

Bilancio di Sostenibilità 2022



Indice

INDICE	2
LETTERA AGLI STAKEHOLDER	3
DATI DI SINTESI – GRUPPO CALEFFI	4
GLI INDICATORI	4
NOTA METODOLOGICA	5
1 IDENTITÀ, STRATEGIA E SOSTENIBILITÀ	7
CALEFFI	7
MERCATI E STRATEGIA	9
ANALISI DI MATERIALITÀ	14
IL RUOLO DEGLI STAKEHOLDER	14
I TEMI MATERIALI	15
2 LA GOVERNANCE	20
IL GOVERNO DELL'IMPRESA	20
LA GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS	26
ORGANISMO DI VIGILANZA	29
LA GESTIONE DEI RISCHI	32
IL RISPETTO DELLE NORME - LA COMPLIANCE	36
3 IL CAPITALE INFRASTRUTTURALE	39
I BRAND CALEFFI	39
LA PRODUZIONE	42
LA DISTRIBUZIONE	42
4 IL CAPITALE RELAZIONALE	44
IL CLIENTE	44
QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI	46
I FORNITORI – RESPONSABILITÀ E SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA	48
LA CATENA DI FORNITURA CALEFFI	48
TERRITORIO E COMUNITÀ LOCALE: SVILUPPO SOCIALE ED ECONOMICO	52
5 I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI	54
IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO	54
GLI INVESTIMENTI E I PROGETTI	54
6 IL CAPITALE UMANO	56
LE POLITICHE DI GESTIONE, VALORIZZAZIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE	56
I DIPENDENTI	60
LA FORMAZIONE	63
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	63
7 IL CAPITALE AMBIENTALE	69
CALEFFI E L'AMBIENTE	69
I MATERIALI DELLE COLLEZIONI	70
PRODUZIONE E GESTIONE DEI RIFIUTI	71
ENERGIA, EMISSIONI E CAMBIAMENTI CLIMATICI	73
LA RISORSA IDRICA	75
GRI CONTENT INDEX – INDICE DEI CONTENUTI GRI	77

Lettera agli Stakeholder



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

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

Stiamo vivendo un profondo processo di trasformazione tecnologica e sociale, i cui effetti sono a cascata e si propagano nello spazio e nel tempo, attraverso le generazioni e le frontiere. Un processo che sta cambiando non solo le strutture produttive dei Paesi, ma l'intera società e lo stile di vita delle persone.

Il presente Bilancio si pone come obiettivo quello di fornire una rappresentazione delle azioni, dei valori e degli effetti che l'attività d'impresa produce e di rendicontare le politiche e le attività promosse nel corso del 2022, garantendo piena trasparenza nei confronti di tutti i portatori d'interesse.

Nel 2022 il Gruppo Caleffi ha realizzato un fatturato pari ad Euro 59 milioni, risultato che riteniamo di grande valore, poiché conseguito in un anno ancora estremamente difficile per effetto della congiuntura internazionale caratterizzata da guerra, sanzioni, crisi energetica, aumento delle *commodities* e politiche monetarie restrittive. I primi mesi del 2023 risultano ancora impattati da tali elementi, con una forte volatilità sui mercati che rende difficile fare previsioni.

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

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

Guido Ferretti

Consigliere Delegato Corporate

Dati di sintesi – Gruppo Caleffi

Gli indicatori

		2020	2021	2022
Generazione e distribuzione di valore				
Valore generato	Euro mil	56,6	61,4	61,0
Valore distribuito	Euro mil	49,9	55,2	56,1
Incidenza servizi e lavorazioni da fornitori del territorio	% sul tot	86%	84%	85%
Processi e materiali				
Sistema gestione	Sistema di gestione Integrato qualità, salute e sicurezza sul lavoro: ISO 45001:2018 / ISO 9001:2015			
Certificazione di prodotto	Oeko-tex® Confidence in Textiles-Standard 100 (Mirabello Carrara dal 2014) – 94% acquisti sono certificati Oeko-Tex®.			
Certificazioni prodotti acquistati da fornitori				
▪ Oeko-Tex® Confidence in Textiles-Standard 100		✓	✓	✓
▪ GOTS (Global Organic Textile Standard)		✓	✓	✓
Fornitori sottoposti audit sociale / ambientale	% a valore	56%	75%	80%
Ambiente				
Energia consumata	GJoule	10.111	12.363	9.714
Energia rinnovabile su totale	%	18,50%	18,37%	34,51%
Energia green prodotta	GJoule	3.334	3.487	3.161
- di cui immessa	GJoule	1.817	1.696	1.622
Energia indiretta consumata (energia elettrica)	GJoule	3.396	4.029	3.352
Energia indiretta consumata green %	%	55%	56%	100%
Emissioni GHG dirette Scope 1 + indirette Scope 2 (Location Based)	tCO ₂ e	530	651	508
Indice di intensità energia (Location Based)		2,52	2,76	2,23
Rifiuti				
Rifiuti prodotti	tonn.	172,5	226,72	236,8
Rifiuti prodotti destinati al recupero (%)	% su tot	85%	94%	96%
Risorse umane				
Dipendenti	Nr	152	148	145
Diversity - Dipendenti genere femminile	%	74%	72%	70%
Dipendenti con contratto a tempo indeterminato	%	99,3%	98,6%	95,9%
Salute sicurezza sul lavoro: Infortuni (non gravi)	Nr	-	-	-

Nota Metodologica



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

Il Bilancio di sostenibilità è stato redatto secondo le metodologie ed i principi previsti dai *GRI Standards 2021* (opzione ‘*In accordance*’), definiti dal *Global Reporting Initiative* (‘*GRI Standards*’).

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

I principi generali applicati per la redazione della Bilancio di Sostenibilità sono quelli definiti dal 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 dallo Standard di rendicontazione adottato, rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l’attività svolta da Caleffi e gli impatti da essa prodotti. La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base di un’analisi di rilevanza (“materialità”) degli stessi, come descritto nel paragrafo “*Gli impatti Caleffi - Analisi di materialità*”, sulla base di quanto richiesto dallo Standard GRI 2021 (GRI 3 – Temi Materiali).

Il Bilancio di sostenibilità contiene in appendice un indice di riepilogo delle informazioni relative ai diversi ambiti trattati (GRI Content Index), in modo tale da consentire l’individuazione degli indicatori e delle altre informazioni quantitative e qualitative presentati all’interno del documento.

Il **perimetro di rendicontazione** dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative si riferisce alle performance del **Gruppo Caleffi** (Caleffi S.p.A. e controllata Mirabello Carrara S.p.A.), coerente con il bilancio consolidato di Gruppo al 31 dicembre 2022. Le eventuali informazioni quantitative per le quali è stato fatto ricorso a stime sono segnalate nelle diverse sezioni del presente documento.

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

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

Il Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Caleffi S.p.A. in data **29 marzo 2023** 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 <https://www.caleffigroup.it/sostenibilita>. Per richiedere maggiori informazioni in merito è possibile rivolgersi all'indirizzo esg@caleffionline.it.

1 Identità, strategia e sostenibilità

Caleffi

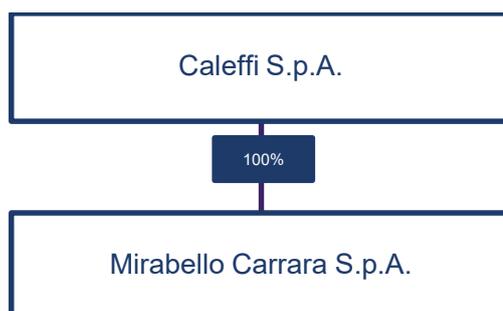


Caleffi ha sede in Viadana (MN - Italia) ed è attiva dagli anni Sessanta nel design, nella produzione e nella commercializzazione di articoli tessili per la casa di elevata qualità con marchi sia propri sia in licenza.

Dal 1962 Caleffi interpreta la cultura dell'abitare della famiglia contemporanea attraverso textures e colori raccontando le sensazioni autentiche di ambienti in cui l'amore per il design si mescola con bellezza e comfort, emozioni genuine e gusto autentico della tradizione.

I prodotti Caleffi si contraddistinguono per un elevato contenuto di design e per il posizionamento nelle fasce media e alta del mercato. La creatività, l'innovazione, la differenziazione delle linee per fasce di mercato e segmenti di consumo fanno di Caleffi un importante marchio nel mondo dell'Home Fashion.

Il Gruppo



Le dimensioni

Il Gruppo ha realizzato nel 2022 Euro 59,3 milioni di ricavi ed al 31 dicembre 2022 impiegava 145 dipendenti presso le sedi ed unità produttive di Viadana, Mantova (Caleffi) e di Meda (Mirabello Carrara).

Al 31 dicembre 2022, il capitale sociale della capogruppo Caleffi S.p.A. è di Euro 8,1 milioni. L'azionista di maggioranza Giuliana Caleffi S.r.l. detiene una partecipazione del 55,1%, mentre la quota residua del 44,9% è collocato sul mercato. Il patrimonio netto consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2022 è di Euro 23,2 milioni.

Ricavi per business unit (Euro/000)	2020		2021		2022	
	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
Caleffi	45.077	80,4%	46.014	75,7%	46.681	78,7%
Mirabello Carrara	12.686	22,6%	16.078	26,4%	14.142	23,8%
Operazioni infragruppo	(1.705)	(3,0%)	(1.307)	(2,1%)	(1.538)	(2,5%)
Totale	56.058	100,0%	60.785	100,0%	59.285	100%

Ricavi per area geografica (Euro/000)	2020		2021		2022	
	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
Italia	52.590	93,8%	54.536	89,7%	54.461	91,9%
UE	1.057	1,9%	3.356	5,5%	2.731	4,6%
Extra UE	2.411	4,3%	2.893	4,8%	2.093	3,5%
Totale	56.058	100,0%	60.785	100,0%	59.285	100%

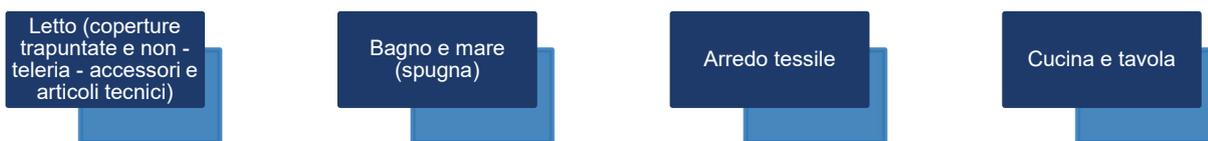
La storia

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



Caleffi

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



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

La gamma dei prodotti Caleffi



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

Mirabello Carrara

Mirabello Carrara S.p.A. con sede a Meda (MB) è controllata al 100% da Caleffi e nasce dalla fusione nel 2012 di due storiche *maison* di prodotti *Home Fashion* nel segmento *Luxury*: **Mirabello**, che inizia l'attività nel 1978 nello storico quartiere milanese di Brera e **Carrara**, fondata nel 1948 dall'omonima famiglia con il nome di Manifattura Tessuti Spugne Besana, nota per collezioni di biancheria in spugna e per la casa, distribuite nei migliori *Department Store* Internazionali.

L'offerta Mirabello



Mercati e strategia



Scenari e prospettive

Il mercato di riferimento è il mercato biancheria casa, che in Italia ha un valore complessivo di 1,3 miliardi di Euro in crescita rispetto al 2021 del 7,3% (fonte dati: Sita Ricerche). Dopo la peggior crisi economica di tutti i tempi, registrata nel 2020, la miglior ripresa di sempre: l'Italia è cresciuta più delle altre economie europee e quasi come quella globale (il balzo in avanti del Pil risulta pari al 3,9%) trascinata dall'export, che ha superato i livelli pre-Covid, e dalla riconversione digitale della propria manifattura.

L'emergenza sanitaria, con le sue conseguenze sociali ed economiche, ha lasciato il segno determinando forti trasformazioni sia sul piano quantitativo, nella struttura della domanda di consumi, sia su quello qualitativo, nella scala dei valori e dei paradigmi comportamentali e alcune pratiche, come lo smart working, sono entrate nella nuova normalità contribuendo a ridisegnare i confini della vita professionale e privata.

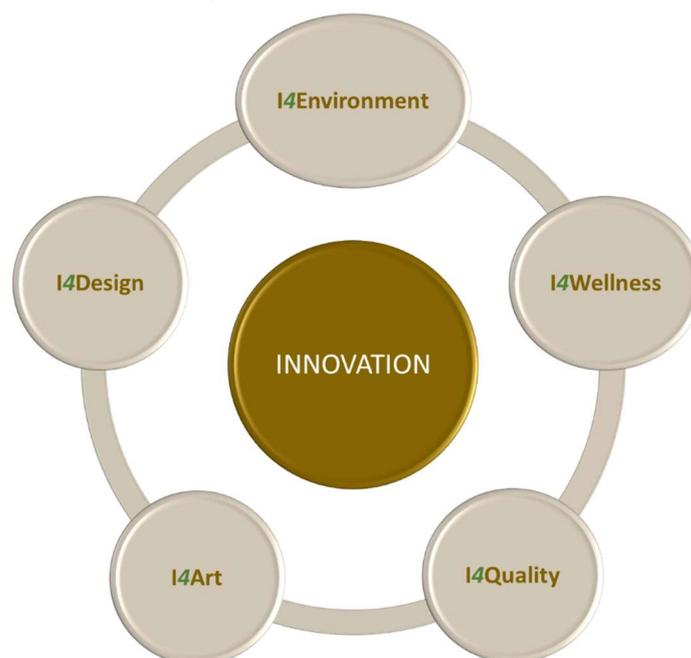
Il 2022 ha portato ulteriori sfide agli operatori, tra guerra Russo-Ucraina, inflazione, crisi delle catene di fornitura, rincari di materie prime e energia a livelli difficilmente sostenibili e nuove dinamiche legate sia al contesto internazionale, sia al nuovo atteggiamento di spesa dei consumatori, che attribuiscono un sempre maggiore peso alla qualità di vita e al benessere psico-fisico, anche attraverso un approccio sostenibile alla vita di tutti i giorni.

Lo scenario futuro che dunque ci si può attendere, prevede un sistema valoriale che contemplerà al suo interno sempre più frequentemente anche i principi ambientalisti e i temi dell'economia circolare e della trasformazione energetica, verso soluzioni sempre più sostenibili e rinnovabili, resi ancora più urgenti dalle crisi determinate dalla guerra e dai collegati fenomeni speculativi.

La sostenibilità nella strategia di Caleffi

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

Per Caleffi, l'**innovazione** è sempre stata il cuore pulsante attorno al quale ruotano idee, progetti, prodotti, design e processi di sviluppo. Caleffi, partendo proprio dall'innovazione, identifica un percorso di sostenibilità che si prefigge di perseguire gli obiettivi aziendali attraverso i seguenti **DRIVER**:



I4DESIGN	Design esclusivo e gusto estetico senza compromessi declinati in materiali di assoluta qualità per proposte raffinate e contemporanee.
I4QUALITY	Qualità dei materiali e delle lavorazioni per una proposta premium e <i>luxury</i> in grado di soddisfare i clienti più esigenti.
I4ART	Affinità con l'arte e collaborazioni con artisti affermati rappresentano da sempre un tratto distintivo della Società. Fornasetti, Frida Kahlo, Ugo Nespolo, Marcapiano, Kiko Perotti, Nicola PanKof, le più prestigiose collaborazioni di questi ultimi anni.
I4WELLNESS	Bellezza estetica, fibre naturali, materiali tattili e pregiati, per emozionare e regalare sensazioni di puro benessere.
I4ENVIRONMENT	Riduzione dei consumi energetici e minimizzazione dell'impatto sull'ambiente attraverso lo sviluppo di prodotti eco-sostenibili con packaging a basso utilizzo di plastiche e cellophane non degradabili.

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

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



Il Piano si focalizza su cinque priorità strategiche: **lotta ai cambiamenti climatici, economia circolare, catena di fornitura responsabile, salute e benessere della persona e sviluppo economico e sociale della comunità.**

Il Piano di sostenibilità del Gruppo Caleffi include obiettivi di riduzione dell'impatto ambientale attraverso la riduzione dei consumi di energia ed emissioni, il riciclo degli scarti di lavorazione, l'eliminazione della plastica monouso, la tracciabilità delle materie prime e il continuo miglioramento degli standard sociali e ambientali lungo la filiera grazie ad una stretta collaborazione con i partner produttivi.

Il Piano viene aggiornato ogni anno al fine di rendere noto lo stato di implementazione dei progetti e di fissare nuovi obiettivi in un'ottica di miglioramento continuo.

I4ENVIRONMENT

LOTTA AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Riduzione dei consumi e delle emissioni (SDGs 7; 13)



Tema Materiale	Obiettivo	Anno	Action Plan	Raggiungimento obiettivo
Efficienza energetica Lotta al cambiamento climatico	100% Energia rinnovabile	2022	Sottoscrizione contratto per l'acquisto di energia elettrica proveniente da sole fonti rinnovabili	100%
	100% Illuminazione a LED	2022	Sostituzione dei corpi illuminanti da tradizionale a LED	90% (78% Caleffi 100% Mirabello Carrara)
	Soluzione Logistiche a minor impatto	2023	Selezione di partner affidabili e attento ai temi della sostenibilità	ongoing

I4QUALITY

ECONOMIA CIRCOLARE

Creare prodotti più sostenibili per l'ambiente (SDGs 12; 14)



Tema Materiale	Obiettivo	Anno	Action Plan	Raggiungimento obiettivo
Materie prime e materiali Qualità, sicurezza ed affidabilità dei prodotti	End of waste	2023	Presentato al MISE progetto per il riutilizzo e valorizzazione degli scarti di lavorazione	In attesa di risposta
	Gestione fine vita del prodotto EPR	2023	Iscrizione a consorzio	ongoing
	Packaging sostenibile	2023	Utilizzo di biopalstica prodotta dalla canna da zucchero	ongoing
	Aumento materiale riciclato nel processo	2023		ongoing

I4DESIGN

PROMOZIONE SUPPLY CHAIN RESPONSABILE

Tracciabilità della catena di fornitura e delle materie prime (SDGs 8)

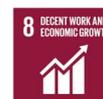


Tema Materiale	Obiettivo	Anno	Action Plan	Raggiungimento obiettivo
Gestione responsabile della catena di fornitura	Codice condotta Fornitori	2022	Stesura, approvazione e sottoscrizione	100%
Trasparenza delle informazioni sui prodotti	Acquisti sostenibili	2023	Rating supply chain attraverso il provider EcoVadis	80%
	Tracciabilità	2023	Sviluppo software per tracciare il processo dal fornitore al consumatore	70%
	Etichettatura prodotti Made in Green by Oekotex	2023	Valutazione progetto	

I4ART

SVILUPPO SOCIALE ED ECONOMICO DELLA COMUNITA'

Creare valore per la comunità locale (SDGs 8)

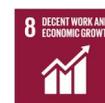


Tema Materiale	Obiettivo	Anno	Action Plan	Raggiungimento obiettivo
Creazione e distribuzione della ricchezza generata	Creare valore per la Comunità Locale		Affidate la maggior parte delle lavorazioni esterne alla comunità locale	85%
	Supporto al territorio		Sostenitore Donor FAI Associazione Libellule	Contributo a sostegno dell'ambiente Contributo attraverso la donazione di prodotti per l'acquisto di un mammografo

I4WELLNESS

SALUTE E BENESSERE DELLA PERSONA

Valorizzazione delle persone, pari opportunità e diversità (SDGs 5;8; 10)



Tema Materiale	Obiettivo	Anno	Action Plan	Raggiungimento obiettivo
Salute e Sicurezza sul lavoro	Sistema di gestione ISO 45001	2022	Mirabello Carrara ha perseguito la certificazione integrata qualità Salute e sicurezza.	100%
Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori			Il Gruppo non ha rilevato non conformità	
Diversità e Pari opportunità	Dialogo sociale e contrattazione collettiva		Dialogo costante con le rappresentanze sindacali.	
Welfare aziendale e conciliazione vita-lavoro	Welfare aziendale		È stato definito un contratto integrativo aziendale, con incentivazione legata a target di redditività e produttività da corrispondersi parzialmente con strumenti welfare	
Formazione e sviluppo delle carriere	Valorizzazione delle Persone e delle diversità		Impegno costante per: a) soluzione concordate a problematiche aziendali; b) equità e parità di genere nei pacchetti retributivi	
	Aumento delle ore di Formazione		Impegno per la formazione e addestramento. Piani di carriera per il personale junior	

Analisi di materialità



Il ruolo degli stakeholder

Gli stakeholder sono i soggetti (individui o gruppi) espressione di interessi, aspettative e valutazioni diversi nei confronti di un'impresa, con i quali la società intrattiene relazioni costanti nello svolgimento della propria attività.

Il coinvolgimento ed il confronto con gli stakeholder (stakeholder engagement) consente non soltanto di comprenderne le esigenze, aspettative e valutazioni, ma anche di definire una migliore strategia e obiettivi di business, valutando il cambiamento, i rischi e le opportunità.

Il sistema di relazioni di Caleffi con i propri stakeholder prevede strumenti e canali di dialogo differenziati per le diverse categorie di stakeholder, coerenti con il livello di interdipendenza e influenza sull'organizzazione.

Categoria Stakeholder	Attività di engagement (Progetti – Iniziative – Relazioni)
Azionisti	Assemblea dei Soci - Consiglio di Amministrazione
Banche e finanziatori	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
Fornitori, Partner e 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. ➡ 2022 - Mappatura e valutazione dei principali fornitori tramite la piattaforma di valutazione EcoVadis (si veda informativa – successivo paragrafo Supply chain).
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

I temi materiali

Gli aspetti rilevanti, da rendicontare nel Bilancio di sostenibilità in conformità ai GRI Standard, sono quelli che riflettono l'impatto significativo economico, ambientale e sociale dell'organizzazione. Il primo passo nella rendicontazione non finanziaria consiste nell'individuare, attraverso la cosiddetta "analisi di materialità", i temi di sostenibilità di interesse prioritario per l'Organizzazione.

Tali tematiche vengono definite "materiali" in quanto risultano associate agli impatti (positivi o negativi, effettivi o potenziali, di breve o lungo periodo) più significativi che le attività aziendali sono (o potrebbero essere) in grado di generare sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani.

Secondo l'approccio dell'Unione Europea, definito nella Comunicazione della Commissione Europea pubblicata nel giugno 2019 contenente le linee guida sull'informativa in materia di cambiamenti climatici di cui alla NFRD / Non Financial Reporting Directive - Direttiva 95/2014, i temi materiali sono quegli ambiti di sostenibilità che possono avere impatti significativi sullo sviluppo, le prestazioni e sul valore di un'impresa. Nello stesso tempo, un tema materiale è definito in relazione agli ambiti e tematiche di carattere sociale e ambientale sui quali l'impresa, attraverso la propria attività, può avere un impatto rilevante. Le due "direzioni" della materialità sono interconnesse tra di loro.

Gli aspetti materiali ESG per il Gruppo Caleffi sono stati identificati a partire da un'indagine strutturata ed articolata nei seguenti passaggi:

- analisi della documentazione aziendale esistente;
- analisi di documenti pubblici, articoli, statistiche e risultati di osservatori sulla tipologia di standard e framework internazionali adottati nella reportistica di sostenibilità;
- analisi delle caratteristiche del settore di appartenenza, al fine di individuare le principali tematiche su cui anche le aziende competitor e comparable tendono a focalizzarsi.

Con riferimento a quest'ultimo punto, considerando l'assenza del GRI Sector Standard per il settore di riferimento di Caleffi, è stata svolta un'analisi di benchmark preliminare in cui sono stati esaminati i siti internet e i documenti pubblici di aziende individuate come "best-in-class" o "comparable" nell'ambito della rendicontazione non finanziaria. Tale analisi ha considerato elementi quali:

- la presenza di documentazione/reportistica di carattere non finanziario;
- la tipologia di documentazione pubblicata (es: Bilancio di Sostenibilità, Dichiarazione Non Finanziaria, Report Integrato, Bilancio Sociale, ecc.);
- gli standard di rendicontazione utilizzati e i relativi livelli di applicazione;
- la presenza di una matrice di materialità o di un elenco dei temi materiali;
- la tipologia di temi risultati materiali per tali aziende.

Tale analisi ha permesso di identificare tematiche di sostenibilità riconducibili a 4 diverse macro-aree: Governance, Responsabilità economica e di servizi, Responsabilità Sociale, Responsabilità Ambientale.

Gli impatti individuati sono stati clusterizzati in base al reciproco livello di affinità, al fine di ottenere un elenco più limitato di 27 tematiche ESG da sottoporre a valutazione quantitativa da parte dei Vertici Aziendali e da un campione rappresentativo delle principali categorie di stakeholder dell'azienda.

Per la valutazione delle tematiche è stato utilizzato un questionario con il quale è stato richiesto di prioritizzare ciascun tema, secondo il livello di rilevanza.

In particolare, la valutazione circa il livello di “rilevanza” degli impatti ESG connessi ad ogni tematica ha tenuto conto dei seguenti elementi:

- scala: entità (in senso positivo o negativo, a seconda dei casi) dell’impatto generato direttamente o indirettamente dalle attività aziendali
- portata: diffusione dell’impatto in termini geografici (es: livello locale, nazionale, ecc.), considerando il numero di stakeholder coinvolti, ecc.
- carattere di rimediabilità: misura in cui è possibile mitigare o porre rimedio all’impatto una volta che esso si è verificato (da considerare solo per gli impatti negativi)
- probabilità: probabilità con cui tale impatto potrebbe verificarsi nel breve, medio e lungo periodo (da considerare solo per gli impatti potenziali).

Al fine di identificare i temi e gli impatti ESG realmente “materiali” per il Gruppo Caleffi è stata definita la cosiddetta “**soglia di materialità**”, considerando come tali, per ogni macro ambito, il 50% dei temi che hanno ottenuto una prioritizzazione più elevata.

Al termine dell’intero processo, i risultati conseguiti sono stati sottoposti a discussione e validazione da parte del Consiglio di Amministrazione di Caleffi in data 29 marzo 2023.

Nella tabella successiva viene data evidenza, per ciascun tema materiale identificato, delle ragioni di rilevanza del tema (impatti generati sull’economia, ambiente e persone), dei KPI relativi che sono stati rendicontati e dei processi di monitoraggio adottati.

Tema materiale	Impatti e rilevanza del tema	KPI/GRI Standards	Attività che genera l’impatto	Impegni, politiche e strumenti di monitoraggio
Governance				
Etica e integrità nella condotta del business	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla gestione delle risorse finanziarie a beneficio della società e dell’ecosistema economico in cui opera • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sul mantenimento delle relazioni con i principali stakeholder con cui l’Organizzazione interagisce 	GRI 2-27 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 206-1 GRI 207-1	Processi di verifica dell’allineamento alle normative e agli standard in materia di etica e integrità del business (vedi paragrafo “ <i>La gestione responsabile del business</i> ”)	Codice di condotta Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231/01 Piano di Sostenibilità
Governance trasparente e gestione dei rischi di sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti 	GRI 2-27 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 206-1 GRI 207-1	Processi di monitoraggio e aggiornamento del sistema di gestione dei rischi con integrazione dei rischi ESG (vedi paragrafo “ <i>Gestione dei rischi</i> ”)	Codice di condotta Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231/01 Sistema di gestione dei rischi (ERM)
Tutela del brand e reputazione	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla sensibilità e consapevolezza della clientela e del mercato 	GRI 2-6	Processo di aggiornamento e monitoraggio costante	Adozione di misure volte a rafforzare la

Tema materiale	Impatti e rilevanza del tema	KPI/GRI Standards	Attività che genera l'impatto	Impegni, politiche e strumenti di monitoraggio
	sulla sostenibilità • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla disponibilità di prodotti e servizi con elevate performance ambientali/sociali		monitoraggio costante dei brand registrati (vedi paragrafo “ <i>Il brand: immagine e reputazione</i> ”)	reputazione dell'azienda, incrementando l'apprezzamento da parte dei clienti e valorizzando i brand del Gruppo
Capitale Economico				
Creazione e distribuzione della ricchezza generata	• Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla gestione delle risorse finanziarie a beneficio della società e dell'ecosistema economico in cui opera • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sul mantenimento delle relazioni con i principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla capacità di <i>retention</i> e <i>attraction</i> e sulla stabilità occupazionale delle risorse umane	GRI 201-1 GRI 203-1	Sviluppo e rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder e relativa distribuzione della ricchezza generata (vedi paragrafo “ <i>Il valore economico generato e distribuito</i> ”)	Budgeting e reporting Stakeholder Engagement Adozione di misure in grado di garantire la continuità operativa, la stabilità finanziaria e la redditività del business
Approccio fiscale trasparente	• Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti in ambiti quali il reimpiego di profitti derivanti da attività illecite, episodi di concussione, comportamenti anti-competitivi, ecc.	GRI 201-1 GRI 207-1	Processi di verifica dell'allineamento alle normative e agli standard in materia fiscale (vedi paragrafo “ <i>Approccio fiscale</i> ”)	Analisi e verifica costante della normativa in vigore in ambito fiscale
Capitale Produttivo				
Qualità, sicurezza ed affidabilità del prodotto	• Possibilità di incidere positivamente o negativamente benessere della clientela, in termini di assenza di materiali/sostanze tossiche nei prodotti offerti dall'azienda	GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1	Controlli periodici di qualità sui prodotti commercializzati (vedi paragrafo “ <i>Qualità e sicurezza dei prodotti</i> ”)	Test a campione sui prodotti commercializzati Certificazioni di qualità sui prodotti (Oekotex)
Sicurezza dei dati e tutela della privacy	• Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela della sicurezza e dei diritti fondamentali della clientela e di tutti i soggetti con cui l'Organizzazione si interfaccia	GRI 418-1	Processo di analisi e controllo della tutela della privacy e della sicurezza dei dati in accordo con le normative vigenti (GDPR) (vedi paragrafo “ <i>Sicurezza dei dati e Privacy</i> ”)	Modello Organizzativo di tutela della privacy
Capitale Umano				
Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori	• Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela dei diritti fondamentali dei membri del personale aziendale e di tutti i collaboratori con cui la Società si interfaccia	GRI 401-1 GRI 406-1	Processi di monitoraggio e segnalazione del mancato rispetto dei diritti umani (vedi paragrafo “ <i>Le politiche del personale</i> ”)	Codice di condotta Codice di condotta dei Fornitori Whistleblowing Monitoraggio degli episodi di discriminazione
Salute e sicurezza sul lavoro	• Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla garanzia di sicurezza e della salute del personale riducendo tassi di infortunio all'interno dell'Azienda e i livelli di stress da lavoro correlato accusati dal personale aziendale	GRI 403-1 GRI 403-2 GRI 403-3 GRI 403-4 GRI 403-5	Attività di prevenzione dei casi di infortuni e malattie professionali, nel rispetto delle normative vigenti in tema di salute e sicurezza	Impegno di monitoraggio dei casi di infortuni, anche attraverso

Tema materiale	Impatti e rilevanza del tema	KPI/GRI Standards	Attività che genera l'impatto	Impegni, politiche e strumenti di monitoraggio
		GRI 403-6 GRI 403-7 GRI 403-8 GRI 403-9	(vedi paragrafo "Salute e sicurezza sul lavoro")	l'aggiornamento del DVR Certificazione integrata qualità, salute e sicurezza ISO 9001- ISO 45001
Diversità e pari opportunità	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela dei diritti fondamentali dei membri del personale aziendale e di tutti i soggetti con cui la Società si interfaccia • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla stabilità di impiego per il personale aziendale ed opportunità per ciascun collaboratore di realizzare pienamente il proprio potenziale 	GRI 2-7 GRI 2-8 GRI 405-1	Processi di selezione del personale, performance management e avanzamento carriera nel rispetto della parità di genere e delle diversità (vedi paragrafo "Diversità, pari opportunità e welfare")	Monitoraggio del rispetto della diversità e delle pari opportunità nella selezione delle persone e nello sviluppo delle carriere
Welfare aziendale e conciliazione vita-lavoro	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sul livello di benessere psico-fisico dei dipendenti, con conseguente impatto sull'effettiva opportunità per ciascun collaboratore di realizzare pienamente il proprio potenziale, attraverso l'offerta di un ambiente di lavoro positivo, e caratterizzato da un insieme di programmi volti a migliorare il bilanciamento vita-lavoro dei dipendenti 	GRI 401-2 GRI 401-3	Sviluppo di piani di welfare volti a migliorare il benessere dei dipendenti e la conciliazione vita-lavoro (vedi paragrafo "Diversità, pari opportunità e welfare")	Welfare Moda
Formazione e sviluppo delle carriere	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulle opportunità di ciascun collaboratore di intraprendere un percorso di crescita professionale e di realizzare pienamente il proprio potenziale • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla disponibilità di percorsi finalizzati al rafforzamento e sviluppo delle competenze e delle skill professionali 	GRI 404-1 GRI 404-2	Sviluppo di piani di formazione obbligatoria e specializzata per la crescita professionale dei dipendenti (vedi paragrafo "Formazione e competenze")	Impegno per la formazione e addestramento Piani di carriera per il personale junior
Capitale Relazionale				
Gestione responsabile della catena di fornitura	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla gestione degli impatti ambientali e sociali lungo tutta la filiera • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla disponibilità di prodotti/servizi con caratteristiche di sostenibilità • Possibilità di influenzare positivamente o negativamente la qualità del lavoro e il rispetto dei diritti umani lungo la filiera 	GRI 2-6 GRI 204-1 GRI 308-1 GRI 414-1	Processi di selezione, valutazione e monitoraggio dei fornitori attraverso rating ESG (vedi paragrafo "Fornitori: la gestione della supply chain")	Codice condotta Fornitori Acquisti sostenibili: software per la tracciabilità dei materiali e della Supply Chain Valutazione ESG della Supply Chain (Rating EcoVadis)
Trasparenza delle informazioni sui prodotti	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di influenzare positivamente o negativamente la consapevolezza dei clienti in fase di acquisto • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sul grado di fiducia dei clienti e degli stakeholder nei confronti della Società e della sua reputazione • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla disponibilità di informazioni sulle caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti 	GRI 417-1 GRI 417-2 GRI 417-3	Disponibilità per i clienti di informazioni sulle caratteristiche dei prodotti offerti Trasparenza nell'etichetta dei prodotti commercializzati (vedi paragrafo "Qualità e sicurezza dei prodotti")	Controlli a campione sui materiali utilizzati nei prodotti e congruenza con quanto riportato in etichetta Etichettatura prodotti Made in green by Oekotex (progetto)
Capitale Ambientale				
Lotta al cambiamento climatico	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela degli ecosistemi e salvaguardia della biodiversità • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela delle comunità locali e del territorio rispetto all'esposizione ad eventi atmosferici estremi (es: alluvioni, allagamenti, uragani, desertificazione, ecc.) 	GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-4	Processo di monitoraggio costante degli impatti sull'ambiente derivante dall'attività (vedi paragrafo "Emissioni")	Confronto e verifica annuale sui risultati raggiunti sulla riduzione delle emissioni Utilizzo vettori di logistica carbon neutral

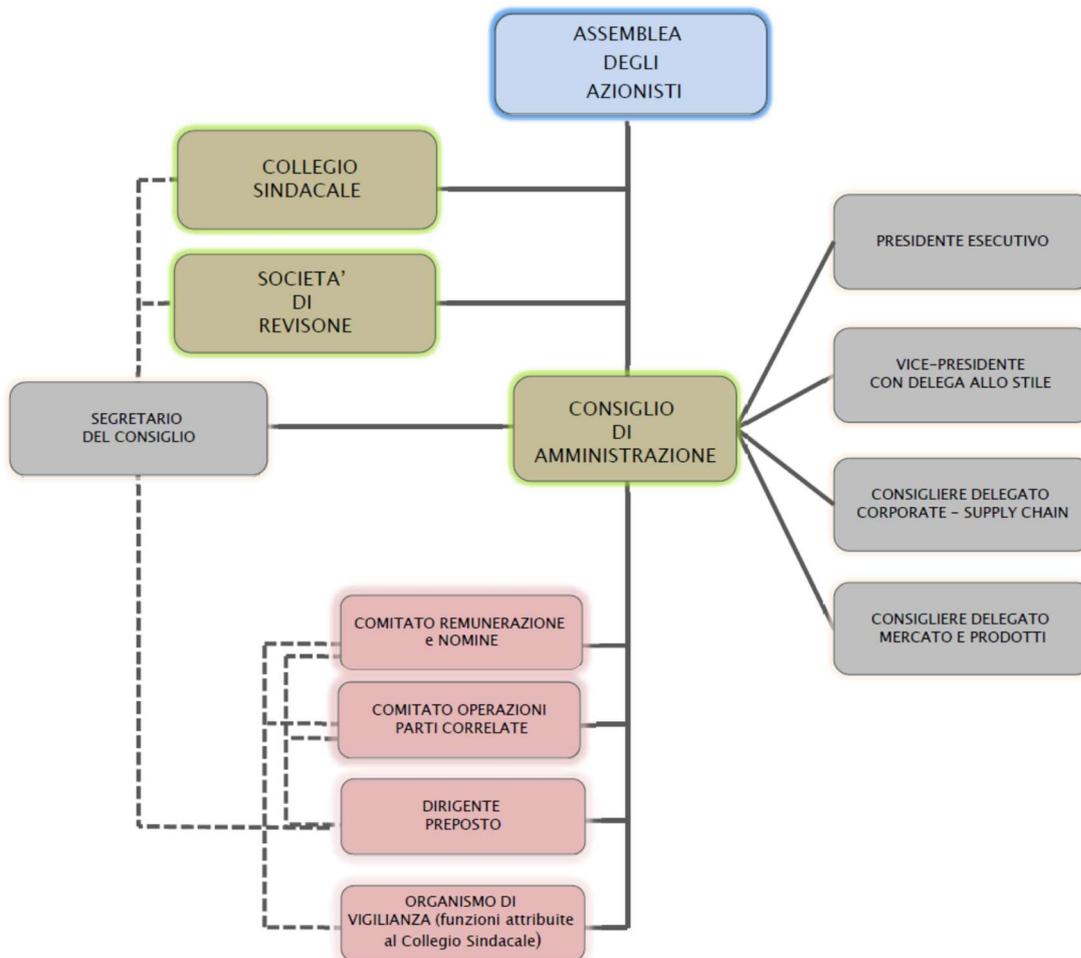
Tema materiale	Impatti e rilevanza del tema	KPI/GRI Standards	Attività che genera l'impatto	Impegni, politiche e strumenti di monitoraggio
Efficienza energetica	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sui costi energetici attraverso azioni e progetti di efficientamento energetico • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela delle comunità locali e del territorio rispetto all'esposizione ad eventi atmosferici estremi (es: alluvioni, allagamenti, uragani, desertificazione, ecc.) 	GRI 302-1 GRI 302-3	Monitoraggio dei consumi di energia in ottica di efficientamento energetico (vedi paragrafo " <i>Consumi energetici</i> ")	<p>Sottoscrizione contratto per l'acquisto di energia proveniente da sole fonti rinnovabili con certificato di origine</p> <p>Sostituzione dei corpi illuminanti da tradizionale a LED</p>
Materie prime e materiali	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla tutela degli ecosistemi e della biodiversità • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla prosperità dei principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce in termini di disponibilità di risorse materiche nei sistemi naturali e facilità di accesso ad esse • Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla salute e benessere della clientela, in termini di assenza di materiali / sostanze tossiche nei prodotti offerti dall'azienda 	GRI 301-1	Utilizzo di materie prime sostenibili e creazione di prodotti attenti all'ambiente (vedi paragrafo " <i>I materiali delle collezioni</i> ")	<p>Attenzione alla gestione di fine vita del prodotto</p> <p>Utilizzo di packaging sostenibile</p> <p>Impegno nell'aumentare la quantità di materiali riciclati nel processo produttivo</p>

2 La Governance

Il governo dell'impresa



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



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

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

La revisione legale è affidata a EY S.p.A. (2014-2022), società terza indipendente. Con l'approvazione del Bilancio al 31.12.2022 giungerà a scadenza l'incarico di revisione contabile del bilancio di esercizio e consolidato di Gruppo Caleffi,

affidato a EY. L'Assemblea dei Soci di Caleffi, convocata per il giorno 11 maggio 2023, sarà quindi chiamata a deliberare, tra il resto, in merito al conferimento dell'incarico di revisione legale dei conti per gli esercizi 2023-2031.

Anche in questo caso, con l'approvazione del Bilancio al 31.12.2022, giungerà a scadenza l'incarico affidato a EY di revisione legale del bilancio di esercizio di Mirabello Carrara. L'Assemblea dei Soci della Società sarà, pertanto, chiamata a deliberare, tra il resto, in merito al conferimento del nuovo incarico di revisione per il periodo 2023/2025, ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. n. 39 del 20/01/2010.

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

Dal 2008 Caleffi ha adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo conforme al D. Lgs.231/2001 (MOG 231/01) e, contestualmente, ha nominato lo specifico organismo, denominato Organismo di Vigilanza, cui ha conferito i compiti di vigilanza sul corretto funzionamento del Modello e di monitoraggio circa il suo aggiornamento. Il Consiglio di Amministrazione del 12 maggio 2022 ha deliberato di affidare tale funzione ad un Organismo di Vigilanza di composizione monocratica, attribuendone il presidio ad un consulente esterno dotato di specifiche competenze in materia.

Anche la controllata Mirabello Carrara dal 2016 ha adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo conforme al D. Lgs.231/2001 (Modello MOG 231/01) e, contestualmente, ha nominato lo specifico organismo, denominato Organismo di Vigilanza, cui ha conferito i compiti di vigilanza sul corretto funzionamento del Modello e di monitoraggio circa il suo aggiornamento. Il Consiglio di Amministrazione del 27 aprile 2022 ha deliberato di affidare tale funzione ad un Organismo di Vigilanza di in composizione monocratica, attribuendone il presidio nominando a tale titolo un consulente esterno dotato di specifiche competenze ed esperienza in materia di compliance al D. Lgs.231/01.

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](#).

La Società, avvalendosi della facoltà prevista dal Codice di Corporate Governance, ha ritenuto opportuno concentrare in un unico organo le funzioni spettanti al Comitato per le nomine e a quello per la remunerazione.

Nella seduta del 12 maggio 2022, il neo-eletto Consiglio di Amministrazione della Società ha quindi nominato il Comitato Remunerazione e Nomine, al quale sono stati attribuiti i compiti e le funzioni previsti dal Codice di Corporate Governance di Borsa Italiana in relazione alle due differenti tipologie di articolazioni consiliari. I Comitati istituiti non hanno competenze decisionali o di supervisione negli ambiti indicati.

Il Comitato Remunerazione e Nomine è composto - in linea con le previsioni del Codice di Autodisciplina - da Consiglieri indipendenti.

Nell'esercizio 2022 il Comitato ha fornito al Consiglio il proprio apporto consultivo nella valutazione del raggiungimento degli obiettivi del sistema incentivante 2021 e nella definizione del relativo pay out, ed ha fornito il proprio parere favorevole preventivo in merito ai compensi da attribuire ai membri del Consiglio.

Al Comitato Remunerazione e Nomine sono state, altresì, attribuite le funzioni di Comitato per le operazioni con parti correlate.

Gli Organi societari

Consiglio di Amministrazione	Giuliana Caleffi	Guido Ferretti	Raffaello Favagrossa	Rita Federici	Ida Altimare	Davide Borlenghi Garoia ¹
Funzione	Presidente	Consigliere Delegato Corporate e Supply Chain	Consigliere Delegato Mercato e Prodotti	Vice Presidente e Consigliere Delegato Stile	Consigliere indipendente – Lead Independent Director	Consigliere indipendente
Esecutivo / Non esecutivo	Esecutivo	Esecutivo	Esecutivo	Esecutivo	Non Esecutivo	Non Esecutivo
Altre posizioni rivestite nel Gruppo Caleffi e/o esternamente	Presidente CDA Mirabello Carrara S.p.A. – Amministratore Unico Giuliana Caleffi s.r.l.	Amministratore Delegato Mirabello Carrara S.p.A.	Consigliere Mirabello Carrara S.p.A.	Nessuno	Nessuno	Nessuno
Stakeholder rappresentati						Nominato da Lista Minoranza

Collegio Sindacale	Pier Paolo Caruso	Monica Zafferani	Marcello Braglia
Funzione	Presidente	Sindaco Effettivo	Sindaco Effettivo
Esecutivo / Non esecutivo	-	-	-
Altre posizioni rivestite nel Gruppo Caleffi e/o esternamente	Nessun altro incarico all'interno del Gruppo	Nessun altro incarico all'interno del Gruppo	Nessun altro incarico all'interno del Gruppo
Stakeholder rappresentati	Eletto Lista Maggioranza	Eletto Lista Maggioranza	Eletto Lista Maggioranza

Il Consiglio di Amministrazione di Caleffi S.p.A. 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 successive modifiche e integrazioni.

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

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

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

Consigliere indipendente Ida Altimare: Lead Independent Director

¹ Nel periodo 1.01.2022 / 11.05.2022 era in carica il Consigliere indipendente Andrea Carrara, nominato dalla Lista di maggioranza

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 0	0%	Nr 2	33%	Nr 4	67%

Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi	
Guido Ferretti	Consigliere Delegato Corporate SupplyChain

Ai sensi di legge, (almeno) 1 candidato - ovvero (almeno) 2 candidati nel caso in cui il Consiglio sia composto da più di 7 componenti – deve/devono possedere i requisiti di indipendenza stabiliti per i Sindaci ai sensi dell’art. 148 TUF.

Lo Statuto di Caleffi non prevede requisiti di indipendenza ulteriori rispetto a quelli stabiliti dal TUF per i componenti l’organo di controllo, per l’assunzione della carica di amministratore.

Tuttavia, in considerazione dell’adesione al Codice, è auspicabile che (i) Consiglieri indipendenti siano qualificabili tali sia ai sensi del TUF sia ai sensi del Codice di Corporate Governance, cui la Società aderisce (ii) in ogni caso vengano individuati almeno 2 Consiglieri indipendenti.

Ai sensi di legge, l’Amministratore indipendente che, successivamente alla nomina, perda i requisiti di indipendenza deve darne immediata comunicazione al Consiglio di Amministrazione e, in ogni caso, decadrà immediatamente dalla carica.

Nel Consiglio di Amministrazione in carica sono presenti due Amministratori indipendenti, qualificati tali sia ai sensi del TUF, sia del Codice di Corporate Governance.

In occasione della trattazione di tematiche di remunerazione, alle relative riunioni del Comitato non hanno preso parte quegli Amministratori la cui remunerazione era oggetto di discussione.

Nell’esercizio delle proprie funzioni, il Comitato ha avuto la possibilità di accedere alle informazioni e alle funzioni aziendali (in particolare la funzione amministrazione e finanza, la funzione risorse umane e la funzione affari legali e societari) necessarie per lo svolgimento dei compiti attribuiti.

La nomina dei componenti l’organo di amministrazione di Caleffi, avviene per il tramite del cosiddetto sistema del “voto di lista” (con ciò assicurando alle “minoranze”, in caso di presentazione di almeno due liste, la nomina di un Consigliere) e, dunque, sulla base di liste presentate dai soci che, da soli o insieme ad altri soci, siano complessivamente titolari di azioni rappresentanti almeno il 2,5% del capitale sociale avente diritto di voto nell’Assemblea.

Preliminarmente alla nomina dei singoli Consiglieri, l’Assemblea è chiamata a determinare:

- (i) il numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione, sul presupposto che, ai sensi dell’art. 12 dello Statuto sociale, la Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da 3 a 9 membri e
- (ii) la durata in carica del Consiglio di Amministrazione, sul presupposto che, ai sensi dell’art. 12 dello Statuto sociale, i componenti dell’organo amministrativo durano in carica per il periodo stabilito all’atto della nomina, comunque al massimo per tre esercizi e fino all’approvazione del bilancio del terzo esercizio.

Secondo le disposizioni di legge e di Statuto all’elezione del Consiglio di Amministrazione si procede come di seguito:

- dalla lista che ha ottenuto in assemblea il maggior numero di voti sono tratti, in base all’ordine progressivo con il quale sono elencati nella lista, tutti i membri del Consiglio, quanti siano di volta in volta deliberati dall’assemblea, tranne uno;
- dalla lista che ha ottenuto in assemblea il secondo maggior numero di voti è tratto un membro del Consiglio nella persona del primo candidato, come indicato in base all’ordine progressivo con il quale i candidati sono elencati in tale lista, purché tale candidato soddisfi i requisiti di indipendenza stabiliti dalla normativa vigente.

Qualora con i candidati eletti con le modalità sopra indicate non sia assicurata la composizione del Consiglio conforme alla disciplina pro tempore vigente inerente all'equilibrio tra generi, il candidato del genere più rappresentato eletto come ultimo in ordine progressivo nella Lista di Maggioranza sarà sostituito dal primo candidato del genere meno rappresentato non eletto della Lista di Maggioranza secondo l'ordine progressivo. A tale procedura di sostituzione si farà luogo sino a che non sia assicurata la composizione del Consiglio conforme alla disciplina pro tempore vigente inerente all'equilibrio tra generi.

Lo Statuto di Caleffi prevede, all'art. 12, che i membri del Consiglio di Amministrazione siano eletti dall'Assemblea nel rispetto della disciplina pro tempore vigente inerente l'equilibrio tra generi.

Il Consiglio di Amministrazione ha, inoltre, definito una formale politica in materia di diversità in relazione alla composizione dell'organo amministrativo di Caleffi.

In particolare, il Consiglio ritiene che:

- a) sia importante assicurare che almeno un terzo del Consiglio di Amministrazione (o percentuale superiore se imposta da norme di legge o di autodisciplina²) sia costituito da Amministratori del genere meno rappresentato, tanto al momento della nomina quanto nel corso del mandato;
- b) l'auspicata proiezione internazionale delle attività del Gruppo Caleffi dovrebbe essere tenuta in considerazione assicurando la presenza di almeno un amministratore che abbia maturato un'esperienza in ambito internazionale;
- c) per perseguire un equilibrio tra esigenze di continuità e rinnovamento nella gestione, occorrerebbe assicurare una bilanciata combinazione di diverse anzianità di carica – oltre che di fasce di età – all'interno del Consiglio di Amministrazione;
- d) i Consiglieri con delega devono essere dotati di esperienza, autorevolezza e profonda conoscenza del settore imprenditoriale in cui opera la Società;
- e) i Consiglieri non esecutivi dovrebbero essere rappresentati da figure con un profilo imprenditoriale e/o manageriale e/o professionale e/o accademico e/o istituzionale tale da realizzare un insieme di competenze ed esperienze tra loro diverse e complementari.

L'attuale composizione del Consiglio di Caleffi è tale da rispettare un adeguato livello di diversità garantendo sia l'equilibrio tra i generi (al riguardo si osserva che tre consiglieri su sei sono donne), sia la diversificazione delle competenze e professionalità dei membri, ove risultano adeguatamente rappresentate le esperienze manageriali e professionali, anche di profilo internazionale e sono presenti diverse fasce di età (fanno parte del Consiglio un consigliere di età compresa tra 30 e 40 anni, tre Consiglieri con età compresa tra i 55 e i 60 anni, un Consigliere con età compresa tra i 65 e i 70 anni e un consigliere con età superiore a 70 anni) e di anzianità in carica (tre consiglieri su sei hanno maturato un'anzianità di carica superiore ai 15 anni, un consigliere superiore a 5 anni e due consiglieri inferiore a 5 anni)

Si segnala, inoltre, che due Consiglieri su sei sono qualificati come indipendenti.

Caleffi S.p.A. è società qualificabile a proprietà concentrata.

Il Presidente del CdA è anche Amministratore Unico di Giuliana Caleffi s.r.l., azionista di maggioranza (58,3%) della Società.

Ai sensi di Statuto, al Presidente spetta la legale rappresentanza della Società, potendola legalmente rappresentare innanzi a qualsiasi amministrazione dello Stato, ovvero innanzi a qualsiasi altra pubblica amministrazione italiana od estera, ovvero ancora innanzi a qualunque altro soggetto privato.

² L'attuale disciplina normativa prevede che almeno due quinti dei Consiglieri appartengano al genere meno rappresentato.

In data 12 maggio 2022, l'organo amministrativo ha conferito al Presidente Giuliana Caleffi (oltre ai compiti espressamente attribuiti al Presidente dalla legge e dallo Statuto sociale) i seguenti poteri:

- i. coordinamento dei Consiglieri Delegati;
- ii. gestione della funzione risorse umane, ivi incluso il contenzioso giuslavoristico);
- iii. implementazione di tutte le attività necessarie, opportune e richieste in materia di sicurezza dei lavoratori, di prevenzione e di igiene del lavoro.

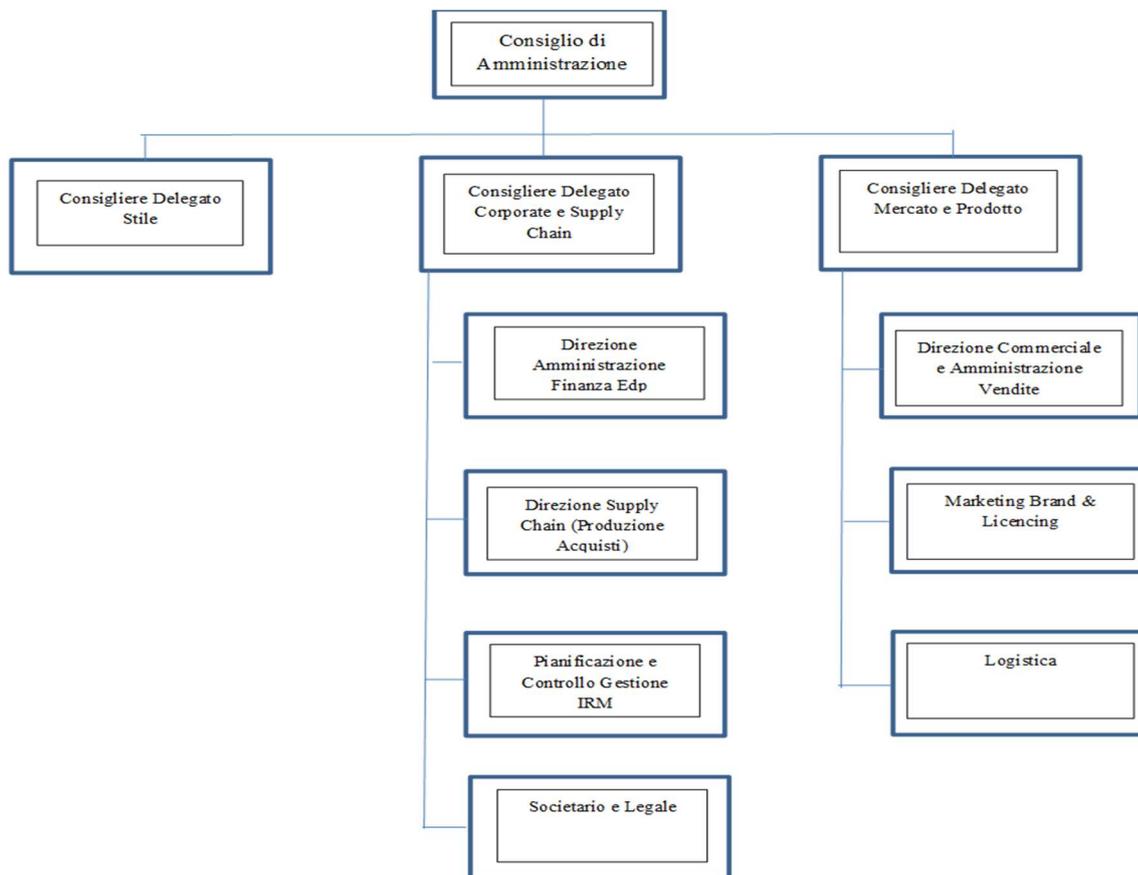
Inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha conferito al Presidente Giuliana Caleffi - in caso di assenza o impedimento, anche temporaneo, dei Consiglieri Delegati - i poteri agli stessi conferiti, con i medesimi limiti qualitativi e quantitativi definiti dal Consiglio di Amministrazione.

Le eventuali operazioni compiute con Giuliana Caleffi s.r.l., società di cui il Presidente Caleffi è Amministratore Unico, soggiacciono all'applicazione della procedura che regola le operazioni con parti correlate.

Ai Consiglieri vengono presentati, per la successiva approvazione, i contenuti del Bilancio di sostenibilità e vengono condivisi i principi ispiratori ed i risultati ottenuti.

In corso di esercizio vengono illustrate le iniziative intraprese e resi noti i progressi raggiunti.

Struttura organizzativa



Le strategie e gli obiettivi relativi allo sviluppo sostenibile sono demandati al Consigliere Delegato Corporate Supply Chain.

Il Consiglio di Amministrazione persegue l'obiettivo della creazione di valore nel medio lungo termine a beneficio degli azionisti. Nella propria azione il Consiglio di Amministrazione tiene al contempo conto anche degli interessi degli altri stakeholder rilevanti per la Società e il Gruppo, con la finalità di favorire il successo sostenibile.

La responsabilità della gestione dell'impatto dell'Organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone è in capo al Consigliere Delegato Guido Ferretti. Il Consigliere Delegato Ferretti riferisce in merito alle iniziative intraprese in ambito sostenibilità nel corso delle relazioni periodiche ai sensi art.2381 cod.civ., sul generale andamento della gestione, sulla sua prevedibile evoluzione e sulle operazioni di maggior rilievo effettuate dalla società e dalle sue controllate.

Adesioni ad associazioni ed iniziative esterne

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

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

La gestione responsabile del business



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

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

In quanto società quotata Caleffi S.p.A. è tenuta al rispetto delle disposizioni normative previste in materia di operazioni con parti correlate.

In particolare gli "Amministratori Coinvolti nell'Operazione" ai sensi dell'art. 1 della Procedura OPC (operazioni con parti correlate) in quanto "amministratori della Società che hanno, in una determinata Operazione, un interesse, per conto proprio o di terzi, in conflitto con quello della Società" sono tenuti ad astenersi dalla delibera.

Tale procedura, nel caso di Caleffi che si qualifica come società non grande, si applica sia nel caso di operazioni di maggiore rilevanza sia di minore rilevanza. È altresì previsto che le operazioni vengano approvate previo parere motivato rilasciato dagli amministratori indipendenti. Caleffi S.p.A ha adottato, a riguardo, una specifica policy.

Eventuali criticità vengono comunicate al Consiglio da parte dell'Amministratore delegato che propone altresì, all'organo di gestione, le misure correttive individuate. Nel corso del 2022 non sono emerse criticità comunicate al CdA.

Caleffi e Mirabello Carrara recepiscono nelle proprie policy e prassi operative i principi e gli impegni derivanti dalle politiche di sostenibilità, promuovendone la conoscenza e la diffusione all'interno della propria organizzazione, a tutti i livelli. Particolare attenzione viene posta nella identificazione e nei rapporti con i fornitori esterni, che sono chiamati a rispettare e condividere i principi fatti propri dalla Società. A riguardo, nel corso del 2022 è stata approvata la prima edizione del Codice di Condotta Fornitori.

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

A partire dal 2008 Caleffi si è dotata di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ("MOG 231/01" o "Modello") ai sensi del D. Lgs. 231/01 ("Decreto") - normativa che ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano la responsabilità amministrativa degli enti - e, contestualmente, ha nominato uno specifico organismo, denominato Organismo di Vigilanza, cui ha conferito i compiti di vigilanza sul corretto funzionamento e sull'osservanza del Modello e di monitoraggio circa il suo aggiornamento.

Il MOG 231/01 è stato disegnato sulla base delle caratteristiche strutturali e organizzative di Caleffi e viene periodicamente aggiornato.

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

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

L'adozione di un MOG 231/01 e la sua efficace e costante attuazione, oltre a rappresentare un motivo di esenzione dalla responsabilità della Società con riferimento alla commissione di alcune tipologie di reato, è un atto di responsabilità sociale di Caleffi da cui scaturiscono benefici per tutti i portatori di interessi: dai soci, dipendenti, creditori a tutti gli altri soggetti i cui interessi sono legati alle sorti della Società.

L'introduzione di un sistema di controllo dell'agire imprenditoriale, unitamente alla fissazione e divulgazione di principi etici, migliorando i già elevati standard di comportamento adottati dalla Società, aumentano la fiducia e la reputazione di cui Caleffi gode nei confronti dei soggetti terzi e, soprattutto, assolvono una funzione normativa in quanto regolano comportamenti e decisioni di coloro che quotidianamente sono chiamati a operare in favore della Società in conformità ai suddetti principi etici.

In particolare, attraverso l'adozione del Modello, la Società intende perseguire le seguenti finalità:

- vietare comportamenti che possano integrare le fattispecie di reato di cui al Decreto;
- diffondere la consapevolezza che, dalla violazione del Decreto, delle prescrizioni contenute nel Modello e dei principi del Codice di Condotta, possa derivare l'applicazione di misure sanzionatorie (pecuniarie e interdittive) anche a carico della Società;
- diffondere una cultura d'impresa improntata alla legalità, nella consapevolezza dell'espressa riprovazione da parte della Società di ogni comportamento contrario alla legge, ai regolamenti, alle disposizioni interne e, in particolare, alle disposizioni contenute nel Modello;
- fornire chiare, semplici ed efficaci regole che permettano a tutti i destinatari del Modello di svolgere le proprie funzioni e/o incarichi di lavoro, comportandosi e operando nel pieno rispetto delle leggi in materia;

- consentire alla Società, grazie a un sistema di presidi di controllo e a una costante azione di monitoraggio sulla corretta attuazione di tale sistema, di prevenire e/o contrastare tempestivamente la commissione di reati rilevanti ai sensi del Decreto;
- porre costantemente attenzione al continuo miglioramento del Modello mediante l'analisi non solo di quanto previsto dalle procedure, ma anche dai comportamenti e dalle prassi aziendali, intervenendo tempestivamente con azioni correttive e/o preventive ove necessario.

L'attuale versione del MOG 231/01 si struttura in una Parte Generale e in una Parte Speciale. Nella Parte Generale sono riportati i contenuti del Decreto, sono definiti l'Organismo di Vigilanza, le funzioni e i poteri a esso attribuiti e delineati i relativi flussi informativi ed è riportato il Sistema Disciplinare adottato dalla Società. Nella Parte Speciale sono più nello specifico descritti i Processi Sensibili e le misure e i presidi previsti dalla Società onde prevenire il rischio di commissione dei reati contemplati dal Decreto.

Il Codice di Condotta, che individua le linee guida di condotta aziendale, è parte integrante del Modello ex D. Lgs. 231/01.

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

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

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

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

Il Consiglio di Amministrazione del 13 maggio 2021 ha deliberato l'approvazione del nuovo MOG 231/01, che risulta aggiornato con l'introduzione dei nuovi reati presupposto, tra cui i reati Tributari e quelli di Contrabbando.

Più specificamente, per quanto concerne Caleffi S.p.A., sono state considerate potenzialmente rilevanti alcune fattispecie di reato rientranti nelle seguenti categorie:

- A. Reati commessi nei rapporti con la Pubblica Amministrazione (artt. 24 e 25);
- B. Delitti informatici e trattamento illecito dei dati (art. 24-bis);

- C. Reati di falsità in monete, in carte di pubblico credito, in valori di bollo e in strumenti o segni di riconoscimento (art. 25-bis);
- D. Delitti contro l'industria e il commercio (art. 25-bis.1);
- E. Reati societari, incluso il reato di corruzione tra privati e di istigazione alla corruzione tra privati (art. 25-ter);
- F. Delitti contro la personalità individuale (art. 25-quinquies);
- G. Abusi di mercato (art. 25-sexies);
- H. Omicidio colposo e lesioni colpose gravi o gravissime, commessi con violazione delle norme a tutela della salute e sicurezza sul lavoro (art. 25-septies);
- I. Ricettazione, riciclaggio e impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita nonché autoriciclaggio (art. 25-octies);
- J. Delitti in materia di violazione del diritto d'autore (art. 25-novies);
- K. Induzione a non rendere dichiarazioni o a rendere dichiarazioni mendaci all'Autorità Giudiziaria (art. 25-decies);
- L. Reati ambientali (art. 25-undecies);
- M. Reati tributari (art. 25-quinquiesdecies);
- N. Contrabbando (art. 25-sexiesdecies).

Anche la controllata strategica Mirabello Carrara S.p.A. ha provveduto ad adottare il proprio “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo” e nominare il proprio “Organismo di Vigilanza”.

Il Modello è pubblicato e consultabile sul sito Internet della Società nella sezione “Governance” (www.caleffigroup.it).

Organismo di Vigilanza

Per quanto concerne la composizione dell'Organismo di Vigilanza, la Società ha optato per una soluzione che, tenuto conto delle finalità perseguite dalla legge, è in grado di assicurare, in relazione alle proprie dimensioni e alla propria complessità organizzativa, l'effettività dei controlli cui l'Organismo di Vigilanza è preposto.

Il Consiglio di Amministrazione del 12 maggio 2022 ha deliberato di affidare tali funzioni a un Organismo di Vigilanza in composizione monocratica, attribuendone il presidio a un consulente legale esterno dotato di specifiche competenze ed esperienza in materia di applicazione della normativa di cui al D. Lgs. 231/01.

Per un efficace svolgimento delle proprie funzioni, all'Organismo di Vigilanza sono affidati i seguenti compiti e poteri:

- verificare periodicamente la mappa delle Aree di Rischio al fine di garantire l'adeguamento ai mutamenti dell'attività e/o della struttura aziendale;
- raccogliere, elaborare e conservare le informazioni rilevanti in ordine al Modello;
- verificare periodicamente l'effettiva applicazione delle procedure aziendali di controllo nelle aree di attività a rischio e sulla loro efficacia;
- verificare l'adozione degli interventi a soluzione delle criticità in termini di sistemi di controllo interno rilevate in sede di risk assessment;
- effettuare periodicamente verifiche su operazioni o atti specifici posti in essere nell'ambito dei Processi

Sensibili;

- coordinarsi con le altre funzioni aziendali, nonché con gli altri organi di controllo (in primis la Società di revisione e il Collegio Sindacale), anche attraverso apposite riunioni, per il migliore monitoraggio delle attività in relazione alle procedure stabilite dal Modello, o per l'individuazione di nuove Aree di Rischio, nonché, in generale, per la valutazione dei diversi aspetti attinenti all'attuazione del Modello;
- coordinarsi con i Responsabili delle Funzioni aziendali al fine di promuovere iniziative per la diffusione della conoscenza (anche in riferimento, nello specifico, all'organizzazione di corsi di formazione) e della comprensione dei principi del Modello e per assicurare la predisposizione della documentazione organizzativa interna necessaria al funzionamento dello stesso, contenente istruzioni, chiarimenti o aggiornamenti;
- definire i criteri e i parametri di identificazione delle Operazioni Sensibili e comunicare ai Process Owner le modalità di compilazione e periodicità di invio delle Schede Informative (paragrafo 4.5 del Modello - "Obblighi di informazione verso l'Organismo di Vigilanza").

Inoltre, sono previsti dei momenti di incontro e confronto, in particolare con:

- il Collegio Sindacale;
- la Società di Revisione;
- gli attori rilevanti nel sistema di controllo interno;
- gli attori rilevanti nel sistema di gestione della sicurezza e salute sul luogo di lavoro.

Obiettivo di detti incontri, in conformità a quanto previsto dal Modello, è principalmente il confronto e il coordinamento con i soggetti coinvolti nell'implementazione del sistema di controllo, ciascuno secondo l'area di propria pertinenza, al fine di consentire di cogliere opportunità di miglioramento dei presidi in essere.

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

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

Codice di Condotta – Principi generali

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

Sulla base di tali principi, Caleffi si impegna a una condotta corretta e imparziale. Tutti i rapporti di affari dovranno essere improntati a integrità e lealtà e dovranno essere intrattenuti senza alcun conflitto tra interessi aziendali e personali. Nello specifico, Caleffi promuove e divulga ai propri Dipendenti, a tutti i livelli aziendali, norme di comportamento conformi ai principi di legalità, lealtà, correttezza e rigore professionale, volte a preservare l'integrità del patrimonio materiale ed immateriale della Società e a salvaguardarne la rispettabilità e l'immagine, nonché a mantenere rapporti di chiarezza e trasparenza con i propri azionisti e con i soggetti economici in generale. Per raggiungere questo obiettivo, Caleffi richiede

ai propri dipendenti, nello svolgimento delle loro mansioni, il rispetto dei più severi standard di condotta negli affari, come stabilito nel Codice e nelle Politiche a cui esso fa riferimento. In questo senso il Codice rappresenta una guida e un supporto per ogni dipendente, tale da metterlo in grado di perseguire nella maniera più efficace la missione dell'azienda.

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

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

Codice di condotta fornitori

Nel febbraio 2022 è stato adottato un codice di condotta fornitori allo scopo di assicurare che i fornitori del Gruppo aderiscano a standard elevati di condizioni lavorative sicure, trattamento equo e rispettoso dei dipendenti e pratiche etiche. Il Gruppo Caleffi, attraverso il presente Codice di Condotta, coinvolge i propri fornitori nella costruzione di un ciclo di approvvigionamento etico e sostenibile dal punto di vista sociale, ambientale ed economico.

La politica integrata qualità, salute e sicurezza sul lavoro

Caleffi e Mirabello Carrara hanno adottato un "Sistema di Gestione integrato", Mirabello Carrara ha conseguito la certificazione a dicembre 2022. Tale scelta è in linea con la strategia del Gruppo e con l'obiettivo di assicurare ai propri prodotti il più alto livello di qualità ed il contestuale miglioramento degli aspetti legati alla salute e sicurezza sul lavoro, così come la piena rispondenza alle prescrizioni normative applicabili, le aspettative del cliente e degli stakeholder. La politica integrata è pubblicata sul sito web Caleffi <http://www.caleffigroup.it> (Il Gruppo/Sistema Politica Integrata) e si basa su alcuni elementi e presupposti:

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

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

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

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

Il sistema di gestione integrato comprende le seguenti certificazioni:

- **Qualità** - ISO 9001:2015 Certificazione Qualità. La certificazione di sistema ISO 9001 ha 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.

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

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

La gestione dei rischi



Il sistema dei controlli rappresenta uno degli snodi cruciali della governance di Caleffi, favorisce l'assunzione di decisioni consapevoli e contribuisce ad una conduzione dell'impresa coerente con gli obiettivi strategici definiti dal Consiglio di Amministrazione. La moderna concezione dei controlli ruota attorno alla nozione di rischi aziendali, alla loro identificazione,

valutazione e monitoraggio. La corretta mappatura dei rischi è l'aspetto fondamentale del processo di controllo e consiste nell'individuare la tipologia di rischi che si vogliono monitorare. All'Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è demandata la realizzazione del sistema e l'identificazione dei principali rischi; al Consiglio di Amministrazione è assegnato un ruolo di indirizzo e di valutazione dell'adeguatezza del sistema. Oltre ai membri del Consiglio, il sistema di gestione dei rischi coinvolge altri ruoli aziendali quali Dirigente Preposto, Pianificazione e Controllo Gestione, Affari Legali.

Identificazione, monitoraggio e valutazione dei rischi

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

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

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

I rischi e le modalità di gestione

Caleffi effettua una valutazione delle aree di rischio, sintetizzate di seguito.

I rischi identificati possono essere di natura interna o esterna al Gruppo. In particolare, questi ultimi sono legati al contesto di settore e di mercato, nonché alla percezione di tutti gli stakeholder del modo di operare del Gruppo. I rischi sono stati classificati in quattro categorie:

- **I Rischi Strategici** possono riferirsi a cambiamenti di business o all'inadeguata risposta a cambiamenti del contesto competitivo e alle attività di sviluppo business della Società. In questo ambito possono rientrare anche i rischi di sostenibilità.
- **I Rischi di Business** sono quelli collegati al settore di appartenenza, all'operatività aziendale, all'assetto organizzativo, ai sistemi informativi e ai processi di controllo e di reporting del Gruppo.
- **I Rischi di Compliance**, in generale, sono quelli legati al mancato rispetto, nella conduzione del business, delle normative e dei regolamenti applicabili, sia a livello nazionale che internazionale, all'attività aziendale, nonché del Codice Etico e delle procedure interne.

- I **Rischi Finanziari** sono quelli legati alla gestione finanziaria di Gruppo, nello specifico connessi al rischio di: liquidità, valute, tasso e controparti finanziarie per eventuali operazioni finanziarie e commerciali.

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

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
Strategici		
<p>Rischi geopolitici</p> <p>Lo scenario geopolitico ed economico internazionale è fortemente caratterizzato da guerra, sanzioni, inflazione e politiche monetarie restrittive. Inoltre non risulta ancora superata la crisi energetica.</p> <p>Ripercussioni potenziali sulla fiducia e sulla domanda interna e impatti negativi significativi sulle prospettive economiche dell'area.</p> <p>I rischi riguardano potenziali perdite di opportunità, difficoltà di approvvigionamento, fluttuazioni di prezzo e di valuta, freno agli investimenti, rischi legali.</p>	<p>Etica e integrità nella condotta del business</p> <p>Creazione e distribuzione della ricchezza generata</p> <p>Qualità, sicurezza e affidabilità del prodotto</p> <p>Tutela del brand e reputazione</p> <p>Gestione responsabile della catena di fornitura</p>	
<p>Rischi di mercato e di posizionamento competitivo</p> <p>Il Gruppo opera nella produzione e commercializzazione di articoli tessili e di arredamento per la casa, prevalentemente in Italia. Il mercato di riferimento è un mercato maturo con un alto livello di concorrenza tra gli operatori, un alto grado di correlazione alla propensione alla spesa e al reddito disponibile delle famiglie, sottoposto alle pressioni concorrenziali di produttori stranieri, anche di paesi con bassi costi di produzione.</p>	<p>Creazione e distribuzione della ricchezza generata</p> <p>Qualità, sicurezza e affidabilità del prodotto</p> <p>Tutela del brand e reputazione</p> <p>Gestione responsabile della catena di fornitura</p>	<p>Caleffi occupa una posizione di leadership sul mercato con una quota del 7,3%</p> <p>La configurazione del mercato e dei consumi post Covid-19 ha cambiato le abitudini, con degli shift di priorità e maggiore attenzione riservate alla casa, che diventa elemento centrale per la vita, il lavoro, lo studio e anche vero e proprio canale per gli acquisti, grazie all'e-commerce.</p> <p>Si punta sulla valorizzazione dei brand del Gruppo Caleffi tramite maggiori investimenti in comunicazione, azioni di marketing omnichannel, attività di trade marketing e copertura di nuovi segmenti di mercato.</p>
<p>Rischi legati ai cambiamenti climatici</p> <p>Il cambiamento climatico pone minacce economiche significative in tutto il mondo sotto forma di aumento dei rischi fisici dovuti a condizioni meteorologiche estreme che potrebbero provocare interruzioni di attività e perdite, ma che possono anche avere un impatto sistemico causando, per esempio, recessione economica e instabilità dei mercati. L'Italia è vulnerabile ai cambiamenti climatici e, in particolare, all'incremento delle ondate di calore e delle siccità, legate al riscaldamento globale, che potrebbero avere impatti significativi sui consumi, in particolare dei prodotti imbottiti/trapuntati, tipicamente acquistati nella stagione invernale.</p>	<p>Creazione e distribuzione della ricchezza generata</p> <p>Lotta al cambiamento climatico</p> <p>Efficienza energetica</p> <p>Materie prime e materiali</p>	<p>La sostenibilità è prerogativa fondamentale della strategia di sviluppo dell'impresa.</p> <p>Particolare attenzione è posta alla realizzazione di specifici progetti, volti a intercettare le scelte di acquisto dei consumatori alla ricerca di soluzioni trasparenti e sostenibili rispetto ai temi ambientali e sociali (origine dei materiali, impatto sulla salute, responsabilità ambientale e sociale dell'azienda).</p> <p>Il Gruppo ha adottato una strategia di approvvigionamento finalizzata a diversificare quanto più possibile la propria filiera sia in termini geografici sia in termini di indipendenza da singoli fornitori</p> <p>Il Gruppo ha adottato delle coperture assicurative finalizzate a limitare l'impatto economico derivante da eventuali danni dovuti a fenomeni climatici estremi.</p>

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
Rischi per eccessiva dipendenza dal canale “Loyalty Program” Diminuzione incidenza percentuale delle attività di loyalty	Creazione e distribuzione della ricchezza generata	Operazioni che hanno impatti significativi sia in termine 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.
Business		
Aumento del costo delle materie prime Nonostante la recente correzione i principali indici di commodities hanno guadagnato oltre il 20% nel 2022.	Etica e integrità nella condotta del business Creazione e distribuzione della ricchezza generata Gestione responsabile della catena di fornitura Materie prime e materiali	Il Gruppo adotta da anni una strategia di diversificazione della propria catena di fornitura in modo tale da poter gestire con efficacia eventuali fluttuazioni del prezzo delle materie prime, e al tempo stesso instaurare rapporti commerciali proficui per entrambe le parti. Il Gruppo è sempre alla ricerca di nuove e innovative soluzioni in termini di materiali.
Rischi strutturali Supply Chain e Sistema Logistica	Creazione e distribuzione della ricchezza generata Gestione responsabile della catena di fornitura	Sono previste misure di razionalizzazione dei costi lungo l'intera supply chain e riorganizzazione del sistema logistico, volte a garantire maggiore flessibilità e livello di servizio al cliente.
Rischi organizzativi e Rischi legati alle Risorse Umane Rischio di dipendenza e/o permanenza di figure chiave e difficoltà a sviluppare/trattenere talenti.	Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori Salute e sicurezza sul lavoro Diversità e pari opportunità Welfare aziendale e conciliazione vita-lavoro Formazione e sviluppo delle carriere	Rafforzato l'assetto organizzativo con l'inserimento di nuove figure e competenze manageriali. I risultati del Gruppo dipendono da alcune figure chiave che hanno contribuito in maniera determinante al loro ottenimento. Il Gruppo ritiene in ogni caso di essersi dotato di una struttura operativa e manageriale capace di assicurare, come sempre avvenuto, continuità nella gestione degli affari sociali. A tal fine l'azienda promuove: un dialogo a tutti i livelli dell'organizzazione e con le parti sociali (organizzazioni sindacali), e un monitoraggio costante dell'applicazione codice di condotta.
Finanziari		
Rischi connessi alla congiuntura economica Scenario internazionale già debole ulteriormente indebolito da inflazione e politiche monetarie restrittive.	Creazione e distribuzione della ricchezza generata Approccio fiscale trasparente	Positivi gli effetti della pandemia sulla casa: la forzata reclusione domestica imposta dai lockdown, ha rivitalizzato i consumi del tessile casa, facendo guadagnare posizioni nella priorità di spesa dei consumatori.
Rischi connessi alla durata del debito finanziario e alla sua durata media	Creazione e distribuzione della ricchezza generata Approccio fiscale trasparente	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	Creazione e distribuzione della ricchezza generata Approccio fiscale trasparente	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.

Area-categoria / Descrizione del rischio	Tema materiale sottostante	Modalità di gestione
Compliance		
Rischi connessi alle licenze Rinnovo Licenze e Copertura minimi garantiti	Creazione e distribuzione della ricchezza generata	Caleffi attenua la rischiosità connessa alle Licenze mediante la stipula di contratti pluriennali e focus sui brand propri.
Cyber risk Sicurezza dei dati e tutela della privacy	Sicurezza dei dati e tutela della privacy	La sicurezza informatica prevede attività e strumenti di protezione quali firewall and antimalware. Periodici test di verifica di eventuali falle di sicurezza. Polizza cyber risk. Sono in fase di definizione il Piano di Sicurezza Informatica e il Piano di Emergenza, per fronteggiare tempestivamente attacchi cyber.

Il rispetto delle norme - La compliance



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

Nel corso del 2022, 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.

Alla data del presente documento non sussistono casi di violazioni di leggi e/o regolamenti relativi a disposizioni di carattere sociale ed economico. Nessuna sanzione avente tale natura è stata ricevuta nel 2022 e non si segnalano procedimenti di rilievo al riguardo.

Diritti umani

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

Procedure in materia di rispetto della concorrenza

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

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

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

Nel corso del 2022 Caleffi S.p.A. è risultata destinataria di due verbali di contestazione, in riferimento alla non conformità della etichettatura di due prodotti tessili commercializzati.

In particolare, nell'ambito delle verifiche ordinarie condotte dall'Ufficio Vigilanza e Sanzioni della Camera di Commercio, su richiesta del MISE, per accertare la conformità e la sicurezza dei prodotti commercializzati, è risultato che due campioni dei prodotti messi in vendita sul sito web di Caleffi, risultavano muniti di etichetta recante un'indicazione di componenti non corrispondente alla reale composizione del prodotto. In un caso dalle analisi è risultata una differenza percentuale nelle fibre dichiarate in composizione superiore al limite di tolleranza (3%). Nel secondo caso è risultata la presenza di fibre sintetiche di poliestere, non dichiarate in etichetta, in quantità superiore alla tolleranza ammessa per legge (5%).

Nel caso del primo prodotto la Camera di Commercio, all'esito della disamina della nota di riscontro prodotta dalla Società ha archiviato la pratica, senza applicazione di alcuna sanzione.

Nel secondo caso, relativo al prodotto recante la presenza di un componente non dichiarato, la Camera di Commercio ha comminato una sanzione amministrativa di euro 3.025, in solido con Caleffi Spa, nei confronti di ciascuno dei tre amministratori (Giuliana Caleffi- Guido Ferretti-Raffaello Favagrossa) per un totale complessivo di euro 9.075 (che risulta calcolato, a norma della Legge 689/1981, prendendo a riferimento il minimo della sanzione prevista).

La Società ha dato corso, nel termine di 60 gg. dall'avvenuta notifica, al pagamento in misura ridotta.

La Società sta provvedendo alla rietichettatura dei prodotti oggetto di contestazione e all'adozione di ulteriori presidi per prevenire ulteriori casi di non conformità.

Comunicazione e Marketing

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

CASI DI NON CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI	FY 2020	FY 2021	FY 2022
Numero multe	-	-	1
Numero sanzioni non monetarie	-	-	-
TOTALE	-	-	1

NUMERO E VALORE MONETARIO DELLE MULTE PAGATE PER CASI DI NON CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI	FY 2020	FY 2021	FY 2022
Numero multe pagate	-	-	1
Valore monetario multe pagate	-	-	Euro 9.075

Normativa Privacy

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

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

- garantire la conformità di Caleffi S.p.A. ai requisiti definiti dalla normativa nazionale e comunitaria in tema di protezione e trattamento dei dati personali;
- istituire un modello organizzativo per la Privacy ("Modello Organizzativo"), assegnando i ruoli e le responsabilità relativi all'adempimento degli obblighi posti nell'ambito dei trattamenti dei dati personali;

- minimizzare i rischi per i diritti e le libertà degli interessati legati ai trattamenti dei dati personali effettuati da, e per conto, della Società;
- assicurare la capacità di comprovare la propria conformità in ambito Privacy (principio di responsabilizzazione o “accountability”);
- permettere l'integrazione dei processi e dei controlli privacy con i processi ed i controlli presenti in azienda, considerando i diritti e le libertà degli interessati e i legittimi interessi dalla Società;
- favorire la collaborazione con le Autorità di controllo e la gestione del rapporto e dei diritti dell'Interessato.

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

3 Il Capitale Infrastrutturale

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



I brand Caleffi



Il brand: immagine e reputazione

Nel 2022, in occasione del sessantesimo anniversario aziendale, la capogruppo Caleffi ha sviluppato un **progetto di rebranding** che interessa **logo, payoff e shop format**. La riflessione sui valori del brand evidenzia come il concetto di “Casa”, fondante nell’assetto valoriale Caleffi, sia ormai completamente sovrapponibile a quello di “Famiglia”, nell’accezione più ampia che questo termine assume nella società contemporanea, identificando quindi la **“Casa” come il luogo emotivo delle relazioni**.

Nel progetto di rebranding il **logo** è stato soggetto ad un *soft restyling* con l’obiettivo di preservarne l’identità e di migliorarne la leggibilità, allineandolo maggiormente ai nuovi brand values. L’intervento, in particolare, si è esplicitato nella semplificazione, regolarizzazione e armonizzazione delle forme, nel riequilibrio dei pesi degli elementi, nell’aumento della visibilità della casa e nel ribaltamento dell’ordine di lettura del logo. Completamente nuovo invece il **payoff “My Family, My Home”**, che focalizza il posizionamento e contribuisce ad arricchire il brand di insight valoriali più orientati al cliente, affiancando i due concetti di “Famiglia” come luogo emotivo a prescindere dalla forma in cui si esprima, e di “Casa” come luogo fisico nuovamente centrale nella vita della famiglia.

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

Caleffi - Marchi Propri	
	<p>Dal 1962 Caleffi interpreta la cultura dell’abitare della famiglia contemporanea: textures e colori raccontano le sensazioni autentiche di ambienti in cui l’amore per il design si mescola agli affetti più cari, in un equilibrio magico. Un diario fotografico che racchiude bellezza e comfort, emozioni genuine e gusto autentico della tradizione, quella che, di generazione in generazione, custodisce l’unico valore di cui non possiamo fare a meno: quello dell’intimità domestica.</p>

	<p>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.</p>
	<p>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.</p>

Caleffi - Licenze “Teen”	
	<p>Dal 2012 l’offerta Caleffi comprende collezioni Warner Bros: una linea di biancheria per regalare un’avventura ai più piccoli e farli addormentare fra le braccia dei superoi più amati.</p>

Caleffi - Licenze “Fashion”	
	<p>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.</p>
	<p>Alla luce della ritrovata attenzione per gli ambienti domestici, divenuti vero e proprio “santuario” in cui riscoprire il valore del tempo e dello spazio, Caleffi arricchisce il proprio portfolio licenze con un prestigioso brand, espressione dello stile italiano. Inconfondibile per la sua mappa Geo, il marchio rappresenta un iconico fil rouge tra passato e futuro, coniugandosi perfettamente con la consolidata esperienza di Caleffi nel trasferire lo stile contemporaneo in articoli di una collezione per la casa versatile e cosmopolita.</p>
	<p>A partire dal 21 ottobre 2022 - 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.</p>

Mirabello Carrara SpA - Marchi Propri	
	<p>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.</p>
	<p>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.</p>
	<p>Eleganza minimal e taglio sartoriale identificano questa collezione, caratterizzata da una palette di colori sussurrata e riposante, ispirata alle atmosfere metropolitane.</p>
	<p>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.</p>

Mirabello Carrara SpA- Licenze “Luxury”	
	<p>Biancheria sensuale e seducente all’insegna del glamour, secondo lo stile eccentrico ed esclusivo della <i>maison</i> 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.</p>
	<p>Tessuti materici e decisa ispirazione industriale per collezioni dal sapore urban chic. Il design incontra l’informale in un equilibrio impeccabile.</p>
	<p>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.</p>
	<p>Dal lontano 1883 il brand Bellora è presente nelle case italiane e nei più esclusivi department stores del mondo. Dettagli raffinati ed elementi decorativi, che appartengono alla storia dei tessuti, sono da sempre reinterpretati da Bellora con uno stile contemporaneo che unisce il desiderio di maggiore semplicità e comfort con uno sguardo alla tradizione e al vivere di lusso. Italianità, qualità, eleganza, tradizione e stile raffinato, sono gli elementi distintivi di collezioni, altamente coordinabili e senza tempo, che fondono sobrietà ed edonismo.</p>

Le azioni a tutela del brand

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

Caleffi è attualmente titolare di 130 registrazioni di marchi, con una presenza nel mondo in 71 Paesi. Oltre al marchio istituzionale “CALEFFI”, tutelato in versione verbale e/o unitamente all’elemento figurativo, sono tutelati, a livello italiano e/o comunitario, anche i marchi delle linee di prodotto di punta. Mirabello Carrara, invece, è titolare di 37 registrazioni di marchi, con una presenza nel mondo in 43 Paesi.

Registrazione marchi e indicatori	Nr	Paesi
Caleffi	130	71
Mirabello	37	43
Lettere di diffida verso terzi - periodo 2020-2022	55	
Procedimenti amministrativi - periodo 2020-2022	12	

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

Caleffi adotta un servizio di sorveglianza del proprio marchio sia relativamente alla parte denominativa che figurativa, Mirabello adotta un servizio di sorveglianza dei marchi “MIRABELLO”, “CARRARA” e “BESANA”. In caso di tentativi di registrare o utilizzare marchi identici o simili a quelli di Caleffi o di Mirabello Carrara, le politiche di tutela prevedono lettere di diffida, strumento efficace per garantire e rinforzare l’esclusiva sui propri marchi nel mercato. È inoltre attivo un servizio di monitoraggio e sorveglianza del web, finalizzato all’individuazione di contraffazioni e, più in generale, utilizzi illeciti, da parte di terzi, dei marchi di titolarità. All’attività di verifica e monitoraggio si affianca l’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 triennio 2020-2022, di 55 lettere di diffida contro terzi soggetti (rispettivamente 53 lettere per Caleffi e 2 per Mirabello Carrara).

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 2020/2022 sono stati complessivamente avviati 12 procedimenti amministrativi (rispettivamente 4 per Caleffi e 8 per Mirabello Carrara).

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 segue 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 sofficità, 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 più 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 stabilità al semilavorato.

Trapuntatura – le attività 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, nonché di eseguire contemporaneamente disegni ornamentali sul manufatto accrescendone la preziosità.

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

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

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

La produzione affidata ai **fornitori esterni e/o façonisti** prevede che la fase creativa e di progettazione rimanga in capo a 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 può procedere con la produzione.

Mirabello

Il processo produttivo di Mirabello Carrara è interamente affidato all'esterno in outsourcing e, per mantenere qualità e carattere artigianale della lavorazione tipica del "Made in Italy", le fasi a più alto valore aggiunto sono svolte da 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 1.000 punti vendita sul mercato nazionale e circa 300 in 40 paesi del mondo. 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.

4 Il Capitale Relazionale

Il cliente



Marketing responsabile

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

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

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

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

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

Comunicazione ed interazione con il cliente

La comunicazione

Caleffi, interprete delle home culture contemporanea italiana, lancia il rebranding della società a partire dal logo. L'iconica cassetta blu nella sua nuova veste grafica sarà declinata su tutti i punti di identità fisica e digitale, a cominciare dallo spot televisivo. Un cambio che va ben al di là di un'evoluzione di immagine e segna la nuova fase di sviluppo di un'azienda dalla storia centenaria oggi rinnovata e in continua crescita. Nel nuovo logo è racchiusa tutta l'evoluzione di Caleffi come azienda che vuole proiettarsi nel futuro, forte di un heritage italiano con oltre 60 anni di storia e precisi valori identitari quali l'alta qualità dei prodotti, l'eccellenza del servizio e la centralità delle relazioni umane prima che professionali.

Ad affiancare l'azienda in questo processo strategico e creativo, un importante percorso di comunicazione, che ha il suo esordio a fine 2022 con la preview del long video, perfetta trasposizione cinematografica del nuovo pay off my family my home: una grande famiglia unita, generazione dopo generazione, è un luogo, fisico ed emotivo, dove ci si sente integrati, protetti e dove è bello riunirsi ed ospitare anche gli amici. Un posto per vivere, condividere, amare, tramandare parole, valori, abitudini e sentirsi parte di un mondo unico.

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 opta per una campagna multicanale declinata su carta stampata, web e canali social, segnando un ulteriore passo in avanti nel percorso di comunicazione dell'azienda per garantire al proprio target un'esperienza sempre più esclusiva e appagante. In virtù del posizionamento luxury, i brands confermano in primis la carta stampata quale mezzo d'elezione, intrinsecamente più idonea a "vendere un sogno": attraverso un'accurata selezione di testate premium, con formule editoriali di alto profilo, Mirabello e Carrara, sapientemente raccontati in contesti d'eccezione, coinvolgono emotivamente una audience qualificata e ricettiva, ispirandone la costante ricerca del bello, di sogno e di evasione. Medesima estetica edonista anche per il digital, affinché sinergia fra creatività e tecnologia garantisca un effetto wow. Massima attenzione quindi al sito e-commerce, a garanzia di un'esperienza premium dall'acquisto fino al servizio post-vendita. Si conferma infine il presidio dei canali social, ove l'expertise professionale viene mixata con la quotidianità di micro e middle influencer, profilati secondo caratteristiche precise in linea con l'identità e i valori del brand.

L'interazione con il cliente

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

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

Il Customer Care Caleffi è quindi particolarmente attento alle segnalazioni di disagio, che gestisce secondo una procedura consolidata. In caso di prodotto difettoso, il servizio richiede foto del prodotto o il prodotto stesso, lo sottopone al controllo qualità per opportuna valutazione e comunica tempestivamente al consumatore l'esito dell'analisi: qualora si tratti di

conclamata difettosità, l'azienda garantisce la sostituzione con prodotto uguale o equivalente, qualora si tratti invece di scorretta manutenzione del capo, l'azienda restituisce il capo al consumatore argomentando i motivi tecnici che ne impediscono la sostituzione. Se invece il reclamo è generato da un disservizio e, in particolare, dalla consegna di un prodotto diverso da quanto ordinato, la procedura aziendale prevede che Caleffi invii a proprie spese il prodotto sostitutivo ritirando il capo non richiesto. Nell'ipotesi in cui il prodotto sostitutivo non fosse disponibile, Caleffi effettua rimborso integrale.

Pressoché nulle le contestazioni in merito ad eventuali prodotti difettosi, in virtù di un rigoroso quality control interno, le segnalazioni possono più frequentemente riguardare disservizi nei termini di consegna a domicilio, generalmente legate al sovraccarico del sistema spedizioni in stagionalità con picchi di vendita. Grazie a un riassetto logistico interno, l'azienda ha negli ultimi anni conseguito sensibili miglioramenti nelle performances di consegna.

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

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

Qualità e sicurezza dei prodotti



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

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

Qualità e sicurezza dei prodotti

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

I controlli – Chemical management

Caleffi adotta un sistema di gestione della qualità, che ha ottenuto la certificazione ISO 9001:2000 dal 2003. Nello sviluppo delle proprie attività Caleffi si impegna a garantire prodotti di elevata qualità e la loro conformità rispetto a norme e

regolamenti. In tale ambito hanno particolare rilievo gli aspetti legati all'utilizzo delle sostanze chimiche nei processi produttivi.

Il sistema di controllo di Caleffi prevede **che alcuni prodotti siano analizzati a campione da laboratori specializzati**, per la verifica degli standard di qualità e di garanzia della salute e sicurezza del cliente finale. Le prove che vengono eseguite presso laboratori di analisi accreditati riguardano in particolare:

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

Nel 2022 sono stati analizzati 40 prodotti a campione e non si sono riscontrate non conformità rispetto agli standard.

A dicembre 2022 Mirabello Carrara ha adottato il sistema di gestione integrato ottenendo le certificazioni ISO 9001:2000 per la gestione della qualità e ISO 45001 per la gestione della salute e sicurezza.

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

Il 94% dei fornitori strategici del Gruppo sono certificati Oeko-Tex® Confidence in Textiles-Standard 100 mentre il 61% sono dei fornitori strategici del Gruppo certificati Oeko-Tex Made in Green e il 60% sono certificati Oeko-Tex STeP.

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.**

MADE IN GREEN by OEKO-TEX® è un'etichetta di prodotto tracciabile per tutti i tipi di prodotti tessili (come indumenti, tessuti per la casa) e prodotti in pelle (come indumenti, pellami finiti e semilavorati), compresi i componenti non tessili/pelle (come gli accessori). L'etichetta MADE IN GREEN verifica che un articolo sia stato testato per le sostanze nocive. Ciò avviene attraverso la certificazione secondo lo STANDARD 100 by OEKO-TEX® o il LEATHER STANDARD by OEKO-TEX®. Inoltre garantisce che il prodotto tessile o in pelle è stato realizzato con processi sostenibili in condizioni di lavoro ecocompatibili e socialmente responsabili. Ciò avviene attraverso la certificazione secondo STeP by OEKO-TEX®. È possibile utilizzare un'identificazione univoca del prodotto sull'etichetta per rintracciare i paesi e gli impianti di produzione in cui è stato prodotto l'articolo etichettato.

Sustainable Textile Production (STeP) è un sistema di certificazione indipendente per brand, retail e produttori nell'ambito della filiera tessile che desiderano comunicare, in maniera trasparente e credibile, il proprio percorso verso condizioni di produzione più sostenibili.

La struttura modulare della certificazione STeP permette un'analisi completa e la valutazione di tutte le aree aziendali rilevanti in merito all'uso di tecnologie e prodotti eco-compatibili, un efficiente uso delle risorse nonché l'ottemperanza a condizioni di lavoro eque.

STeP by OEKO-TEX® affronta la performance aziendali lungo l'intera filiera di produzione tessile, compresi:

- Filatura, torcitura e processi correlati
- Filatura, torcitura e processi correlati a umido
- Tessitura, maglieria, produzione di tessuti non tessuti e processi correlati
- Tintura, stampa, finissaggio, spalmatura, lavaggio, trattamento degli indumenti e processi correlati
- Realizzazione di prodotti tramite taglio, cucito e processi correlati
- Produzione di accessori (i.e. cerniere lampo, bottoni, etichette)
- Produzione di schiume e materassi
- Logistica tessile
- Altro (i.e. produzione di fibre non agricole)

VALUTAZIONE IMPATTI SU SALUTE E SICUREZZA	2020	2021	2022
Prodotti in spugna	SI	SI	SI
Teleria	SI	SI	SI
Arredo tessile	SI	SI	SI
Imbottitura	SI	SI	SI
TOTALE	100%	100%	100%

I Fornitori – Responsabilità e sostenibilità della filiera



La catena di fornitura Caleffi

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

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

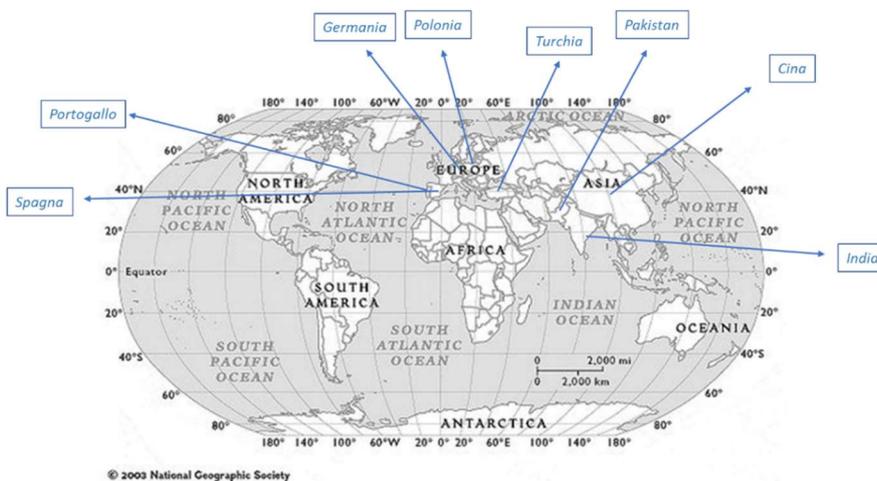
Il Gruppo Caleffi crede nell'importanza dello sviluppo di sinergie e nella stretta collaborazione e coinvolgimento dei propri fornitori che, non solo garantiscono l'affidabilità della performance produttiva, ma che condividono i valori e le aspettative del Gruppo anche in termini di standard etici, ambientali e sociali. I 178 fornitori del Gruppo Caleffi si dividono in tre principali categorie:



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

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

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



Nel 2022, la quota della produzione realizzata completamente in outsourcing e/o commercializzata è stata pari a circa all' 68% del totale degli acquisti. Il restante 32% è stato generato da prodotti che subiscono alcune fasi di lavorazione interne.

NUMERO FORNITORI	2020		2021		2022	
	n.	% sul totale	n.	% sul totale	n.	% sul totale
Numero di fornitori LOCALI*	88	45,1%	95	46,8%	80	44,9%
Numero di fornitori situati in ITALIA	50	25,6%	54	26,6%	52	29,2%
Numero di fornitori situati in EUROPA	21	10,8%	23	11,3%	17	9,6%
Numero di fornitori situati in ASIA	36	18,5%	31	15,3%	29	16,3%
TOTALE FORNITORI	195	100,0%	203	100,0%	178	100,0%

Anno 2022	Asia	Europa	Totale
Accessori	0,0%	6,8%	6,8%
Materia Prima	7,2%	3,6%	10,9%
Prodotto Finito	51,8%	10,2%	62,0%
Semilavorato	3,5%	6,4%	10,0%
Servizi	0,0%	10,4%	10,4%
Totale	62,6%	37,4%	100,0%

- Asia – 62,6% degli acquisti (tessuto greggio di cotone e parte dei prodotti finiti). La Turchia, in particolare, è produttore di cotone di alta qualità, con fornitori qualificati e con un alto grado di affidabilità.
- Europa – 37,4% degli acquisti (materie prime e prodotto finito) e servizi, prevalentemente in Italia (61,5% della quota europea).

Il processo di qualifica e selezione

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

Nel 2022 il Codice di Condotta Fornitori è stato adottato a livello Gruppo. Tale Codice illustra le aspettative dell'Azienda in rapporto alle principali aree del processo di approvvigionamento responsabile ed è composto da sei sezioni che stabiliscono disposizioni vincolanti relativamente a: Lavoro e Diritti Umani, Salute e Sicurezza, Ambiente, Salute e Benessere Animale, Sicurezza e Qualità dei prodotti e dei servizi, Etica Aziendale e Protezione della Proprietà Intellettuale. Il Gruppo Caleffi richiede ai propri fornitori e sub-fornitori di attenersi in modo vincolante ai principi sanciti nel Codice di Condotta.

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

Le attività di Procurement prevedono i seguenti criteri:

- comportamento professionale, leale e trasparente nel processo di acquisto
- rigetto e segnalazione agli enti preposti delle pratiche commerciali scorrette
- rispetto delle diversità individuali e culturali
- riservatezza nelle informazioni
- salvaguardia del know how e delle proprietà intellettuali
- coinvolgimento dei fornitori nello sviluppo di prodotti innovativi.

Ai fornitori si chiede di comportarsi in modo conforme ai valori e ai principi delineati nel Codice di Condotta Fornitori.

Ai fornitori viene richiesto di applicare gli stessi principi e di agire in conformità con essi in tutti i loro rapporti commerciali e di migliorare costantemente la loro performance di sostenibilità, applicando una condotta appropriata. Molti fornitori operano in svariati ambiti giuridici e culturali e, l'attuazione di alcune disposizioni del Codice di Condotta Fornitori di Caleffi, potrebbe risultare difficoltosa.

Pertanto, l'adempimento alle disposizioni del Codice di Condotta Fornitori deve essere valutato tenendo in considerazione le leggi nazionali e internazionali e le norme applicabili localmente. In ogni caso, Caleffi richiede che i fornitori informino la società su queste limitazioni tempestivamente e si impegnino anche quando l'osservanza delle disposizioni del presente Codice fosse, per tali motivi, solo parzialmente rispettata.

Attraverso la sottoscrizione del Codice Condotta fornitori il fornitore dichiara di:

- 1) non utilizzare o dare sostegno a lavoro infantile;
- 2) non ricorrere né dare sostegno a lavoro obbligatorio;
- 3) garantire luogo di lavoro salubre, adottare misure adeguate per prevenire incidenti/danni alla salute del lavoro o in conseguenza di esso – minimizzare cause di pericolo ambiente lavoro;
- 4) non attuare e non dare sostegno a discriminazioni per assunzione, remunerazione, accesso formazione, promozione, pensionamento, in base a razza, ceto, origine, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, affiliazione politica;
- 5) non attuare e non dare sostegno all'uso di punizioni corporali, coercizione mentale o fisica, abuso verbale;
- 6) rispettare le leggi e gli standard applicabili su orario di lavoro
- 7) garantire che salario pagato sia corrispondente a standard minimi o legali e sufficiente a soddisfare i bisogni primari del personale;
- 8) salvaguardare l'impatto ambientale;
- 9) esercitare un business responsabile.

Il monitoraggio della filiera di produzione

I fornitori sono costantemente monitorati, attraverso un sistema di vendor rating e, successivamente, secondo un piano definito, attraverso visite presso le sedi, volte ad accertare il rispetto dei requisiti specificati da Caleffi e dichiarati al momento della qualifica. L'80% degli acquisti complessivi a valore realizzati (al netto degli acquisti infragruppo) è effettuato da fornitori selezionati che aderiscono ai principi generali della norma internazionale SA8000 in materia di responsabilità sociale e che rientrano in un processo di valutazione su più livelli, ambientale, sociale, etico e sostenibile.

<i>(Importi in Euro milioni)</i>	Caleffi	Mirabello Carrara	Totale
Acquisti Totali (al netto acquisti infragruppo)	25,8	8,2	34,0
Acquisti da Fornitori sottoposti a valutazione	21,0	6,1	27,1
Incidenza	84%	75%	80%

Rispetto al numero totale dei fornitori, la percentuale degli stessi attualmente sottoposta a tali verifiche è del 24%. La percentuale è tuttavia da mettere in relazione alla tipologia e livelli di concentrazione degli acquisti da fornitori strategici.

La mappatura e valutazione della sostenibilità della filiera

In coerenza con la strategia e gli obiettivi del Gruppo Caleffi, nel 2021 è stato avviato un percorso specifico di assessment del profilo di sostenibilità dei fornitori, finalizzato ad azioni che consentano di rafforzare la sostenibilità dell'intera catena del valore, anche attraverso piani ed azioni di miglioramento. Il risultato finale è stato l'ottenimento di un rating per singolo

fornitore e di un rating complessivo della supply chain sottoposta a valutazione. La Supply Chain del Gruppo Caleffi ha ottenuto uno score complessivo superiore alla media delle valutazioni globali effettuate dalla piattaforma EcoVadis.

Il progetto ha comportato la mappatura della sostenibilità della intera catena di fornitura al fine di valutare la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa e gli acquisti sostenibili, attraverso una metodologia che comprende 21 criteri di sostenibilità raggruppati in quattro temi. I criteri si basano su standard internazionali come il Global Compact dell'Onu e le norme ISO. Il progetto si è concentrato, nel 2022, sul coinvolgimento di 32 fornitori strategici, che rappresentano l'80% degli acquisti in termini di volumi.

AMBIENTE	LAVORO E DIRITTI UMANI	ETICA	SUSTAINABLE PROCUREMENT
Politiche - Azioni - Risultati			
<ul style="list-style-type: none"> Consumo di energia e gas serra Acqua Biodiversità Inquinamento locale Materiali, prodotti chimici e rifiuti Product Use Product End-of-Life Salute e sicurezza dei clienti Servizi ambientali e consulenza 	<ul style="list-style-type: none"> Salute e sicurezza dipendenti Condizioni di lavoro Dialogo sociale Gestione carriere e formazione Lavoro minorile, lavoro forzato e traffico di esseri umani Diversità e discriminazione Interlocutori esterni per i diritti umani 	<ul style="list-style-type: none"> Corruzione Pratiche anticoncorrenziali Gestione dati responsabile 	<ul style="list-style-type: none"> Sostenibilità ambientale dei fornitori Sostenibilità sociale dei fornitori

Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico



L'impatto economico sul territorio

Negli ultimi tre anni, le lavorazioni esterne sono state allocate mediamente per l'85% in Lombardia. Il legame con il territorio è cresciuto e si è consolidato nel tempo. Il Gruppo Caleffi, in ottica di sviluppo sostenibile, ritiene fondamentale il coinvolgimento e la valorizzazione delle competenze del territorio, in grado di creare ulteriori condizioni per la crescita e l'innovazione.

(Importi in Euro milioni)	Totale		
	2020	2021	2022
Totale servizi e lavorazioni esterne	4.410	4.043	3.524
Lombardia (Territorio)	3.795	3.415	2.987
Incidenza servizi e lav. in Lombardia	86%	84%	85%

Il supporto alla Comunità locale

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

Il Gruppo Caleffi da sempre 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.

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



Mirabello Carrara sostiene, attraverso la donazione di prodotti, **l'Associazione Libellule Onlus** (Associazione nata per sostenere le donne, sia a livello fisico che psicologico, quando si trovano a dover affrontare interventi al seno o all'apparato genitale a seguito di una diagnosi di tumore). Nel 2022 l'Associazione è riuscita, attraverso le donazioni dei suoi sostenitori, ad acquistare un mammografo.

In considerazione delle attività svolte ad oggi dal Gruppo Caleffi non si rilevano aree di operatività con significativi impatti negativi attuali o potenziali sulle comunità locali.

5 I risultati economico-finanziari

Il Valore economico generato e distribuito



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

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

Valore economico	2020	2021	2022
Valore economico generato	56.568	61.360	61.061
Fornitori - Costi operativi	(41.120)	(44.997)	(46.151)
Risorse umane - Costo del personale	(7.525)	(8.301)	(8.532)
Banche e altri finanziatori - Oneri finanziari	(565)	(627)	(698)
Pubblica Amministrazione	(664)	(1.303)	(670)
	(49.873)	(55.228)	(56.051)
Dividendi distribuiti - Azionisti	-	-	-
Valore economico distribuito	(49.873)	(55.228)	(56.051)
Valore economico trattenuto	6.694	6.132	5.011

Gli Investimenti e i progetti

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

Caleffi ha sostenuto costi per un valore complessivo pari a circa Euro 550 mila, su cui intende accedere ai benefici previsti dal credito d'imposta per attività di ricerca, sviluppo, innovazione tecnologica, design ed ideazione estetica ai sensi dell'Art. 1, commi 198-209 della Legge 27 dicembre 2019, n. 160 e ss.mm.ii..

Mirabello Carrara nel corso dell'esercizio 2022 ha sviluppato attività precompetitive a carattere innovativo, indirizzando i propri sforzi in particolare su attività di studio, analisi, ricerca e sviluppo per la realizzazione delle nuove collezioni autunno/inverno 2022 e primavera/estate 2023. Per lo sviluppo dei progetti sopra indicati la Società ha sostenuto, nell'esercizio, costi ammissibili pari a euro 418.812,34, su cui intende accedere ai benefici previsti dal credito d'imposta per attività di ricerca, sviluppo, innovazione tecnologica, design ed ideazione estetica ai sensi dell'Art. 1, commi 198 - 209 della Legge 27 dicembre 2019, n. 160 e ss.mm.ii.

Progetti Caleffi

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

Progetti Mirabello Carrara

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

Fiscalità

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

La sede fiscale del Gruppo è in Italia, dove viene corrisposta la totalità delle imposte. Caleffi non detiene partecipazioni in società estere e di conseguenza non ci sono i presupposti per la eventuale definizione di una politica di pianificazione fiscale internazionale e/o volte a spostare la tassazione in Paesi che offrono condizioni per ridurre il peso della fiscalità.

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

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

Tutte le richieste effettuate al Gruppo Caleffi dalle autorità fiscali vengono gestite all'interno del corretto flusso informativo con un approccio da parte del Gruppo di totale trasparenza e dialogo costruttivo. Nel 2022 non sono stati registrati contenziosi o contestazioni di tipo fiscale e, alla data del presente documento, non sono in essere contenziosi di carattere fiscale di rilievo.

6 Il Capitale Umano

Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale



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.

In data 27 giugno 2022 è stato siglato un “CONTRATTO COLLETTIVO DI II° LIVELLO” tra l’azienda e la Rappresentanza Sindacale Unitaria assistite da Filctem Cgil e Uiltec Uil di Mantova.

Le materie specificatamente trattate nell’ambito del Contratto Collettivo di Secondo Livello sono:

1. Relazioni Industriali
2. Ambiente e Sicurezza
3. Premio di Risultato
4. Premio Fedeltà
5. Buoni pasto
6. Formazione
7. Ferie collettive
8. Flessibilità dell’orario contrattuale di lavoro
9. Verifiche e monitoraggio andamenti
10. Decorrenza e durata

Benefit per dipendenti full-time	2020	2021	2022
Assicurazione sulla vita	2	2	2
Assicurazione sanitaria	135	129	125
Contributi pensionistici	23	23	20

L’impatto della pandemia Covid-19

Nel corso del 2022 tutti i lavoratori hanno lavorato in presenza, grazie al fatto che l’azienda è riuscita a creare luoghi sicuri per lo svolgimento delle diverse attività aziendali. Al momento vengono utilizzati i protocolli di sicurezza previsti durante la pandemia continuando ad utilizzare la mascherina negli uffici e nello stabilimento. Isolamento con utilizzo di smart-working per tutto il personale risultato positivo al contagio.

Politica di remunerazione

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

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

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

- Affari Legali e Societari e Risorse Umane, garantendo adeguato supporto nella definizione della Politica di Remunerazione;
- un Comitato endo-consiliare, appositamente istituito - il Comitato Remunerazione e Nomine - chiamato ad istruire, con l'ausilio, se del caso, di consulenti esterni esperti in materia di remunerazione, i lavori del Consiglio rispetto alla definizione di una proposta di Politica di Remunerazione. Al fine di evitare conflitti di interesse, nessun Amministratore prende parte alle riunioni del Comitato in cui vengono formulate le proposte relative alla propria remunerazione;
- il Collegio Sindacale, esprimendo il proprio parere con specifico riferimento agli Amministratori muniti di deleghe gestionali o investiti di particolari cariche;
- il Consiglio di Amministrazione, approvando, in prima istanza, la Politica di Remunerazione per la successiva sottoposizione agli azionisti;
- l'Assemblea degli azionisti, approvando ai sensi dell'art. 123-ter, comma 3-bis del TUF la Politica di Remunerazione.

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

Rapporto Stipendio Base Donna/Uomo Per Ogni Categoria Professionale (CALEFFI)	2020	2021	2022
Dirigenti	-	-	-
Quadri	0,92	0,91	0,91
Impiegati	0,57	0,62	0,59
Operai	0,81	0,82	0,83
Rapporto Stipendio Base Donna/Uomo Per Ogni Categoria Professionale (MIRABELLO CARRARA)	2020	2021	2022
Dirigenti	-	-	-
Quadri	1,13	1,03	0,93
Impiegati	1,51	1,07	1,02
Operai	-	-	-

Rapporto Retribuzione Donna/Uomo Per Ogni Categoria Professionale (CALEFFI)	2020	2021	2022
Dirigenti	-	-	-
Quadri	0,91	0,83	0,90
Impiegati	0,54	0,57	0,57
Operai	0,78	0,72	0,74

Rapporto Retribuzione Donna/Uomo Per Ogni Categoria Professionale (MIRABELLO CARRARA)	2020	2021	2022
Dirigenti	-	-	-
Quadri	1,14	1,00	0,84
Impiegati	1,51	1,06	1,02
Operai	-	-	-

Il rapporto relativo all'incremento tra la retribuzione totale annua della persona più pagata dell'Organizzazione (Caleffi) e la retribuzione totale annua mediana di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) è pari a 1,71% per il 2022; a fronte di una retribuzione totale annua della persona più pagata nell'Organizzazione che è aumentata del 13%, da un lato c'è un aumento della retribuzione totale annua mediana dei dipendenti (+8%).

Il rapporto relativo all'incremento tra la retribuzione totale annua della persona più pagata dell'Organizzazione (Mirabello Carrara) e la retribuzione totale annua mediana di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) è pari a -2,3% per il 2022; a fronte di una retribuzione totale annua che è rimasta costante della persona più pagata nell'Organizzazione, da un lato c'è un aumento della retribuzione totale annua mediana dei dipendenti (+7%).

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 (Internazionale Labour Organization), cui Caleffi espressamente dichiara di aderire, nonché di quanto previsto dalla normativa applicabile in materia di diritto di lavoro, è interesse primario dell'azienda favorire lo sviluppo del potenziale di ciascuna risorsa e la sua crescita professionale attraverso:

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

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

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

I dipendenti

GRI

Totale numero dipendenti a fine periodo /per genere									
	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
	112	40	152	106	42	148	102	43	145

I dati relativi ai dipendenti si riferiscono alla consistenza degli organici a fine periodo (“Head-Count”). Il livello di occupazione nel corso degli anni ha fatto registrare una leggera flessione, del 3% tra 2020 e 2021, e del 2% circa tra il 2021 e il 2022. La variazione che si rileva tra i tre diversi periodi è imputabile principalmente al pensionamento della forza lavoro.

Dipendenti per tipo di contratto e forma di impiego

Contratto	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Tempo indeterminato	112	39	151	106	40	146	98	41	139
Tempo determinato	-	1	1	-	2	2	4	2	6
Totale	112	40	152	106	42	148	102	43	145

Il personale in forza al 31 dicembre 2022, così come nei precedenti periodi, è quasi integralmente assunto tramite contratti a tempo indeterminato.

Forma impiego	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full-time	96	39	135	89	40	129	83	42	125
Part-time	16	1	17	17	2	19	19	1	20
Orario variabile	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	112	40	152	106	42	148	102	43	145

L'86% dei dipendenti al 31 dicembre 2022 (dato stabile rispetto a 2021) è assunto con contratto full time, i contratti part-time riguardano in modo prevalente i dipendenti dei nostri negozi e della controllata Mirabello Carrara.

Altre tipologie di lavoratori

I dati dei lavoratori non dipendenti sono riportati nella seguente tabella. Il 78% dei lavoratori interinali sono impiegati presso i negozi diretti del Gruppo.

Altri lavoratori	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Stagisti e tirocinanti	-	-	-	1	-	1	-	-	-
Lavoratori interinali	33	-	33	43	2	45	46	3	49
Lavoratori autonomi	1	14	15	1	15	16	2	15	17
Totale numero alla fine del periodo / per genere	34	14	48	45	17	62	48	18	66

Il turnover

Assunzioni Classi di età	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	-	1	1	1	-	1	3	-	3
Da 30 a 50 anni	1	4	5	3	4	7	3	3	6
Oltre 50 anni	1	1	2	2	1	3	-	2	2
Totale	2	6	8	6	5	11	6	5	11

Cessazioni Classi di età	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Da 30 a 50 anni	1	1	2	1	2	3	2	4	6
Oltre 50 anni	8	2	10	11	1	12	6	1	7
Totale	9	3	12	12	3	15	9	5	14

Motivo cessazioni	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Uscite volontarie	2		2	1	1	2	4	2	6
Pensionamento	6	1	7	10	2	12	4		4
Licenziamento	1		1	-	-	-	1	2	3
Altro		1	1	1	1	2		1	1
Totale	9	2	11	12	4	16	9	5	14

Tasso Turnover %	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Turnover negativo <i>cessazioni</i>	8,0%	7,5%	7,9%	11,3%	7,1%	10,1%	9,8%	9,3%	9,7%
Turnover positivo <i>assunzioni</i>	1,8%	15,0%	5,3%	5,7%	11,9%	7,4%	5,9%	11,6%	7,6%
Turnover complessivo	-4,6%	2,0%	-2,6%	-4,0%	1,3%	-2,7%	-2,8%	0,7%	-2,1%

Il dato delle assunzioni è riferibile sia a dipendenti assunti per posizioni non presidiate sia per sostituzione di personale in uscita. Nel 2022 l'indice di turnover netto è stato negativo per 2,1% in termini di riduzione netta dell'organico complessivo.

Diversità e pari opportunità

Dipendenti per qualifica/genere

	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	2	2	-	2	2	-	2	2
Quadri	4	13	17	5	13	18	5	12	17
Impiegati	56	11	67	56	12	68	54	12	66
Operai	52	14	66	45	15	60	43	17	60
Totale	112	40	152	106	42	148	102	43	145

	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	1,3%	1,3%	-	1,4%	1,4%	-	1,4%	1,4%
Quadri	2,6%	8,6%	11,2%	3,4%	8,8%	12,2%	3,4%	8,3%	11,7%
Impiegati	36,8%	7,2%	44,1%	37,8%	8,2%	45,9%	37,2%	8,3%	45,5%
Operai	34,2%	9,2%	43,4%	30,4%	10,1%	40,5%	29,7%	11,7%	41,4%
Incidenza	73,7%	26,3%	100,0%	71,6%	28,4%	100,0%	70,3%	29,7%	100,0%

Il settore in cui opera il Gruppo Caleffi ha visto, storicamente, la predominanza di personale di genere femminile, che si attesta, a fine 2022, al 70,3%. Nella categoria impiegati rientrano tutte le commesse (100% genere femminile) che lavorano presso i negozi Caleffi.

Senior Manager assunti dalla comunità locale

I senior manager assunti dalla comunità locale (pari al 73,7%) ossia, la Regione Lombardia, hanno funzioni direttive e sono assunti come Dirigenti e Quadri. Si specifica che, la sede operativa coincide con la sede legale.

Senior Manager assunti dalla comunità locale	2020	2021	2022
N. Senior manager presso le sedi operative significative assunti dalla comunità locale	14	14	14
N. totale di Senior manager	19	20	19
% di Senior manager presso le sedi operative significative assunti dalla comunità locale	73,7%	70,0%	73,7%

Dipendenti per qualifica/classi di età

Dipendenti per categoria / fascia di età	2020				2021				2022			
	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale
Dirigenti	-	1	1	2	-	1	1	2	-	1	1	2
Quadri	-	6	11	17	-	4	14	18	-	3	14	17
Impiegati	2	41	24	67	4	39	25	68	4	38	24	66
Operai	2	16	48	66	5	14	41	60	6	16	38	60
Totale	4	64	84	152	9	58	81	148	10	58	77	145

Categoria / fascia di età %	2020				2021				2022			
	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale	Fino a 29 anni	Da 30 a 50 anni	Oltre 50 anni	Totale
Dirigenti	-	1%	1%	2%	-	1%	1%	2%	-	1%	1%	2%
Quadri	-	4%	7%	11%	-	3%	9%	12%	-	2%	10%	12%
Impiegati	1%	27%	16%	44%	3%	26%	17%	46%	3%	26%	17%	46%
Operai	1%	11%	31%	43%	3%	9%	28%	40%	3%	11%	26%	40%
Totale	2%	43%	55%	100%	6%	39%	55%	100%	6%	40%	54%	100%

I congedi parentali

Congedo parentale (maternità)	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	1	-	1	-	-	-	1	-	1
Numero dipendenti rientrati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	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	-	-	-	1	-	1

La formazione

GRI

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 2022 sono state erogate 757 ore di formazione.

L'impegno

ORE MEDIE DI FORMAZIONE	FY 2020	FY 2021	FY 2022
Numero totale di ore di formazione fornite ai dipendenti	314	1.516	757
Numero totale di dipendenti	152	148	145
Media ore di formazione per dipendente	2,07	10,24	5,22
Numero totale di ore di formazione fornite ai dipendenti donne	52	794	587
Numero totale di dipendenti donne	112	106	102
Media ore di formazione per dipendente donna	0,46	7,49	5,75
Numero totale di ore di formazione fornite ai dipendenti uomini	262	722	170
Numero totale di dipendenti uomini	40	42	43
Media ore di formazione per dipendente uomo	6,55	17,19	3,95
Numero totale di ore di formazione fornite ai Dirigenti	-	-	13,5
Numero totale di Dirigenti	2	2	2
Media ore di formazione per Dirigente	-	-	6,75
Numero totale di ore di formazione fornite ai Quadri	-	165	146
Numero totale di Quadri	17	18	17
Media ore di formazione per Quadro	-	9,17	8,59
Numero totale di ore di formazione fornite agli Impiegati	248	1.032	488,5
Numero totale di Impiegati	67	68	66
Media ore di formazione per Impiegato	3,70	15,18	7,40
Numero totale di ore di formazione fornite agli Operai	66	319	109
Numero totale di Operai	66	60	60
Media ore di formazione per Operai	1,00	5,32	1,82

Nel 2022 l'attività di formazione è risultata pari a 757 ore in contrazione rispetto al 2021. La contrazione è dovuta al cambio di società di consulenza, che affianca Caleffi per la qualità salute e sicurezza, avvenuta ad inizio 2022 che ha portato a ritardi nella presentazione del nuovo piano di formazione che si è potuto iniziare solo nella seconda parte dell'anno. I corsi realizzati nell'anno 2022 si sono tenuti sia in modalità e-learning che in presenza. E' stato mantenuto elevato l'impegno formativo sulla salute e sicurezza e sul controllo qualità, oltre ad aggiornamento soft skills (inglese, webinar sostenibilità etc.).

Salute e sicurezza sul lavoro

GRI

Politica per la sicurezza e salute sul luogo di lavoro

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

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

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

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

Sistema di gestione salute e sicurezza sul lavoro

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

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

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

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

- impegna le risorse umane e finanziarie necessarie al raggiungimento degli obiettivi e all'attuazione dei programmi di miglioramento.

Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti

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

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

Caleffi S.p.a., attraverso il 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. Caleffi promuove la cultura della sicurezza sul lavoro attraverso la formazione, la quale viene svolta secondo i requisiti di legge insieme all'informazione e all'addestramento delle maestranze.

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

Servizi di medicina sul lavoro e promozione della salute dei lavoratori

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

Welfare moda

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

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

- Da Previmoda fondo pensione del settore, costituito nel 1998 e avviato nel 2000;
- Dalla Polizza assicurativa in caso di decesso e invalidità permanente pagata dall'azienda, attiva dal 2014 solo per gli iscritti a Previmoda, che versano oltre al Tfr il contributo a proprio carico;

- Da Sanimoda, il fondo sanitario, la cui costituzione è avvenuta nel 2017 con l'avvio delle prestazioni nel 2018.

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

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

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

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

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

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

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

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

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta elaborata nella riunione di riesame della Direzione, stabilisce degli obiettivi nel breve e nel medio termine, che vengono resi noti e condivisi a tutti i livelli dell'organizzazione. Le tematiche inerenti agli ambiti salute e sicurezza sono richiamate negli accordi integrativi aziendali e vengono periodicamente tenuti degli incontri organizzati dal RSPP, i cui verbali vengono condivisi e sottoscritti dalle rappresentanze sindacali. L'azienda ha inoltre individuato e formalizzato, con annessa procura firmata da entrambi, un Delegato alla Sicurezza.

Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro

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

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE	2020		2021		2022	
	Ore	N. Partecipanti	Ore	N. Partecipanti	Ore	N. Partecipanti
Formazione generale	40	10	136	34	104	26
Formazione specifica	64	10	188	36	118	27
Altro (Aggiornamenti Formazione Gen - Spec)	12	2	-	-	90	15
Altro corso formazione Lotta Antincendio	-	-	44	7	-	-
Altro corso formazione e agg. Primo Soccorso	-	-	36	6	12	1
Altro Aggiornamento conduzione carrello elevatore	-	-	8	2	-	-
Altro corso formazione Preposti	-	-	40	5	-	-
Altro corso formazione Dirigente	-	-	-	-	6	1
Altro corso RLS	-	-	-	-	32	1
TOTALE	116	22	452	90	362	71

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

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

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

Gli impatti e le misure Covid

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

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

Gli infortuni

Nel corso del 2022, così come nei precedenti esercizio, non si sono avuti infortuni né malattie professionali sul lavoro.

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

7 Il Capitale Ambientale

Caleffi e l'ambiente



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

Il Gruppo Caleffi implementa la propria Politica Ambientale con l'adozione di misure specifiche volte alla tutela dell'ambiente, che tengono conto di quanto previsto dai sistemi di gestione ISO 14001. Il Gruppo si impegna a monitorare regolarmente le proprie performance ambientali al fine di garantire la salvaguardia dell'ambiente e pianificare eventuali azioni 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 politica ambientale del gruppo Caleffi si sviluppa seguendo le seguenti direttrici:

- 1) **Conformità alle normative applicabili** - Rispetto delle leggi vigenti, degli accordi volontari e degli standard in materia ambientale definiti dal Gruppo.
- 2) **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.
- 3) **Gestione dei rischi ambientali** - Impegno a tenere costantemente sotto controllo i processi produttivi al fine di monitorarne e ridurre l'impatto sull'ambiente.
- 4) **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.
- 5) **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.

- 6) **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.

I materiali delle collezioni



		2020			2021			2022		
		Non rinnovabili	Rinnovabili	Totale	Non rinnovabili	Rinnovabili	Totale	Non rinnovabili	Rinnovabili	Totale
MATERIE PRIME										
Fiocco poliestere+Ovatta+Resina+Bobini trapuntatura	Kg	534.450		534.450	616.384		616.384	474.699		474.699
Filati+Accessori icucitura	Nr	181.004		181.004	327.668		327.668	475.993		475.993
Tessuti Grezzi	Mt		1.330.076	1.330.076	519.589		519.589	544.891		544.891
Tessuti Stampati	Mt	601.943	466.140	1.068.083	960.126	481.763	1.441.889	781.048	617.168	1.398.216
PRODOTTI FINITI										
Biancheria da letto, da bagno, da sala, da cucina, accessori tavola, profumi per ambiente	Nr	59.286	2.653.977	2.713.263	59.551	3.583.194	3.642.745	21.699	2.183.238	2.204.937
MATERIALI PER IMBALLAGGI										
Accessori (buste, scatole, cartoni, foto)	Nr	567.691	6.095.208	6.662.899	581.316	4.915.606	5.496.922	672.228	4.308.104	4.980.332

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

Le dinamiche degli acquisti nel triennio sono state fortemente influenzate dall'andamento dei diversi canali negli anni considerati. Nel 2021 il mix produttivo è cambiato e la contrazione registrata nel canale loyalty è stata compensata dalle vendite Retail sia negozi propri che negozi terzi sia dirette che indirette, con conseguenti implicazioni organizzative e produttive. Nel 2022 la flessione registrata nel canale Reail negozi di terzi e Web diretto è stata compensata parzialmente dall'incremento del canale loyalty e negozi propri.

Materiali provenienti da riciclo

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

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

Nel 2022 Caleffi ha ottenuto la certificazione OCS (**Organic Content Standard**), grazie alla quale ha potuto realizzare Completi lenzuola con il 5% di fibre naturali certificate biologiche. Questi articoli sono stati destinati alla distribuzione retail.

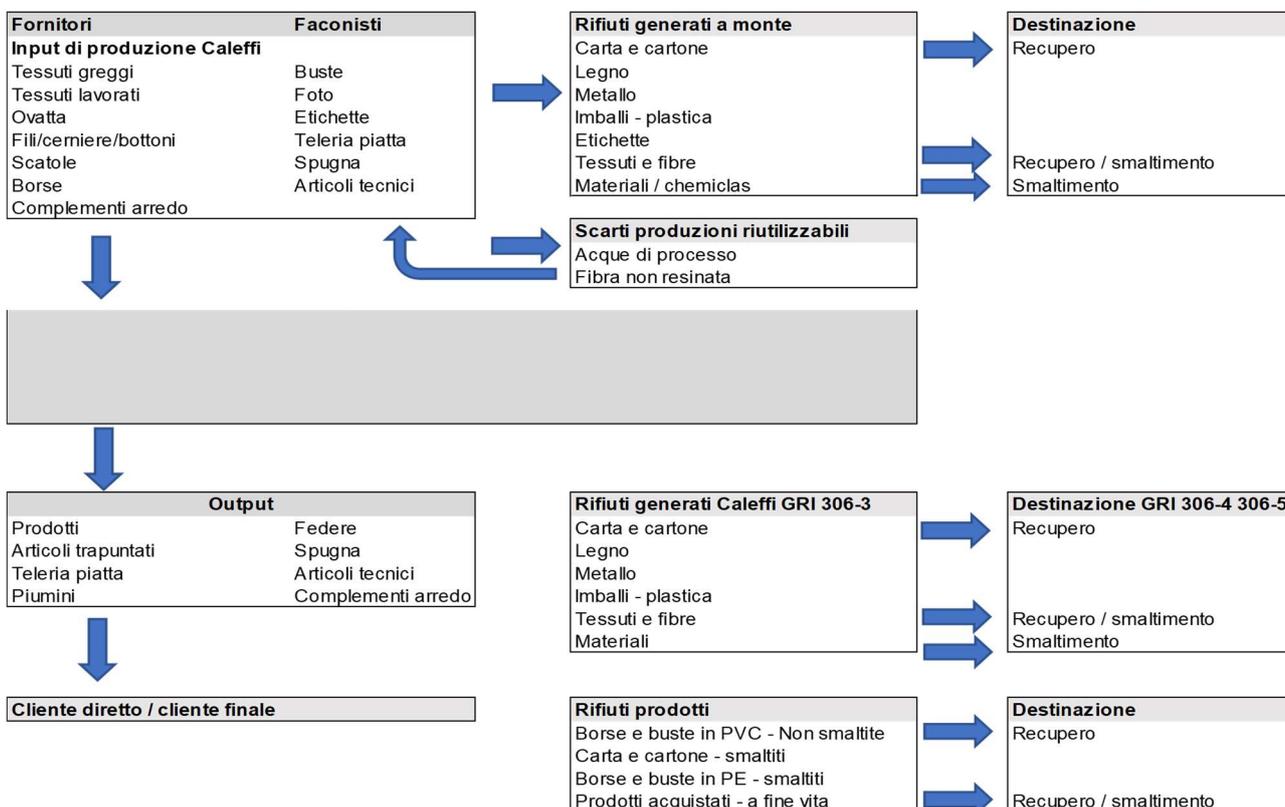
Produzione e gestione dei rifiuti



La gestione dei rifiuti

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

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



I rifiuti prodotti

I rifiuti generati direttamente da Caleffi attraverso i processi produttivi interni riguardano prevalentemente imballaggi plastica, legno e carta / cartone) e fibre tessili. La percentuale destinata a recupero dei rifiuti prodotti ha raggiunto nel 2022 il 96%. Nel triennio non vi sono stati rifiuti pericolosi. L'aumento della quantità di rifiuti prodotta nel 2022 è correlata all'aumento dei volumi di produzione e acquisto.

Rifiuti per categoria (t)	2020			2021			2022		
	Recupero	Smaltimento	Totale	Recupero	Smaltimento	Totale	Recupero	Smaltimento	Totale
Rifiuti pericolosi	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rifiuti non pericolosi									
Imballaggi in plastica	17,20	-	17,20	23,44	-	23,44	19,42	-	19,42
Imballaggi in legno	6,48	-	6,48	21,44	-	21,44	8,72	-	8,72
Imballaggi misti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ferro e acciaio	-	-	-	3,00	-	3,00	7,00	-	7,00
Imballaggi in carta e cartone	99,33	-	99,33	134,28	-	134,28	100,22	-	100,22
Rifiuti da fibre tessile lavorate	22,95	-	22,95	32,56	-	32,56	83,07	-	83,07
Fanghi delle fosse settiche (SMALTITO)	-	10,48	10,48	-	-	-	-	-	-
Rifiuti liquidi acquosi contenenti adesivi e sigillanti	-	16,26	16,26	-	12,00	12,00	-	8,80	8,80
Rifiuti urbani non differenziati	-	-	-	-	-	-	9,57	-	9,57
Totale	145,78	26,74	172,52	214,72	12,00	226,72	228,00	8,80	236,80
Rifiuti a recupero %			85%			94%			96%

Rifiuti / Recupero (t)	2020			2021			2022		
	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rifiuti non pericolosi									
Riciclo									
Imballaggi in plastica	-	17,20	17,20	-	23,44	23,44	-	19,42	19,42
Imballaggi in legno	-	6,48	6,48	-	21,44	21,44	-	8,72	8,72
Imballaggi misti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ferro e acciaio	-	-	-	-	3,00	3,00	-	7,00	7,00
Imballaggi in carta e cartone	-	99,33	99,33	-	134,28	134,28	-	100,22	100,22
Rifiuti da fibre tessile lavorate	-	22,95	22,95	-	32,56	32,56	-	83,07	83,07
Rifiuti urbani non differenziati	-	-	-	-	-	-	-	9,57	9,57
Totale	-	145,78	145,78	-	214,72	214,72	-	228,00	228,00

Rifiuti - Smaltimento (t)	2019			2020			2021		
	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale	In loco	Sito esterno	Totale
Rifiuti non pericolosi	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rifiuti pericolosi									
Fanghi delle fosse settiche	-	10,48	10,48	-	-	-	-	-	-
Rifiuti liquidi acquosi contenenti adesivi e sigillanti	-	16,26	16,26	-	12,00	12,00	-	8,80	8,80
Totale	-	26,74	26,74	-	12,00	12,00	-	8,80	8,80

Energia, emissioni e cambiamenti climatici

GRI

L'Unione Europea e le raccomandazioni della TCFD

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

Il sistema di rendicontazione di Caleffi

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

Consumi di energia diretti e indiretti (GJ,)	2020	2021	2022
Consumi da fonti non rinnovabili			
Consumi diretti			
Carburante (Diesel)	1.342	1.628	1.417
Gas naturale	5.373	6.706	4.945
Totale consumi di combustibile	6.715	8.334	6.362
Consumi indiretti			
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	1.525	1.758	-
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	354	481	1.814
Totale energia elettrica acquistata	1.879	2.239	1.814

Energia elettrica prodotta da impianto fotovoltaico	3.334	3.487	3.161
Meno: energia ceduta in rete	(1.817)	(1.696)	(1.622)
Totale energia elettrica consumata da impianto fotovoltaico	1.517	1.790	1.538
Totale consumi energetici indiretti	3.396	4.029	3.352
Consumi energetici totali	10.111	12.363	9.714
Di cui da fonti rinnovabili	1.871	2.271	3.352
Incidenza % energia da fonti rinnovabili	18,50%	18,37%	34,51%

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

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

- Energia elettrica: diminuzione dei consumi nel 2022 dovuta all'aver sostituito quasi completamente l'impianto di illuminazione tradizionale con sistema a led.
- Carburante auto aziendali: nel 2022 i viaggi di lavoro sono diminuiti rispetto al 2021;
- Metano: il consumo di gas metano è diminuito a seguito di una diversa gestione dell'impianto legato sia a fattori climatici, le temperature sono state miti fino a novembre inoltrato e a un utilizzo contingentato dell'impianto riscaldamento.

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

Progetti attuati per la riduzione dei consumi di energia

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

Nel 2021 il Gruppo Caleffi ha deciso di sostituire l'intero sistema di illuminazione tradizionale con illuminazione a led. Nel 2022 Mirabello Carrara ha raggiunto l'obiettivo e tutto il suo sistema di illuminazione è a led, Caleffi nel 2022 ha raggiunto il 78% e il progetto si concluderà nel corso del 2023.

Intensità dei consumi di energia

Intensità energetica	Unità	2020	2021	2022
Consumi energia	GJ	10.111	12.363	9.714
Ore lavorate	h	209.964	235.752	227.115
Indice intensità		48,16	52,44	42,77

Il trend degli indici riflette i consumi energetici del periodo, in particolare della diminuzione dei consumi energetici nel 2022 a seguito della sostituzione del sistema di illuminazione tradizionale con illuminazione a LED.

Emissioni

Emissioni dirette e indirette: GHG Scope 1 - Scope 2

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

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

Nel mese di novembre 2021 è stato sottoscritto un contratto per la fornitura di energia elettrica proveniente da esclusivamente da fonti rinnovabili con garanzia d'origine e a partire dal 1 gennaio 2022 il Gruppo Caleffi ha utilizzato esclusivamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

Emissioni GHG Scope 1 tCO ₂ e	2020	2021	2022
Carburante (Diesel)	100,4	121,8	106,0
Gas metano	301,8	376,7	277,8
Totale	402,2	498,5	383,8
Emissioni GHG Scope 2 (Location based) tCO ₂ e	2020	2021	2022
Energia elettrica acquistata (Scope 2)	128,2	152,8	123,8
Emissioni GHG Scope 2 (Market based) tCO ₂ e	2020	2021	2022
Energia elettrica acquistata (Scope 2)	193,3	223,0	-
Totale emissioni GHG Scope 1 / Scope 2 (Location Based)	530,4	651,3	507,6
Totale emissioni GHG Scope 1 / Scope 2 (Market Based)	595,5	721,5	383,8

Fonti

Per il calcolo delle emissioni di gas ad effetto serra 2022 sono stati utilizzati i fattori di conversione e di emissione pubblicati da Terna S.p.A. nel 2020 e dal Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA) nel 2022.

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

Intensità emissioni	Unità	2020	2021	2022
Totale GHG emissioni Scope 1 + Scope 2 (Location Based)	t CO ₂ e	530,4	651,3	507,6
Totale GHG emissioni Scope 1 + Scope 2 (Market Based)	t CO ₂ e	595,5	721,5	383,8
Ore lavorate	h	209.964	235.752	227.115
Indice intensità (Location Based)		2,52	2,76	2,23
Indice intensità (Market Based)		2,84	3,06	1,69

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.

La risorsa idrica



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 (Megalitri)	2020	2021	2022
Risorse idriche di terze parti (acquedotto)			
Acqua dolce ($\leq 1,000$ mg/L Totale Solidi Disciolti)	0,7	0,8	0,7
Altre tipologie di acqua ($> 1,000$ mg/L Totale Solidi Disciolti)	-	-	-
Totale in Megalitri	0,7	0,8	0,7

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

GRI Index

Statement of use	Gruppo Caleffi ha redatto la presente informativa non finanziaria in accordance con i GRI Standards per il periodo 1 gennaio 2022 - 31 dicembre 2022.
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
GRI Sector Standard(s) applicabile	N/A

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD		RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	PAG.	NOTE APPLICAZIONE STANDARD / OMISSIONI	
General disclosures					
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Dettagli organizzativi	1. Identità e strategia/Caleffi	7	
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota Metodologica	5	
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica	5	
	2-4	Revisione delle informazioni	Nota Metodologica	5	
	2-5	Assurance esterna	Nota Metodologica	5	Il presente Bilancio di Sostenibilità non è stato oggetto di revisione da parte di un ente terzo
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1. Identità e strategia/Mercati e strategia	9	
	2-7	Dipendenti	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
	2-8	Lavoratori non dipendenti	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
	2-9	Struttura e composizione della governance	2. Governance/Il governo di impresa	20	
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	2. Governance/Il governo di impresa	20	
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	2. Governance/Il governo di impresa	20	
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	2. Governance/Il governo di impresa	20	
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	2. Governance/Il governo di impresa	20	

2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Nota Metodologica	5	
2-15	Conflitti di interessi	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
2-16	Comunicazione delle criticità	2. Governance/Il governo di impresa	20	Non sono state comunicate preoccupazioni critiche al più alto organo di governo in quanto non sono state riscontrate nel periodo di rendicontazione
2-17	Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	2. Governance/Il governo di impresa	20	
2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo			Per il presente anno di rendicontazione l'informazione risulta non disponibile per vincolo di riservatezza. Per i futuri esercizi, l'organizzazione provvederà a darne maggiore disclosure
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	6. Capitale umano/Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale	56	
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	6. Capitale umano/Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale	56	
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	6. Capitale umano/Le politiche di gestione, valorizzazione e sviluppo del personale	56	
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli Stakeholder	3	
2-23	Impegno in termini di policy	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
2-25	Processi volti a rimediare agli impatti negativi	1. Identità e strategia/I temi materiali	15	Rientra nel management approach dei temi materiali
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
2-27	Conformità e leggi e regolamenti	2. Governance/Il rispetto delle norme - la compliance	36	
2-28	Appartenenza ad associazioni	4. Capitale relazionale/Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico	52	

	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1. Identità e strategia/Analisi di materialità	14	
	2-30	Contratti collettivi	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
Temi materiali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	1. Identità e strategia/Analisi di materialità	14	
	3-2	Elenco di temi materiali	1. Identità e strategia/I temi materiali	15	
ETICA E INTEGRITA' NELLA CONDOTTA DEL BUSINESS					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	2. Governance	20	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	2. Governance/Il rispetto delle norme - la compliance	36	
GRI 207: Imposte 2019	207-1	Approccio alla fiscalità	5. Capitale economico-finanziario/Gli investimenti e progetti	54	
GOVERNANCE TRASPARENTE E GESTIONE DEI RISCHI DI SOSTENIBILITA'					
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	2. Governance/La gestione responsabile del business	26	
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	2. Governance/Il rispetto delle norme - la compliance	36	
GRI 207: Imposte 2019	207-1	Approccio alla fiscalità	5. Capitale economico-finanziario/Gli investimenti e progetti	54	
TUTELA DEL BRAND E REPUTAZIONE					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3. Capitale infrastrutturale	39	

CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DELLA RICCHEZZA GENERATA					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5. Capitale economico-finanziario	54	
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	5. Capitale economico-finanziario/Il valore economico generato e distribuito	54	
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	5. Capitale economico-finanziario/Gli investimenti e progetti	54	
APPROCCIO FISCALE TRASPARENTE					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5. Capitale economico-finanziario	54	
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	5. Capitale economico-finanziario/Il valore economico generato e distribuito	54	
GRI 207: Imposte 2019	207-1	Approccio alla fiscalità	5. Capitale economico-finanziario/Gli investimenti e progetti	54	
QUALITÀ, SICUREZZA E AFFIDABILITÀ DEI PRODOTTI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale relazionale	44	
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	4. Capitale relazionale/Qualità e sicurezza dei prodotti	46	
	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	4. Capitale relazionale/Qualità e sicurezza dei prodotti	46	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3. Capitale infrastrutturale	39	
SICUREZZA DEI DATI E TUTELA DELLA PRIVACY					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	2. Governance	20	
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	2. Governance/Il rispetto delle norme - la compliance	36	
LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7. Capitale ambientale	68	
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	7. Capitale ambientale/Energia, emissioni e cambiamenti climatici	72	
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	7. Capitale ambientale/Energia, emissioni e cambiamenti climatici	72	

	305-4	Intensità delle emissioni di GHG	7. Capitale ambientale/Energia, emissioni e cambiamenti climatici	72	
EFFICIENZA ENERGETICA					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7. Capitale ambientale	68	
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7. Capitale ambientale/Energia, emissioni e cambiamenti climatici	72	
	302-3	Intensità energetica	7. Capitale ambientale/Energia, emissioni e cambiamenti climatici	72	
MATERIE PRIME E MATERIALI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7. Capitale ambientale	68	
GRI 301: Materiali 2016	301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	7. Capitale ambientale/I materiali delle collezioni	69	
	301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	7. Capitale ambientale/I materiali delle collezioni	69	
RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E TUTELA DEI LAVORATORI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6. Capitale umano	56	
GRI 401: Occupazione 2016	401-1	Assunzioni e turnover	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6. Capitale umano	56	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	

	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
	403-9	Infortuni sul lavoro	6. Capitale umano/Salute e sicurezza sul lavoro	63	
DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA'					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6. Capitale umano	56	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
	405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
WELFARE AZIENDALE E CONCILIAZIONE VITA-LAVORO					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6. Capitale umano	56	
GRI 401: Occupazione 2016	401-2	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
	401-3	Congedo parentale	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
FORMAZIONE E ISTRUZIONE					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6. Capitale umano	56	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	6. Capitale umano/La formazione	62	
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	6. Capitale umano/La formazione	62	
	404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle prestazioni e dello sviluppo di carriera	6. Capitale umano/La formazione	62	
TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI SUI PRODOTTI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale relazionale	44	

GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3. Capitale infrastrutturale	39	
	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3. Capitale infrastrutturale	39	
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	3. Capitale infrastrutturale	39	
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale relazionale	44	
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	4. Capitale relazionale/I Fornitori - responsabilità e sostenibilità della filiera	48	
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	4. Capitale relazionale/I Fornitori - responsabilità e sostenibilità della filiera	48	
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali	4. Capitale relazionale/I Fornitori - responsabilità e sostenibilità della filiera	48	
ALTRI INDICATORI RENDICONTATI					
PRESENZA SUL MERCATO					
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-1	Rapporti tra il salario standard di un neoassunto per genere e il salario minimo locale	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
	202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	6. Capitale umano/I Dipendenti	60	
ACQUA E SCARICHI IDRICI					
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	7. Capitale ambientale/La risorsa idrica	74	
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	7. Capitale ambientale/La risorsa idrica	74	
	303-3	Prelievo idrico	7. Capitale ambientale/La risorsa idrica	74	
RIFIUTI					
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	7. Capitale ambientale/Produzione e gestione dei rifiuti	70	
	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	7. Capitale ambientale/Produzione e gestione dei rifiuti	70	

	306-3	Rifiuti prodotti	7. Capitale ambientale/Produzione e gestione dei rifiuti	70	
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	7. Capitale ambientale/Produzione e gestione dei rifiuti	70	
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	7. Capitale ambientale/Produzione e gestione dei rifiuti	70	
COMUNITA' LOCALI					
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	4. Capitale relazionale/Territorio e comunità locale: sviluppo sociale ed economico	52	