto delle macchine superautomatiche pur in mercati diversi: eccellente risultato in tazza grazie alla genuinità dei grani di caffè e alla tecnologia intelligente, veloce e facile da usare. De' Longhi è considerato un marchio credibile per il caffè e l'indagine ha permesso di identificare un alto potenziale di incremento della consapevolezza dei clienti rispetto alle macchine superautomatiche, categoria di prodotti ancora relativamente giovane.

La qualità dei prodotti

Per il Gruppo De'Longhi la qualità di prodotto è fondamentale, e per questo motivo viene presidiata da diversi team strutturati su 2 livelli: a livello di stabilimento, il controllo qualità viene effettuato sui prodotti realizzati internamente e su quelli provenienti dai fornitori di prodotti finiti; a livello di brand, invece, la qualità è monitorata in fase di sviluppo e in occasione di eventuali segnalazioni dal mercato. In ogni caso, il monitoraggio è garantito già in fase di progettazione, per prevenire eventuali cause di rottura o malfunzionamento dei prodotti. A tal fine, all'interno del Gruppo vi è un team dedicato, che rende più efficiente la gestione della qualità sia durante le fasi di progettazione, sia in caso di segnalazioni dal mercato.

In questo contesto, nel 2018 è stato completato il processo per l'ottenimento della nuova edizione della certificazione ISO 9001:2015 in tutti gli stabilimenti del Gruppo, con l'implementazione di un modello di risk-assessment che ha introdotto un approccio integrato, maggiormente orientato alla sostenibilità. Inoltre, nell'ambito del progetto iniziato negli esercizi precedenti, il Gruppo ha iniziato ad utilizzare anche per gli aspetti relativi alla gestione della qualità, la piattaforma SAP PLM per la standardizzazione e la condivisione dei documenti.

La funzione qualità da anni si è dotata di diversi indicatori di monitoraggio, tra i quali il **First Time Quality Indicator (FTQ)**, che verifica le tipologie di difettosità, funzionali o estetiche, legate ai singoli prodotti. Tale indicatore, in particolare, esprime la percentuale di prodotti in perfetta qualità rispetto al totale della produzione. Il triennio 2016-2018 ha messo in luce un andamento stabile confermando un'ottima performance a livello di Gruppo.

Il FTQ rappresenta il principale indicatore tra i diversi strumenti di controllo qualità, i quali vengono affiancati da audit esterni effettuati da alcuni clienti e partner commerciali, per i quali il Gruppo realizza prodotti legati al mondo del caffè e al mondo della climatizzazione. Le verifiche esterne non sono finalizzate alla sola valutazione della qualità, ma hanno anche l'obiettivo di monitorare aspetti legati all'etica e le condizioni di lavoro dei dipendenti, principalmente in merito al lavoro straordinario, la formazione e le condizioni igieniche delle linee di produzione.

La qualità dei prodotti realizzati dagli "Original Equipment Manufacturer" è invece valutata secondo un insieme di altri indicatori specifici.

• **Technical Factory Audit (TFA)**: misura l'efficacia dei processi e valuta i risultati dei test di vita sui prodotti.
• **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.

A partire da marzo 2019, nell'ambito degli audit di **social compliance** dei fornitori, è stata integrata una specifica checklist per valutare gli aspetti ambientali. Il questionario verte su tematiche relative alla compliance ambientale, i sistemi di gestione adottati ed eventuali requisiti ambientali interconnessi con l'attività di business e gli impatti da essa generati.

Un ulteriore indicatore di qualità utilizzato è il **Service Call Rate (SCR)**, utile a misurare le difettosità dei prodotti che hanno presentato malfunzionamenti o rotture entro due anni dall'acquisto. L'indicatore monitora la percentuale di macchine riparate durante il loro primo anno di garanzia. A testimonianza del costante impegno e successo del Gruppo De'Longhi nella realizzazione di prodotti di indiscussa qualità, il valore complessivo dell'SCR registrato nel 2018 è in costante miglioramento, con un trend positivo nel triennio di rendicontazione. [GRI 103-3]

L'HACCP e il Codex Alimentarius

L'HACCP (Hazard-Analysis and Control of Critical Points) è un protocollo volto a prevenire le possibili contaminazioni degli alimenti al quale devono sottostare tutte le aziende che operano nella produzione primaria di alimenti e nella lavorazione, preparazione, trasformazione, confezionamento, trasporto, distribuzione, vendita o fornitura degli stessi. Il sistema si articola in 7 principi fondamentali:

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

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

Partnership per il futuro

Durante l'anno il Gruppo ha partecipato alla definizione dello standard dell'International Electrotechnical Commission (IEC) 60335-2:30:2009/AMD:2016, che interessa la sicurezza delle apparecchiature elettriche per la casa. In particolare, il Gruppo ha partecipato insieme ad altre aziende del settore ad uno studio, col fine di aumentare la resistenza al calore e al fuoco dei materiali plastici utilizzati per gli involucri dei prodotti per il riscaldamento della casa.

La sicurezza dei prodotti

Lungo tutta la fase di sviluppo del prodotto, vige un approccio proattivo finalizzato ad escludere l'utilizzo di sostanze interessate dall'evoluzione normativa in tema di sicurezza, la quale viene costantemente monitorata da una parte della funzione Qualità: il team Regulatory Affair supervisiona tutti gli aspetti relativi alla normativa vigente in materia di sicurezza di prodotto, anche alimentare, definendo linee guida e criteri di controllo dei prodotti validi per tutte le Società. [GRI 102-11]

Da anni prosegue l'impegno volontario a dotarsi di un modello organizzativo per la gestione della sicurezza alimentare progettato in accordo alle Good Hygienic Practices (GHP) e agli standard per la sicurezza alimentare ISO 22000 e ISO 1672-2 che specificano i requisiti per la sicurezza igienico-sanitaria degli alimenti e dei prodotti con i quali essi vengono a contatto. In particolare, la norma 22000 si basa sui principi dell'HACCP e sul Codex Alimentarius e permette all'azienda di valutare e monitorare possibili rischi a cui può essere soggetta, ma anche prevenire il verificarsi di incidenti lungo tutta la filiera produttiva e valutare la conformità dei propri prodotti con la normativa in costante aggiornamento. Il modello organizzativo è stato altresì sviluppato in linea con i principi e i requisiti di rintracciabilità del prodotto espressi dalla ISO 22005 al fine di ottenere e controllare le informazioni relative al fornitore ed al cliente destinatario, per ciascun componente e prodotto finito commercializzato.
È proseguito anche nel 2018 l'impegno ad implementare ed estendere la tracciabilità in tema di food contact anche negli stabilimenti cinesi in cui il Gruppo ha proseguito con le attività di miglioramento della sicurezza dei prodotti.

Al fine di assicurare il completo rispetto delle stringenti norme in tema di igiene, presso lo stabilimento di Mignagola sono state individuate 3 diverse aree, isolate tra di loro, con livelli di protezione progressivi, in funzione dell'attività svolta al loro interno.

Inoltre, al fine di garantire la sicurezza elettrica e alimentare, tutti i prodotti del Gruppo De'Longhi sono qualificati, in fase di pre-produzione, da un ente terzo rispetto agli standard sulla sicurezza elettrica e alla conformità con il food contact. Una volta avviata la produzione, inoltre, la sicurezza elettrica viene testata su tutti i prodotti. Le analisi per la conformità rispetto alla sicurezza alimentare vengono periodicamente svolte su base campionaria.
[GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 416-1]

Nel biennio 2017-2018, non si sono verificati casi significativi di non compliance correlati alla salute e sicurezza dei prodotti. Nel corso del 2016, invece, si è registrato un caso di non conformità rispetto alla direttiva europea 2014/35/UE, cosiddetta "Direttiva Bassa Tensione" riguardo ai Vacuum Cleaner VC6850 commercializzati in Turchia.
[GRI 416-2]

Con riferimento all'informativa di prodotto, il team Regulatory Affair della funzione Qualità supporta l'ufficio Ricerca e Sviluppo e la Direzione Marketing nella creazione di etichette e libretti coerenti con quanto previsto dal quadro normativo del paese specifico. Per adempiere agli obblighi normativi circa l'informativa e l'etichettatura dei prodotti, ogni elettrodomestico commercializzato dal Gruppo riporta il paese di origine e l'eventuale contenuto di gas refrigeranti. All'interno del manuale vengono riportate, inoltre, le indicazioni relative alle modalità di utilizzo in sicurezza del prodotto e allo smaltimento del prodotto al termine del suo ciclo di vita. [GRI 417-1]

In merito all'informativa e all'etichettatura dei prodotti, nel corso del 2018, si è verificato un caso di non conformità rispetto alla Direttiva Europea 2014/35/UE, cosiddetta "Direttiva Bassa Tensione". Inoltre, durante l'anno è stata ricevuta una segnalazione da parte del Dipartimento delle dogane e delle accise di Hong Kong rispetto all' "Ordinanza commerciale" in relazione all'etichettatura di un modello di deumidificatore. Nel corso del 2017 non si sono verificati casi significativi di non compliance rispetto all'informativa ed etichettatura dei prodotti, mentre nel 2016 si sono registrati due episodi correlati a un'indicazione errata sulla frequenza di rete sulla targa riportante le caratteristiche del prodotto ("60Hz" invece di "50/60Hz") e all'assenza delle istruzioni nella lingua del paese di commercializzazione in quattro prodotti. [GRI 417-2]

L’assistenza ai consumatori finali

Per tutti i prodotti commercializzati, il Gruppo De’Longhi offre un servizio di assistenza ai consumatori finali tramite una rete di contact center e di centri di assistenza tecnica gestiti dalla Direzione After Sales che si occupa di definire gli standard di riferimento validi per tutto il Gruppo.

La rete di contact center - in outsourcing e attiva presso la quasi totalità delle filiali del Gruppo – gestisce le richieste di assistenza dei consumatori finali, fornisce informazioni di prodotto e svolge un supporto continuo per migliorare costantemente la customer journey, attraverso un sistema di Customer Relation Management dedicato.

Il servizio di assistenza tecnica, invece, è costituito da circa 1.800 centri di proprietà del Gruppo, dei quali circa 300 in Italia, e da 12.000 centri serviti da distributori partner. Al fine di assicurare un presidio elevato per tali attività, il Gruppo, nel corso degli anni, ha internalizzato un insieme di attività di riparazione, prima gestite da fornitori terzi in Germania, Inghilterra, Svizzera, Belgio, Olanda, Giappone e Sudafrica. Oltre a condividere linee e standard comuni di intervento, la Direzione After Sales monitora costantemente la qualità del servizio dei team di assistenza tecnica e dei *contact center*, attraverso sopralluoghi e indicatori specifici, ed eroga periodicamente una formazione dedicata. La formazione per i dipendenti e i partner esterni specializzati nell’assistenza tecnica è erogata in tutto l’arco dell’anno, attraverso corsi in aula, web training, la piattaforma e-learning e test di qualifica finale. In occasione dei lanci di nuovi prodotti vengono inoltre organizzati corsi di formazione specifici.

Durante il 2018, grazie ad una nuova piattaforma e-learning, attraverso la quale sono erogati anche webinar, sono state intensificate le formazioni per tutto il mondo. Complessivamente, nel corso del 2018 sono state formate circa 627 persone per un totale di 6.420 ore di formazione condotte in 41 corsi e un evento internazionale rivolto ai dipendenti e ai distributori. È stata inoltre rilasciata la nuova piattaforma di *e-learning* con 1.291 utenti attivi, che rende disponibili 29 corsi di formazione per i prodotti De'Longhi, 14 per Kenwood e 5 per Braun, tra cui quelli relativi ai prodotti chiave lanciati nel corso dell'anno. Oltre a ciò, insieme alla Direzione Marketing, la Direzione After Sales eroga ogni anno una formazione dedicata agli operatori dei contact center. Nel corso del 2018 l'Azienda ha intensificato l'attività formativa e la tracciatura dei risultati, sulla base delle informazioni raccolte tramite CRM ed analizzate con il programma di Business Intelligence. La qualità del servizio di assistenza è monitorata attraverso un insieme di indicatori, tra i quali il tempo di assistenza medio, che nel biennio 2017-2018, è stato pari a 5 giorni per circa il 95% dei prodotti.

La qualità delle riparazioni effettuate dall’assistenza tecnica viene invece monitorata attraverso il **First Time Fix (FTF)** che indica la percentuale di prodotti riparati che non hanno avuto necessità di nuovi interventi di assistenza nei sei mesi successivi. In continuità con il 2017, il valore del FTF nel 2018 risulta superiore al 95%, in lieve miglioramento, e indica pertanto che la quasi totalità dei prodotti ha ricevuto una riparazione adeguata e di qualità. [GRI 103-2, GRI 103-3]

La tecnologia a supporto, per migliorare ogni giorno

Durante il 2018, è stato implementato per tutte le società del Gruppo un nuovo sistema gestionale CRM, estensivo di SAP, che permette una gestione integrata ed efficiente dei dati relativi ai consumatori. Questo nuovo sistema permette di coprire un numero di consumatori pari a circa l'80% del fatturato di Gruppo, ed è in grado di generare feedback ed effettuare analisi delle informazioni raccolte.

Inoltre, l'utilizzo della Business Intelligence è stato integrato a fine 2017 e rappresenta oggi uno strumento essenziale per la funzione Digital Marketing di De'Longhi. Grazie alla BI, i nostri analisti sono in grado di captare i cosiddetti "weak signal" e svolgere analisi immediate e puntuali di mercato, per rispondere efficacemente alle esigenze dei consumatori di tutto il mondo, ad esempio a seguito del lancio di un nuovo prodotto.

L'utilizzo dei dati dei consumatori

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

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

Durante l'anno è stato lanciato il progetto per l'implementazione dell'Information Security Management System (ISMS) e rilasciate le prime linee guida per adempiere alle nuove richieste normative derivanti dal Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR 2016/679).

L'entrata in vigore della nuova normativa europea riguardante la protezione dei dati personali (conosciuta come GDPR), ha imposto un riadattamento dei metodi di raccolta di informazioni della funzione After Sales, al fine di garantirne la conformità secondo l'attuale legislazione. Nello specifico, il calcolo dell'indicatore CES (Customer Effort Score) è stato provvisoriamente sospeso. In relazione alla gestione e alla protezione dei dati, nel corso del 2018 si è registrato un caso di perdita delle informazioni limitato a tre soli consumatori ed è stato gestito conformemente alle procedure aziendali e alla normativa applicabili. Nel biennio 2016-2017, invece, non sono stati registrati casi di non conformità rispetto alla legge in materia di gestione della privacy. [GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 418-1]

4_ La sostenibilità in tutte le fasi produttive

Running sustainable supply chain and operation

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

Highlights 2018

kWh
1 mln
di energia elettrica autoprodotti da fonti rinnovabili

100%
dei nuovi fornitori di prodotto finito valutati secondo criteri sociali

INDICE DI INTENSITÀ ENERGETICA
6,0
(kWh/ pezzi prodotti)
(-1,7% rispetto al 2017)

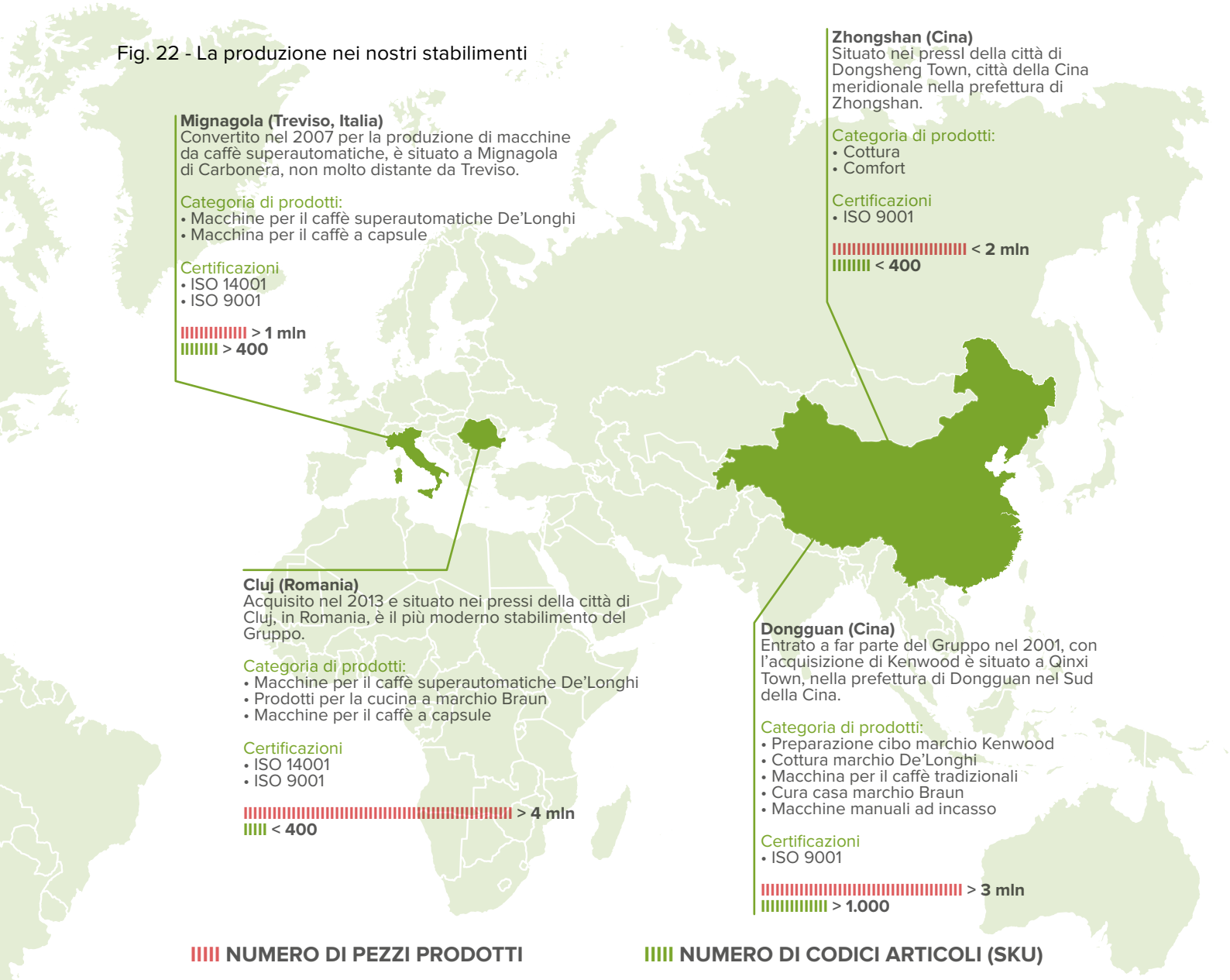
INDICE DI INTENSITÀ EMISSIVA
2,8
(kg CO_2/ pezzi prodotti)
(-6,6% rispetto al 2017)

4.1_ Le nostre operations

Il modello produttivo del Gruppo De'Longhi è basato su **quattro stabilimenti situati in Italia, Romania e Cina** per la produzione e assemblaggio del prodotto finito, la cui attività copre oltre il 60% del venduto, e su un insieme di partner qualificati, gli **"Original Equipment Manufacturer"**. Durante il 2018 negli stabilimenti europei sono stati portati a completamento alcuni importanti progetti iniziati negli anni precedenti. In particolare, è stato ultimato il programma di investimenti necessari a sostenere la crescita dei volumi di vendita di macchine per il caffè superautomatiche, ed è proseguita l'attività di miglioramento del servizio ai mercati e ai clienti grazie ad una gestione più flessibile dei programmi produttivi ottenuta grazie all'integrazione del sistema *make to stock* con una logica *make to order* e all'ottimizzazione del portafoglio prodotto finito. Nel 2017, inoltre, si è concluso il piano di investimento volto a potenziare la piattaforma produttiva in Romania che si è concretizzato nell'ampliamento dello stabilimento, da circa 40.000 m² a 60.000 m², e nell'estensione degli impianti e delle linee di produzione. [GRI 102-10]

L'approccio del Gruppo **"local for global"** prevede la presenza di centri di competenza, per cui la produzione di un determinato prodotto è allocata in un solo stabilimento. Ciononostante, la tecnologia utilizzata, che consente di realizzare prodotti presso stabilimenti diversi da quello principale, assicura la continuità del business del Gruppo.

Fig. 22 - La produzione nei nostri stabilimenti



La gestione della catena di fornitura è svolta coralmente dalla Direzione Supply Chain, la funzione Quality e la funzione Acquisti, assicurando costantemente la conformità con i più alti standard di qualità, in coerenza con le procedure aziendali e i parametri economici di acquisto, i requisiti specifici di carattere ambientale e legati alle pratiche di lavoro, nonché la continuità del business.

Per rispondere alle necessità dei mercati in maniera celere ed efficiente, gli acquisti di prodotti finiti vengono pianificati e gestiti in strutture dedicate con sedi in Italia e all'estero sulla base della tipologia di prodotto e vicinanza geografica della produzione.

In Europa, due team della Direzione Supply Chain si occupano della gestione delle componenti funzionali alla produzione, in termini di quantità e logistica. Per le Operation cinesi, invece, la gestione dei materiali è direttamente in capo ai responsabili degli stabilimenti, supportati dai tre uffici acquisti.

Una logistica sempre più efficiente

La gestione efficiente della produzione e dei prodotti presso i magazzini è un elemento chiave in un mercato caratterizzato da una forte volatilità della domanda. Il fulcro del sistema logistico del Gruppo De'Longhi sono i magazzini, localizzati in tutto il mondo. Nel corso del 2018 è stata completata l'attivazione del secondo hub che ha visto la centralizzazione delle attività logistiche distributive delle aree Benelux, Francia e Germania sotto un unico centro operativo, con l'obiettivo di creare sinergie nella gestione dello stock per i codici comuni e ottenere maggiore efficienza nelle operations logistiche. [GRI 102-10] L'iniziativa prevede il progressivo consolidamento delle attività di logistica outbound dai magazzini delle singole filiali di paese ad un unico magazzino centralizzato, consentendo una migliore allocazione delle disponibilità di prodotto rispetto alle volatilità dei singoli mercati e quindi un miglioramento del livello di servizio, garantendo complessivamente anche adeguate sinergie di costo. L'hub olandese rifornisce attualmente il Benelux, la Francia e i Paesi Scandinavi e lungo il 2018 la sua attività è stata ulteriormente estesa alla Germania. Nel corso del 2018 il sistema logistico di Gruppo ha attuato una riorganizzazione di alcuni hub, dovuta a fenomeni emergenziali di origine esogena: l'hub statunitense ha visti raddoppiati i propri volumi, in concomitanza con l'incremento delle transazioni in entrata dovute ai nuovi imminenti dazi doganali imposti alle importazioni dalla Cina. [GRI 103-2, GRI 103-3] Durante l'anno è inoltre proseguita la sperimentazione, sul segmento macchine da caffè superautomatiche, del progetto "Swim Lanes" che dal 2017, attraverso l'integrazione delle procedure di gestione e un'organizzazione che integra mercato, fornitori di componentistica e produzione ha permesso un significativo miglioramento nei tempi di evasione degli ordini e quindi del livello di servizio fornito ai clienti. Attualmente, è in corso di valutazione l'estensione del progetto ad altre categorie di prodotto che possano beneficiare di un analogo modello di gestione.

Una logistica più green

Durante il 2018, è stata studiata un'iniziativa cross-funzionale, chiamata **"Assembly to order"** o **"Assembly To Track"**, che permette di spedire i prodotti direttamente dal sito produttivo al cliente, senza dover necessariamente passare dall'hub regionale. Questo è reso possibile grazie al fatto che l'etichettatura finale delle macchine, precedentemente svolta esclusivamente all'interno di ciascun hub, viene ora effettuata direttamente nello stabilimento produttivo. L'iniziativa vedrà completa implementazione nel 2019, e permetterà non soltanto l'ottimizzazione del sistema di trasporto, ma anche il miglioramento delle prestazioni del Gruppo in termini di *time-to-market*. Attraverso questa iniziativa, la funzione supply chain avrà modo di monitorare trasporti e consegne al cliente, permettendo altresì un risparmio, sia in termini di costi degli idrocarburi grazie alla riduzione delle tratte, sia dei tempi di consegna.

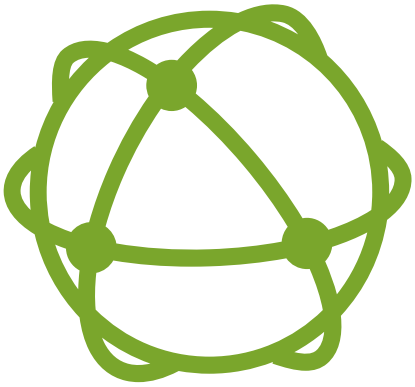
4.2_ La gestione responsabile della catena di fornitura

I fornitori rappresentano un elemento chiave per le attività di business del Gruppo De'Longhi e pertanto la gestione della catena di fornitura è indirizzata a promuovere le migliori pratiche in termini di qualità del prodotto, rispetto dei diritti umani e condizioni di lavoro, salute e sicurezza e responsabilità ambientale. Oltre al Codice Etico di Gruppo, De'Longhi ha adottato i "Quality Supply Agreement" e affidato a un ente terzo l'implementazione di un programma di audit degli aspetti ambientali, etici, sociali e di qualità di prodotto.

Annualmente, i nuovi fornitori degli stabilimenti di Cluj e Mignagola vengono sottoposti a valutazioni di tipo ambientale. Per assicurare il rispetto dei diritti umani e dei valori e principi riportati nel Codice Etico relativi alle pratiche di lavoro, nei Paesi maggiormente esposti al rischio di violazione dei diritti umani, la funzione Quality del Gruppo De'Longhi realizza audit sociali presso i fornitori degli stabilimenti cinesi, in accordo allo Standard SA 8000 (Social Accountability).

Nel corso del 2018, la totalità dei nuovi fornitori di prodotto finito è stata sottoposta a una valutazione secondo criteri sociali, in linea con quanto previsto dallo standard SA 8000 [GRI 414-1]. Durante l'anno, infine, sono stati condotti complessivamente 74 audit per verificare le pratiche di lavoro presso 73 fornitori e un sito del Gruppo, circa il 66% delle Operations del Gruppo, dato in crescita rispetto all'anno precedente [GRI 412-1].

La valutazione degli aspetti ambientali e di qualità dei prodotti compongono un **vendor rate**, i cui risultati sono utilizzati per classificare i partner in *preferred*, *approved*, *probation* ed *exit plan* e valutare conseguentemente le modalità e l'intensità delle collaborazioni future.



Social Accountability

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

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

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

Fig. 28 - Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 414-1]

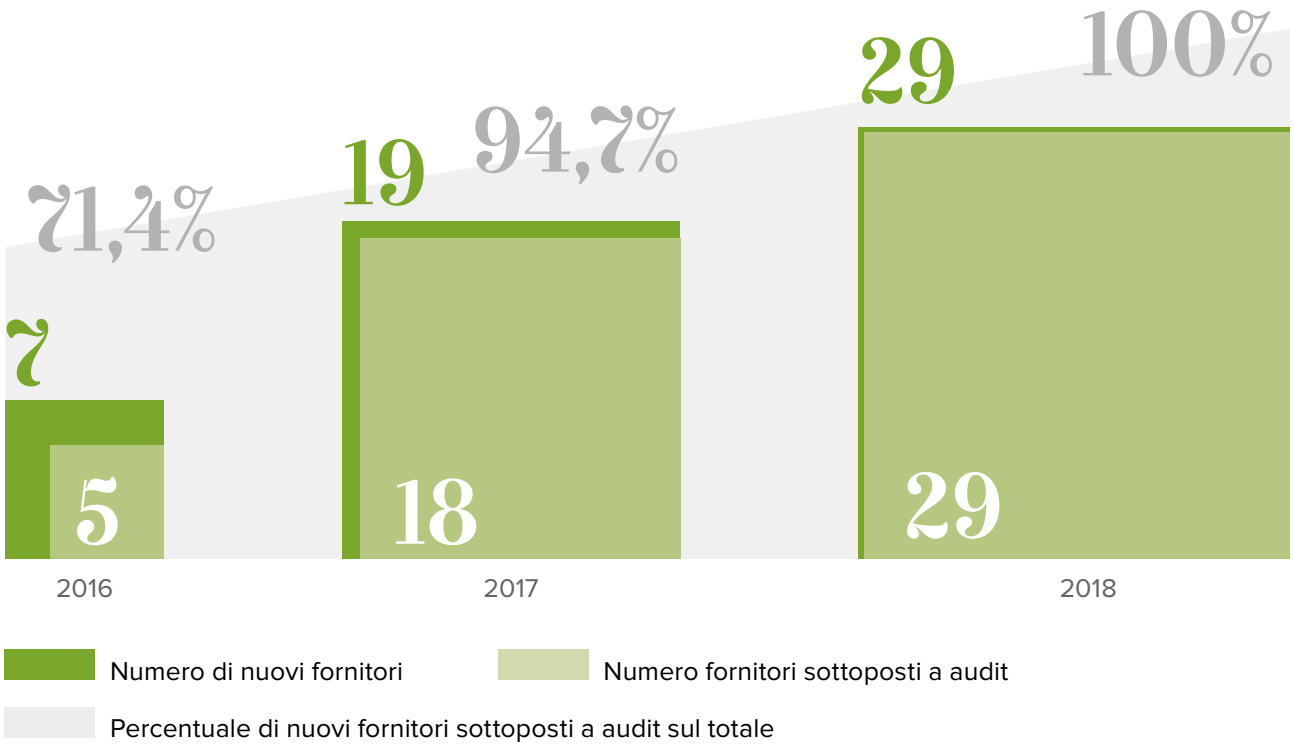
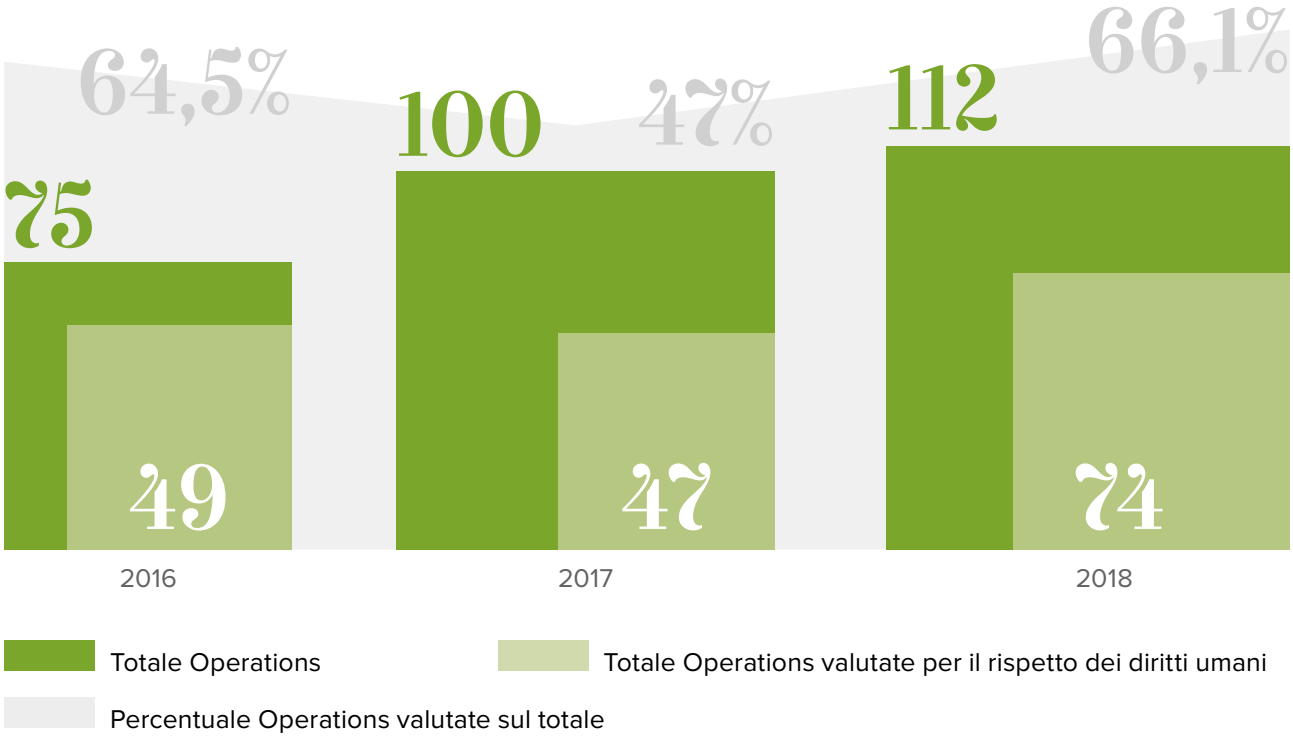


Fig. 23 - Operations oggetto di valutazione sui diritti umani, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 412-1]



4.3_ La gestione e riduzione degli impatti ambientali

L'impegno verso la riduzione degli impatti ambientali del Gruppo De'Longhi pone particolare attenzione alla gestione delle prestazioni dei siti produttivi. Tra gli obiettivi che il Gruppo si pone, emergono: la gestione responsabile della catena di fornitura; l'efficienza energetica delle Operations e la conseguente riduzione delle emissioni inquinanti; la riduzione dei rifiuti prodotti dall'attività produttiva e l'impegno nei confronti delle comunità locali presso le quali De'Longhi opera. Nello specifico, per i siti produttivi di Mignagola e Cluj è operativo un sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001. Per questi stabilimenti, il Gruppo ha svolto un'analisi ambientale che ha permesso di definire azioni per mitigare gli impatti ambientali, guardando all'intero processo produttivo.

In particolare, presso lo stabilimento di Mignagola sono attualmente funzionanti dei pannelli fotovoltaici che permettono l'autoproduzione di parte dell'energia elettrica, pari al 7% del totale consumato; il sistema di illuminazione dello stabilimento, di tipo tradizionale, è stato rinnovato utilizzando lampade a led che, a parità di prestazioni, garantiscono di ridurre i consumi energetici. Anche presso lo stabilimento di Cluj (Romania) l'attività di sostituzione delle lampade è stata avviata ed è in fase di completamento ed inoltre le linee di produzione sono state equipaggiate con macchine per lo stampaggio della plastica elettriche, che permettono di ridurre notevolmente i consumi di energia rispetto alle macchine tradizionali.

Tale tecnologia è stata adottata anche presso gli stabilimenti cinesi del Gruppo dove è stata avviata un'attività di sostituzione delle macchine per lo stampaggio della plastica tradizionali con presse di tipo elettrico; inoltre, sulle restanti macchine pneumatiche sono stati installati dei cargo motori che permettono di ridurre il consumo energetico. Infine, in entrambi i siti produttivi cinesi il sistema di illuminazione delle linee di assemblaggio, del magazzino e dell'area esterna è stato sostituito con lampade led. Le iniziative di efficientamento precedentemente descritte hanno permesso di ridurre i consumi di energia elettrica degli stabilimenti cinesi ottenendo un risparmio pari a circa 240.000 kWh corrispondente a circa 156 t di CO_2 evitate. Con particolare riferimento alle prestazioni ambientali dello stabilimento italiano di Mignagola e di Dongguan in Cina, nel corso degli anni, sono stati avviati alcuni progetti puntuali per il **recupero dei sottoprodotti del processo produttivo**,

favorendo l'economia circolare. Ad esempio, gli scarti di produzione derivanti dall'attività di stampaggio della plastica vengono ora reimmessi nel ciclo produttivo con conseguente risparmio delle materie prime in ingresso e riduzione dei rifiuti da smaltire. Gli scarti derivanti dalla lavorazione dei materiali ferrosi, invece, vengono venduti come materia prima. Inoltre, durante l'anno, presso gli stabilimenti cinesi del Gruppo, è entrato a regime il piano di riciclo delle acque di lavaggio provenienti dagli impianti di verniciatura, iniziato nel 2017, che, grazie a sistemi di ultrafiltrazione, possono essere riutilizzate per gli scarichi civili permettendo un risparmio al 2018 stimato in circa 13.000 m^3 di acqua.

Infine, l'introduzione di un sistema di misurazione laser per la macinatura del caffè e la sostituzione del caffè con l'acqua in alcune fasi dei test di qualità svolti sulle macchine per il caffè superautomatiche hanno consentito di ridurre notevolmente il consumo di caffè ed eliminare la possibile contaminazione delle acque scaricate dal sito produttivo di Mignagola con i residui di caffè. Durante il 2018, inoltre, le capsule Nespresso utilizzate per i test delle macchinette De'Longhi sono state recuperate per favorire il riciclo di alluminio in esse contenuto: l'accordo con l'azienda municipalizzata per il trattamento dei rifiuti di Mignagola, che preleva mensilmente le capsule, ha permesso di raccogliere quasi 4 tonnellate di alluminio e contenuto organico lungo il 2018, contribuendo così alla riduzione di rifiuti altrimenti difficili da smaltire.

Negli ultimi anni lo sviluppo di processi automatici in fase di collaudo e la possibilità di condividere i dati tra le varie linee produttive hanno consentito di ridurre drasticamente i consumi effettivi di caffè, con un miglioramento non solo in termini di efficienza e produttività, ma anche in termini di impatto ambientale. [GRI 103-2; GRI 103-3]

Un CdA “paperless”

Durante il 2018, il Consiglio di Amministrazione (CdA) è diventato “paperless”, grazie a due iniziative mirate a ridurre l’utilizzo spesso superfluo della carta. Nello specifico, è stato implementato un sistema di Non Disclosure Agreement (NDA) *paperless*: si tratta del primo sistema riguardante un processo nell'ambito *legal* che tocchi l'utilizzo della carta. Gli NDA sono stati resi consultabili e firmabili senza la necessità di stampare centinaia di fogli destinati all’archiviazione, quindi completamente in via telematica. È stato, inoltre, implementato un software per la gestione paperless della documentazione destinata ai CdA: tutta la documentazione consiliare da predisporre prima dei CdA è stata resa disponibile attraverso Ipad forniti da De’Longhi per tutti i consiglieri. La documentazione riservata, è mandata via mail ed è accessibile attraverso delle credenziali dedicate. Gli Ipad restano in sede, a disposizione dei consiglieri, per il giorno di riunione del CdA.

I consumi energetici e le emissioni di GHG

Durante l’anno, sono state avviate e completate numerose iniziative puntuali per migliorare l’efficienza energetica all’interno delle Operations del Gruppo e, conseguentemente, ridurre le emissioni di gas serra e di agenti inquinanti in atmosfera.
Ad esempio, negli stabilimenti cinesi del Gruppo, circa un quarto del parco macchine per lo stampaggio della plastica tradizionali è stato sostituito con presse di tipo elettrico che permettono un consumo medio di energia minore di circa il 25% rispetto a quelle pneumatiche.
Inoltre, durante l’anno, all’interno del sito produttivo di Dongguan è stato implementato un piano di *energy saving*, che, attraverso l’installazione di misuratori di consumo permette di monitorare in maniera puntuale e continua i consumi di energia elettrica e di individuare le aree e le mansioni più energivore.
Il piano, completamente operativo nel 2019, permetterà di ottenere una mappatura dei consumi delle diverse aree e di implementare, di conseguenza, azioni di miglioramento.

Nel 2018, in relazione ai maggiori volumi produttivi, i consumi totali di energia risultano in aumento di circa il 10% rispetto all’anno precedente (380.431,4 GJ nel 2018 rispetto a 346.834,8 GJ nel 2017).
Il rapporto tra consumi diretti, per il riscaldamento e il trasporto, e quelli indiretti, ossia i consumi di energia elettrica, legati al teleriscaldamento e al raffrescamento, è pressoché costante nei 3 anni di rendicontazione.

Fig. 30 - Consumi diretti e indiretti, percentuale e GJ [GRI 302-1]

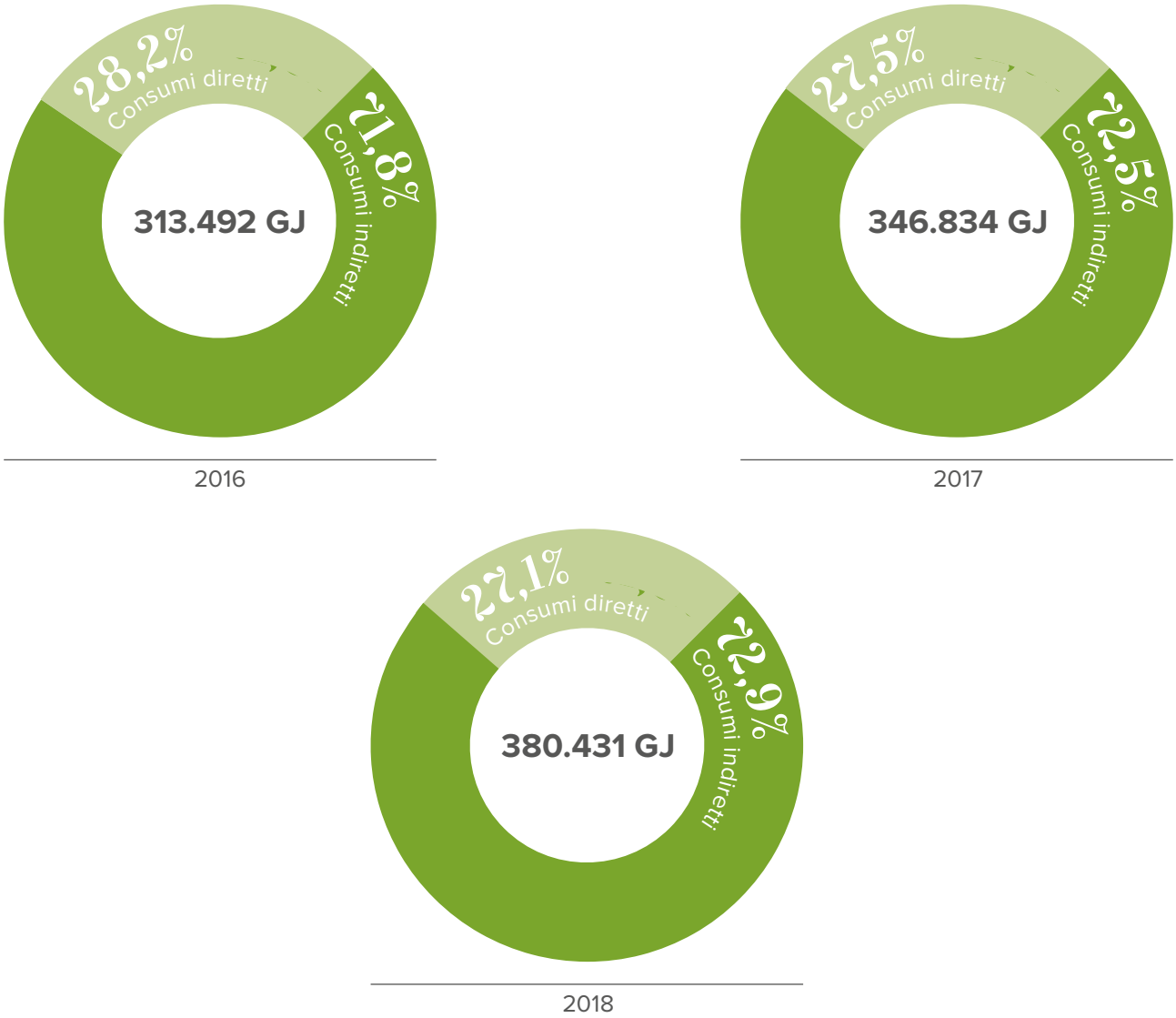
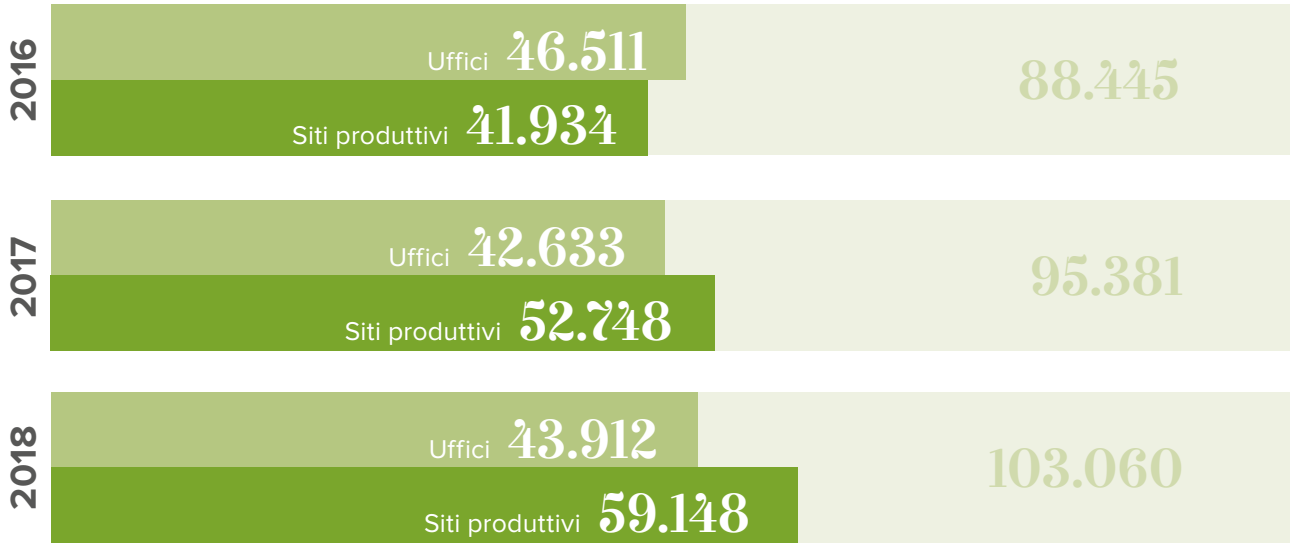


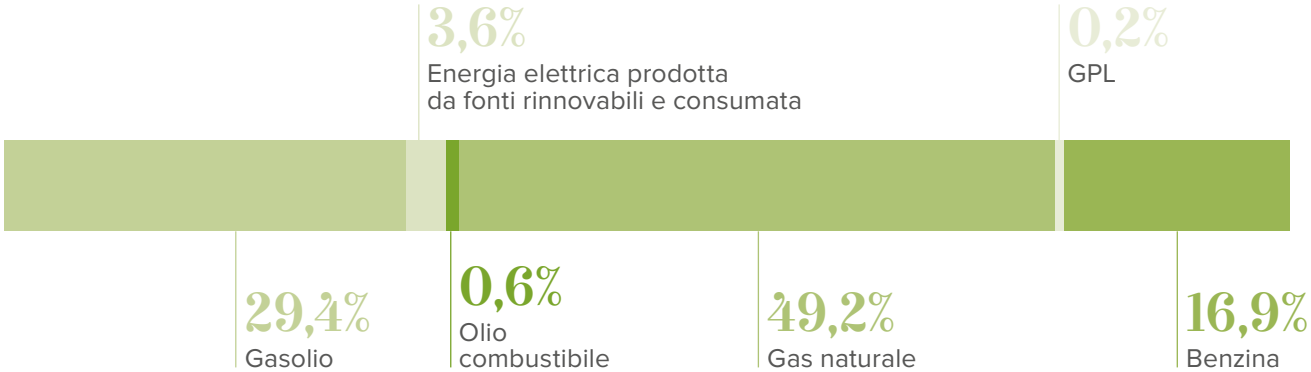
Fig. 31 - I consumi diretti, GJ [GRI 302-1]



Relativamente ai consumi di energia primaria, si può notare dal grafico come nel 2018 si registri un aumento del 8%, 103.059,7 GJ nel 2018 rispetto a 95.380,6 GJ nel 2017, crescita peraltro inferiore ai maggiori consumi dei siti produttivi che sono cresciuti del 12%.

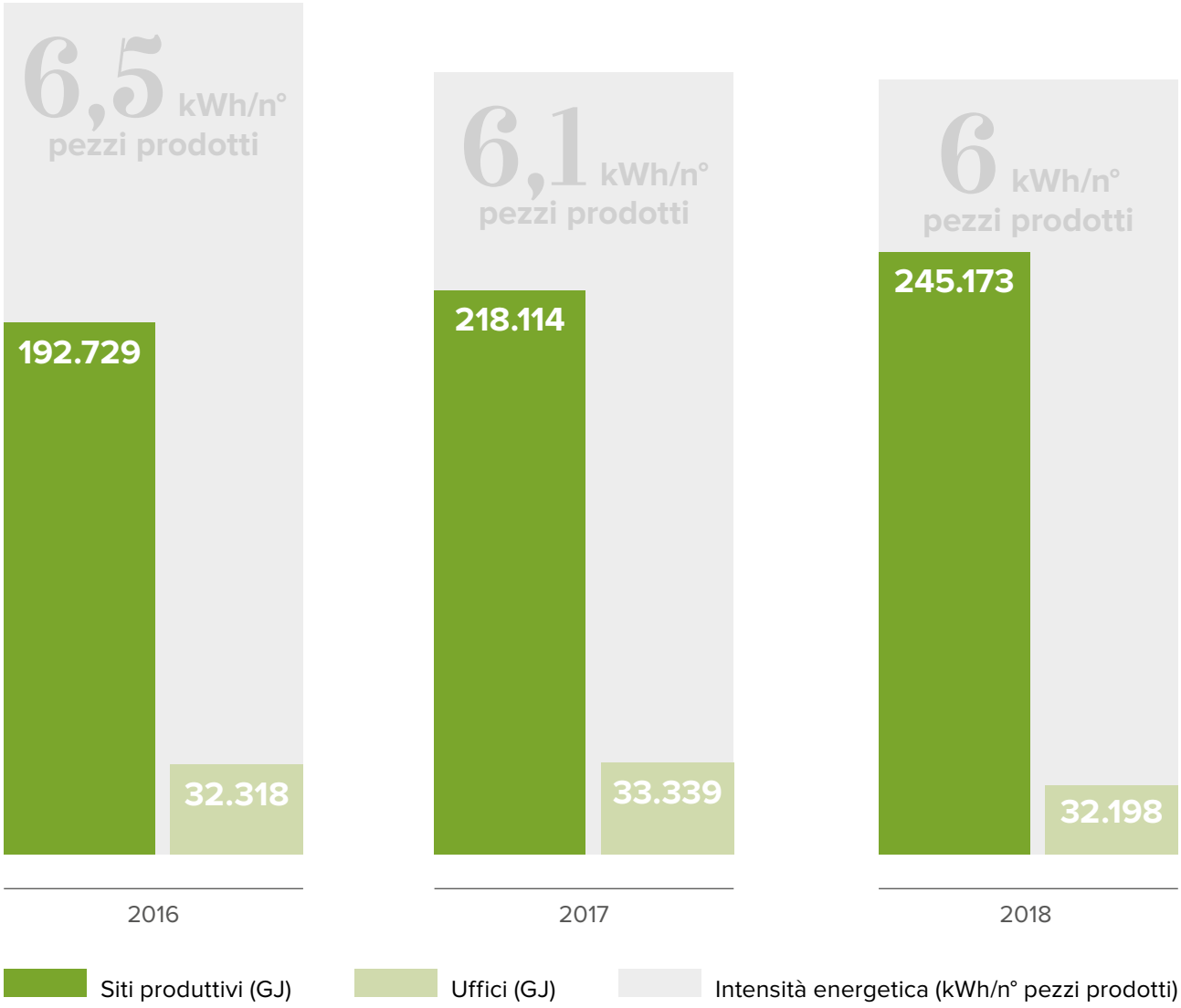
Nel 2018 la maggior parte dei consumi di energia primaria è legata agli stabilimenti produttivi, che da soli richiedono circa il 57% di energia primaria.
Il grafico sottostante mostra il mix energetico che costituisce i consumi diretti di energia: per il 46,3% sono legati al riscaldamento che avviene prevalentemente attraverso l'utilizzo di gas naturale mentre il 31,2% e il 17,6% sono imputabili rispettivamente ai consumi di gasolio e benzina per la flotta aziendale.

Fig. 32 - La composizione dei consumi diretti nel 2018, percentuale [GRI 302-1]



I consumi indiretti di energia nel 2018 presentano un trend di crescita positivo di circa il 10% nel biennio 2017-2018. L'incremento è legato principalmente al maggior consumo di energia elettrica presso gli stabilimenti produttivi avvenuto nel 2018 (+12% rispetto al 2017). Tale incremento è legato alla crescita della produzione che si registra per il 2018 (+13% rispetto al 2017). Per pezzo prodotto, infatti, si registra una leggera riduzione dei consumi di energia, i quali sono passati da 6,1 kWh per pezzo prodotto nel 2017 a 6,0 kWh per pezzo prodotto nel 2018 (-1,7%), a conferma dell'efficacia delle azioni di efficientamento energetico avviate durante l'anno. Nel corso dell'anno, inoltre, parte dell'energia elettrica consumata, circa 3.746 GJ (-3% rispetto al 2017), è stata prodotta da fonti rinnovabili. [GRI 302-3]

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



Nel 2018, le emissioni complessive di CO_2 ammontano a 41.482 tonnellate, in aumento (+6,4%) rispetto al 2017, anno in cui il valore registrato è stato pari a 38.991. Coerentemente con l'andamento dei consumi di energia, si può constatare come le emissioni di CO_2 siano dovute principalmente ai consumi di energia elettrica, che incidono per l'85% sul valore complessivo di emissioni di CO_2 a livello di Gruppo.

Fig. 34 - Le emissioni totali di CO_2, tonnellate di CO_2 [GRI 305-1 e 305-2]

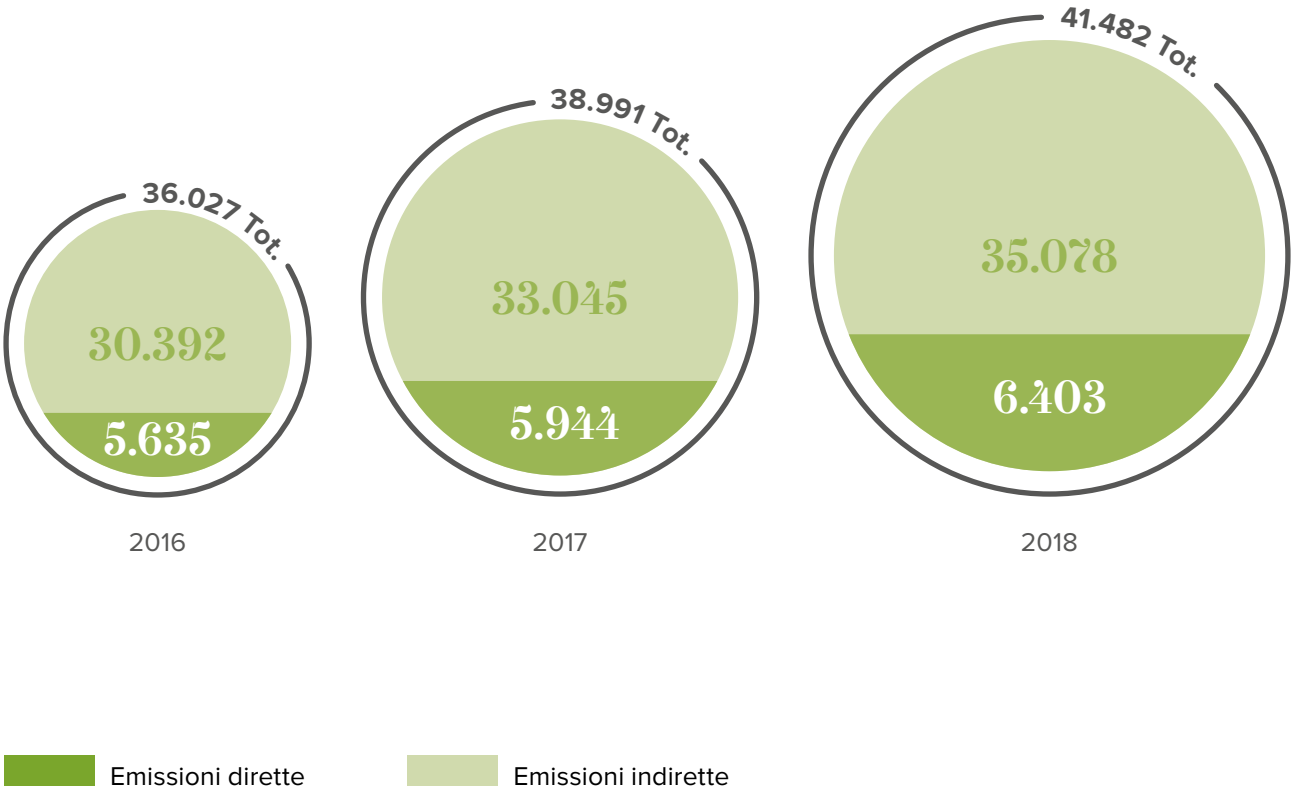


Fig. 35 - Le emissioni dirette Scopo 1, tonnellate di CO_2 [GRI 305-1]

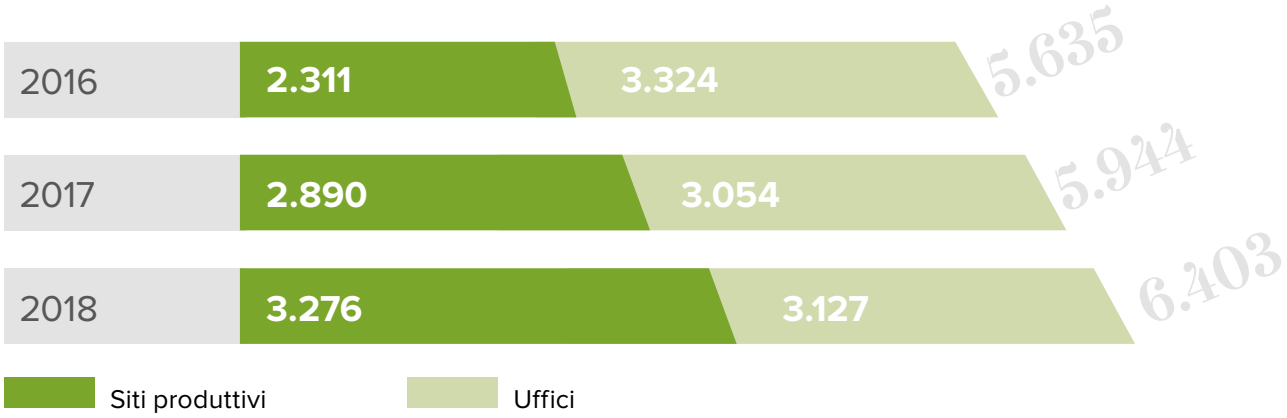
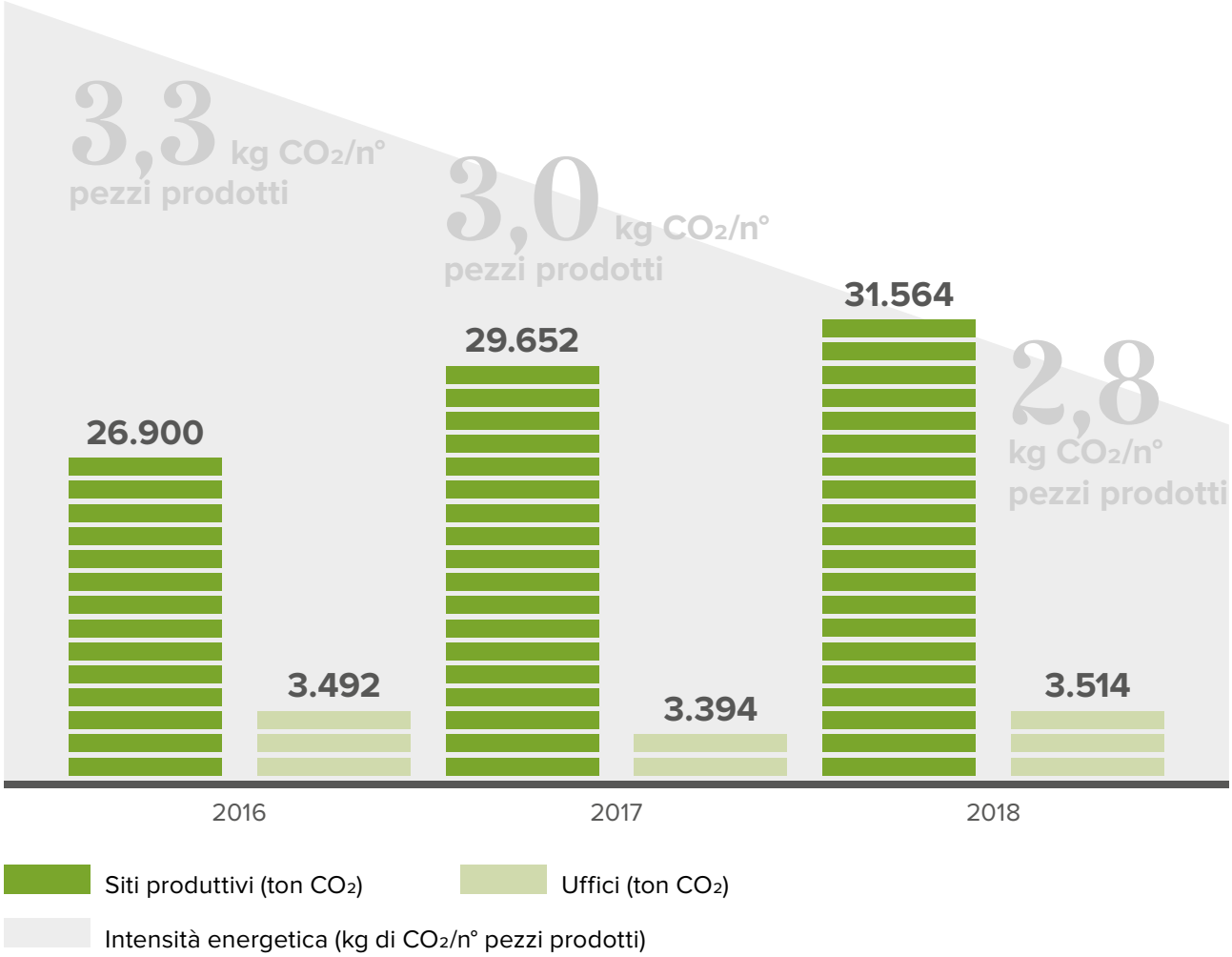
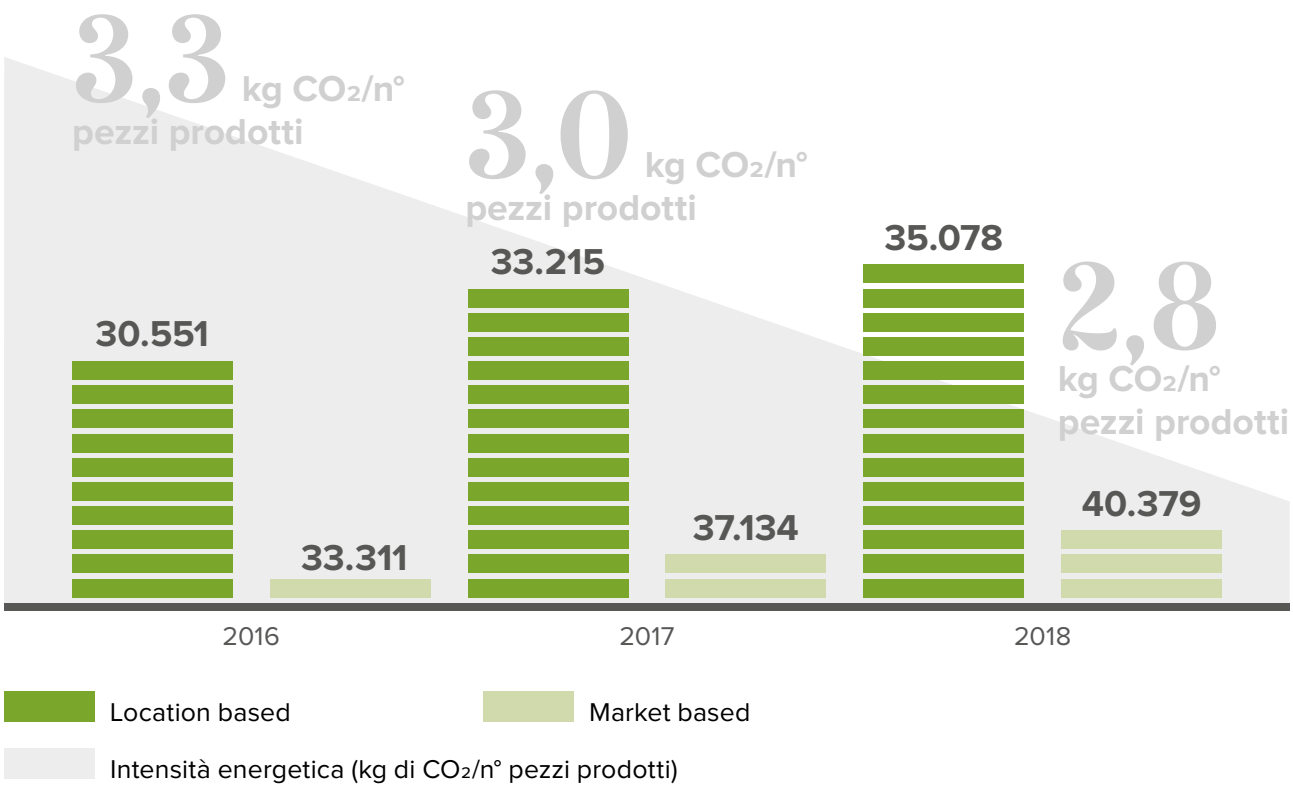


Fig. 36 - Le emissioni indirette Scopo 2, tonnellate di CO_2 [GRI 305-2]



Relativamente alle emissioni di CO_2 dirette, nel 2018 si registra un valore pari a 6.403 t, di cui il 51% legato ai consumi energetici degli uffici e il restante 49% ai consumi dei siti produttivi.
Per quanto riguarda invece le emissioni indirette di CO_2, nel 2018 si registra un valore complessivo di 35.078 t, di cui circa l'90% legato ai siti produttivi e, in particolar modo, ai 2 stabilimenti cinesi, che contribuiscono al 58% delle emissioni indirette di CO_2 totali (20.798 t CO_2).

Fig. 37 - Le emissioni indirette Scopo 2, tonnellate di CO_2 [GRI 305-2]

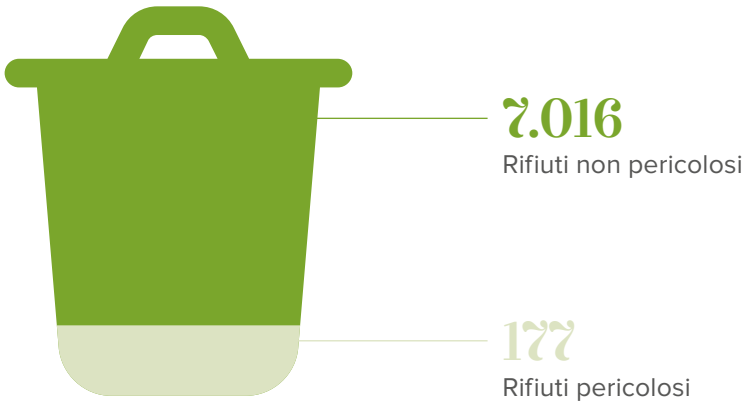


Nel 2018, le emissioni di CO_2 Scopo 2 *market based* eccedono di circa 5 mila tonnellate le *location based*. L'aumento delle emissioni indirette negli anni è dovuto al contestuale aumento della produzione. Confrontando le emissioni di CO_2 Scopo 2 *location based* per pezzo prodotto, infatti, si può notare una riduzione del 6,6% circa rispetto al precedente esercizio, passando da 3,0 kg di CO_2 per pezzo prodotto nel 2017 a 2,8 kg di CO_2 per pezzo prodotto nel 2018. Tale risultato è quindi testimonianza dell'incremento dell'efficienza energetica all'interno delle Operations del Gruppo. [GRI 305-4]

La gestione dei rifiuti

Durante il 2018, presso gli stabilimenti produttivi del Gruppo, sono state generate 7.193 tonnellate di rifiuti di cui il 98% di tipo non pericoloso e il restante 2% pericoloso. Del totale dei rifiuti prodotti, circa il 93% (93,4% dei rifiuti non pericolosi e l'85,6% dei rifiuti pericolosi) è stato inviato ad attività di recupero quali: riuso, recupero, riciclo e compostaggio.

Fig. 38 – I rifiuti prodotti presso gli stabilimenti produttivi nel 2018, tonnellate



Per quanto riguarda i rifiuti non pericolosi prodotti nel 2018, la maggior parte è stata inviata ad attività di riciclo (58,7%) e di recupero (32,3%), tra cui anche recupero energetico. Per quanto riguarda i rifiuti pericolosi, invece, la maggior parte di essi (85,6%) è stata smaltita tramite attività di recupero (53,8%), riciclo (16,6%) e riuso (15,2%).

Fig. 39 – Rifiuti non pericolosi prodotti nel 2018 per tipologia di smaltimento, percentuale

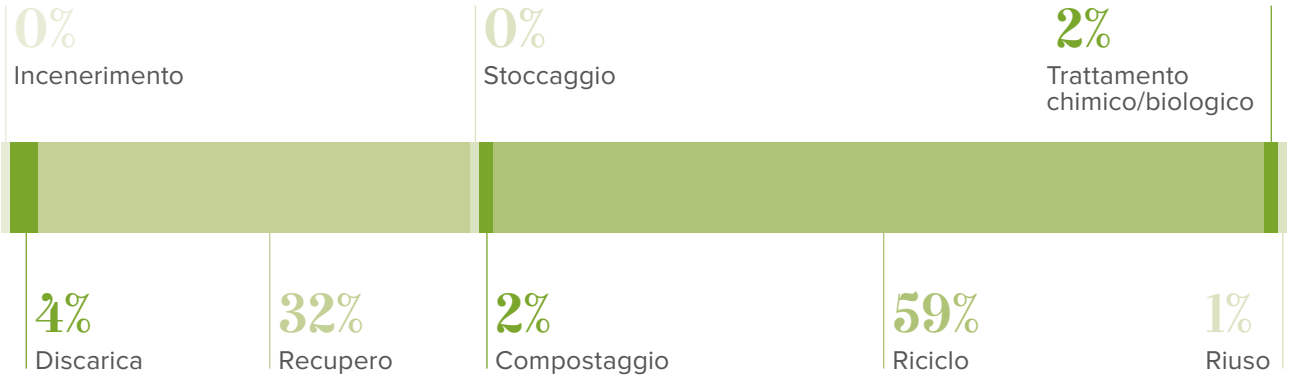
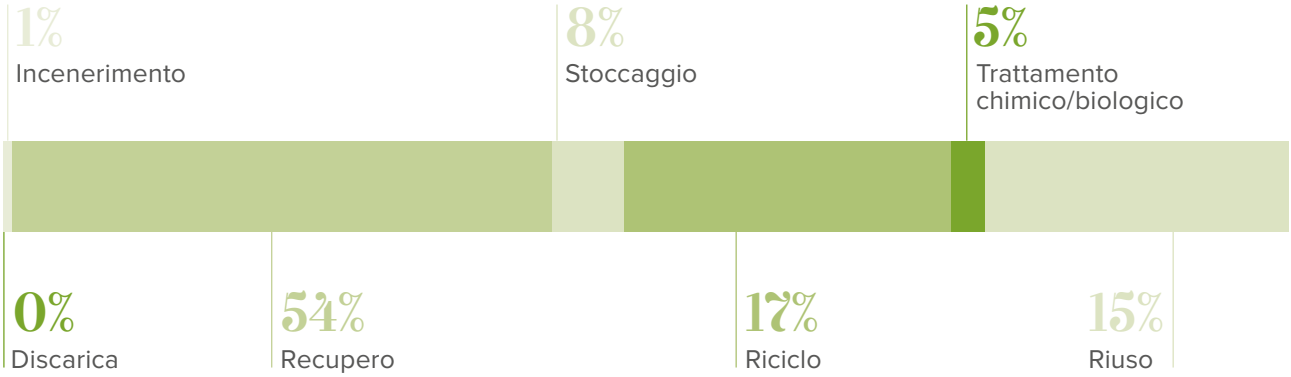


Fig. 40 – Rifiuti pericolosi prodotti nel 2018 per tipologia di smaltimento, percentuale



5_ Nota metodologica

I principi per definire i contenuti e la qualità del report

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

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

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

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

- **Accuratezza:** il livello di dettaglio dei contenuti riportati nel Report risulta adeguato alla comprensione e valutazione delle performance di sostenibilità del Gruppo De'Longhi nel periodo di rendicontazione.
- **Affidabilità:** i dati presentati nel documento sono stati raccolti, elaborati e validati dai responsabili di ogni funzione con la collaborazione di una Società di consulenza. I dati economici risultano coerenti con quelli riportati nella relazione finanziaria annuale di Gruppo.
- **Chiarezza:** la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile e l'utilizzo di grafici e tabelle per rappresentare le performance del Gruppo rendono fruibile e di facile comprensione per i portatori di interesse il presente Report.
- **Comparabilità:** gli indicatori presentati nel Report sono riportati per il triennio 2016-2017-2018 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 2018 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.

Il Report di Sostenibilità intende altresì rendicontare i temi rilevanti secondo il Decreto Legislativo 254/2016 di recepimento della Direttiva Europea 2014/95/UE, la cosiddetta "Direttiva Barnier" sulla rendicontazione non finanziaria per gli Enti di Interesse Pubblico di grandi dimensioni.
Anche per l'esaustiva rendicontazione di tali temi, il Gruppo De'Longhi ha scelto di adottare i GRI Standards.

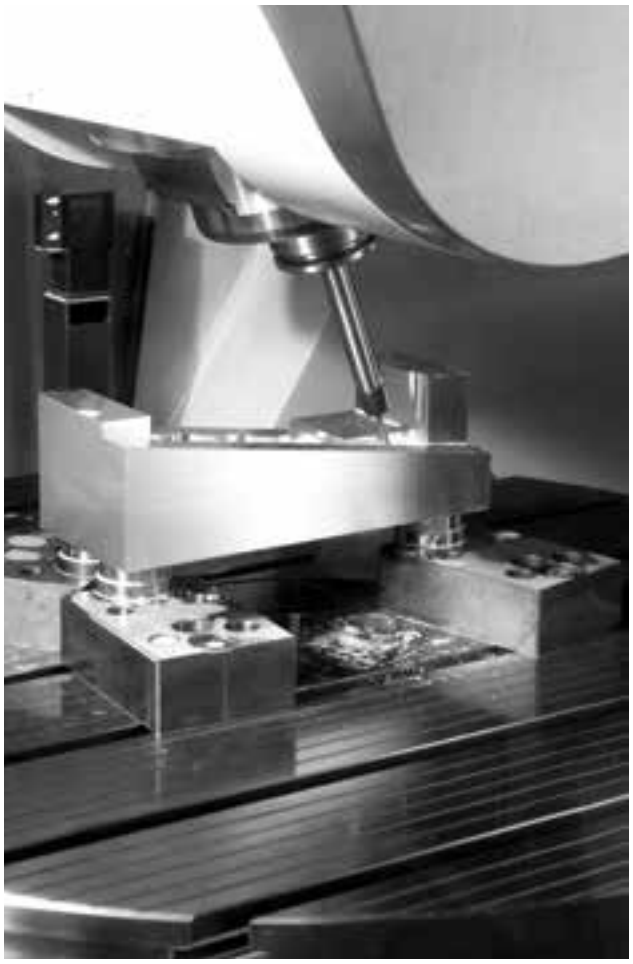
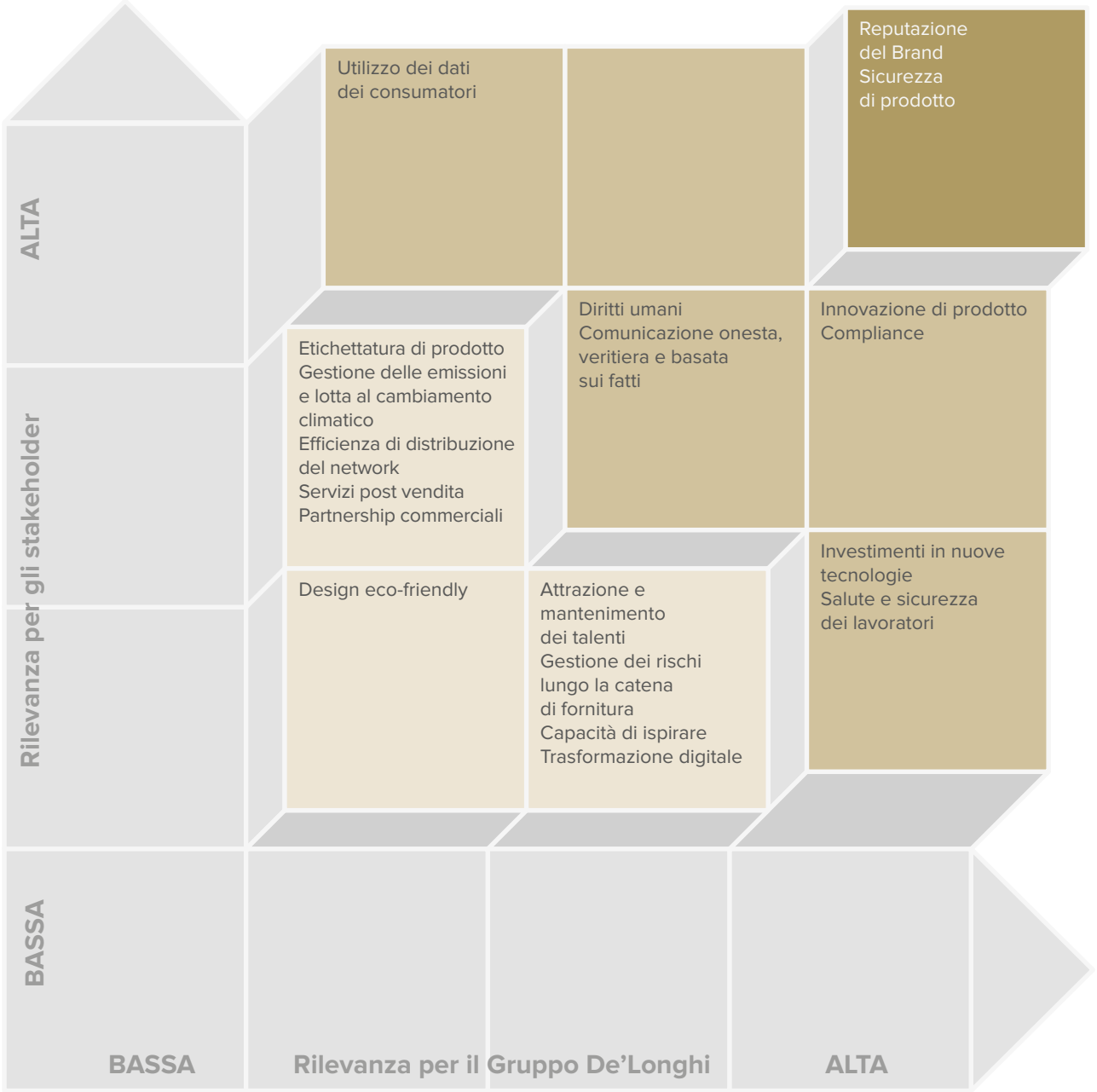


Fig. 33 - I temi rilevanti per gli stakeholder e il Gruppo De'Longhi.



In seguito alle attività condotte nell'ambito della strategia di sostenibilità del Gruppo da parte del Sustainability Steering Committee e dei Sustainability Ambassadors, sono emerse come possibili ulteriori temi rilevanti le seguenti tematiche non presenti nella matrice di materialità, in merito alle quali il Gruppo ritiene utile rendicontare le proprie performance: Comunità Locali, Riduzione dei rifiuti e Parità di genere.

Il perimetro di reporting

Il presente documento rappresenta la seconda edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De'Longhi e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'esercizio 2018, come anche i trend di performance del triennio 2016–2018. La raccolta degli indicatori di performance e la periodicità di rendicontazione hanno una cadenza annuale.

Il perimetro di rendicontazione coincide con quello del Bilancio Consolidato, ovvero include le società consolidate integralmente per la reportistica finanziaria con riferimento alle *Continuing Operations*, se non diversamente specificato. L'anno di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente sezione è il 2018. 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 34 - I temi rilevanti: perimetro [GRI 103-1]

TEMA	GRI DISCLOSURE	PERIMETRO		LIMITAZIONI DI RENDICONTAZIONE SUL PERIMETRO	
		Interno	Esterno	Interno	Esterno
Compliance					
Comunicazione onesta, veritiera e basata sui fatti	Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Compliance	Anticorruzione, Comportamento anticoncorrenziale, Compliance ambientale, Compliance socioeconomica Privacy del cliente	Gruppo	-	-	-
Utilizzo dei dati dei consumatori	Privacy del cliente	Gruppo	Contact Center	-	-
Business					
Reputazione del Brand	Performance economica	Gruppo	-	-	-
Partnership commerciali	-	Gruppo	Partner	-	-
Servizi post vendita	-	Gruppo	Contact Center, Partner	-	-
Le persone del Gruppo De'Longhi					
Attrazione e mantenimento dei talenti	Formazione e istruzione	Gruppo	-	-	-
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai Fornitori e ai Contact Center
I nostri prodotti: qualità, innovazione e sostenibilità					
Sicurezza di prodotto	Salute e sicurezza dei consumatori	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Innovazione di prodotto	-	Gruppo	-	-	-
Investimenti in nuove tecnologie (di prodotto)	-	Gruppo	-	-	-
Etichettatura di prodotto	Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Trasformazione digitale	-	Gruppo	-	-	-
Capacità di ispirare	-	Gruppo	-	-	-
Design eco-friendly	-	Gruppo	-	-	-

TEMA	GRI DISCLOSURE	PERIMETRO		LIMITAZIONI DI RENDICONTAZIONE SUL PERIMETRO	
La sostenibilità in tutte le fasi produttive					
Diritti umani	Non discriminazione, Libertà di associazione, Lavoro minorile, Lavoro forzato o obbligato	Gruppo	Fornitori	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori
Gestione dei rischi lungo la catena di fornitura	Valutazione dei fornitori su aspetti ambientali, Valutazione dei fornitori su aspetti sociali	Gruppo	Fornitori	-	-
Gestione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico	Energia Emissioni	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori e ai Contact Center
Efficienza di distribuzione del network	-	Gruppo	Partner	-	-
Investimenti in nuove tecnologie (di processo)	-	Gruppo	-	-	-

La metodologia di calcolo

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

Le persone del Gruppo De'Longhi

Il calcolo del personale del Gruppo suddiviso per area geografica, genere e tipologia contrattuale è stato svolto rispetto ai dati ricevuti dai diversi uffici e filiali commerciali.
I dati relativi alla suddivisione del personale per qualifica, genere ed età, per gli anni 2016 e 2017 non risultano disponibili con lo stesso dettaglio dei dati 2018.

Formazione in ambito anticorruzione

Per quanto riguarda l'area APA sono state considerate le ore associate ai corsi di formazione per i nuovi assunti che includono anche aspetti di etica del business o di anticorruption.
I dati riportati non risultano disponibili per gli uffici e gli stabilimenti con sede in USA, Canada e Romania.

Formazione erogata

I dati relativi alla formazione erogata per il biennio 2016-2017 non sono disponibili per gli uffici con sede in Repubblica Ceca, USA, Scandinavia, Canada.

Gli indici infortunistici

Gli indici infortunistici sono stati calcolati come riportato di seguito:

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

Sono inclusi nel calcolo degli indici su tutto il biennio 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 2016 - 2018, presso gli stabilimenti del Gruppo sono stati prodotti rispettivamente 11,6, 12,3 e 5,5 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 Ariete durante l'anno 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 (CO_2). 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 CO_2 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 2016, 2017 e 2018.

Emissioni indirette (Scopo 2): le emissioni indirette corrispondono ai consumi di energia elettrica e ai consumi legati al teleriscaldamento; le emissioni legate ai consumi di energia elettrica 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, presenti nella Tabella 49 - Principali indicatori socio-economici ed energetici, pubblicata da Terna nella sezione Confronti Internazionali, che hanno come fonte Enerdata e disponibili nella loro versione più recente in riferimento all'anno 2016, utilizzati per il calcolo delle emissioni indirette 2018. I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni indirette legate ai consumi energetici 2017 – 2016, invece, provengono dalla precedente versione della Tabella 49 - Principali indicatori socio-economici ed energetici e riferita al 2015 in quanto la versione più aggiornata al momento del calcolo (Ciclo di reporting 2017). Nel caso in cui un paese non fosse presente nella lista all'interno della Tabella di cui sopra, si è proceduto ad associare il fattore di emissione del continente. Nel caso di uffici riferiti a più paesi è stato utilizzato, in maniera conservativa, il fattore di emissione più alto tra quelli dei paesi rappresentati.

Per il calcolo delle emissioni market based sono stati utilizzati, dove disponibili, i residual mix riportati nel documento “European Residual Mixes”, pubblicato da ABI e disponibile per gli anni 2016-2017. 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 2016-2017-2018. Per i paesi per i quali non è risultato disponibile alcun residual mix si è utilizzato, in maniera conservativa, il fattore di emissione location based riportato nella Tabella di Terna di cui sopra. Le emissioni legate al teleriscaldamento sono state calcolate utilizzando i fattori di emissione riportati nelle tabelle del Defra disponibili per il triennio 2016-2017-2018.

Emissioni evitate legate alle attività di ottimizzazione del packaging: le emissioni di CO_2 evitate derivanti dall’attività di ottimizzazione del packaging sono legate alle iniziative avviate presso gli stabilimenti europei e cinesi. Nel primo caso, il calcolo delle emissioni di CO_2 evitate, è stato svolto stimando il numero di camion evitati e di conseguenza il numero di chilometri risparmiati e utilizzando il fattore di emissione relativo al trasporto via camion riportato nelle tabelle del Defra. Nel secondo caso, il calcolo è stato svolto stimando il peso complessivo trasportato prima e dopo l’applicazione dell’attività di ottimizzazione per una tratta media e utilizzando il fattore di emissione relativo al trasporto via nave riportato nelle tabelle del Defra.

Indicatori di qualità

Il first time quality (FTQ) indicator è il rapporto percentuale tra i prodotti che non hanno mostrato difettosità funzionali o estetiche sul totale della produzione dell’anno;
Il service call rate (SCR) è il rapporto percentuale tra le macchine riparate nel primo anno di garanzia e il totale dei prodotti venduti nell’anno. Tale indicatore viene calcolato trimestralmente su una base mobile di 12 mesi.
Il first time fix (FTF) indicator è il rapporto percentuale tra i prodotti riparati che non hanno avuto necessità di nuovi interventi di assistenza nei sei mesi successivi e il totale dei prodotti riparati.
[GRI 102-53]

6_ Allegati

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

Le persone del Gruppo De'Longhi

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

Dipendenti, per tipologia di contratto	Italia			Europa			APA			MEIA			Gruppo De'Longhi		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Tempo indeterminato	1.471	1.469	1.551	2.255	3.203	3.270	2.663	2.692	2.712	74	67	62	6.463	7.431	7.595
di cui donne	554	554	602	1.181	1.781	1.860	1.237	1.225	1.270	38	27	23	3.010	3.587	3.755
di cui uomini	917	915	949	1.074	1.422	1.410	1.426	1.467	1.442	36	40	39	3.453	3.844	3.840
Tempo determinato	29	140	84	47	52	33	493	574	697	-	-	-	569	766	814
di cui donne	12	78	48	28	30	21	211	247	302	-	-	-	251	355	371
di cui uomini	17	62	36	19	22	12	282	327	395	-	-	-	318	411	443
Totale	**1.500**	**1.609**	**1.635**	**2.302**	**3.255**	**3.303**	**3.156**	**3.266**	**3.409**	**74**	**67**	**62**	**7.032**	**8.197**	**8.409**
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Full-time	1.388	1.493	1.519	2.212	3.167	3.220	3.143	3.248	3.397	74	67	62	6.817	7.975	8.198
di cui donne	457	520	537	1.133	1.736	1.811	1.437	1.456	1.562	38	27	23	3.065	3.739	3.933
di cui uomini	931	973	982	1.079	1.431	1.409	1.706	1.792	1.835	36	40	39	3.752	4.236	4.265
Part-time	112	116	116	90	88	83	13	18	12	-	-	-	215	222	211
di cui donne	109	112	113	76	75	70	11	16	10	-	-	-	196	203	193
di cui uomini	3	4	3	14	13	13	2	2	2	-	-	-	19	19	18
Totale	**1.500**	**1.609**	**1.635**	**2.302**	**3.255**	**3.303**	**3.156**	**3.266**	**3.409**	**74**	**67**	**62**	**7.032**	**8.197**	**8.409**
Numero di dipendenti per genere															
Totale donne	**566**	**632**	**650**	**1.209**	**1.811**	**1.881**	**1.448**	**1.472**	**1.572**	**38**	**27**	**23**	**3.261**	**3.942**	**4.126**
Totale uomini	**934**	**977**	**985**	**1.093**	**1.444**	**1.422**	**1.708**	**1.794**	**1.837**	**36**	**40**	**39**	**3.771**	**4.255**	**4.283**

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

Composizione del CdA della Capogruppo		Unità di misura	Italia		
			2016	2017	2018
Uomini	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	1	1
	Oltre 50 anni	n	6	6	7
Totale uomini		**n**	**7**	**7**	**8**
Donne	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	3	3	2
	Oltre 50 anni	n	1	1	2
Totale donne		**n**	**4**	**4**	**4**
Totale		**n**	**11**	**11**	**12**

GRI 405-1: Composizione per età e genere dei dipendenti

Composizione del personale – Dettaglio al 2018		Unità di misura	Gruppo De'Longhi
Manager			
Uomini	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	2,1%
	Oltre 50 anni	%	1%
Totale uomini		**%**	**3,1%**
Donne	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	0,8%
	Oltre 50 anni	%	0,1%
Totale donne		**%**	**0,9%**
TOTALE		**%**	**4%**
Impiegati			
Uomini	Meno di 30 anni	%	2,4%
	Da 30 a 50 anni	%	12,9%
	Oltre 50 anni	%	3,1%
Totale uomini		**%**	**18,4%**
Donne	Meno di 30 anni	%	2,9%
	Da 30 a 50 anni	%	10%
	Oltre 50 anni	%	1,6%
Totale donne		**%**	**14,5%**
TOTALE		**%**	**32,9%**
Operai			
Uomini	Meno di 30 anni	%	8,9%
	Da 30 a 50 anni	%	16,2%
	Oltre 50 anni	%	4,4%
Totale uomini		**%**	**29,5%**
Donne	Meno di 30 anni	%	7,3%
	Da 30 a 50 anni	%	22,7%
	Oltre 50 anni	%	3,6%
Totale donne		**%**	**33,6%**
TOTALE		**%**	**63,1%**

GRI 403-2 – Tipologia di infortunio, tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro.

Infortuni e indici infortunistici	Unità di misura	De'Longhi Group					
		2016		2017		2018	
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni	n.	70	31	67	31	59	31
di cui in itinere	n.	12	7	4	7	5	5
Infortuni mortali	n.	1	-	-	-	-	-
Indice di frequenza	**-**	**6,4**	**3,2**	**6,3**	**2,8**	**5,3**	**2,9**
Tasso di malattia occupazionale	**-**	**0,2**	**0,3**	**0,1**	**0,3**	**-**	**0,3**
Indice di gravità	**-**	**0,10**	**0,04**	**0,17**	**0,05**	**0,18**	**0,08**
Tasso di assenteismo	**%**	**1,7**	**2,4**	**1,6**	**2,5**	**2,3**	**3,9**

GRI 403-2 – Tipologia di infortunio, tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro.

Infortuni e indici infortunistici	Unità di misura	2018 – Dettaglio per area geografica							
		Italia		Europa		APA		MEIA	
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni	n.	19	11	8	11	31	9	1	-
di cui in itinere	n.	5	5	-	-	-	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza	**-**	**8,3**	**6,0**	**3,3**	**3,6**	**5,1**	**1,8**	**26,2**	**-**
Tasso di malattia occupazionale	**-**	**-**	**2,0**	**-**	**0,3**	**-**	**-**	**-**	**-**
Indice di gravità	**-**	**0,30**	**0,17**	**0,03**	**0,03**	**0,22**	**0,11**	**-**	**-**
Tasso di assenteismo	**%**	**2,8**	**3,9**	**4,8**	**7,5**	**0,6**	**0,4**	**0,3**	**0,3**

GRI 403-2 – Tipologia di infortunio, tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro.

Infortuni e indici infortunistici dei contrattisti	Unità di misura	Gruppo De'Longhi					
		2016		2017		2018	
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni	n.	10	2	5	1	3	1
di cui in itinere	n.	-	-	-	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza	**-**	**6,2**	**1,3**	**2,0**	**0,4**	**0,9**	**0,3**

La riduzione degli impatti ambientali

GRI 302-1: Consumi energetici

Consumi energetici	Unità di misura	Siti produttivi			Uffici			Gruppo De'Longhi		
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Consumi diretti da fonti non rinnovabili										
Benzina	GJ	2.550	2.385	2.801	14.521	14.392	14.664	17.072	16.776	17.465
Gasolio	GJ	6.506	6.121	6.885	26.509	23.598	23.374	33.015	29.719	30.259
Gas naturale	GJ	29.001	39.846	45.230	5.171	4.281	5.498	34.172	44.126	50.728
GPL	GJ	394	585	523	66	113	133	461	698	657
Olio combustibile	GJ	-	-	-	204	205	205	204	205	205
Totale	**GJ**	**38.451**	**48.936**	**55.440**	**46.473**	**42.588**	**43.875**	**84.924**	**91.524**	**99.314**
Consumi diretti da fonti rinnovabili										
Enenergia elettrica prodotta da rinnovabili e consumata	GJ	3.482	3.811	3.709	38	45	37	3.521	3.856	3.746
Totale consumi diretti	**GJ**	**41.934**	**52.747**	**59.148**	**46.511**	**42.633**	**43.911**	**88.445**	**95.381**	**103.060**
Consumi indiretti										
Energia elettrica	GJ	192.729	218.114	245.173	28.350	29.087	29.082	221.079	247.202	274.256
Teleriscaldamento	GJ	-	-	-	3.427	3.698	2.718	3.427	3.698	2.718
Raffrescamento	GJ	-	-	-	540	554	398	540	554	398
Totale consumi indiretti	**GJ**	**192.729**	**218.114**	**245.173**	**32.318**	**33.339**	**32.198**	**225.047**	**251.453**	**277.372**
Consumi totali	**GJ**	**234.663**	**270.862**	**304.322**	**78.829**	**75.972**	**76.110**	**313.492**	**346.834**	**380.431**

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

Emissioni	Unità di misura	Siti produttivi			Uffici			Gruppo De'Longhi		
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Dirette	ton CO_2	2.311	2.891	3.276	3.324	3.054	3.127	5.635	5.944	6.403
Indirette – Location Based	ton CO_2	26.900	29.652	31.564	3.492	3.394	3.514	30.392	33.045	35.078
Indirette – Market Based	ton CO_2	28.888	32.833	36.057	4.423	4.301	4.322	33.311	37.134	40.379
Totale (Dirette + Indirette – Location Based)	**ton CO_2**	**29.211**	**32.543**	**34.840**	**6.816**	**6.448**	**6.642**	**36.027**	**38.991**	**41.482**
Totale (Dirette + Indirette – Market Based)	**ton CO_2**	**31.199**	**35.724**	**39.333**	**7.747**	**7.355**	**7.449**	**38.947**	**43.079**	**46.783**

7_ GRI Content Index

[GRI 102-55]

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016				
Profilo dell'organizzazione				
102-1	Nome dell'organizzazione	4		
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	6; 39		
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	4		
102-4	Paesi nei quali opera l'organizzazione	7		
102-5	Assetto proprietario e forma legale	10; 11		
102-6	Mercati serviti	6: 7		
102-7	Dimensione dell'organizzazione	7; 9; 20; 73		
102-8	Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori	96		
102-9	Descrizione della *supply chain* (n. fornitori, volumi e mercati di approvvigionamento)	73-77		
102-10	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario e nella *supply chain* avvenuti nel periodo di rendicontazione	34; 76		
102-11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	13; 39; 66-69		
102-12	Iniziative esterne		Nel corso dell'anno di rendicontazione, il Gruppo De'Longhi non ha partecipato o sottoscritto alcuna iniziativa promossa da stakeholder esterni	
102-13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	9		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
Strategia				
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	4-5		
Etica ed integrità				
102-16	*Mission*, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le *performance* economiche, ambientali e sociali, sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	10-15; 23		
Governance				
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo. Comitati coinvolti nelle decisioni su tematiche economiche, ambientali e sociali	10; 16		
Stakeholder engagement				
102-40	Elenco di gruppi di *stakeholder* con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	8-9		
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	27		
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali *stakeholder* con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	8-9		
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli *stakeholder*	8-9		
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli *stakeholder* e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nella relazione	8-9		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
Pratiche di reporting				
102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nella relazione sulla responsabilità sociale	91		
102-46	Definizione dei contenuti del Report e dei confini dei temi	88-93		
102-47	Elenco dei temi materiali	90		
102-48	Spiegazione degli effetti di qualunque modifica di informazioni inserite nelle relazioni precedenti e le motivazioni di tali modifiche		Nessuna modifica significativa rispetto al Report di Sostenibilità 2017	
102-49	Cambiamenti significativi di obiettivo e perimetro		Nessun cambiamento significativo rispetto al Report di Sostenibilità 2017	
102-50	Periodo a cui si riferisce la relazione sulla responsabilità sociale		Dal 1° gennaio 2018 al 31 dicembre 2018	
102-51	Data di pubblicazione della relazione sulla responsabilità sociale più recente		Agosto 2018	
102-52	Periodicità di rendicontazione		Annuale	
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sulla relazione sulla responsabilità sociale e i suoi contenuti		sustainability@ delonghigroup.com	
102-54	Scelta dell'opzione "*in accordance*"	88		
102-55	Tabella esplicativa dei contenuti della relazione	100-109		
102-56	Politiche e pratiche di verifica esterna della relazione sulla responsabilità sociale		Il presente documento non è stato oggetto di attività di assurance	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
MATERIAL TOPICS			
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA			
PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	8-9	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	8-9	
GRI 205: Performance Economica 2016			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	9	
ANTICORRUZIONE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	10-15	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	10-15	
GRI 205: Anticorruzione 2016			
205-2	Comunicazione e formazione riguardo a politiche e procedure sull'anticorruzione	14-15	La rendicontazione non comprende la comunicazione e formazione rivolta ai membri degli enti di governo
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	15	
COMPORTAMENTO ANTI CONCORRENZIALE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	10-15	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	10-15	
GRI 206: Comportamento anti concorrenziale 2016			
206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, *anti-trust* e pratiche monopolistiche	15	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE			
ENERGIA			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	76-80	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	76-80	
GRI 302: Energia 2016			
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	80-83	
302-3	Intensità energetica	83	
EMISSIONI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	78-87	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	78-87	
GRI 305: Emissioni 2016			
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	84-86	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	84-86	
305-4	Intensità di emissione di gas ad effetto serra	84-86	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE			
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	34-36	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	34-36	
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2016			
403-2	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, suddivisi per area geografica e per genere	36; 98	
FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	21; 30-33	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	21; 30-33	
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016			
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	30-32	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una regolare valutazione delle performance e una revisione dello sviluppo della propria carriera	32-33	
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	21-29	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	21-29	
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	96-97	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
NON DISCRIMINAZIONE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	21; 26-27	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	21; 26-27	
GRI 406: Non discriminazione 2016			
406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	27	
VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	76-77	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	76-77	
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	76-77	
VALUTAZIONE DEI FORNITORI PER IMPATTI SOCIALI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	76-77	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	76-77	
GRI 414: Valutazione dei fornitori per impatti sulla società 2016			
414 -1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	76-77	
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	68-69	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	68-69	
GRI 416: Salute e Sicurezza dei consumatori 2016			
416-1	Valutazioni degli impatti dei prodotti e servizi su salute e sicurezza	68-69	
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	68-69	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	15; 69	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	15; 69	
GRI 417: Marketing ed Etichettatura dei prodotti 2016			
417-1	Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti	69	
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	69	
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	15	
PRIVACY DEL CLIENTE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	71	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	71	
GRI 418: Privacy del cliente 2016			
418-1	Reclami motivati relativi a perdita di dati del cliente	71	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
NOT GRI DISCLOSURE			
CAPACITÀ DI ISPIRARE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	38-49	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	38-49	
PARTNERSHIP COMMERCIALI			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	73-77	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	73-77	
INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39-49	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39-49	
Investimenti in attività di ricerca e sviluppo		39	
INNOVAZIONE DI PRODOTTO			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	39-71	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	39-71	
Investimenti in attività di ricerca e sviluppo		39	
EFFICIENZA DI DISTRIBUZIONE DEL NETWORK			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	75	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	75	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Omission
SERVIZIO POST VENDITA			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	62; 70	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	62; 70	
First time fix (FTF) indicator		70	
Tempo medio di assistenza tecnica		70	
TRASFORMAZIONE DIGITALE			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	42; 71; 73-80	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	42; 71; 73-80	
DESIGN ECO-FRIENDLY			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	92-93	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	42-49	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	42-49	

Photo by **Geran de Klerk** on Unsplash

project **design-associati.it**

DēLonghi KENWOOD BRAUN Ariete