

I nostri brand, i nostri prodotti
e le nostre persone, che con
passione e coraggio,
ogni giorno, costruiscono
il futuro di questo Gruppo.

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

2017

DēLonghi Group

Indice

Abbiamo iniziato un percorso	4
1. I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	6
2. Il Gruppo De'Longhi	10
2.1. Ovunque	11
2.2. Ogni giorno, al tuo fianco	14
3. Le persone del Gruppo De'Longhi, i costruttori del domani	20
3.1. A partire da quello che siamo oggi	20
3.2. Coltivando le nostre competenze e conoscenze	28
4. I nostri prodotti, da vivere e condividere	34
4.1. Per offrirvi un'esperienza unica	34
4.2. Un'esperienza unica che nasce dai nostri stabilimenti, con i nostri partner	63
4.3. E arriva nelle case dei consumatori di tutto il mondo	69
Focus: La riduzione degli impatti ambientali	70
5. Nota metodologica	80
6. Allegati	86
7. GRI Content Index	90

Abbiamo iniziato un percorso

[GRI 102-14]

Cari lettori,

Oltre quarant'anni fa, con il lancio del primo radiatore a olio a marchio De'Longhi, abbiamo iniziato un percorso ricco di sfide e di grandi successi che, nell'anno appena conclusosi, ci hanno permesso di raggiungere quasi 2 miliardi di fatturato consolidando sempre più il nostro ruolo di leader nel mercato dei piccoli elettrodomestici.

Oggi, infatti, il Gruppo De'Longhi, è una realtà internazionale, presente, attraverso i suoi 4 Brand, in 128 paesi del mondo con oltre 8.000 collaboratori che con passione e ambizione sviluppano, anno dopo anno, prodotti dal design distintivo, dall'alto contenuto di innovazione ed eccellenza tecnologica, in grado di coniugare la massima qualità con le massime prestazioni.

Consapevoli che alla base dei nostri successi vi siano le persone, nel corso degli anni ci siamo impegnati nella creazione di un ambiente di lavoro attrattivo, stimolante e sicuro. Al fine di consolidare e rafforzare la nuova struttura organizzativa - operativa dal 2016 – durante l'anno abbiamo lanciato il nuovo sistema gestionale Success Factor - che sarà completato nel 2018 – e che permetterà di gestire in maniera corale tutti gli aspetti relativi alle nostre persone: dall'anagrafica, alla formazione e valutazione delle performance. Abbiamo proseguito, inoltre, le iniziative di diffusione e rafforzamento dell'identità di Gruppo attraverso la campagna di comunicazione della nuova *mission* e *vision* e valori aziendali, nonché attraverso specifiche e diffuse attività formative volte al rafforzamento delle competenze manageriali.

In quanto attori del mercato globale sappiamo bene che per poter rimanere competitivi e assicurare la continuità del business sul lungo periodo dobbiamo continuare a investire nell'innovazione. Nel corso del 2017, abbiamo realizzato alcune iniziative strategiche che ci hanno portato ad un accordo per l'acquisizione di una quota di minoranza del Gruppo svizzero Eversys con il quale siamo entrati nel settore delle macchine professionali per il caffè espresso e all'acquisto della proprietà immobiliare sede dell'headquarter di Treviso, per la realizzazione di un nuovo fabbricato destinato all'ampliamento degli spazi a disposizione delle strutture di R&D e di altre funzioni corporate. Inoltre, abbiamo proseguito il piano di investimento per il polo produttivo in Romania. Infine, la costituzione dell'hub nord Europeo, all'interno del progetto di centralizzazione e ottimizzazione dei servizi logistici, iniziato nel 2016, ci ha permesso e ci permetterà di gestire in maniera sempre più efficace ed efficiente i nuovi volumi di vendita. In questo contesto, il progetto "Swim Lanes", completato con successo nel corso dell'anno, ha introdotto un nuovo modello di gestione della produzione con conseguente riduzione dei tempi di evasione degli ordini e aumento della qualità del servizio offerto ai nostri clienti.

1_ I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento

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". [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. 1 - I temi rilevanti per gli stakeholder e il Gruppo De'Longhi.

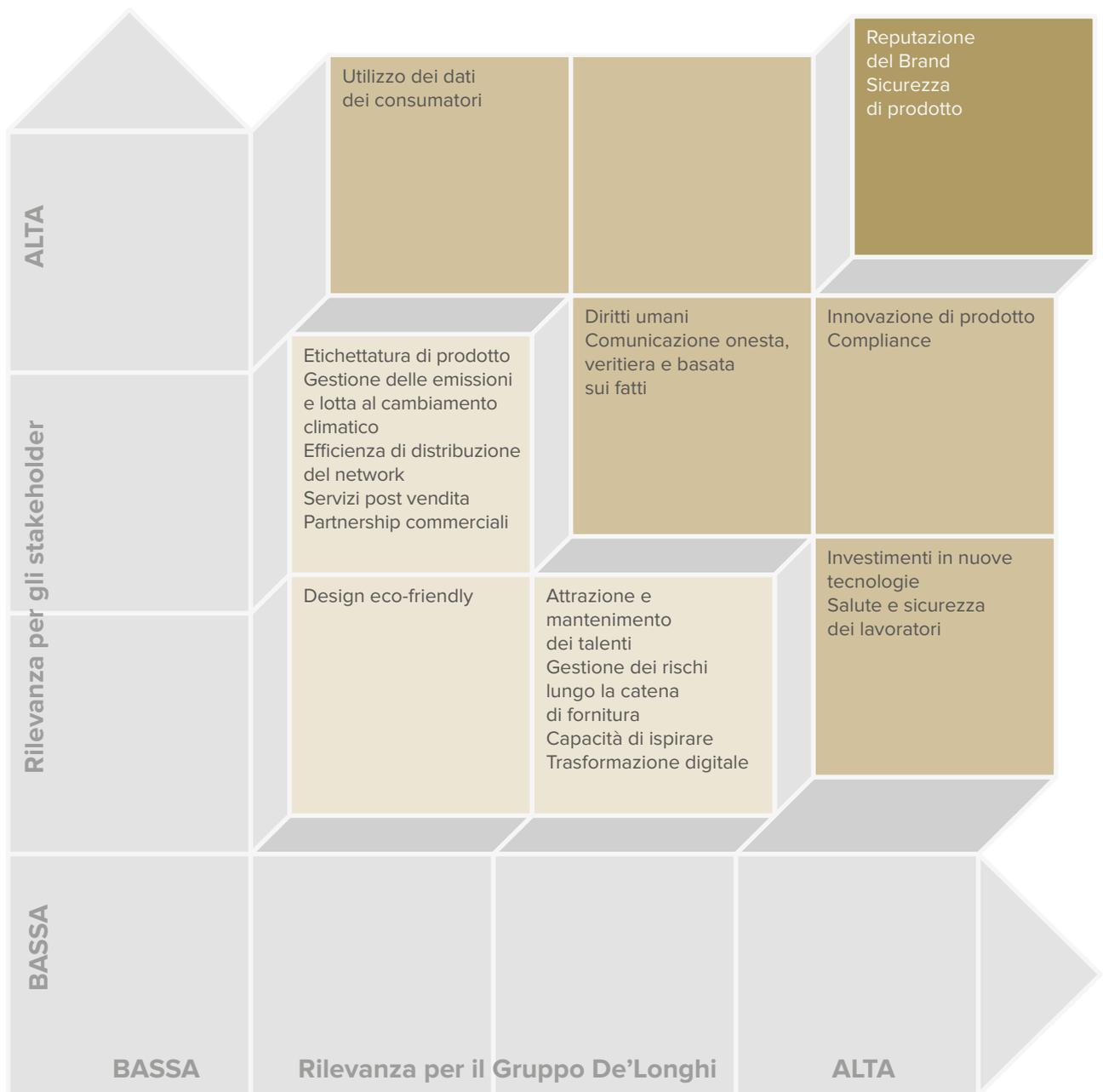


Fig. 2 - I temi rilevanti: descrizione [GRI 102-46]

TEMA	DESCRIZIONE	CAPITOLO/PARAGRAFO
Corporate Governance e sviluppo del business		
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	2.1 Ovunque
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	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
Partnership commerciali	Il mantenimento e consolidamento delle partnership commerciali consente di creare valore lungo l'intera value chain del Gruppo e di proporre sul mercato prodotti sempre più innovativi, competitivi e capaci di rispondere alle esigenze dei consumatori	4.2 Che nasce dai nostri stabilimenti, con i nostri partner
Investimenti in nuove tecnologie	L'investimento in nuove tecnologie è alla base per l'innovazione di prodotto e l'aumento della sostenibilità ed efficienza dei processi produttivi	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
Trasformazione digitale	In un mondo sempre più legato al digitale, l'innovazione di prodotto risulta sempre più legata alla capacità di proporre nuove soluzioni tecnologiche e digitali (Internet of Things, Applicazioni, Domotica)	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
Compliance	Il Gruppo pone alla base del suo agire il rispetto delle leggi e dei regolamenti dei mercati nei quali opera	2.2 Ogni giorno al tuo fianco
Prodotto		
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	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
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	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
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	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
Design eco-friendly	L'attenzione alle tematiche ambientali nello sviluppo dei prodotti, si esplicita nella progettazione di prodotti, per specifiche categorie, con un ridotto impatto ambientale anche nel loro utilizzo da parte del consumatore	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica

TEMA	DESCRIZIONE	CAPITOLO/PARAGRAFO
Catena di fornitura e produzione		
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	4.2 Che nasce dai nostri stabilimenti, con i nostri partner
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	3.1 A partire da quello che siamo oggi 4.2 Che nasce dai nostri stabilimenti, con i nostri partner
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	Focus: La riduzione degli impatti ambientali
Le persone del Gruppo De'Longhi		
Salute e sicurezza dei lavoratori	La salute e sicurezza dei lavoratori è alla base della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti	3.2 Coltivando le nostre competenze e le nostre conoscenze
Attrazione e mantenimento dei talenti	Attrarre e mantenere all'interno del Gruppo i talenti e mantenere un'alta soddisfazione delle persone è un elemento strategico per il raggiungimento degli obiettivi di business	3. Le persone del Gruppo De'Longhi, i costruttori del domani
Consumatori		
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	2.2 Ogni giorno al tuo fianco 4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
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	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica
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	4.3 E arriva nelle case dei consumatori di tutto il mondo
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	4.1 Per offrirvi un'esperienza unica

2_ Il Gruppo De'Longhi

Fig. 3 - 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.

De'Longhi

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.



2.1_ Ovunque

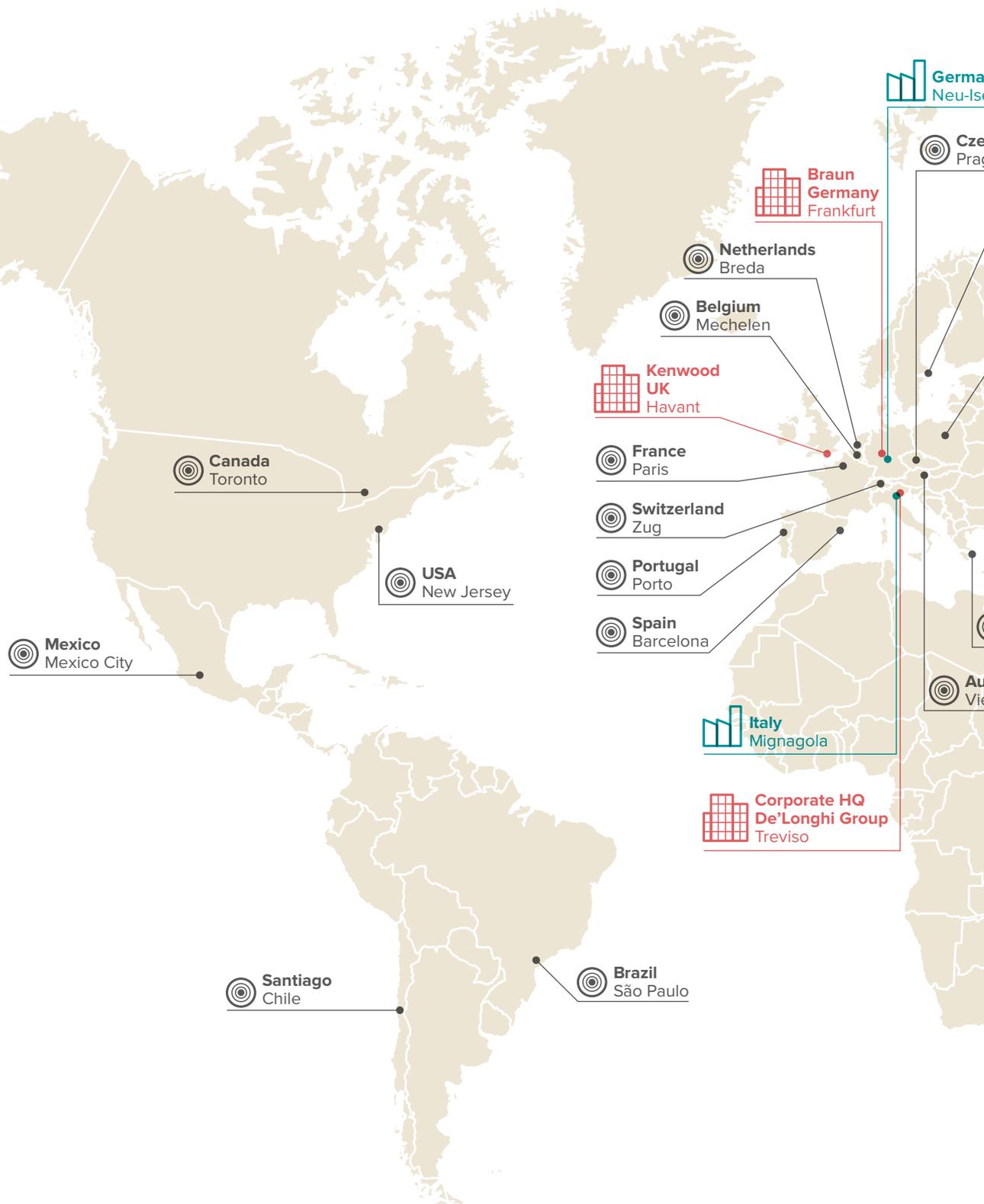
Il Gruppo trae le sue origini all'inizio del '900 quando la famiglia De' Longhi fonda un laboratorio di produzione di componentistica industriale; nel corso degli anni diventa un produttore di prodotti finiti per conto terzi; nel 1974 viene lanciato il primo elettrodomestico marchiato De'Longhi, segnando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

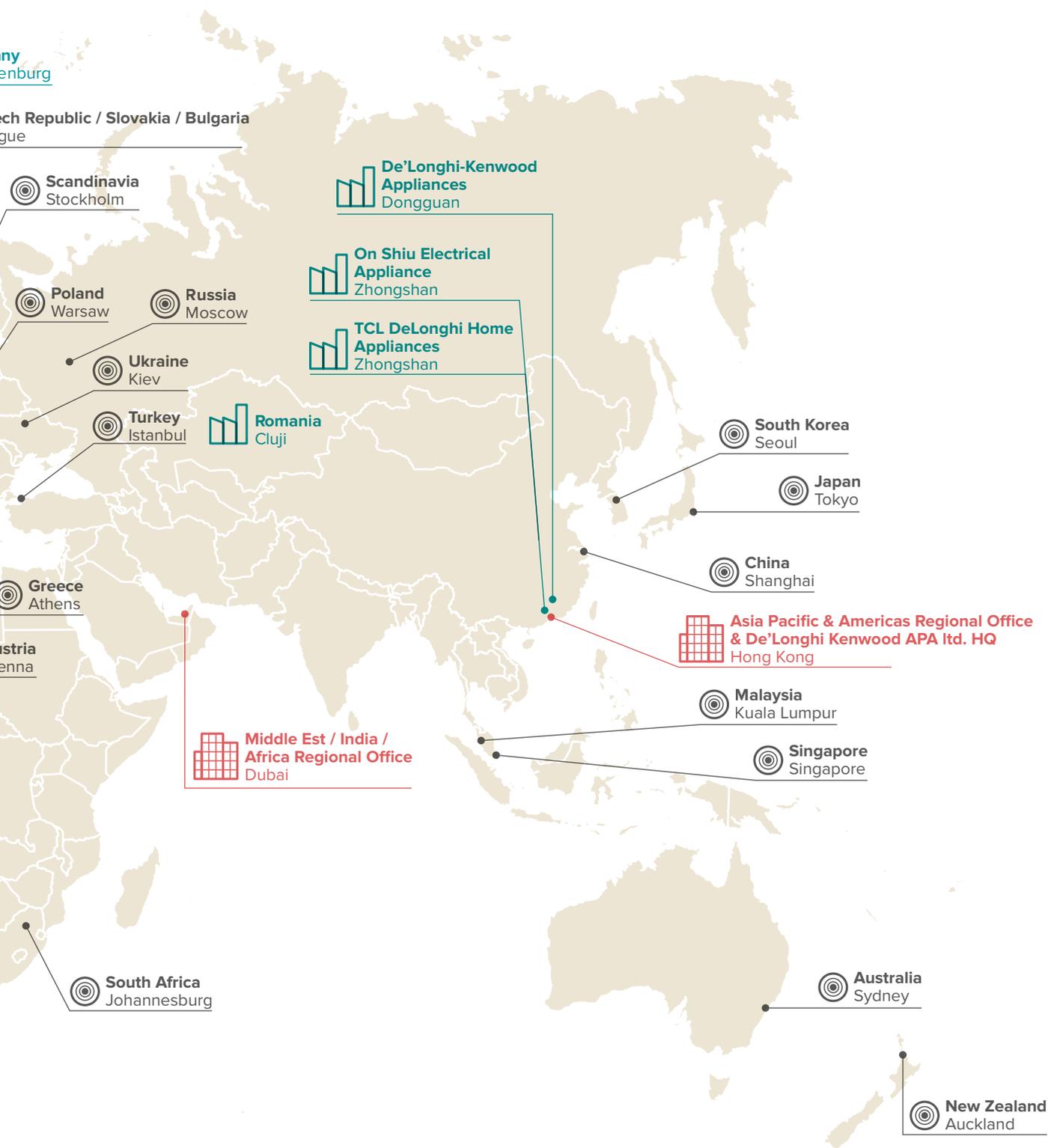
Inizialmente nota come produttore di radiatori elettrici portatili e condizionatori d'aria, l'Azienda, negli anni, ha ampliato la propria gamma di prodotti.

Oggi, il Gruppo offre una gamma di piccoli elettrodomestici per la preparazione del caffè, la preparazione e cottura dei cibi, la climatizzazione 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. 4 - La presenza nel mondo del Gruppo De'Longhi.





2.2_ Ogni giorno, al tuo fianco

Il Gruppo De'Longhi crede che sia fondamentale mantenere con i propri portatori di interesse un rapporto di fiducia duraturo nel tempo, al fine di consentire il perseguimento degli obiettivi di business e il successo dell'azienda.

La comunicazione e l'ascolto, alla base di ogni dialogo 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. 5 - 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 Assoclimate, l'associazione dei costruttori di Sistemi di Climatizzazione, del Comitato Termotecnico Italiano (CTI), del Comitato Elettrotecnico Europeo (CENELEC) e del Comitato Elettrotecnico Internazionale (IEC).
 [GRI 102-13]

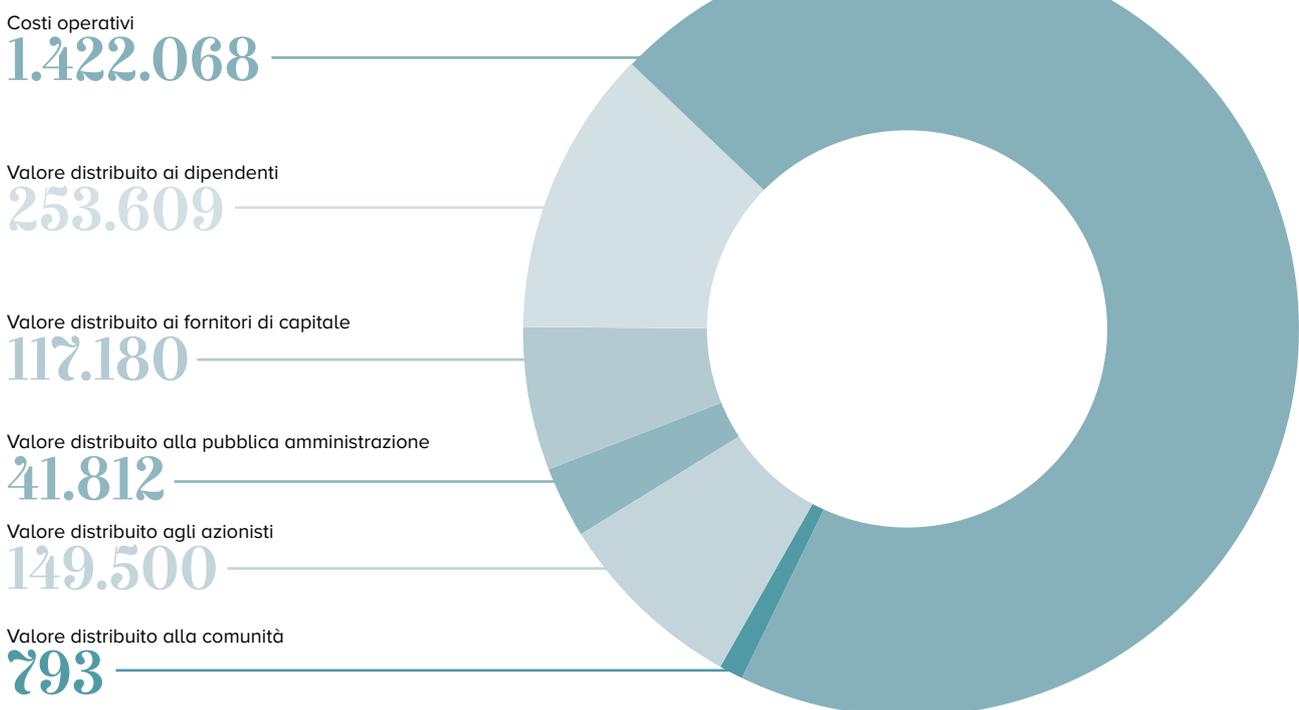
Il valore generato e distribuito dal Gruppo De'Longhi

Il valore generato dal Gruppo nel 2017 ammonta a 2.090.560 migliaia di Euro, di cui circa il 95% distribuito. Gli oltre 1.984 milioni di Euro risultano distribuiti sotto forma di remunerazione dei fornitori di beni e servizi (1.422.068 migliaia di Euro), retribuzione dei dipendenti (253.609 migliaia di Euro), dividendi agli azionisti (149.500 migliaia di Euro), interessi ai fornitori di capitale (117.180 migliaia di Euro), imposte alla pubblica amministrazione (41.812 migliaia di Euro) e liberalità a favore delle comunità (793 migliaia di Euro).

Fig. 6 - Il valore generato, migliaia di € [GRI 201-1]



Fig. 7 - Il valore distribuito, migliaia di € [GRI 201-1]



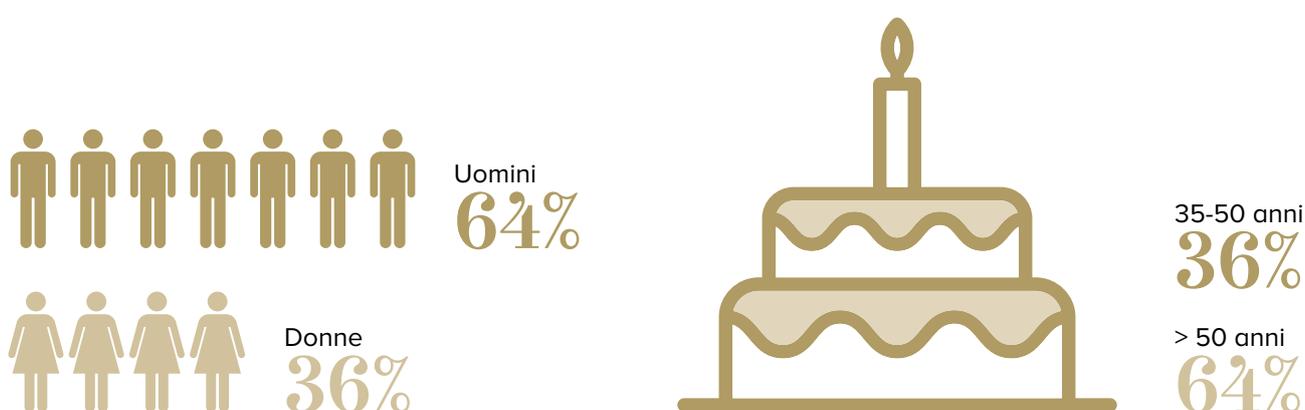
L'etica e il sistema di governance

[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 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 per la Remunerazione e le 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 dalla funzione Internal Audit e dal Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili e societari. [GRI 102-18]

Fig. 8 - Composizione del Consiglio di Amministrazione di De'Longhi SpA per genere ed età [GRI 405-1]



Nel 2017, il CdA del Gruppo De'Longhi è costituito da 7 uomini e 4 donne; di questi, il 64% 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. [GRI 102-16]

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.

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.

Nel corso del 2017, il Gruppo ha avviato un progetto dedicato per 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. Il progetto ha previsto nel corso del 2017 una fase pilota in cui è stato svolto un assessment delle modalità con le quali sette 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. Le sette Società del Gruppo oggetto dell'assessment sono state selezionate in accordo a criteri di rilevanza economica, somiglianza normativa e sostenibilità complessiva del progetto in funzione della capacità di raggiungere l'obiettivo attraverso un effort di risorse disponibili.

Il programma di audit

Nell'ambito delle tradizionali operazioni di verifica 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 e audit di natura contabile, al fine di assicurare l'attendibilità, la completezza, la correttezza e la tempestività delle informazioni finanziarie. 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 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.

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

- Compliance (informativa finanziaria, responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, rapporti di natura commerciale con parti correlate).
- Management e gestione delle risorse umane in termini di capacità di attrarre e sviluppare le persone.
- Sistemi informativi sia per ciò che riguarda la sicurezza delle informazioni e l'integrità dei dati che relativamente alla continuità dei servizi.
- Sistema logistico (dimensioni del magazzino e tempestività delle spedizioni)
- Innovazione di prodotto (capacità del Gruppo di continuare a proporre prodotti innovativi e di tutelare le proprie attività di ricerca e di sviluppo mediante il deposito di brevetti e i propri marchi).
- Qualità e responsabilità di prodotto.
- Catena di fornitura (rischi legati ad alleanze strategiche e ad accordi di fornitura, ai rapporti con i fornitori, all'andamento dei costi delle materie prime).
- Ambiente (evoluzione dei diversi contesti normativi a cui il Gruppo è soggetto, possibili danni ambientali derivanti dall'attività produttiva).

Al fine di monitorare periodicamente i rischi aziendali, la Direzione Internal Audit anche nel corso del 2017 ha verificato lo stato avanzamento dei cantieri attivati a valle del risk assessment del 2013. Al termine del 2017, la Direzione Internal Audit, insieme al CFO e al Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, ha altresì integrato tale analisi dei rischi sulle filiali estere considerate strategiche ai fini della governance aziendale, con l'obiettivo di aggiornare la matrice di rischio percepito.

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) porterà il Gruppo, nel corso del 2018, all'adozione di una specifica Politica anti-frode.

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 le operazioni soggette a specifiche regole di istruzione e approvazione delle operazioni con parti correlate, graduate in relazione alla loro maggiore (o minore) rilevanza.

Fig. 9 - La formazione in materia di anticorruzione [GRI 205-2]



Nell'arco del 2017, sono state formate specificatamente sui temi dell'anticorruzione 3.667 persone tra dipendenti, partner e personale appartenente ad altre organizzazioni, per un totale di ore di formazione erogate pari a 1.959, in aumento rispetto al 2016. Del totale delle ore di formazione, l'88% sono state erogate a operai, il 4% a impiegati e l'8% a dirigenti.

Fig. 10 - Persone formate nel 2017 per categoria [GRI 205-2]



Fig. 11 - Ore di formazione erogate nel 2017 per categoria [GRI 205-2]



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

Nel corso del 2017 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 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]

3_ Le persone del Gruppo De'Longhi, i costruttori del domani

3.1_ A partire da quello che siamo oggi

Conoscere oggi le persone del Gruppo De'Longhi, che ogni giorno impegnano le loro energie per il successo dell'azienda, è un fattore chiave per individuare le direzioni capaci di assicurare il raggiungimento degli obiettivi nel lungo termine.

In questo contesto risulta fondamentale riuscire ad attirare, motivare e trattenere le persone in funzione dell'evoluzione delle necessità del Gruppo sia in termini di numerosità delle persone, sia in termini di competenze professionali chiave e attitudini in linea con i valori e la filosofia del Gruppo. Per questo motivo il Gruppo De'Longhi è impegnato nel favorire la crescita professionale delle proprie persone e a promuovere un luogo di lavoro improntato sui valori 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.

La crescita professionale delle persone di De'Longhi e la promozione di un luogo di lavoro improntato sui valori della lealtà, correttezza e fiducia reciproca, capace di favorire le diversità ed evitare qualsiasi tipo di discriminazione, sono gestite da una 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 un'armonia e uniformità nella gestione delle persone a livello internazionale, il Gruppo De'Longhi ha inoltre implementato, nel 2017, un nuovo sistema gestionale, SuccessFactors di SAP, in particolare il modulo *Core HR*, pilastro fondamentale per assicurare una gestione e governo più strutturato e armonizzato dei principali processi tipici della funzione (assunzioni, revisioni retributive, promozioni, MBO, sviluppo delle competenze) con riferimento all'intera popolazione manageriale e impiegatizia, come pure per tutto il personale di fabbrica occupato negli stabilimenti produttivi europei e in uno degli stabilimenti produttivi cinesi. Il progetto di armonizzazione dei processi di gestione delle risorse umane proseguirà nel corso del 2018 con l'implementazione di ulteriori nuovi moduli del sistema gestionale, funzionali alla mappatura delle informazioni e alla gestione dei processi di "compensation", di "performance management" e di "learning and development".

Durante l'anno 2017, la Direzione Risorse Umane e Organizzazione ha proseguito le attività di implementazione del piano di azione predisposto a fronte delle evidenze della prima edizione dell'*Employee Engagement Survey* – "Your Voice: to Make the Difference" realizzata a fine 2015. L'iniziativa, che ha coinvolto tutto il personale manageriale e impiegatizio del Gruppo, ha permesso di approfondire la realtà percepita e le aspettative dei dipendenti in relazione a otto fattori strategici per il Gruppo, quali la capacità di leadership, l'appartenenza aziendale, la relazione con il capo,



la crescita professionale, il benessere, il pagamento equo, le attività sociali, la relazione con il team. I risultati dell'indagine hanno permesso di individuare le aree di miglioramento relative all'aumento della chiarezza organizzativa e al rafforzamento dell'identità di Gruppo, sulle quali è stato definito un piano con azioni puntuali. In particolare, nel 2017 il focus delle iniziative si è concentrato da un lato sullo sviluppo delle competenze dei manager nello sviluppo e gestione dei propri team e da un altro lato nella definizione della nuova identità di Gruppo - vision, mission e valori aziendali - che, nel corso del 2017, sono stati diffusi e condivisi con tutti i dipendenti attraverso apposite campagne di comunicazione. Durante l'anno è stato inoltre indetto un contest fotografico rivolto a tutti i dipendenti con l'obiettivo di abbinare, attraverso le immagini, i valori di Gruppo nella propria vita professionale e personale attraverso un processo spontaneo e creativo.

A settembre 2017 è stata lanciata la seconda edizione della Survey, che in questa occasione per la prima volta ha visto coinvolto tutto il personale del Gruppo, compreso il personale operaio degli stabilimenti produttivi, attraverso un questionario specifico loro dedicato. I risultati della Survey sono stati presentati al top management di Gruppo nella seconda parte del mese di dicembre. Nel corso del 2018 è prevista la presentazione a tutto il personale, a cui seguiranno la definizione dei nuovi piani di azione sia a livello di gruppo (con due nuove iniziative corporate) sia a livello locale con il coinvolgimento e il contributo di dipendenti delle singole sedi e l'implementazione delle specifiche iniziative pianificate. [GRI 102-16, GRI 103-2, 103-3]



Prendiamo un caffè insieme

Durante l'anno, presso lo stabilimento di Mignagola in Italia, è stato lanciato l'evento "Prendiamo un Caffè Insieme", iniziativa rivolta ai dipendenti delle sedi italiane e alle loro famiglie che si inserisce nell'ambito delle azioni di miglioramento legate alla survey. In una giornata, i partecipanti hanno potuto conoscere la realtà produttiva dello stabilimento dove lavorano i propri cari. L'attività, inoltre, ha permesso di stimolare la socializzazione e rafforzare il senso di appartenenza al Gruppo.



Summer Camp

Annualmente, il Gruppo De'Longhi in collaborazione con il corpo forestale rumeno, organizza un campo estivo rivolto ai figli dei dipendenti che lavorano presso lo stabilimento di Cluj in Romania. Durante il Summer Camp, che in media raccoglie 100 partecipanti a edizione, i ragazzi hanno la possibilità di sperimentare la vita all'aria aperta imparando a conoscere il territorio che li circonda.



Premiati per la qualità del luogo di lavoro

Secondo l'indagine TOP 400, nel 2017, il Gruppo De'Longhi è risultato tra le prime 10 aziende di prodotti finiti e beni durevoli di consumo per qualità del lavoro in Italia. La ricerca, realizzata dalla società tedesca indipendente Statista per Panorama, è stata condotta su un campione di oltre 15.000 lavoratori di aziende con più di 250 dipendenti e ha coinvolto oltre 1.900 imprese.

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 2017 il Gruppo è composto da 8.197 dipendenti, in crescita del 17% rispetto all'organico 2016 per effetto principalmente del rafforzamento della piattaforma produttiva in Romania.

Le donne del Gruppo De'Longhi rappresentano il 48% della popolazione aziendale. Il 91% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato, dato sostanzialmente in linea con l'anno precedente (92%). Di questi, circa il 48% è costituito da donne. Il 9% dei contratti presenti in azienda, 766, sono a tempo determinato e riguardano per il 46% dipendenti donne.

Alcune delle figure di dettaglio sono riportate tra gli allegati del presente documento.

Fig. 12 - Le persone del Gruppo De'Longhi, numero [GRI 102-8]

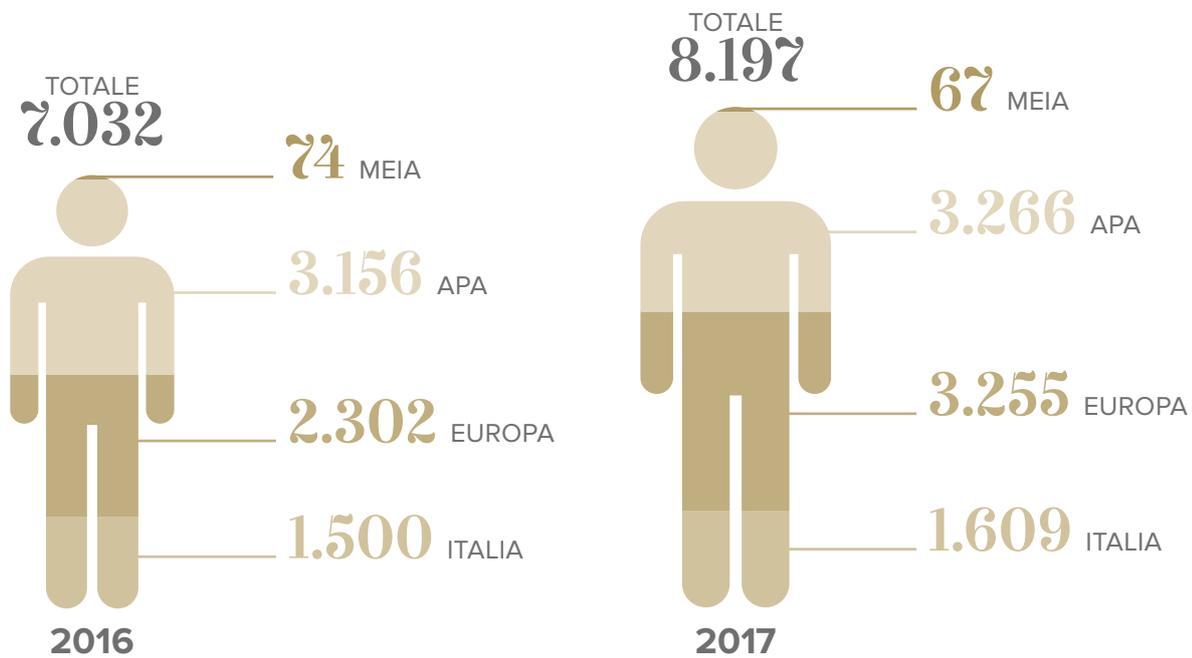


Fig. 13 - Le persone del Gruppo De'Longhi, percentuale [GRI 102-8]

Uomini / Donne

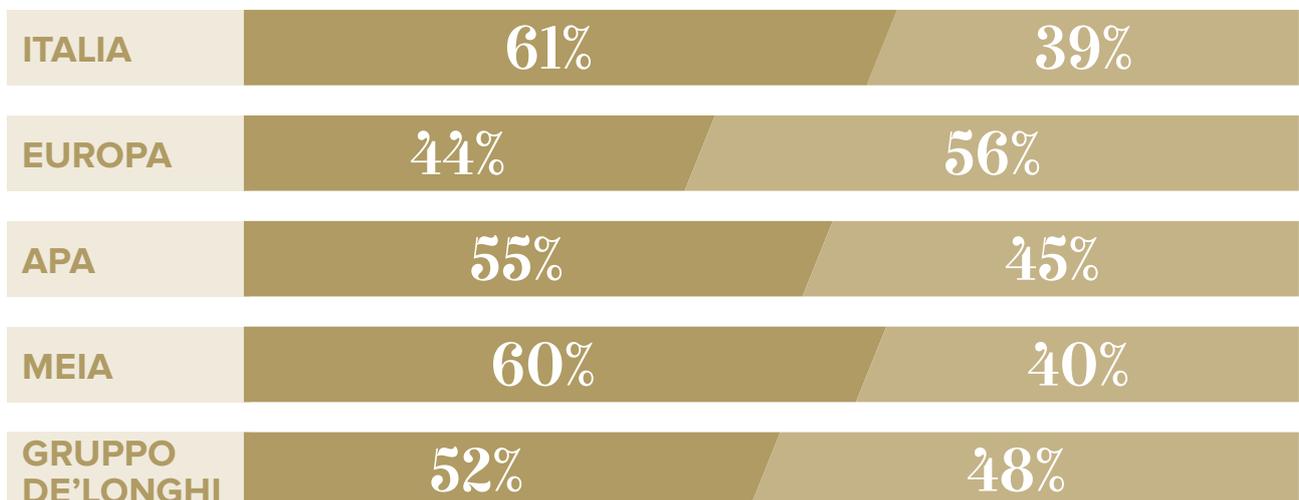


Fig. 14 - Le persone del Gruppo De'Longhi, percentuale [GRI 102-8]

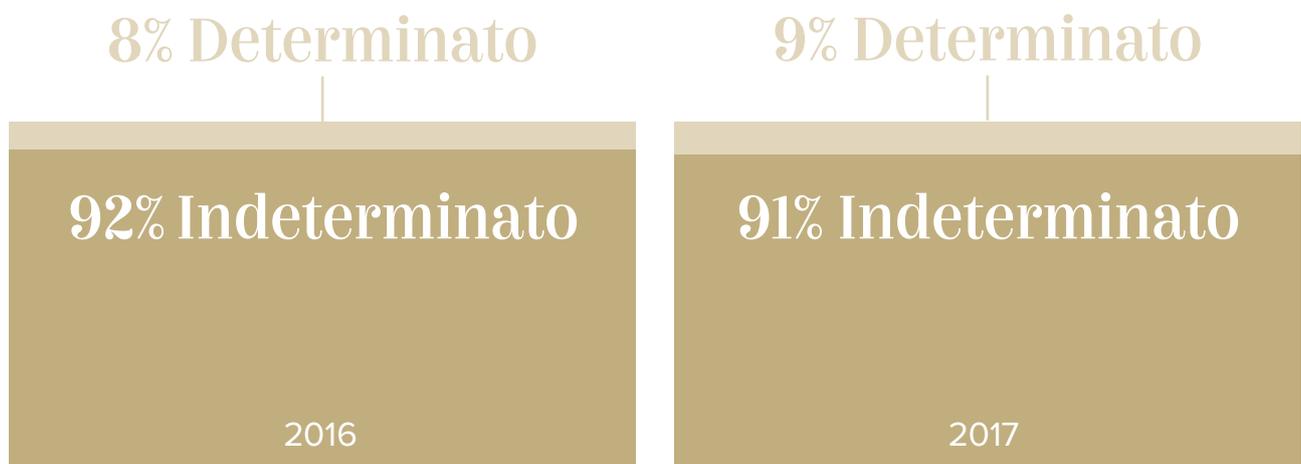
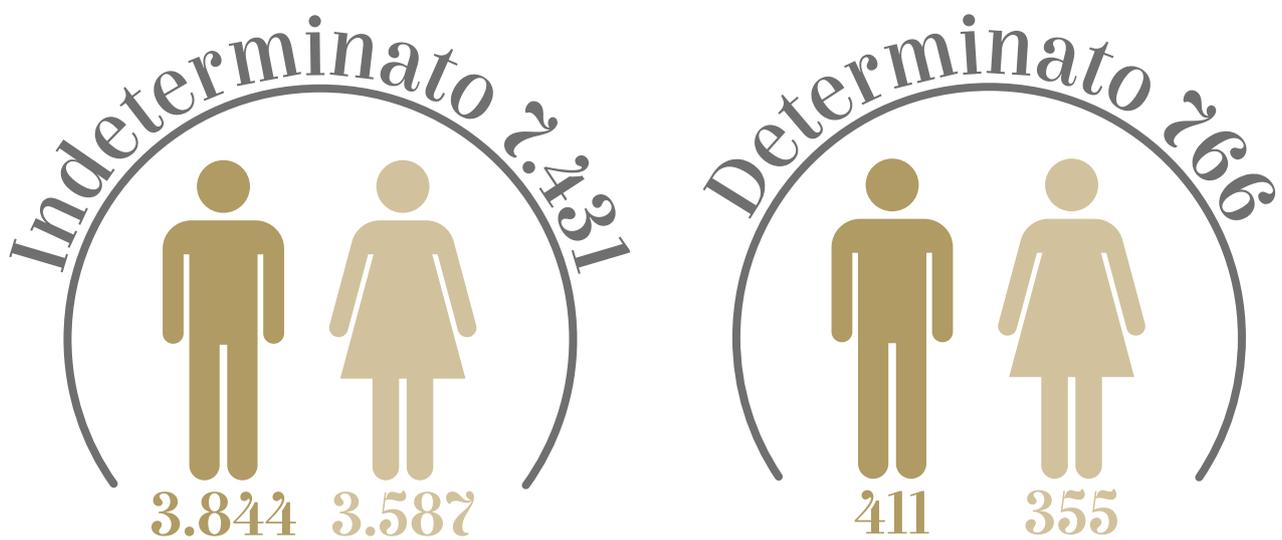


Fig. 15 - Le persone del Gruppo De'Longhi, numero [GRI 102-8]



I neoassunti nel Gruppo De'Longhi “Welcome on Board”

Nel corso del 2017 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 2017 ed i colleghi delle funzioni sales and marketing neoassunti nelle nostre filiali all'estero, circa 100 persone in totale. L'evento ha completamente rivoluzionato la propria struttura dando ampio spazio ai nuovi Valori, alla nuova Vision e alla nuova Mission.

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 2017, il Gruppo ha consolidato e rafforzato i propri rapporti con il mondo accademico attraverso la conferma delle collaborazioni con l'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Università degli Studi Padova, l'Università Strate Ecole di Parigi, l'Università HfG di Offenbach e quella di Coburg in Germania già attive da qualche anno. 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.

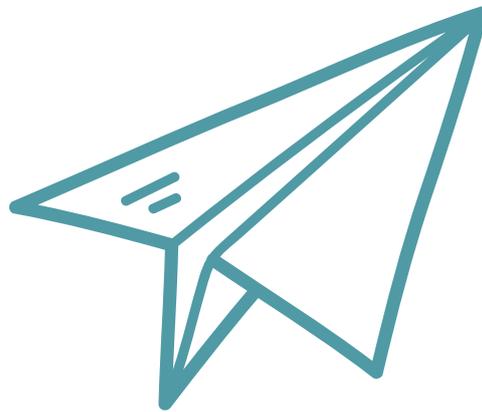
Nel corso del 2017 si è registrata una segnalazione presso la sede nel Regno Unito in riferimento a pratiche discriminatorie correlate all'orientamento sessuale di un dipendente, mentre nel 2016 si è registrata una segnalazione per discriminazione legata alla disabilità. Tali segnalazioni sono state 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. [GRI 406-1]

Tutti i dipendenti di Italia, Romania, Francia, Portogallo, Spagna, Austria, Ucraina, Olanda, Belgio risultano coperti da **accordi collettivi di contrattazione**. Tali accordi coprono invece in misura differente i dipendenti dei seguenti paesi: Germania, per De'Longhi Braun Household (2%), Croazia (2%), Brasile (24%), Australia e Nuova Zelanda (11%), Sud Africa (8%); 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]

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 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. Pertanto, 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*.



3.2_ Coltivando le nostre competenze e conoscenze

Alla base del successo dei prodotti del Gruppo De'Longhi si trovano le persone. Per coltivare le loro conoscenze e competenze e assicurare un'adeguata **formazione** in tema di salute e sicurezza, nel corso del 2017 il Gruppo De'Longhi ha erogato una media di 16,3 ore di formazione per dipendente per un totale di 133.288 ore, circa il 14% in più rispetto all'anno precedente.

Nello specifico, in un contesto complessivo di aumento del numero di dipendenti, il Gruppo ha promosso un insieme di iniziative rivolte al **management**, per dar loro tutti gli strumenti e la formazione adeguata per far crescere e gestire i propri team. In particolare, il 2017 è stato l'anno di implementazione del programma di sviluppo, "U-Connect", nato dalla survey 2015, seguito da un pilota nel 2016 e che ha coinvolto circa 500 manager nell'arco del 2017 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 2017 è stata inoltre data continuità a percorsi di formazione legati alla leadership e allo sviluppo dei collaboratori, oltre che agli investimenti in formazione specialistica/tecnica. Tra questi ultimi si annovera la sperimentazione 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. 16 - La formazione per le persone, ore [GRI 404-1]



Il contributo delle persone per la qualità

Nel corso del 2017, il Gruppo De'Longhi ha promosso un'iniziativa di formazione rivolta alle persone dello stabilimento di Mignagola (Italia) al fine di valorizzare l'importanza del loro contributo per la qualità del prodotto finito, nonché aggiornare le loro competenze tecniche. Le sessioni, sviluppate in piccoli gruppi, hanno previsto una molteplicità di metodi formativi, da animazioni video, a momenti di formazione frontale, per concludersi con una tazzina di caffè e sperimentare così la qualità delle macchine da caffè superautomatiche. Le sessioni formative sono state tenute interamente da personale interno all'Azienda.

La valutazione delle performance

Per assicurare la crescita e lo sviluppo professionale delle proprie persone a livello globale, il Gruppo utilizza un sistema di valutazione delle performance che, annualmente, a partire da un dialogo tra capo e collaboratore, consente di individuare i punti di forza e le criticità di ogni dipendente e definire, conseguentemente, 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, da quest'anno è stato rivisto e arricchito con il sistema di competenze derivante dai nuovi valori aziendali.

Nel 2017 sono stati coinvolti 1.747 dipendenti nel processo di valutazione delle performance per lo sviluppo della propria carriera.



La salute e la sicurezza delle nostre persone

Il Gruppo De'Longhi, attraverso la funzione Risorse Umane e le 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, intende promuovere e favorire la **sicurezza e salubrità** degli ambienti di lavoro.

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, per lo stabilimento produttivo in Italia il Gruppo ha in programma di ottenere, 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 stanziato importanti investimenti, pari a circa 1 milione di Euro per l'acquisto dei dispositivi di protezione individuale (DPI) per i dipendenti degli stabilimenti di Italia e Romania e Cina, valore sostanzialmente in linea con quanto speso l'anno precedente. [\[GRI 103-2, 103-3\]](#)

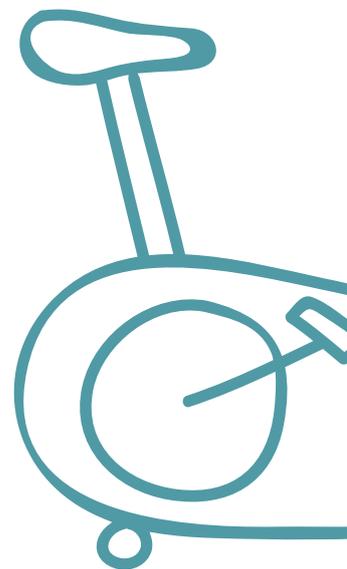
Il benessere dei propri dipendenti

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.

Nel 2017, in seguito ad un'analisi condotta a fine 2016 presso lo stabilimento italiano, è stato lanciato un piano di riprogettazione delle linee di produzione e dell'attività lavorativa volto a migliorare l'ergonomia delle postazioni di lavoro e a ridurre i principali rischi per la salute legati alla movimentazione manuale dei carichi, alla ripetitività dei movimenti, all'uso prolungato della forza. L'attività di riprogettazione ha fatto sì che su tutte le linee di nuova generazione, esclusa la parte di scarico finale, siano state eliminate le attività di riposizionamento e sollevamento dei carichi e di conseguenza abbattuti i rischi ad esse legati. Il progetto "Benessere", in collaborazione con l'Università di Padova, ha previsto 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.

Similmente all'Italia, lo stabilimento in Romania è caratterizzato da linee di produzione che limitano l'attività di sollevamento e riposizionamento dei carichi da parte dell'operatore alla sola fase di scarico finale. Inoltre, già da diversi anni, è operativo un programma di prevenzione della salute che permette a tutti i dipendenti di usufruire in maniera gratuita di visite mediche. Infine, in tutto il sito sono implementati programmi per il controllo della temperatura che permettono di differenziare raffrescamento e riscaldamento in base alle aree di lavoro.

Presso gli stabilimenti cinesi, invece, durante il 2017, sono state installati dei tappetini defaticanti e sono state introdotte delle pause frequenti per gli operai che lavorano in posizione eretta. Nell'ambito del piano, è prevista, per il 2018, l'installazione di raffrescatori d'aria ad effetto condensativo per ridurre la temperatura all'interno degli stabilimenti.



Nel corso del biennio 2016-2017, nonostante si registri un aumento del 6% del numero di infortuni, con 87 casi di infortunio registrati nel 2017 rispetto agli 82 del 2016, l'indice di frequenza globale relativo agli infortuni risulta in diminuzione del 14% con un valore di 4,64 nel 2017 rispetto a 5,40 nel 2016, 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 del 12% rispetto al 2016, mentre per le dipendenti donne, lo stesso indicatore risulta in diminuzione di circa il 19%. 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 in ogni anno), risulta in diminuzione nel 2017 con un valore complessivo pari a 0,21. Per i dipendenti uomini risulta in diminuzione del 59% mentre per le dipendenti donne presenta valori in crescita del 21% 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 2017 risulta in crescita sia per la popolazione maschile che per quella femminile di circa il 62% e il 34% rispettivamente. Il valore complessivo per il gruppo si attesta a 111,83 rispetto al 72,82 del 2016.

Per quanto riguarda il tasso di assenteismo si può notare una diminuzione per la popolazione maschile e femminile con un valore complessivo di 19,94 nel 2017 rispetto a 22,61 registrato nel 2016.



Fig. 17 - Indice di frequenza infortuni [GRI 403-2]

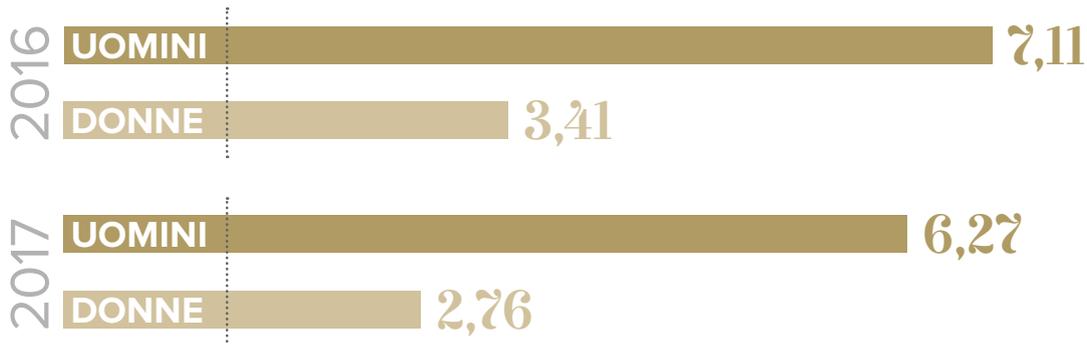


Fig. 18 - Indice di frequenza malattie professionali [GRI 403-2]



Fig. 19 - Indice di gravità [GRI 403-2]

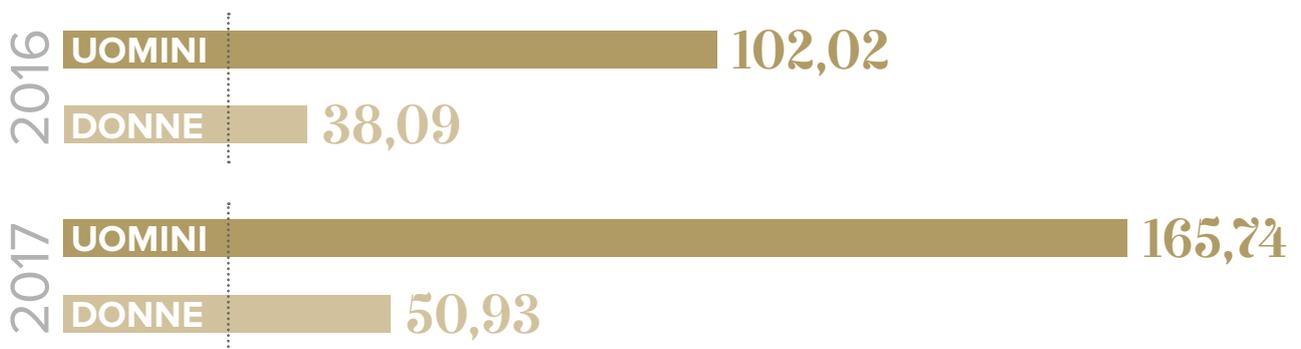
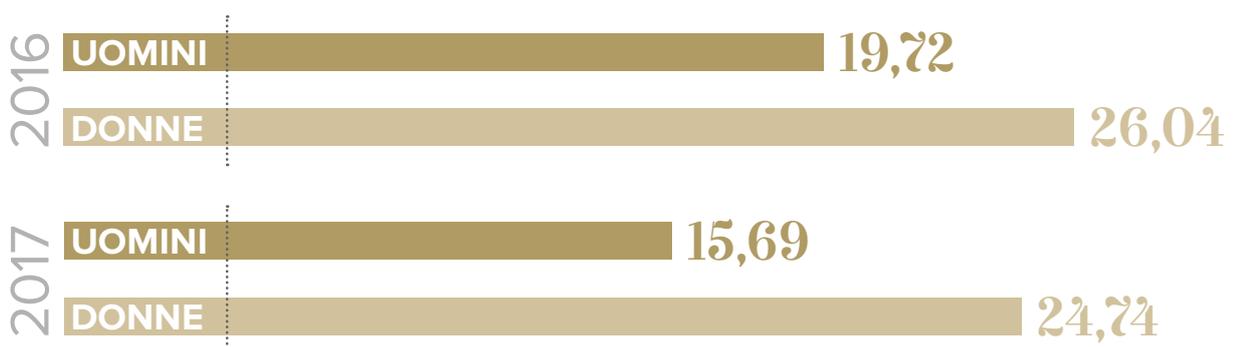


Fig. 20 - Tassi di assenteismo [GRI 403-2], in millesimi





4_ I nostri prodotti, da vivere e condividere

4.1_ Per offrirvi un'esperienza unica

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

L'innovazione, patrimonio dell'azienda e strumento strategico di distinzione dai competitor, è tutelata attraverso appositi brevetti gestiti a livello centrale dalla sede. Il processo di progettazione di nuovi prodotti presenta un'impostazione comune a tutto il Gruppo De'Longhi ed è guidato da specifiche procedure NPD (New Project Development) seguite da parte degli uffici tecnici, insieme alle funzioni di Marketing e Design. Complessivamente gli uffici tecnici sono composti da oltre 350 persone, dislocate presso gli uffici di Treviso e Gorgo al Monticano in Italia, Francoforte in Germania e Havant nel Regno Unito. Tali uffici, insieme al team Regulatory della Direzione Qualità, si occupano di progettare soluzioni e individuare materiali conformi con le legislazioni vigenti applicabili. Da segnalare come l'approccio "local for global" adottato dal Gruppo imponga lo sviluppo di prodotti in accordo agli standard più stringenti disponibili tra gli oltre cento Paesi nei quali il Gruppo commercializza le proprie soluzioni. Nella sede di Hong Kong è inoltre presente un ufficio tecnico responsabile dei progetti di ricerca sviluppati in partnership con i fornitori locali. [GRI 103-2, GRI 103-3]

Oltre all'evoluzione del contesto normativo che definisce gli standard in termini di efficienza energetica, sicurezza alimentare e inquinamento acustico, il Gruppo De'Longhi persegue un'innovazione basata sulla 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 è impegnato 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 ad investire nella ricerca e nello sviluppo di prodotti con prestazioni nel lungo termine e con componenti di facile smontaggio e pulizia (vedasi box "*Le caratteristiche dell'innovazione del Gruppo De'Longhi*").

La sempre maggiore spinta alla digitalizzazione dei mercati e dei consumatori ha inoltre portato l'attenzione del Gruppo De'Longhi allo sviluppo di soluzioni innovative legate ad esempio alla tecnologia digitale (*Internet of Things*) e alla connettività per il controllo da remoto. Tali tecnologie, che si inseriscono nel contesto delle smart city e delle smart home, 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 2017*").

Il gradimento del prodotto da parte del consumatore e il conseguente impatto in termini di reputazione dei brand sono poi valutati attraverso panel test, sia prima sia dopo il lancio sui mercati.



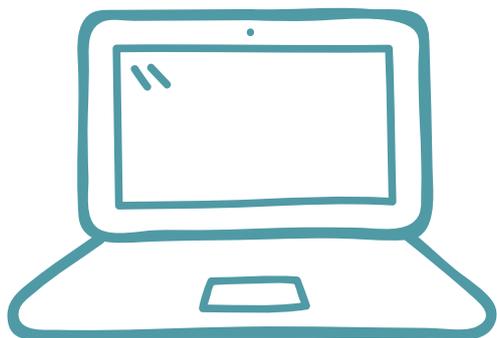
Lo sviluppo di prodotti innovativi è inoltre promosso e sostenuto attraverso una proficua collaborazione con alcuni partner commerciali, quali ad esempio Nestlé Nespresso e Nescafé Dolcegusto, per i quali il Gruppo De'Longhi progetta e produce un insieme di prodotti per il caffè. [GRI 103-2, GRI 103-3]

Nel corso del 2017, 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 Cina ed 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 (2,6% del fatturato) nel corso del 2017, in leggero aumento rispetto ai 49 milioni di Euro investiti nel 2016 (2,6%). Degli investimenti in attività di ricerca e sviluppo spesi nel 2017, 12 milioni di Euro sono stati capitalizzati nelle immobilizzazioni immateriali. [GRI 103-2, GRI 103-3]

Giovani designer in ricerca: Il “Progetto Simbiosi”

A fianco della ricerca condotta da parte degli uffici tecnici, nel corso del 2017 si è concluso il concorso di design “Progetto Simbiosi” rivolto alle Facoltà Universitarie di Design e Architettura di 10 atenei italiani. Il progetto, che ha coinvolto complessivamente oltre 300 studenti, intendeva stimolare e incoraggiare i giovani nell’explorare le culture artigianali e manifatturiere del territorio e nel riscoprire e valorizzare l’identità del *Made in Italy*, attraverso la ricerca di nuovi materiali e metodi alternativi di fruizione per le macchine da caffè e gli accessori.

L’iniziativa si è articolata in un insieme di incontri di confronto tra l’azienda e i giovani designer italiani per concludersi con l’esposizione dei progetti al Museo delle Culture (MUDEC) di Milano. Gli studenti dei 3 progetti vincitori tra i 66 partecipanti sono stati premiati con una borsa di studio e uno stage retribuito nel centro di ricerca e sviluppo del Gruppo De’Longhi.



New Designers Kenwood Appliances Award

Durante l’anno, il Gruppo, attraverso il marchio Kenwood, ha partecipato all’evento “New Designers”, che raccoglie ogni anno circa 3.500 laureati provenienti dalle migliori Università di design del Regno Unito con lo scopo di offrire loro uno spazio in cui esporre i propri lavori, facendosi conoscere al pubblico e incontrandosi con il mondo del lavoro. Con la sponsorizzazione del premio “2018 New Designers Kenwood Appliances Award”, il Gruppo De’Longhi ha voluto supportare i giovani designer con particolare focus sui prodotti per la preparazione dei cibi e per la cucina, mettendo in palio un premio in denaro e la possibilità di completare un progetto di design sotto la guida dell’ufficio di design di Kenwood e di presentarlo al team di sviluppo prodotto. L’evento, che si terrà a giugno e luglio 2018, avrà luogo presso il Business Design Centre di Londra.

Le caratteristiche dell'innovazione del Gruppo De'Longhi



Il benessere a portata di click

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.

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 già disponibile per il mercato Giapponese di prodotti Apple Homekit per il riscaldamento, è in fase di sviluppo 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.

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 continuamente da sei anni nell'ambito dello studio dell'influenza della connettività sui prodotti da cucina.

**Prodotti testati
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.

A conferma dell'affidabilità dei prodotti commercializzati dal Gruppo in termini di durabilità, nel 2017, è stata estesa a 10 anni la garanzia sui motori di tutte le kitchen machine commercializzate. 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 ridurre 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 nuova macchina Lattissima, lanciata nel 2017, 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 manutenzione, a parte il normale ciclo di decalcifica 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.

Verso prodotti energeticamente efficienti

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 la Dedicata.



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 brevettato che ne permette lo sgancio dalla rete o l'autospegnimento dopo un periodo di inutilizzo, con conseguente risparmio in termini di energia elettrica.

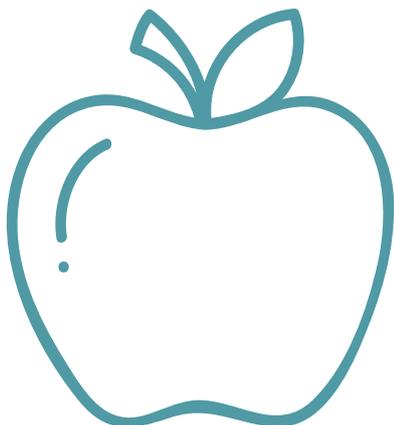
Per quanto riguarda i prodotti del comfort, nel 2016 il Gruppo ha lanciato il pinguino PAC EX100 SILENT che, con classe di efficienza A++, è il condizionatore portatile più efficiente del mercato Europeo. Caratterizzato dalla tecnologia DC a corrente continua per i motori dei ventilatori, introdotta 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.

L'attenzione alla salute nella preparazione cibi

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.

Le macchine da caffè superautomatiche e manuali 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 cucchiaino di olio vegetale e mantiene allo stesso tempo la croccantezza e il sapore delle patatine fritte.

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”*. [GRI 302-5]

I principali prodotti del Gruppo De'Longhi



Caffè

Macchine da caffè superautomatiche

Primadonna Class e Primadonna S Evo, lanciate nel 2017, sono i prodotti di “classe” Primadonna. Di ultima generazione, offrono l'eccellenza della tecnologia nell'infusione del caffè e schiumatura del latte. Insieme al display a colori touch sono anche connesse all'APP “Coffee Link” che consente una più facile personalizzazione delle bevande e, grazie al manuale di istruzioni integrato, un più facile utilizzo quotidiano e gestione delle operazioni periodiche di manutenzione.



PRODOTTO
2017

Primadonna Elite è il top di gamma del brand 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 2017, inoltre, la macchina PrimaDonna Elite Experience ECAM 656.85.MS è stata premiata dalla rivista tedesca ETM Test Magazine come miglior prodotto della sua categoria per i risultati ottenuti in fase di test.



PRODOTTO
2017



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 One

La nuova Lattissima One, lanciata nel 2017, 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 One consente una modalità di utilizzo "zero waste" perché capace di utilizzare la sola quantità di latte impostata dall'utente. La funzione di autospegnimento, inoltre, consente di ridurre i consumi energetici





Macchine da caffè manuali

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 e di facile utilizzo in grado di coniugare design moderno e grande qualità dell'espresso.

Dotata di funzione di autospegnimento, consente all'utilizzatore di preparare bevande espresso con le stesse modalità del barista.

La tecnologia thermoblock e il pannello elettronico permettono di migliorare le prestazioni e mantenere il controllo della temperatura di estrazione, esaltando la qualità delle bevande e facilitando, allo stesso tempo, l'utilizzo. Durante l'anno la Dedica ha ricevuto il premio come Miglior Acquisto nella sua categoria da parte di Altroconsumo.



MIGLIORE
DEL TEST

Colors

La linea Colors è la nuova nata della gamma Dolce Gusto che permette, tramite la nuova interfaccia Flow Stop, di selezionare la lunghezza della bevanda; inoltre, il nuovo porta capsule compatto easy clean ne garantisce la massima pulizia. La modalità ECO, che si avvia dopo un minuto di inutilizzo, rende la linea efficiente dal punto di vista energetico.



PRODOTTO
2017

TEST
WINNER

Cucina

Multifry the Multicooker

Multifry the Multicooker è il nuovo elettrodomestico De'Longhi per la cottura dei cibi che unisce le caratteristiche di una friggitrice ad aria a quelle di un vero Multicooker, permettendo così di friggere cibi freschi o surgelati con una minima quantità di olio e preparare centinaia di altre ricette grazie alle sue numerose funzioni di cottura, quali ad esempio forno, padella, dolci, grill.

Multifry è dotata del sistema brevettato De'Longhi "SHS surround heating system" che garantisce le migliori performance di cottura.

Durante l'anno il Multifry FH1133 è stato premiato come miglior prodotto nella sua categoria per i risultati ottenuti in seguito ai test effettuati da WDR 3 German broadcaster.



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.





Avvolta Collection

Avvolta è l'innovativa collezione di prodotti De'Longhi per la colazione, composta da due tostapane e da un bollitore. Avvolta è caratterizzata da un'attenzione molto forte al design italiano e da materiali di grande pregio. Durante l'anno il bollitore Avvolta KBA 3001R è stato premiato dalla rivista inglese Which? come miglior acquisto e prodotto energeticamente più efficiente per i risultati ottenuti in fase di test.



BEST
BUY

ENERGY
SAVER



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.





Tasciugo AriaDry Multi

Il Deumidificatore AriaDry Multi della linea Tasciugo è stato progettato per eliminare i problemi di eccessiva umidità dell'aria. Inoltre, la straordinaria silenziosità e l'elevata efficienza energetica lo rendono efficace in ogni condizione.



Termoventilatore HFS

Il termoventilatore HFS, certificato IP 21 per la protezione da cadute verticali, è il prodotto ideale per essere utilizzato nei bagni minimizzando al massimo il rischio di cortocircuito dovuto alla caduta. I tre diversi livelli di performance, inoltre, consentono una regolazione ottimale del riscaldamento.



PRODOTTO
2017



Termoventilatori Ceramici Serie HFX

I termoventilatori ceramici della serie HFX, sono dotati di tecnologia di riscaldamento ceramica che permette un'elevata efficienza, resistenza e sicurezza. L'elemento PTC consente di regolare in maniera automatica l'energia in entrata e in uscita in funzione della temperatura ambientale. Il filtro antipolvere, inoltre, assicura la totale pulizia dell'aria.



PRODOTTO
2017

Convettore HX

Il nuovo convettore HX dotato di sistema di ventilazione radiale con ventilatori tangenziali permette una distribuzione del calore ottimale con una notevole silenziosità: HX è 3 volte più silenzioso della serie HCX. Con la tecnologia ceramica quale elemento riscaldante è possibile una regolazione automatica della potenza tale da garantire prestazioni ottimali come extra potenza (+20%), extra efficienza (16%) ed extra sicurezza.



PRODOTTO
2017

Kenwood Chef e Cooking Chef

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.



PRODOTTO
2017



PRODOTTO
2017

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.



PRODOTTO
2017

Kenwood KFLEX

Il KFLEX è il nuovo robot da cucina a marchio Kenwood caratterizzato da un'estrema versatilità. La base unica, infatti, può essere utilizzata per mescolare, tritare e miscelare. La scala integrata e il timer incorporato, inoltre, permettono la massima precisione durante la preparazione delle ricette.



PRODOTTO
2017

KCook Multi Smart

Il kCook Multi Smart è il primo prodotto connesso a marchio Kenwood. Il robot da cucina, oltre a permettere di tritare, tagliare, grigliare e cuocere, grazie all'applicazione mobile dedicata, può essere connesso al proprio telefono dal quale possono essere selezionate oltre 400 ricette e monitorata, passo dopo passo, la preparazione di ogni piatto.



Frullatore Blend-X Pro

Il frullatore Blend-X Pro, dotato della nuova tecnologia MultiZone Blade e di un motore da 1400 W permettere di mescolare, frullare, tritare, macinare e mescolare gli ingredienti con facilità. L'ampia caraffa di vetro, costruita in materiale ThermoResist, può essere utilizzata per lavorare sia cibi caldi che freddi. Inoltre, sia la caraffa che il coperchio possono essere facilmente lavati in lavastoviglie.



Frullatori ad immersione Triblade

La nuova gamma di frullatori manuali è dotata di sistema Triblade per mescolare e tritare velocemente e senza sporcare il piano di lavoro. Il nuovo motore rende questi prodotti il 14% più potenti rispetto ai vecchi modelli e in grado di lavorare il 20% in più di cibo.



PRODOTTO
2017

Pure Juice PRO

L'estrattore Pure Juice PRO ha un'alta percentuale di succo estratto - fino all'81% - ed è progettato per poter lavorare un'ampia varietà di ingredienti senza danneggiarne le sostanze nutritive, grazie alla bassa rotazione, e conservando più a lungo il sapore e il colore naturale del succo. Grazie alla funzione risciacquo, inoltre, l'estrattore può essere facilmente pulito dopo ogni utilizzo (si veda *L'attenzione alla salute nella preparazione cibi*).



Collezione kMix

kMix è la linea esclusiva di prodotti a marchio Kenwood, caratterizzati dall'alto contenuto tecnologico e dal design raffinato, sono progettati per durare a lungo ed essere facilmente lavabili. La collezione è composta da: un'impastatrice con movimento planetario, un frullatore con caraffa in vetro ThermoResist e lame Multizone che miscela e frulla senza sforzo ingredienti congelati e caldi, un impastatrice manuale, un frullatore manuale che utilizza la tecnologia TriBlade per migliorare l'efficienza di taglio, un bollitore e un tostapane oltre ad una serie di accessori.

Durante il 2017 il tostapane kMix TCX750RD e il frullatore manuale kMix HDX750 sono stati premiati rispettivamente dalla rivista tedesca ETM Test Magazine e Haus und Garten Test Magazin come migliori prodotti della loro categoria per i risultati ottenuti in fase di test.



Preparazione cibi

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 2017, 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.



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 VarioContol, rende facile e comoda la regolazione della velocità.



Stiro

CareStyle 7

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.



TexStyle 7Pro e TexStyle 9

I ferri da stiro a vapore TextStyle 7 Pro e TexStyle 9 a marchio Braun permettono di coniugare performance eccellenti per ogni tipologia di tessuto. La piastra con 3D BackGlide e il sistema sicuro sui tessuti assicurano la massima qualità di stiratura. I ferri della serie TexStyle 9, inoltre, sono dotati di tecnologia ICare che permette di stirare tutti i capi senza rischi di aloni o danneggiamento in maniera facile e intuitiva e dalla piastra Saphir che risulta fino a quattro volte più resistente dell'acciaio inox.



PRODOTTO
2017

BRAUN

Caffè

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 KF7120 della gamma PurAroma 7 è stata premiata dalle associazioni dei consumatori Test-Aankoop & Test-Achat e da Consumentenbond come migliore acquisto.



MIGLIORE
DEL TEST

Ariete

XSteam no stop

Il pulitore a vapore a traino con autonomia illimitata, grazie alla forza naturale del vapore XSteam no stop pulisce tutte le superfici domestiche garantendo la massima igiene senza l'aiuto di detersivi chimici, eliminando fino al 99,9% di germi e batteri. La regolazione del vapore assicura la corretta erogazione in base al tipo di pavimento selezionato.



PRODOTTO
2017

La soddisfazione dei nostri consumatori

La realizzazione e offerta di prodotti e servizi di qualità - capaci di rispondere alle esigenze dei consumatori finali e di essere conformi alle promesse contrattuali - è per il Gruppo De'Longhi parte integrante della propria azione leale sul mercato e contribuisce alla tutela dell'immagine e della buona reputazione dell'azienda, così come definito nel proprio Codice Etico.

La soddisfazione complessiva dei consumatori è monitorata con il **Net Promoter Score (NPS)**, 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?"*.

Nell'ultimo anno il Gruppo ha inoltre lanciato un progetto pilota per introdurre un nuovo indicatore per il monitoraggio della soddisfazione del servizio post vendita. La nuova metrica, il **Customer Effort Score (CES)**, definita in maniera simile all'NPS, è costruita 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?"*.

Il Gruppo De'Longhi, attraverso la funzione marketing a livello centrale e di brand, conduce inoltre indagini puntuali per approfondire alcuni aspetti specifici del gradimento dei consumatori su prodotti presenti sul mercato o testare il potenziale gradimento di un prodotto in fase di lancio, nonché misurare la reputazione dei brand. [GRI 103-2, GRI 103-3]. Di seguito si riportano in dettaglio alcune delle indagini condotte negli ultimi anni.



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 familiare 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



Campione di indagine	1.106 clienti che hanno acquistato un kCook Multi
Mercati	Francia
Inizio e fine dell'indagine	Febbraio 2017
Principali risultati	Il 94% dei partecipanti all'indagine ha dichiarato che raccomanderebbe il prodotto ad amici e parenti. Nell'84% dei casi, il prodotto è stato valutato con 4 o 5 punti su una scala da 1 a 5, con un punteggio medio di 4,1. Il 98% del campione, inoltre, ha affermato che il kCook Multi permette un significativo risparmio di tempo e l'87% ha dichiarato di utilizzarlo più volte alla settimana.

Le macchine da caffè superautomatiche



Campione di indagine	circa 2.000 clienti selezionati tra coloro che hanno acquistato una macchina superautomatica De'Longhi negli ultimi anni, e, 6-12 mesi dopo l'acquisto hanno risposto volontariamente a un questionario inviato dal Gruppo.
Mercati	Austria e Germania
Inizio e fine dell'indagine	2011-2016
Meccanica	Il questionario, somministrato a 6 e a 12 mesi dopo l'acquisto ha permesso di monitorare la soddisfazione del cliente su una scala da 1 a 10, per ogni tipologia di prodotto.
Principali risultati	In una scala da 1 (per niente soddisfatto) a 10 (molto soddisfatto), la soddisfazione complessiva dei clienti non risulta mai inferiore all'8 e il punteggio medio globale è pari a 8,4.

Il Multicooker Multifry



Campione di indagine	100 persone, tra i 25 e i 55 anni
Mercati	Russia, Italia, Australia
Inizio e fine dell'indagine	dicembre 2015 (Russia e Italia) - giugno 2016 (Australia)
Meccanica	Il prodotto è stato testato per un mese almeno 4 volte alla settimana utilizzando almeno una ricetta per ogni sezione presente nel ricettario fornito tramite applicazione. Al termine del periodo di prova, al campione è stato somministrato un questionario on-line per ottenere e monitorare la soddisfazione complessiva.
Principali risultati	Dopo un test di quattro volte alla settimana per un mese, il prodotto ottiene un punteggio medio di soddisfazione pari a 9,6 su un massimo di 10 nei mercati russo e italiano e 9 su 10 nel mercato australiano. Nel 69% dei casi, le caratteristiche del Multifry hanno superato il livello di aspettativa dei consumatori russi e italiani; di questi, il 70% ha dichiarato che avrebbe sicuramente consigliato l'acquisto del prodotto. Ottimi risultati sono stati ottenuti anche nel mercato australiano, dove circa il 54% dei partecipanti ha sottolineato come il Multifry avesse superato le proprie aspettative e il 59% ha affermato che ne raccomanderebbe l'uso. Infine, l'82% dei consumatori russi e italiani e il 59% di quelli australiani hanno dichiarato che per loro la reputazione del marchio è aumentata.

Gli handblender



Campione di indagine	460 persone con differente esperienza in relazione all'utilizzo dei frullatori ad immersione.
Mercati	Germania
Inizio e fine dell'indagine	maggio 2016
Principali risultati	A valle di un mese di test, circa il 49% del campione ha affermato di essere molto soddisfatto e il 42% di essere soddisfatto in particolare per la facilità di utilizzo, le ottime performance, la versatilità degli accessori e il tempo risparmiato. Infine, il 97% degli utilizzatori ha espresso un parere positivo a riguardo dell'utilizzo futuro del prodotto.

Gli handblender - seconda edizione

Campione di indagine	lo stesso campione che aveva partecipato all'indagine del 2016 è stato ricontattato
Inizio e fine dell'indagine	2017
Principali risultati	<p>I risultati della nuova indagine hanno confermato gli ottimi risultati ottenuti: il 95% dei partecipanti si è mostrato molto soddisfatto o soddisfatto del prodotto e l'83% ha affermato di utilizzare il prodotto almeno una volta alla settimana. Circa il 56%, inoltre ha dichiarato di utilizzare il prodotto più di quanto si aspettassero al momento dell'acquisto.</p> <p>Le caratteristica più apprezzata degli handblender risulta essere la versatilità e la facilità d'uso; circa il 64% dei partecipanti infatti ha affermato di utilizzare il prodotto per attività che prima svolgevano con altre tipologie di prodotti e il 32% ha dichiarato che grazie al nuovo prodotto svolge attività che prima non svolgeva in cucina.</p>

La sicurezza dei prodotti

Lo sviluppo di nuovi prodotti prevede un approccio proattivo finalizzato ad escludere eventuali sostanze interessate dall'evoluzione normativa, monitorata dal Gruppo attraverso la funzione Qualità ed in particolare tramite il team Regulatory Affair che supervisiona tutti gli aspetti legati al rispetto della normativa e dei regolamenti vigenti 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 il Gruppo ha deciso volontariamente di 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. La norma 22000 si basa sui principi dell'HACCP e sul *Codex Alimentarius* e permette all'azienda di identificare e gestire i possibili rischi a cui è esposta, prevenire il verificarsi di incidenti lungo tutta la filiera produttiva e valutare la conformità dei propri prodotti in campo normativo. 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 disporre, per ciascun componente e prodotto finito, di informazioni relative al fornitore ed al cliente destinatario del prodotto. Durante l'anno, la tracciabilità nell'ambito del *food contact* è stata estesa ed implementata negli stabilimenti cinesi presso i quali, inoltre, il Gruppo ha avviato un'importante attività per assicurare la sicurezza alimentare di tutti i prodotti.

Nello specifico, per assicurare il rispetto degli stringenti requisiti 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*. Successivamente, avviata la produzione, la sicurezza elettrica viene testata su tutti i prodotti, mentre 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 corso del 2017, 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]

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'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.



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 e la piattaforma e-learning e test di qualifica finale. In occasione dei lanci di nuovi prodotti vengono inoltre organizzati corsi di formazione specifici. Complessivamente, nel corso del 2017 sono state formate circa 500 persone per un totale di 5.000 ore di formazione condotte in 51 corsi e un evento internazionale rivolto ai dipendenti e ai distributori. Oltre a ciò, insieme alla Direzione Marketing, la Direzione After Sales eroga ogni anno una formazione dedicata agli operatori dei contact center. La qualità del servizio di assistenza è monitorata attraverso un insieme di indicatori, tra cui in particolare il tempo di assistenza medio, che nel 2017, 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. Il valore del FTF nel 2017 risulta superiore al 95% e indica pertanto che la quasi totalità dei prodotti ha ricevuto una riparazione adeguata e di qualità.

[GRI 103-2, GRI 103-3]

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).

Nell'ultimo triennio, 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]

La gestione della catena di fornitura avviene in collaborazione tra la Direzione Supply Chain, la funzione Quality e la funzione Acquisti con lo scopo di assicurare il rispetto degli standard di qualità previsti dalle procedure aziendali e dei parametri economici di acquisto, i requisiti specifici di carattere ambientale e legati alle pratiche di lavoro, nonché la continuità del business.

Gli acquisti di prodotti finiti vengono pianificati dalle strutture con sede in Italia, Regno Unito e Hong Kong, sulla base della tipologia di prodotto e vicinanza geografica della produzione.

Tale assetto permette di rispondere alle peculiarità dei mercati in maniera efficace e veloce. Per quanto riguarda i componenti funzionali alla produzione, invece, la gestione dei materiali - in termini di quantità e logistica - è affidata, per le produzioni europee, a due team della Direzione Supply Chain, mentre, per le realtà produttive cinesi, è presidiata direttamente da parte dei responsabili degli stabilimenti, con il supporto dei tre uffici acquisti.

Negli stabilimenti produttivi di proprietà del Gruppo, il presidio della **qualità di prodotto** è assicurato attraverso team strutturati su 2 livelli: il team nello stabilimento si occupa del controllo qualità dei prodotti realizzati sia da parte del Gruppo sia da parte dei fornitori di prodotti finiti; mentre altri team si occupano, per ciascun brand del Gruppo, della gestione della qualità in fase di sviluppo del prodotto e in occasione di eventuali segnalazioni dal mercato. La qualità di prodotto viene monitorata e verificata già nelle fasi di progettazione al fine di ridurre le cause alla base della rottura o del malfunzionamento dei prodotti. Al fine di rendere tale attività sempre più efficiente il Gruppo De'Longhi ha organizzato uno stesso team operativo sia nelle fasi di progettazione che di segnalazione da parte del mercato.

In questo contesto nel 2017 il Gruppo ha avviato il progetto SAP PLM volto alla condivisione e alla standardizzazione dei documenti all'interno dell'area Quality; inoltre, nel corso dell'anno sono stati definiti degli standard di qualità per le principali categorie prodotte.

Il principale indicatore, costruito in maniera speculare tra i diversi stabilimenti, che misura l'efficienza qualitativa di processo, è il **First Time Quality Indicator (FTQ)**, che verifica le tipologie di difettosità, funzionali o estetiche, legate ai singoli prodotti. Nello specifico, l'indicatore esprime la percentuale di prodotti in perfetta qualità sul totale della produzione. Il triennio 2015-2017 ha messo in luce un andamento stabile confermando un'ottima performance a livello di Gruppo.

La qualità dei prodotti del Gruppo è inoltre monitorata attraverso audit da parte di alcuni clienti e partner commerciali, per i quali il Gruppo realizza prodotti legati al mondo del caffè e al mondo della climatizzazione. Tali verifiche hanno altresì lo scopo di monitorare e valutare aspetti legati all'etica, al lavoro straordinario, alla formazione dei dipendenti e alle 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.

Attraverso il **Service Call Rate (SCR)**, inoltre, il Gruppo De’Longhi misura le difettosità dei propri prodotti che hanno presentato malfunzionamenti o rotture entro due anni dall’acquisto, monitorando come indicatore ai fini del miglioramento la percentuale di macchine riparate nel primo anno di garanzia. Anche in questo caso, il valore complessivo dell’SCR registrato nel 2017 e il suo costante miglioramento nel triennio di rendicontazione confermano l’impegno del Gruppo De’Longhi nella progettazione e realizzazione di prodotti di elevata qualità. [\[GRI 103-3\]](#)

I nostri partner

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 il "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 2017, la quasi totalità dei nuovi fornitori (94,7%) è stata sottoposta a una valutazione secondo criteri sociali, in linea con quanto previsto dallo standard SA 8000 [GRI 414-1].

Nel corso del 2017, infine sono stati condotti complessivamente 47 audit per verificare le pratiche di lavoro presso 45 fornitori e 2 siti del Gruppo. Sebbene non si registrino variazioni significative nei termini di numerosità dei siti sottoposti ad audit, la percentuale complessiva di siti oggetto a tali audit si riduce nel 2017, in funzione dell'aumento del parco fornitori [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. 22 - Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 414-1]

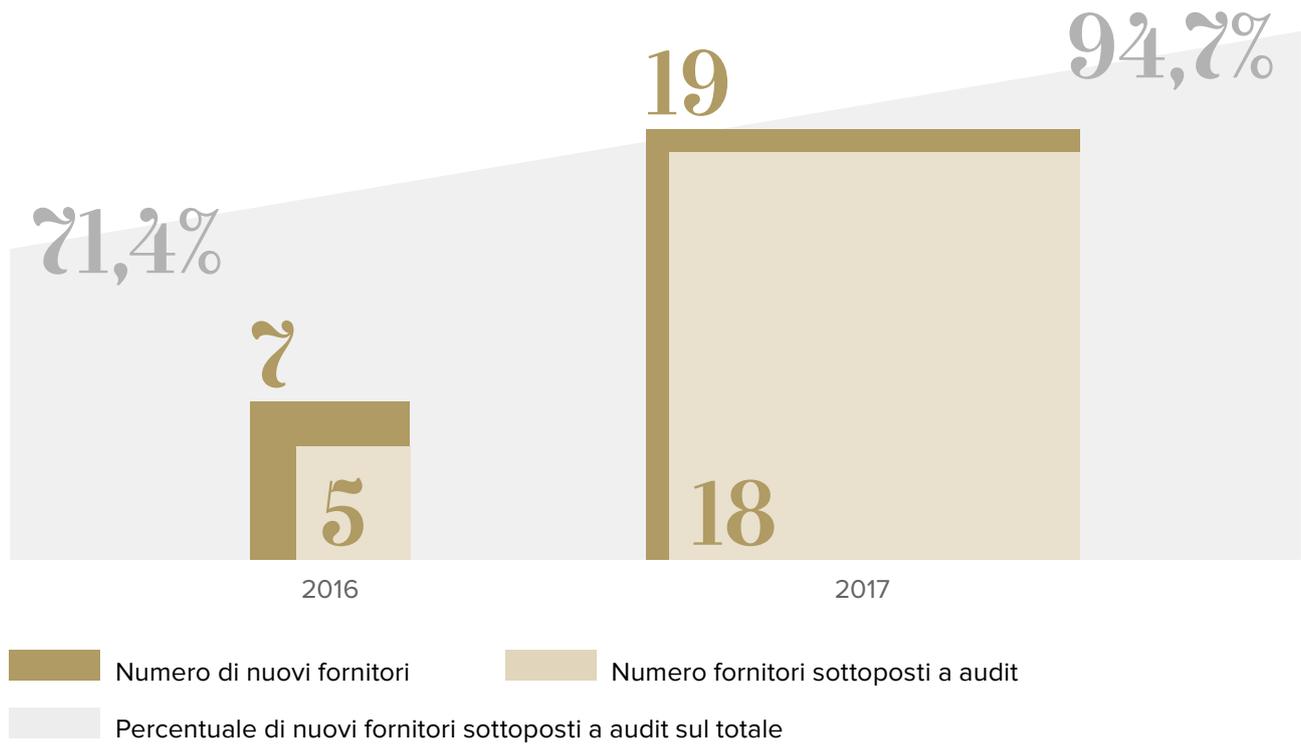
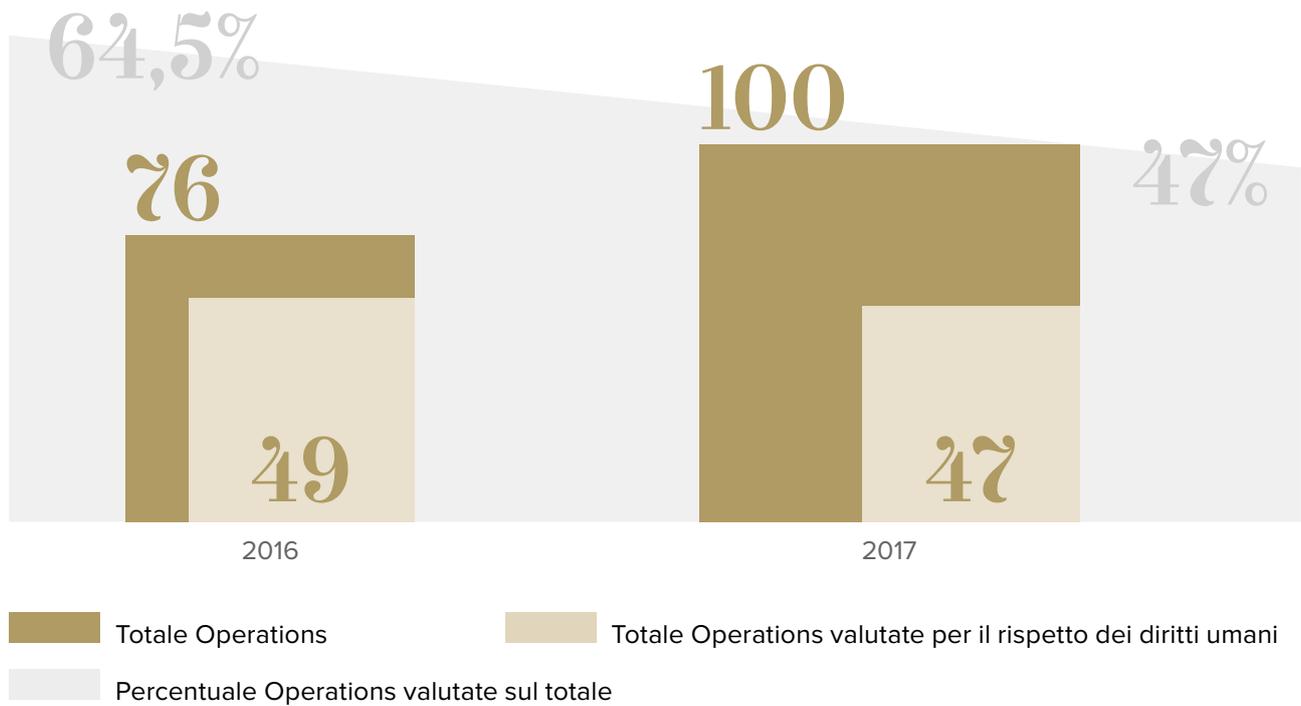
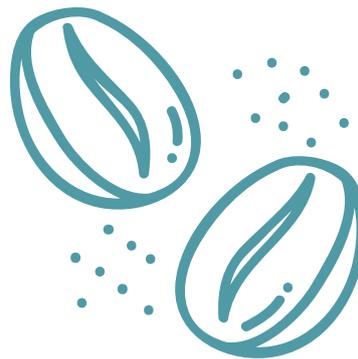


Fig. 23 - Operations oggetto di valutazione sui diritti umani, numero e percentuale [GRI 103-3, GRI 412-1]



L'eccellenza delle torrefazioni italiane

Con lo scopo di diffondere la cultura e la conoscenza della varietà di caffè presenti sul territorio italiano, durante l'anno, il Gruppo De'Longhi, ha avviato, in collaborazione con Slow Food Educa, la seconda edizione del progetto "L'eccellenza delle torrefazioni italiane". La guida digitale - consultabile e scaricabile gratuitamente dal sito del progetto - raccoglie 60 tra le più prestigiose torrefazioni italiane con l'obiettivo di orientare i cultori del caffè e i semplici appassionati, sia nella scelta di caffè tra i migliori disponibili in Italia, sia nei luoghi - per lo più laboratori di piccole o medie dimensioni - dove poter trovare le lavorazioni più artigianali, esclusive o storiche.



4.3_ E arriva nelle case dei consumatori di tutto il mondo

La gestione 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 2017, con la creazione di un nuovo *hub* distributivo per il Nord Europa, localizzato in Olanda, è entrato nella fase esecutiva il progetto di accentramento dei processi logistici avviato nel 2016 con il primo hub distributivo con sede a Mignagola per il Sud Europa. [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. Nel 2017 l'*hub* olandese ha rifornito il Benelux, la Francia e i Paesi Scandinavi.

È previsto altresì un miglioramento dell'efficienza operativa grazie anche alla disponibilità di un nuovo fabbricato adibito a magazzino dalla fine del 2015 presso il principale stabilimento cinese. [GRI 103-2, GRI 103-3]

Nel 2017, inoltre, è stato implementato, in fase sperimentale sul segmento macchine da caffè superautomatiche, il progetto "Swim Lanes" che, 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 efficiente

L'obiettivo - Il progetto, avviato nel 2016, è volto a rendere più efficiente e rendere più flessibile la logistica legata ai fornitori locali per gli stabilimenti di Italia e Romania.

Il progetto - L'approccio Milk Run per i fornitori localizzati entro un raggio di 200 km dagli stabilimenti prevede la possibilità di caricare la merce in relazione alle reali esigenze del cliente, anziché prevedere pochi carichi di grandi quantità di merce. Il rischio di viaggiare con mezzi di trasporto semivuoti è superato dalla possibilità per più fornitori dello stesso cliente di usufruire dello stesso autoveicolo.

I vantaggi - Il modello di Milk Run permette di allocare in maniera efficiente e flessibile le materie prime necessarie evitando così di dover conservare presso gli stabilimenti materiale in eccesso.

Focus: la 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. 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 stati installati dei pannelli fotovoltaici che permettono l'autoproduzione di parte dell'energia elettrica, pari al 9% del totale consumato; l'intero sistema di illuminazione inoltre è stato sostituito con lampade a led che, a parità di prestazione, hanno permesso di ridurre i consumi. L'attività di sostituzione delle lampade è stata avviata ed è in fase di completamento anche presso lo stabilimento di Cluj le cui linee di produzione sono state equipaggiate con macchine elettriche per lo stampaggio della plastica, 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 CO₂ evitate.



Nel corso degli anni, inoltre, sono state condotte un insieme di iniziative puntuali, promosse a livello centrale e locale dalle funzioni di R&D, finalizzate alla riduzione dell'impatto ambientale dei propri prodotti durante il loro utilizzo da parte dei consumatori. Tali iniziative, in particolare, sono state rivolte all'efficientamento energetico e alla massimizzazione della durabilità dei prodotti, nonché alla semplificazione del processo di pulizia dei componenti (vedasi sezione *Le caratteristiche dell'innovazione del Gruppo De'Longhi*). Con particolare riferimento alle prestazioni ambientali dello stabilimento italiano di Mignagola, 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. Anche presso gli stabilimenti cinesi sono state avviate delle iniziative di riciclo degli scarti della produzione che hanno permesso, nel 2017, di riciclare circa 3.250 t di materiale, circa il 20% in più rispetto al 2016 (2.717 t). Inoltre, è stato avviato un piano di riciclo delle acque di lavaggio provenienti dagli impianti di verniciatura che, grazie a sistemi di ultrafiltrazione, possono essere riutilizzate per gli scarichi civili permettendo un risparmio al 2018 stimato in circa 13.000 m³ di acqua.



Nel corso del 2017, in particolare, il Gruppo ha proseguito e avviato alcune attività 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, 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. Presso gli stabilimenti cinesi, invece, per la movimentazione interna della merce, vengono utilizzati imballi prodotti utilizzando materiale di scarto derivante dalla produzione. Inoltre, 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.

Nello stabilimento in Romania, presso il quale è operativa da diversi anni una figura che si occupa dell'ottimizzazione degli imballi dei prodotti, è stato sviluppato un nuovo design degli imballaggi che ha permesso sia di ridurre di circa il 20% il materiale di imballaggio dei prodotti e di aumentare il numero di pacchi per pallet. Ad esempio per le macchine per il caffè Dolce Gusto, 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.

Un film di plastica più sottile

Obiettivo - Ridurre i costi e i consumi di film di plastica utilizzato per avvolgere le scatole sui relativi bancali adibiti al trasporto.

Inizio - 2017

Descrizione - La prima iniziativa del progetto ha riguardato la sostituzione della tavola rotante, lo strumento utilizzato per impacchettare i prodotti, con una più moderna ed efficiente. Nella seconda fase del progetto, sono stati eseguiti dei test su diverse tipologie di film per determinare il miglior materiale utilizzabile e le possibilità di efficientamento ad esso legate.

Vantaggi - La sostituzione della tavola rotante ha permesso di ottenere un risparmio di circa il 50% del film utilizzato. Poi, è stato individuato un particolare film capace di garantire ottime performance in termini di forza di serraggio e risparmio di materiale, garantendo pertanto stabilità del bancale e una riduzione di film utilizzato fino al 47%.



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.

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]

I consumi energetici e le emissioni

Nel 2017, in relazione ai maggiori volumi produttivi, i consumi totali di energia risultano in aumento di circa l'11% rispetto all'anno precedente (346.833,8GJ nel 2017 rispetto a 313.491,8 GJ nel 2016). 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 2 anni di rendicontazione.

Fig. 24 - Consumi diretti e indiretti, percentuale e GJ [GRI 302-1]

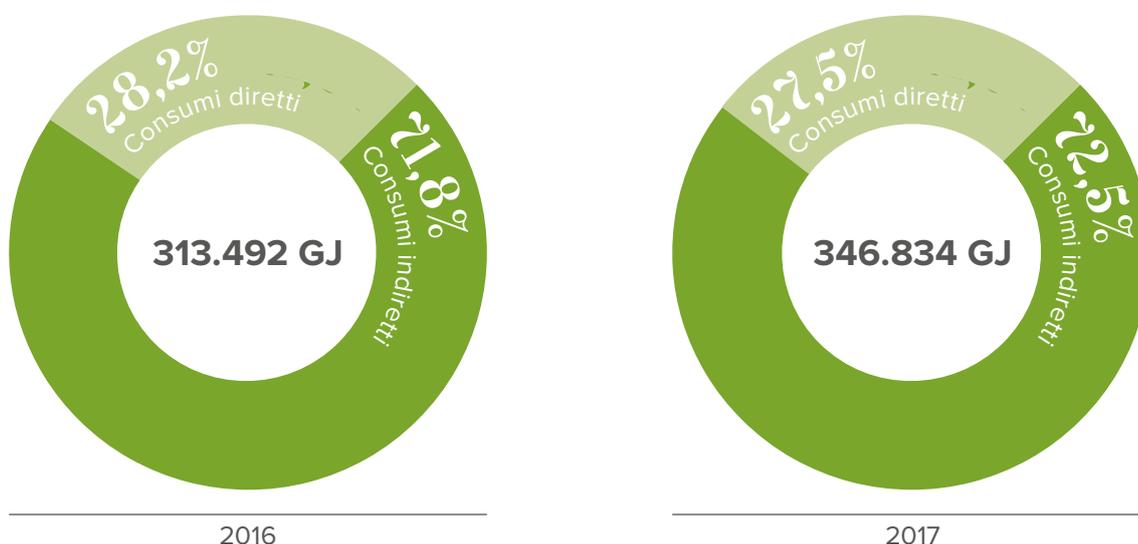


Fig. 25 - I consumi diretti, GJ [GRI 302-1]

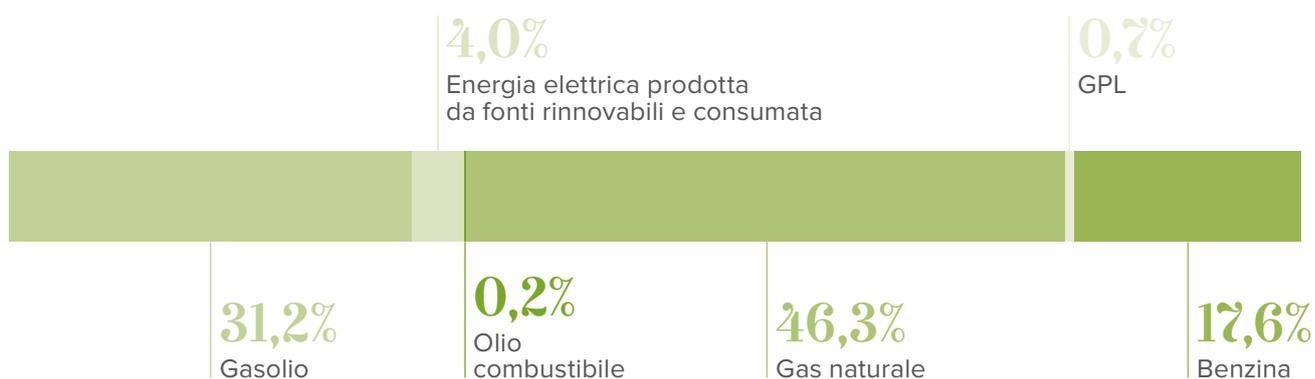


Relativamente ai consumi di energia primaria, si può notare dal grafico come nel 2017 si registri un aumento dell'8%, 95.380,6 GJ nel 2017 rispetto agli 88.445,1 GJ del 2016, legato ai maggiori consumi dei siti produttivi che sono cresciuti del 26 %, in relazione all'incremento dei volumi di produzione, a fronte di una diminuzione dei consumi legati agli uffici che sono calati dell'8%.

Nel 2017 la maggior parte dei consumi di energia primaria è legata agli stabilimenti produttivi, che da soli richiedono circa il 55% di energia primaria.

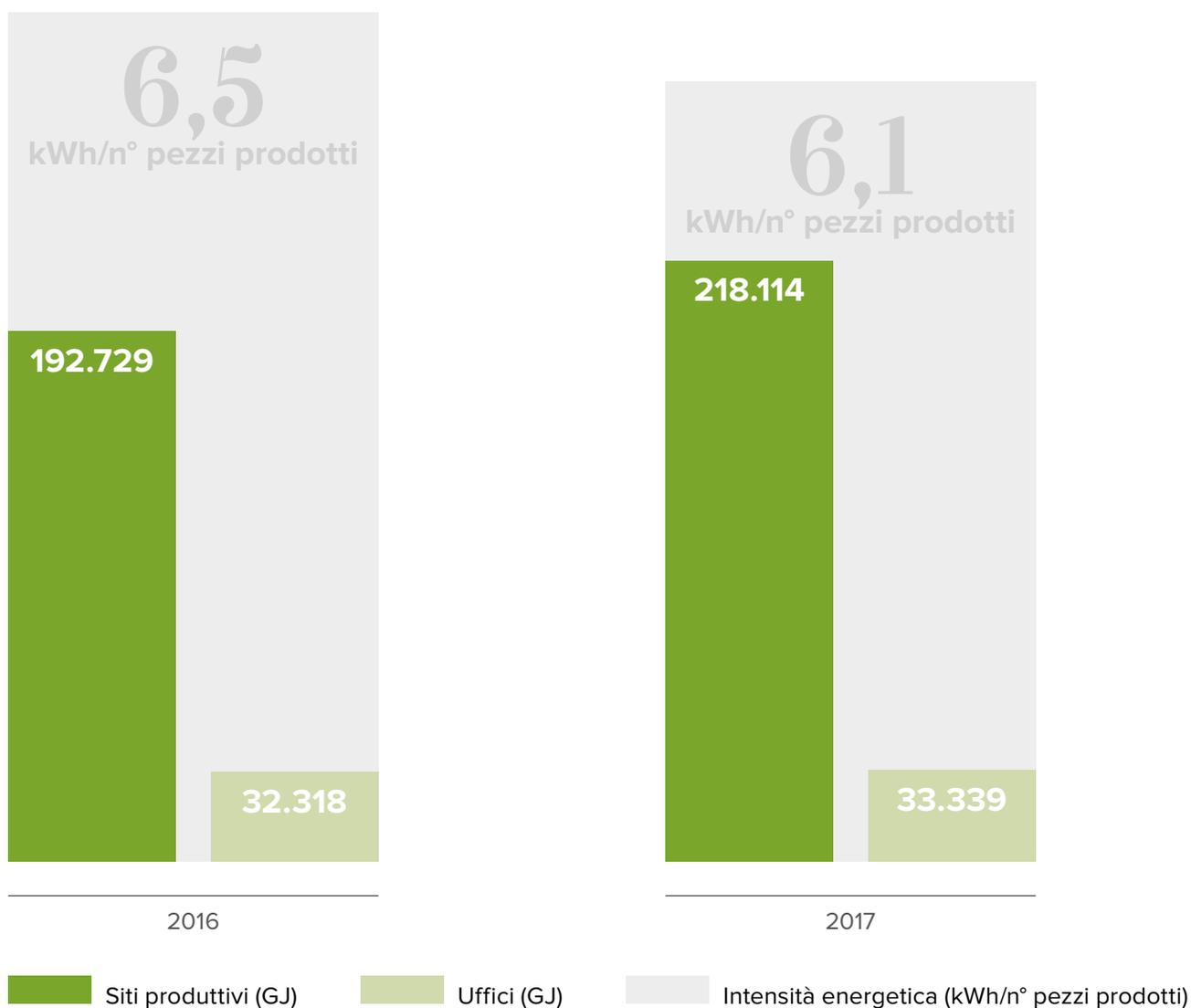
Il grafico sottostante mostra il mix energetico che costituisce i consumi diretti di energia: per il 46,3% sono legati al riscaldamento che avviene prevalentemente attraverso l'utilizzo di gas naturale mentre il 31,2% e il 17,6% sono imputabili rispettivamente ai consumi di gasolio e benzina per la flotta aziendale.

Fig. 26 - La composizione dei consumi diretti nel 2017, percentuale [GRI 302-1]



I consumi indiretti di energia nel 2017 presentano un trend di crescita positivo di circa il 12% nel biennio 2016-2017. L'incremento è legato principalmente al maggior consumo di energia elettrica presso gli stabilimenti produttivi avvenuto nel 2017 (+13% rispetto al 2016). Tale incremento è legato alla crescita della produzione che si registra per il 2017 (+20% rispetto al 2016). Per pezzo prodotto, infatti, si registra una riduzione dei consumi di energia, i quali sono passati da 6,5 kWh per pezzo prodotto nel 2016 a 6,1 kWh per pezzo prodotto nel 2017 (-6%), a conferma dell'efficacia delle azioni di efficientamento energetico avviate durante l'anno. [GRI 302-3]

Fig. 27 - I consumi indiretti, GJ [GRI 302-1]



Nel 2017, le emissioni complessive di CO₂ ammontano a 38.991 tonnellate, in aumento (+8%) rispetto al 2016, anno in cui il valore registrato è stato pari a 36.027. Coerentemente con l'andamento dei consumi di energia, si può constatare come le emissioni di CO₂ siano dovute principalmente ai consumi di energia elettrica, che incidono per l'85% sul valore complessivo di emissioni di CO₂ a livello di Gruppo.

Fig. 28 - Le emissioni totali di CO₂, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2 e 305-2]

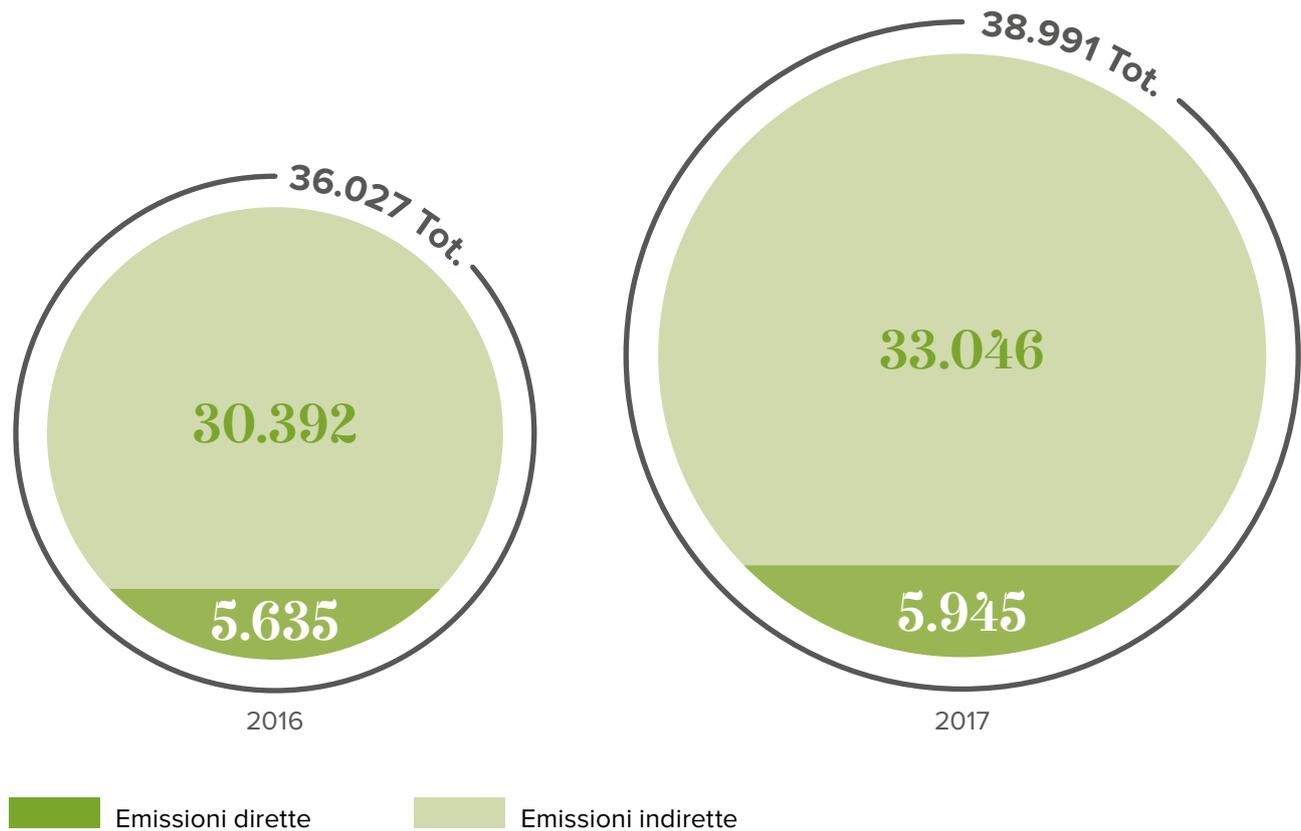


Fig. 29 - Le emissioni dirette Scopo 1, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1]

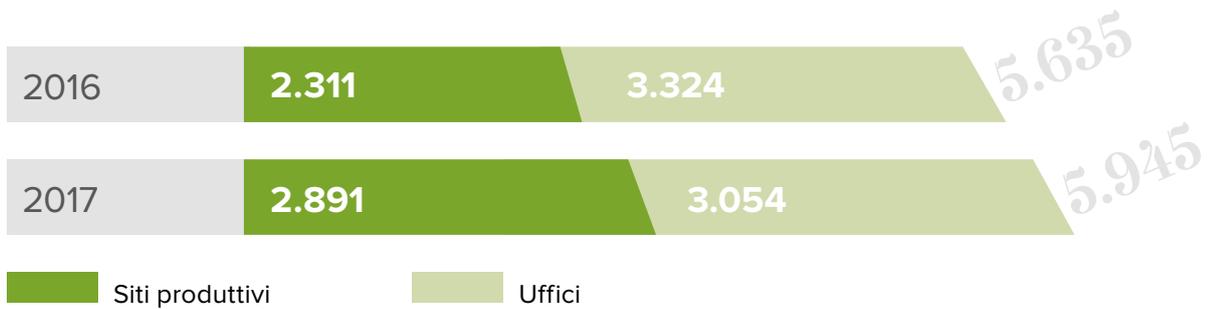
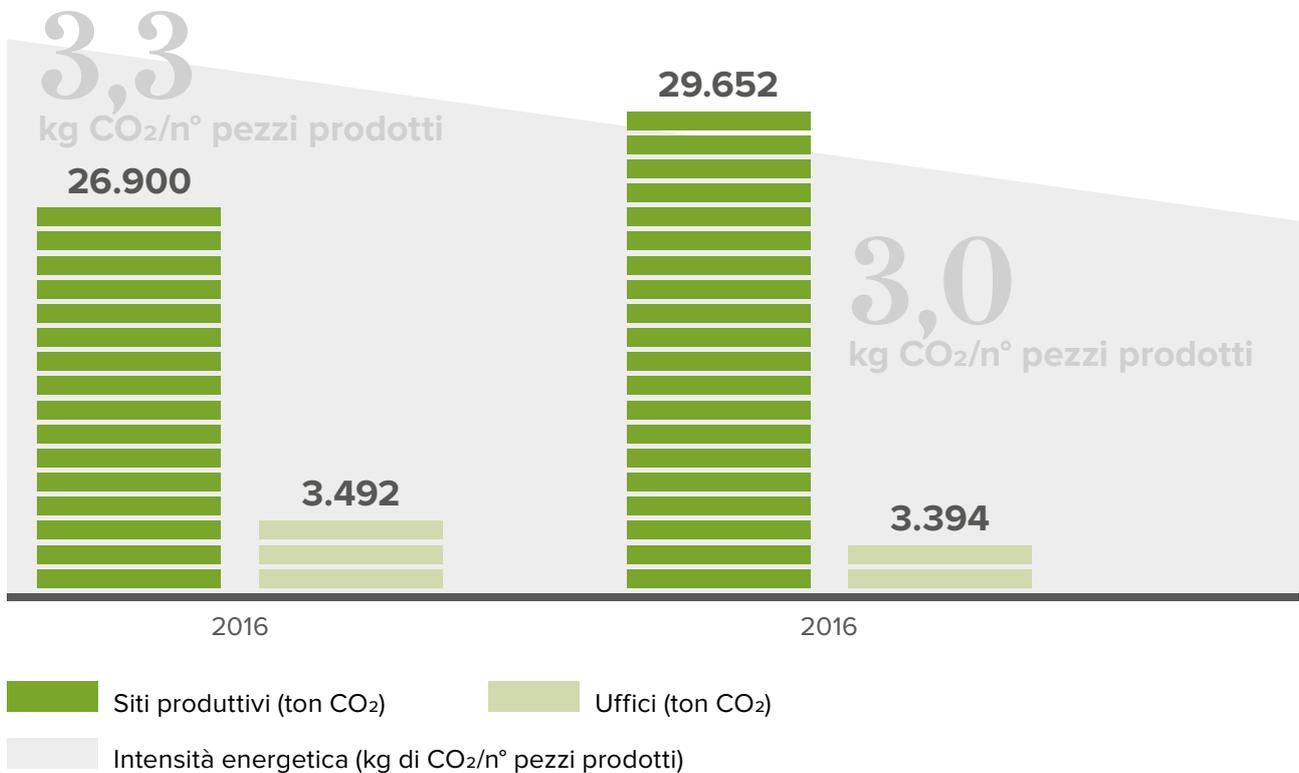


Fig. 30 - Le emissioni indirette Scopo 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]



Relativamente alle emissioni di CO₂ dirette, nel 2017 si registra un valore pari a 5.945 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 CO₂, nel 2017 si registra un valore complessivo di 33.046 t, di cui circa l'90% legato ai siti produttivi e, in particolar modo, ai 2 stabilimenti cinesi, che contribuiscono al 61% delle emissioni indirette di CO₂ totali (20.043t CO₂).

Confrontando le emissioni di CO₂ Scopo 2 per pezzo prodotto, si può notare come nei due anni di rendicontazione esse siano diminuite dell'8 % circa, passando da 3,3 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2016 a 3 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2017. [GRI 305-4]

Fig. 31 - Altre emissioni significative, kilogrammi [GRI 305-7]

CONSUMI ENERGETICI	UNITÀ DI MISURA	2016	2017
NOx	t	1,09	1,27
SOx	t	0,17	0,10
Inquinanti organici persistenti (POP)	t	0,03	0,04
Composti organici volatili (VOC)	t	6,99	6,99
Inquinanti atmosferici pericolosi (HAP)	t	1,38	1,38
Particolato (PM)	t	0,61	0,61

Il Gruppo De'Longhi, inoltre, monitora annualmente le emissioni di altre sostanze inquinanti legate alla produzione presso gli stabilimenti. Nel 2017, tali emissioni risultano sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente. In particolare, per quanto riguarda le emissioni di ossidi di azoto, e gli inquinanti organici persistenti si registra un leggero aumento giustificabile attraverso l'aumento della

produzione avvenuto durante l'anno. L'andamento costante registrato nel biennio per quanto concerne i composti organici volatili inquinanti organici persistenti, gli inquinanti atmosferici pericolosi e il materiale particolato è legato alle metodologie di stima utilizzate per la determinazione di tali composti. Infine, le emissioni di SOx risultano in diminuzione del 41% rispetto al 2016.



5_ Nota metodologica

I principi per definire i contenuti e la qualità del report

Il Report di Sostenibilità del Gruppo De'Longhi è stato predisposto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" 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 gli *stakeholder* 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 in seguito alla 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.
- **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 biennio 2016-2017 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. Laddove disponibili, sono altresì stati rendicontati gli indicatori sul triennio 2015-2017.
- **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 2017 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance del Gruppo da parte dei portatori di interesse. [GRI 102-46]

Il perimetro di reporting

Il presente documento rappresenta la prima edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De'Longhi e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'esercizio 2017, come anche i trend di performance del biennio 2016 - 2017. Laddove disponibili, i dati fanno riferimento al triennio 2015-2016-2017. 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 con riferimento alle *Continuing Operations*, escludendo quindi i valori relativi alla società NPE S.r.l. in considerazione dell'accordo di partnership industriale che prevede la cessione della quota di controllo della stessa. 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 32 - I temi rilevanti: perimetro [GRI 103-1]

TEMA	GRI DISCLOSURE	PERIMETRO		LIMITAZIONI DI RENDICONTAZIONE SUL PERIMETRO	
		Interno	Esterno	Interno	Esterno
Corporate Governance e sviluppo del business					
Reputazione del Brand	Performance economica	Gruppo	-	-	-
Capacità di ispirare	-	Gruppo	-	-	-
Partnership commerciali	-	Gruppo	Partner	-	-
Investimenti in nuove tecnologie	-	Gruppo	-	-	-
Trasformazione digitale	-	Gruppo	-	-	-
Compliance	Anticorruzione, Comportamento anticoncorrenziale, Compliance ambientale, Compliance socioeconomica Privacy del cliente	Gruppo	-	-	-
Prodotto					
Sicurezza di prodotto	Salute e sicurezza dei consumatori	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Innovazione di prodotto	-	Gruppo	-	-	-
Etichettatura di prodotto	Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Design eco-friendly	Energia	Gruppo	-	-	-
Catena di fornitura e produzione					
Gestione dei rischi lungo la catena di fornitura	Valutazione dei fornitori su aspetti ambientali, Valutazione dei fornitori su aspetti sociali	Gruppo	Fornitori	-	-
Diritti umani	Non discriminazione, Libertà di associazione, Lavoro minorile, Lavoro forzato o obbligato	Gruppo	Fornitori	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori
Gestione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico	Energia Emissioni	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori e ai Contact Center
Le persone del Gruppo De’Longhi					
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Gruppo	Fornitori, Contact Center	-	Rendicontazione non estesa ai fornitori e ai Contact Center
Attrazione e mantenimento dei talenti	Formazione e istruzione,	Gruppo	-	-	-

TEMA	GRI DISCLOSURE	PERIMETRO	LIMITAZIONI DI RENDICONTAZIONE SUL PERIMETRO		
Consumatori					
Comunicazione onesta, veritiera e basata sui fatti	Marketing ed etichettatura dei prodotti	Gruppo	Fornitori OEM	-	-
Protezione dei dati dei consumatori	Privacy del cliente	Gruppo	Contact Center	-	-
Efficienza di distribuzione del network	-	Gruppo	Partner	-	-
Servizi post vendita	-	Gruppo	Contact Center, Partner	-	-

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 formazione erogata non sono disponibili per gli uffici con sede in Repubblica Ceca, USA, Scandinavia, Canada.

Il dato relativo alla formazione in ambito anticorruzione non è disponibile per gli uffici con sede in: Romania, Grecia, Shangai, Shenzen, Hong Kong, USA, Canada. Per gli uffici con sede in Ucraina è disponibile solo il dato relativo al 2017.

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** è il rapporto tra i giorni di assenza nel periodo di rendicontazione e il numero totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.

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 dati relativi agli infortuni e alle malattie nel biennio 2016-2017 non sono disponibili per gli uffici con sede in Repubblica Ceca, Scandinavia, USA e Canada. Per le filiali con sede in Sud Africa, Brasile tali dati sono disponibili solo per il 2017. Il dato di ore lavorabili non è disponibile per gli uffici con sede in Romania.

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.

Il dato relativo agli uffici con sede in Repubblica Ceca, Scandinavia, Dubai, Canada e Shenzen non è disponibile. Per i negozi di proprietà e la filiale Giapponese il dato relativo ai consumi di energia elettrica è disponibile solo per il 2017. Per E-Services il dato relativo ai consumi di energia elettrica è disponibile solo per il 2016.

Le emissioni di gas ad effetto serra

Le emissioni di gas serra sono state calcolate secondo i principi indicati negli standard internazionali ISO 14064-1. In particolare, si noti che l'unico gas serra considerato è stato l'anidride carbonica (CO₂). I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ riportate nel Report 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 2015, 2016 e 2017.

Emissioni indirette (Scopo 2): le emissioni indirette corrispondono ai consumi di energia elettrica; per il calcolo delle emissioni sono stati tenuti in considerazione i fattori, per ciascun Paese, presenti nella *Tabella 49 - Principali indicatori socio-economici ed energetici*, pubblicata da Terna nella sezione Confronti Internazionali, e disponibili nella loro versione più recente in riferimento all'anno 2015.

L'energia autoprodotta da fonti rinnovabili non è rientrata all'interno del calcolo di emissioni di gas a effetto serra.

Il dato relativo alle emissioni di CO₂ dirette e indirette non è disponibile per gli uffici di: Dubai, Repubblica Ceca, Scandinavia, Canada, Shenzen.

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 valore riportato per l'anno 2017 è aggiornato al mese di settembre non essendo disponibile, alla data di rendicontazione, il valore per il mese di dicembre.

[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	Unità di misura	Italia		Europa		APA		MEIA		Gruppo De'Longhi	
		2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Numero di dipendenti con contratto											
Tempo indeterminato	n	1.471	1.469	2.255	3.202	2.663	2.692	74	67	6.463	7.431
di cui donne	n	554	554	1.181	1.781	1.237	1.225	38	27	3.010	3.587
di cui uomini	n	917	915	1.074	1.422	1.426	1.467	36	40	3.453	3.844
Tempo determinato	n	29	140	47	52	493	574	-	-	569	766
di cui donne	n	12	78	28	30	211	247	-	-	251	355
di cui uomini	n	17	62	19	22	282	327	-	-	318	411
Totale	n	1.500	1.609	2.302	3.255	3.156	3.266	74	67	7.032	8.197

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

Tipologia	Unità di misura	Italia				Europa			
		2016		2017		2016		2017	
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni	n.	24	10	20	10	14	14	10	12
Di cui in itinere	n.	9	7	4	6	1	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza	-	9,0	3,3	9,4	4,2	6,3	6,2	4,0	4,0
Tasso di malattia professionale	-	1,2	2,2	0,6	2,1	-	-	-	0,3
Indice di gravità	-	247,7	148,6	348,6	319,6	23,7	2,1	41,2	0,9
Tasso di assenteismo	-	27,0	39,2	31,7	37,1	40,2	52,9	28,3	49,3

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

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

APA				MEIA				Gruppo De'Longhi			
2016		2017		2016		2017		2016		2017	
Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
32	7	37	8	-	-	-	-	70	31	67	30
2	-	-	-	-	-	-	-	12	7	4	6
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6,8	1,8	6,4	1,7	-	-	-	-	7,1	3,4	6,3	2,8
-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,3	0,1	0,3
88,4	33,0	170,8	24,9	-	-	-	-	102,0	38,1	165,7	50,9
9,4	8,3	4,6	3,8	2,6	7,9	8,6	26,8	19,7	26,0	15,7	24,7

Focus: la riduzione degli impatti ambientali

GRI 302-1: Consumi energetici

Consumi energetici	Unità di misura	Siti produttivi		Uffici		Gruppo De'Longhi	
		2016	2017	2016	2017	2016	2017
Consumi diretti da fonti non rinnovabili							
Benzina	GJ	2.550,4	2.384,6	14.521,4	14.391,8	17.071,8	16.776,5
Gasolio	GJ	6.506,0	6.121,0	26.509,4	23.597,8	33.015,4	29.718,8
Gas naturale	GJ	29.000,8	39.845,5	5.171,5	4.280,5	34.172,3	44.126,1
GPL	GJ	394,2	585,2	66,5	112,5	460,6	697,7
Olio combustibile	GJ	-	-	204,3	205,2	204,3	205,2
Totale	GJ	38.451,4	48.936,4	46.473,1	42.587,8	84.924,5	91.524,2
Consumi diretti da fonti rinnovabili							
Energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e consumata	GJ	3.482,2	3.811,0	38,4	45,4	3.520,6	3.856,4
Totale consumi diretti	GJ	41.933,6	52.747,4	46.511,5	42.633,2	88.445,1	95.380,6
Consumi indiretti							
Energia elettrica	GJ	192.729,2	218.114,3	28.349,8	29.087,2	221.079,0	247.201,6
Teleriscaldamento	GJ	-	-	3.427,5	3.698,0	3.427,5	3.698,0
Raffrescamento	GJ	-	-	540,2	553,7	540,2	553,7
Totale consumi indiretti	GJ	192.729,2	218.114,3	32.317,5	33.338,9	225.046,7	251.453,2
Consumi totali	GJ	234.662,8	270.861,7	78.829,0	75.972,1	313.491,8	346.833,8

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	2016	2017	2016	2017
Dirette	ton CO ₂	2.310,9	2.890,9	3.324,2	3.054,1	5.635,1	5.944,9
Indirette	ton CO ₂	26.900,0	29.651,8	3.492,0	3.394,0	30.392,0	33.045,8
Totale	ton CO₂	29.210,9	32.542,7	6.816,1	6.448,1	36.027,0	38.990,8



7_ GRI Content Index

[GRI 102-55]

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Nota	Omission
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2017				
Profilo dell'organizzazione				
102-1	Nome dell'organizzazione	7	Nota metodologica	
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	4.1 Ovunque 6.1 Per offrirvi un'esperienza unica		
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	7	Nota metodologica	
102-4	Paesi nei quali opera l'organizzazione,	4.1 Ovunque 6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti		
102-5	Assetto proprietario e forma legale	7	Nota metodologica	
102-6	Mercati serviti	4.1	Ovunque	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	4.1 Ovunque 4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1 A partire da quello che siamo oggi 6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti		
102-8	Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori	5.1 A partire da quello che siamo oggi		La rendicontazione non comprende la suddivisione dei dipendenti per contratto a tempo pieno e part-time
102-9	Descrizione della supply chain (n. fornitori, volumi e mercati di approvvigionamento)	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti con i nostri partner		
102-10	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario e nella supply chain avvenuti nel periodo di rendicontazione	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti 6.3 E arriva nelle case dei consumatori di tutto il mondo		
102-11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	6.1 Per offrirvi un'esperienza unica		
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	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco		

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	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	1. Abbiamo iniziato un percorso (Lettera agli stakeholder)		
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	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1 A partire da quello che siamo oggi		
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	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco		
Stakeholder engagement				
102-40	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco		
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	5.1 A partire da quello che siamo oggi		
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco		
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco		
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	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco		

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Nota	Omission
Pratiche di reporting				
102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nella relazione sulla responsabilità sociale	7 Nota metodologica		
102-46	Definizione dei contenuti del Report e dei confini dei temi	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento		
102-47	Elenco dei temi materiali	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento		
102-48	Spiegazione degli effetti di qualunque modifica di informazioni inserite nelle relazioni precedenti e le motivazioni di tali modifiche			Non applicabile, in quanto si tratta della prima versione del report
102-49	Cambiamenti significativi di obiettivo e perimetro			Non applicabile, in quanto si tratta della prima versione del report
102-50	Periodo a cui si riferisce la relazione sulla responsabilità sociale	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento		
102-51	Data di pubblicazione della relazione sulla responsabilità sociale più recente			Non applicabile, in quanto si tratta della prima versione del report
102-52	Periodicità di rendicontazione	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento		
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sulla relazione sulla responsabilità sociale e i suoi contenuti	7 Nota metodologica		
102-54	Scelta dell'opzione "in accordance"	7 Nota metodologica		
102-55	Tabella esplicativa dei contenuti della relazione	9.GRI Content Index		
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	Riferimento	Omission
MATERIAL TOPICS			
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA			
PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	1. Abbiamo iniziato un percorso (Lettera agli stakeholder) 4.2 Ogni giorno, al tuo fianco	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	1. Abbiamo iniziato un percorso (Lettera agli stakeholder) 4.2 Ogni giorno, al tuo fianco	
GRI 205: Anticorruzione 2017			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco	
ANTICORRUZIONE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco	
GRI 205: Anticorruzione 2017			
205-2	Comunicazione e formazione riguardo a politiche e procedure sull'anticorruzione	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco - L'etica e il sistema di governance	La rendicontazione non comprende la comunicazione e formazione rivolta ai membri degli enti di governo
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco - L'etica e il sistema di governance	
COMPORAMENTO ANTI CONCORRENZIALE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco - L'etica e il sistema di governance	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco - L'etica e il sistema di governance	
GRI 206: Comportamento anti concorrenziale 2017			
206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco - L'etica e il sistema di governance	

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Omission
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE			
ENERGIA			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
GRI 302: Energia 2017			
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
302-3	Intensità energetica	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
EMISSIONI			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
GRI 305: Emissioni 2017			
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
305-4	Intensità di emissione di gas ad effetto serra	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	
305-7	Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo(SOx) e altre emissioni significative	Focus: La riduzione degli impatti ambientali legati al prodotto	

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Omission
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE			
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	5.2.Coltivando le nostre competenze e conoscenze	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	5.2.Coltivando le nostre competenze e conoscenze	
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2017			
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	5.2.Coltivando le nostre competenze e conoscenze	
FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	5.2.Coltivando le nostre competenze e conoscenze	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	5.2.Coltivando le nostre competenze e conoscenze	
GRI 404: Formazione e Istruzione 2017			
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	5.2.Coltivando le nostre competenze e conoscenze	La rendicontazione è limitata alla media del totale dei dipendenti del Gruppo
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1. A partire da quello che siamo oggi	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1. A partire da quello che siamo oggi	
GRI 405: Diversità e Pari opportunità 2017			
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	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1. A partire da quello che siamo oggi	La rendicontazione è relativa solo al CdA della Capogruppo

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Omission
NON DISCRIMINAZIONE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1. A partire da quello che siamo oggi	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	4.2 Ogni giorno, al tuo fianco 5.1. A partire da quello che siamo oggi	
GRI 406: Non discriminazione 2017			
406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	5.1. A partire da quello che siamo oggi	
VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
GRI 412: Valutazione sui diritti umani 2017			
412-1	Attività che sono state valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
VALUTAZIONE DEI FORNITORI PER IMPATTI SOCIALI			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
GRI 414: Valutazione dei fornitori per impatti sulla società 2017			
414 -1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
GRI 416: Salute e Sicurezza dei consumatori 2017			
416-1	Valutazioni degli impatti dei prodotti e servizi su salute e sicurezza	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
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	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Omission
MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
GRI 417: Marketing ed Etichettatura dei prodotti 2017			
417-1	Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
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	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
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	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
PRIVACY DEL CLIENTE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
GRI 418: Privacy del cliente 2017			
418-1	Reclami motivati relativi a perdita di dati del cliente	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Omission
NOT GRI DISCLOSURE			
CAPACITÀ DI ISPIRARE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
PARTNERSHIP COMMERCIALI			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.2 Che nasce dai nostri stabilimenti	
INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
	Investimenti in attività di ricerca e sviluppo	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
INNOVAZIONE DI PRODOTTO			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
	Investimenti in attività di ricerca e sviluppo	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
EFFICIENZA DI DISTRIBUZIONE DEL NETWORK			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.3. E arriva nelle case dei consumatori di tutto il mondo	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.3. E arriva nelle case dei consumatori di tutto il mondo	

GRI Standard	Disclosure	Riferimento	Omission
SERVIZIO POST VENDITA			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
	First time fix (FTF) indicator	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
	Tempo medio di assistenza tecnica	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
TRASFORMAZIONE DIGITALE			
GRI 103: Management Approach 2017			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	2 I temi di rendicontazione: come abbiamo creato questo documento	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	6.1.Per offrirvi un'esperienza unica	



KENWOOD

BRAUN

Ariete