

# Bilancio di Sostenibilità 2021



# 01 Identità, Strategia e Sostenibilità



- 5 Lettera agli Stakeholder
- 6 Dati di sintesi
- 6 La sostenibilità nella strategia di Caleffi
- 7 Gli indicatori
- 9 Nota Metodologica
  
- 10 Caleffi
- 16 Mercati e Strategia
- 21 Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità

# 02 Il modello di Business e i prodotti

- 31 I brand Caleffi
- 35 I fornitori - responsabilità e sostenibilità della filiera
- 40 I materiali delle collezioni
- 42 La produzione
- 44 Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza
- 47 Il cliente
- 51 Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico

# 03 La governance

- 54 Il governo dell'impresa
- 60 La gestione responsabile del business
- 66 La gestione dei rischi
- 71 Il rispetto delle norme - la compliance

# 04 I risultati economico-finanziari

- 76 Il Valore economico generato e distribuito
- 79 Gli investimenti e i progetti

# 05 Le risorse umane

- 80 Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale
- 87 I dipendenti
- 92 La formazione
- 93 Salute e sicurezza sul lavoro

# 06 L'ambiente

- 100 Caleffi e l'ambiente
- 103 La risorsa idrica
- 104 Produzione e gestione dei rifiuti
- 108 Energia, emissioni e cambiamenti climatici

- 112 GRI Content Index:  
Indice dei Contenuti GRI



Guido Ferretti  
Consigliere Delegato Corporate

# Lettera agli stakeholder

GRI 102-14

La Sostenibilità è prerogativa irrinunciabile nella strategia di sviluppo dell'impresa, elemento di creazione di valore e leva competitiva di differenziazione sul mercato, per effetto delle ricadute sull'immagine dell'Azienda e sul brand.

La tutela dell'ambiente, della biodiversità e degli ecosistemi, è stata recentemente inserita tra i principi fondamentali dalla nostra Carta Costituzionale che stabilisce anche che, in materia di iniziativa economica privata, tale attività non possa svolgersi in modo da recare danno alla salute e all'ambiente.

Proprio in questo contesto, il presente Bilancio, che rappresenta il secondo passo che il Gruppo compie verso l'adozione di una visione più strategica sui temi legati all'ambiente, si pone come obiettivo quello di fornire una rappresentazione delle azioni, dei valori e degli effetti che l'attività d'impresa produce e di rendicontare le politiche e le attività promosse nel corso del 2021, garantendo piena trasparenza nei confronti di tutti i portatori d'interesse.

Nel 2021 il Gruppo Caleffi ha realizzato un fatturato pari ad Euro 61 milioni, in crescita dell'8%, risultato che riteniamo di grande valore, poiché conseguito in un anno ancora estremamente difficile per effetto della pandemia Covid 19 e delle conseguenti misure di contenimento intraprese dalle Pubbliche Autorità, a cui si sono progressivamente aggiunti i forti aumenti delle utenze di energia elettrica e gas e l'aumento dell'inflazione. I primi mesi del 2022 risultano impattati da elementi negativi riconducibili alle tensioni geopolitiche in atto. La guerra tra Russia e Ucraina genera emergenze umanitarie e

tensioni sociali, ricadute sul prezzo dell'energia, aumenti di costo delle materie prime e difficoltà alle catene di approvvigionamento e al sistema della logistica mondiale. La frizione tra Stati Uniti e Cina per Taiwan ha poi esasperato le problematiche di approvvigionamento e riaperto la guerra dei dazi.

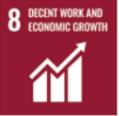
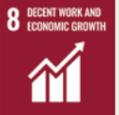
Sul tema ambientale continuiamo ad affrontare le sfide principalmente legate alla ricerca di materiali sempre più sostenibili, a processi produttivi e logistici che possano avere un sempre minore impatto sull'ambiente, alla riduzione dei consumi energetici non provenienti da fonti rinnovabili, e conseguentemente delle emissioni. Stiamo studiando e attivando soluzioni per mitigare sia gli impatti ambientali del prodotto attuando misure di efficientamento e ottimizzazione delle attività, processi di economia circolare mediante il riutilizzo di materiali e cascami di lavorazione, pieno utilizzo di energia da fonti green.

La combinazione di tutti questi elementi ci permetterà di continuare a creare prodotti da sogno, valorizzando le persone e il tessuto economico locale, nel pieno rispetto dell'ambiente.

A conferma della dedizione profusa nella creazione di valore condiviso con i nostri stakeholder, abbiamo ottenuto quest'anno un importante riconoscimento: il Gruppo Caleffi si è classificato al secondo posto nella classifica "High Performer" dell'Index Future Respect 2021, a dimostrazione di come il tempo, la professionalità e l'impegno investito da parte di tutti i collaboratori abbia prodotto risultati tangibili anche sul fronte della Sostenibilità.

# Dati di sintesi

## La sostenibilità nella strategia di Caleffi

Driver piano sostenibilità	Obiettivo	Impegno per gli SDGs
Lotta ai cambiamenti climatici	Ridurre consumi energia ed emissioni	 
Economia Circolare	Creare prodotti più sostenibili per l'ambiente	 
Promozione Supply Chain responsabile	Tracciabilità della catena di fornitura e delle materie prime	
Salute e benessere delle persone	Valorizzazione delle persone, pari opportunità e diversità	  
Sviluppo sociale ed economico della comunità	Creare valore per la comunità locale	

## Gli indicatori

		2019	2020	2021
<b>Infortuni sul lavoro</b>				
<b>Generazione e distribuzione di valore</b>				
Valore generato	Euro mil	50,8	56,6	61,4
Valore distribuito	Euro mil	47,8	49,9	55,2
Incidenza servizi e lavorazioni da fornitori del territorio	% sul tot	87%	90%	91%
<b>Processi e materiali</b>				
Sistema gestione	Sistema di gestione Integrato qualità, salute e sicurezza sul lavoro: ISO 45001:2018 / ISO 9001:2015			
Certificazione di prodotto	Oeko-tex® Confidence in Textiles-Standard 100 (Mirabello Carrara dal 2014) - 90% acquisti sono certificati Oeko-Tex®.			
Certificazioni prodotti acquistati da fornitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oeko-Tex® Confidence in Textiles-Standard 100</li> <li>• GOTS (Global Organic Textile Standard)</li> </ul>			
Fornitori sottoposti audit sociale / ambientale	% a valore		56%	71%
<b>Ambiente</b>				
Energia consumata	GJoule	11.444	10.650	13.035
Energia rinnovabile su totale	%	13,19%	14,25%	13,74%
Emissioni GHG dirette Scope 1 + indirette Scope 2	tCO <sub>2</sub> e	580	525	643
Indice di intensità energia		50,16	50,72	55,29
Rifiuti prodotti destinati al recupero (%)	t	86%	83%	94%
<b>Risorse umane</b>				
Dipendenti	Nr	157	154	148
Diversity - Dipendenti genere femminile	%	76%	73%	72%
Dipendenti con contratto a tempo indeterminato	%	100,0%	99,4%	98,6%
Salute sicurezza sul lavoro - Infortuni (non gravi)	Nr	2	-	-

# Nota Metodologica

GRI 102-45 / GRI 102-46 / GRI 102-48 / GRI 102-49 / GRI 102-50 / GRI 102-51 / GRI 102-52 / GRI 102-53 / GRI 102-54



Il Bilancio di sostenibilità di Caleffi S.p.A. e della controllata Mirabello Carrara S.p.A. (di seguito “Caleffi”, il Gruppo Caleffi” o il “Gruppo”), redatto con cadenza annuale, contiene le informazioni relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte da Caleffi, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto prodotto dalle stesse.

Il Bilancio di sostenibilità è stato redatto secondo le metodologie ed i principi previsti dai *GRI Sustainability Reporting Standards* (opzione ‘In accordance - core’), definiti dal *Global Reporting Initiative* (‘GRI Standards’).

Caleffi non ricade nel campo di applicazione del D.Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 che, in attuazione delle Direttiva 2014/95/UE, prevede l’obbligo di redazione di una Dichiarazione Non Finanziaria (“DNF”) per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie quantitative. Il presente documento è stato pertanto redatto su base volontaria e non rappresenta una DNF.

I principi generali applicati per la redazione della Bilancio di Sostenibilità sono quelli definiti dai GRI Standard: rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza.

Gli indicatori di performance selezionati sono quelli previsti dai GRI Standards, rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l’attività svolta da Caleffi e gli impatti da essa prodotti. La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base di un’analisi di rilevanza (“materialità”) degli stessi, come descritto nel paragrafo “*Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità*”.

Il Bilancio di sostenibilità contiene in appendice un indice di riepilogo delle informazioni relative ai diversi ambiti trattati (GRI Content Index), in modo tale da consentire

la tracciabilità degli indicatori e delle altre informazioni quantitative e qualitative presentati all’interno del documento.

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative si riferisce alle performance Caleffi S.p.A. e della società controllata Mirabello Carrara S.p.A., coerente con il bilancio consolidato di Gruppo al 31 dicembre 2021. Le eventuali informazioni quantitative per le quali è stato fatto ricorso a stime sono segnalate nelle diverse sezioni del presente documento.

Ai fini della redazione del Bilancio di Sostenibilità è stata inoltre tenuta in considerazione la Comunicazione della Commissione Europea, pubblicata nel mese di giugno 2019, “Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario: Integrazione concernente la comunicazione di informazioni relative al clima (2019/C 209/01)”, integrando le raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures –TCFD) del Financial Stability Board. Le raccomandazioni della TCFD prevedono quattro aree tematiche: governance, strategia, gestione del rischio, metriche e obiettivi.

Il processo di redazione dell’informativa di sostenibilità ha visto il coinvolgimento dei responsabili delle diverse funzioni di Caleffi e Mirabello Carrara.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Caleffi S.p.A. in data 29 marzo 2022 e non è stato assoggettato a revisione da parte di un revisore indipendente.

Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato nel sito istituzionale della Società al seguente indirizzo [www.caleffigroup.it/sostenibilita](http://www.caleffigroup.it/sostenibilita). Per richiedere maggiori informazioni in merito è possibile rivolgersi all’indirizzo [esg@caleffionline.it](mailto:esg@caleffionline.it).

# 01

## Identità, Strategia e Sostenibilità

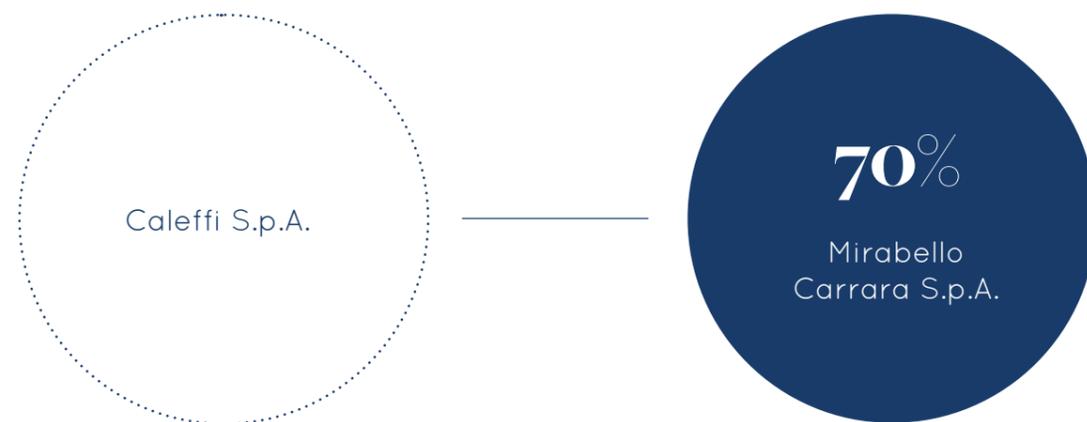
Caleffi

GRI 102-1 / GRI 102-2 / GRI 102-3 / GRI 102-4 / GRI 102-5 /  
GRI 102-6 / GRI 102-7 / GRI 102-10



Caleffi ha sede in Viadana (MN - Italia) ed è attiva dagli anni Sessanta nel design, nella produzione e nella commercializzazione di articoli tessili per la casa di elevata qualità e contenuto moda con marchi sia propri sia in licenza. I prodotti Caleffi si contraddistinguono per un elevato contenuto di design e per il posizionamento nelle fasce media e alta del mercato. La creatività, l'innovazione, la differenziazione delle linee per fasce di mercato e segmenti di consumo fanno di Caleffi un importante marchio nel mondo dell'Home Fashion.

## Il Gruppo



### Le dimensioni

Il Gruppo ha realizzato nel 2021 Euro 60,8 milioni di ricavi ed al 31 dicembre 2021 impiegava 148 dipendenti presso le sedi ed unità produttive di Viadana, Mantova (Caleffi) e di Meda, Monza Brianza (Mirabello Carrara).

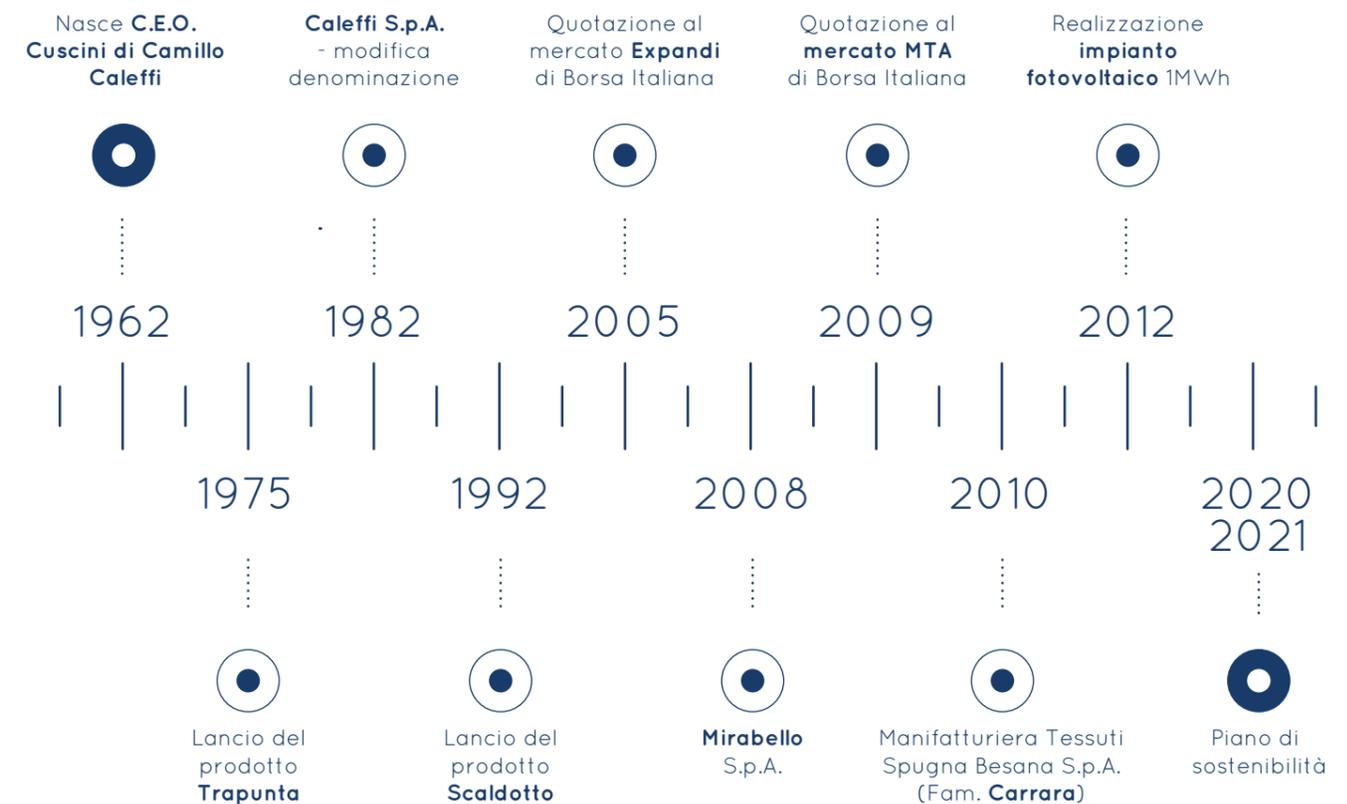
Al 31 dicembre 2021, il capitale sociale della capogruppo Caleffi S.p.A. è di Euro 8,1 milioni. L'azionista di maggioranza Minerva S.r.l. detiene una partecipazione del 55,1%, mentre la quota residua del 44,9% è collocato sul mercato. Il patrimonio netto consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2021 è di Euro 20,9 milioni.

Ricavi per business unit (Euro/000)	2019		2020		2021	
	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
Caleffi	38.249	76,8%	45.077	80,4%	46.014	75,7%
Mirabello Carrara	13.466	27,0%	12.686	22,6%	16.078	26,4%
Operazioni infragruppo	(1.922)	(3,8%)	(1.705)	(3,0%)	(1.307)	(2,1%)
<b>Totale</b>	<b>49.793</b>	<b>100,0%</b>	<b>56.058</b>	<b>100,0%</b>	<b>60.785</b>	<b>100,0%</b>

Ricavi per area geografica (Euro/000)	2019		2020		2021	
	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
Italia	46.589	93,6%	52.590	93,8%	54.536	89,7%
UE	1.391	2,8%	1.057	1,9%	3.356	5,5%
Extra UE	1.813	3,6%	2.411	4,3%	2.893	4,8%
<b>Totale</b>	<b>49.793</b>	<b>100,0%</b>	<b>56.058</b>	<b>100,0%</b>	<b>60.785</b>	<b>100,0%</b>

### La storia

Dalla sua fondazione (1962) l'obiettivo di Caleffi è stato quello di rafforzare la propria posizione competitiva, attraverso operazioni di acquisizione, diversificazione e nuovi prodotti.



GRI 102-2  
GRI 102-15

## Caleffi

Caleffi opera nel settore dell'arredo tessile e biancheria per la casa, con la produzione e commercializzazione di articoli che coprono i diversi segmenti di mercato, con marchi propri e su licenza.

### LETTO

Coperture trapuntate  
e non - teleria - accessori  
e articoli tecnici

### BAGNO E MARE

Spugna

### ARREDO TESSILE

### CUCINA E TAVOLA

Il percorso di Caleffi si identifica con l'evoluzione del prodotto "biancheria per la casa": dal corredo tradizionale al concetto di biancheria per un uso che segue i tempi e le mode all'interno di un "progetto casa" globale. Caleffi ha integrato nel tempo la propria offerta, anche attraverso l'introduzione di prodotti con marchi di terzi in licenza.

### La gamma dei prodotti Caleffi

#### Trapunte e copriletto



#### Scaldotto e piumini



#### Lenzuola e copripiumini



#### Accessori per il letto



#### Collezione spugna



#### Collezione tavola e cucina



#### Complementi d'arredo



Caleffi ha portato la moda in casa, ponendo attenzione alla componente design, al costante rinnovamento delle collezioni, alla ricerca dei materiali, all'uso del colore, agli standard qualitativi, alla differenziazione delle linee per fasce di mercato e segmenti di consumo.

## Mirabello Carrara

Mirabello Carrara S.p.A. con sede a Meda (MB) è controllata al 70% da Caleffi e nasce dalla fusione nel 2012 di due storiche *maison* di prodotti *Home Fashion* nel segmento *Luxury*: **Mirabello**, che inizia l'attività nel 1978 nello storico quartiere milanese di Brera e **Carrara**, fondata nel 1948 dall'omonima famiglia con il nome di Manifattura Tessuti Spugne Besana, nota per collezioni di biancheria in spugna e per la casa, distribuite nei migliori *Department Store* Internazionali.

### L'offerta Mirabello

#### Lenzuola e Copripiumini



#### Trapunte e Copriletto



#### Accessori per il letto



#### Collezioni in spugna



#### Complementi d'arredo



#### Collezione tavola e cucina



# Mercati e strategia

## Scenari e prospettive

Dopo la peggior crisi economica di tutti i tempi, registrata nel 2020, la miglior ripresa di sempre: le variazioni del Pil mondiale si attestano a un +5,9% nel 2021, secondo le stime del Fondo Monetario Internazionale. L'Italia è cresciuta più delle altre economie europee e quasi come quella globale (il balzo in avanti del Pil risulta pari al 5,8%) trascinata dall'export, che ha superato i livelli pre-Covid, e dalla riconversione digitale della propria manifattura.

Al crescente ottimismo degli italiani e alla nuova fascinazione estera per il nostro paese, non corrisponde però una altrettanto rapida ripresa dei consumi. All'inizio del 2022 non si vedono ancora segnali positivi in tal senso, anzi, le conseguenze della pandemia e della guerra in corso rallentano la crescita mondiale e fanno prevedere un anno molto difficile, ancora caratterizzato da rischi e incertezze. Non mancheranno difficoltà oggettive quali la situazione geopolitica, il rincaro dell'energia, la difficoltà a reperire materie prime, il persistente problema dei trasporti e della logistica a livello mondiale.

L'emergenza sanitaria si è alleggerita e il Coronavirus inizia a fare meno paura, ma le conseguenze di quanto accaduto a partire dal marzo 2020 sono ancora pesanti e in continua evoluzione, tanto che gli effetti sulla propensione ai consumi proseguiranno anche nel 2022. La pandemia ha *sparigliato le carte* e riaperto i giochi nel mondo dei prodotti non alimentari, determinando la contrazione degli acquisti in alcuni settori merceologici e format distributivi, ma anche spingendo lo sviluppo di altri prodotti e canali commerciali.

La recente crisi economico-sanitaria ha segnato infatti una profonda discontinuità negli stili di vita rispetto al passato, nella direzione di una ricerca di comfort e di benessere, di spazi verdi, di materiali naturali e tattili. Con un'attenzione particolare alla sostenibilità, all'ambiente e al ciclo di vita dei prodotti.

La nuova normalità, fatta non più del chiudersi in casa sia per vivere che per lavorare o studiare, come con i *lockdown* imposti dal Covid-19, richiede un approccio più flessibile, riappropriandosi dello spazio e del tempo, accelerando cambiamenti e scegliendo nuove priorità. *Home working*, mobilità ibrida, digitalizzazione, *e-commerce*, sono diventate consolidate abitudini. Anche dopo la pandemia, resta l'**home nesting** degli italiani, questa abitudine diffusa, in particolar modo nel nord Europa, da diventare ormai una moda: vivere la maggior parte del proprio tempo libero nell'intimità domestica in pigiama, tra divano, piumino e letto, creando ambienti caldi ed accoglienti come un nido. La casa non è più uno spazio di servizio, ma la nuova *comfort area* della vita quotidiana, da ristrutturare, approfittando dei nuovi e consistenti incentivi fiscali e, contemporaneamente da riarredare.

Nello scenario di mercato descritto si inserisce **EU strategy for sustainable textiles (europa.eu)**, che intende fornire un supporto alle imprese del settore alla transizione all'economia circolare climaticamente neutra in cui i prodotti sono progettati per essere più durevoli, riutilizzabili, riparabili, riciclabili ed efficienti dal punto di vista energetico. La strategia EU ha l'obiettivo di garantire l'industria tessile sostenibile:

- Aumentare la competitività
- Applicare i principi dell'economia circolare alla produzione, ai prodotti, al consumo, alla gestione dei rifiuti e alle materie prime secondarie
- Orientare gli investimenti, la ricerca e l'innovazione

## La sostenibilità nella strategia di Caleffi

Caleffi ha l'obiettivo di creare e sviluppare un **valore sostenibile nel tempo**. La strategia di Caleffi è focalizzata sullo sviluppo di **progetti** in grado di assicurare non soltanto adeguate performance economico-finanziarie, ma di rispondere anche a esigenze di carattere ambientale e sociale. Caleffi ritiene fondamentale perseguire i propri obiettivi secondo un modello di business che integri la sostenibilità nei piani strategici pluriennali e nei budget annuali. Il piano di sostenibilità di Caleffi si basa su cinque priorità:

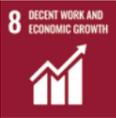
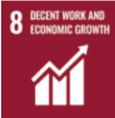
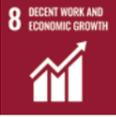
Driver	Obiettivo	Impegno
<b>Lotta ai cambiamenti climatici</b>	Ridurre consumi energia ed emissioni	I cambiamenti climatici, in larga parte conseguenza delle attività e degli interventi del genere umano sull'ambiente, sono una minaccia reale per le generazioni future. L'impegno di Caleffi nella lotta contro il cambiamento climatico si concretizza attraverso azioni finalizzate alla produzione e all'uso di energie rinnovabili e alla riduzione delle emissioni generate dalle attività produttive, commerciali e logistiche.
<b>Economia Circolare</b>	Creare prodotti più sostenibili per l'ambiente	Economia circolare: la transizione verso un'economia circolare risponde alla pressione crescente sulle risorse naturali e l'ambiente, spostando l'attenzione sul riutilizzare, aggiustare, rinnovare e riciclare i materiali e i prodotti esistenti. Quel che normalmente si considera "rifiuto", può essere trasformato in una nuova risorsa.
<b>Promozione Supply Chain responsabile</b>	Tracciabilità della catena di fornitura e delle materie prime	L'obiettivo è quello di promuovere la sostenibilità lungo l'intera catena di approvvigionamento, espandendo logiche e programmi di sostenibilità anche ai fornitori.
<b>Salute e benessere delle persone</b>	Valorizzazione delle persone, pari opportunità e diversità	Condizione preliminare ed essenziale per uno sviluppo sostenibile è un modello di business e di governance che garantisca la salute ed il benessere per tutti e a tutte le età e un lavoro dignitoso, più inclusivo e senza discriminazioni di genere.
<b>Sviluppo sociale ed economico della comunità</b>	Creare valore per la comunità locale	Supporto al territorio e alle comunità locali, con iniziative e contributi volti alla valorizzazione economica, sociale e culturale del contesto in cui il Gruppo opera.

## L'impegno di Caleffi per gli SDGs - Obiettivi per lo sviluppo sostenibile

Il Piano di Sostenibilità di Caleffi è stato disegnato con l'obiettivo della coerenza delle relative azioni rispetto ai contenuti degli SDGs (*Sustainable Development Goals - SDG*), parte integrante dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. L'impegno di Caleffi per il raggiungimento degli obiettivi globali fissati dall'Agenda 2030 è di seguito rappresentato rispetto a quanto realizzato nel 2021 e da realizzare nell'arco temporale 2022-2024.



Driver Piano Sostenibilità Caleffi	SDG	Obiettivo	Risultati 2021	Target e orizzonte temporale obiettivi		
				2022	2023	2024
<b>Lotta ai cambiamenti climatici</b>	 	<b>Riduzione consumi energia ed emissioni</b>				
		<p><b>SDG 13</b> Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico</p> <p>100% energia elettrica consumata internamente da fonti rinnovabili</p>	Raggiunto l'obiettivo: 44% dell'energia utilizzata dal Gruppo proviene da fonti rinnovabili	100%		
<b>Economia circolare</b>	 	<p><b>SDG 7</b> Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni</p> <p>Progressiva sostituzione dei sistemi di illuminazione da tradizionale a Led</p> <p>Soluzioni logistiche a minor impatto ambientale</p>	<p>53% - Sostituzione illuminazione da tradizionale a Led</p> <p>90% - Soluzioni logistiche a minor impatto ambientale: utilizzo di spedizionieri che utilizzano flotte Euro 6</p> <p>Si prediligeranno spedizionieri che hanno come obiettivo quello di sostituire i mezzi a combustione tradizionale</p>		100%	
		<p><b>SDG 12</b> Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo</p> <p>70% fiocco di poliestere riciclato</p>				
		<p><b>SDG 14</b> Vita sott'acqua</p> <p>Eliminazione di coloranti e altre sostanze nocive per l'ambiente</p> <p>Riutilizzo di ritagli e cascami di lavorazione</p> <p>Eliminazione delle plastiche monouso</p> <p>Carta / cartone: Utilizzo di packaging sostenibile nei processi logistici</p> <p>Riduzione sostanziale di rifiuti attraverso la prevenzione, il riciclo e il riutilizzo dei materiali</p>	<p>100% / Eseguiti test ecologici per accertare l'assenza di sostanze tossiche e/o nocive nei prodotti</p> <p>Presentato al MISE (maggio 2021) progetto per realizzare sistema per il riutilizzo e la valorizzazione degli scarti derivanti dal ciclo di produzione e/o provenienti da processi esterni all'azienda, Si sta valutando di associarsi ad un consorzio per la raccolta e il riciclo di rifiuti tessili</p> <p>100% - Tutta la plastica utilizzata è riciclabile</p> <p>100% - Sono stati utilizzati esclusivamente cartoni che hanno un'alta componente di carta riciclata (80-90%)</p> <p>94% - Rifiuti destinati al riciclo e/o riutilizzo (il 6% fosse settiche)</p>			

Driver Piano Sostenibilità Caleffi	SDG	Obiettivo	Risultati 2021	Target e orizzonte temporale obiettivi			
				2022	2023	2024	
<b>Promozione Supply Chain responsabile</b> 	8	<b>Tracciabilità della catena di fornitura e delle materie prime</b>	Qualificazione e selezione della filiera di fornitura in base ai criteri di conformità con il codice di condotta Caleffi (criteri ambientali e sociali)	Valutazione della catena di fornitura attraverso la Piattaforma EcoVadis (75% - sul valore di acquisto)	80%	85%	90%
			Acquisti sostenibili: trasparenza e tracciabilità dei materiali e della supply chain	100% - Sottoscrizione del codice di condotta Caleffi e Mirabello da parte dei fornitori (2022: sottoscrizione del codice condotta Fornitori)  20% - Progetto per la tracciabilità dei materiali e della supply chain	70%	100%	
<b>Salute e benessere delle persone</b>   	5, 10, 8	<b>Valorizzazione delle persone, pari opportunità e diversità</b>	Sistema di gestione salute sicurezza ISO 45001	Non rilevate non conformità; nel 2021 non ci sono stati incidenti/infortuni sul lavoro			
			Dialogo sociale e contrattazione collettiva - welfare aziendale	Impegno per mantenere un dialogo costante con le rappresentanze sindacali			
			Valorizzazione delle persone e delle diversità - pari opportunità	E' in fase di definizione un contratto integrativo aziendale, con incentivazione legata a target di redditività e produttività da corrispondersi parzialmente con strumenti di welfare			
		Aumento ore formazione e sviluppo competenze	Impegno per a) soluzioni concordate a problematiche aziendali; b) Equità e parità di genere nei pacchetti retributivi				
		Sono previsti piani di carriera per il personale Junior	Impegno per la formazione e addestramento. Nel corso dell'anno 2021 la formazione del personale è stata fortemente incrementata, l'obiettivo è di potenziarla ulteriormente nel 2022 (piano formativo)				
<b>Sviluppo sociale ed economico della comunità</b> 	8	<b>Creare valore per la comunità locale</b>	Creare valore per la comunità locale	91% . lavorazioni esterne sono realizzate in Lombardia			
			Supporto al territorio	Sostenitore Donor del FAI Sostegno Croce Verde			

# Gli Impatti Caleffi - Analisi di materialità

GRI 102-40  
GRI 102-42  
GRI 102-43  
GRI 102-44  
GRI 102-47  
GRI 102-48  
GRI 102-49  
GRI 103-1

## I temi materiali

I temi materiali, come definiti dai GRI Standards, sono quegli aspetti che riflettono gli impatti significativi economici, ambientali e sociali di un'impresa e/o influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

La Commissione Europea, da ultimo nella proposta della nuova Direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive - aprile 2021) ed in precedenza nella Linee guida pubblicate nel giugno 2019 sull'informativa in materia di cambiamenti climatici (NFRD / Non Financial Reporting Directive - Direttiva 95/2014) ha integrato la definizione di temi materiali, introducendo il concetto di *doppia materialità*. I temi materiali sono da intendere come a) quegli aspetti che possono avere impatti significativi sullo sviluppo, le prestazioni e, di conseguenza, sul valore finanziario di un'impresa; b) nello stesso tempo, un tema materiale è definito come tale in relazione agli ambiti e tematiche di carattere sociale e ambientale sui quali l'impresa, attraverso la propria attività, ha un impatto rilevante. Le due *direzioni* della materialità sono interconnesse.

## Il ruolo degli stakeholder

Gli stakeholder sono i soggetti (individui o gruppi) espressione di interessi, aspettative e valutazioni diversi nei confronti di un'impresa. Caleffi intrattiene relazioni costanti con i propri stakeholder nello svolgimento della propria attività ed interagisce con loro. Il coinvolgimento ed il confronto con gli stakeholder (*stakeholder engagement*) è infatti essenziale per meglio comprendere e rispondere alle loro esigenze ed aspettative, definire obiettivi, strategie e favorire il processo decisionale. Il sistema di relazioni di Caleffi con i propri stakeholder è articolato rispetto alle diverse categorie di stakeholder, al loro livello di interdipendenza ed influenza sull'organizzazione e prevede canali e strumenti di dialogo differenziati

Stakeholder	Attività di engagement (Progetti - Iniziative - Relazioni)
Azionisti	Assemblea dei Soci - Consiglio di Amministrazione.
Banche ed Investitori	Assemblea dei Soci - Consiglio di Amministrazione - Attività di investor relations - Sito internet /sezione dedicata - Incontri ed eventi periodici - Comunicati stampa.
Dipendenti	Dialogo costante con Direzione Risorse umane - Incontri informali / istituzionali - Incontri di formazione - Iniziative di welfare aziendale - Intranet aziendale - Processo di valutazione delle performance - Diffusione del Codice di Condotta.
Organizzazioni Sindacali - Rappresentanze lavoratori	Incontri periodici e tavoli di confronto con le rappresentanze sindacali / Incontri periodici di consultazione dei Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.
Fornitori, partner ed agenti commerciali	Definizione e condivisione di standard - Incontri commerciali e visite in azienda / incontri presso fornitori o laboratori - Organizzazione di convention dedicate agli agenti commerciali - Audit diretti o di terze parti presso fornitori e laboratori.  <b>» 2021 - Mappatura e valutazione dei principali fornitori tramite la piattaforma di valutazione EcoVadis (si veda informativa - successivo paragrafo Supply chain).</b>
Clienti diretti	Clienti diretti: partner retail / distributori: Incontri commerciali e visite in azienda - Interazione tramite Customer service - Social media - Altri canali di comunicazione dedicati - Newsletter informative.
Clienti finali	Interazione con personale di vendita negozi e store digitali - Customer care - Social media - Sito web istituzionale - Altri canali di comunicazione dedicati - Newsletter informative.
Pubblica Amministrazione	Enti pubblici nazionali e locali / Autorità nazionali / locali - Enti di controllo e regolatori: incontri / invio e scambio comunicazioni per adempimenti o richieste specifiche
Comunità e territorio	Incontri con rappresentanti comunità locali - Visite in azienda
Media	Organizzazione di Press Day per la stampa di settore - Diffusione di comunicati stampa - Social media

## L'analisi di materialità

L'analisi di materialità è fondata su un contesto e quadro di mercato in costante e strutturale evoluzione, riflettendo le dinamiche delle tematiche con le quali un'impresa si confronta e che influenzano il modello di business, la strategia e le decisioni. Il reporting di sostenibilità si basa sulla identificazione, prioritizzazione, analisi e rendicontazione dei temi materiali. Il processo di analisi della materialità seguito da Caleffi per il Bilancio di Sostenibilità si è articolato come segue:



**L'analisi dei SASB - Materiality Finder - SASB** - Il tool di ricerca, tra gli strumenti definiti dal SASB - Sustainability Accounting Standards Board, lo Standard Setter di sostenibilità US, consente di identificare, per i diversi settori di attività delle imprese, le tematiche che potrebbero influire sulle condizioni finanziarie o sulle prestazioni operative delle aziende all'interno di un settore. L'analisi è stata effettuata allo scopo di verificare la coerenza dei temi materiali identificati con quanto risultante dal Materiality Finder SASB ed ha preso in considerazione due specifici settori: a) Apparel, Accessories & Footwear e b) Multiline and Specialty Retailers & Distributors.

### Supply chain

Si è ritenuto di grande importanza attivare una collaborazione con EcoVadis, che gestisce una piattaforma per valutare le performance di sostenibilità della supply chain e per individuare aree di impatto e miglioramento. La valutazione porta alla generazione di un rating e permette di seguire l'evoluzione della propria supply chain in un'ottica di miglioramento continuo.

I risultati delle attività svolte hanno consentito di identificare i temi materiali riepilogati nella tabella successiva, che evidenzia anche le principali ragioni della rilevanza e le aree di impatto, insieme agli indicatori utilizzati per la

loro rendicontazione. I temi materiali, originati principalmente da Caleffi, anche quale conseguenza delle relazioni commerciali con gli stakeholder, sono stati raggruppati secondo ambiti e perimetro di impatto.

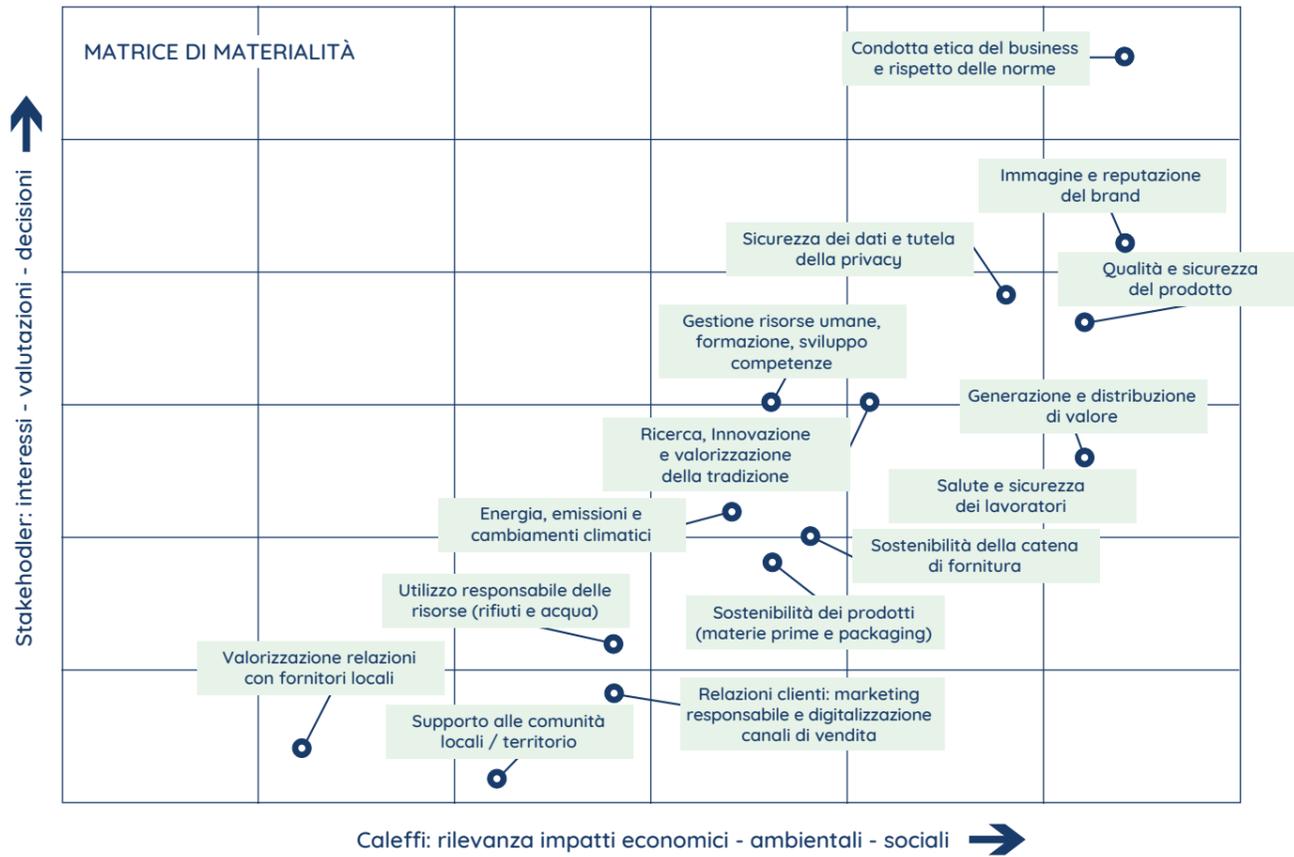
Tema materiale	Impatti e motivazioni rilevanza del tema	GRI Standards Specific Topics
<b>Governance ed economici</b>		
Condotta etica del business e rispetto delle norme	La gestione responsabile di un'impresa si basa sui principi fissati dal Codice di Condotta e sulla conformità alle norme. Si tratta di condizioni necessarie per garantire l'attività di impresa, le relazioni con tutti gli stakeholder ed una gestione del business in grado di generare valore per tutti gli stakeholder, nel breve, medio e lungo periodo.	GRI 205 Anti-corrruzione GRI 206-1 Comportamento anticoncorrenziale GRI 207 Imposte GRI 307 Compliance ambientale GRI 419 Compliance socio-economica
Sicurezza dei dati e tutela della privacy	Le procedure e politiche in materia di sicurezza delle informazioni sono finalizzate a garantire il servizio al cliente ed il rispetto / tutela della privacy dagli effetti che potrebbero derivare da potenziali data breach.	GRI 418 Customer privacy
Generazione e distribuzione di valore	La performance economica e l'equilibrio finanziario sono condizioni essenziali per la continuità aziendale e per assicurare una adeguata generazione e distribuzione del valore economico ai diversi stakeholder.	GRI 201 Creazione e distribuzione di valore
<b>Modello di business - prodotti</b>		
Ricerca, Innovazione e valorizzazione della tradizione	La ricerca per lo sviluppo di nuovi prodotti e l'utilizzo di materiali innovativi sostenibili, nel rispetto della tradizione manifatturiera italiana di settore, sono in grado di rafforzare la posizione competitiva e le relazioni / partnership con gli stakeholder lungo la catena del valore. Nello stesso tempo l'innovazione può generare anche impatti positivi sul benessere e qualità di vita della comunità, con impatti ambientali positivi (riduzione impatto ambientale - consumi e tipologie di risorse).	Tema coperto da GRI Informativa generale (102)
Qualità e sicurezza del prodotto	La qualità dei materiali e la garanzia che il loro utilizzo non determini conseguenze negative per la salute delle persone è rilevante del settore tessile (chemical management in primo luogo). La qualità e affidabilità dei prodotti influenzano in modo significativo la gestione dei rapporti ed il grado di soddisfazione della clientela e la reputazione di un'impresa.	GRI 416 Salute e sicurezza dei clienti
Immagine e reputazione del brand	La reputazione del brand rappresenta un elemento essenziale per l'affermazione e la durata nel tempo di un'impresa, così come per la sua performance economica-finanziaria.	Tema coperto da GRI Informativa generale (102)
Relazioni clienti: marketing responsabile e digitalizzazione canali di vendita	Politiche di marketing responsabili e trasparenti consentono di tutelare la reputazione del brand, le relazioni con i clienti diretti e finali.  Pratiche commerciali trasparenti favoriscono le relazioni e il coinvolgimento degli stakeholder (clienti, consumatori finali, fornitori).	GRI 417 Marketing / etichettatura prodotti e servizi

Tema materiale	Impatti e motivazioni rilevanza del tema	GRI Standards Specific Topics
Sostenibilità della catena di fornitura	La gestione della catena di fornitura secondo criteri che valutino parametri di governance, ambientale e sociali è un aspetto preliminare e trasversale rispetto agli impatti economici - ambientali e sociali.  La performance di un'impresa è legata in modo significativo alla gestione della catena di fornitura attraverso meccanismi e strumenti che possano assicurare, nel tempo, il controllo della supply chain e il livello di engagement dei fornitori sui temi di sostenibilità.	GRI 308 Valutazione ambientale fornitori GRI 414 Valutazione sociale fornitori
Valorizzazione relazioni con fornitori locali	Il modello di business di Caleffi prevede un ruolo rilevante per le imprese del territorio, alle quali vengono affidate lavorazioni. Attraverso le relazioni commerciali, Caleffi può beneficiare e favorire lo sviluppo di abilità e competenze di un'area geografica, garantendo anche un impatto occupazionale sul territorio.	GRI 203 Impatti economici indiretti
Sostenibilità dei prodotti (materie prime e packaging)	La riduzione degli impatti ambientali è una tematica di settore, che coinvolge in particolare: a) materie prime e materiali impiegati, secondo un modello di business che valorizzi i principi dell'economia circolare; b) packaging / impieghi di plastica e carta, secondo modelli di riutilizzo.	GRI 301 Materiali
<b>Ambiente</b>		
Energia, emissioni e cambiamenti climatici	Politiche energetiche che puntino alla riduzione dei consumi di energia. L'efficiamento energetico definisce il contributo delle imprese alla riduzione delle emissioni di CO2 e alla mitigazione dei cambiamenti climatici.	GRI 302 Energia GRI 305 Emissioni
Utilizzo responsabile delle risorse (rifiuti e acqua)	La rilevanza della tematica riguarda in particolare la produzione e gestione dei rifiuti (riduzione degli scarti di produzione e dei rifiuti industriali) generati dalle attività di produzione e, in misura più limitata, le risorse idriche prelevate direttamente da Caleffi.	GRI 303 Acqua e scarichi GRI 306 Rifiuti
<b>Risorse umane</b>		
Gestione risorse umane, formazione, sviluppo competenze	La gestione delle risorse umane, la qualità dell'ambiente di lavoro e la valorizzazione delle competenze sono aspetti trasversali, con impatti economici, ambientali e sociali. Adeguate politiche di organizzazione del lavoro (tra queste anche modalità di lavoro da remoto o smart-working) e strumenti di welfare consentono di rafforzare il grado di adattamento / resilienza delle organizzazioni.	GRI 401 Occupazione GRI 404 Formazione ed istruzione GRI 405 Diversità e pari opportunità
Salute e sicurezza dei lavoratori	La salvaguardia della salute e della sicurezza del lavoro è una tematica prioritaria per le imprese con impatti non soltanto sul benessere dei dipendenti, ma anche economici e di reputazione. Adeguate presidi relativi alla prevenzione degli infortuni e della salute sul posto di lavoro consentono di mitigare i rischi, garantendo migliori condizioni di lavoro per le persone.	GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro
<b>Comunità e territorio</b>		
Supporto alle comunità locali / territorio	Il supporto alla comunità è parte integrante delle relazioni con il territorio di riferimento di Caleffi.	Tema coperto da GRI Informativa generale (102)

L'analisi di materialità effettuata per il Bilancio di sostenibilità 2021 non ha portato ad evidenziare nuove tematiche rilevanti, non evidenziate nel precedente documento. Per alcune tematiche è stato approfondito il contenuto ed i potenziali impatti.

## La matrice di materialità

La matrice di materialità, presentata nel presente Bilancio di Sostenibilità, consente di rappresentare graficamente l'importanza relativa, in termini di impatti, delle tematiche identificate come rilevanti.



# 02

## Il modello di Business e i prodotti



L'obiettivo strategico di Caleffi: coniugare i valori di immagine, stile, innovazione e qualità con un sistema aziendale competitivo. Tale strategia ha portato Caleffi ad attuare, nel tempo, una diversificazione produttiva, dai soli prodotti imbottiti trapuntati a tutta la gamma dell'arredo tessile per la casa. I prodotti offerti dal Gruppo sono ideati, realizzati e distribuiti attraverso un modello produttivo e commerciale caratterizzato da un costante presidio della **catena del valore**.



# I brand Caleffi

GRI 102-2

## Il brand: immagine e reputazione

Il Gruppo Caleffi è consapevole che i segni distintivi d'impresa sono preziosi beni immateriali aziendali. Una corretta strategia di investimento su questi beni comporta la ricerca preventiva della disponibilità del marchio, la sua registrazione ed il necessario monitoraggio, per evitare un uso improprio da parte di terzi dei diritti acquisiti. Caleffi persegue questi obiettivi affidandosi ad un partner d'eccellenza nello svolgimento di ricerche di anteriorità, deposito amministrativo di domande di registrazione e servizi di sorveglianza. Le attività svolte per la tutela della brand reputation sono volte a garantire la tutela completa dei diritti di proprietà intellettuale delle società, dalla fase di registrazione del marchio a quella di azione di contrasto alla contraffazione.

### Caleffi - Marchi Propri



Il brand Caleffi rappresenta un'eccellenza del Made in Italy nel mondo dell'home fashion e un punto di riferimento del living. Dalla camera da letto al bagno, fino alla camera dei bimbi e allo spazio cucina, Caleffi si fa interprete di un modo nuovo, disinvolto e fuori dagli schemi, di vivere la casa e il tempo libero.

SCALDOTTO

Dal 1992, Scaldotto è il marchio del morbido e colorato trapuntino da salotto, realizzato in puro cotone smerigliato effetto cashmere e lavorato con trapuntatura a salto.

TRAPUNTISSIMA®

Dal 1995, Trapuntissima è il marchio che identifica la trapunta di Caleffi, rivoluzionaria in quegli anni nella logica industriale e capo iconico della azienda. Trapuntissima ha saputo evolversi negli anni, diventando a tutti gli effetti il "nido di tepore" degli italiani grazie alle sue prerogative di calore, comfort e morbidezza. Da sempre rigorosamente prodotta in Italia.

### Caleffi - Licenze "Teen"



Dal 2021 l'offerta Caleffi comprende collezioni Warner Bros: una linea di biancheria per regalare un'avventura ai più piccoli e farli addormentare fra le braccia dei supereroi e cartoons più amati.

### Caleffi - Licenze "Fashion"

**SOGNI DI VIAGGIO**  
BY MARCO CARMASSI

Un brand ispirato al viaggio, per portare in casa atmosfere lontane e di terre ricche di suggestione. Dal 2015 la collezione Sogni di Viaggio è realizzata da Caleffi in collaborazione esclusiva con il fotografo Marco Carmassi: proposte di biancheria capaci di portare paesaggi da sogno nell'intimità delle mura domestiche.

ALVIRO MARTINI  
**1<sup>a</sup> CLASSE**

Alla luce della ritrovata attenzione per gli ambienti domestici, divenuti vero e proprio "santuario" in cui riscoprire il valore del tempo e dello spazio, Caleffi arricchisce il proprio portfolio licenze con un prestigioso brand, espressione dello stile italiano. Inconfondibile per la sua mappa Geo, il marchio rappresenta un iconico fil rouge tra passato e futuro, coniugandosi perfettamente con la consolidata esperienza di Caleffi nel trasferire lo stile contemporaneo in articoli di una collezione per la casa versatile e cosmopolita.

### Mirabello Carrara SpA - Marchi Propri

*Mirabello*

Arte, passione per i fiori, cura del dettaglio e tecnica pittorica italiana sono le cifre stilistiche di una collezione in cui i materiali pregiati restituiscono un lusso in grado di emozionare e di regalare sensazioni di puro benessere.

**CARRARA**  
LUXURY LINENS SINCE 1948

Soffici spugne, geometrie dinamiche, cromie intense e finiture dal fascino sartoriale compongono una collezione di puro edonismo in cui il protagonista assoluto è il piacere del tempo per sé.

**BRERA**

Eleganza minimal e taglio sartoriale identificano questa collezione, caratterizzata da una palette di colori sussurrata e riposante, ispirata alle atmosfere metropolitane.

**BOUTIQUE**  
BESANA

Collezioni in spugna declinate in stile classico: questa la filosofia progettuale di Besana, storico marchio di collezioni in spugna, che dal 1948 arreda le sale da bagno con eleganza e funzionalità.

**MLab**  
Mirabello

MLab: un progetto Mirabello nato per promuovere il talento e la creatività dei giovani designer. Una collezione fortemente moderna e cosmopolita per gli amanti del design più contemporaneo.

### Mirabello Carrara SpA- Licenze "Luxury"

**roberto cavalli**  
HOME

Biancheria sensuale e seducente all'insegna del glamour, secondo lo stile eccentrico ed esclusivo della *maison* Cavalli. Stampe maculate ed animalier, elementi iconici della griffe, declinate su tessuti pregiati ed artigianalità italiana: il mondo Cavalli è l'incarnazione di un sogno.

**DIESEL**  
LIVING

Tessuti materici e decisa ispirazione industriale per collezioni dal sapore urban chic. Il design incontra l'informale in un equilibrio impeccabile.

**TRUSSARDI**  
HOME LINEN

Materiali di pregio e lavorazioni artigianali made in Italy: il lusso discreto e l'eleganza tipici di Trussardi entrano in tutti gli ambienti di casa.

## Le azioni di tutela del brand

La tutela di un marchio tramite registrazione, procedura amministrativa che consente di ottenere un diritto di esclusiva su un certo segno distintivo in un determinato territorio e per una categoria di prodotti o servizi, è condizione preliminare per la crescita e sviluppo della reputazione del marchio stesso.

Caleffi è attualmente titolare di 121 registrazioni di marchio, con una presenza nel mondo in 71 Paesi. Oltre al marchio istituzionale "CALEFFI", tutelato in versione verbale e/o unitamente all'elemento figurativo, sono tutelati, a livello italiano e/o comunitario, anche i marchi delle linee di prodotto di punta. Mirabello Carrara, invece, è titolare di 33 registrazioni di marchio, con una presenza nel mondo in 43 Paesi.

Registrazione marchi e indicatori	Nr	Paesi
Caleffi	121	71
Mirabello	33	43
Lettere di diffida verso terzi - periodo 2019 -2021	52	
Procedimenti amministrativi - periodo 2019-2021	ca. 15	

Allo scopo di rafforzare le azioni di tutela dei marchi, Caleffi e Mirabello accompagnano la registrazione con attività volte a mantenere la propria esclusiva. Caleffi ha attivato un servizio di monitoraggio e sorveglianza per i propri marchi principali, volta a prevenire la registrazione di marchi identici o simili al proprio, da parte di terzi soggetti, monitorando i registri marchi del mondo e verificando le avvenute pubblicazioni di marchi identici o simili a quello monitorato, in corso di registrazione nelle stesse classi di prodotti o servizi. Il servizio di sorveglianza è, pertanto, uno strumento propedeutico alla effettiva difesa del marchio, in quanto consente di venire a conoscenza e di intervenire in caso di violazioni, spesso prima che si crei una effettiva situazione di conflitto sul mercato.

Caleffi adotta un servizio di sorveglianza del proprio marchio sia relativamente alla parte denominativa che figurativa, Mirabello adotta un servizio di sorveglianza dei marchi "MIRABELLO", "CARRARA" e "BESANA". In caso di tentativi di registrare o utilizzare marchi identici o simili a quelli di Caleffi o di Mirabello Carrara, le politiche di tutela prevedono lettere di diffida, strumento efficace per garantire e rinforzare l'esclusiva sui propri marchi nel mercato. È inoltre attivo un servizio di monitoraggio e sorveglianza del web, finalizzato all'individuazione di contraffazioni e, più in generale, utilizzi illeciti, da parte di terzi, dei marchi di titolarità. All'attività di verifica e monitoraggio si affianca l'ado-

zione di iniziative volte a contrastare gli illeciti rilevati, per lo più in via stragiudiziale, attraverso l'invio di lettere di diffida ai venditori e gestori di siti e-commerce, con richiesta di cessazione degli usi non autorizzati dei segni distintivi di Caleffi e Mirabello Carrara e di rimozione, dai contenuti web, di qualsiasi indebito riferimento ai marchi di cui Caleffi e Mirabello Carrara sono titolari. L'attenzione di Caleffi alla difesa della reputazione dei marchi è testimoniata dall'invio nel triennio 2019-2021, di 52 lettere di diffida contro terzi soggetti.

Caleffi e Mirabello agiscono anche in sede giudiziale per la difesa dei marchi, attraverso azioni volte ad ottenere l'inibitoria all'uso o l'accertamento della contraffazione da parte di terzi e con il deposito di opposizioni amministrative contro terzi titolari di domande di marchio confondibili con quelle di Caleffi o Mirabello Carrara. Nel periodo 2019/2020 sono state complessivamente avviate una decina di procedimenti amministrativi.



# I Fornitori – Responsabilità e sostenibilità della filiera

GRI 102-9  
GRI 103-2  
GRI 103-3  
GRI 308-1  
GRI 414-1

## La catena di fornitura Caleffi

*“Creare valore con la gestione delle relazioni con i fornitori, fondamentali nel percorso etico e sostenibile.”*

Un prodotto di qualità è il frutto di standard condivisi, sforzi congiunti, relazioni stabili, basate sulla fiducia con i fornitori, partner del processo di creazione del valore. Un prodotto di qualità deve essere realizzato con attenzione alla salute, alla sicurezza, al rispetto dei diritti umani, dell'ambiente e del benessere degli animali.

Il Gruppo Caleffi crede nell'importanza dello sviluppo di sinergie e nella stretta collaborazione e coinvolgimento dei propri fornitori che, non solo garantiscono l'affidabilità della performance produttiva, ma che condividono i valori e le aspettative del Gruppo anche in termini di standard etici, ambientali e sociali. I quasi 200 fornitori del Gruppo Caleffi si dividono in tre principali categorie:

MATERIE PRIME

FAÇONISTI

PRODOTTI COMMERCIALIZZATI

I **fornitori di materie prime** forniscono principalmente tessuti e accessori di produzione. I tessuti provengono principalmente da Pakistan, Turchia e Cina. I produttori di accessori sono principalmente italiani.

I **façonisti** sono quei fornitori ad alto know-how tecnico ai quali il Gruppo Caleffi affida fasi/cicli di produzione, fornendo loro tutte le materie prime e/o i semilavorati necessari. I processi di confezionamento vengono monitorati dai tecnici del Gruppo, che verificano costantemente il rispetto degli standard richiesti. Con questa modalità vengono realizzati prevalentemente completi lenzuola e completi copripiumino delle collezioni lusso, dove è pressoché imprescindibile la qualità della lavorazione made in Italy e dove il Gruppo si affida alla comunità locale.

I fornitori di prodotti commercializzati sono quelli che, ricevuto dal Gruppo Caleffi il prototipo e le specifiche tecniche, si occupano della realizzazione del prodotto finito, inclusa la fase di approvvigionamento della materia prima, secondo gli standard del Gruppo. Durante la realizzazione del prodotto vi è una continua interazione con il fornitore, con interventi anche in loco, per verificare che il prodotto finito rispetti gli standard di qualità attesi.



Nel 2021, la quota della produzione realizzata completamente in outsourcing e/o commercializzata è stata pari a circa l'81% del totale degli acquisti. Il restante 19% è stato generato da prodotti che subiscono alcune fasi di lavorazione interne.

Anno 2021	Asia	Europa	Medio Oriente	Totale
Accessori	0,3%	7,8%	0,2%	8,3%
Materia Prima	1,3%	2,6%	1,8%	5,7%
Prodotto Finito	14,0%	18,6%	30,2%	62,8%
Semilavorato	9,1%	10,1%	4,0%	23,2%
<b>Totale</b>	<b>24,7%</b>	<b>39,1%</b>	<b>36,3%</b>	<b>100,0%</b>

- Asia - 24,7% degli acquisti (tessuto greggio di cotone e parte dei prodotti finiti).
- Medio Oriente / Turchia - 41,3% degli acquisti (prodotto finito). La Turchia, in particolare, è produttore di cotone di alta qualità e con fornitori qualificati e con un alto grado di affidabilità.
- Europa - 39,1% degli acquisti (materie prime e prodotto finito), prevalentemente in Italia (57% della quota europea).

## Il processo di qualifica e selezione

Il Sistema di selezione dei Fornitori svolge un ruolo fondamentale per la competitività dell'offerta di Caleffi sul mercato. I fornitori sono selezionati in base ad un processo di qualifica (cd. vendor rating) volto a garantire qualità, rispetto dei programmi, sicurezza e tutela dell'ambiente, soddisfazione del cliente, immagine dell'azienda, conseguimento degli obiettivi economici. I parametri di valutazione riguardano pertanto le capacità tecnico produttive e di servizio, la solidità finanziaria, i sistemi aziendali di qualità e la gestione della sicurezza. Per i fornitori strategici e i nuovi fornitori, il processo prevede anche la visita ispettiva in loco.

Il processo di acquisto si fonda sui valori del Codice di Condotta di Caleffi, tra i quali i principi di legalità, correttezza e lealtà, la trasparenza delle procedure e dei comportamenti, il rispetto dei ruoli nei rapporti contrattuali. Vengono inoltre garantite la corretta remunerazione delle attività rispetto ai livelli di mercato e il rispetto delle condizioni di pagamento. Tra i criteri previsti di carattere generale e tecnici sono compresi quelli di evidenza dei requisiti di onorabilità/affidabilità, rispetto della normativa comunitaria e delle altre normative sull'origine e qualità dei prodotti.

Le attività di Procurement prevedono i seguenti criteri:

- comportamento professionale, leale e trasparente nel processo di acquisto
- rigetto e segnalazione agli enti preposti delle pratiche commerciali scorrette

- rispetto delle diversità individuali e culturali
- riservatezza nelle informazioni
- salvaguardia del know how e delle proprietà intellettuali
- coinvolgimento dei fornitori nello sviluppo di prodotti innovativi.

## La dichiarazione richiesta ai fornitori - Criteri ambientali e sociali

Non utilizza o dà sostegno a **lavoro infantile**

Non ricorre né dà sostegno a **lavoro obbligatorio**

Garantisce **luogo di lavoro salubre** - adotta misure adeguate per **prevenire incidenti / danni alla salute sul lavoro** o in conseguenza di esso - minimizza cause di pericolo ambiente lavoro

Rispetta il diritto del personale a formare **libere associazioni** od aderire alle associazioni dei lavoratori di loro scelta ed il diritto alla contrattazione collettiva

Non attua, né dà sostegno a **discriminazione** per assunzione, remunerazione, accesso formazione, promozione, pensionamento, in base a razza, ceto, origine, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, affiliazione politica

Non attua o dà sostegno all'uso di **punizioni corporali, coercizione** mentale o fisica, abuso verbale

Rispetta le leggi e gli standard applicabili su **orario di lavoro**

Garantisce che **salario pagato sia corrispondente a standard minimi** o legali e sufficiente a soddisfare i bisogni primari del personale

## Il monitoraggio della filiera di produzione

I fornitori sono costantemente monitorati, attraverso un sistema di vendor rating e, successivamente, secondo un piano definito, attraverso visite presso le sedi, volte ad accertare il rispetto dei requisiti specificati da Caleffi e dichiarati al momento della qualifica. Il 75% degli acquisti complessivi a valore realizzati (al netto degli acquisti infragruppo) è effettuato da fornitori selezionati che aderiscono ai principi generali della norma internazionale SA8000 in materia di responsabilità sociale e che rientrano in un processo di valutazione su più livelli, ambientale, sociale, etico e sostenibile.

(Importi in Euro milioni)	Caleffi	Mirabello Carrara	Totale
Acquisti Totali (al netto acquisti infragruppo)	23,2	9,3	32,5
Acquisti da Fornitori sottoposti a valutazione	17,5	7,0	24,5
<b>Incidenza</b>	<b>75%</b>	<b>76%</b>	<b>75%</b>

Rispetto al numero totale dei fornitori, la percentuale degli stessi attualmente sottoposta a tali verifiche è del 12%. La percentuale è tuttavia da mettere in relazione alla tipologia e livelli di concentrazione degli acquisti da fornitori strategici.

## La mappatura e valutazione della sostenibilità della filiera

In coerenza con la strategia e gli obiettivi del Gruppo Caleffi, nel 2021 è stato avviato un percorso specifico di assessment del profilo di sostenibilità dei fornitori, finalizzato ad azioni che consentano di rafforzare la sostenibilità dell'intera catena del valore, anche attraverso piani ed azioni di miglioramento. Il risultato finale è stato l'ottenimento di un rating per singolo fornitore e di un rating complessivo della supply chain sottoposta a valutazione. La Supply Chain del Gruppo Caleffi ha ottenuto uno score complessivo superiore alla media delle valutazioni globali effettuate dalla piattaforma EcoVadis.

Il progetto ha comportato la mappatura della sostenibilità della intera catena di fornitura al fine di valutare la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa e gli acquisti sostenibili, attraverso una metodologia che comprende 21 criteri di sostenibilità raggruppati in quattro temi. I criteri si basano su standard internazionali come il Global Compact dell'Onu e le norme ISO. Il progetto si è concentrato, nel 2021, sul coinvolgimento di 21 fornitori strategici, che rappresentano il 75% degli acquisti in termini di volumi.

AMBIENTE	LAVORO E DIRITTI UMANI	ETICA	ACQUISTI SOSTENIBILI
POLITICHE - AZIONI - RISULTATI			
Consumo di energia ed emissione di gas serra Acqua Biodiversità Inquinamento locale Materiali, prodotti chimici e rifiuti Product Use Product End-of-Life Salute e sicurezza dei clienti Servizi ambientali e consulenza	Salute e sicurezza dipendenti Condizioni di lavoro Dialogo sociale Gestione carriere e formazione Lavoro minorile, lavoro forzato e traffico di esseri umani Diversità e discriminazione Interlocutori esterni per i diritti umani	Corruzione Pratiche anticoncorrenziali Gestione dati responsabile	Sostenibilità ambientale dei fornitori Sostenibilità sociale dei fornitori

A decorrere dal 2022, nel processo di selezione fornitori sarà introdotto anche il rating, legato ai criteri di sostenibilità dell'impresa, attribuito attraverso la valutazione delle performance ESG. Sulla base delle risultanze emerse e del punteggio assegnato ai fornitori, potranno poi essere definite e realizzate specifiche attività di monitoraggio dei fornitori e/o di piani di miglioramento.

GRI 301-1

# I materiali delle collezioni

		2019			2021			2022		
		Non rinnovabili	Rinnovabili	Totale	Non rinnovabili	Rinnovabili	Totale	Non rinnovabili	Rinnovabili	Totale
<b>Materie prime</b>										
Fiocco poliestere + Ovatta + Resina + Bobini trapuntatura	Kg	339.484		<b>339.484</b>	534.450		<b>534.450</b>	616.384		<b>616.384</b>
Filati+Accessori cucitura	Nr	310.186		<b>310.186</b>	181.004		<b>181.004</b>	327.668		<b>327.668</b>
Tessuti Grezzi	Mt		847.694	<b>847.694</b>		2.718.491	<b>2.718.491</b>		1.578.480	<b>1.578.480</b>
Tessuti Stampati	Mt	718.976	767.972	<b>1.486.948</b>	603.077	1.962.416	<b>2.565.493</b>	961.277	929.014	<b>1.890.291</b>
<b>Prodotti o componenti semilavorati</b>										
Prodotti finiti non confezionati	Nr		78.065	<b>78.065</b>		50.675	<b>50.675</b>		380.807	<b>380.807</b>
Tessuti Lavorati	Mt	32.278	11.993	<b>44.272</b>	16.670	1.088	<b>17.758</b>	27.848	11.524	<b>39.371</b>
	Nr	1.463	10.841	<b>12.304</b>	770	3.944	<b>4.714</b>	16.918	21.500	<b>38.418</b>
<b>Prodotti finiti</b>										
Biancheria da letto, da bagno, da sala, da cucina, accessori tavola, profumi per ambiente	Kg	3.303		<b>3.303</b>	28.196		<b>28.196</b>	4.301		<b>4.301</b>
	Mt		1.895	<b>1.895</b>		2.588	<b>2.588</b>		4.078	<b>4.078</b>
	Nr	107.638	3.356.612	<b>3.464.250</b>	67.863	2.951.908	<b>3.019.771</b>	74.635	3.920.840	<b>3.995.475</b>
<b>Materiali per imballaggio</b>										
Accessori (buste, scatole, cartoni, foto)	Nr	1.738.453	5.029.184	<b>6.767.636</b>	2.665.580	7.408.252	<b>10.076.832</b>	2.722.116	6.128.486	<b>8.850.602</b>
	Mt	24.482	598.150	<b>622.632</b>	26.888	765.000	<b>791.888</b>	33.271	1.215.325	<b>1.248.596</b>

Nota: Rinnovabili / Non rinnovabile: classificazione sulla base della prevalenza della materia prima di origine naturale.

Le dinamiche degli acquisti nel triennio sono state fortemente influenzate dall'andamento dei diversi canali negli anni considerati. A tale riguardo, l'incremento che si è registrato tra il 2019 e il 2020 negli acquisti dei tessuti è riconducibile alle eccellenti performance delle canale loyalty. Nel 2021 il mix produttivo è cambiato e la contrazione registrata nel canale loyalty è stata compensata dalle vendite Retail sia dirette che indirette, con conseguenti implicazioni organizzative e produttive.

## Materiali provenienti da riciclo

Nel corso del triennio considerato il Gruppo ha realizzato prodotto certificati GRS (Global Recycle Standard) destinati ad operazioni loyalty o della grande distribuzione organizzata. Nel novembre 2021 si è ripetuta un'operazione commerciale di Caleffi, avente ad oggetto copriguancia e coprimaterasso, presso la grande distribuzione.

Nel 2020, Mirabello Cararra ha progettato e realizzato, in *partnership* con *The Continuity Company*, un Guanto da forno a brand *Re-generation*, destinato ad una importate operazione *Loyalty*. Questo prodotto, certificato, rientra nei dispositivi di protezione DPI di II categoria, (avendo superato test del calore a contatto a 250° per 15"). La particolare composizione del prodotto garantisce l'utilizzo di un 60% minimo di fibre riciclate. Il tessuto esterno è realizzato con un greggio half panama certificato GRS con 70% di cotone convenzionale e il 30% di cotone rigenerato. Il tessuto interno è in percale 100%. I tessuti sono certificati Oeko tex®. L'imbottitura è composta da 100% fibre varie riciclate, certificate tramite audit da ente esterno. Anche il pack, realizzato con una sola fascia in cartone riciclato, ha una marcatura FSC.

# La produzione

## Caleffi

La **produzione interna** (stabilimento di Viadana (MN), sede Caleffi) riguarda quasi esclusivamente gli articoli trapuntati (trapunte, coprietto trapuntato, scaldotto), e si compone delle seguenti fasi di lavorazione:

**Cardatura** – Il reparto cardatura è dedicato alla lavorazione del fiocco di poliestere per la produzione dell'ovatta quale imbottitura dei prodotti trapuntati. Al fine di ottenere migliori caratteristiche di resistenza e soffici ta, vengono selezionate le migliori tipologie di fiocco di poliestere. I filamenti del fiocco, mediante l'operazione di cardatura, vengono orientati nella direzione della lavorazione, viene generato un velo di fibra e, mediante sovrapposizioni di pi  veli, viene formato uno strato di imbottitura conforme alla grammatura richiesta. L'imbottitura viene successivamente trattata mediante spruzzatura di resina acrilica, poi asciugata e polimerizzata con essiccazione in forno alla temperatura di 120° per dare stabilit  al semilavorato.

**Trapuntatura** – le attivit  di trapuntatura consistono nell'accoppiamento di due teli di tessuto con interposta un'imbottitura di ovatta per mezzo di trapuntatrici multiaghi. Questa lavorazione consente di fissare fra di loro i tre componenti, nonch  di eseguire contemporaneamente disegni ornamentali sul manufatto accrescendone la preziosit .

**Cucitura** – consiste nel rifinire i prodotti mediante cucitura dei bordi, applicazioni di passamanerie e rifiniture ornamentali.

**Confezione** – al termine del ciclo di lavorazione il prodotto viene rifinito, controllato, e poi piegato e riposto in borsa, seguendo uno studio di *packaging* che conferisce maggior valore all'immagine del prodotto.

Dopo essere stato confezionato, il prodotto viene inscatolato, etichettato ed inviato ad un impianto di pallettizzazione e smistamento automatico. I *pallets* che escono da tale impianto vengono ubicati nelle apposite celle di magazzino pronti per il prelievo tramite *picking* guidato e successiva spedizione.

La produzione affidata ai **fornitori esterni e/o façonisti** prevede che la fase creativa e di progettazione rimanga in capo a Caleffi, Caleffi invia ai fornitori le specifiche tecniche di produzione alle quali si devono attenere in fase di realizzazione del prodotto. Prima di confermare l'ordine al fornitore per la produzione Caleffi riceve alcuni campioni di prova e solo dopo il superamento dei controlli il fornitore pu  procedere con la produzione.

## Mirabello

Il processo produttivo di Mirabello Carrara   interamente affidato all'esterno in outsourcing e, per mantenere qualit  e carattere artigianale della lavorazione tipica del "Made in Italy", le fasi a pi  alto valore aggiunto sono svolte da laboratori situati sul territorio italiano, in modo particolare nell'area di Monza-Brianza.

## La distribuzione

Caleffi   presente in modo capillare in Italia e all'estero, attraverso una estesa rete distributiva, sia nel **business retail** sia nel **wholesale**. Per quanto riguarda il *retail*, Caleffi vanta la pi  efficiente distribuzione del settore, con circa 2.000 punti vendita sul mercato nazionale e circa 600 sul mercato internazionale. Ulteriori canali distributivi sono costituiti da *department stores*, *wholesale*, grande distribuzione e *business to business*, cui nel recente passato si sono aggiunti i punti vendita diretti (negozi e *factory stores*) e lo *shopping on line*.

Arrivata al successo grazie all'efficacia del suo modello commerciale indiretto, Caleffi comprende la valenza strategica di **stores diretti e shop online** nell'instaurare una relazione ancora pi  stretta e trasparente con la clientela. Gli Store Caleffi interpretano la mission aziendale, accogliendo il *cliente come a casa*: dall'organizzazione degli spazi alla scelta delle luci, con l'obiettivo di accompagnare il visitatore in un percorso di shopping esperienziale innovativo.

Il mondo digital ha assunto una grande rilevanza nella relazione con il proprio target di riferimento, diventando luogo virtuale d'interazione con il sistema della marca e consentendo, fra l'altro, di proporre in un unico luogo la vastissima gamma di prodotti e collezioni del Gruppo.

# Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza

La progettazione e sviluppo dei prodotti del Gruppo si focalizza principalmente su aspetti estetico e qualitativi dei prodotti, nonché, per quanto riguarda i nuovi prodotti, su forma, dimensione e tecnologie di lavorazione.

La pianificazione delle attività della Progettazione e Sviluppo avviene in relazione alle caratteristiche stagionali del prodotto, salvo particolari necessità del mercato o di specifici clienti. Successivamente alla pianificazione viene condotto un riesame delle attività di progettazione e sviluppo allo scopo di valutare se le attività svolte portino ad un risultato conforme ai requisiti previsti, essenzialmente in termini di capacità del sistema produttivo aziendale di realizzare un prodotto conforme al modello nei modi e nelle quantità stabilite ed ai costi previsti.

## Qualità e sicurezza dei prodotti

Il Gruppo Caleffi produce e distribuisce biancheria e accessori per la casa della migliore qualità. Requisiti essenziali per mantenere e rafforzare la posizione competitiva e la reputazione del marchio sono la capacità di innovazione tecnologica e stilistica, i processi di monitoraggio della qualità e sicurezza del prodotto.

## I controlli – Chemical management

Caleffi adotta un sistema di gestione della qualità, che ha ottenuto la certificazione ISO 9001:2000 dal 2003. Nello sviluppo delle proprie attività Caleffi si impegna a garantire prodotti di elevata qualità e la loro conformità rispetto a norme e regolamenti. In tale ambito hanno particolare rilievo gli aspetti legati all'utilizzo delle sostanze chimiche nei processi produttivi.

Il sistema di controllo di Caleffi prevede **che tutti i prodotti siano analizzati a campione da laboratori specializzati**, per la verifica degli standard di qualità

e di garanzia della salute e sicurezza del cliente finale. Le prove che vengono eseguite presso laboratori di analisi accreditati riguardano in particolare:

- Assenza formaldeide (UNI EN ISO 14184/1);
- Determinazione degli alchifenoli (AP) e alchifenoli-etossilati (APEO) (ISO 18254-1:2016 + UNI EN SIO21084:2019)
- Determinazione degli ftalati (UNI EN ISO 14389:2014)
- Controllo presenza di pesticidi e erbicidi;
- Valore dell'estratto acquoso (UNI EN ISO 3071:2020);
- Determinazione di ammine aromatiche derivanti da coloranti azoici (UNI EN ISO 14362 parte 1 e 2);
- Coloranti cancerogeni; (DIN 54231:2005)
- Coloranti dispersi allergenici (DIN 54231:2005)
- Cromo esavalente (UNI EN ISO 17075-1-2017)
- Determinazione quantitativa metalli in sudore acido (UNI EN ISO 16711-2-2015)
- Durabilità della stampa (M&S C15)
- Titolo delle fibre (massa lineare) (UNI EN ISO 1973:1998)
- Diametro fibre (UNI 5423/64)
- Identificazione fibre (esame microscopico e spettrofotometrico ir)

Per il 2022 Mirabello Carrara ha in programma di sottoporre a certificazione ISO 9001:2000 il suo sistema di gestione della qualità, il processo ha l'obiettivo di raggiungere la certificazione entro la fine del mese di settembre.

## Le certificazione di prodotto Oeko-Tex® Standard 100 e GOTS

Pressochè tutti fornitori di Caleffi e Mirabello hanno ottenuto la certificazione **Oeko-Tex® Confidence in Textiles-Standard 100 e GOTS (Global Organic Textile Standard)** per i prodotti distribuiti. In particolare, il 90% circa degli acquisti del Gruppo sono certificati **Oeko-Tex®**.

Lo **Standard 100 by Oeko-Tex®** è un sistema di controllo e certificazione indipendente e uniforme a livello internazionale con criteri di verifica, valori limite e metodologie di test su base scientifica per i requisiti umano-ecologici delle materie prime, i semilavorati e i prodotti finiti del settore tessile ad ogni livello di lavorazione, oltre che per i materiali accessori utilizzati. Per gli articoli composti da più parti, la premessa per la certificazione è che tutti i componenti rispondano ai criteri richiesti.

L'adozione dello Standard 100 by Oeko-Tex® prevede parametri stringenti, ma riconosciuti a livello internazionale, consentendo di poter sviluppare una campagna di marketing responsabile, che ricordi anche l'importanza di garantire la sicurezza elevata, rispondendo ad un bisogno del consumatore. L'impresa che adotta tale standard deve, conseguentemente, chiedere ed ottenere un maggior controllo della propria "supply chain", per un

utilizzo responsabile delle sostanze chimiche e, più in generale, garantire un miglioramento dei processi interni ed esterni al proprio perimetro di controllo della qualità. Mirabello Carrara è certificata Oeko-Tex® sin dal dicembre 2014.

Il **GOTS** è stato sviluppato da organizzazioni internazionali leader nell'agricoltura biologica, al fine di garantire al consumatore che i prodotti tessili biologici siano ottenuti nel rispetto di stringenti criteri ambientali e sociali applicati a tutti i livelli della produzione, dalla raccolta in campo delle fibre naturali alle successive fasi manifatturiere, fino all'etichettatura del prodotto finito. Il GOTS, rispondendo alla forte richiesta di criteri di produzione comuni da parte dell'industria e della distribuzione dei prodotti tessili e dell'abbigliamento, ha ottenuto un vasto riconoscimento internazionale che consente, a chi produce e vende prodotti tessili biologici, di avere a disposizione una certificazione accettata in tutti i principali mercati.



# Il cliente

GRI 102-6

## Marketing responsabile

Trasparenza, correttezza, professionalità e fiducia sono i valori guida che emergono dal Codice di Condotta di Caleffi, alla base della sua reputazione nel sistema economico e sociale di riferimento. Caleffi persegue l'obiettivo di soddisfare pienamente le aspettative del cliente finale e ritiene essenziale riservare un trattamento improntato sull'onestà e correttezza che persegue attraverso l'applicazione del Codice di Condotta ispirato a detti valori nonché alla trasparenza, riservatezza e tutela della privacy.

Caleffi ha l'obiettivo della piena soddisfazione del consumatore finale e intende offrire ai propri clienti sicurezza, assistenza, qualità e valore, sostenuto dall'innovazione continua. Nello stesso tempo deve riservare particolare attenzione ai reclami del cliente.

Caleffi si impegna inoltre a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri e ad attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie, commerciali o di qualsiasi altro genere e a fornire prodotti che soddisfino le ragionevoli aspettative del cliente e ne tutelino la sicurezza e l'incolumità.

Per garantire adeguati standard di qualità dei servizi / prodotti offerti sulla base di livelli predefiniti, Caleffi ha implementato delle procedure per il monitoraggio periodico della qualità percepita e la piena conformità (in termini di origine, provenienza, qualità, quantità) dei prodotti con quanto statuito nei propri standard contrattuali e nelle proprie comunicazioni commerciali e pubblicitarie in genere.

Caleffi si impone di evitare ingiuste discriminazioni nelle trattative con i clienti e di fare uso improprio del suo potere contrattuale. In tal senso Caleffi non ricorre a pratiche elusive o comunque scorrette e fornisce ai clienti comunicazioni complete, onde evitare di tralasciare qualsivoglia elemento rilevante ai fini della decisione d'acquisto. In particolare, la Società fa espresso divieto di attività di commercializzazione di prodotti idonee a trarre in inganno il consumatore finale circa quantità, qualità, origine e provenienza dei prodotti offerti.

# Comunicazione ed interazione con il cliente

## La comunicazione

In un contesto di mercato in cui il cross category è in forte crescita, si impone un progetto di comunicazione integrata, capace di declinare uno storytelling persuasivo e coinvolgente in una molteplicità di canali. La **televisione**, mezzo generalista per eccellenza, si configura come il canale privilegiato per conquistare target di consumatori diversificati, alla ricerca di esperienze innovative e coinvolgenti. L'importante campagna televisiva Caleffi incentrata su long video da 60" ad alto impatto emotivo viene altresì affiancata e supportata da una rilevante campagna **stampa** su magazines femminili e di settore, con declinazione sui canali **digital** e **social media**, per incrementare il *sell in* durante le stagionalità commercialmente più strategiche. La campagna di comunicazione viene costantemente affiancata da un'intensa attività di ufficio stampa, finalizzata a consolidare il rapporto fra il brand e i principali editori/blogger nazionali, a garanzia di una capillare presenza di Caleffi sulle più autorevoli testate cartacee e portali online.

**Mirabello Carrara** utilizza prevalentemente la carta stampata quale mezzo di comunicazione ideale per consolidare al meglio il proprio brand positioning. Attraverso una partnership esclusiva con AD, magazine leader di settore nell'interior design e nell'arredamento, la controllata sceglie di raccontarsi a un target altamente profilato e qualificato, mettendosi a nudo davanti al teleobiettivo più ambito dall'arte e dall'interior design. In tal modo, immortalati in dimore reali e senza alcun artificio fotografico, i suoi prodotti si palesano quali oggetti meravigliosi, capaci di ispirare chi cerca novità per la propria casa, o anche solo sogno ed evasione Carrara, fedele alla sua vocazione sartoriale squisitamente italiana, si affida allo sguardo cinematografico di prestigiosi fotografi della moda per conquistare posizioni di rigore all'interno dei più rinomati magazine femminili.

La comunicazione digital si allinea a questo approccio, raccontando l'eleganza di capi preziosi e accoglienti, tra *close up* di finiture preziose e scenografiche vedute d'interni, tutte all'insegna di un comfort raffinato e autentico. La campagna social coinvolge anche *micro* e *middle influencer*, profilati secondo caratteristiche precise in linea con l'identità e i valori del brand, per conseguire gli obiettivi di awareness e conversion "drive to store".

## L'interazione con il cliente

**Customer satisfaction** - La rilevazione della soddisfazione del consumatore Caleffi avviene attraverso un questionario a risposte chiuse, disponibile online in apposita sezione del sito <https://www.caleffionline.it/linea-cortese>: al consumatore si chiede di indicare il proprio grado di soddisfazione in merito ad alcuni parametri significativi relativi al prodotto, al servizio, alla distribuzione e alla brand awareness. Il consumatore è espressamente invitato a visitare la sezione e a rilasciare una recensione in virtù di vantaggi esclusivi, come comunicato attraverso la cartolina Linea Cortese, disponibile in tutte le confezioni di prodotti Caleffi. L'attenzione riservata alla customer satisfaction ha spinto il Gruppo Caleffi a consolidare e rafforzare il call center centralizzato: grazie al potenziamento dello staff dedicato e ai canali di comunicazione dedicati viene garantito al cliente un servizio efficiente e attento.

**Canali di interazione e Customer care** - Caleffi ha attivato anche nuovi canali di interazione in real time: profili dedicati sui social network più utilizzati (**Facebook** e **Instagram**), **live chat** sul sito web istituzionale, form di **recensioni** sia sul sito che su Google My Business. La "prossimità" virtuale del brand rispetto al consumatore impone all'azienda di garantire sempre una risposta tempestiva a qualsiasi richiesta, specie se il cliente si espone pubblicamente sulla pagina di un brand. Analogamente, reclami e segnalazioni di disagio necessitano di un intervento tempestivo e attento per poter essere trasformati in opportunità di fidelizzazione.

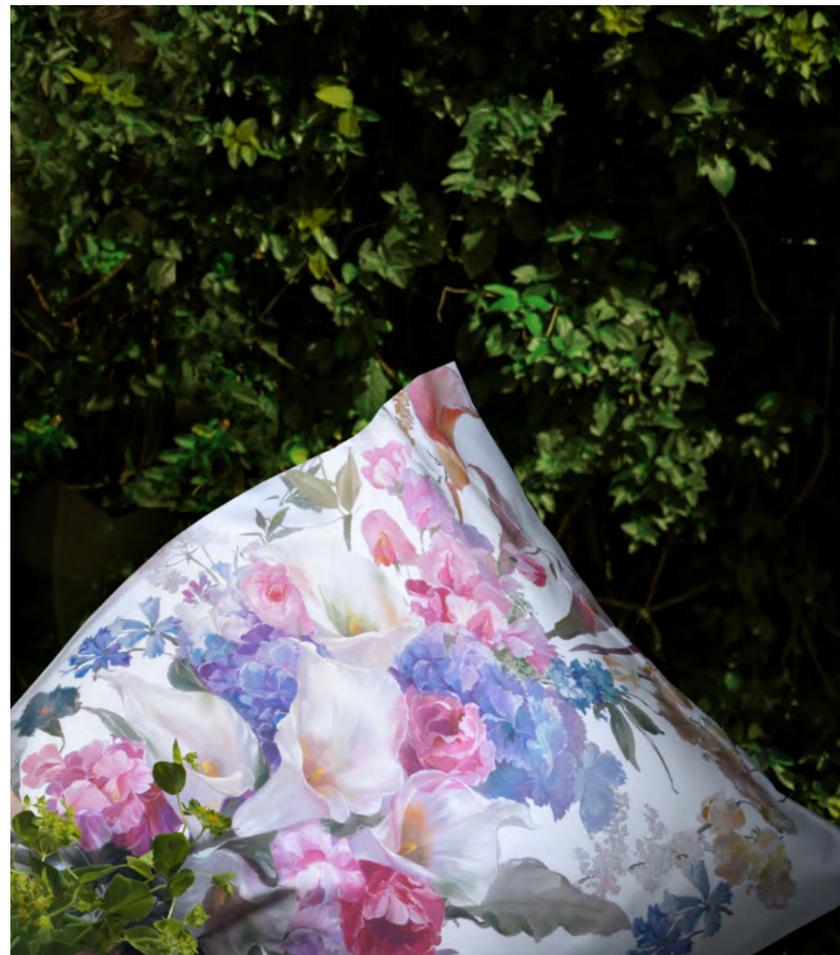
Il Customer Care Caleffi è quindi particolarmente attento alle segnalazioni di disagio, che gestisce secondo una procedura consolidata. In caso di prodotto difettoso, il servizio richiede foto del prodotto o il prodotto stesso, lo sottopone al controllo qualità per opportuna valutazione e comunica tempestivamente al consumatore l'esito dell'analisi: qualora si tratti di conclamata difettosità, l'azienda garantisce la sostituzione con prodotto uguale o equivalente, qualora si tratti invece di scorretta manutenzione del capo, l'azienda restituisce il capo al consumatore argomentando i motivi tecnici che ne impediscono la sostituzione. Se invece il reclamo è generato da un disservizio e, in particolare, dalla consegna di un prodotto diverso da quanto ordinato, la procedura aziendale prevede che Caleffi invii a proprie spese il prodotto sostitutivo ritirando il capo non richiesto. Nell'ipotesi in cui il prodotto sostitutivo non fosse disponibile, Caleffi effettua rimborso integrale.

Pressoché nulle le contestazioni in merito ad eventuali prodotti difettosi, in virtù di un rigoroso quality control interno, le segnalazioni possono più frequentemente riguardare disservizi nei termini di consegna a domicilio, generalmente legate al sovraccarico del sistema spedizioni in stagionalità

con picchi di vendita. Grazie a un riassetto logistico interno, l'azienda ha negli ultimi anni conseguito sensibili miglioramenti nelle performances di consegna.

Degne di nota le segnalazioni relative ad una non corretta manutenzione del capo, talvolta trattato in maniera non conforme, con possibili danneggiamenti, come per esempio nel caso del lavaggio della trapunta in lavatrice. Poiché la capienza del cestello non è un'informazione veicolata dall'etichetta di prodotto, l'apposita sezione del sito Cura dei capi (<https://www.caleffionline.it/faq/cura-dei-capi/>) fornisce al consumatore questo e altri consigli utili per una ottimale manutenzione dei capi.

I clienti sono l'asset più importante dell'azienda e, come tali, Caleffi intende prendersene cura. La carta fedeltà Caleffi è uno dei principali strumenti di fidelizzazione della clientela: permette al cliente di accumulare punti per ottenere sconti, bonus e vantaggi al momento dell'acquisto. Il sistema incentivante consente così di premiare i clienti di maggior valore per l'azienda o di riattivare i clienti dormienti con degli incentivi all'acquisto.



# Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico

GRI 204-1

## L'impatto economico sul territorio

Negli ultimi tre anni, le lavorazioni esterne sono state allocate mediamente per il 90% in Lombardia. Il legame con il territorio è cresciuto e si è consolidato nel tempo. Il Gruppo Caleffi, in ottica di sviluppo sostenibile, ritiene fondamentale il coinvolgimento e la valorizzazione delle competenze del territorio, in grado di creare ulteriori condizioni per la crescita e l'innovazione.

(Importi in Euro milioni)

Totale

	2019	2020	2021
Totale servizi e lavorazioni esterne	2.316	3.229	3.339
Lombardia (Territorio)	2.024	2.903	3.048
Incidenza servizi e lav. in Lombardia	87%	90%	91%

## Il supporto alla Comunità locale

Valorizzando l'attività di *Corporate Giving*, il Gruppo intende innanzitutto sostenere il terzo settore con risorse volte a stimolare il miglioramento del contesto sociale in cui operano, con il principale obiettivo di coprire aree di solidarietà altrimenti scoperte e diffondere la cultura del sociale in strati più larghi della popolazione, affermando modelli di comportamento valoriali.

Il Gruppo Caleffi da sempre offre il proprio contributo a sostegno di iniziative benefiche locali, in particolare omaggiando con prodotti di propria produzione le scuole del territorio ed associazioni no profit del territorio operanti nel terzo settore.

Dal novembre 2021 il Gruppo Caleffi sostiene il FAI – Fondo per l'Ambiente Italiano attraverso l'adesione al programma di membership aziendale Corporate Golden Donor. Al fianco del FAI il Gruppo Caleffi vuole realizzare un grande progetto di tutela che è anche un'ambiziosa sfida culturale: fare dell'Italia un luogo migliore dove vivere, lavorare e crescere i propri figli. Il patrimonio paesaggistico e culturale, che il FAI salvaguarda e promuove, rappresenta infatti un capitale unico al mondo e la risorsa fondamentale su cui investire per far rinascere, sviluppare e valorizzare il nostro Paese.

Per l'anno 2022 si sta studiando un progetto **per promuovere iniziative sostenibili in partnership con il FAI**. Caleffi realizzerà un progetto di salvaguardia di un importante insediamento artistico e paesaggistico, per renderlo accessibile e, al contempo, sensibilizzare la collettività al rispetto e alla cura dell'arte e della natura.

Sempre nel corso dell'anno 2021 si è proceduto ad una donazione in favore della Croce Verde di Viadana al fine di sostenere l'attività fondamentale svolta dall'Onlus durante gli ultimi due anni di pandemia.



# 03

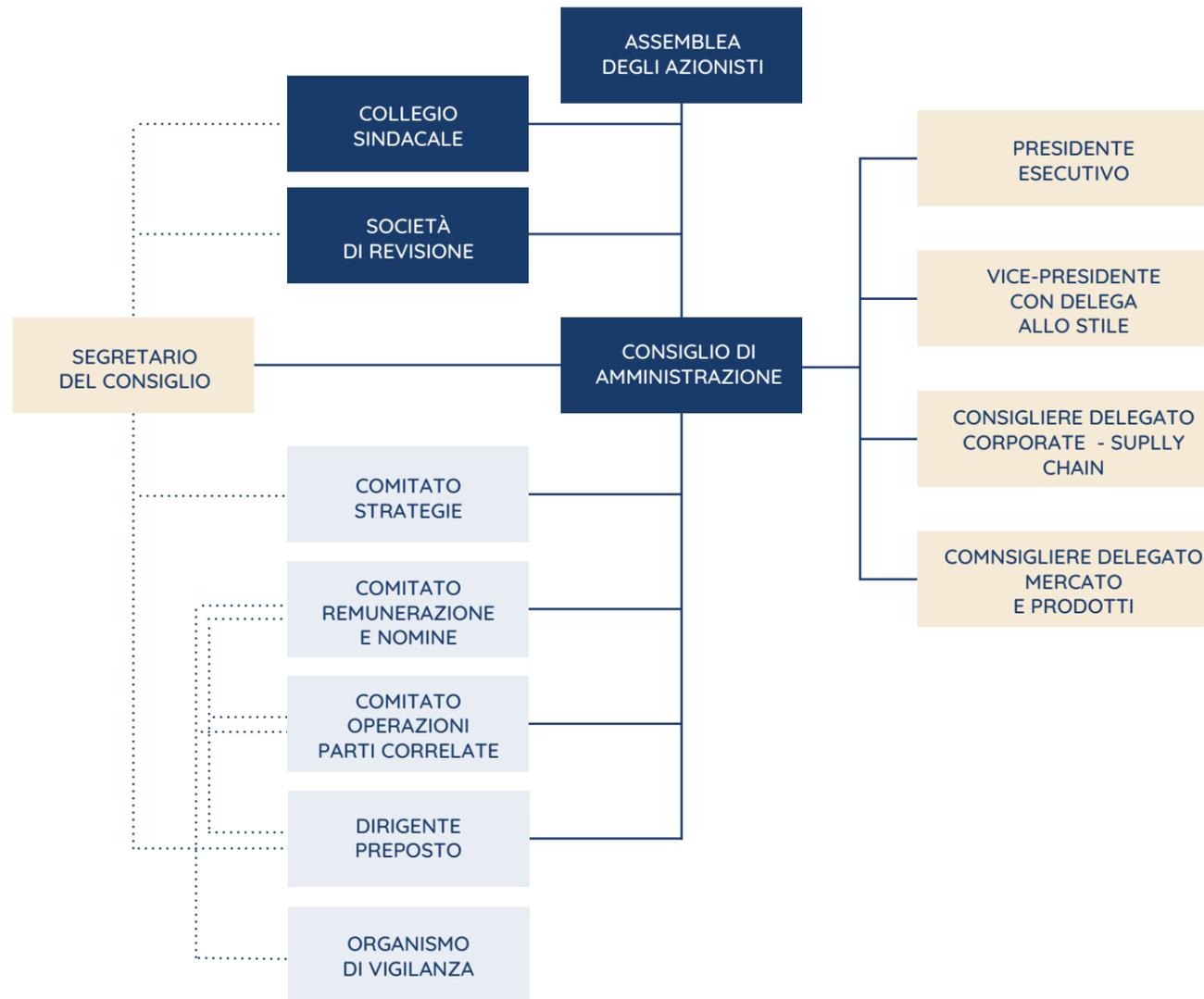
## La Governance

### Il governo dell'impresa

GRI 102-12 / GRI 102-13 / GRI 102-18 / GRI 405-1



Caleffi, in quanto società quotata sul Mercato Euronext Milan (ex MTA) di Borsa Italiana e in coerenza con il tradizionale allineamento del Gruppo alle best practice in materia di corporate governance, ha definito un sistema di regole di governo societario che pone attenzione alla comunicazione con gli azionisti e gli stakeholder, secondo criteri di trasparenza e completezza.



La governance adottata da Caleffi, secondo il modello organizzativo tradizionale di amministrazione e controllo, prevede in particolare i seguenti organi sociali:

- Assemblea degli Azionisti - materie previste dalla legge e dallo Statuto sociale;
- Consiglio di Amministrazione - gestione della Società;
- Collegio Sindacale - vigilanza.

La revisione legale è affidata a EY S.p.A. (2014-2022), società terza indipendente.

Il Consiglio di Amministrazione di Caleffi ha istituito, al proprio interno, un Comitato Remunerazione e Nomine composto da due amministratori non esecutivi, entrambi indipendenti. In data 13 maggio 2021 il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di attribuire a tale Comitato anche le funzioni di Comitato per le operazioni con Parti Correlate, di cui alla relativa Procedura.

Dal 2008 Caleffi ha adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo conforme al D. Lgs. 231/2001 (MOG 231/01) e, contestualmente, ha nominato lo specifico organismo, denominato Organismo di Vigilanza, cui ha conferito i compiti di vigilanza sul corretto funzionamento del Modello e di monitoraggio circa il suo aggiornamento. Il Consiglio di Amministrazione del 13 maggio 2021 ha deliberato di affidare tale funzione, in precedenza attribuite al Collegio Sindacale, ad un Organismo di Vigilanza di composizione monocratica, attribuendone il presidio ad un consulente esterno dotato di specifiche competenze in materia.

Caleffi aderisce e si conforma alle raccomandazioni del Codice di corporate governance delle Società quotate, versione gennaio 2020, consultabile sul sito internet di Borsa Italiana: [Codice - Comitato-Corporate-Governance - Borsa Italiana](#).

## Gli Organi societari

### Consiglio di Amministrazione

Giuliana Caleffi	Presidente
Guido Ferretti	Consigliere Delegato Corporate e Supply Chain
Raffaello Favagrossa	Consigliere Delegato Mercato e Prodotti
Rita Federici	VicePresidente e Consigliere Delegato Stile
Ida Altimare	Consigliere indipendente - Lead Independent Director
Andrea Carrara	Consigliere indipendente

### Collegio Sindacale

Pier Paolo Caruso	Presidente
Monica Zafferani	Sindaco Effettivo
Marcello Braglia	Sindaco Effettivo

Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi poteri per l'ordinaria e straordinaria amministrazione della Società, con la facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per il raggiungimento dell'oggetto sociale, esclusi quelli che la legge riserva all'Assemblea.

**Presidente - Giuliana Caleffi:** coordinamento dei consiglieri delegati, gestione della funzione risorse umane (ivi incluso il contenzioso giuslavoristico). Datore di lavoro ai sensi e per gli effetti di cui al D.Lgs 81/08 e smi.

**VicePresidente e Consigliere Delegato Stile - Rita Federici:** Vice Presidente, con poteri di rappresentanza generale della Società, di fronte ai terzi ed in giudizio, in caso di assenza o impedimento, anche temporaneo, del Presidente. Delega per lo sviluppo delle collezioni, della definizione dei mood e la gestione di tutte le fasi di sviluppo prodotto.

**Amministratore delegato Corporate e Supply Chain - Guido Ferretti:** delega Corporate e Supply Chain, gestione, sovrintendenza e coordinamento delle seguenti funzioni aziendali: amministrazione, finanza, edp, controllo gestione, legale e societario, supply chain (acquisti e produzione).

**Amministratore delegato Mercato e Prodotti - Raffaello Favagrossa:** delega Mercato e Prodotto, gestione, sovrintendenza e coordinamento delle seguenti funzioni aziendali: marketing, Brand & Licensing, Commerciale, programmazione e amministrazione vendite, Logistica.

**Consigliere indipendente Ida Altmare:** Lead Independent Director

#### Consiglio di Amministrazione - Diversità (genere - classi di età)

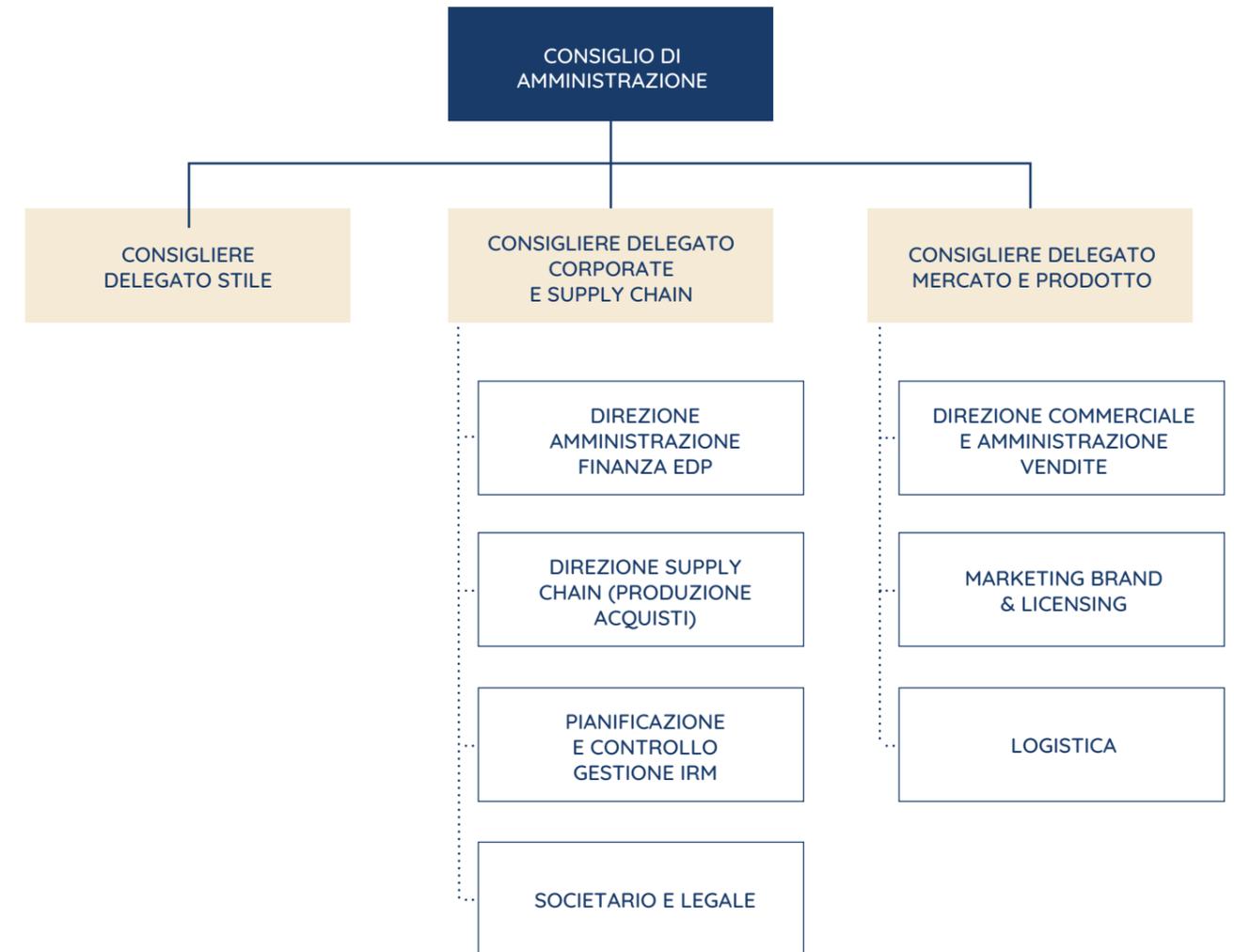
Donne		Uomini		Totale	
Nr 3	50%	Nr 3	50%	Nr 6	100%
Minori di 30 anni		Tra 30 e 50 anni		Maggiori di 50 anni	
Nr 1	17%	Nr-	-%	Nr 5	83%

#### Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi

Guido Ferretti

Consigliere Delegato Corporate SupplyChain

## Struttura organizzativa



## Adesioni ad associazioni ed iniziative esterne

**Adesioni a codici di condotta - principi** - Alla data del presente documento Caleffi non aderisce e/o ha sottoscritto Dichiarazioni di principi, Codici, Carte internazionali sviluppate da enti/organizzazioni negli ambiti di riferimento della sostenibilità.

**Associazioni e Membership** - Il Gruppo Caleffi, tramite la capogruppo, aderisce a Confindustria Mantova e, attraverso la controllata Mirabello Carrara, aderisce ad Assolombarda Milano.

# La gestione responsabile del business

Il sistema di controllo interno è stato disegnato per garantire l'efficienza e l'efficacia delle operazioni aziendali, l'affidabilità dell'informazione finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti e la salvaguardia del patrimonio sociale. I responsabili delle aree operative sono preposti al controllo interno. Al Consiglio di Amministrazione sono assegnati compiti di indirizzo, guida e supervisione e di responsabilità ultima del sistema di controllo interno. Il Consiglio di Amministrazione valuta periodicamente l'adeguatezza e l'efficacia del sistema di controllo interno, assicurandosi che i principali rischi aziendali siano identificati, misurati, gestiti e monitorati. L'Amministratore Delegato Corporate, Dott. Guido Ferretti, è Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi.

La struttura di governance di Caleffi non prevede, al momento, una funzione specifica di internal audit. Si ritiene che l'attuale configurazione del sistema di controllo interno possa garantire una appropriata gestione dei rischi.

## Modello di organizzazione, gestione e controllo D.Lgs. 231/2001

Il "Modello di organizzazione, gestione e controllo" (MOG 231/01) ai sensi del D.Lgs. 231/01, normativa che ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano la responsabilità amministrativa degli enti, è stato disegnato sulla base delle caratteristiche strutturali ed organizzative di Caleffi e viene periodicamente aggiornato. L'Organismo di Vigilanza, previsto da tale normativa, è preposto a vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello ed a assicurarne l'aggiornamento. Il Codice di Condotta, che individua le linee guida di condotta aziendale, è parte integrante del Modello ex D.Lgs. 231/01.

Caleffi ha ritenuto indispensabile dotarsi di tale Modello al fine di garantire un comportamento eticamente condiviso e perseguire il rispetto dei principi di legittimità, correttezza e trasparenza nello svolgimento dell'attività

aziendale. A detti valori la Società ha, infatti, improntato la propria gestione aziendale anche al fine di ottenere importanti riflessi sul piano dell'immagine, ossia l'attitudine ad essere pubblicamente riconosciuta come società affidabile, corretta e socialmente responsabile.

L'attuale versione del MOG 231 si struttura in una Parte Generale e in una Parte Speciale. Nella Parte Generale sono riportati brevemente i contenuti del Decreto, sono definiti l'Organismo di Vigilanza, le funzioni e i poteri a esso attribuiti e delineato il relativo flusso informativo ed è riportato il Sistema Disciplinare adottato dalla Società. Nella Parte Speciale sono più nello specifico descritti i Processi Sensibili e le misure e i presidi previsti dalla Società onde prevenire il rischio di commissione dei reati contemplati dal Decreto.

Caleffi è consapevole della necessità di procedere ad aggiornamenti del MOG 231 adottato sia in connessione a quanto previsto dal Modello stesso (aggiornamento periodico per adeguarlo all'evoluzione dinamica della Società) sia in relazione ai nuovi reati e/o modifiche normative introdotte dal legislatore nel c.d. Catalogo 231.

L'approccio metodologico adottato in sede di aggiornamento del Modello consiste nell'effettuare colloqui/interviste con le figure aziendali coinvolte al fine di verificare le linee e gli interventi adottati della Società alla luce delle precedenti criticità rilevate in sede di *Gap Analysis* e *Action Plan* nonché al fine di rinnovare il *Risk Assessment* per adeguare il Modello rispetto alla naturale evoluzione della struttura societaria.

Più nello specifico, in sede di adeguamento alle nuove disposizioni normative, l'attività di *Risk Assessment* viene condotta secondo le modalità di seguito descritte:

- individuazione dei Processi Aziendali che rappresentano Aree di Rischio in relazione ai nuovi Reati 231;
- individuazione, nell'ambito dei Processi, (i) delle attività aziendali esposte al rischio di commissione delle predette fattispecie di reato ex D. Lgs. 231/2001 (c.d. Attività Sensibili), (ii) delle fattispecie di reato astrattamente configurabili in relazione a ciascuna Attività Sensibile con descrizione esemplificativa delle possibili modalità di commissione dei reati stessi, (iii) delle figure aziendali responsabili di dette Attività Sensibili (c.d. *Key Officer*) e (iv) degli improvement/azioni di miglioramento suggerite;
- valutazione del rischio relativo alle singole Attività Sensibili, attraverso l'applicazione di parametri di valutazione del rischio potenziale, del livello di adeguatezza dei presidi di controllo e del rischio residuo, esplicitati nel documento "Metodologia *Risk Assessment*".
- predisposizione di un documento riassuntivo contenente il percorso di *Risk*

Assessment e l'identificazione delle azioni di miglioramento da attuare al fine di aumentare la soglia di prevenzione del rischio (c.d. *Gap Analysis*);

- sulla base dei risultati ottenuti, aggiornamento delle Parti Speciali del Modello.

Il Consiglio di Amministrazione del 13 maggio 2021 ha deliberato l'approvazione del nuovo MOG 231, che risulta aggiornato con l'introduzione dei nuovi reati presupposto, tra cui i Tributarî e quelli di Contrabbando.

Il 'Codice di Condotta' e il 'Modello di organizzazione, gestione e controllo' sono disponibili sul sito della Società <http://www.caleffigroup.it/governance> (Procedure e Corporate Policy)

Nel corso dell'esercizio 2021, così come in quelli precedenti oggetto di rendicontazione, non si sono verificati casi di segnalazione all'Organismo di Vigilanza e non sono stati accertati episodi di corruzione attiva o passiva che abbiamo coinvolto amministratori o dipendenti di Caleffi.

## Codice di Condotta – Principi generali

L'obiettivo primario di Caleffi è la creazione di valore, nell'interesse dei propri stakeholder, tra cui gli azionisti, i dipendenti, i clienti, i fornitori e le comunità locali. A questo scopo sono orientate le strategie industriali e finanziarie e le conseguenti condotte operative, ispirate all'efficiente impiego delle risorse. Innovazione, qualità, creatività, attenzione al cliente e risorse umane sono i pilastri della forza competitiva di Caleffi che considera imprescindibile coniugare il successo dell'impresa con l'etica nella conduzione degli affari.

Sulla base di tali principi, Caleffi si impegna a una condotta corretta e imparziale. Tutti i rapporti di affari dovranno essere improntati a integrità e lealtà e dovranno essere intrattenuti senza alcun conflitto tra interessi aziendali e personali. Nello specifico, Caleffi promuove e divulga ai propri Dipendenti, a tutti i livelli aziendali, norme di comportamento conformi ai principi di legalità, lealtà, correttezza e rigore professionale, volte a preservare l'integrità del patrimonio materiale ed immateriale della Società e a salvaguardarne la rispettabilità e l'immagine, nonché a mantenere rapporti di chiarezza e trasparenza con i propri azionisti e con i soggetti economici in generale. Per raggiungere questo obiettivo, Caleffi richiede ai propri dipendenti, nello svolgimento delle loro mansioni, il rispetto dei più severi standard di condotta negli affari, come stabilito nel Codice e nelle Politiche a cui esso fa riferimento. In questo senso il Codice rappresenta una guida

e un supporto per ogni dipendente, tale da metterlo in grado di perseguire nella maniera più efficace la missione dell'azienda.

Caleffi ha inoltre prescritto a tutti i suoi Dipendenti di agire con diligenza, accuratezza, imparzialità e onestà, non solo nell'espletamento delle proprie mansioni, bensì anche nei rapporti infra-societari e nei rapporti con i partner esterni. La Società condanna qualsiasi forma di discriminazione e/o abuso nell'ambito di rapporti sia interni sia esterni. Inoltre essa si conforma al principio di responsabilità, secondo il quale ogni singolo Dipendente, sulla base della propria posizione/livello nell'organigramma, valutato con criteri prevalentemente meritocratici, è competente e responsabile delle proprie azioni ed omissioni.

La Società cura con particolare riguardo la soddisfazione della propria clientela, sia attuale che potenziale, ispirandosi a modelli di eccellenza. La Società si adopera per fare in modo che i principi del Codice siano condivisi dai consulenti, dai fornitori e da qualsiasi altro soggetto con cui intrattiene rapporti stabili d'affari. La Società non instaura né prosegue rapporti d'affari con chiunque si rifiuti espressamente di rispettare i principi del Codice. Il Codice di Condotta è scaricabile al seguente link: <http://www.caleffigroup.it/Governance/Procedure & Corporate Policy/Codice di Condotta>

## La politica integrata qualità, salute e sicurezza sul lavoro

Caleffi ha adottato un "Sistema di Gestione integrato". Tale scelta è in linea con la propria strategia e con l'obiettivo di assicurare ai propri prodotti il più alto livello di qualità ed il contestuale miglioramento degli aspetti legati alla salute e sicurezza sul lavoro, così come la piena rispondenza alle prescrizioni normative applicabili, le aspettative del cliente e degli stakeholder. La politica integrata è pubblicata sul sito web Caleffi <http://www.caleffigroup.it> (Il Gruppo/Sistema Politica Integrata) e si basa su alcuni elementi e presupposti:

- **Qualità** – fondamentale nella soddisfazione del cliente e degli stakeholder
- Ottica di **lungo periodo** e immagine dell'impresa
- La **persona** come elemento fondamentale e insostituibile per il raggiungimento degli obiettivi. Il miglioramento della salute e sicurezza sul lavoro come impegno strategico.

L'impegno di Caleffi è quello di soddisfare i clienti, collaboratori e fornitori. In particolare:

CLIENTE E CONSUMATORE FINALE	COLLABORATORI	FORNITORI
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Risposta a bisogni ed esigenze</li> <li>· Riduzione contestazioni e migliorare immagine Caleffi</li> <li>· Servizio al cliente</li> <li>· Qualità - prezzo</li> <li>· Ideazione - sviluppo - creazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ambiente di lavoro sicuro e salubre</li> <li>· Condivisione obiettivi</li> <li>· Formazione continua / miglioramento prestazioni e professionalità</li> <li>· Comunicazione</li> <li>· Motivazione e coinvolgimento</li> <li>· Collaborazione dialogo / relazioni industriali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Coinvolgimento per miglioramento continuo</li> <li>· Coinvolgimento per miglioramento salute e sicurezza sul lavoro</li> <li>· Informazioni su controlli e normative</li> <li>· Assicurare Garanzia di continuità di business per consentire miglioramento tecnologico e qualitativo</li> <li>· Qualità approvvigionamenti (selezione - controllo - miglioramento)</li> </ul>

La Politica integrata di Caleffi definisce anche principi ed obiettivi che, rispondendo ad una logica di efficienza, sono in grado di generare un impatto positivo sull'ambiente, in termini di utilizzo responsabile delle risorse, con specifico riferimento alla riduzione degli scarti, riduzione delle non conformità: rispetto specifiche, normative applicabili e conseguente riduzione degli sprechi, riduzione seconda scelta.

Il sistema di gestione integrato comprende le seguenti certificazioni:

- **Qualità** - ISO 9001:2015 Certificazione Qualità. La certificazione di sistema ISO 9001 ha come obiettivo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali e della soddisfazione del cliente, attraverso un sistema di gestione della qualità e relativi protocolli idonei alla natura delle attività, prodotti e servizi.
- **Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro** - ISO 45001:2018 Certificazione Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro. Tale certificazione attesta l'affidabilità dell'azienda, che utilizza un sistema di gestione della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro efficiente. Ad aprile 2019 stato finalizzata la transizione dalla precedente norma OHSAS 18001:2007 alla ISO 45001:2018.

I sistemi ISO 9001:2015 e ISO 45001:2018 hanno la medesima struttura, modellata su quella stabilita da norme di livello più alto (*high level structure*). Tale circostanza ne consente l'integrazione in un unico sistema. Il sistema di gestione e le sue prestazioni sono costantemente monitorate tramite audit interni e audit esterni condotti da terze parti.

Caleffi si impegna a mantenere il Sistema di Gestione Integrato conforme ai requisiti delle norme UNI EN ISO 9001:2015 e UNI ISO 45001:2018 promuovendo una sempre maggiore diffusione ed integrazione delle procedure di sistema nella realtà organizzativa e gestionale aziendale e affidando proporzionali responsabilità a ciascun soggetto che vi appartiene. Per garantire l'efficace mantenimento del Sistema di Gestione Integrato l'organizzazione si è data una struttura produttiva efficiente e flessibile, attivando un monitoraggio continuo su tutta la catena di produzione ed estendendo il quality control anche ai processi in outsourcing.

Caleffi nel corso del 2021 ha aggiornato il Sistema di Gestione Integrato attraverso una **ristrutturazione della modulistica per renderla più fruibile e versatile**, garantendo una razionalizzazione dei processi volta ad un efficientamento degli stessi.



# La gestione dei rischi

Il sistema dei controlli rappresenta uno degli snodi cruciali della governance di Caleffi, favorisce l'assunzione di decisioni consapevoli e contribuisce ad una conduzione dell'impresa coerente con gli obiettivi strategici definiti dal Consiglio di Amministrazione. La moderna concezione dei controlli ruota attorno alla nozione di rischi aziendali, alla loro identificazione, valutazione e monitoraggio. La corretta mappatura dei rischi è l'aspetto fondamentale del processo di controllo e consiste nell'individuare la tipologia di rischi che si vogliono monitorare. All'Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è demandata la realizzazione del sistema e l'identificazione dei principali rischi; al Consiglio di Amministrazione è assegnato un ruolo di indirizzo e di valutazione dell'adeguatezza del sistema. Oltre ai membri del Consiglio, il sistema di gestione dei rischi coinvolge altri ruoli aziendali quali Dirigente Preposto, Pianificazione e Controllo Gestione, Affari Legali.

## Identificazione, monitoraggio e valutazione dei rischi

L'insieme dei rischi a cui una realtà può essere esposta consiste di molteplici elementi, che possono essere classificati in base al perimetro in cui emergono (interno o esterno all'azienda) o al contesto a cui si riferiscono (strategici, finanziari, operativi, compliance, planning e reporting).

Nell'individuazione dei rischi, un aspetto importante è dato dalla capacità di individuare il nesso causale di un potenziale pericolo, ovvero il verificarsi di un evento e le conseguenze che ne possano derivare, considerando tutte le implicazioni logiche (necessarie e/o sufficienti) affinché uno scenario di rischio possa o meno realizzarsi (oltre ad eventuali fattori propaganti e/o riducenti). A causa dell'evoluzione aziendale e del contesto in cui questa opera, la metodologia di indagine prevede che, una volta effettuata la prima mappatura dei rischi, gli stessi vengano ri-mappati iterativamente. I rischi individuati sono analizzati per categoria logica ed ordinati all'interno della categoria per priorità, in base alla combinazione di probabilità di accadimento e impatto potenziale del rischio stesso.

La fase di monitoraggio completa il processo di analisi del rischio, dando validità alle azioni volte alla prevenzione o attenuazione degli effetti dei rischi. Ciò si concretizza in un'azione di supervisione continua, in valutazioni periodiche,

oppure in una combinazione delle due. Il processo si esplica in un quadro di gestione corrente e include le normali attività di controllo effettuate dal management e altre iniziative assunte dal personale nello svolgimento delle proprie mansioni. Tali politiche e procedure assicurano l'adozione dei provvedimenti necessari per far fronte ai rischi che potrebbero pregiudicare la realizzazione degli obiettivi dell'organizzazione. Coerentemente con i requisiti degli standard ISO riferiti al sistema di gestione integrato, è stata condotta e documentata un'analisi del contesto (interno ed esterno) e del rischio che ha permesso di evidenziare, gli aspetti rilevanti in materia.

## I rischi e le modalità di gestione

Caleffi effettua una valutazione delle aree di rischio, sintetizzate di seguito. Le informazioni riportate comprendono le modalità di gestione dei rischi identificati, anche mediante rinvii ad altre parti del presente documento e/o documentazione reperibile sul sito web di Caleffi. I principali rischi identificati sono suddivisi in macro-aree ed hanno tutti una rilevanza / impatto diretto o indiretto, attuale o potenziale legato agli ambiti ESG (Environmental - Social - Governance).

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
<b>Strategici</b>		
<b>Rischi geopolitici</b>		
Lo scenario geopolitico, più complesso intricato e interconnesso che mai, risulta fortemente impattato dalla recente guerra Russia-Ucraina e dalle conseguenti ripercussioni sociali ed economico finanziarie.	Condotta etica del business e rispetto delle norme Generazione e distribuzione di valore	
L'aumento dei prezzi dell'energia, in particolare del gas, e delle materie prime è la conseguenza economica più immediata nel breve termine, con ripercussioni potenziali sulla fiducia e sulla domanda interna e impatti negativi significativi sulle prospettive economiche dell'area.	Ricerca, Innovazione e valorizzazione della tradizione Qualità e sicurezza del prodotto	
I rischi riguardano potenziali perdite di opportunità, difficoltà di approvvigionamento, fluttuazioni di prezzo e di valuta, freno agli investimenti, rischi legali. Questa situazione si inserisce in un contesto già fortemente colpito dalla pandemia Covid, che ha determinato significativi e durature implicazioni sociali, politiche ed economiche.	Immagine e reputazione del brand Sostenibilità della catena di fornitura Valorizzazione relazioni con fornitori locali	

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
<b>Rischi di mercato e di posizionamento competitivo</b> Il Gruppo opera nella produzione e commercializzazione di articoli tessili e di arredamento per la casa, prevalentemente in Italia. Il mercato di riferimento è un mercato maturo con un alto livello di concorrenza tra gli operatori, un alto grado di correlazione alla propensione alla spesa e al reddito disponibile delle famiglie, sottoposto alle pressioni concorrenziali di produttori stranieri, anche di paesi con bassi costi di produzione.	Generazione e distribuzione di valore  Qualità e sicurezza del prodotto  Immagine e reputazione del brand  Relazioni clienti: marketing responsabile e digitalizzazione canali di vendita  Sostenibilità della catena di fornitura	Caleffi occupa una posizione di leadership sul mercato con una quota dell'8,5%.  La configurazione del mercato e dei consumi post Covid-19 ha cambiato le abitudini, con degli shift di priorità e maggiore attenzione riservate alla casa, che diventa elemento centrale per la vita, il lavoro, lo studio e anche vero e proprio canale per gli acquisti, grazie all'e-commerce.  Si punta sulla valorizzazione dei brand del Gruppo Caleffi tramite maggiori investimenti in comunicazione, azioni di marketing omnichannel, attività di trade marketing e copertura di nuovi segmenti di mercato.
<b>Rischi legati ai cambiamenti climatici</b> Il cambiamento climatico pone minacce economiche significative in tutto il mondo sotto forma di aumento dei rischi fisici dovuti a condizioni meteorologiche estreme che potrebbero provocare interruzioni di attività e perdite, ma che possono anche avere un impatto sistemico causando, per esempio, recessione economica e instabilità dei mercati. L'Italia è vulnerabile ai cambiamenti climatici e, in particolare, all'incremento delle ondate di calore e delle siccità, legate al riscaldamento globale, che potrebbero avere impatti significativi sui consumi, in particolare dei prodotti imbottiti/trapuntati, tipicamente acquistati nella stagione invernale.	Generazione e distribuzione di valore  Ricerca, Innovazione e valorizzazione della tradizione  Sostenibilità dei prodotti (materie prime e packaging)  Energia, emissioni e cambiamenti climatici  Utilizzo responsabile delle risorse (rifiuti e acqua)	La sostenibilità è prerogativa fondamentale della strategia di sviluppo dell'impresa.  Particolare attenzione è posta alla realizzazione di specifici progetti, volti a intercettare le scelte di acquisto dei consumatori alla ricerca di soluzioni trasparenti e sostenibili rispetto ai temi ambientali e sociali (origine dei materiali, impatto sulla salute, responsabilità ambientale e sociale dell'azienda).
<b>Rischi per eccessiva dipendenza dal canale "Loyalty Program"</b> Diminuzione incidenza percentuale delle attività di loyalty	Generazione e distribuzione di valore  Ricerca, Innovazione e valorizzazione della tradizione	Operazioni che hanno impatti significativi sia in termini di ricavi che di marginalità, di breve periodo, esclusive nel periodo considerato, di carattere non continuativo. Il Gruppo ha come obiettivo di contenerne l'incidenza percentuale sulle vendite.

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
<b>Operativi</b>		
<b>Rischi connessi al Covid-19 (esterno)</b>		
Impatti derivanti dalla pandemia Covid-19	Condotta etica del business e rispetto delle norme  Sicurezza dei dati e tutela della privacy  Generazione e distribuzione di valore  Sostenibilità della catena di fornitura  Salute e sicurezza dei lavoratori  Supporto alle comunità locali / territorio	Individuazione di azioni atte a gestire una serie di rischi correlati, quali l'esposizione alle insolvenze, le crescenti minacce alla sicurezza informativa, le controversie derivanti da scarsa attenzione alle diversity e alla sustainability (ESG). Sarà fondamentale l'analisi della solvibilità del parco clienti, potenziare la cybersecurity e rivedere il parco fornitori in ottica di sostenibilità.
<b>Rischi strutturali</b>		
Supply Chain e Sistema Logistica	Generazione e distribuzione di valore  Sostenibilità della catena di fornitura  Valorizzazione relazioni con fornitori locali	Sono previste misure di razionalizzazione dei costi lungo l'intera supply chain e riorganizzazione del sistema logistico, volte a garantire maggiore flessibilità e livello di servizio al cliente.
<b>Rischi organizzativi e Rischi legati alle Risorse Umane</b>		
Rischio di dipendenza e/o permanenza di figure chiave e difficoltà a sviluppare/trattenere talenti.	Gestione risorse umane, formazione, sviluppo competenze	Rafforzato l'assetto organizzativo con l'inserimento di nuove figure e competenze manageriali.  I risultati del Gruppo dipendono da alcune figure chiave che hanno contribuito in maniera determinante al loro ottenimento. Il Gruppo ritiene in ogni caso di essersi dotato di una struttura operativa e manageriale capace di assicurare, come sempre avvenuto, continuità nella gestione degli affari sociali.  A tal fine l'azienda promuove: un dialogo a tutti i livelli dell'organizzazione e con le parti sociali (organizzazioni sindacali), e un monitoraggio costante dell'applicazione codice di condotta.

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
<b>Finanziari</b>		
<b>Rischi connessi alla congiuntura economica</b>		
Scenario internazionale già debole ulteriormente indebolito dalla pandemia Covid 19 che ha comportato negozi chiusi, restrizioni per muoversi, perdita di posti di lavoro e inevitabile influenza di questi elementi sulla domanda.	Generazione e distribuzione di valore	Estremamente positivi gli effetti della pandemia sulla casa: la forzata reclusione domestica imposta dai lockdown ha rivitalizzato i consumi del tessile casa, facendo guadagnare posizioni nella priorità di spesa dei consumatori.  Allo stato attuale non si dispone però di visibilità ed elementi sufficienti per fornire una valutazione attendibile dell'impatto del Covid-19 nel medio termine. Al momento preoccupa fortemente il rincaro dei prezzi dell'energia e della pressoché totalità dei beni, che potrebbe portare a una fiammata inflazionistica con effetti significativi sui consumi delle famiglie.
<b>Rischi connessi alla durata del debito finanziario e alla sua durata media</b>		
	Generazione e distribuzione di valore	Caleffi valuta costantemente i rischi, in modo da stimarne i potenziali effetti ed intraprendere le opportune azioni correttive. All'interno del Bilancio Consolidato (al quale si rinvia) viene dedicato ampio spazio all'analisi della gestione finanziaria e dei rischi connessi.
<b>Rischi connessi alla dinamica reddituale</b>		
	Generazione e distribuzione di valore	Caleffi valuta costantemente i rischi, in modo da stimarne i potenziali effetti negativi ed intraprendere le opportune azioni correttive ed attenuare i risultati. Si veda al riguardo l'informativa inserita nel Bilancio consolidato.
<b>Compliance</b>		
<b>Rischi connessi alle licenze</b>		
Rinnovo Licenze e Copertura minimi garantiti	Generazione e distribuzione di valore	Caleffi attenua la rischiosità connessa alle Licenze mediante la stipula di contratti pluriennali e focus sui brand propri.
<b>Cyber risk</b>		
Sicurezza dei dati e tutela della privacy	Sicurezza dei dati e tutela della privacy	La sicurezza informatica prevede attività e strumenti di protezione quali firewall and anti malware. Periodici test di verifica di eventuali falle di sicurezza. Polizza cyber risk. Sono in fase di definizione il Piano di Sicurezza Informatica e il Piano di Emergenza, per fronteggiare tempestivamente attacchi cyber.

# Il rispetto delle norme - La compliance

Il modello e gli strumenti di governance di Caleffi definiscono i principali parametri di riferimento in materia di compliance normativa.

GRI 206-1  
GRI 207-1  
GRI 207-2  
GRI 207-3  
GRI 307-1  
GRI 416-2  
GRI 417-2  
GRI 417-3  
GRI 418-1  
GRI 419-1

## Il rispetto delle norme ambientali

Nel corso del 2021, così come in quello precedente, non si sono verificati eventi che hanno dato origine a sanzioni e/o contenziosi per non conformità a leggi, normative, regolamenti in materia ambientale. Analogamente, alla data del presente Bilancio di Sostenibilità, non sono in essere contenziosi ambientali.

## Inosservanza di leggi e regolamenti in area sociale ed economica

Alla data del presente documento non sussistono casi di violazioni di leggi e/o regolamenti relativi a disposizioni di carattere sociale ed economico. Nessuna sanzione avente tale natura è stata ricevuta nel 2021 e non si segnalano procedimenti di rilievo al riguardo.

## Fiscalità

Il Gruppo Caleffi si impegna ad applicare la legislazione fiscale in vigore, assicurando che siano osservati lo spirito e lo scopo che la norma e l'ordinamento prevedono per la materia oggetto di interpretazione. Nei casi in cui la disciplina fiscale alimenti dubbi interpretativi o difficoltà applicative, viene perseguita una linea interpretativa ragionevole, avvalendosi della consulenza di qualificati professionisti esterni.

La sede fiscale del Gruppo è in Italia, dove viene corrisposta la totalità delle imposte. Caleffi non detiene partecipazioni in società estere e di conseguenza

non ci sono i presupposti per la eventuale definizione di una politica di pianificazione fiscale internazionale e/o volte a spostare la tassazione in Paesi che offrono condizioni per ridurre il peso della fiscalità.

L'approccio alla fiscalità del Gruppo Caleffi è improntato alla trasparenza ed alla totale aderenza alle normative locali, curando l'ambito della compliance e intercettando tutte le novità normative per ottemperare nelle tempistiche previste.

La governance del controllo fiscale è demandata alla Direzione Amministrativa e Bilancio che, anche tramite il supporto di consulenti esterni, vigila sulla correttezza delle operazioni ed applica la corretta normativa.

Tutte le richieste effettuate al Gruppo Caleffi dalle autorità fiscali vengono gestite all'interno del corretto flusso informativo con un approccio da parte del Gruppo di totale trasparenza e dialogo costruttivo. Nel 2021 non sono stati registrati contenziosi o contestazioni di tipo fiscale e, alla data del presente documento, non sono in essere contenziosi di carattere fiscale di rilievo.

## Diritti umani

Per quanto si riferisce in particolare la tematica dei diritti umani, la stessa è essenzialmente parte integrante dei processi legati alla catena di fornitura e relative potenziali problematiche. Si veda al riguardo quanto specificato nel paragrafo del presente documento dedicato all'analisi delle relazioni con i fornitori.

## Procedure in materia di rispetto della concorrenza

Nel corso del periodo oggetto di rendicontazione non si è verificato alcun episodio e/o apertura di procedimento o azione legale nei confronti del Gruppo Caleffi relativamente a violazione della libera concorrenza, pratiche monopolistiche, antitrust.

## Prodotti sottoposti ad analisi per la verifica degli impatti sulla salute e sicurezza - casi di non conformità dei prodotti - Etichettatura dei prodotti

Non sono in essere e non sono intervenuti nel periodo di rendicontazione procedimenti riguardanti casi di non conformità con le normative e/o codici di autoregolamentazione riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.

Nel corso del periodo oggetto di rendicontazione non si è verificato alcun episodio e/o apertura di procedimento o azione legale nei confronti di Caleffi relativamente alla non conformità dei prodotti e/o alla loro etichettatura. Non sono in essere procedimenti al riguardo.

## Comunicazione e Marketing

Si segnala infine che il Gruppo Caleffi, nel triennio oggetto di rendicontazione, non è stato oggetto di alcuna contestazione o sanzione relativamente alla non conformità delle proprie comunicazioni di marketing e/o di altre iniziative di natura commerciale.

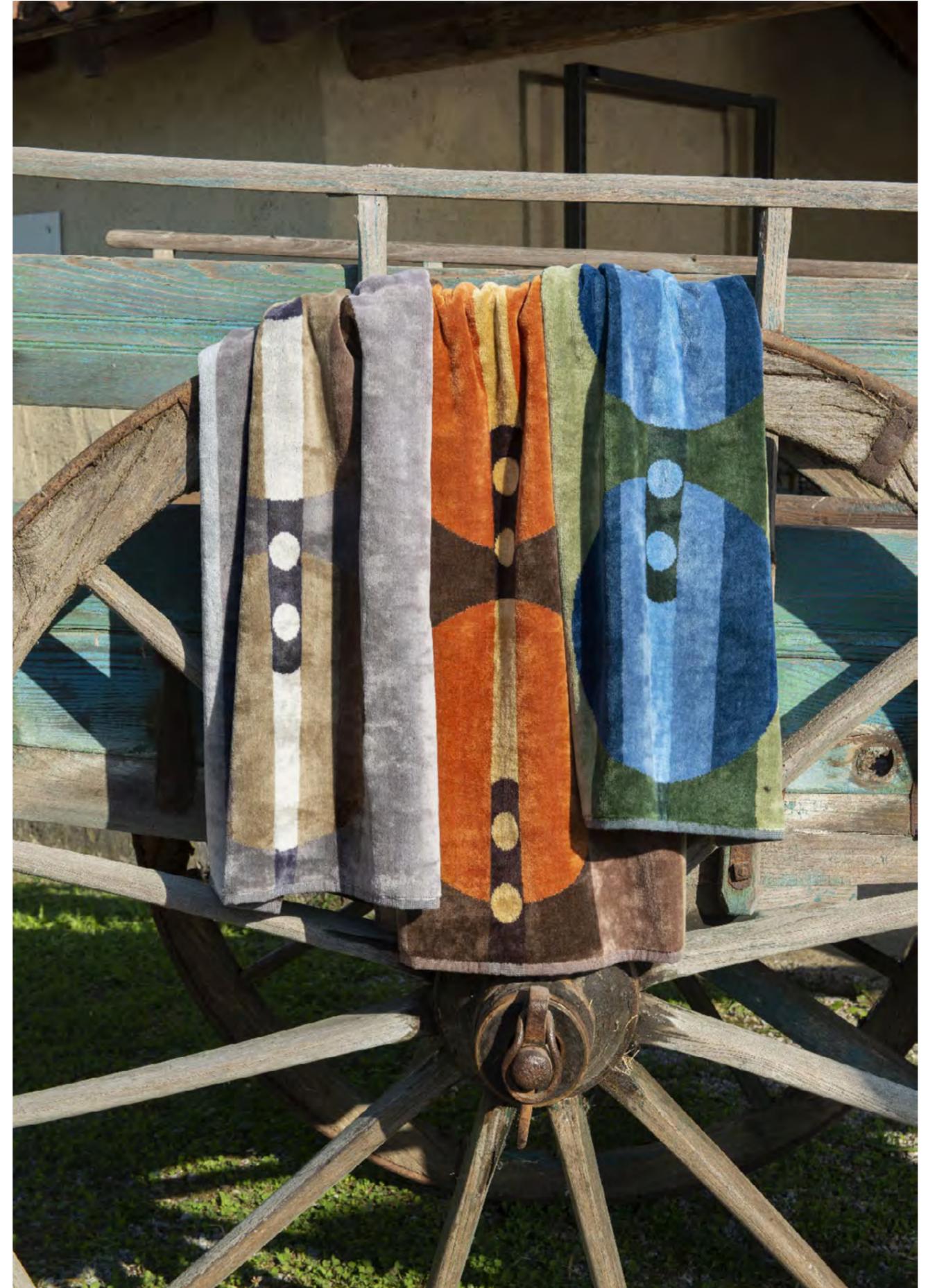
## Normativa Privacy

Caleffi ha completato nel 2018 l'adeguamento al quadro giuridico in materia di protezione dei dati personali (Regolamento UE 2016/679 e normativa italiana di attuazione - GDPR), dotandosi di un insieme di disposizioni interne e norme di autoregolamentazione, tra cui il Modello per la protezione dei dati personali, procedure operative per la gestione dei vari adempimenti, documentazione legale, registro dei trattamenti, impostazione analisi dei rischi informatici.

Il Modello, che intende assolvere alle disposizioni contenute nel GDPR e, più in generale, delle norme di autoregolamentazione di cui si è dotata la Società, persegue i seguenti obiettivi:

- garantire la conformità di Caleffi S.p.A. ai requisiti definiti dalla normativa nazionale e comunitaria in tema di protezione e trattamento dei dati personali;
- istituire un modello organizzativo per la Privacy ("Modello Organizzativo"), assegnando i ruoli e le responsabilità relativi all'adempimento degli obblighi posti nell'ambito dei trattamenti dei dati personali;
- minimizzare i rischi per i diritti e le libertà degli interessati legati ai trattamenti dei dati personali effettuati da, e per conto, della Società;
- assicurare la capacità di comprovare la propria conformità in ambito Privacy (principio di responsabilizzazione o "accountability");
- permettere l'integrazione dei processi e dei controlli privacy con i processi ed i controlli presenti in azienda, considerando i diritti e le libertà degli interessati e i legittimi interessi dalla Società;
- favorire la collaborazione con le Autorità di controllo e la gestione del rapporto e dei diritti dell'Interessato.

Nessuna contestazione, denuncia da parte esterna o da enti regolatori è ad oggi pervenuta alla Società relativamente a violazioni della normativa, dei diritti degli interessati e dei dati personali di cui la Società è titolare del trattamento.



# 04

## I risultati economico-finanziari

Il Valore economico generato e distribuito



Il conto economico che evidenzia il valore generato e distribuito viene elaborato sulla base del conto economico consolidato del periodo di riferimento, con l'obiettivo di dare evidenza del valore economico direttamente generato da Caleffi e la sua distribuzione agli stakeholder interni ed esterni. Il valore generato si riferisce ai ricavi netti di Caleffi (Ricavi, Altri ricavi operativi, al netto delle perdite su crediti), mentre il valore economico distribuito accoglie i costi riclassificati per categoria di stakeholder e gli eventuali dividendi distribuiti.

Il Valore economico trattenuto è relativo alla differenza tra Valore economico generato e distribuito, e comprende gli ammortamenti dei beni materiali ed immateriali, accantonamenti) e la fiscalità anticipata / differita.

Valore economico	2019	2020	2021
Valore economico generato	<b>50.755</b>	<b>56.568</b>	<b>61.360</b>
Fornitori - Costi operativi	(39.214)	(41.120)	(44.997)
Risorse umane - Costo del personale	(7.956)	(7.525)	(8.301)
Banche e altri finanziatori - Oneri finanziari	(566)	(565)	(627)
Pubblica Amministrazione	(106)	(664)	(1.303)
	<b>(47.842)</b>	<b>(49.873)</b>	<b>(55.228)</b>
Dividendi distribuiti - Azionisti	-	-	-
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>(47.842)</b>	<b>(49.873)</b>	<b>(55.228)</b>
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>2.912</b>	<b>6.694</b>	<b>6.132</b>

## Gli Investimenti e i progetti

L'attività di ricerca e sviluppo, finalizzata allo studio e alla progettazione di nuovi prodotti e nuovi materiali, rappresenta un elemento fondamentale del modello industriale di Caleffi ed una tra le principali leve strategiche. Il Gruppo Caleffi realizza attività precompetitive a carattere innovativo, indirizzando i propri sforzi in particolare su progetti ritenuti particolarmente innovativi quali attività di studio, analisi, ricerca e sviluppo per la realizzazione delle nuove collezioni per i marchi propri e in licenza e il nuovo sistema di logistica con tracciatura bin, al fine di digitalizzare il processo produttivo e logistico.

Caleffi ha sostenuto costi per un valore complessivo pari a circa Euro 541 mila, su cui intende accedere ai benefici previsti dal credito d'imposta per attività di ricerca, sviluppo, innovazione tecnologica, design ed ideazione estetica ai sensi dell'Art. 1, commi 198-209 della Legge 27 dicembre 2019, n. 160. L'importo di tale credito d'imposta, iscritto in bilancio, è pari ad Euro 54 mila.

Mirabello Carrara nel corso dell'esercizio 2021 ha portato avanti attività precompetitive a carattere innovativo, indirizzando i propri sforzi in particolare su attività di studio, analisi, ricerca e sviluppo per la realizzazione delle nuove collezioni autunno/inverno 2021 e primavera/estate 2022. Per lo sviluppo dei progetti sopra indicati la Società ha sostenuto, nell'esercizio, costi ammissibili pari a Euro 419 mila, su cui intende accedere ai benefici previsti dal credito d'imposta per attività di ricerca, sviluppo, innovazione tecnologica, design ed ideazione estetica ai sensi dell'Art. 1, commi 198 - 209 della Legge 27 dicembre 2019, n. 160 e ss.mm.ii, per Euro 42 mila.

## Progetti Caleffi

In data 7 maggio 2021 è stato presentato al Ministero dello Sviluppo Economico un progetto di Economia Circolare. Il progetto prevede lo studio, sperimentazione, sviluppo e pre-industrializzazione di un nuovo sistema per il riutilizzo (recycling) e la valorizzazione (upcycling) di scarti derivanti dal ciclo di produzione del prodotto tipico aziendale (prodotti tessili per la casa) e/o provenienti da processi esterni all'azienda, attraverso fasi di cardatura e pressatura, orientato alla produzione di ovatta per l'imbottitura di cuscini e divani.

## Progetti Mirabello Carrara

Mirabello Carrara prevede la realizzazione di una linea "totally green" composta da prodotti per il letto (completi lenzuola, completi copripiumino, plaid e copri letto) e per il bagno (accappatoi, asciugamani, tappeti) con tessuti ottenuti da filati riciclati al 100% e packaging interamente in materiale riciclati.

# 05

## Le risorse umane

Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale

GRI 102-41 / GRI 103-2 / GRI 103-3



## La gestione delle Risorse Umane

La funzione Risorse Umane si attiva al fine di diffondere a tutta la struttura l'applicazione della politica dell'azienda in termini di risorse umane, per assicurare la realizzazione degli obiettivi approvati. Le attività svolte dalla funzione Risorse Umane rispondono a diversi obiettivi e possono così distinguersi:

- **Ricerca, selezione e assunzione:** l'obiettivo è quello di garantire la copertura costante degli organici previsti in budget, con personale la cui qualità, considerata in rapporto al costo e con riferimento così alla prestazione immediata come al suo potenziale, sia in linea con i programmi di sviluppo aziendale.
- **Addestramento del personale:** l'obiettivo è quello di integrare le conoscenze, capacità ed attitudini del personale di ogni livello in modo da assicurare l'adeguatezza a quanto richiesto dai compiti correntemente svolti, rispondendo anche alle ragionevoli aspirazioni in materia del personale stesso ed anticipando le esigenze future della azienda.
- **Formazione del personale:** l'obiettivo è quello di inserire come componenti dello sviluppo del personale, la considerazione del miglioramento globale della personalità, per facilitarne il mantenimento su livelli di comprensione della realtà esterna ed interna all'azienda, adeguati ai cambiamenti che si verificano ed alle problematiche che si presentano.
- **Gestione delle qualifiche e delle retribuzioni:** l'obiettivo è consentire all'azienda di disporre stabilmente nelle posizioni previste in organico di persone in possesso delle qualifiche più adatte, retribuite in modo equo rispetto alle situazioni aziendali ed extra-aziendali.
- **Gestione del personale e piani di carriera:** l'obiettivo è quello di predisporre i mezzi per garantire al massimo la rispondenza tra necessità aziendali e fondate ambizioni personali quanto a evoluzioni di carriera, individuando con l'utilizzo di valutazioni raccolte sul personale, le risorse potenzialmente suscettibili di promozione. Caleffi si impegna a definire sostenibili piani di carriera, obiettivi e premi incentivanti il personale e comunque tali da non condurre il personale al compimento di attività contrarie ai principi e valori aziendali sanciti dal presente Codice.
- **Comunicazione col personale:** l'obiettivo dell'attività consiste nel:
  - diffondere a tutto il personale e ricevere da questo informazioni, dati ed opinioni sulle situazioni e problemi aziendali in modo da facilitare la comprensione reciproca tra direzione e personale e la matura integrazione di questo nel contesto dell'impresa;
  - sviluppare la cultura del confronto tra RSU e azienda finalizzata ad avvicinare le reciproche posizioni, al miglioramento delle reciproche comprensioni e creare un equilibrio nei rapporti interpersonali che impedisca eventuali tensioni.

## Politiche retributive e relazioni industriali

In base alla vigente normativa, tutti i dipendenti sono coperti da contrattazione collettiva (Contratto nazionale settore tessile). Il Gruppo Caleffi riconosce e rispetta il diritto dei lavoratori ad essere rappresentati da organizzazioni sindacali e mantiene con tali rappresentanze relazioni improntate al reciproco riconoscimento, al dialogo e alla cooperazione. I rapporti e le negoziazioni con le organizzazioni sindacali sono gestiti nel rispetto dei più elevati principi di correttezza e trasparenza e in stretta osservanza della normativa vigente.

Caleffi fonda la propria politica di relazioni industriali su un confronto costruttivo, che mira al coinvolgimento delle rappresentanze dei lavoratori e al mantenimento di un buon clima aziendale.

Nel 2018 la dinamica negativa dei consumi delle famiglie italiane e, più in generale, la contrazione del mercato nazionale di riferimento, hanno reso necessario l'avvio di un piano di riduzione dei costi di struttura della Capogruppo Caleffi S.p.A.. Il contratto di solidarietà è stato uno strumento individuato ed utilizzato che ha garantito il mantenimento di tutti i posti di lavoro e minimizzato gli impatti negativi occupazionali e sociali scaturenti dalla forte contrazione del mercato dei prodotti imbottiti e trapuntati. L'accordo ha consentito alla Società, da un lato, di preservare il proprio cd. know-how interno e, dall'altro lato, di gestire con maggiore flessibilità e competitività le proprie risorse produttive in funzione del concreto andamento del proprio core business. **Il contratto di solidarietà è stato sospeso nel corso dell'anno 2020** a seguito della forte ripresa del mercato della biancheria, indotto anche dalla forzata reclusione domestica imposta dalle Autorità per far fronte all'emergenza Covid-19.

### L'impatto della pandemia Covid-19

Nel 2020 lo scenario economico e sociale è cambiato, fortemente impattato dalla diffusione della pandemia Covid-19 e dalle misure di lockdown imposte dalle Autorità che hanno avuto un effetto positivo sulla casa, che è diventata il centro operativo per la vita, il lavoro e la scuola. La forzata reclusione domestica imposta dai lockdown, ha finito col rivitalizzare il ruolo del tessile casa, ritenuto utile per creare un luogo più confortevole e bello per tutta la famiglia. I consumi del tessile casa sono rientati tra le priorità di spesa dei consumatori, prima saldamente occupate da tecnologia, abbigliamento e outdoor in genere. Il risultato è un vero e proprio cambiamento nello stile di vita, che ha portato importanti benefici ai prodotti e ai brand più noti e affermati sul mercato del tessile e arredo per la casa. L'effetto

positivo sui consumi del tessile casa è proseguito anche per tutto il 2021, facendo registrare un trend in linea con l'anno precedente.

Nel corso del 2021 tutti i lavoratori hanno lavorato in presenza, grazie al fatto che l'azienda è riuscita a creare luoghi sicuri per lo svolgimento delle diverse attività aziendali.

## Politica di remunerazione

La remunerazione aziendale è essenzialmente preordinata ad attrarre, motivare e trattenere quelle risorse dotate di quelle qualità personali e professionali indispensabili per gestire con successo il business aziendale, favorendo e ricercando - conseguentemente - un allineamento degli interessi del management con le aspettative degli azionisti in termini di performance finanziaria. La remunerazione rappresenta anche uno strumento fondamentale per assicurare, da un lato, l'integrità dei meccanismi di governo societario e, dall'altro lato, l'efficacia delle strategie non finanziarie dell'azienda in un'ottica di creazione di valore sostenibile per gli azionisti e, più in generale, per tutti gli stakeholders del Gruppo Caleffi. In tale prospettiva, è stata introdotta, per la prima volta all'interno del Gruppo Caleffi, una remunerazione variabile di medio-lungo termine esclusivamente imperniata su obiettivi di performance non finanziari, con l'obiettivo di rendere l'impresa sempre più sostenibile, non solamente in chiave squisitamente economico-finanziaria.

La politica di remunerazione prevede una componente fissa e una componente variabile, che tengono conto degli obiettivi strategici e dei relativi rischi d'impresa assunti da Caleffi e del gruppo ad essa facente capo; la componente variabile prevede un limite massimo ed è strettamente legata all'utile lordo, mentre la componente fissa è sufficiente a remunerare la prestazione del soggetto interessato qualora la componente variabile non fosse erogata per il mancato raggiungimento degli obiettivi definiti. (vedi Relazione sulla Remunerazione [www.caleffigroup.it/governance](http://www.caleffigroup.it/governance)).

La definizione della Politica di Remunerazione Caleffi è il risultato di un articolato processo in cui intervengono le seguenti funzioni aziendali:

- Affari Legali e Societari e Risorse Umane, garantendo adeguato supporto nella definizione della Politica di Remunerazione;
- un Comitato endo-consiliare, appositamente istituito - il Comitato Remunerazione e Nomine - chiamato ad istruire, con l'ausilio, se del caso, di consulenti esterni esperti in materia di remunerazione, i lavori del Consiglio rispetto alla definizione di una proposta di Politica di Remunerazione. Al fine di evitare conflitti di interesse, nessun Amministratore prende parte alle riunioni del Comitato in cui vengono formulate le proposte relative alla propria remunerazione;

- il Collegio Sindacale, esprimendo il proprio parere con specifico riferimento agli Amministratori muniti di deleghe gestionali o investiti di particolari cariche;
- il Consiglio di Amministrazione, approvando, in prima istanza, la Politica di Remunerazione per la successiva sottoposizione agli azionisti;
- l'Assemblea degli azionisti, approvando ai sensi dell'art. 123-ter, comma 3-bis del TUF la Politica di Remunerazione.

Il Gruppo ha previsto un sistema di incentivazione anche per il personale dedicato alle vendite nei negozi di proprietà, gli obiettivi sono legati al raggiungimento di specifici KPI che misurano le performance del singolo punto vendita.

## Tutela della diversità di genere e pari opportunità, discriminazione e molestie

Caleffi considera la persona quale elemento fondamentale e insostituibile per il raggiungimento degli obiettivi dell'azienda e attribuisce quindi la massima importanza a quanti prestano la propria attività lavorativa in ambito aziendale. Attraverso le proprie risorse, infatti, la Società è in grado di sviluppare e garantire prodotti e servizi e di creare valore.

In conformità agli standard ed ai principi stabiliti dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e dell'ILO (Internazional Labour Organization), cui Caleffi espressamente dichiara di aderire, nonché di quanto previsto dalla normativa applicabile in materia di diritto di lavoro, è interesse primario dell'azienda favorire lo sviluppo del potenziale di ciascuna risorsa e la sua crescita professionale attraverso:

- il rispetto, anche in sede di selezione, della personalità e della dignità di ciascun individuo, evitando la creazione di situazioni in cui le persone si possono trovare in condizione di disagio;
- la prevenzione di discriminazioni, molestie e abusi di ogni tipo;
- una formazione adeguata alla posizione di ciascuno;
- la definizione di ruoli, responsabilità, deleghe e disponibilità di informazioni tali da consentire a ciascuno di assumere le decisioni che gli competono nell'interesse della società;
- un esercizio prudente, equilibrato ed obiettivo, da parte dei responsabili di specifiche attività o unità organizzativa, dei poteri connessi alla delega ricevuta;
- la valorizzazione dello spirito innovativo, nel rispetto dei limiti delle responsabilità di ciascuno;

- una comunicazione interna chiara, precisa e veritiera sulle politiche e le strategie dell'azienda;
- luoghi di lavoro adeguati alla sicurezza e alla salute di chi li utilizza.

Caleffi ritiene inoltre che la realizzazione di un ambiente di lavoro rispondente a questi principi richieda il coinvolgimento attivo di ciascuna risorsa. In particolare nei rapporti con i colleghi, ogni risorsa deve comportarsi in base a principi di civile convivenza e in spirito di piena collaborazione.

Devono altresì essere evitate situazioni e decisioni che possono comportare conflitti di interesse reali o apparenti con la Società. Ogni situazione che possa costituire o determinare un conflitto di interessi, deve essere tempestivamente comunicata alla Direzione competente.

# I dipendenti

GRI 102-8  
GRI 401-1  
GRI 401-3  
GRI 405-1

Totale numero dipendenti a fine periodo /per genere	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
	120	37	157	113	41	154	106	42	148

I dati relativi ai dipendenti si riferiscono alla consistenza degli organici a fine periodo ("Head-Count"). Il livello di occupazione nel corso degli anni ha fatto registrare una leggera flessione, del 2% tra 2019 e 2020, e del 4% circa tra il 2020 e il 2021. La variazione che si rileva tra i tre diversi periodi è imputabile principalmente al pensionamento della forza lavoro.

## Dipendenti per tipo di contratto e forma di impiego

Contratto	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Tempo indeterminato	120	37	157	113	40	153	106	40	146
Tempo determinato	-	-	-	-	1	1	-	2	2
<b>Totale</b>	<b>120</b>	<b>37</b>	<b>157</b>	<b>113</b>	<b>41</b>	<b>154</b>	<b>106</b>	<b>42</b>	<b>148</b>

Il personale in forza al 31 dicembre 2021, così come nei precedenti periodi, è quasi integralmente assunto tramite contratti a tempo indeterminato.

Forma impiego	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full-time	103	36	139	96	40	136	91	40	131
Part-time	17	1	18	17	1	18	15	2	17
<b>Totale</b>	<b>120</b>	<b>37</b>	<b>157</b>	<b>113</b>	<b>41</b>	<b>154</b>	<b>106</b>	<b>42</b>	<b>148</b>

L'88% dei dipendenti al 31 dicembre 2021 (dato stabile rispetto a 2020) è assunto con contratto full time, i contratti part-time riguardano in modo prevalente i dipendenti dei nostri negozi e della controllata Mirabello Carrara.

## Altre tipologie di lavoratori

I dati dei dipendenti interinali sono riportati nella seguente tabella (dato annuo medio). Il 74% dei lavoratori interinali sono di norma impiegati presso i negozi diretti del Gruppo.

Altri lavoratori - Somministrati	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Totale numero alla fine del periodo / per genere	34	-	34	33	-	33	41	2	43

## Il turnover

Assunzioni Classi di età	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	1	-	1	-	1	1	1	-	1
Da 30 a 50 anni	4	-	4	1	4	5	3	4	7
Oltre 50 anni	1	-	1	1	1	2	2	1	3
<b>Totale</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>11</b>

Cessazioni Classi di età	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Da 30 a 50 anni	6	2	8	1	1	2	1	2	3
Oltre 50 anni	2	1	3	8	1	9	11	2	13
<b>Totale</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>16</b>

Motivo cessazioni	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Uscite volontarie	3	2	5	2	-	2	1	1	2
Pensionamento	2	-	2	6	1	7	10	2	12
Licenziamento	0	1	1	1	-	1	-	-	-
Altro	3	-	3	-	1	1	1	1	2
<b>Totale</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>16</b>

Tasso Turnover %	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Turnover negativo cessazioni	6,6%	7,5%	1,9%	7,5%	5,4%	7,0%	10,6%	9,8%	10,4%
Turnover positivo assunzioni	4,9%	0,0%	3,7%	1,7%	16,2%	5,1%	5,3%	12,2%	7,1%
<b>Turnover complessivo</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>10,8%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>2,4%</b>	<b>-3,2%</b>

Il dato delle assunzioni è riferibile sia a dipendenti assunti per posizioni non presidiate sia per sostituzione di personale in uscita. Nel 2021 l'indice di turnover netto è stato negativo per 3,2% in termini di riduzione netta dell'organico complessivo.

## Diversità e pari opportunità

### Dipendenti per qualifica/genere

	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	2	2	-	2	2	-	2	2
Impiegati - Quadri	64	20	84	61	25	86	60	25	85
Operai	56	15	71	52	14	66	46	15	61
<b>Totale</b>	<b>120</b>	<b>37</b>	<b>157</b>	<b>113</b>	<b>41</b>	<b>154</b>	<b>106</b>	<b>42</b>	<b>148</b>

	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	1,0%	1,3%	-	1,3%	1,3%	-	1,4%	1,4%
Impiegati - Quadri	40,8%	12,7%	53,5%	39,6%	16,2%	55,8%	40,5%	16,9%	57,4%
Operai	35,7%	9,6%	45,2%	33,8%	9,1%	42,9%	31,1%	10,1%	41,2%
<b>Incidenza</b>	<b>76,4%</b>	<b>23,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>73,4%</b>	<b>26,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>71,6%</b>	<b>28,4%</b>	<b>100,0%</b>

Il settore in cui opera il Gruppo Caleffi ha visto, storicamente, la predominanza di personale di genere femminile, che si attesta, a fine 2021, al 71,6%. Nella categoria impiegati rientrano tutte le commesse (100% genere femminile) che lavorano presso i negozi Caleffi.

## Dipendenti per classi di età/genere

	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	1	-	1	2	1	3	3	1	4
30- 50 anni	51	16	67	51	18	69	51	18	69
Oltre 50 anni	68	21	89	60	22	82	52	23	75
<b>Totale</b>	<b>120</b>	<b>37</b>	<b>157</b>	<b>113</b>	<b>41</b>	<b>154</b>	<b>106</b>	<b>42</b>	<b>148</b>

## Dipendenti per fascia di età / per genere %

	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	0,6%	-	0,6%	1,3%	0,6%	1,9%	2,0%	0,7%	2,7%
Da 30 a 50 anni	32,5%	10,2%	42,7%	33,1%	11,7%	44,8%	34,5%	12,2%	46,6%
Oltre 50 anni	43,3%	13,4%	56,7%	39,0%	14,3%	53,2%	35,1%	15,5%	50,7%
<b>Totale</b>	<b>76,4%</b>	<b>23,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>73,4%</b>	<b>26,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>71,6%</b>	<b>28,4%</b>	<b>100,0%</b>

I dati del 2021 registrano un abbassamento dell'età media del personale, come conseguenza del turnover generazionale. I dipendenti sono quasi equamente distribuiti tra due fasce di età 30/50 e oltre i 50 anni, mentre i dipendenti con meno di 30 anni sono il 2,7%.

## Dipendenti per qualifica/classi di età

### Dipendenti per categoria / fascia di età

	2019				2020				2021			
	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale
Dirigenti	-	1	1	2	-	1	1	2	-	1	1	2
Impiegati - Quadri	-	47	37	84	2	47	37	86	4	42	39	85
Operai	2	17	52	71	2	16	48	66	5	15	41	61
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>65</b>	<b>90</b>	<b>157</b>	<b>4</b>	<b>64</b>	<b>86</b>	<b>154</b>	<b>2</b>	<b>58</b>	<b>81</b>	<b>148</b>

Categoria / fascia di età %	2019				2020				2021			
	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale
Dirigenti	-	-	0,6%	1,3%	-	0,6%	0,6%	1,3%	-	0,7%	0,7%	1,4%
Impiegati - Quadri	-	29,9%	23,6%	53,5%	1,3%	30,5%	24,0%	55,8%	2,7%	28,4%	26,4%	57,4%
Operai	1,3%	10,8%	33,1%	45,2%	1,3%	10,4%	31,2%	42,9%	3,4%	10,1%	27,7%	41,2%
<b>Totale</b>	<b>1,3%</b>	<b>41,4%</b>	<b>57,3%</b>	<b>100%</b>	<b>2,6%</b>	<b>41,6%</b>	<b>55,8%</b>	<b>100%</b>	<b>6,1%</b>	<b>39,2%</b>	<b>54,7%</b>	<b>100%</b>

## I congedi parentali

### Congedo parentale (maternità)

	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	2	-	2	1	-	1	-	-	-
Numero dipendenti rientrati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	1	-	1	1	-	1	-	-	-
Numero dipendenti rientrati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale e che sono ancora dipendenti nei 12 mesi successivi al rientro	-	-	-	1	-	1	-	-	-

GRI 404-1

## La formazione

La formazione svolge un ruolo chiave nel processo di valorizzazione delle persone. È infatti uno strumento importante per sviluppare, consolidare le competenze individuali sostenendo la crescita e l'evoluzione culturale e organizzativa. La formazione riguarda sia programmi formativi rivolti a rafforzare e a diffondere la cultura della salute e sicurezza della persona al fine di creare consapevolezza dei rischi sul luogo di lavoro e fornire le informazioni necessarie per la loro corretta identificazione e gestione; sia percorsi formativi studiati ad hoc sulla persona per accrescere e completare il know how. Nel 2021 sono state erogate 1.224 ore di formazione.

## L'impegno

Ore media formazione	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati - Quadri	1,5	3,9	2,0	0,2	9,3	2,9	8,9	30,0	14,8
Operai	6,5	11,5	7,5	0,7	2,0	1,0	5,0	6,4	5,4
<b>Totale</b>	<b>3,8</b>	<b>6,8</b>	<b>4,5</b>	<b>0,5</b>	<b>6,4</b>	<b>2,0</b>	<b>6,9</b>	<b>17,8</b>	<b>9,9</b>

Nel 2021 si è intensificata l'attività di formazione, passando da 314 ore del 2020 a 1.224 ore del 2021. I corsi realizzati nell'anno 2021 si sono tenuti in modalità e-learning. È stato mantenuto elevato l'impegno formativo sulla salute e sicurezza e sul controllo qualità.

## Salute e sicurezza sul lavoro

### Politica per la sicurezza e salute sul luogo di lavoro

Nel rispetto della persona quale elemento indispensabile al raggiungimento degli obiettivi dell'azienda, Caleffi si impegna affinché la propria attività, i propri impianti e servizi siano compatibili con l'obiettivo della miglior prevenzione e protezione della sicurezza e della salute dei lavoratori, nell'ottica di minimizzare i rischi derivanti dall'attività lavorativa normale, da situazioni particolari o di emergenza.

La Società si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e il rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione, e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti; inoltre opera per preservare e migliorare, soprattutto con azioni preventive, le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza dei dipendenti. Caleffi si impegna pertanto a:

- eliminare/ridurre al minimo i rischi in relazione alle conoscenze acquisite in base al progresso tecnico, privilegiando gli interventi alla fonte;
- adottare, per l'esercizio dell'attività produttiva, attrezzature, macchinari ed impianti rispondenti ai requisiti essenziali di sicurezza;
- sostituire, per quanto riguarda i prodotti utilizzati, ciò che è pericoloso con ciò che non lo è, o è meno pericoloso;
- limitare al minimo il numero dei lavoratori che sono, o che possono essere, esposti ai rischi;
- adottare sistemi di gestione appropriati per assicurare e mantenere un elevato livello di prevenzione e di protezione dai rischi di infortuni e di malattie professionali;
- garantire idonea informazione, formazione, sensibilizzazione ed addestramento in materia di sicurezza e di salute a tutti i lavoratori.

Al fine della prevenzione la Società assicura non solo il semplice rispetto delle leggi e delle normative di settore, ma, tramite idonea pianificazione, adotta specifici obiettivi, e assicura la predisposizione di programmi e di mezzi per raggiungerli, verificarli e periodicamente revisionarli, al fine di ottenere un miglioramento continuo delle condizioni di igiene e sicurezza, anche sulla base di norme tecniche, direttive o proposte di organismi internazionali.

GRI 403-1  
GRI 403-2  
GRI 403-3  
GRI 403-4  
GRI 403-5  
GRI 403-6  
GRI 403-7  
GRI 403-8  
GRI 403-9

## Sistema di gestione salute e sicurezza sul lavoro

Caleffi adotta un sistema di gestione per la Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro - ISO 45001:2018. Tale sistema è adottato per Caleffi e per la controllata Mirabello Cararra e copre pertanto la totalità dei dipendenti del Gruppo.

La politica di prevenzione in materia di salute e sicurezza del lavoro è attuata e resa operativa tramite l'impiego della direzione e il coinvolgimento del personale a tutti i livelli e funzioni interessate, secondo le procedure previste, al riguardo, dalla norma ISO 45001:2018.

Per garantire l'applicazione e l'efficacia delle misure in materia di salute e sicurezza sul lavoro Caleffi:

- adotta un approccio preventivo alla gestione delle problematiche relative alla sicurezza;
- riesamina periodicamente l'efficacia del sistema di gestione adottato attraverso la verifica del raggiungimento degli obiettivi e dei traguardi fissati allo scopo;
- promuove nel personale la conoscenza degli obiettivi, la consapevolezza dei risultati a cui tendere, l'accettazione delle responsabilità, le motivazioni e l'impegno individuale nella realizzazione del sistema; favorisce la partecipazione e la consultazione a tutti i livelli;
- comunica a tutte le parti interessate e a chi ne faccia richiesta la propria politica per la salute e sicurezza;
- impegna le risorse umane e finanziarie necessarie al raggiungimento degli obiettivi e all'attuazione dei programmi di miglioramento.

## Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti

La normativa di riferimento (in particolare il D.Lgs 81/08) definiscono le responsabilità, le attività, le scadenze. Le procedure ed i protocolli previsti dal sistema di gestione ISO 45001 prevedono al riguardo:

- adozione da parte dell'organizzazione di regole e procedure, aggiuntive rispetto alle mere prescrizioni legali, che abbiano ad oggetto i propri aspetti qualitativi ed i propri rischi per la salute e sicurezza;
- monitoraggio dell'andamento degli infortuni, dei quasi infortuni, delle malattie professionali e miglioramento della gestione;
- adozione di tutte le misure necessarie per limitare il verificarsi di condizioni di emergenza e gli eventuali impatti conseguenti;
- adozione di misure tese a eliminare, ove possibile, i pericoli e a ridurre i rischi per la salute e sicurezza;
- coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali e dell'intera organizzazione attraverso comportamenti proattivi.

Caleffi S.p.a. ha attuato dei processi per la verifica e il mantenimento delle

misure di prevenzione e protezione messe in atto per eliminare o ridurre i rischi strutturali e i rischi derivanti dalle attività lavorative. Queste verifiche avvengono tramite audit interni, monitoraggio da parte di preposti e responsabili e segnalazioni da parte del personale. Il sistema di comunicazione interno adotta un sistema sia orizzontale che verticale per il monitoraggio delle non conformità, con conseguente valutazione ed eliminazione delle stesse. Caleffi promuove la cultura della sicurezza sul lavoro attraverso la formazione, la quale viene svolta secondo i requisiti di legge insieme all'informazione e all'addestramento delle maestranze.

Quale parte della politica in materia di salute e sicurezza è stato redatto il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), dove sono stati individuati gli specifici fattori di rischio potenziale relativi a tali ambiti di riferimento operativi e il Documento di Valutazione dei Rischi Interferenti (DUVRI), dove sono stati valutati i "rischi interferenti" in relazione agli appalti. Viene inoltre periodicamente redatto ed aggiornato un documento che contiene il piano di lavoro e gli interventi di miglioramento (Piano di miglioramento).

## Servizi di medicina sul lavoro e promozione della salute dei lavoratori

Come previsto dal D.Lgs 81/08, è istituito un servizio di sorveglianza sanitaria (medico competente) con lo scopo di controllare lo stato di salute dei dipendenti e di esprimere il giudizio di idoneità alla mansione specifica cui il dipendente è assegnato.

## Welfare moda

Il sistema Welfare moda ha l'obiettivo di accompagnare gli iscritti nel presente con Sanimoda, garantendo prestazioni integrative al Servizio Sanitario Nazionale, e tutelarne il futuro con Previmoda e Previndai, costruendo una pensione integrativa a quella dell'INPS.

Welfare Moda è un insieme di **servizi** dedicati ai lavoratori del settore moda disciplinati dal Contratto Nazionale del Lavoro. Il ns. è il CCNL Tessile Abbigliamento SMI. È costituito:

- Da **Previmoda** fondo pensione del settore, costituito nel 1998 e avviato nel 2000;
- Dalla Polizza assicurativa in caso di decesso e invalidità permanente pagata dall'azienda, attiva dal 2014 solo per gli iscritti a Previmoda, che versano oltre al Tfr il contributo a proprio carico;
- Da Sanimoda, il fondo sanitario, la cui costituzione è avvenuta nel 2017 con l'avvio delle prestazioni nel 2018.

Da maggio 2018 è stata avviata una campagna per far comprendere l'importanza di questi strumenti di Welfare. Il progetto comprende:

- le assemblee formative nelle aziende, nelle sedi delle organizzazioni sindacali e di Confindustria
- la newsletter Welfare Moda, la quale viene inviata via email a tutti gli iscritti, approfondendo temi ogni volta differenti
- Materiali promozionali

Sanimoda è il Fondo di assistenza sanitaria integrativa per i lavoratori dell'industria della Moda. Sanimoda nasce dall'accordo sottoscritto in data 28 luglio 2017 tra le organizzazioni di categoria delle imprese e dei lavoratori. Ha natura paritetica, ovvero composta in parti uguali da rappresentanti di lavoratori e delle aziende, ed è contraddistinto dall'essere senza scopo di lucro: ogni iscritto è socio e sostiene la corretta gestione del Fondo.

L'obiettivo del Fondo è quello di supportare i bisogni e le necessità dei lavoratori, fornendo prestazioni di assistenza sanitaria integrative a quelle del Sistema Sanitario Nazionale (SSN). L'iscrizione dei lavoratori a Sanimoda è obbligatoria e automatica, pagata con un contributo mensile a carico dell'azienda. Possono registrarsi al fondo le aziende che, tra gli altri, applicano il CCNL Tessile abbigliamento industria.

Previmoda è il Fondo Pensione complementare a capitalizzazione per i lavoratori dell'industria Moda. L'obiettivo di Previmoda è costruire una pensione previdenziale volta ad integrare la pensione pubblica erogata dall'INPS.

Previndai è il Fondo Pensione dei dirigenti industriali il cui rapporto di lavoro è regolato dal CCNL sottoscritto da Confindustria e Federmanager.

## Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro

In applicazione del D.Lgs. 81/2008 Caleffi ha nominato come Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) una persona esterna. Tale figura, coordinando il servizio di prevenzione e protezione, si reca in azienda con regolare frequenza e si occupa della gestione della sicurezza negli ambienti lavorativi e dei rapporti con i diversi enti ed organismi di controllo e certificazione e si coordina con le rappresentanze dei lavoratori per la sicurezza e gli Amministratori.

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta elaborata nella riunione di riesame della Direzione, stabilisce degli obiettivi nel breve e nel medio termine, che vengono resi noti e condivisi a tutti i livelli dell'organizzazione. Le tematiche inerenti agli ambiti salute e sicurezza sono richiamate negli accordi integrativi

aziendali e vengono periodicamente tenuti degli incontri organizzati dal RSPP, i cui verbali vengono condivisi e sottoscritti dalle rappresentanze sindacali. L'azienda ha inoltre individuato e formalizzato, con annessa procura firmata da entrambi, un Delegato alla Sicurezza.

## Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro

Sono definiti e sottoscritti degli specifici accordi sindacali per la presentazione a Fondimpresa di piani formativi aziendali, che includono azioni formative in materia di sicurezza sul lavoro.

## Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali

Gli aspetti potenzialmente critici relativi alla salute e sicurezza sul lavoro che interessano le relazioni di natura commerciale sono affrontate da Caleffi secondo il seguente approccio:

- Monitoraggio e sensibilizzazione della catena di fornitura;
- Monitoraggio della catena di fornitura in merito alla qualità e possibili non conformità dei prodotti.
- Valutazione degli impatti sulla salute e sicurezza associati alla catena di fornitura;
- Promozione nei confronti delle parti interessate delle azioni che l'organizzazione intraprende e dei risultati che essa consegue nell'ambito della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro;

## Gli impatti e le misure Covid

Per garantire la tutela della salute dei lavoratori, Il Gruppo Caleffi ha definito ed applicato, per ogni azienda del Gruppo e i negozi diretti, un Protocollo di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro, allineato al protocollo condiviso con le parti sociali. Sono state disciplinate ed implementate le misure in merito alle:

- modalità di ingresso in azienda che per dipendenti e personale esterno avviene previo controllo green pass;
- precauzioni igieniche personali, ogni ufficio è stato dotato di igienizzante per le mani e spray disinfettante;
- tutto il personale è stato dotato di dispositivi di protezione individuale, ma-

schermine chirurgiche e mascherine FFP2 per quei dipendenti che svolgono attività dove non sempre è possibile mantenere il distanziamento sociale;

- pulizia e sanificazione degli ambienti aziendali;
- la gestione degli spazi comuni, le sale riunioni e gli uffici sono stati attrezzati con pareti in plexiglass;
- eventi interni e riunioni gestiti in modalità agile;
- la gestione di una persona sintomatica. Nel caso un soggetto sviluppi sintomi, questo dovrà informare il suo diretto superiore e l'ufficio del personale. Il soggetto verrà isolato come previsto dalle normative vigenti, tutto il personale con il quale è stato in contatto sarà messo sotto osservazione e saranno avvisate le autorità locali competenti.
- la sorveglianza sanitaria in azienda.
- la costituzione di un Comitato per l'applicazione e la verifica delle regole del protocollo di regolamentazione.
- Inoltre, per quanto riguarda i punti vendita diretti, è stato determinato per ogni negozio, in rapporto alla metratura, il numero massimo di clienti che possono accedere contemporaneamente; l'ingresso in negozio è consentito solo previo utilizzo della mascherina chirurgica ed igienizzazione delle mani. All'interno del negozio è prevista cartellonistica con la finalità di fornire informazioni in merito alle misure da adottare.

## Gli infortuni

Nel corso del 2021, così come nel precedente esercizio 2020, non si sono avuti infortuni sul lavoro.

Infortuni sul lavoro	2019	2020	2021
<b>Incidenti sul lavoro</b>			
Mortali	-	-	-
Incidenti gravi	-	-	-
Altri incidenti <sup>1</sup>	2	-	-
Totale incidenti registrati	2	-	-
Di cui: Incidenti in itinere	1	-	-
Giorni assenza per infortuni	176	-	-
Totale ore lavorate	228.168	209.964	235.752
<b>Indici infortuni</b>			
Indice Frequenza Infortuni (Nr infortuni/ore lavorate x 1.000.000)	6,5	-	-
Indice Gravità Infortuni (giorni assenza infortuni / ore lavorabili x 1.000)	0,57	-	-
<b>Infortuni-durata media</b>			
Durata media infortuni in gg da calendario (gg tot persi, festivi inclusi)	88	-	-

<sup>1</sup> Incidenti di durata inferiore a sei mesi

L'attuale sistema di rendicontazione di sostenibilità di Caleffi non prevede l'indicazione degli infortuni sul lavoro intervenuti presso quei fornitori che operano per lo svolgimento di attività loro affidate e sotto il controllo di Caleffi (nello specifico i lavoratori / façonisti). Tali informazioni non risultano al momento disponibili.



# 06

## L'ambiente

### Caleffi e l'ambiente

GRI 103-2 / GRI 103-3



Il Gruppo Caleffi è consapevole delle sfide e delle opportunità che il mercato impone e della necessità di fare scelte in linea con i principi di sviluppo sostenibile e tutela della sicurezza dei propri lavoratori. Caleffi ritiene pertanto di fondamentale importanza adottare un sistema di gestione integrato ambiente e sicurezza che permetta un miglioramento continuo dei processi in tema di prestazioni ambientali e prevenzione dell'inquinamento, tutela della salute e sicurezza dei lavoratori, nonché il soddisfacimento delle aspettative di tutte le parti interessate.

## La Politica Ambientale

**Conformità alle normative applicabili** - Rispetto delle leggi vigenti, degli accordi volontari e degli standard in materia ambientale definiti dal Gruppo.

**Minimizzazione dell'impatto ambientale** - Impegno a minimizzare il proprio impatto ambientale, a contribuire alla lotta al cambiamento climatico e a preservare il patrimonio naturale e la biodiversità mediante la riduzione dei consumi energetici e idrici, il non impiego di materie prime tossiche e/o sostanze potenzialmente pericolose, il contenimento della produzione di rifiuti e delle emissioni di gas a effetto serra e di altri inquinanti, la promozione dell'uso di fonti di energia rinnovabili; l'impiego di packaging più sostenibile.

**Gestione dei rischi ambientali** - Impegno a tenere costantemente sotto controllo i processi produttivi al fine di monitorarne e ridurre l'impatto sull'ambiente.

**Responsabilità condivisa** - Coinvolgimento attivo di tutti i dipendenti e collaboratori nell'implementazione della Politica Ambientale, erogando loro formazione e conoscenze necessarie per promuovere comportamenti consapevoli e responsabili a tutti i livelli.

**Coinvolgimento della catena di fornitura** - Impegno a rendere nota la Politica Ambientale a tutti i fornitori di beni e servizi nonché ai partner logistici, per contribuire congiuntamente alla riduzione dell'impatto ambientale.

**Trasparenza verso gli stakeholder** - Rendendo pubbliche in maniera trasparente le proprie performance economiche e ambientali, evidenziando i miglioramenti conseguiti o spiegando eventuali risultati inferiori rispetto alle attese.

Il Gruppo Caleffi implementa la propria Politica Ambientale con l'adozione di misure specifiche volte alla tutela dell'ambiente, che tengono conto di quanto previsto dai sistemi di gestione ISO 14001. Il Gruppo si impegna a monitorare regolarmente le proprie performance ambientali al fine di garantire la salvaguardia dell'ambiente e pianificare eventuali azioni di miglioramento. La Politica Ambientale si applica a tutte le società del Gruppo e a tutti i dipendenti, nonché a chiunque agisca per conto delle società stesse.

# La risorsa idrica

GRI 303-1  
GRI 303-2  
GRI 303-3

## I prelievi idrici

I prelievi di acqua di Caleffi avvengono dalla rete dell'acquedotto. Tali prelievi si riferiscono essenzialmente alle necessità per usi sanitari. Non ci sono infatti processi industriali che comportino un prelievo di acqua rilevante. Le politiche di utilizzo della risorsa idrica si ricollegano ai principi della politica ambientale complessiva di Caleffi.

**Stress idrico** - Lo stress idrico fa riferimento alla capacità o incapacità di soddisfare la domanda di acqua, sia umana che da parte degli ecosistemi nel loro complesso. Lo stress idrico può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua. Come strumento per la valutazione delle aree a stress idrico si è fatto riferimento all'Aqueduct Water Risk Atlas [wri.org/aqueduct](http://wri.org/aqueduct) del World Resources Institute. Il territorio di riferimento di Caleffi è classificato come area a stress idrico basso (Low 0-1).

Prelievi idrici / per fonte di prelievo (Megalitri)	2019	2020	2021
<b>Risorse idriche di terze parti (acquedotto)</b>			
Acqua dolce ( $\leq 1,000$ mg/L Totale Solidi Disciolti)	0,7	0,7	0,8
Altre tipologie di acqua ( $> 1,000$ mg/L Totale Solidi Disciolti)	-	-	-
<b>Totale in Megalitri</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>	<b>0,8</b>

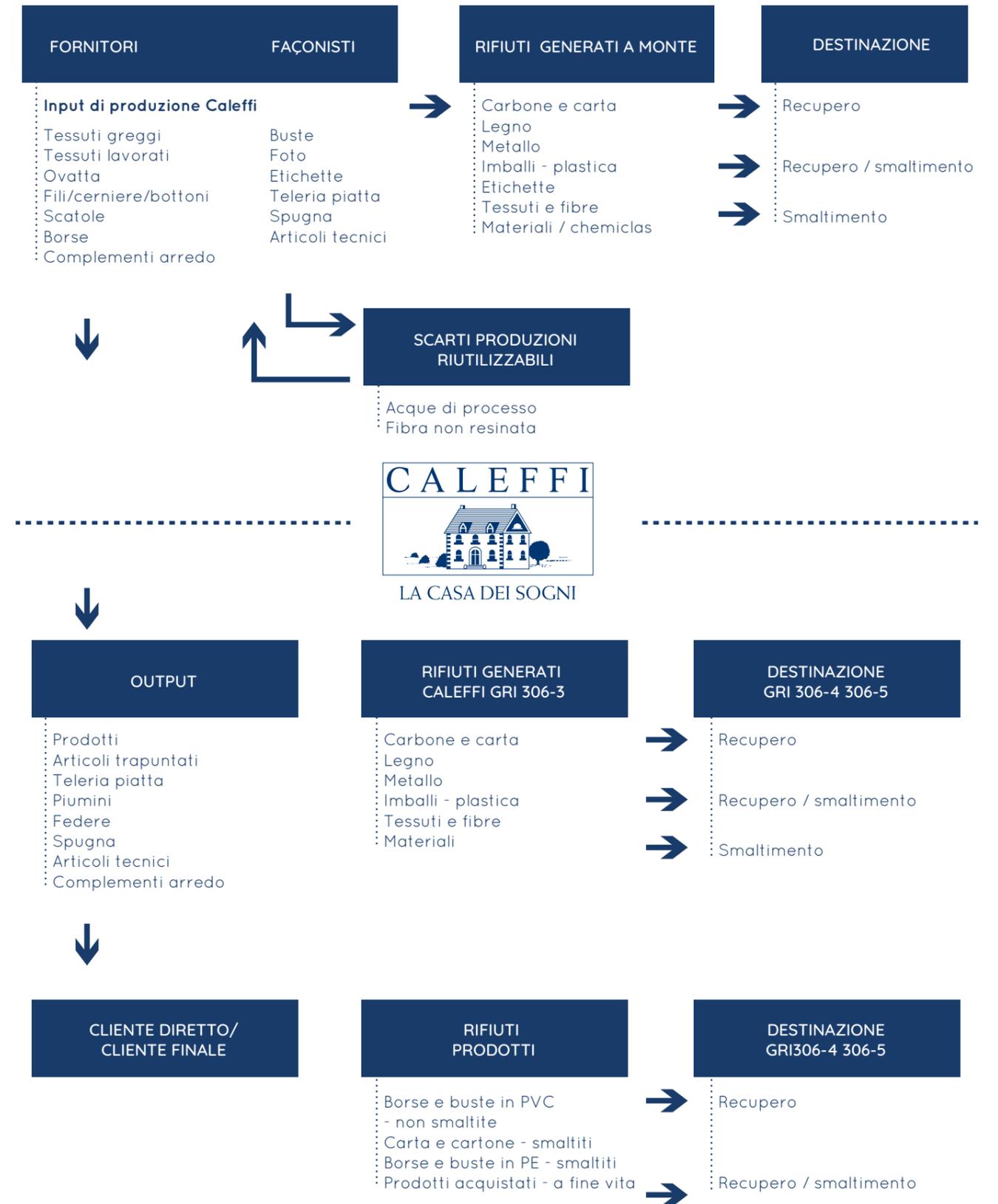
Gli scarichi sono gestiti secondo le normative vigenti e vengono utilizzati solamente per i servizi di natura sanitaria.

# Produzione e gestione dei rifiuti

## La gestione dei rifiuti

La gestione, raccolta e smaltimento dei rifiuti rappresenta una tematica di rilievo per Caleffi. Le politiche praticate da Caleffi, nel pieno rispetto della normativa vigente, prevedono, in modo sistematico, il recupero della maggior parte dei rifiuti prodotti. Tutti i tipi di rifiuti vengono trattati da aziende esterne, le quali si occupano del ritiro, riciclo o dell'eventuale smaltimento. Una quota significativa dei rifiuti di Caleffi deriva dalle attività di produzione e di magazzinaggio, che consistono in primo luogo nel materiale per imballaggi (carta e cartone) e scarti di lavorazione (rifiuti da fibre tessili lavorate).

Il flusso dei rifiuti, comprensivo della generazione a monte e a valle del processo produttivo, è rappresentato nel seguente grafico. Il settore è caratterizzato da un'elevata percentuale e tipologia di rifiuti e scarti di lavorazione destinati al recupero (riciclaggio e rigenerazione, per alcune fibre tessili).



## I rifiuti prodotti

I rifiuti generati direttamente da Caleffi attraverso i processi produttivi interni riguardano prevalentemente imballaggi plastica, legno e carta / cartone) e fibre tessili. La percentuale destinata a recupero dei rifiuti prodotti ha raggiunto nel 2021 il 94%. Nel triennio non vi sono stati rifiuti pericolosi. L'aumento della quantità di rifiuti prodotta nel 2021 è correlata all'aumento dei volumi di produzione e acquisto.

Rifiuti per categoria (Kg)	2019			2020			2021		
	Recupero	Smaltimento	Totale	Recupero	Smaltimento	Totale	Recupero	Smaltimento	Totale
<b>Rifiuti pericolosi</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Rifiuti non pericolosi</b>									
Imballaggi in plastica	13.700	-	13.700	10.640	-	10.640	14.840	-	14.840
Imballaggi in legno	8.140	-	8.140	8.000	-	8.000	28.000	-	28.000
Imballaggi misti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ferro e acciaio	14.000	-	14.000	-	-	-	3.000	-	3.000
Imballaggi in carta e cartone	85.520	-	85.520	86.800	-	86.800	121.940	-	121.940
Rifiuti da fibre tessile lavorate	27.796	-	27.796	22.949	-	22.949	37.060	-	37.060
Fanghi delle fosse settiche (SMALTITO)	-	9.910	9.910	-	12.000	12.000	-	-	-
Rifiuti liquidi acquosi contenenti adesivi e sigillanti	-	15.300	15.300	-	14.000	14.000	-	12.000	12.000
<b>Totale</b>	<b>149.156</b>	<b>25.210</b>	<b>174.366</b>	<b>128.389</b>	<b>26.000</b>	<b>154.389</b>	<b>204.840</b>	<b>12.000</b>	<b>216.840</b>
<b>Rifiuti a recupero %</b>			<b>86%</b>			<b>83%</b>			<b>94%</b>

Rifiuti / Recupero (Kg) - Totale per anno	2019			2020			2021		
	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale
<b>Rifiuti pericolosi</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Rifiuti non pericolosi</b>									
<b>Preparazione per riutilizzo</b>									
Rifiuti da fibra tessile lavorata	27.796	27.796	27.796	22.949	22.949	22.949	37.060	37.060	37.060
<b>Totale</b>	<b>27.796</b>	<b>27.796</b>	<b>27.796</b>	<b>22.949</b>	<b>22.949</b>	<b>22.949</b>	<b>37.060</b>	<b>37.060</b>	<b>37.060</b>
<b>Riciclaggio</b>									
Imballaggi in plastica	23.480	23.480	23.480	17.840	17.840	17.840	30.780	30.780	30.780
Imballaggi in legno	8.140	8.140	8.140	8.000	8.000	8.000	28.000	28.000	28.000
Imballaggi misti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ferro e acciaio	14.000	14.000	14.000	-	-	-	3.000	3.000	3.000
Imballaggi in carta e cartone	75.740	75.740	75.740	79.600	79.600	79.600	106.000	106.000	106.000
<b>Totale</b>	<b>121.360</b>	<b>121.360</b>	<b>121.360</b>	<b>105.440</b>	<b>105.440</b>	<b>105.440</b>	<b>167.780</b>	<b>167.780</b>	<b>167.780</b>
<b>Totale</b>	<b>149.156</b>	<b>149.156</b>	<b>149.156</b>	<b>128.389</b>	<b>128.389</b>	<b>128.389</b>	<b>204.840</b>	<b>204.840</b>	<b>204.840</b>

Rifiuti - Smaltimento (Kg)	2019			2020			2021		
	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale
<b>Rifiuti pericolosi</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Rifiuti non pericolosi</b>									
Fanghi delle fosse settiche	-	9.910	9.910	-	12.000	12.000	-	-	-
Rifiuti liquidi acquosi contenenti adesivi e sigillanti	-	15.300	15.300	-	14.000	14.000	12.000	-	12.000
<b>Totale</b>	<b>-</b>	<b>25.210</b>	<b>25.210</b>	<b>-</b>	<b>26.000</b>	<b>26.000</b>	<b>12.000</b>	<b>-</b>	<b>12.000</b>

# Energia, emissioni e cambiamenti climatici

## L'Unione Europea e le raccomandazioni della TCFD

L'informativa in materia di cambiamenti climatici viene di seguito riportata sulla base dello schema previsto dalle raccomandazioni della TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosures - del Financial Stability Board. Tale informativa richiama la Comunicazione della Commissione Europea Orientamenti sulla informazioni di carattere non finanziario: *Integrazione concernente la comunicazione di informazioni relative al clima* (2019/C 209/01), che costituisce un supplemento delle linee guida emesse dalla stessa Commissione per la rendicontazione non finanziaria prevista dalla Direttiva EU 95/2014 e contiene gli orientamenti (non vincolanti) per le informazioni da fornire da parte delle imprese in materia di cambiamenti climatici.

### Il sistema di rendicontazione di Caleffi

Aree	Informativa Caleffi
Scenari, Rischi e opportunità (modello di business)	Gli effetti dei cambiamenti climatici possono avere una ricaduta significativa sul settore del tessile e, di conseguenza sulle attività che caratterizzano Caleffi. L'aumento delle temperature eserciterà un effetto sulle scelte di acquisto legate a prodotti utilizzati per lo più nei mesi autunnali/invernali. Inoltre, le politiche di riduzione delle emissioni eserciteranno influenze sul settore della logistica e, in generale, sui fornitori del Gruppo. Caleffi non ha al momento sviluppato scenari specifici di medio-lungo periodo che quantifichino la resilienza e gli effetti economico-finanziari di un aumento delle temperature inferiore o uguale a 2 °C e uno scenario superiore a 2 °C. [Raccomandazione TCFD, strategia c]
Governance - politiche	Le competenze sono affidate direttamente al Consiglio di Amministrazione. Il riferimento specifico è la Politica per l'Ambiente (cap. 6).
Target	Caleffi ha previsto i seguenti obiettivi relativamente ai consumi energetici: 2022: 100% dell'energia elettrica utilizzata da fonti rinnovabili (44% nel 2021).
Performance - indicatori e metriche	L'attuale sistema di rendicontazione Caleffi fornisce le seguenti informazioni (GRI Standards): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumi di energia: diretta GRI 302-1</li> <li>• Emissioni dirette e indirette (GHG Scope 1 e Scope 2) GRI 305-1 / 305-2</li> <li>• Indici di intensità energia ed emissioni GRI 302-3 / GRI 305-4</li> </ul>

## I consumi energia

I dati dei consumi di energia vengono presentati in Giga Joule, misura prevista dai GRI Standards che ne consente la comparazione.

Energia consumata GJoule <sup>1</sup>	2019	2020	2021
<b>Energia Elettrica</b>			
Energia elettrica acquistata	1.683	1.878	2.239
Energia elettrica prodotta da impianto fotovoltaico	3.150	3.334	3.487
Meno: energia ceduta in rete	(1.641)	(1.817)	(1.696)
	<b>3.193</b>	<b>3.396</b>	<b>4.029</b>
Di cui da fonti rinnovabili	1.510	1.518	1.790
<b>Carburante</b>			
Diesel	1.941	1.354	1.643
<b>Gas metano</b>			
Gas metano	6.311	5.900	7.363
<b>Totale consumi</b>	<b>11.444</b>	<b>10.650</b>	<b>13.035</b>
<b>Di cui da fonti rinnovabili</b>	<b>1.510</b>	<b>1.518</b>	<b>1.790</b>
<b>Incidenza % energia da fonti rinnovabili</b>	<b>13,19%</b>	<b>14,25%</b>	<b>13,74%</b>

<sup>1</sup> Il Joule è unità di misura del lavoro e dell'energia ed è "pari al lavoro compiuto dalla forza di 1 newton per spostare un corpo di 1 m lungo la sua linea d'azione; si identifica con l'energia che si dissipa in 1 secondo sotto forma di calore" (Oxford Languages).

Gli andamenti dei consumi energetici sono stati influenzati dai seguenti principali aspetti:

- Energia elettrica: aumento dei consumi nel 2021 dovuto ad un aumento della produzione interna rispetto al 2020, per effetto dell'andamento delle vendite post lockdown e del conseguente aumento dell'attività produttiva.
- Carburante auto aziendali: nel 2021 i viaggi di lavoro sono aumentati rispetto al 2020 anche se non ancora ai livelli pre-pandemia.
- Metano: il consumo di gas metano è aumentato a seguito dell'aumento della produzione interna.

Si segnala che l'energia prodotta da fonti rinnovabili dell'azienda è superiore all'energia acquistata in rete.

### Progetti attuati per la riduzione dei consumi di energia

Nel 2012 il Gruppo Caleffi ha realizzato un impianto fotovoltaico della potenza di 1 MGW sulla copertura aerea del proprio opificio. L'operazione, dal costo complessivo di Euro 2 milioni, ha permesso anche di eliminare le coperture esistenti in amianto, bonificando quindi l'intera struttura. L'installazione permette di produrre energia elettrica da fonte rinnovabile al servizio del pro-

cesso produttivo. L'energia non consumata internamente e non accumulabile viene immessa in rete e venduta al gestore. Nell'ottica di massimizzare l'energia prodotta da fonte rinnovabile, nel 2020 è stato introdotto un sistema di monitoraggio dell'impianto fotovoltaico con sensore di temperatura e di irraggiamento dei moduli.

## Intensità dei consumi di energia

Intensità energetica	Unità	2019	2020	2021
Consumi energia	GJ	11.444	10.650	13.035
Ore lavorate	h	228.168	209.964	235.752
Indice intensità		50,16	50,72	55,29

Il trend degli indici riflette i consumi energetici del periodo, in particolare dell'aumento dei consumi energetici nel 2021 a seguito dell'aumento dei volumi di produzione, dinamica più accentuata rispetto a quella dell'aumento delle ore lavorate.

## Emissioni

### Emissioni dirette e indirette: GHG Scope 1 - Scope 2

Il dato delle emissioni è riportato in tonnellate equivalenti di anidride carbonica (t CO<sub>2</sub>e) e si riferisce alle emissioni dirette (Scope 1 GHG - Greenhouse Gas), unitamente a quelle indirette associate ai consumi dell'energia elettrica acquistata dalla rete (GHG Scope2).

Caleffi non ha al momento stipulato specifici contratti di acquisto di energia elettrica che garantiscano un determinato mix di utilizzo delle fonti primarie di energie per la produzione di energia elettrica, così come non sono in essere contratti di fornitura con Garanzia di Origine (GO), certificazione elettronica che attesta l'origine rinnovabile delle fonti utilizzate per la produzione di energia elettrica. Di conseguenza il calcolo delle emissioni indirette da consumo di energia elettrica (GHG - Scope 2) è stato effettuato secondo l'approccio "Location-based".

Nel mese di novembre 2021 è stato sottoscritto un contratto per la fornitura di energia elettrica proveniente da esclusivamente da fonti rinnovabili con

garanzia d'origine e a partire dal 1 gennaio 2022 il Gruppo Caleffi utilizzerà esclusivamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

Emissioni GHG Scope 1 tCO <sub>2</sub> e	2019	2020	2021
Carburante/Diesel	138,3	94,7	113,4
Gas metano	316,3	297,1	370,6
<b>Totale</b>	<b>454,6</b>	<b>391,8</b>	<b>484,0</b>
Emissioni GHG Scope 2 (Location based) tCO <sub>2</sub> e	2019	2020	2021
Energia elettrica acquistata (Scope 2)	125,3	134,6	160,4
<b>Totale emissioni GHG Scope 1 / Scope 2</b>	<b>579,9</b>	<b>526,4</b>	<b>644,4</b>

#### FONTI

Metano: Ministero Ambiente Italia - Parametri Nazionali EU ETS - Italia :: News (minambiente.it)

Carburanti:- DEFRA UK -Greenhouse gas reporting: conversion factors 2021 - GOV.UK (www.gov.uk)

Energia elettrica: - ISPRA - Ministero Ambiente - ISPRA Efficiency & decarbonization indicators ITA Europe 346-2021 Tab 2 31 - Efficiency and decarbonization indicators for total energy consumption and power sector. Comparison among Italy and the biggest European countries - English

L'andamento delle emissioni e dei relativi indici risulta coerente con quelle dei consumi energetici.

Intensità emissioni	Unità	2019	2020	2021
Totale GHG emissioni Scope 1 + Scope 2	t CO <sub>2</sub> e	579,9	526,4	644,4
Ore lavorate	h	228.168	209.964	235.752
Indice intensità		2,54	2,51	2,73

Si evidenzia che Caleffi non ha ancora definito tempi e modalità del processo di raccolta dei dati sui consumi di energia indiretta e, di conseguenza, la possibilità di calcolare il dato relativo alle emissioni GHG Scope 3. In considerazione della natura dell'attività, gli ambiti di analisi riguardano principalmente quelli legati ai cicli di lavorazione in outsourcing/façonisti ed alla rete distributiva e logistica.

# GRI Content Index

## Indice dei contenuti GRI

Ove non diversamente specificato, sono stati utilizzati i GRI Standards pubblicati nel 2016. Per l'informativa sui temi "Acqua" e "Salute e sicurezza sul lavoro" sono stati rispettivamente utilizzati i GRI 303 Acqua e scarichi e GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro, pubblicati nel 2018 e di applicazione obbligatoria a partire dalla rendicontazione riferita all'esercizio 2020. In materia di imposte il riferimento è al GRI 207 Imposte (pubblicato nel 2019). A partire dal presente Bilancio di sostenibilità è stata infine adottata la versione aggiornata del GRI 306 Rifiuti pubblicata nel 2020.

GRI Sustainability Reporting Standard		Riferimenti Capitolo / Paragrafo	Note Applicazione standard
<b>102</b>	<b>INFORMATIVA GENERALE</b>		
	<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>		
<b>102-1</b>	Nome dell'organizzazione	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi	
<b>102-2</b>	Attività, marchi, prodotti e servizi	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi 02 Il modello business e i prodotti / I brand Caleffi 02 Il modello business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	
<b>102-3</b>	Luogo della sede principale	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi	
<b>102-4</b>	Luogo delle attività	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi 02 Il modello business e i prodotti / La produzione	
<b>102-5</b>	Proprietà e forma giuridica	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi	
<b>102-6</b>	Mercati serviti	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi 02 Il modello business e i prodotti / Il cliente	
<b>102-7</b>	Dimensione dell'organizzazione	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi	
<b>102-8</b>	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	05 Le risorse umane / I dipendenti	
<b>102-9</b>	Catena di fornitura	02 Il modello business e i prodotti / I fornitori - Responsabilità e Sostenibilità della filiera	
<b>102-10</b>	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Caleffi	
<b>102-11</b>	Principio di precauzione	03 La Governance / La gestione dei rischi	
<b>102-12</b>	Iniziative esterne	03 La Governance / Il governo dell'impresa	
<b>102-13</b>	Adesione ad associazioni	03 La Governance / Il governo dell'impresa	
	<b>STRATEGIA</b>		
<b>102-14</b>	Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli stakeholder	
<b>102-15</b>	Impatti chiave, rischi e opportunità	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Mercati e strategia 03 La Governance / La gestione dei rischi	
	<b>ETICA ED INTEGRITÀ</b>		
<b>102-16</b>	Valori, principi, standard e norme di comportamento	03 La Governance / La gestione responsabile del business	
	<b>GOVERNANCE</b>		
<b>102-18</b>	Struttura della governance	03 La Governance / La gestione responsabile del business	
	<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>		
<b>102-40</b>	Elenco dei gruppi di stakeholder	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità	
<b>102-41</b>	Accordi di contrattazione collettiva	05 Le risorse umane / Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale	

GRI Sustainability Reporting Standard	Riferimenti Capitolo / Paragrafo	Note Applicazione standard
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
<b>PRATICHE DI RENDICONTAZIONE</b>		
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Nota metodologica
102-47	Elenco dei temi materiali	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
102-48	Revisione delle informazioni	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
102-49	Modifiche nella rendicontazione	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
102-50	Periodo di rendicontazione	Nota metodologica
102-51	Data del report più recente	Nota metodologica
102-52	Periodicità di rendicontazione	Nota metodologica
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Nota metodologica
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Nota metodologica
102-55	Indice dei contenuti del GRI	GRI Content Index
102-56	Assurance esterna	Bilancio di sostenibilità non assoggettato a revisione
<b>103 MODALITA' DI GESTIONE</b>		
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	01 Identità, Strategia e Sostenibilità / Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	02 Il modello business e i prodotti / I fornitori - Responsabilità e Sostenibilità della filiera 03 La Governance / La gestione responsabile del business
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	05 Le risorse umane / Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale 06 L'ambiente / Caleffi e l'ambiente
<b>GRI 200 TEMI ECONOMICI</b>		
<b>201 PERFORMANCE ECONOMICHE</b>		
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	04 I risultati economico-finanziari / Il valore economico generato e distribuito

GRI Sustainability Reporting Standard	Riferimenti Capitolo / Paragrafo	Note Applicazione standard
<b>204 PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO</b>		
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	02 Il modello business e i prodotti / Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico
<b>205 ANTICORRUZIONE</b>		
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	03 La Governance / La gestione responsabile del business
<b>206 COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE</b>		
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance
<b>207 IMPOSTE - 2019</b>		
207-1	Approccio alla fiscalità	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance
207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance
207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance
207-4	Rendicontazione Paese per Paese	Il Gruppo Caleffi ha sede esclusivamente in Italia
<b>GRI 300 TEMI AMBIENTALI</b>		
<b>301 MATERIALI</b>		
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	02 Il modello business e i prodotti / I materiali delle collezioni
<b>302 ENERGIA</b>		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	06 L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici
302-3	Intensità energetica	06 L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici
<b>303 ACQUA E SCARICHI IDRICI - 2018</b>		
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	06 L'ambiente / La risorsa idrica
302-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	06 L'ambiente / La risorsa idrica
303-3	Prelievo idrico	06 L'ambiente / La risorsa idrica
<b>305 EMISSIONI</b>		
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	06 L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	06 L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici
305-4	Intensità delle emissioni di GHG	06 L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici

GRI Sustainability Reporting Standard	Riferimenti Capitolo / Paragrafo	Note Applicazione standard
<b>306 RIFIUTI - 2020</b>		
<b>306-1</b> Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	06 L'ambiente / Produzione e gestione dei rifiuti	
<b>306-2</b> Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	06 L'ambiente / Produzione e gestione dei rifiuti	
<b>306-3</b> Rifiuti prodotti	06 L'ambiente / Produzione e gestione dei rifiuti	
<b>306-4</b> Rifiuti non destinati a smaltimento	06 L'ambiente / Produzione e gestione dei rifiuti	
<b>306-5</b> Rifiuti destinati allo smaltimento	06 L'ambiente / Produzione e gestione dei rifiuti	
<b>307 COMPLIANCE AMBIENTALE</b>		
<b>307-1</b> Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	
<b>308 VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI</b>		
<b>308-1</b> Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	02 Il modello business e i prodotti / I fornitori - Responsabilità e Sostenibilità della filiera	
<b>GRI 400 TEMI SOCIALI</b>		
<b>401 OCCUPAZIONE</b>		
<b>401-1</b> Nuove assunzioni e turnover	05 Le risorse umane / I dipendenti	
<b>401-3</b> Congedo parentale	05 Le risorse umane / I dipendenti	
<b>403 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO - 2018</b>		
<b>403-1</b> Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	05 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-2</b> Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	05 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-3</b> Servizi di medicina sul lavoro	5 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-4</b> Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-5</b> Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-6</b> Promozione della salute dei lavoratori	5 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-7</b> Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	5 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	
<b>403-8</b> Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	

GRI Sustainability Reporting Standard	Riferimenti Capitolo / Paragrafo	Note Applicazione standard
<b>403-9</b> Infortuni sul lavoro	05 Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	L'attuale sistema di rendicontazione di sostenibilità di Caleffi non prevede l'indicazione degli infortuni presso quei fornitori che operano per lo svolgimento di attività loro affidate e sotto il controllo di Caleffi
<b>404 FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>		
<b>404-1</b> Ore medie di formazione annua per dipendente	05 Le risorse umane / La formazione	
<b>405 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>		
<b>405-1</b> Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	05 Le risorse umane / I dipendenti 03 La Governance / Il governo dell'impresa	
<b>414 VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI</b>		
<b>414-1</b> Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	02 Il modello business e i prodotti / I fornitori - Responsabilità e Sostenibilità della filiera	
<b>416 SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI</b>		
<b>416-1</b> Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi.	02 Il modello business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	
<b>416-2</b> Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	
<b>417 MARKETING ED ETICHETTATURA</b>		
<b>417-1</b> Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	02 Il modello business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	
<b>417-2</b> Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	
<b>417-3</b> Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	
<b>418 PRIVACY DEI CLIENTI</b>		
<b>418-1</b> Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	
<b>419 COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA</b>		
<b>419-1</b> Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	03 La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	