

Bilancio di Sostenibilità

2020



01 Identità, Strategia e Sostenibilità

- 5 Lettera agli Stakeholder
- 6 Dati di sintesi
- 7 Nota Metodologica

- 8 Caleffi
- 14 Mercati e Strategia
- 23 Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità

02 Il modello di Business e i prodotti

- 32 I brand Caleffi
- 36 Il prodotto: ricerca, qualità e sicurezza
- 39 I fornitori - responsabilità e sostenibilità della filiera
- 46 La produzione
- 48 Il cliente
- 52 Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico

03 La governance

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

I risultati economico-finanziari

- 74 Il Valore economico generato e distribuito
- 77 Gli investimenti

Le risorse umane

- 78 Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale
- 85 I dipendenti
- 89 La formazione
- 91 Salute e sicurezza sul lavoro

L'ambiente

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

- 110 GRI Content Index: Indice dei Contetuti GRI



Guido Ferretti
Consigliere Delegato Corporate

|

Lettera agli stakeholder

GRI 102-14

In Europa e nel Mondo, la Sostenibilità è un elemento che sta caratterizzando e caratterizzerà sempre più il modo di fare impresa e business.

Dal 2004, quando Caleffi ha approvato il suo primo codice di condotta, formalizzando in un unico documento i valori e l'impegno "etico" cui la società si ispira nella conduzione degli affari, la sostenibilità è stata parte integrante della governance di Gruppo, con il diretto coinvolgimento del Top Management.

Quest'anno il Gruppo Caleffi pubblica il suo primo Bilancio di Sostenibilità, con l'obiettivo principale di creare uno strumento informativo a beneficio di tutti gli stakeholder, per renderli consapevoli degli impatti che il Gruppo genera non solo sul piano economico ma, anche, ambientale e sociale.

La Sostenibilità sta diventando sempre più elemento di creazione di valore e leva competitiva di differenziazione sul mercato, per effetto delle ricadute sull'immagine dell'Azienda e del marchio.

Nel 2020 il Gruppo Caleffi ha realizzato un fatturato pari ad Euro 56 milioni, in crescita del 12,5%, risultato che riteniamo di grande valore, poiché conseguito in un anno reso estremamente difficile dalla pandemia Covid 19 e dalle conseguenti misure di contenimento intraprese dalle Pubbliche Autorità. Il Gruppo fin da subito ha attuato un Piano di Emergenza che ha messo al primo posto la tutela della salute e sicurezza dei propri lavoratori, al fine di poter continuare a fare business nella massima sicurezza possibile. Determinante la fattiva collaborazione di tutti i collaboratori a cui va il più sentito ringraziamento per gli sforzi e la professionalità dimostrata.

Con grande soddisfazione abbiamo infine appreso di essere stati inseriti nel 2020 fra le 100 aziende italiane con la migliore reputazione, riconoscimento ottenuto dalla ricerca Merco condotta da Ales Market Research.

Dati di sintesi

Dati di sintesi	unità di misura	2018	2019	2020
Sviluppo sociale ed economico della comunità locale				
Valore generato	Euro mil	51,7	50,8	56,6
Valore distribuito	Euro mil	51,6	47,8	49,9
Incidenza servizi e lav. in Lombardia (territorio)	% sul tot	85%	87%	90%
Governance				
Sistema di gestione	Sistema di gestione Integrato qualità, salute e sicurezza sul lavoro ISO 9001:2015; ISO 45001:2018			
Lotta ai cambiamenti climatici				
Energia consumata	GJoule	12.259	11.444	10.665
Energia rinnovabile su totale	%	12,53%	13,19%	14,37%
Emissioni GHG dirette Scope 1 + indirette Scope 2	tCO2e	645	595	547
Implementazione modello di economia circolare				
Rifiuti prodotti	t	236	174	154
Certificazione di prodotto	Oeko-tex® Confidence in Textiles-Standard 100 (Mirabello Carrara dal 2014)			
Certificazioni prodotti acquistati da fornitori				
• Oeko-Tex® Confidence in Textiles-Standard 100		✓	✓	✓
• GOTS (Global Organic Textile Standard)		✓	✓	✓
Promozione Supply Chain responsabile				
Fornitori sottoposti audit sociale / ambientale	% a valore			56%
Valorizzazione delle persone e della diversità				
Dipendenti	Nr	162	157	154
Diversity - Dipendenti genere femminile	%	75%	76%	73%
Dipendenti con contratto a tempo indeterminato	%	99,4%	100,0%	99,4%
Salute sicurezza sul lavoro – Infortuni (non gravi)	Nr	2	2	-

Nota Metodologica

GRI 102-45 GRI 102-46 GRI 102-50 GRI 102-51 GRI 102-52 GRI 102-53 GRI 102-54

Il presente documento rappresenta il primo 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”). Il documento contiene le informazioni relative ai temi economici, ambientali e sociali, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte da Caleffi.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è redatto su base volontaria e non rappresenta una DNF: Caleffi non ricade infatti 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 Bilancio di Sostenibilità è stato redatto rendicontando una selezione dei “GRI Sustainability Reporting Standards” pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), come indicato nel GRI Content Index del presente documento, secondo l’opzione di rendicontazione “Referenced”.

I principi generali applicati per la redazione della Bilancio di Sostenibilità sono quelli stabiliti 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 dagli standard di rendicontazione adottati, 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 degli stessi, come descritto nel paragrafo “Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità”. Nelle diverse sezioni del Bilancio di Sostenibilità sono segnalate le informazioni quantitative per le quali è stato fatto ricorso a stime.

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative si riferisce alla performance della capogruppo Caleffi S.p.A. e della società controllata Mirabello Carrara S.p.A., consolidata integralmente nel bilancio consolidato di Gruppo al 31 dicembre 2020.

Il Bilancio di sostenibilità è redatto con cadenza annuale. Al fine di permettere il confronto dei dati nel tempo e la valutazione dell’andamento delle attività di Caleffi sono presentati, a fini comparativi, i dati relativi ai due esercizi precedenti.

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 stata approvato dal Consiglio di Amministrazione di Caleffi S.p.A. in data 30 marzo 2021 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. Per richiedere maggiori informazioni in merito è possibile rivolgersi all’indirizzo esg@caleffi.it

01

Identità, strategia e sostenibilità

Caleffi

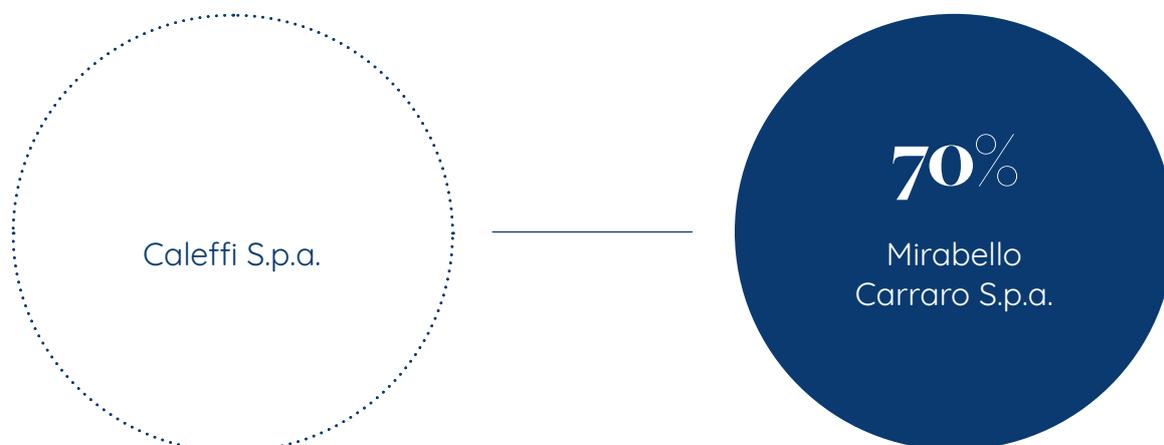
GRI 102-1 GRI 102-2 GRI 102-3 GRI 102-4 GRI 102-5
GRI 102-6 GRI 102-7

Caleffi è attiva dagli anni Sessanta nel design, nella produzione e nella commercializzazione di articoli tessili per la casa di elevata qualità con marchi sia propri sia in licenza. I prodotti Caleffi si contraddistinguono per un elevato 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 2020 Euro 56,1 milioni di ricavi, con 154 dipendenti al 31 dicembre 2020.

Ricavi per business unit (Euro/000)

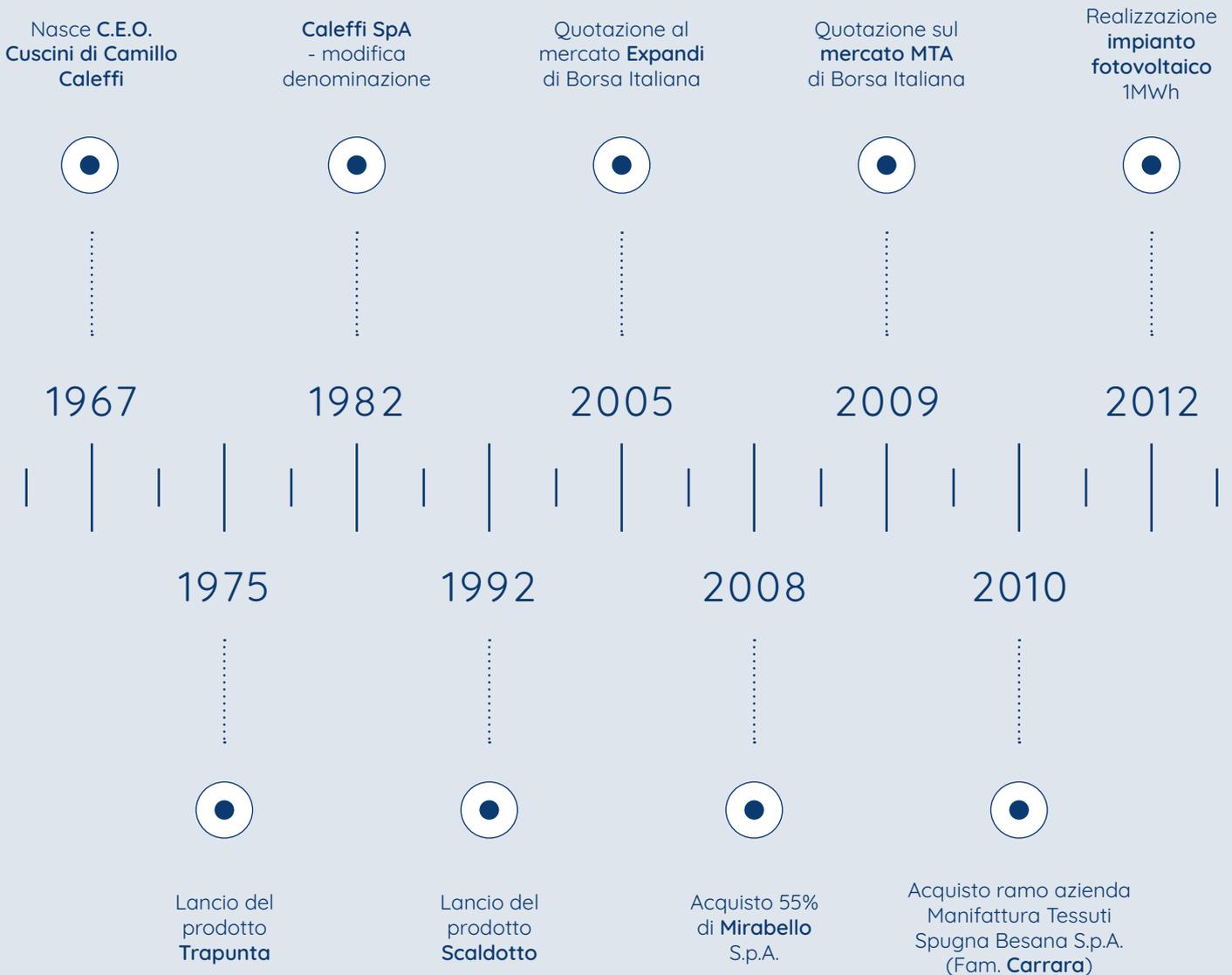
	2018		2019		2020	
	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
Caleffi	38.442	75,9 %	38.249	76,8 %	45.077	80,4%
Mirabello Carrara	14.195	28,0 %	13.466	27,0 %	12.686	22,6%
Operazioni infragruppo	(2.001)	(3,9%)	(1.922)	(3,8%)	(1.705)	(3,0%)
Totale	50.616	100,0%	49.793	100,0%	56.058	100,0%

Ricavi per area geografica (Euro/000)

	2018		2019		2020	
	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
Italia	46.478	91,8 %	46.589	93,6%	52.590	93,8%
UE	1.884	3,7 %	1.391	2,8 %	1.057	1,9%
Extra UE	2.254	4,5 %	1.813	3,6%	2.411	4,3%
Totale	50.616	100,0%	49.793	100,0%	56.058	100,0%

La storia e la struttura

Dalla sua fondazione, nel 1967, l'obiettivo di Caleffi è stato quello di rafforzare la propria posizione competitiva, anche attraverso processi di acquisizione e diversificazione.



Caleffi

Il percorso di Caleffi si identifica con l'evoluzione del prodotto "biancheria per la casa": dall'originario concetto di corredo, tradizionalmente classico ed immutabile, al concetto di biancheria dall'uso disinvolto e fuori dagli schemi, che segue i tempi e le mode all'interno di un "progetto casa" globale. A partire dalla fine degli anni Ottanta, Caleffi ha integrato la propria offerta, attraverso l'introduzione di prodotti con marchi di terzi in licenza.

Caleffi, ha sede in Viadana (MN) ed opera nel settore dell'arredo tessile e biancheria per la casa, attraverso la produzione e commercializzazione con marchi propri e su licenza di articoli che coprono diversi segmenti di mercato.

LETTO

Coperture
trapuntate e non
- teleria - accessori
e articoli tecnici

BAGNO E MARE

Spugna

ARREDO TESSILE

CUCINA E TAVOLA

La gamma dei prodotti Caleffi

Trapunte e copriletti



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: l'attenzione posta alla componente design, il costante rinnovamento delle collezioni, la ricerca dei materiali, l'uso del colore, gli standard qualitativi, la differenziazione delle linee per fasce di mercato e segmenti di consumo, avvicinano la produzione Caleffi al mondo della moda.

Mirabello Carrara

Mirabello Carrara S.p.A. con sede a Meda (MB), controllata al 70% da Caleffi, 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, è 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 più prestigiosi Department Store Internazionali.

L'offerta Mirabello

Lenzuola e Copripiumini



Trapunte e Copriletti



Accessori per il letto



Collezioni in spugna



Complementi d'arredo



Collezione tavola e cucina



Mercati e Strategia

GRI 102-2 GRI 102-15

Scenari e prospettive

Lo scenario internazionale, già debole, si è ulteriormente indebolito per effetto della diffusione nel 2020 del Coronavirus, che ha comportato negozi chiusi, restrizioni per muoversi, perdita di posti di lavoro e inevitabile impatto di questi elementi sui consumi.

Estremamente positivo però l'effetto indiretto 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 hanno scalato diverse posizioni nella 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. La chiusura forzata dei punti vendita non alimentari ha infine dato una ulteriore spinta all'e-commerce, attraendo nuovi utenti che in gran parte resteranno anche negli anni a venire e con una impennata di acquisti senza precedenti che ha fatto balzare il canale a livelli che si stimava potessero essere raggiunti solo fra qualche anno.

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. La grande incognita di questo scenario sarà la ripresa economica, che condiziona in modo decisivo l'andamento degli acquisti non alimentari nel futuro. Nel 2021 sono previste forti crescite della disoccupazione e della cassa integrazione e quindi il potere d'acquisto delle famiglie sarà ridotto per minore liquidità e per ragioni di prudenza rispetto al rischio di povertà atteso.

Le conseguenze economiche e sociali dell'emergenza sanitaria Covid-19 rappresentano ovviamente un motivo di preoccupazione per gran parte dei consumatori, ma, considerati da un lato la centralità assunta dalla casa, la riscoperta di attività domestiche, gli incentivi fiscali confermati dal governo italiano per ristrutturazioni e risparmio energetico, e dall'altro, il grande apprezzamento riservato a prodotti e brand del Gruppo Caleffi, sono prevedibili buone performance per il 2021 pur nella difficoltà della situazione generale.

La strategia Caleffi – Linee guida e piano di sostenibilità

Caleffi ha come obiettivo strategico primario il posizionamento in nuovi segmenti dell'home fashion, con un modello di offerta orientato al fast fashion. Per il raggiungimento di tale obiettivo, Caleffi ha definito le seguenti linee strategiche, integrate e coerenti con gli obiettivi del piano di sostenibilità:

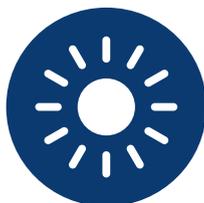
- Creazione e sviluppo di **valore sostenibile nel tempo** (sviluppo commerciale, brand e marketing strategico, offerta prodotti, trade e consumer marketing);
- **Razionalizzazione** dei costi lungo la supply chain;
- Sviluppo di progetti in chiave **sostenibilità**;
- **Assetto organizzativo** a supporto delle sfide future.

Il Gruppo ritiene fondamentale perseguire i propri obiettivi strategici secondo un modello di business sostenibile, che punti a generare risultati economici e finanziari positivi, ma che, nello stesso tempo, sia in grado di promuovere il benessere delle persone e rispondere alle esigenze ambientali e sociali. La sostenibilità diviene in questo modo parte integrante dei piani strategici pluriennali e dei budget annuali.



Il piano di sostenibilità di Caleffi si basa su cinque priorità:

01



Lotta ai cambiamenti climatici

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, ed in particolare nella mitigazione degli impatti derivanti da tali cambiamenti, si concretizza attraverso azioni finalizzate alla produzione e all'uso di energie rinnovabili, alla minimizzazione delle emissioni generate dalle attività produttive, commerciali e logistiche.

.....

Obiettivo:
Ridurre le emissioni di CO2

02



Economia circolare

Il concetto di economia circolare risponde al desiderio di crescita sostenibile, nel quadro di una pressione crescente a cui sono sottoposte le risorse naturali e l'ambiente. La transizione verso un'economia circolare sposta 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.

.....

Obiettivo:
Creare prodotti più sostenibili per l'ambiente

03



Promozione Supply Chain responsabile

Caleffi ha come obiettivo la promozione della strategia di sostenibilità alla intera catena di approvvigionamento, espandendo logiche e programmi di sostenibilità anche ai fornitori.

Obiettivo:
Tracciabilità dei materiali e della catena di fornitura e delle materie prime

04



Salute e benessere delle persone

Per raggiungere lo sviluppo sostenibile è fondamentale promuovere salute e benessere per tutti e a tutte le età e un lavoro dignitoso, più inclusivo e senza discriminazioni di ogni genere.

Obiettivo:
Valorizzazione delle persone e della diversità

05



Sviluppo sociale ed economico della comunità

Supporto al territorio e alle comunità locali, con iniziative e contributi volti alla valorizzazione economica, sociale e culturale del territorio in cui il Gruppo opera.

Obiettivo:
Creare valore per la comunità locale

Gli SDGs Obiettivi di sviluppo sostenibile – Il primo impegno di Caleffi

La definizione delle priorità del piano di sostenibilità e delle conseguenti azioni è stata effettuata anche attraverso l'analisi preliminare degli SDGs (Sustainable Development Goals – SDG), parte integrante dell'Agenda 2030 della Nazioni Unite.

L'analisi della coerenza del Piano di sostenibilità con gli SDG ha consentito di identificare alcuni SDG rispetto ai quali è stato al momento ritenuto più significativo l'impatto ed il contributo di Caleffi. Gli SDG prioritari vengono di seguito evidenziati, insieme a driver, obiettivi ed azioni del Piano di sostenibilità di Caleffi.

Attraverso l'utilizzo dello strumento SDGs Caleffi ha inteso assumere un impegno specifico per contribuire al raggiungimento degli obiettivi globali fissati dall'Agenda 2030. Tale impegno e le conseguenti azioni saranno oggetto di un approfondimento nel corso del 2021, coerentemente con il percorso di sostenibilità di Caleffi.

Driver Piano di sostenibilità Caleffi

SDG

Obiettivo

Azioni e ambiti di impatto

Lotta ai cambiamenti climatici



Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico

Riduzione consumi energia ed emissioni

- Aumento della quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale.
- Progressiva sostituzione dei sistemi di illuminazione tradizionale con lampade a Led nelle sedi aziendali e in tutti i negozi diretti del Gruppo.
- Avvio di soluzioni logistiche a minor impatto ambientale.



Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.

Economia circolare



Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

Creare prodotti più sostenibili per l'ambiente

- Introduzione di materiali riciclati nel processo produttivo.
- Eliminazione di coloranti e altre sostanze tossiche e/o nocive per l'uomo e l'ambiente.
- Riutilizzo di ritagli e cascami di lavorazione.
- Utilizzo di packaging a basso impatto ambientale, con drastica limitazione delle plastiche convenzionali monouso.
- Utilizzo di packaging sostenibili nei processi logistici.



Vita sott'acqua

Proteggere i mari e le risorse marine mediante iniziative quali la riduzione dell'utilizzo di plastiche monouso

- Riduzione sostanziale di rifiuti attraverso la prevenzione, il riciclo e il riutilizzo dei materiali.
- Riduzione dell'utilizzo di carta (per la stampa)

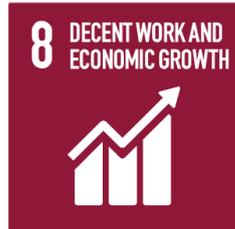
Driver Piano di sostenibilità Caleffi

SDG

Obiettivo

Azioni e ambiti di impatto

Promozione Supply Chain responsabile

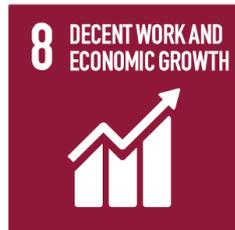


Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Tracciabilità della catena di fornitura e delle materie prime

- Qualifica e selezione della filiera di fornitura in base a criteri di conformità con il Codice di Condotta Caleffi.
- Valorizzare lo sviluppo professionale delle persone nel rispetto dei diritti umani e rispetto delle politiche ambientali.
- Assicurare ambienti di lavoro rispettosi di salute, sicurezza e diritti umani.
- Trasparenza e tracciabilità dei materiali e della supply chain.

Salute e benessere delle persone



Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Valorizzazione delle persone e della diversità

- Sistemi di gestione salute e sicurezza ISO 45001.



Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni.

- Aumento ore di formazione.
- Piani carriera.
- Equità e parità di genere anche nei pacchetti retributivi.
- Sviluppo del lavoro agile.
- Iniziative di Welfare aziendale.



Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne

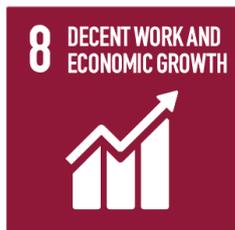
Driver Piano di sostenibilità Caleffi

SDG

Obiettivo

Azioni e ambiti di impatto

Sviluppo sociale ed economico della comunità



Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Creare valore per la comunità locale

- Supporto al territorio e alla comunità.
- Iniziative e contributi volti alla valorizzazione economica, sociale e culturale del territorio in cui il Gruppo opera.





Gli Impatti Caleffi - Analisi di materialità

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

Il ruolo degli stakeholder

Il coinvolgimento ed il confronto con gli stakeholder (stakeholder engagement) è fondamentale per comprendere e rispondere alle loro esigenze ed aspettative, definire obiettivi e favorire il processo decisionale.

Gli stakeholder sono i soggetti (individui o gruppi) espressione di interessi diversi nei confronti di un'impresa e con i quali la stessa interagisce nello svolgimento della propria attività.

Il sistema di relazioni di Caleffi con i propri stakeholder è legato alle diverse categorie di soggetti, 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 relation - 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.
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

I temi materiali, così 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 rendicontazione del Bilancio di sostenibilità, secondo l'approccio previsto dai GRI Standards, è focalizzata sulle tematiche materiali. Il processo di analisi di materialità, quale primo anno di redazione del Bilancio di sostenibilità di Caleffi, ha previsto le seguenti fasi:



L'analisi ha portato ad identificare i temi materiali riepilogati nella tabella successiva, che richiama anche le principali ragioni della rilevanza e le aree di impatto, insieme agli indicatori utilizzati per la loro rendicontazione. I temi materiali identificati sono stati raggruppati secondo ambiti, tenuto conto del loro diverso perimetro di impatto.

Tema materiale	Impatti e motivazioni rilevanza del tema	GRI Standards (Specific Topics)
----------------	--	---------------------------------

Governance

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. Tali aspetti rappresentano pre-condizioni necessarie per garantire una gestione delle attività e del business che possa generare valore per tutti gli stakeholder, nel breve, medio e lungo periodo.	GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 206-1 GRI 307-1 GRI 416-2 GRI 417-2 GRI 417-3 GRI 419-1
Sicurezza dei dati e tutela della privacy	La protezione delle informazioni rappresenta un tema rilevante per i potenziali impatti in materia di compliance e di business. L'attività di Caleffi richiede attenzione alle potenziali conseguenze delle problematiche inerenti la tutela della vita privata e la sicurezza dei sistemi informativi e dei loro contenuti informativi sensibili.	GRI 418-1

Economici

Generazione e distribuzione di valore	La performance economica e l'equilibrio finanziario sono aspetti trasversali e condizioni essenziali per la continuità aziendale, tali da assicurare una adeguata generazione e distribuzione del valore economico ai diversi stakeholder.	GRI 201-1 GRI 204-1
---------------------------------------	--	---------------------

Ambiente

Materiali e packaging sostenibili	La riduzione degli impatti ambientali ha assunto grande rilevanza per il settore. Aree chiave: a) caratteristiche delle materie prime e materiali impiegati, secondo un modello di business che valorizzi i principi dell'economia circolare (tessuti e imbottiture); b) packaging / impieghi di plastica e carta.	GRI 301-1
-----------------------------------	--	-----------

Energia, emissioni e cambiamenti climatici	Il profilo energetico e politiche che puntino alla riduzione dei consumi di energia / efficientamento energetico definisce il contributo delle imprese alla riduzione delle emissioni di CO2 e alla mitigazione degli effetti dei cambiamenti climatici.	GRI 302-1 GRI 302-3 GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-4
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).	GRI 303-1 GRI 303-2 GRI 303-3 GRI 306-2 (2016)

Risorse umane

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) consentono di rafforzare il grado di adattamento / resilienza delle organizzazioni. Allo stesso modo agiscono gli strumenti di welfare e di equilibrio tra attività lavorativa e vita privata, pari opportunità e le modalità di utilizzo degli ammortizzatori sociali.	GRI 401-1 GRI 401-3 GRI 404-1 GRI 405-1
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 per le imprese. 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 403-1 GRI 403-2 GRI 403-3 GRI 403-4 GRI 403-5 GRI 403-6 GRI 403-7 GRI 403-8 GRI 403-9

Clienti / Prodotti

Innovazioni e ricerca	La ricerca per lo sviluppo di nuovi prodotti e l'utilizzo di nuovi materiali innovativi e sostenibili può consentire di generare effetti non soltanto economici, ma anche impatti positivi su benessere, qualità di vita della comunità, ambiente e risorse.	GRI 203-1
-----------------------	--	-----------

Qualità e sicurezza del prodotto	<p>La qualità dei materiali e la garanzia che il loro utilizzo non determini conseguenze negative per la salute delle persone / utilizzatori finali è una tematica caratteristica e rilevante del settore tessile.</p> <p>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.</p>	<p>GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1 GRI 417-2 GRI 417-3</p>
Immagine e reputazione del brand	<p>La reputazione del brand rappresenta un elemento essenziale per l'affermazione e la durata nel tempo di un'impresa, così come la sua performance economico-finanziaria.</p>	<p>GRI 416-2 GRI 417-2 GRI 417-3</p>
Soddisfazione della clientela e marketing responsabile	<p>Politiche di marketing responsabili e trasparenti consentono non soltanto il rafforzamento della reputazione del brand, favorendo il posizionamento sul mercato, ma anche gli impatti sociali e di miglioramento delle relazioni e coinvolgimento degli stakeholder (clienti in primo luogo). Il grado di soddisfazione della clientela richiede attenzione agli strumenti e canali di comunicazione che possano anche identificare bisogni ed aspettative.</p>	<p>GRI 417-1 GRI 417-2 GRI 417-3</p>

Fornitori / Supply chain

Sostenibilità della catena di fornitura	<p>Nel settore tessile, 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 secondo principi coerenti, attraverso meccanismi e strumenti che possano assicurare, nel tempo, non soltanto il controllo della supply chain, ma anche una partnership per la sostenibilità, con particolare riferimento agli aspetti sociali (lavoratori) ed ambientali (utilizzo materiali e profilo energetico).</p>	<p>308-1 GRI 414-1</p>
---	---	------------------------

Comunità e territorio

Supporto alle comunità locali / territorio

Le relazioni ed il supporto alla comunità locale e al territorio hanno un impatto con riferimento all'utilizzo di fornitori e sviluppo dell'economia del territorio dove hanno sede le operations di Caleffi.

GRI 204-1

L'analisi di materialità svolta per la redazione del primo bilancio di sostenibilità di Caleffi ha anche consentito di valutare i temi rilevanti in relazione al loro grado di attuale rilevanza (in termini relativi) per il management di Caleffi, tenuto conto delle relazioni ed interazioni con i diversi stakeholder.

Rilevanza dei temi materiali

Comunità e Territorio

Fornitori / Supply chain

Clienti / Prodotti & servizi

Risorse umane

Ambiente

Economici

Governance

GRADO DI RILEVANZA →

02

Il modello di business e i prodotti

L'obiettivo strategico di Caleffi è, da sempre, coniugare i valori di immagine, stile, innovazione e qualità con un sistema aziendale competitivo. Caleffi ha attuato 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 che si caratterizza per un costante e attento presidio della catena del valore, nelle sue diverse fasi.

Progettazione e Sviluppo





I brand Caleffi

GRI 102-2

L'importanza del brand

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 controllo, 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.



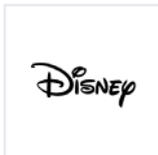
Dal 1992, Scaldotto è il marchio del morbido e colorato trapuntino da salotto, realizzato in puro cotone smerigliato effetto cashmere e lavorato con trapuntatura a salto.



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 1987 Caleffi produce e distribuisce collezioni a marchio Disney: coordinati letto, tappeti, cuscini, accappatoi e asciugamani dedicati a bimbi e teenager.



Dal 2012 l'offerta Caleffi comprende collezioni Marvel: una linea di biancheria per regalare un'avventura ai più piccoli e farli addormentare fra le braccia dei supereroi più amati.

Caleffi - Licenze “Fashion”



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.

Mirabello Carrara - Marchi Propri



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.



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.



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



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: 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.



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.



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



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.



Una collezione firmata dal duo creativo Giovanni Premoli e Dario Di Bella in cui la creatività dialoga in modo trasversale e innovativo con l'unicità del fatto a mano e l'esclusività dell'arte in ogni sua forma.

Le azioni di tutela della brand reputation

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 104 registrazioni di marchio, con una presenza nel mondo in 70 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 26 registrazioni di marchio, con una presenza nel mondo in 43 Paesi.

Registrazione marchi e indicatori

	Nr.	Paesi
Caleffi	104	70
Mirabello	26	43
Lettere di diffida verso terzi - periodo 2019 -2020	30	
Procedimenti amministrativi - periodo 2019-2020	ca. 10	

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, volto 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'adozione 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 biennio 2019-2020, di 30 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 avviati una decina di procedimenti amministrativi.

Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza e sostenibilità

GRI 102-2 GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1 GRI 417-2 GRI 417-3

La progettazione e lo sviluppo

La progettazione e sviluppo dei prodotti del Gruppo si focalizza principalmente su aspetti estetici 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 – Conformità e certificazioni

Il Gruppo Caleffi produce e distribuisce biancheria e accessori per la casa (letto, bagno, arredo tessile, cucina e tavola) della migliore qualità. Requisiti essenziali per mantenere e rafforzare la posizione competitiva e la reputazione del marchio sono, oltre alla capacità di innovazione tecnologica e stilistica, i processi di selezione e monitoraggio della filiera di fornitura e della produzione.

Una delle potenziali criticità del settore tessile riguarda la conformità dei prodotti rispetto a norme e regolamenti in materia ambientale. L'utilizzo delle materie prime, in particolare di sostanze chimiche nei processi produttivi, espone l'impresa a potenziali rischi, che richiedono una costante attenzione.

La certificazione di qualità

Caleffi ha un sistema di gestione della qualità, che ha ottenuto la certificazione ISO 9001:2000 a partire dall'anno 2003. Nello sviluppo delle proprie attività Caleffi si impegna a garantire prodotti di elevata qualità, con particolare attenzione alla salvaguardia dell'ambiente.

Il sistema di controllo Caleffi prevede che tutti i prodotti siano analizzati a campione da laboratori specializzati, sia in ambito di qualità che in ambito di salute e sicurezza.

Le prove che vengono eseguite presso laboratori di analisi accreditati riguardano in particolare:

- Assenza formaldeide (UNI EN ISO 14184/1);
- Controllo di presenza di pesticidi e erbicidi;
- Valore dell'estratto acquoso (UNI EN ISO 3071);
- Determinazione di ammine aromatiche derivanti da coloranti azoici (UNI EN ISO 14362 parte 1 e 2);
- Coloranti cancerogeni.

Le certificazioni di prodotto Oeko-Tex® Standard 100 e GOTS

Pressochè tutti i 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.

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.



I Fornitori - responsabilità e sostenibilità della filiera

GRI 102-9 GRI 103-2 GRI 301-1 GRI 308-1 GRI 414-1

La gestione della catena di fornitura - Filiera e criteri di selezione

Il Sistema di selezione dei Fornitori svolge un ruolo fondamentale per la competitività dell'offerta di Caleffi sul mercato.

La selezione si basa sulla capacità di offerta dei fornitori in termini di qualità, innovazione, costi e servizi. Il processo di acquisto deve conciliare, ad un tempo, la ricerca del massimo vantaggio competitivo e la concessione delle medesime opportunità a ciascun fornitore o potenziale fornitore.

La politica di selezione dei fornitori comprende, oltre che qualità, innovazione, costi e servizi offerti, anche i valori del Codice di Condotta di Caleffi, ai quali viene attribuita grande importanza, tra i quali i principi di legalità, correttezza e lealtà. Caleffi, nel proprio Codice di Condotta prevede: a) non deve essere preclusa ad alcun fornitore, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere alla stipula di offerte, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili; b) assicurare una concorrenza sufficiente nella selezione del fornitore.

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.

La dichiarazione richiesta ai fornitori - Criteri ambientali e sociali

Non ricorre né dà sostegno a lavoro obbligatorio

Non utilizza o dà sostegno a lavoro infantile

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

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

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

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

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 proprie sedi, volte ad accertare il rispetto dei requisiti specificati da Caleffi e dichiarati al momento della qualifica.

I risultati

Oltre il 50% degli acquisti complessivi a valore realizzati (56% nel 2020) è effettuato da fornitori selezionati che aderiscono ai principi generali della norma internazionale SA8000 in materia di responsabilità sociale ed assoggettati a procedure di audit nell'ambito di rapporti contrattuali con la licenziante The Walt Disney Company.

Anno 2020 importo in Euro milioni	Caleffi	Mirabello Carrara	Totale
Acquisti Totali	20,9	6,1	27,0
Acquisti da Fornitori assoggettati a audit	13,1	1,9	15,0
Incidenza	63%	31%	56%

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 ai livelli di concentrazione degli acquisti da fornitori strategici.

Area geografica della supply chain

Nel 2020, la quota della produzione realizzata completamente in outsourcing e/o commercializzata è stata pari a circa all'80% del totale degli acquisti. Il restante 20% è stato generato da prodotti che subiscono alcune fasi di lavorazione interne.

Anno 2020	Asia	Europa	Medio Oriente	Totale
Accessori	0,6%	7,6%	0,4%	8,6%
Materia Prima	9,9%	17,6%	3,4%	30,9%
Prodotto Finito	10,5%	10,2%	35,1%	55,8%
Semilavorato		2,3%	2,4%	4,7%
Totale	21,0%	37,7%	41,3%	100,0%

21%

Il 21% degli acquisti avviene in Asia, tra i quali (materia prima) gli acquisti di tessuto greggio di cotone.

35%

Il 35% degli acquisti di prodotto finito viene effettuato in Medio Oriente, Turchia in particolare, da produttori di cotone di alta qualità e con fornitori qualificati e con un alto grado di affidabilità.

38%

Il 38% circa degli acquisti, tra materie prime e prodotto finito, avviene in Europa, prevalentemente in Italia (67% della quota europea).

PORTOGALLO

SPAGNA

GERMANIA

POLONIA



R U S S I A

C H I N A

T U R C H I A

P A K I S T A N

I N D I A

C I N A

I materiali acquistati

Anno 2020	Unità	2018	2019	2020
PRODOTTI FINITI ACQUISTATI	Nr	2.658.726	3.470.632	3.077.650
ACCESSORI (buste cartoni scatole)	Nr	9.743.110	7.396.908	10.830.396
SEMILAVORATI - Prodotti finiti non confezionati	Nr	102.770	78.065	50.675
SEMILAVORATI - Tessuti lavorati	Mt	63.758	72.444	21.832
MATERIE PRIME (Ovatta)	Kg	470.114	339.484	534.450
MATERIE PRIME (Filati e Accessori Cucitura)	Nr	180.989	310.186	181.004
TESSUTI GREGGI	Mt	1.133.169	762.694	2.738.109
TESSUTI STAMPATI (stampa)	Mt	2.798.023	2.120.090	3.532.900

L'andamento delle quantità acquistate nel triennio considerato, tenuto conto dei diversi mix di produzione annuali, evidenzia alcune discontinuità. In particolare la dinamica tra il 2018 e 2019 è dovuta ad una contrazione dei volumi di produzione a seguito della riduzione dei consumi delle famiglie italiane e, più in generale, alla contrazione del mercato nazionale di riferimento.

Al contrario, l'incremento che si è registrato tra il 2019 e il 2020 è dovuto all'eccellente performance delle operazioni loyalty, all'ottimo andamento del canale e-commerce e alla tenuta di tutti gli altri canali. La forzata "reclusione domestica", il vivere la casa 24 ore su 24, 7 giorni su 7, per effetto dei ripetuti lockdown, ne ha portato a riscoprirne il vero ruolo e la vera funzione, rendendo estremamente più importante il ruolo del tessile casa.

Materiali provenienti da riciclo

Durante l'ultimo trimestre del 2020 Caleffi ha effettuato una operazione commerciale presso la grande distribuzione con articoli, copriguancia e coprimaterasso, certificati GRS (Global Recycle Standard).

Sempre nel corso del 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 di 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 il 70% di cotone convenzionale e il 30% di cotone rigenerato. Il tessuto interno è in percalle 100%. I tessuti sono certificati Oeko tex®. L'imbottitura è composta per il 100% da fibre varie riciclate, certificate tramite audit da ente esterno. Anche il pack, realizzato con una sola fascia in cartone riciclato, ha una marcatura FSC (Recycled material).



La produzione

Caleffi

La **produzione interna** (stabilimento di Viadana (MN), sede Caleffi) riguarda quasi esclusivamente gli articoli trapuntati (trapunte, copriletto 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 fa onisti** 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 è interamente affidato all'esterno in outsourcing e/o commercializzato e, per mantenerne il carattere artigianale della lavorazione propria del "Made in Italy", le fasi a più alto valore aggiunto sono svolte da una pluralità di laboratori situati sul territorio italiano, in modo particolare nell'area di Monza-Brianza.

La distribuzione

Caleffi è 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 più 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 più 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 cliente

GRI 102-2 GRI 102-6 GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1 GRI 417-2

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 stabilito nei propri standard contrattuali e nelle proprie comunicazioni commerciali e pubblicitarie in genere.

La Società 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. 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.

Si segnala infine che il Gruppo Caleffi 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.

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 specifici 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 il 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 GRI 413-1

L'impatto economico sul territorio

Negli ultimi tre anni, le lavorazioni esterne sono state allocate 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/000)	Totale		
	2018	2019	2020
Totale servizi e lavorazioni esterne	2.832	2.316	3.229
Lombardia (Territorio)	2.414	2.024	2.903
Incidenza servizi e lav. in Lombardia	85%	87%	90%

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 ha mantenuto ed ampliato nel tempo l'impegno rivolto al mondo dello sport, coniugando l'attenzione alla formazione dei più giovani con l'ascolto delle esigenze più dinamiche del tessuto sociale locale. Le società sportive sostenute, oltre a promuovere una cultura di sport, come il volley e il rugby, sono attive nella formazione di bambini e ragazzi grazie ai settori giovanili.

In tale ottica nel 2020 il Gruppo Caleffi ha continuato a sostenere il progetto locale VBC Pallavolo Rosa Casalmaggiore. Il progetto, attivo dal luglio 2008, è nato dalla unione di due pluritrentennali realtà della pallavolo cremonese: la VBC Casalmaggiore e la Pallavolo Ostiano e nel giro di pochi anni si è affermata in campo nazionale ed internazionale (vittorie del campionato nazionale ed europeo).

Inoltre il Gruppo Caleffi da sempre dà 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.

03

La Governance

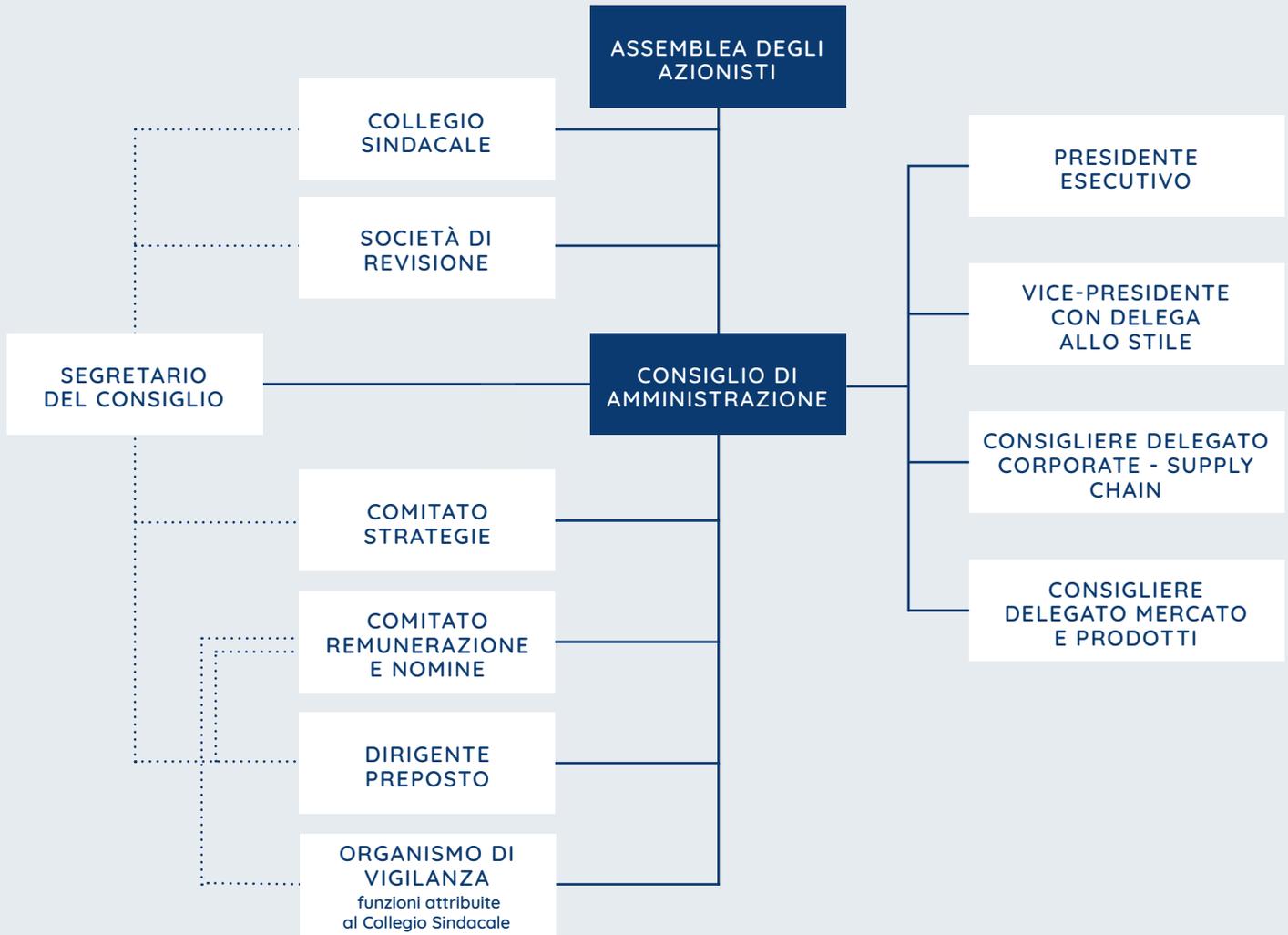
Il governo dell'impresa

GRI 102-18 GRI 405-1 GRI 102-12 GRI 102-13
GRI 102-22 GRI 102-23

Caleffi, non soltanto in quanto società quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana, ma anche 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, 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). E' stato inoltre nominato un Organismo di Vigilanza 231 che vigila sul corretto funzionamento del "Modello 231" e ne cura l'aggiornamento.

Caleffi ha istituito un Comitato Remunerazione e Nomine composto da due amministratori indipendenti e un Comitato Strategie composto dai quattro amministratori esecutivi.

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

Il 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 - LID
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.

Consigliere 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).

Consigliere 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.

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 del prodotto.

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

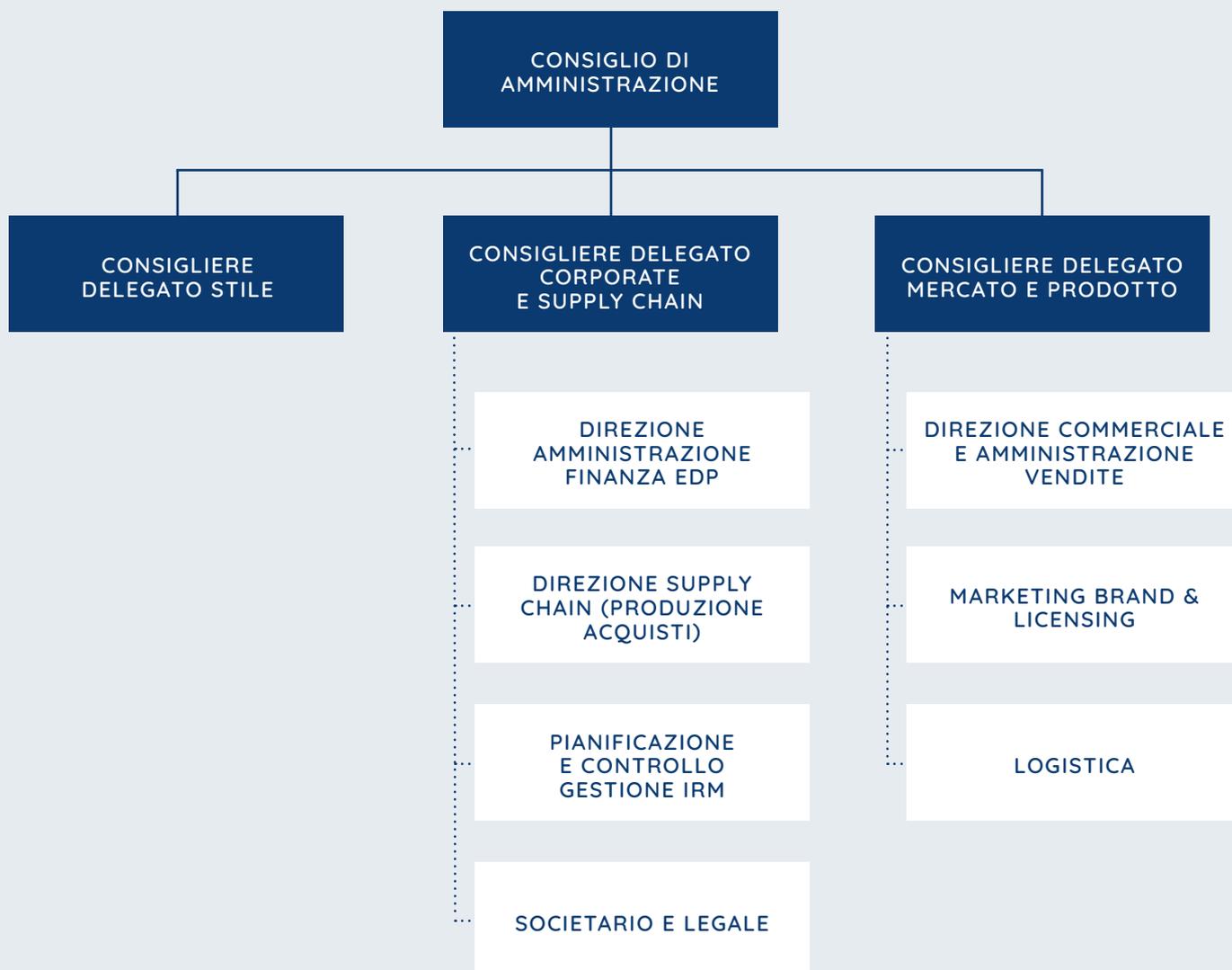
Donne		Uomini		Totale	
Nr 3	50%	Nr 3	50%	Nr 6	100%
Minori di 30 anni		Tra 30 e 50 anni		Maggiori di 50 anni	
Nr 1	17%	Nr -	- %	Nr 5	83%

Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi

Guido Ferretti

Consigliere Delegato Corporate SupplyChain

Struttura organizzativa



Adesioni a iniziative e Membership

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

GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 103-2

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. Il Consigliere Delegato, Dott. Guido Ferretti, è amministratore incaricato di sovrintendere alla funzionalità 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" ("Modello") 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.

Gli elementi fondamentali sviluppati nella definizione del Modello sono di seguito riportati:

-
- 
- Impostazione del progetto, individuazione del Responsabile di Progetto e raccolta e analisi preliminare della documentazione;
 - Analisi e individuazione preliminare delle aree potenzialmente esposte al rischio di commissione di reati e identificazione delle posizioni organizzative rilevanti nell'ambito di tali aree (c.d. Process Owner, come definito nella sezione "Definizioni");
 - Elaborazione di schede per la raccolta delle informazioni rilevanti per l'analisi dello "stato dell'arte";
 - Raccolta e analisi delle informazioni attraverso interviste ai Process Owner identificati e compilazione delle relative schede di rilevazione;
 - Completamento dell'analisi di "risk assessment" dei processi inerenti alle aree di rischio individuate, con descrizione delle relative criticità eventualmente riscontrate (gap analysis);
 - Individuazione di soluzioni ed azioni volte al superamento o alla mitigazione delle criticità rilevate (action plan);
 - Articolazione e stesura conclusiva del Modello.

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)

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 presente 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 da consulenti, da fornitori e da qualsiasi altro soggetto con cui intrattiene rapporti stabili d'affari. La Società non instaura né persegue rapporti d'affari con chiunque si rifiuti espressamente di rispettare i principi del Codice. Il Codice di Condotta è scaricabile al seguente link: 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 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:



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 della seconda scelta.

Il sistema di gestione integrato comprende le seguenti certificazioni:

- **Qualità**

ISO 9001:2015 Certificazione Qualità. La certificazione di sistema ISO 9001 ha l'obiettivo del 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.

La gestione dei rischi

GRI 102-15 GRI 102-11

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 (internamente o esternamente 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.

Rischi Globali (di contesto esterno/macroeconomici)

Area-Categoria/ Descrizione Rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
Rischi connessi al Covid-19 (esterno) Rischi collegati alle conseguenze della pandemia Covid-19	Generazione e distribuzione di valore Sostenibilità della catena di fornitura	Individuazione di azioni atte a gestire una serie di rischi, quali l'esposizione alle insolvenze, le crescenti minacce alla sicurezza informativa, le controversie derivanti da scarsa attenzione alle diversity e alla sustainability (ESG) o ad errori di interpretazione dei rischi legati al Covid. Sarà sempre più fondamentale l'analisi della solvibilità del parco clienti, potenziare la cybersecurity e rivedere il parco fornitori in ottica di sostenibilità.
Rischi connessi alla congiuntura economica 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	Allo stato attuale non si dispone di visibilità ed elementi sufficienti per fornire una valutazione attendibile dell'impatto del Covid-19 nel medio termine, sarà di fondamentale importanza monitorare costantemente il mercato al fine di individuare significative variazioni nei comportamenti di acquisto.



Rischi Globali (di contesto esterno/macroeconomici)

Area-Categoria/ Descrizione Rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
<p>Rischi del mercato Mercato biancheria casa in calo da anni a quantità e ancor più a valore, seppur “rattivato” nel 2020 dalla pandemia Covid che ha finito col riportare interesse sulla casa. Forte pressione competitiva in particolare da paesi a basso costo del lavoro con difficoltà per tutti i Top Player, Canale Retail in continua flessione, Nuovi Entranti di dimensioni internazionali con format innovativi e offerta low cost, dinamiche competitive sempre più orientate alla fasce medio-basse, prodotto biancheria sempre più commodity.</p>	<p>Generazione e distribuzione di valore Materiali e packaging sostenibili Innovazione e ricerca Qualità e sicurezza del prodotto Immagine e reputazione del brand Soddisfazione della clientela e marketing responsabile Sostenibilità della catena di fornitura</p>	<p>Il Piano Industriale 2019-2022 è stato definito sulla base di linee guida che intendono fronteggiare un mercato non in espansione e con una forte pressione competitiva.</p>
<p>Rischi legati ai cambiamenti climatici Nell'Europa centro-meridionale si registrano ondate di calore e siccità sempre più frequenti, legate al riscaldamento globale verificatosi negli ultimi anni, con presumibili impatti significativi sui consumi, in particolare dei prodotti imbottiti/trapuntati tipicamente acquistati nella stagione invernale.</p>	<p>Generazione e distribuzione di valore Materiali e packaging sostenibili Energia, emissioni e cambiamenti climatici Innovazione e ricerca Qualità e sicurezza del prodotto Soddisfazione della clientela e marketing responsabile Sostenibilità della catena di fornitura</p>	<p>L'obiettivo è realizzare prodotti per nuovi segmenti di mercato dove Caleffi ancora non è presente e compensare le possibili perdite di quote di mercato nei prodotti trapuntati. Nel Piano Industriale Caleffi pone inoltre particolare attenzione alla realizzazione di specifici progetti, mediante la realizzazione di linee e capsule di prodotto dedicate in chiave green – plastic free, 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).</p>

Rischi Strategici

Area-Categoria/ Descrizione Rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
Rischi posizionamento competitivo Rivedere il posizionamento competitivo	Generazione e distribuzione di valore Materiali e packaging sostenibili Utilizzo responsabile delle risorse (rifiuti e acqua) Innovazione e ricerca Qualità e sicurezza del prodotto Immagine e reputazione del brand Soddisfazione della clientela e marketing responsabile Sostenibilità della catena di fornitura	Il piano industriale 2019-2022 punta sulla valorizzazione del marchio Caleffi tramite maggiori investimenti in comunicazione, azioni di marketing omnichannel, attività di trade marketing e la copertura di nuovi segmenti di mercato / aree geografiche.
Rischi per eccessiva dipendenza dal canale “Loyalty Program” Diminuzione incidenza percentuale delle attività di loyalty	Generazione e distribuzione di valore Soddisfazione della clientela e marketing responsabile	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.
Rischi connessi alle licenze Rinnovo licenze e copertura minimi garantiti	Generazione e distribuzione di valore Soddisfazione della clientela e marketing responsabile	Caleffi ha l'obiettivo di diminuire la rischiosità delle licenze mediante la stipula di contratti pluriennali e investendo maggiormente sui brand propri.
Rischi connessi alla durata del debito finanziario e alla sua durata media	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.
Rischi connessi alla dinamica reddituale	Generazione e distribuzione di valore Innovazione e ricerca	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.

Rischi Operativi

Area-Categoria/ Descrizione Rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
Rischi strutturali Ridefinizione make or buy e sistema logistica	Generazione e distribuzione di valore Materiali e packaging sostenibili Utilizzo responsabile delle risorse (rifiuti e acqua) Innovazione e ricerca Sostenibilità della catena di fornitura	Il Piano industriale di Caleffi prevede misure di razionalizzazione dei costi lungo l'intera supply chain e riorganizzazione del sistema logistico.
Rischi organizzativi Nuovo modello organizzativo	Gestione risorse umane, formazione, sviluppo competenze	A supporto del Piano Strategico è stato ridefinito l'assetto organizzativo prevedendo l'inserimento di nuove figure e competenze manageriali.
Rischi legati alla permanenza di alcune figure chiave Formazione, sviluppo professionalità e competenze	Gestione risorse umane, formazione, sviluppo competenze Innovazione e ricerca	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 continuità nella gestione degli affari sociali.
Rischi legati alle Risorse umane - Capacità di attrarre e mantenere risorse qualificate	Gestione risorse umane, formazione, sviluppo competenze Salute e sicurezza dei lavoratori	Al fine di tutelare l'occupazione l'azienda promuove: <ul style="list-style-type: none"> • Dialogo a tutti i livelli dell'organizzazione • Costante dialogo con le parti sociali (organizzazioni sindacali) e monitoraggio dall'applicazione codice di condotta a tutti i livelli.

Altri Rischi

Area-Categoria/ Descrizione Rischio	Modalità di gestione
Cyber risk Sicurezza dei dati e tutela della privacy	La sicurezza informatica prevede attività e strumenti di protezione quali firewall and antimalware. Periodici test di verifica di eventuali falle di sicurezza. Polizza cyber risk.

Il rispetto delle norme - La compliance

GRI 206-1 GRI 307-1 GRI 417-3 GRI 418-1 GRI 419-1

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

Il rispetto delle norme ambientali

Nel corso del 2020, 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, economica e fiscale

Alla data del presente documento non sussistono casi di violazioni di leggi e/o regolamenti relativi a disposizioni di carattere sociale, economico e fiscale. Nessuna sanzione avente tale natura è stata ricevuta nel 2020 e non si segnalano procedimenti di rilievo al riguardo.

Diritti umani

Per quanto si riferisce in particolare alla 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

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 altri procedimenti al riguardo.

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 le 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" come di seguito meglio definito), 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 della 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

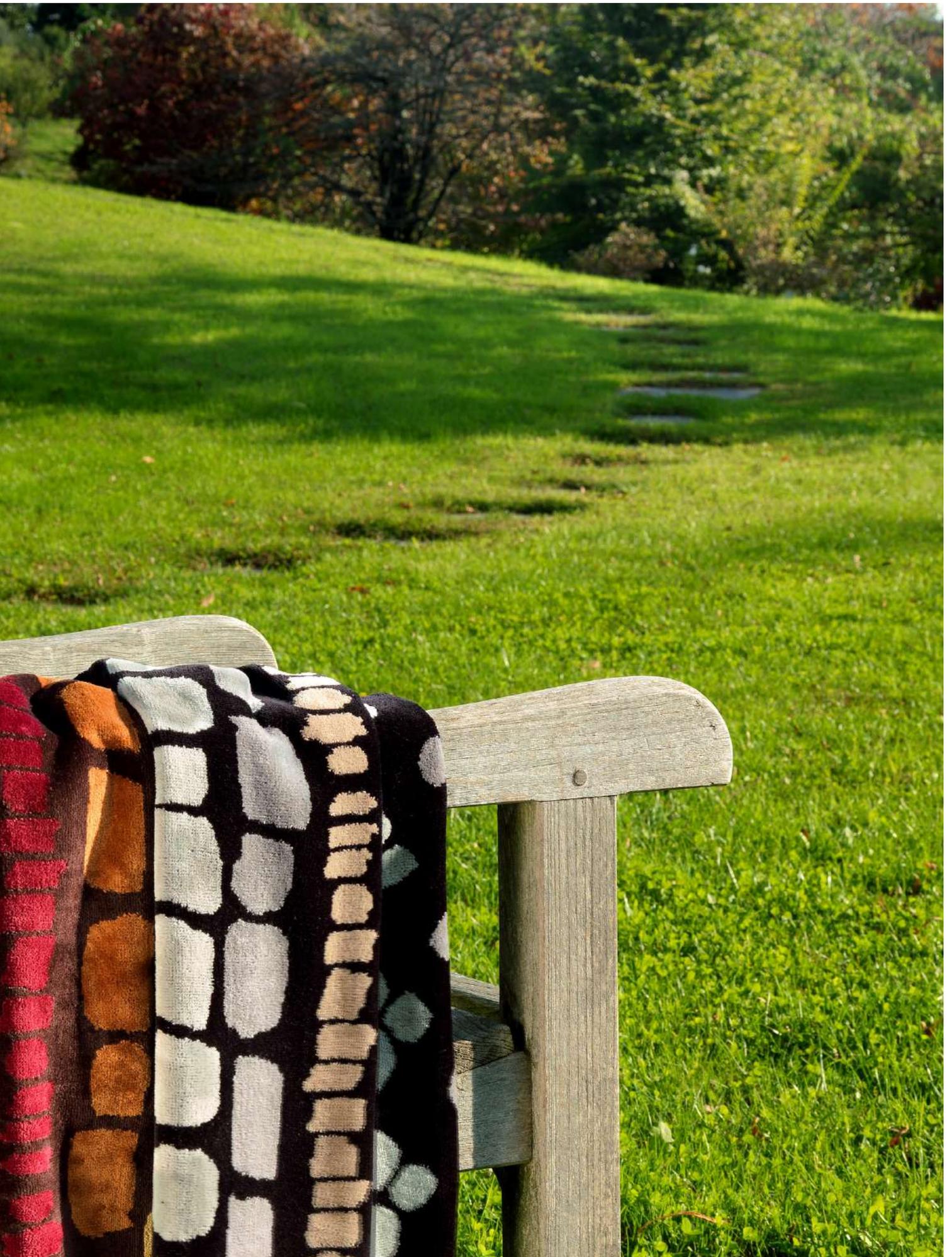
I risultati economico-finanziari

Il Valore economico generato e distribuito

GRI 201-1

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.

Anno 2020	2018	2019	2020
	Euro/000	Euro/000	Euro/000
Valore economico generato	51.719	50.755	56.568
Fornitori - Costi operativi	(42.668)	(39.214)	(41.120)
Risorse umane - Costo del personale	(8.500)	(7.956)	(7.525)
Banche e altri finanziatori - Oneri finanziari	(317)	(566)	(565)
Pubblica Amministrazione	(77)	(106)	(664)
	(51.562)	(47.842)	(49.873)
Dividendi distribuiti - Azionisti	-	-	-
Valore economico distribuito	(51.562)	(47.842)	(49.873)
Valore economico trattenuto	157	2.912	6.694



Gli investimenti

GRI 203-1

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 nel corso dell'esercizio 2020 ha portato avanti 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.

Per lo sviluppo dei progetti sopra indicati la Società Caleffi ha sostenuto costi per un valore complessivo pari a circa Euro 649 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 16 mila.

Mirabello Carrara nel corso dell'esercizio 2020 ha portato avanti attività precompetitive a carattere innovativo, indirizzando i propri sforzi in particolare sui seguenti progetti:

- Attività di studio, analisi, ricerca e sviluppo per la realizzazione delle nuove collezioni autunno/inverno 2020 primavera/estate 2021;
- Realizzazione di un progetto di innovazione attraverso la progettazione di un sito internet per lo shop on line.

La Società Mirabello Carrara ha sostenuto costi ammissibili pari a Euro 295.475 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, per Euro 17.728.

Confidiamo che l'esito positivo di tali attività precompetitive possa generare un rafforzamento competitivo delle Società con ricadute economiche positive.

Tutti i relativi costi sostenuti nell'esercizio sono stati imputati a conto economico.

05

Le risorse umane

Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale

GRI 102-41 GRI 103-2

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 componente 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.

Il contratto di solidarietà

Nel 2018 la dinamica negativa dei consumi delle famiglie italiane e, più in generale, la contrazione del mercato nazionale di riferimento, nonché la struttura e tendenza evolutiva dei consumi 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 lo strumento che la RSU aziendale e i rappresentanti delle OO.SS territoriali di Mantova hanno proposto all'azienda per la salvaguardia dei livelli occupazionali. Caleffi S.p.A. in data 13 novembre 2018 ha sottoscritto con la RSU aziendale e i rappresentanti delle OO.SS territoriali di Mantova un accordo avente ad oggetto l'attivazione del contratto di solidarietà difensivo a far data dal 1° gennaio 2019, per la durata di 24 mesi con possibilità di estensione di ulteriori 12 mesi. Detto accordo - rivolto al personale in forza presso la sede di Viadana (uffici ed opificio) - ha garantito il mantenimento di tutti i posti di lavoro e minimizza i negativi impatti 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.

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; la forzata "reclusione domestica", il vivere la casa 24 ore su 24, 7 giorni su 7, ha portato a riscoprirne il vero ruolo e la vera funzione. La casa si è vista pertanto riversare maggiore attenzione e risorse, prima riservate all'outdoor e al tempo libero. Il ritrovato interesse sui prodotti per la casa ha cambiato in

modo decisivo l'andamento delle vendite che è risultato essere estremamente positivo.

Alla luce dei risultati positivi il contratto di solidarietà è stato sospeso e, nei periodi dove l'azienda è stata obbligata a sospendere le attività, in quanto non rientrante tra le "Attività Essenziali", si è ricorsi, come previsto dai vari DPCM, alla cassa integrazione guadagni Covid-19. A seguito del ricorso alla cassa integrazione guadagni Covid-19 la scadenza del contratto di solidarietà è stata prorogata al 31 marzo 2021.

L'impatto del Covid-19 sull'organizzazione delle attività lavorative nel corso del 2020 può essere così sintetizzato:

Impatto Covid-19	Nr persone	Modalità di gestione
Lavoro da remoto / smart-working	23	3.698
Cigo - Cassa integrazione (Stabilimenti - negozi - uffici)	95	22.275

Politica della Remunerazione

In qualità di società quotata la Politica della Remunerazione di Caleffi per amministratori, dirigenti strategici, dirigenti e quadri direttivi del Gruppo è definita coerentemente con le raccomandazioni contenute nel Codice di Autodisciplina e la sua definizione coinvolge il Comitato Remunerazione e Nomine e l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti della Società (vedi relazione sulla Remunerazione www.caleffigroup.it)

Il 100% dei manager di primo livello ha una remunerazione composta da una parte fissa e da una variabile adeguatamente bilanciate in funzione degli obiettivi strategici aziendali. Il sistema di Management By Objective (MBO) prende in considerazione sia obiettivi quantitativi che obiettivi qualitativi legati ad attività strategiche operative.

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 S.p.A. espressamente dichiara di aderire, nonché di quanto previsto dalla normativa applicabile in materia di diritto del lavoro, è interesse primario dell'azienda favorire lo sviluppo del potenziale di ciascuna risorsa e la sua crescita professionale attraverso:

- il rispetto della personalità e della dignità di ciascun individuo, evitando la creazione di situazioni in cui le persone si possano trovare in condizione di disagio;
- il contrasto a ogni forma di discriminazione 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

	2018			2019			2020		
Totale numero dipendenti a fine periodo / per genere	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
	122	40	162	120	37	157	113	41	154

I dati relativi ai dipendenti si riferiscono alla consistenza degli organici a fine periodo ("Head-Count"). Il livello di occupazione nel corso degli anni si è mantenuto stabile, anche grazie al contratto di solidarietà che Caleffi ha sottoscritto alla fine del 2018 al fine di salvaguardare i posti di lavoro e minimizzare gli impatti negativi occupazionali e sociali. La variazione che si rileva tra i tre diversi periodi è imputabile esclusivamente al pensionamento della forza lavoro.

Dipendenti per qualifica/genere

	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Dirigenti	-	1	1	-	2	2	-	2	2
Impiegati - Quadri	65	23	88	64	20	84	61	25	86
Operai	57	16	73	56	15	71	52	14	66
Totale	122	40	162	120	37	157	113	41	154
Incidenza	75%	25%		76%	24%		73%	27%	

Il settore in cui opera il Gruppo Caleffi ha visto, storicamente, la predominanza di personale di genere femminile, che si attesta, a fine 2020, al 73%. Nella categoria impiegati rientrano tutte le commesse (100% genere femminile) che lavorano presso i nostri negozi.

Dipendenti per classi d'età

Classi età (anni)	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Fino a 29 anni	1	-	1	1	-	1	2	1	3
30- 50 anni	53	18	71	51	16	67	51	18	69
Oltre 50 anni	68	22	90	68	21	89	60	22	82
Totale	122	40	162	120	37	157	113	41	154

I dati del 2020 confermano il trend di un progressivo invecchiamento della popolazione aziendale, situazione tipica di un settore maturo. I dipendenti sono 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%.

Dipendenti per tipo di contratto

Contratto	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Tempo indeterminato	121	40	161	120	37	157	113	40	153
Tempo determinato	1	-	1	-	-	-	-	1	1
Totale	122	40	162	120	37	157	113	41	154

Il personale in forza al 31 dicembre 2020 è quasi integralmente assunto tramite contratti a tempo indeterminato.

Dipendenti per forma di impiego

Forma impiego	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Full-time	107	39	146	103	36	139	96	40	136
Part-time	15	1	16	17	1	18	17	1	18
Totale	122	40	162	120	37	157	113	41	154

L'88% dei dipendenti al 31 dicembre 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.

Il turnover

Assunzioni

Classi di età	2018			2019			2020		
	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	6	-	6	1	3	4
Oltre 50 anni	1	-	1	2	-	2	1	1	2
Totale	6	-	6	9	-	9	2	5	7

Cessazioni

Classi di età	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Fino a 29 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Da 30 a 50 anni	2	2	4	2	-	2	1	1	2
Oltre 50 anni	1	1	2	2	-	2	7	1	8
Totale	3	3	6	4	-	4	8	2	10

Motivo cessazioni	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Uscite volontarie	3	2	5	-	-	-	2		2
Pensionamento	2	-	2	1	-	1	5	1	6
Licenziamento	-	1	1	2	-	2	1		1
Altro	3	-	3	1	-	1		1	1
Totale	8	3	11	4	-	4	8	2	10

Tasso Turnover %	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Turnover negativo cessazioni	2,5%	7,5%	3,7%	3,3%	-	2,5%	7,1%	4,9%	6,5%
Turnover positivo assunzioni	4,9%	-	3,7%	7,5%	-	5,7%	1,8%	12,2%	4,5%
Turnover complessivo	2,5%	-7,5%	-	4,2%	-	3,2%	-5,3%	7,3%	-1,9%

Il dato delle assunzioni è in larga parte riferibile ai dipendenti dei negozi, contratti inizialmente stipulati secondo lo strumento della "somministrazione", che si trasformano in contratti a tempo indeterminato al fine di fidelizzare il dipendente. Le cessazioni si sono verificate prevalentemente per pensionamento, queste ultime nel 2020 sono risultate pari al 60%. Nel 2020 l'indice di turnover netto è stato negativo per 1,9% in termini di riduzione netta dell'organico complessivo.

Il numero dei lavoratori con contratto interinale in forza al 31 dicembre 2020 è di 36 (33 impiegati e 3 operai). Il dato medio dell'esercizio 2020 è di 32,5.

I congedi parentali

Congedo parentale (maternità)	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Numero dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	2	1	3	2	-	2	1	-	1
Numero dipendenti rientrati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	1	1	2	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	2	-	-	-	1	-	1

La formazione

GRI 404-1

La formazione svolge un ruolo chiave nel processo di valorizzazione delle persone. E' 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 2020 sono state erogate 313,5 ore di formazione e 288 ore di addestramento.



L'impegno

Ore medie formazione	2018			2019			2020		
	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati - Quadri	0,2	1,6	0,6	1,5	3,9	2,0	0,2	9,3	2,9
Operai	2,5	2,5	2,5	6,5	11,5	7,5	0,7	2,0	1,0
Totale	1,3	1,9	1,5	3,8	6,8	4,5	0,5	6,4	2,0

L'attività di formazione nel 2020 è stata fortemente penalizzata dalla presenza del Covid-19 che ha limitato sia la possibilità di organizzare corsi di formazione interni sia la possibilità di accedere a corsi di formazione esterni programmati ma che non si sono svolti. I corsi realizzati nell'anno 2020 si sono tenuti in modalità DAD (didattica a distanza).

Salute e sicurezza sul lavoro

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

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, 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.

Sistema di gestione 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;

Caleffi S.p.a., insieme all'aiuto del Responsabile del servizio prevenzione e protezione, 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 interne 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.

Gli strumenti in possesso dei lavoratori per allontanarsi da situazioni di lavoro che potrebbero provocare lesioni o malattie professionali sono innanzitutto la formazione, la quale viene svolta secondo i requisiti di legge insieme all'informazione e all'addestramento.

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.

L'incarico del Medico Competente è limitato al personale dipendente. La sorveglianza sanitaria dei lavoratori non dipendenti è in carico, per legge, al Medico Competente incaricato dal rispettivo Datore di Lavoro.



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 contratto del Gruppo Caleffi 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 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. Sono state disciplinate ed implementate le misure in merito alle:

- modalità di ingresso in azienda che per dipendenti e personale esterno avviene previa misurazione della temperatura;
- 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, mascherine 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 in cui 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

Infortuni sul lavoro	2018	2019	2020
Incidenti sul lavoro			
Mortali	-	-	-
Incidenti gravi	-	-	-
Altri incidenti	2	2	-
Totale incidenti registrati	2	2	-
Di cui: Incidenti in itinere	-	1	-
Giorni assenza per infortuni	26	176	-
Totale ore lavorate	258.834	228.168	209.964
Totale ore lavorabili	309.119	308.847	307.806
Indici infortuni			
Indice Frequenza Infortuni (Nr infortuni/ore lavorate x 1.000.000)	6,5	6,5	-
Indice Gravità Infortuni (giorni assenza infortuni / ore lavorabili x 1.000)	0,08	0,57	-
Infortuni-durata media			
durata media infortuni in gg da calendario (gg tot persi, festivi inclusi)	13	88	-
Giorni di assenza per tipologia			
Infortuni	17	122	45
Malattie	1.144	1.165	1.515
Congedi (maternità e parentali)	139	555	140
Totale	1.299	1.842	1.700

Nel corso del 2020 non si sono avuti infortuni sul lavoro. I giorni di assenza per infortuni registrati nel 2020 sono relativi ad infortuni intervenuti nell'anno precedente. Le persone del Gruppo che hanno contratto il Covid nel corso del 2020 sono state 12, mentre le ore perse per malattia collegate al Covid sono state 1.466.



06

L'ambiente

Caleffi e l'ambiente

GRI 103-2

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 sostenibili.

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 dal sistema 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 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	2018	2019	2020
Risorse idriche di terze parti (acquedotto)			
Acqua dolce ($\leq 1,000$ mg/L Totale Solidi Disciolti)	703	703	717
Altre tipologie di acqua ($> 1,000$ mg/L Totale Solidi Disciolti)	-	-	-
Totale in MC	703	703	717
Totale in Megalitri	0,7	0,7	1,0

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

Produzione e gestione dei rifiuti

GRI 306-2

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).

Rifiuti per tipologia (Kg)	2018	2019	2020
Rifiuti pericolosi	499	-	
Rifiuti non pericolosi	235.565	174.366	154.389
Totale	236.064	174.366	154.389

Rifiuti per destinazione / smaltimento (Kg)	2018	2019	2020
ii. Riciclo	499	-	
Rifiuti Pericolosi	499	-	
ii. Riciclo	223.645	149.156	128.389
ix. Altro / Smaltimento	11.920	25.210	26.000
Rifiuti non Pericolosi	235.565	174.366	154.389
Totale	236.064	174.366	154.389

Energia, emissioni e cambiamenti climatici

GRI 302-1 GRI 302-3 GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-4

I consumi energia

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

Energia consumata GJoule	2018	2019	2020
Energia elettrica			
Energia elettrica acquistata	1.908	1.683	1.878
Energia elettrica prodotta da impianto fotovoltaico	3.099	3.150	3.334
Meno: energia ceduta in rete	(1.562)	(1.641)	(1.801)
Totale	3.444	3.193	3.411
Di cui da fonti rinnovabili	1.536	1.510	1.533
Carburante			
Diesel	2.115	1.941	1.354
Totale	2.115	1.941	1.354
Gas metano			
Gas metano	6.699	6.311	5.900
Totale	6.699	6.311	5.900
Totale consumi	12.259	11.444	10.665
Di cui da fonti rinnovabili	1.536	1.510	1.533
Incidenza % energia da fonti rinnovabili	12,53%	13,19%	14,37%

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

- Energia elettrica: aumento dei consumi nel 2020, rispetto alla diminuzione intervenuta nel 2019, per effetto dell'estremamente positivo andamento delle vendite post lockdown e della conseguente intensa attività produttiva.
- Carburante auto aziendali: riduzione dei viaggi di lavoro nel 2020 a seguito delle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria Covid-19
- Metano: l'emergenza sanitaria ha comportato interruzioni per prolungati periodi della linea di produzione della cardatura a metano con approvvigionamenti esterni.

Grazie all'impianto fotovoltaico di auto produzione dell'energia elettrica e contestuale riduzione dei consumi di gas metano e di carburanti, l'incidenza delle fonti rinnovabili è salita dal 13,19% del 2019 al 14,37% nel 2020.

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 processo 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	2018	2019	2020
Consumi energia / GJ (Gruppo)	12.259	11.444	10.665
Ore totali lavorate / h	258.834	228.170	209.964
Indice intensità	47,36	50,16	50,80
Consumi energia GJ (Caleffi)	11.311	10.422	9.750
Volumi produzione / Trapunte prodotte internamente / Pezzi	308.000	249.000	273.100
Indice intensità	36,73	41,94	35,70

Il trend degli indici riflette quello legato ai consumi energetici del periodo.

La riduzione delle ore lavorate nel 2020 derivanti dall'interruzione della produzione interna ha determinato una contrazione marginale dell'indice di intensità.

Al contrario, se la performance viene misurata sulla produzione Caleffi di trapunte, che prevedono fasi di lavorazione esterne, la performance del 2020 è migliore rispetto a quella del 2019 e spiegata dall'andamento positivo del mercato di riferimento.

Emissioni

Emissioni GHG Scope 1 - tCO ₂ e	2018	2019	2020
Carburante/Diesel	156	143	100
Gas metano	335	316	296
Totale	491	459	395

Emissioni GHG Scope 2 - tCO₂e

Energia elettrica acquistata (Scope 2)	154	136	151
Totale emissioni GHG Scope 1 / Scope 2	645	595	547

Fonti per calcolo emissioni: a) Carburante / diesel National Inventory Report 2020 — Italiano (isprambiente.it); b) Metano fattori_standard_2019.pdf (minambiente.it); c) Energia elettrica (location based): Fattori di emissione atmosferica di gas a effetto serra nel settore elettrico nazionale e nei principali Paesi Europei. Edizione 2020 — Italiano (isprambiente.gov.it)
Emissioni GHG: GreenHouse gases (gas serra / emissioni CO₂ / Anidride carbonica)

Intensità emissioni

Intensità energetica	2018	2019	2020
Emissioni / t CO2e	645	595	547
Ore totali lavorate/h	258.834	228.170	209.964
Indice intensità	2,49	2,61	2,60
Emissioni / t CO2e	645	595	547
Volumi produzione / Trapunte prodotte (internamente) / Pezzi	308.000	249.000	273.100
Indice intensità	2,09	2,39	2,00

L'andamento delle emissioni e dei relativi indici risulta coerente con quelle dei consumi energetici. A fronte di una riduzione delle emissioni GHG Scope 1 (metano e carburanti), le emissioni indirette GHG Scope 2 registrano un aumento originato dall'aumento dei consumi di energia elettrica acquistata dalla rete, per sostenere l'attività del 2020.

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

GRI 102-55

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 403 Salute e sicurezza sul lavoro pubblicati nel 2018 e di applicazione obbligatoria a partire dalla rendicontazione riferita all'esercizio 2020. Si richiama la circostanza che nel 2020 è stata pubblicata la versione aggiornata del GRI 206 Rifiuti, che verrà adottata, in quanto obbligatoria, ai fini della DNF 2021.

GRI Sustainability Reporting Standard	Riferimenti Capitolo / Paragrafo	Pag.
---------------------------------------	----------------------------------	------

102 INFORMATIVA GENERALE

Profilo dell'organizzazione

102-1	Nome dell'organizzazione	1. Identità, strategia e sostenibilità / Caleffi	8
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	1. Identità, strategia e sostenibilità / Caleffi	8
		1. Identità, strategia e sostenibilità / Mercati e strategia	14
		2. Il modello di business e i prodotti / I brand Caleffi	32
		2. Il modello di business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	36
		2. Il modello di business e i prodotti / Il cliente	48
102-3	Luogo della sede principale	1. Identità, strategia e sostenibilità / Caleffi	8
102-4	Luogo delle attività		
102-5	Proprietà e forma giuridica		
102-6	Mercati serviti	1. Identità, strategia e sostenibilità / Caleffi	8
		2. Il modello di business e i prodotti / Il cliente	48
102-7	Dimensione dell'organizzazione	1. Identità, strategia e sostenibilità / Caleffi	8
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	5. Le risorse umane / I dipendenti	85
102-9	Catena di fornitura	2. Il modello di business e i prodotti / I Fornitori – Responsabilità e sostenibilità della filiera	39
102-11	Principio di precauzione	3. La Governance / La gestione dei rischi	65
102-12	Iniziative esterne	3. La Governance / Il governo dell'impresa	54
102-13	Adesione ad associazioni		

Strategia

102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli Stakeholder	5
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	1. Identità, strategia e sostenibilità / Mercati e strategia	14
		3. La Governance / La gestione dei rischi	65

Etica ed Integrità

102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	3. La Governance / La gestione responsabile del business	60
102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche		

Governance

102-18	Struttura della governance	3. La Governance / Il governo dell'impresa	54
102-22	Composizione del massimo organo di governo		
102-23	Presidente del massimo organo di governo		

Coinvolgimento degli stakeholder

102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	1. Identità, strategia e sostenibilità / Gli Impatti Caleffi - Analisi di materialità	23
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	5. Le risorse umane / Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale	78
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	1. Identità, strategia e sostenibilità / Gli Impatti Caleffi - Analisi di materialità	23
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder		
102-44	Temi e criticità chiave sollevati		

Pratiche di rendicontazione

102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota Metodologica	7
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi		
102-47	Elenco dei temi materiali	1. Identità, strategia e sostenibilità / Gli Impatti Caleffi - Analisi di materialità	23
102-50	Periodo di rendicontazione	Nota Metodologica	7
102-51	Data del report più recente		
102-52	Periodicità di rendicontazione		
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report		
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards		
102-55	Indice dei contenuti del GRI	GRI Content Index - Indice dei contenuti GRI	110

Modalità di gestione

103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1. Identità, strategia e sostenibilità / Gli Impatti Caleffi - Analisi di materialità	23
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	2. Il modello di business e i prodotti / I Fornitori - Responsabilità e sostenibilità della filiera	39
		3. La Governance / La gestione responsabile del business	60
		5. Le risorse umane / Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale	78
		6. L'ambiente / Caleffi e l'ambiente	100

200 TEMI ECONOMICI

201 Performance economiche

201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	4. I risultati economico-finanziari / Il Valore economico generato e distribuito	74
-------	--	--	----

203 Impatti economici indiretti

203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	4. I risultati economico-finanziari / Gli investimenti	77
-------	--	--	----

204 Pratiche di approvvigionamento

204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	2. Il modello di business e i prodotti / Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico	52
-------	---	--	----

205 Anticorruzione

205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	3. La Governance / La gestione responsabile del business	60
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione		
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		

206 Comportamento Anticorrezionale

206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	3. La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	71
-------	---	--	----

300 TEMI AMBIENTALI

301 Materiali

301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	2. Il modello di business e i prodotti / I Fornitori - Responsabilità e sostenibilità della filiera	39
-------	--	---	----

302 Energia

302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	6. L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici	105
302-3	Intensità energetica		

303 Acqua e scarichi idrici - 2018

303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	6. L'ambiente / La risorsa idrica	103
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua		
303-3	Prelievo idrico		

305 Emissioni

305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	6. L'ambiente / Energia, emissioni e cambiamenti climatici	105
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)		
305-4	Intensità delle emissioni di GHG		

306 Rifiuti

306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	6. L'ambiente / Produzione e gestione dei rifiuti	104
-------	--	---	-----

307 Compliance Ambientale

307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	3. La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	71
-------	--	--	----

308 Valutazione Ambientale dei fornitori

308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	2. Il modello di business e i prodotti / I Fornitori - Responsabilità e sostenibilità della filiera	39
-------	--	---	----

400 TEMI SOCIALI

401 Occupazione

401-1	Nuove assunzioni e turnover	5. Le risorse umane / I dipendenti	85
401-3	Congedo parentale		

403 Salute e sicurezza sul lavoro - 2018

403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5. Le risorse umane / Salute e sicurezza sul lavoro	91
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti		
403-3	Servizi di medicina sul lavoro		
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro		
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro		
403-6	Promozione della salute dei lavoratori		
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali		
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro		
403-9	Infortuni sul lavoro		

404 Formazione e Istruzione

404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	5. Le risorse umane / La formazione	89
--	-------------------------------------	----

405 Diversità e Pari Opportunità

405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	3. La Governance / Il governo dell'impresa	54
	5. Le risorse umane / I dipendenti	85

413 Comunità Locali

413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	2. Il modello di business e i prodotti / Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico	52
---	--	----

414 Valutazione Sociale di Fornitori

414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	2. Il modello di business e i prodotti / I Fornitori - Responsabilità e sostenibilità della filiera	39
--	---	----

416 Salute e sicurezza dei clienti

416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi.	2. Il modello di business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	36
	2. Il modello di business e i prodotti / Il cliente	48
416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	2. Il modello di business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	36
	2. Il modello di business e i prodotti / Il cliente	48

417 Marketing ed Etichettatura

417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	2. Il modello di business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	36
	2. Il modello di business e i prodotti / Il cliente	48
417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	2. Il modello di business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	36
	2. Il modello di business e i prodotti / Il cliente	48
417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	2. Il modello di business e i prodotti / Il prodotto: ricerca, qualità, sicurezza	36
	3. La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	71

418 Privacy dei clienti

418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	3. La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	71
-------	--	--	----

Compliance socio-economica

419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	3. La Governance / Il rispetto delle norme - La compliance	71
-------	--	--	----

Il Bilancio di Sostenibilità è stato realizzato con la collaborazione di V-Finance

