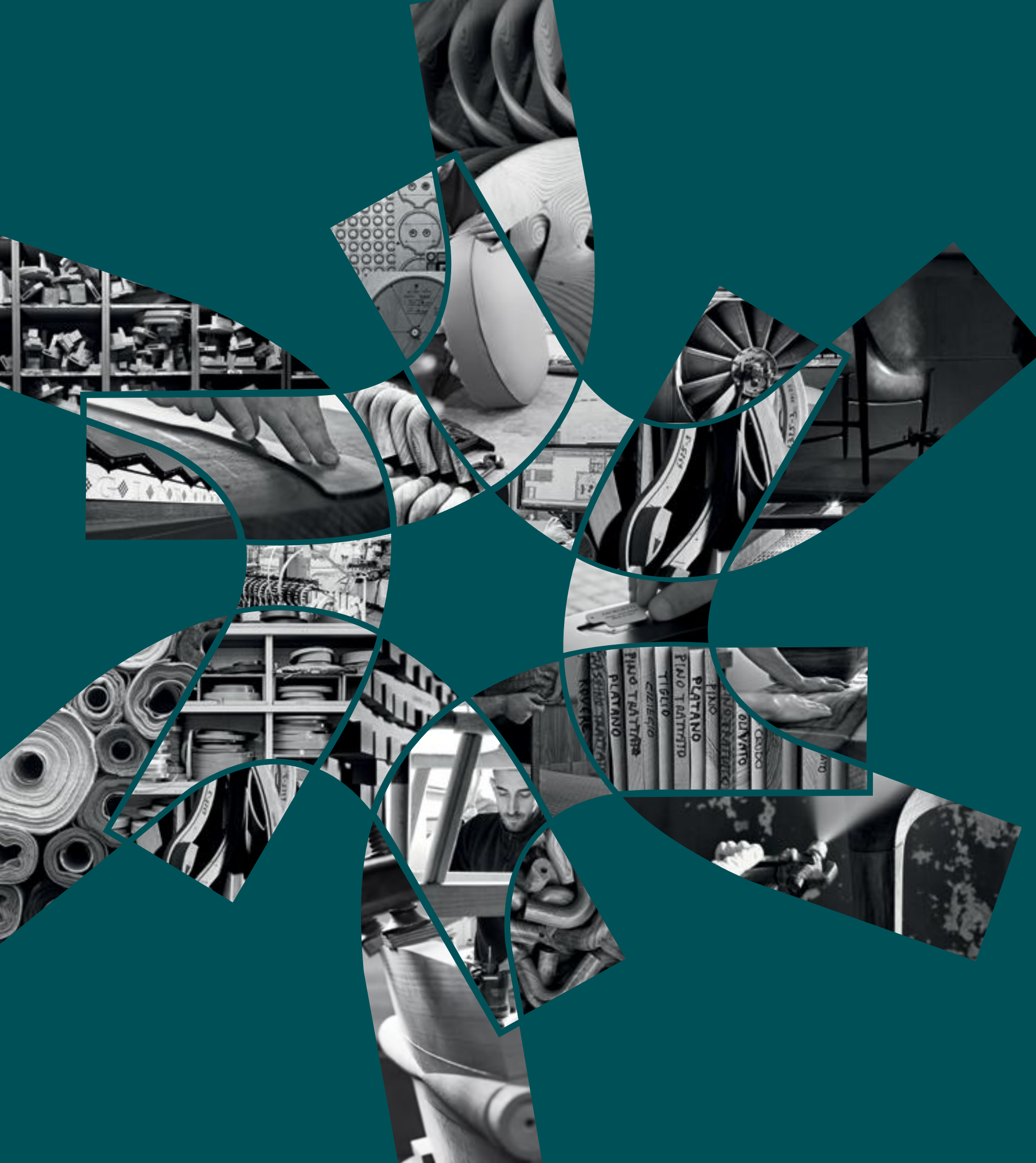




GIORGETTI | BATTAGLIA

BILANCIO SOSTENIBILITÀ 2019

I INDEX

Lettera agli Stakeholder	<u>1</u>
Gli Highlights del Gruppo	<u>3</u>
Nota metodologica	<u>5</u>
Il Gruppo Giorgetti	<u>7</u>
Iniziative e riconoscimenti	<u>9</u>
La nostra storia	<u>11</u>
Il percorso di sostenibilità	<u>19</u>
Identificazione degli Stakeholder	<u>21</u>
Analisi di Materialità	<u>23</u>
Piano di Sostenibilità	<u>25</u>
Responsabilità Economica e di Governance	<u>31</u>
Performance economica e presenza sul Mercato	<u>33</u>
Valore generato e distribuito agli Stakeholder	<u>34</u>
Etica e integrità di business	<u>36</u>
Catena di fornitura	<u>37</u>
Governance di Sostenibilità	<u>38</u>
Responsabilità verso le Persone	<u>41</u>
Diversità e pari opportunità	<u>44</u>
Welfare, benessere e work-life balance	<u>49</u>
Sviluppo e tutela del capitale umano	<u>51</u>
Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro	<u>53</u>
Responsabilità Ambientale	<u>57</u>
Gestione degli impatti ambientali	<u>60</u>
Utilizzo sostenibile delle risorse	<u>63</u>
Responsabilità di Prodotto	<u>71</u>
Qualità e innovazione dei prodotti	<u>74</u>
Relazione e soddisfazione dei clienti	<u>75</u>
Allegati	<u>79</u>
Le Nostre Performance di Sostenibilità – Risorse Umane	<u>81</u>
Le Nostre Performance di Sostenibilità – Ambiente	<u>87</u>
GRI Content Index	<u>91</u>

L

ETTERA AGLI STAKEHOLDER

Guidare il Gruppo Giorgetti, con i suoi 122 anni di storia è prima di tutto un tema di **responsabilità**: la responsabilità di preservare un ecosistema territoriale nel quale le risorse interne dell'Azienda, fatte di uomini, di tecniche produttive, di materiali e di conoscenze assurgono a deposito di conoscenza incorporata nei processi produttivi e nelle icone di prodotto, il futuro quotidiano di un territorio e una comunità al lavoro per la costruzione del valore; anni di storie, di luoghi e di strade, di oggetti e progetti. Perché il **territorio** ha un ruolo fondamentale nella nostra Azienda, caso raro di longevità e di capacità di rinnovamento.

Una responsabilità che oggi si trasferisce al nostro Gruppo inteso nel suo insieme e che ha reso estremamente logico e naturale, nel corso del **2019**, maturare l'importante scelta di dare visibilità al nostro percorso in ambito di sostenibilità, redigendo e pubblicando il nostro **primo Bilancio di Sostenibilità** e individuando delle linee di indirizzo strategiche per contribuire al raggiungimento dei **Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite**. Tale decisione è frutto del desiderio di dare ulteriore profondità e strutturazione ad un comportamento virtuoso nei confronti del rispetto dell'“Ambiente” (inteso nella sua accezione più ampia) che il Gruppo da molti anni sta già implementando; un desiderio frutto anche di una presa di coscienza della vitale importanza della trasparenza, anche nell'ambito della propria performance ESG, nei confronti dei propri Stakeholder. In tal senso, il Bilancio di Sostenibilità rappresenta per il Gruppo uno strumento indispensabile, per avvicinarsi e rafforzare il **dialogo con i propri Stakeholder** facendo luce sulle proprie performance ambientali, sociali ed economiche ma anche per individuare e sviluppare azioni volte alla riduzione e mitigazione dei propri impatti, qualora negativi, e per rafforzare quelle pratiche che generano impatti positivi, contribuendo così ad uno sviluppo sostenibile, equo ed inclusivo.

In particolare, il nostro Gruppo, anche per la sua storicità che ne fa un punto di riferimento territoriale indiscusso, ricopre un ruolo di rilievo all'interno della comunità in cui opera, con particolare riferimento al **territorio di Meda**, considerato il cuore dell'arredamento e del design italiano, dove ha costruito un rapporto di reciproco scambio con la propria comunità, contribuendo allo sviluppo socio-economico del territorio e ricevendo, in cambio, competenze, know-how e materiali/lavorazioni di alta qualità dalla comunità locale. Questo rapporto lungo rappresenta una fonte di vantaggio competitivo ed un elemento di unicità per il Gruppo Giorgetti, che è così supportato nell'ideazione e nell'offerta di prodotti di alta qualità, innovativi ed apprezzati a livello internazionale e, conseguentemente, nella creazione di valore condiviso di lungo periodo.

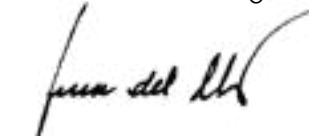
Siamo inoltre consapevoli dell'importanza della relazione con il nostro **capitale umano**, asset strategico per la continuità operativa e la crescita del Gruppo, che rappresenta tradizione artigianale, cura dei dettagli ma anche innovazione ed eccellenza. Ciascun dipendente è custode del know-how e delle competenze artigianali ed ebanistiche che caratterizzano da sempre la nostra produzione ed il nostro Brand, rendendolo unico. Per tale ragione, il Gruppo investe le proprie risorse nell'attrazione di nuovi talenti, nello sviluppo professionale e personale dei propri dipendenti e nella creazione di un ambiente di lavoro sicuro, meritocratico, stimolante e rispettoso delle diversità, che garantisca a ciascun dipendente pari opportunità e possibilità di crescita professionale.

Il Gruppo Giorgetti riconosce infine il ruolo centrale dei propri **clienti**, con cui si impegna a costruire un rapporto lungo e di fiducia fondato sulla promessa, mai dimenticata e molto spesso mantenuta, di offrire un'esperienza unica d'acquisto attraverso i propri prodotti di eccellenza ed innovativi e un servizio di Customer Care efficiente, tempestivo e Customer-Centered. Per questo motivo, il Gruppo si impegna costantemente ad ascoltare e comprendere le aspettative della propria clientela, rispondendo proattivamente alle loro esigenze ed ai loro bisogni.

Consapevole della crescente domanda di prodotti sostenibili e rispettosi dell'ambiente, il nostro impegno è quello di creare **prodotti che durino nel tempo** incorporando le memorie di chi li utilizza per diventare eredità per le successive generazioni sempre tenendo in considerazione il loro impatto, durante il loro intero ciclo di vita, sull'ambiente e sulla società nel suo complesso.

Oggi, consci e profondamente rispettosi di questa responsabilità, siamo chiamati a mantenere la coerenza e il nutrimento alle nostre radici originarie con una missione che supera l'oggetto per allargarsi all'ambiente, alla capacità di pensare e disegnare lo spazio. Così si rigenera lo stile, e si rinnova quel desiderio di creazione del bello che dalle mani della comunità partita da Via Manzoni si apre da oltre 120 anni ai cittadini del mondo e soprattutto al gusto ed ai desideri del proprio tempo.

L'Amministratore Delegato



Giovanni del Vecchio

gli HIGHLIGHTS DEL GRUPPO

PERFORMANCE ECONOMICA



Oltre 29.000 prodotti generati

60.581 migliaia di Euro di ricavi generali

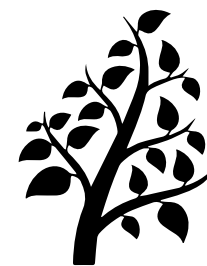
RISORSE UMANE



1.428 ore totali di formazione, per una media di circa 6,5 ore per dipendente

33,3% nuovi assunti <30 anni

AMBIENTE



96,6% rifiuti non pericolosi prodotti

98,9% rifiuti destinati a riciclo

9,6% di energia elettrica proveniente da fonte rinnovabile

130 tonnellate di legno vergine recuperate

COMUNITA'



96,7% della spesa del Gruppo verso fornitori locali

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Nota metodologica

Il presente documento, che rappresenta il primo Bilancio di Sostenibilità della società Giorgetti S.p.A. e delle sue controllate (di seguito il "Gruppo Giorgetti" o il "Gruppo") con riferimento all'esercizio 2019 (dal 1 gennaio al 31 dicembre), relaziona in merito alle tematiche ritenute rilevanti, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto sociale e ambientale dalla stessa prodotto.

Al fine di rendicontare e comunicare in modo trasparente e comparabile le performance di sostenibilità del Gruppo, il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in conformità agli standard di rendicontazione "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" (di seguito "GRI Standards") emanati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance - core". Per quanto riguarda gli Standard specifici GRI 403 (Salute e sicurezza sul lavoro) è stata adottata la più recente versione dei GRI Standard del 2018.

La definizione delle tematiche materiali per il Gruppo e per i propri Stakeholder è avvenuta a seguito di un processo di analisi di materialità, in linea con i GRI Standards e con le best practice di settore, come descritto all'interno del capitolo "Il percorso di sostenibilità di Giorgetti".

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni economico-finanziarie corrisponde a quello del bilancio consolidato al 31 dicembre 2019 del Gruppo Giorgetti.

Il perimetro dei dati e delle informazioni relative agli aspetti sociali include tutte le società consolidate con il metodo integrale dalla capogruppo Giorgetti S.p.A.¹. Per quanto riguarda le informazioni qualitative e i dati quantitativi relativi agli aspetti ambientali e di salute e sicurezza, sono incluse nel perimetro le sole società del Gruppo che gestiscono siti produttivi, in particolare Giorgetti S.p.A. e Battaglia S.r.l.²; sono invece escluse le società estere con sedi commerciali, in quanto considerate non rilevanti al fine di assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo e dell'impatto prodotto dallo stesso.

I dati relativi all'esercizio precedente sono riportati a fini comparativi con lo scopo di facilitare la valutazione sull'andamento dell'attività del Gruppo.

A questo proposito, si segnala che Battaglia S.r.l., storica azienda italiana specializzata nella realizzazione di progetti di interior design destinati al residenziale, all'hôtellerie, al retail e al settore nautico, si è costituita in data 7 giugno 2018 e pertanto gli effetti economici, sociali e ambientali sull'anno comparativo 2018 si riferiscono ad un periodo di sette mesi di attività della società. Per garantire l'attendibilità dei dati, è infine stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Nel corso del 2019, si segnalano le seguenti variazioni di perimetro avvenute con riferimento all'anno precedente:

- La costituzione, in data 23 maggio 2019, della società Giorgetti U.K. Ltd. con sede a Londra, il cui capitale è detenuto dalla Giorgetti S.p.A. per il 51%. Essa gestisce uno show-room monomarca a Londra, la cui apertura è avvenuta nella seconda metà del 2020;

- La costituzione, nell'ottobre 2019, della società Giorgetti Middle East FZ-LLC con sede a Dubai, il cui capitale è detenuto dalla Giorgetti S.p.A. per il 75%. Essa ha lo scopo di rafforzare il presidio del mercato Medio Orientale e di massimizzare la presenza della società nei diversi canali distributivi;

- La liquidazione volontaria della controllata Giorgetti Benelux B.V. con sede in Olanda, come deliberato dall'Assemblea degli azionisti in data 16 aprile 2019.

La periodicità di questa pubblicazione è impostata secondo una frequenza annuale.

Per informazioni relativamente al Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Giorgetti è possibile contattare: sustainability@giorgetti.eu.

¹ Per l'elenco delle società consolidate con il metodo integrale si rimanda alla Relazione degli Amministratori e Bilancio Consolidato del Gruppo al 31.12.2019.

² In particolare, Giorgetti S.p.A. gestisce due siti produttivi (Meda e Lentate sul Seveso), mentre Battaglia S.r.l. gestisce un sito produttivo (Misinto), per un totale di tre stabilimenti di Gruppo.

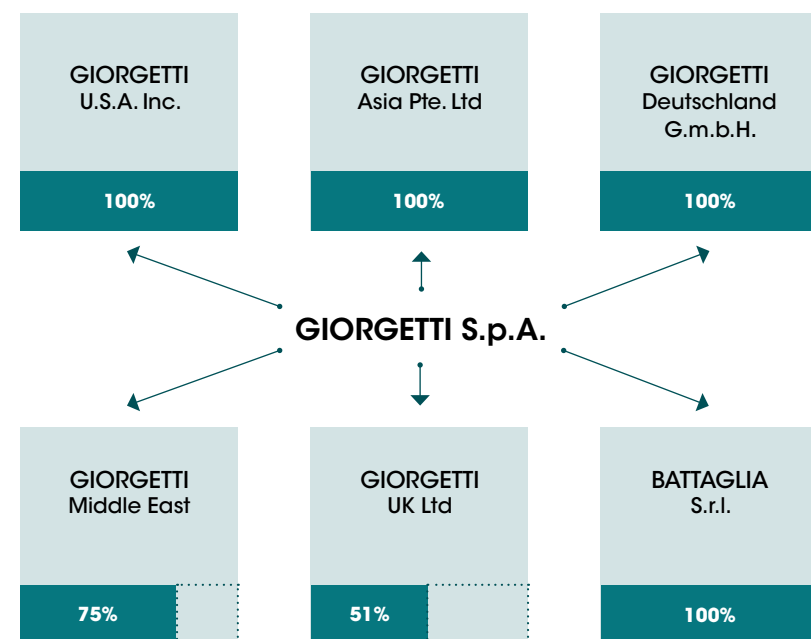
il GRUPPO GIORGETTI

Le sedi del Gruppo Giorgetti

Il Gruppo Giorgetti ha una tradizione più che centenaria che inizia a Meda, in Brianza, e che continua a scriversi all'insegna dell'innovazione nel rispetto della propria tradizione, ovvero del patrimonio dell'esperienza ebanistica.

Attivo nella produzione e vendita di arredamento di interni di alto livello, il Gruppo è oggi riconosciuto come uno dei principali players globali nel mercato dell'arredamento di alta gamma e collabora con designer esterni in grado di conferire un carattere di unicità alle collezioni.

Il Gruppo Giorgetti si compone della Capogruppo Giorgetti S.p.A. e delle seguenti società controllate:

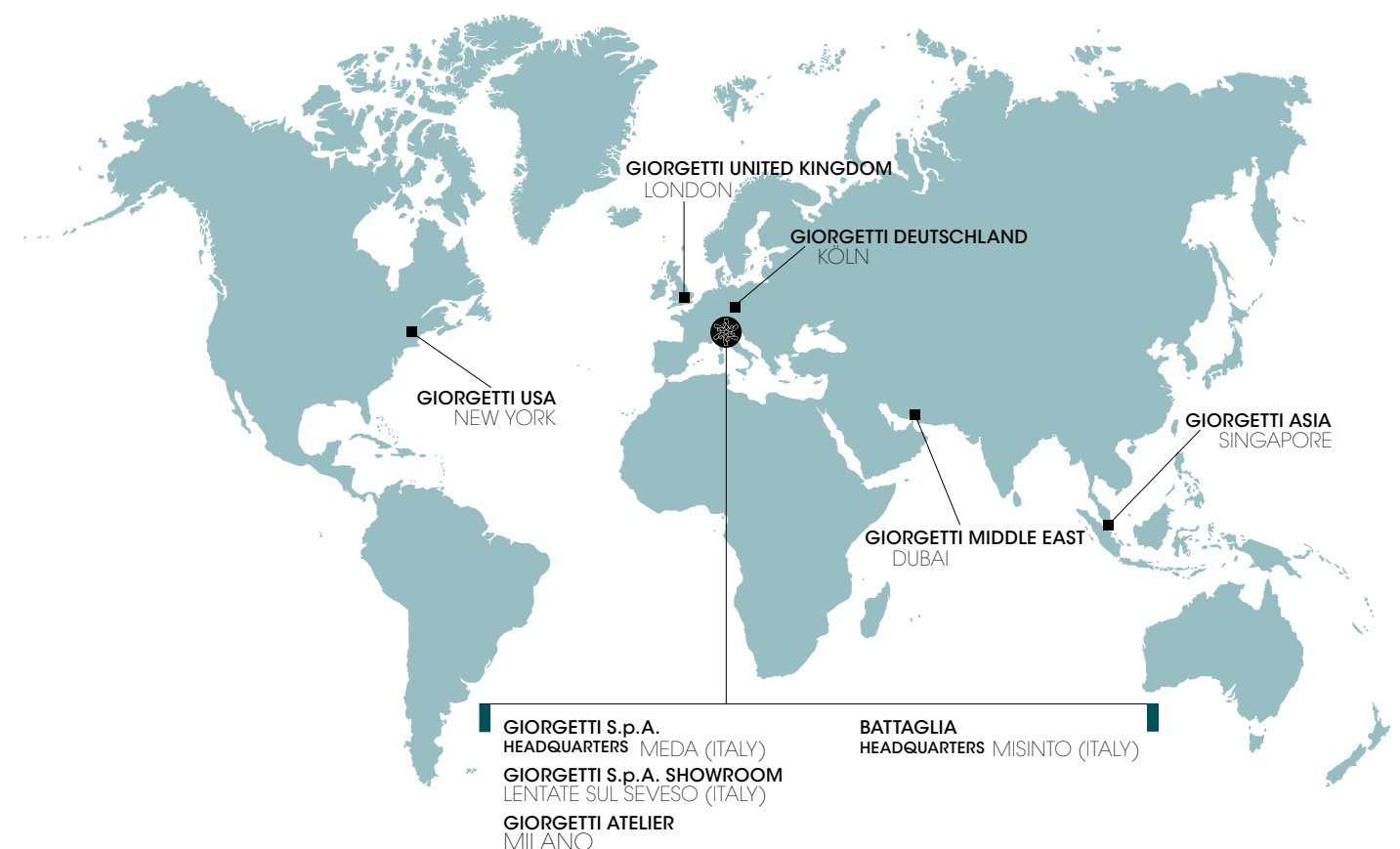


Il business model del Gruppo è integrato verticalmente, in quanto tutte le fasi di produzione vengono svolte direttamente nei due stabilimenti produttivi Giorgetti di Meda e Lentate sul Seveso e nello stabilimento Battaglia di Misinto; solo alcune lavorazioni intermedie, spesso legate all'utilizzo di materiali diversi dal legno o tecniche produttive non core per il Gruppo, vengono esternalizzate a fornitori terzi, di fatto sempre localizzati nel Distretto.

Dall'oggetto al Progetto: grazie alla propria gamma di offerta, il Gruppo Giorgetti vende non solo i propri prodotti, ma progetti architeturali articolati e trasversali in 90 Paesi, tramite 361 punti vendita, di cui oltre il 50% sono shop-in-shop, i 18 negozi monomarca in Europa, Africa, Asia e Stati Uniti e 6 Atelier in alcune delle città più strategiche per il settore dell'arredo. Giorgetti Atelier rappresenta un nuovo approccio alla progettazione d'interni, nato con l'intento di offrire un contesto privato, esclusivo e personalizzato per rispondere alle esigenze, sempre più raffinate, del mercato globale. I Giorgetti Atelier sono luoghi di cultura e di incontro per architetti, buyers, developers e clienti privati da cui poter trarre ispirazione per la progettazione di spazi della propria dimora o uffici.

Tra i clienti si annoverano sia soggetti privati che professionali, per i quali il Gruppo sviluppa anche soluzioni personalizzate e su misura destinate a progetti per abitazioni, uffici, hotel, ristoranti e navi da crociera.

La caratteristica distintiva della distribuzione Giorgetti resta comunque la selettività: una rete distributiva estremamente selezionata fatta di players caratterizzati, a qualsiasi latitudine, dalla grande qualità espositiva e professionale.



il GRUPPO GIORGETTI

Iniziative e riconoscimenti

Moltissime le iniziative, anche culturali, intraprese nella lunga storia del Gruppo Giorgetti. Altrettanto numerosi i premi ed i riconoscimenti che il Gruppo ha ricevuto.

Dalle mostre itineranti (il cui apice è stato raggiunto con le mostre organizzate a corollario delle celebrazioni per il centovesimo anniversario della fondazione del Gruppo) sempre corredate da una pubblicazione specifica, alla partecipazione continuativa al Salone del Mobile fin dalla sua prima edizione, fino ai tanti premi ricevuti (quelli Imprenditore 4.0 o Best Managed Companies 2018 e 2019 spiccano perché non legati ai prodotti ma alla visione imprenditoriale del Gruppo), giova solo segnalare come in qualunque iniziativa nella quale il Gruppo si è impegnato, sia sempre fortissimo il legame con il proprio Territorio ed il desiderio di dare voce e visibilità a storie, racconti, tradizioni che altrimenti rischierebbero di essere progressivamente dimenticate.

In questo si inserisce lo sforzo compiuto nel 2018, in occasione delle celebrazioni per i propri 120 anni di storia.

Object to Project. Giorgetti design since 1898

Nel 2018, per festeggiare questo importante evento e riaffermare il proprio impegno nel portare avanti un progetto che non si limita alla sola realizzazione del prodotto, Giorgetti ha sviluppato una serie di iniziative, mettendo a disposizione il proprio patrimonio costruito in 120 anni di storia, grazie anche ad un forte sentimento di appartenenza al territorio in cui da sempre è inserito. In occasione di questo importante anniversario, il Gruppo Giorgetti ha realizzato e pubblicato il libro *"Object to Project. Giorgetti design since 1898"*, che racconta e celebra 120 anni di dedizione nel mondo del design Made in Italy. Il libro esalta la tradizione e l'innovazione, il legame con il territorio, i principali progetti, le sfide e le trasformazioni future, elementi fondanti per il Gruppo. Nel corso del 2018, il libro è stato protagonista del progetto mostre itineranti volte alla celebrazione dei 120 anni di Giorgetti attraverso la presentazione del libro *"Object to Project. Giorgetti design since 1898"*. La proiezione del film omonimo, non è un video aziendale, ma un vero e proprio cortometraggio che, tramite la ricca narrazione di interviste, immagini evocative e sensazioni, racconta 120 anni di manifattura intelligente nello storico distretto italiano della Brianza, simbolo della capacità Made in Italy di creare cose belle che piacciono al mondo. Le mostre itineranti sono state allestite nei principali showroom e store Giorgetti, fra Asia, Stati Uniti ed Europa. (per ulteriori informazioni, si faccia riferimento alla pagina <https://www.giorgettimedia.com/it/120>).

Infine, il Gruppo Giorgetti riconosce l'importanza della collaborazione e partecipazione ad importanti associazioni che svolgono un ruolo fondamentale di rappresentanza e cooperazione nel settore in cui il Gruppo opera, in particolare:

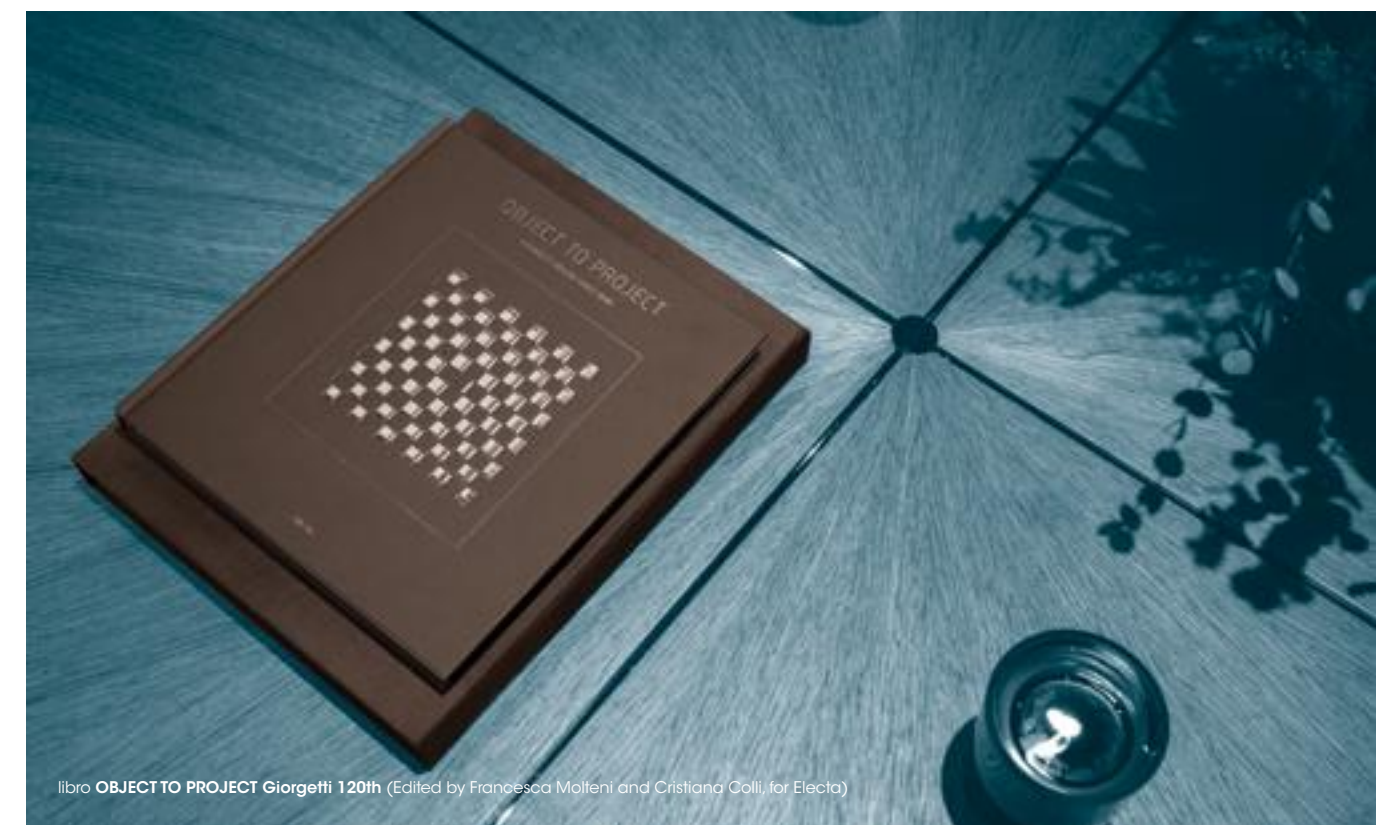
- Confindustria: Confindustria è la principale associazione di rappresentanza delle imprese di dimensioni piccole, medie e grandi manifatturiere e di servizi in Italia, la cui mission è quella

di favorire l'affermazione dell'impresa quale motore della crescita economica, sociale e civile del Paese;

- Fondazione Altagamma: unisce le aziende appartenenti all'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come ambasciatrici dello stile Made in Italy nel mondo e mira a supportare la crescita e la competitività di tali aziende. Il Gruppo Giorgetti è membro della Fondazione Altagamma;

- FederlegnoArredo: Federazione italiana delle industrie del legno, del sughero, del mobile, dell'illuminazione e dell'arredamento tutela, rappresenta e promuove gli interessi della filiera industriale, dalla lavorazione della materia prima legno alla produzione di mobili, arredamento e accessori;

- Milano Durini Design: è un progetto associativo volto al valorizzare le eccellenze di settore, finalizzato alla promozione della cultura del design e del lifestyle.



libro OBJECT TO PROJECT Giorgetti 120th (Edited by Francesca Molleni and Cristiana Colli, for Electa)

La *nostra* storia



PIANTA TOPOGRAFICA DI MEDA.
XIX SECOLO.

Giorgetti S.p.A. è un'azienda dalla tradizione più che centenaria, frutto di una realtà territoriale che si è contraddistinta per laboriosità ed imprenditorialità. Raccontare Giorgetti implica, pertanto, ripercorrere l'evoluzione storica ed economica di Meda, cittadina brianzola situata a circa trenta chilometri a nord di Milano.

Già a cavallo del XX secolo, Meda si afferma come centro del mobile, capace di concorrere con il prodotto francese grazie a manufatti di qualità, tecniche di lavorazione e di finitura del legno sempre più affinate. È in questo contesto storico che Luigi Giorgetti inizia la sua avventura imprenditoriale, fondando una bottega in Piazza Volta con circa 8 operai, per poi costruire - nel 1898 - il primo fabbricato in via Manzoni.

Nei primi anni del '900 si aprono nuovi canali di scambio che aumentano la diffusione dei manufatti locali e portano nella regione nuove idee e modelli da riprodurre, portando nel 1920 al perfezionamento dei sistemi di produzione standardizzati e all'inizio delle esportazioni di semilavorati intagliati nel mercato statunitense.

il GRUPPO GIORGETTI

La nostra storia

1898

Luigi Giorgetti fonda una piccola bottega a Meda, nel cuore della Brianza, con circa 8 operai

Inizia ad esportare nel mercato statunitense semilavorati intagliati, perfezionando sistemi di produzione standardizzati

1920

Avvia la produzione e l'esportazione di prodotti finiti

1960

Lancio della prima collezione moderna: **Gazebo**. Giorgetti avvia un importante processo di industrializzazione e innovazione produttiva

1970

Lancio della collezione **Gallery**, ispirata alla modellistica del primo Novecento, ma con linee moderne. Si consolida la distribuzione nazionale e internazionale

1975

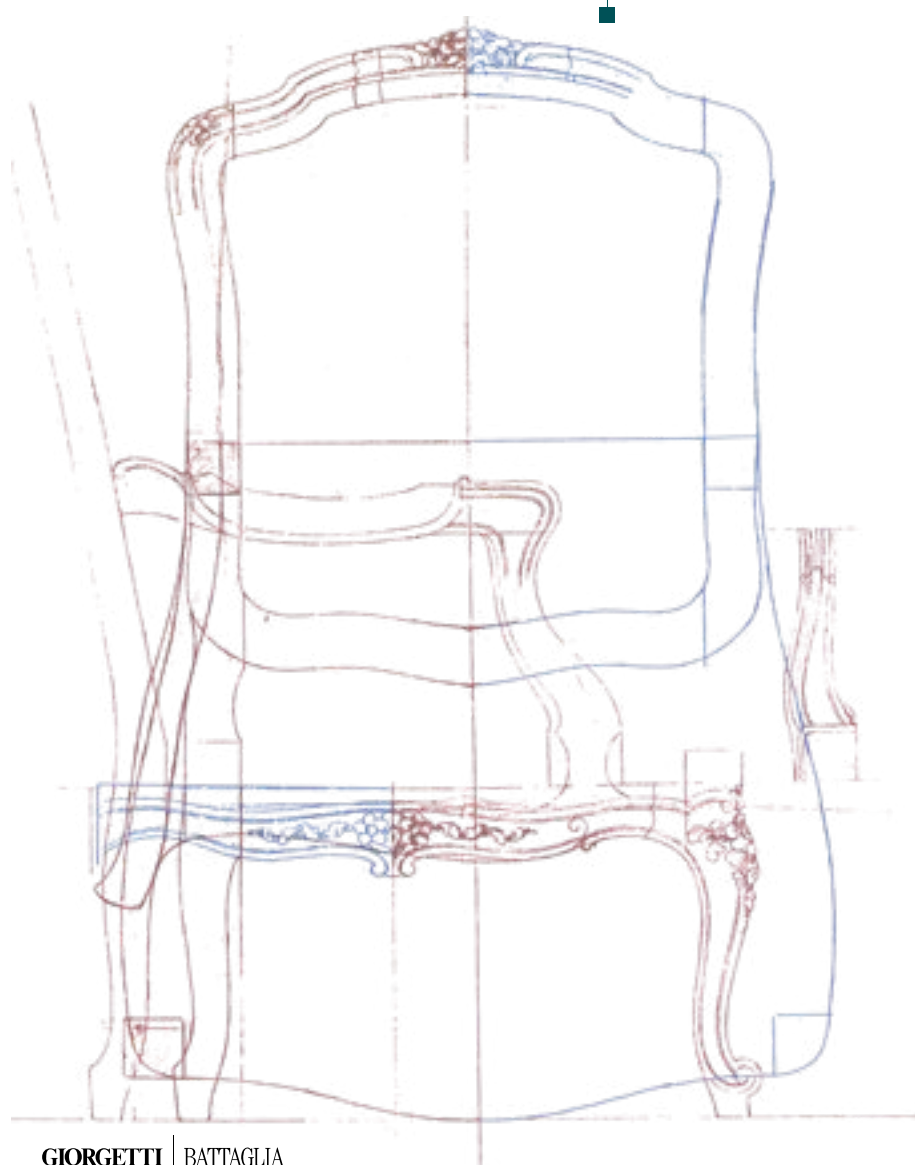
Rafforza la presenza in Europa aprendo due filiali. Primo confronto con il design: nasce il marchio **Matrix**, dalla grafica altamente innovativa

1980

Il Centro Ricerche Giorgetti dà vita alla collezione **Progetti**, l'iconica serie di poltrone e divani con un particolare bracciolo in legno di **Pau ferro**, nato dall'idea di un antico bastone da passeggio

1987

>>>

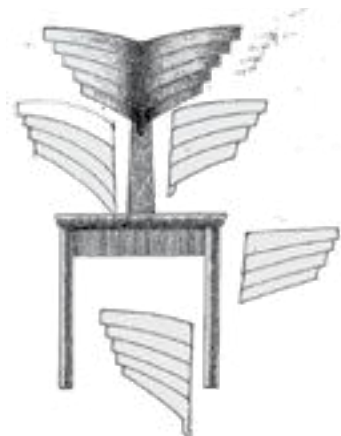


il GRUPPO GIORGETTI

<<<

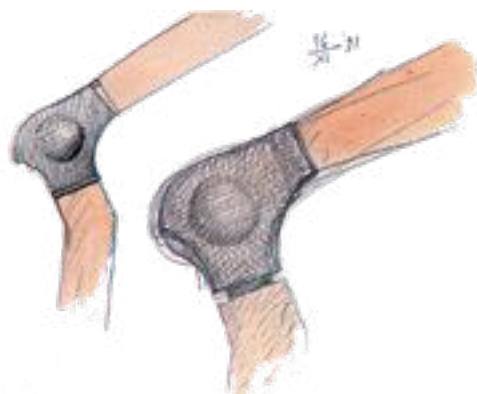
1990

Avviene la vera svolta stilistica. Giorgetti inizia a collaborare con architetti, urbanisti, intellettuali che non avevano mai disegnato mobili



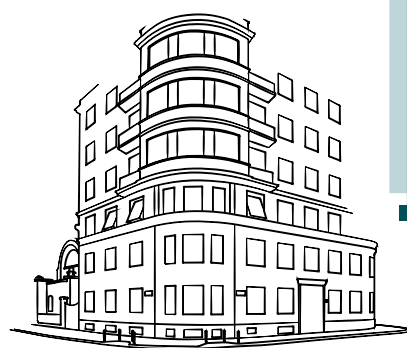
2000

Lo stile unico e immediatamente identificabile di Giorgetti è riconosciuto a livello internazionale. Nascono prodotti adatti a uffici executive, soluzioni esclusive e progetti contract



2011

Lancio del progetto Atelier: il primo a Milano. Altri 6 Atelier sono stati aperti a Anversa, Mumbai, Singapore, Jakarta, Roma, e Guangzhou



2015

Il capitale sociale di Giorgetti è stato acquistato per il 100% dal fondo di Private Equity **Progressio**



2016

Giorgetti presenta al Salone del Mobile, Milano la prima cucina, **GK.01**, e la prima collezione di accessori, **Giorgetti Atmosphere**



2017/01

Giorgetti presenta la prima collezione outdoor **"Open-air"** alla fiera IMM di Colonia







il PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

il

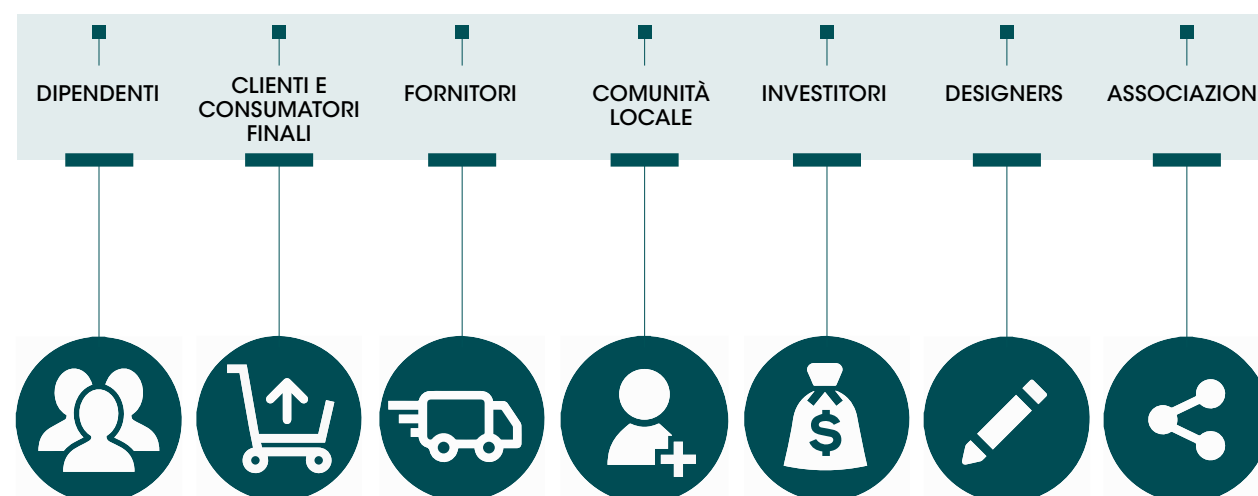
PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

Identificazione degli Stakeholder

Da sempre attenta alle tematiche relative alla sostenibilità ambientale nella sua accezione più ampia (Giorgetti implementa un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 ampio e completo da oltre 3 anni e prima di quella data implementava un Modello Salute e Sicurezza estremamente dettagliato in vigore già dal 2010). A partire dal 2019, il Gruppo ha avviato il suo percorso di sostenibilità pubblicando il primo Bilancio di Sostenibilità, attraverso il quale intende dare informativa delle proprie performance in materia di responsabilità economica, sociale ed ambientale. Questa scelta rappresenta la concretizzazione dell'impegno di Giorgetti in ambito di sostenibilità, ponendola come importante driver di crescita e integrandola nella gestione aziendale. Giorgetti ha inoltre deciso di formalizzare il proprio impegno in ottica prospettica con la definizione di un Piano di Sostenibilità, tramite cui il Gruppo si pone dei target quali-quantitativi di medio periodo da raggiungere nelle diverse aree di maggior impatto.

Il Gruppo Giorgetti, nell'ambito delle attività propedeutiche alla definizione della Matrice di Materialità, ha individuato i seguenti Stakeholder sulla base di un'analisi interna, del contesto e del settore di riferimento, che ha considerato le best practice a livello nazionale ed internazionale e i principali framework di sostenibilità.

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO GIORGETTI



MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO E DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

Stakeholder	Modalità di dialogo e coinvolgimento
Dipendenti	• Comunicazioni interne • Meeting aziendali • Attività formativa e informativa • Condivisione del Codice Etico adottato da Giorgetti
Clienti e consumatori finali	• Sito internet, canali social e pubblicazioni • Newsletter • Eventi e fiere di settore • Contatti diretti (es. presso gli store del Gruppo)
Fornitori	• Contatti diretti • Accesso ad un portale Web dedicato • Condivisione del Codice Etico adottato da Giorgetti
Comunità locale	• Donazioni e sponsorizzazioni • Sostegno alla formazione scolastica soprattutto tecnica • Collaborazioni
Investitori	• Presentazioni dei principali dati economico-finanziari • Incontri one to one • Assemblee e riunioni
Designers	• Collaborazioni su specifici progetti • Condivisione ed accettazione del Codice Etico adottato da Giorgetti
Associazioni	• Partecipazione attiva alla vita delle principali associazioni di settore (Federlegno/Assarredo) e non (Altagamma)

il PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

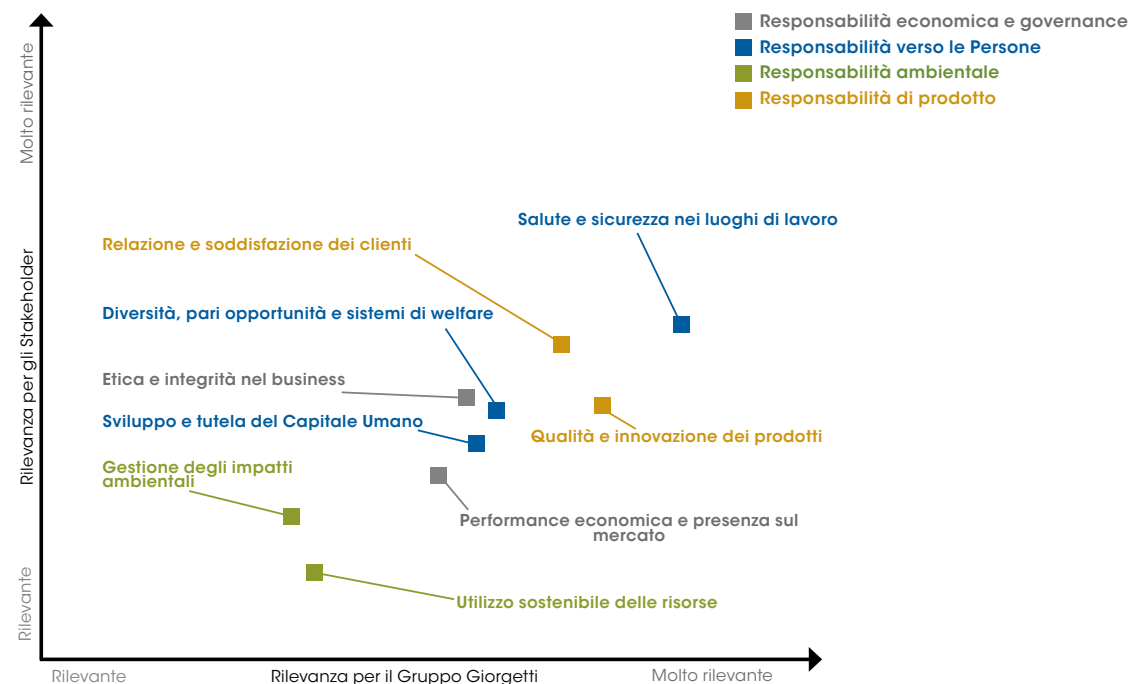
Analisi di Materialità

In conformità con quanto richiesto dai GRI Sustainability Reporting Standards, le più diffuse e utilizzate linee guida in ambito di rendicontazione di sostenibilità, i contenuti del presente Report sono stati definiti attraverso un'analisi di Materialità, che ha permesso di individuare gli aspetti che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali più significativi per il Gruppo e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni dei suoi Stakeholder.

L'analisi si è preliminarmente focalizzata su un benchmark di imprese operanti nei settori del design e dell'arredo a livello nazionale e internazionale, che redigono reportistica di sostenibilità o di tipo non finanziario, che ha portato all'identificazione di un insieme di tematiche di sostenibilità potenzialmente rilevanti per il Gruppo. A questo proposito, vista la scarsa numerosità di aziende operanti nei settori design ed arredo che redigono reportistica di sostenibilità, merita sottolineare che nella sua decisione di redigere un Bilancio di Sostenibilità, il Gruppo Giorgetti si pone nuovamente come punto di riferimento per la sua capacità innovativa e di visione strategica.

Nel corso del workshop di Materialità, realizzato nel febbraio 2020, il top management e le principali funzioni aziendali hanno valutato la rilevanza di ciascuna tematica, considerando il suo impatto presente e la sua rilevanza prospettica per il Gruppo Giorgetti e per i suoi Stakeholder, arrivando alla definizione di un set di 9 tematiche materiali, raggruppate per macro-area, e al loro posizionamento nella Matrice di Materialità.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ DEL GRUPPO GIORGETTI:



PER CIASCUNA DELLE TEMATICHE RAPPRESENTATE ALL'INTERNO DELLA MATRICE DI MATERIALITÀ, È STATO IDENTIFICATO IL PERIMETRO D'IMPATTO:

Tematiche materiali	Dove avviene l'impatto	Tipologia di impatto	Riconciliazione Topic GRI
Performance economica e presenza sul mercato	Gruppo Giorgetti	Generato dal Gruppo	201: Performance economiche 202: Presenza sul mercato
Etica e integrità nel business	Gruppo Giorgetti, Business Partners, Fornitori	Generato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business	204: Pratiche di approvvigionamento 205: Anticorruzione 307: Compliance ambientale 419: Compliance socioeconomica
Diversità, pari opportunità e sistemi di welfare	Gruppo Giorgetti	Generato dal Gruppo	401: Occupazione 405: Diversità e pari opportunità 406: Non discriminazione
Sviluppo e tutela del Capitale Umano	Gruppo Giorgetti	Generato dal Gruppo	404: Formazione e istruzione
Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro	Dipendenti del Gruppo Giorgetti ³	Generato dal Gruppo	403: Salute e sicurezza sul lavoro
Gestione degli impatti ambientali	Gruppo Giorgetti, Fornitori di energia elettrica	Generato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business	302: Energia 305: Emissioni 306: Scarichi idrici e rifiuti
Utilizzo sostenibile delle risorse	Gruppo Giorgetti, Fornitori	Generato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business	301: Materiali
Qualità e innovazione dei prodotti	Gruppo Giorgetti, Designers	Generato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business	N.A.
Relazione e soddisfazione dei clienti	Gruppo Giorgetti	Generato dal Gruppo	N.A.

³ Il Gruppo valuta di approfondire l'analisi rispetto alla significatività degli altri lavoratori non dipendenti, al fine di valutare la necessità di raccogliere i dati presso i datori di lavoro dei collaboratori esterni e i fornitori che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo, valutando la qualità e l'accuratezza di tali dati su cui non esercita un controllo diretto.

il PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

Piano di Sostenibilità

Nel corso del 2020, il Gruppo Giorgetti ha deciso di sviluppare ed adottare il proprio Piano di Sostenibilità (da qui in poi anche semplicemente Piano) al fine di guidare e sostenere le proprie attività nel nuovo percorso di sostenibilità intrapreso, con particolare riferimento al processo decisionale e alla gestione quotidiana delle proprie attività. Il Piano rappresenta infatti la visione strategica del Gruppo Giorgetti ed è volto a supportare il miglioramento e il rafforzamento continuo della propria performance in ambito ambientale, sociale ed economico. Per tale ragione, il Piano nasce sinergico con i temi materiali identificati a seguito dell'analisi di Materialità condotta nel 2019.

Il Piano rappresenta inoltre l'impegno del Gruppo nel contribuire al raggiungimento degli obiettivi per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, denominati Sustainable Development Goals (SDGs) ed inglobati nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile promossa dalle Nazioni Unite, che definiscono le priorità strategiche su cui concentrare sforzi e azioni congiunte a livello globale di governi, imprese e cittadini al fine di contribuire e sostenere lo sviluppo sostenibile, inclusivo e giusto attraverso 17 obiettivi da raggiungere entro il 2030. Il Gruppo Giorgetti, all'interno del Piano, si impegna a contribuire a 10 dei 17 SDGs, selezionando i target specifici per la propria realtà di business.

Infine, il Piano mira a rafforzare i rapporti del Gruppo con i propri Stakeholder, in quanto rappresenta uno strumento di comunicazione trasparente e diretto delle priorità strategiche di medio-lungo termine e dello stato di raggiungimento di ogni obiettivo definito nello stesso.

GLI SDGS INDIVIDUATI DAL GRUPPO GIORGETTI:



Processo di definizione del Piano di Sostenibilità

Il processo di definizione del Piano di Sostenibilità si è sviluppato in più fasi seguendo un approccio metodologico condiviso dalle best-practice a livello nazionale ed internazionale. Inizialmente, il Gruppo ha identificato le 4 aree tematiche (Responsabilità economica e di governance, Responsabilità verso le persone, Responsabilità ambientale e Responsabilità di prodotto) che guidano la struttura del Piano e a cui fanno riferimento i 9 temi materiali emersi dall'analisi di Materialità implementata nel 2019, al fine di individuare le priorità strategiche su cui concentrare il proprio impegno di Sostenibilità.

Le tematiche materiali riflettono infatti i principali impatti economici, ambientali e sociali del Gruppo e rappresentano gli aspetti rilevanti su cui gli Stakeholder si aspettano delle azioni concrete da parte del Gruppo.

Nel corso del 2021, il Gruppo Giorgetti provvederà alla condivisione e alla comunicazione del proprio Piano di Sostenibilità ai propri Stakeholder interni ed esterni.



il

PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

Piano di Sostenibilità

Giorgetti, con la formalizzazione del Piano di Sostenibilità, si impegnerà nella definizione di obiettivi specifici, a partire dagli SDGs già identificati. In particolare, la ricognizione effettuata in questo primo anno di rendicontazione permetterà nel prossimo futuro una puntuale definizione dei target quali-quantitativi da conseguire negli anni a venire e dei connessi indicatori (KPI) per il monitoraggio periodico. A tal fine, tutte le performance del Gruppo saranno analizzate e saranno conseguentemente sviluppate opportune azioni che siano efficaci nel miglioramento degli indicatori rendicontati.

Giorgetti ha piena consapevolezza degli impatti positivi e negativi derivanti dalle proprie attività, i quali daranno indicazione delle linee strategiche del Piano di Sostenibilità che sarà formalizzato, in particolare:

- Impatti sulla governance del Gruppo e sull'etica di business, attraverso lo sviluppo e il miglioramento continuo di politiche e strumenti organizzativi che garantiscano l'eticità di tutte le attività condotte;
- Impatti sull'occupazione, sull'economia e sullo sviluppo sostenibile, mediante lo sviluppo personale e professionale delle persone, mirato alla crescita inclusiva e sostenibile degli individui;
- Impatti sull'ambiente in fase di approvvigionamento, attraverso la preservazione delle risorse naturali e l'acquisizione di materiali certificati, con particolare riferimento al legno;
- Impatti sull'ambiente in fase di approvvigionamento, attraverso azioni che mirino all'efficientamento dei consumi energetici, alla conseguente minimizzazione delle emissioni atmosferiche e alla riduzione dei rifiuti prodotti, nell'ottica di economia circolare.

MACRO TOPIC	TEMATICHE MATERIALI	SDGs									
		3	4	5	7	8	9	10	12	15	16
Responsabilità economica e di governance	Performance economica e presenza sul mercato					✓	✓				
	Etica e integrità nel business					✓					✓
Responsabilità verso le Persone	Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro	✓				✓					
	Sviluppo e tutela del Capitale Umano		✓								
	Diversità, pari opportunità e sistemi di welfare			✓		✓		✓			
Responsabilità ambientale	Gestione degli impatti ambientali				✓				✓	✓	
	Utilizzo sostenibile delle risorse				✓				✓	✓	
Responsabilità di prodotto	Qualità e innovazione dei prodotti Relazione e soddisfazione dei clienti	✓			✓				✓		





*R*ESPONSABILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

R

RESPONSABILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

Performance economica e presenza sul Mercato

La rendicontazione della performance economica risulta importante per il Gruppo e per i suoi Stakeholder in quanto permette di comprendere l'andamento e l'affidabilità finanziaria del Gruppo. È evidente come una buona performance economica dell'azienda possa assicurare i dipendenti sulla stabilità del posto di lavoro e i fornitori sulla sicurezza di un ritorno economico dei servizi resi all'azienda, fornendo inoltre un contributo che va a ripercuotersi positivamente sulle comunità locali. La performance economica risulta rilevante anche per gli investitori (intesi come l'azionista e gli istituti di credito finanziatori del Gruppo). La tematica viene quindi costantemente monitorata con strumenti di tipologia e frequenza diverse, quali report quotidiani dell'ordinato, sistema di business intelligence che permette di monitorare le performance di vendita per area geografica e/o tipologia di prodotto, predisposizioni mensili di reportistica consolidata ed un business plan costantemente aggiornato così come il budget annuale che permettono di tracciare le linee guida per lo sviluppo di breve e di medio-lungo periodo.

Il Gruppo Giorgetti ha chiuso l'esercizio 2019 con ricavi delle vendite pari a circa Euro 61 milioni (a fronte di un valore della produzione di circa Euro 63 milioni) rispetto a Euro 59 milioni nell'esercizio 2018, con una crescita pari al 3,8% (all'6,6 % confrontando la crescita a valore della produzione) che evidenzia la capacità del Gruppo, già dal primo anno successivo all'acquisizione di Battaglia S.r.l., di creare opportunità capaci di sviluppare sinergie commerciali tra tutte le sue società.

Il miglioramento della performance aziendale è il risultato dell'ampliamento della gamma di prodotti e di una migliore performance dei canali distributivi, nonché delle politiche commerciali e promozionali che la società ha implementato.

Nel corso del 2019 il Gruppo ha infatti registrato una crescita delle vendite in quasi tutte le aree geografiche, con la sola eccezione dell'Area del Medio Oriente fortemente impattata nel corso dell'anno da tensioni sociali, politiche ed economiche sulla quasi totalità dei Paesi di quell'Area. L'Asia, l'Italia e l'Europa sono i mercati che hanno maggiormente contribuito all'aumento del fatturato, grazie alle performance molto positive dei negozi multibrand e monobrand e allo sviluppo del canale di vendita "Project" capace di sfruttare al massimo la vocazione del Gruppo a lavorare anche ed in misura sempre crescente più sul Progetto che sull'oggetto, in un contesto comunque di razionalizzazione della rete distributiva, che punta a focalizzarsi su un concetto di distribuzione selettiva. Nell'ambito di questa strategia, nel corso del 2019, anche a seguito del successo registrato dall'apertura del monomarca di Parigi avvenuta nel corso del 2018, si è deciso di procedere con il progetto di apertura di un negozio monomarca a Londra, mercato dall'enorme potenziale sia a livello di consumo locale che a livello di progetti e sviluppi immobiliari destinati ad una committenza internazionale; la location è stata individuata ed acquisita in locazione nel corso del 2019 e la sua apertura è avvenuta nel secondo semestre del 2020 (anche a causa dei ritardi generati dai lock-down conseguenti allo sviluppo della pandemia Covid-19).

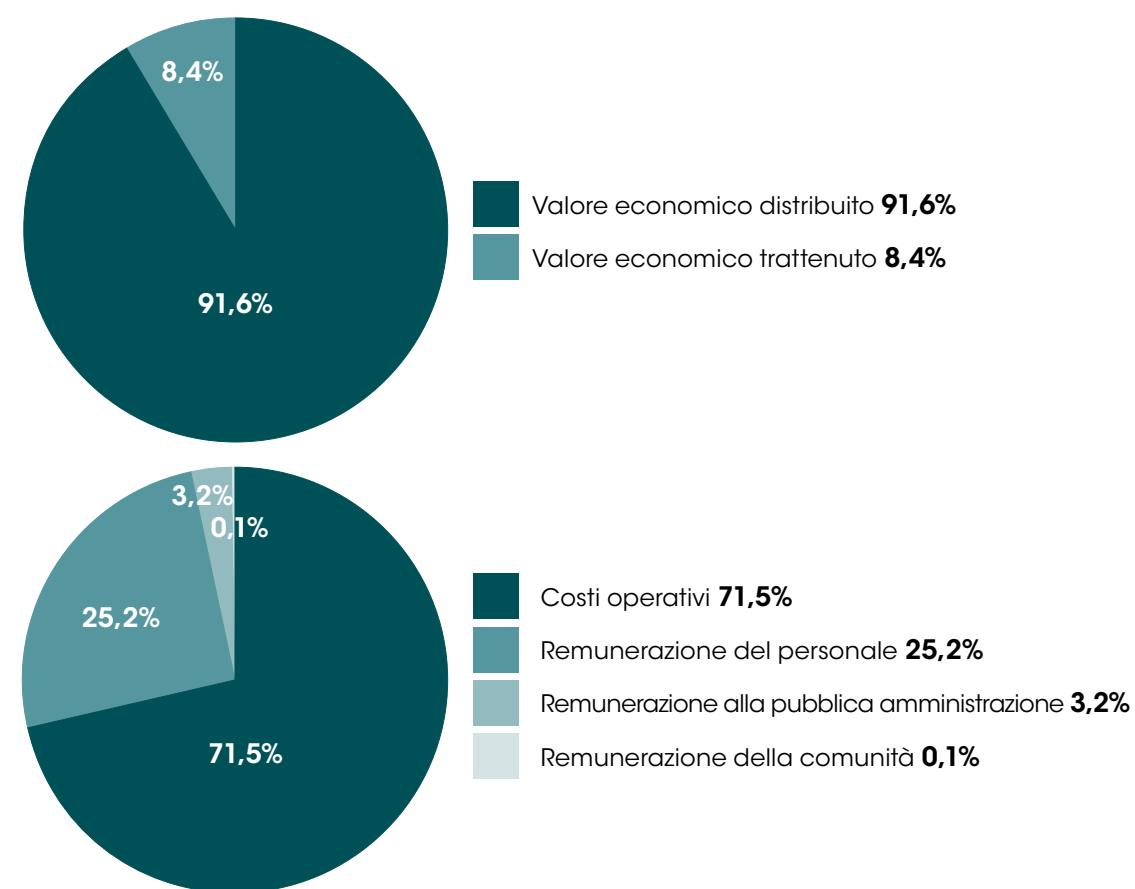
Valore generato e distribuito agli Stakeholder

Il valore economico generato esprime la ricchezza prodotta dal Gruppo Giorgetti che viene redistribuita tra tutti i suoi Stakeholder, ossia tutti i portatori di interesse con cui il Gruppo si relaziona nel corso delle sue attività quotidiane.

Nel corso del 2019 il valore generato dal Gruppo Giorgetti è stato pari a oltre Euro 62 milioni, in crescita del 6,3% rispetto al 2018; di questi, Euro 57 milioni (in crescita del 7,3% rispetto al 2018) sono stati distribuiti agli Stakeholder, mentre Euro 5 milioni (in diminuzione del 3,4% rispetto al 2018) sono stati trattenuti in azienda.

Il dettaglio circa la ripartizione del valore redistribuito tra gli Stakeholder del Gruppo viene riportato di seguito.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO NEL 2019



R

ESPONSABILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

Etica e integrità di business

Determinazione del Valore Economico Generato ⁴	2019 Euro	2018 Euro
Ricavi delle vendite	60.580.635	59.027.400
Variazione delle materie prime, prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	2.375.449	182.733
Altri ricavi	462.906	398.102
Saldo proventi / oneri finanziari	-917.318	-807.739
Valore Economico Generato	62.501.672	58.800.496

Ripartizione del Valore Economico Generato ⁵	2019 Euro	2018 Euro
Costi della produzione	40.873.334	39.117.538
Costi operativi (forniture di beni e servizi)	40.841.668	39.075.370
Costi di gestione	31.666	42.168
Remunerazione del personale	14.464.687	12.747.621
Costi per il personale	14.464.687	12.747.621
Remunerazione degli azionisti	0	0
Distribuzione degli utili dell'anno	0	0
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	1.809.240	1.392.511
Imposte alla Pubblica Amministrazione centrale	1.698.781	1.295.618
Imposte alla Pubblica Amministrazione periferica	110.459	96.893
Remunerazione della Comunità	83.216	86.071
Liberalità e sponsorizzazioni	16.562	27.761
Collaborazioni	66.654	58.310
Valore economico distribuito	57.230.477	53.343.741
Valore economico trattenuto	5.271.195	5.456.755

⁴ / ⁵ Il perimetro di consolidamento del 2018 comprende Battaglia per soli sette mesi. Il perimetro di consolidamento del 2019 è ampliato a Giorgetti UK e Giorgetti Middle East.



Il Gruppo Giorgetti è attento all'esigenza di assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari e delle proprie attività, nei rapporti con i propri Stakeholder e lungo tutta la catena del valore.

Per tale ragione, Giorgetti S.p.A.⁶ ha ritenuto opportuno, già dal 2017, procedere all'adozione ed attuazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 (Modello 231) a tutela propria e dei propri dirigenti e dipendenti, in un'ottica di miglioramento dell'efficienza dell'intero sistema organizzativo, gestionale e di controllo.

La funzione del Modello è di predisporre un sistema strutturato ed organico di principi, regole e protocolli aventi come obiettivo la riduzione del rischio di commissione dei reati previsti dal suddetto Decreto, conducendo da un lato, a determinare una piena consapevolezza della potenziale commissione di un illecito e, dall'altro, a consentire alla società di reagire tempestivamente nel prevenire la commissione del reato stesso grazie ad un monitoraggio costante dell'attività.

Il Codice Etico rappresenta un elemento essenziale e complementare del Modello Organizzativo ed è il documento di riferimento che riassume i principi etici ai quali l'ente si ispira e le modalità attraverso le quali intende applicare i principi etici. Nella conduzione delle sue attività Giorgetti assume come principi ispiratori il rispetto delle leggi e normative applicabili, in un quadro di legalità, correttezza, trasparenza, riservatezza e, in un'ottica di responsabilità sociale, di gestione economicamente sostenibile nel tempo, di rispetto della dignità della persona, di promozione e diffusione della cultura della salute e sicurezza sul lavoro e di tutela ambientale attraverso un corretto e responsabile utilizzo delle risorse.

A dimostrazione dell'impegno del Gruppo in tale ambito, nel corso del 2019 non si sono verificati episodi di corruzione né alcun episodio di non conformità con leggi e normative in ambito socioeconomico.

⁶ Battaglia S.r.l. prevede di adottare un Modello 231 entro il 2022.

R

ESPONSABILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

Catena di fornitura

La sostenibilità della catena di fornitura e dei processi produttivi è un tema centrale per le attività del Gruppo ed è divenuto sempre più sensibile anche agli occhi del consumatore finale. Per questo motivo il Gruppo pone estrema attenzione alla selezione dei propri fornitori, scelti per professionalità e competenze, dai quali si approvvigiona di materie prime utilizzate per i propri prodotti e costituite principalmente dal legno, tessuti, pelle e cuoio.

Giorgetti svolge una ricerca sempre più accurata di materie prime lignee provenienti da foreste gestite secondo rigorosi standard ambientali ed ha formalizzato delle linee guida relative all'utilizzo e alla lavorazione dei materiali. A questo proposito, i materiali compositi in legno utilizzati devono risultare privi o rientranti in un range definito (e accettabile da parte delle normative internazionali più restrittive) di emissioni di formaldeide e le tinte per legno non devono essere a solvente, ma a base acqua (con vasche di raccolta di sostanze residue a ciclo continuo), così come le colle per le imbottiture. Affinché i fornitori possano avere accesso a materiali certificati secondo le richieste del Gruppo stesso, Giorgetti ha stipulato un accordo a condizioni economiche unificate e negoziate con un fornitore unico di riferimento, che supporti un gruppo d'acquisto nella fornitura dei materiali compositi in legno adeguati alle normative vigenti rispetto alle emissioni di formaldeide CARB 2 e successive varianti.

A tutti i fornitori viene richiesto di prendere visione del codice etico e del Modello Organizzativo 231 di Giorgetti, condiviso sul sito istituzionale e sul portale Web Fornitori appositamente creato. Di particolare rilevanza è infine la provenienza degli acquisti, in quanto il Gruppo cerca di prediligere acquisti da fornitori locali al fine di supportare lo sviluppo delle comunità in cui opera. Nel corso del 2019, circa il 96,7% della spesa del Gruppo Giorgetti si è concentrata su fornitori locali (italiani), dato in crescita rispetto all'anno precedente (+0,8%), principalmente grazie al netto aumento della spesa verso i fornitori locali registrata da Giorgetti S.p.A. rispetto al 2018 (+29%).



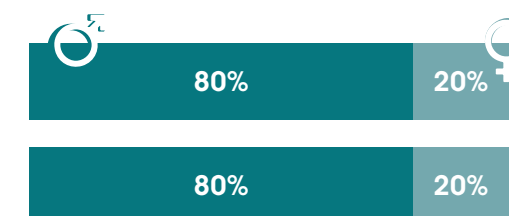
Governance di Sostenibilità

Il sistema di corporate governance adottato dalla Capogruppo Giorgetti S.p.A. è volto ad assicurare la più equilibrata collaborazione tra le sue componenti ed è orientato a garantire una conduzione responsabile e trasparente dell'impresa nei confronti del mercato, nella prospettiva di creazione e di distribuzione di valore verso tutti gli Stakeholder.

Al 31 dicembre 2019, il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo è composto da cinque membri, quattro uomini e una donna, di cui l'80% appartenente alla fascia d'età tra i 30-50 anni e il 20% sopra i 50 anni.

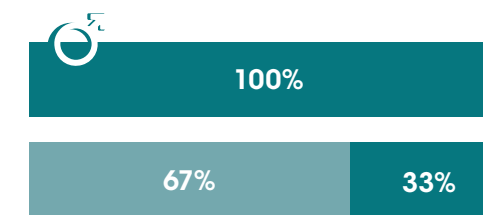
Il Collegio Sindacale, quale organo di controllo, è incaricato di vigilare circa l'osservanza della legge e delle norme societarie, oltre a controllare l'adeguatezza dei controlli interni e della struttura organizzativa della società. L'organo è composto da tre sindaci effettivi uomini, di cui il 33% appartenente alla fascia d'età tra i 30-50 anni e il 67% sopra i 50 anni.

COMPONENTI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER GENERE E FASCE DI ETÀ AL 31/12/2019

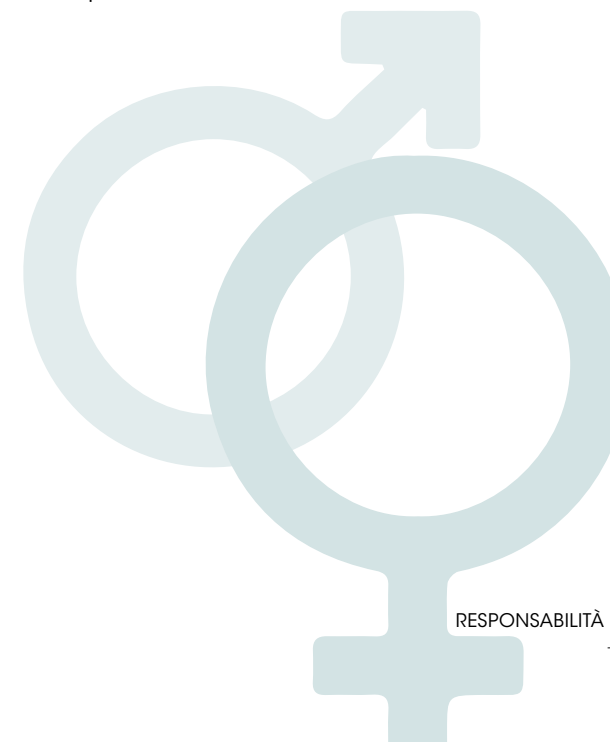


■ 30-50 anni ■ >50 anni

COLLEGIO SINDACALE DI AMMINISTRAZIONE PER GENERE E FASCE DI ETÀ AL 31/12/2019



■ 30-50 anni ■ >50 anni







*R*ESPONSABILITÀ
VERSO LE PERSONE

R

ESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

Consapevole dell'importanza delle proprie persone nel raggiungimento del successo aziendale, il Gruppo Giorgetti si impegna quotidianamente a rispettare i valori fondamentali di diversità, inclusione ed uguaglianza, sviluppando ed esaltando il valore unico che ogni dipendente rappresenta per il Gruppo, combattendo ogni forma di discriminazione e violenza sul luogo di lavoro e garantendo pari opportunità di crescita professionale e personale in un ambiente di lavoro sicuro e protetto. La tutela dell'occupazione è un tema fondamentale per il Gruppo, che si concretizza nell'impegno a mantenere stabile il livello occupazionale e a contribuire alla valorizzazione dei talenti del territorio in cui opera. Con questo fine, il Gruppo ha costituito, di concerto con le RSU aziendali (Rappresentanza Sindacale Unitaria), un osservatorio aziendale composto da una delegazione dell'azienda, RSU aziendale, RLS (Rappresentante Lavoratori per la Sicurezza) e, su richiesta dei componenti dell'osservatorio, occasionalmente anche da lavoratori del Gruppo e le Organizzazioni sindacali di riferimento (OO.SS). L'osservatorio effettua incontri periodici, almeno una volta all'anno nel mese di novembre e/o su iniziativa aziendale o delle RSU, al fine di valutare e sviluppare linee guida in merito ai temi e alle aree di intervento di seguito riportate:

- andamento aziendale (consuntivo anno precedente, previsioni per l'anno in corso);
- investimenti nella struttura occupazionale;
- ambiente, sicurezza e formazione (specifico e trasversale);
- classificazione dei lavoratori in riferimento all'art. 17 del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL) legno, sughero, arredamento e boschivi e forestali;
- condivisione della documentazione aziendale relativa alla classificazione delle lavorazioni presenti all'interno delle unità produttive;
- introduzione di strumenti di welfare.

Al fine di permettere lo svolgimento delle attività dell'osservatorio, l'azienda ha il compito di fornire specifiche informazioni con riferimento a:

- composizione della struttura occupazionale di cui alla sezione 1.2 del Sistema di informazioni del CCNL 01/04/2016;
- andamento infortuni e malattie professionali;
- elementi riferiti alle attività economiche e lavorative.

L'iniziativa ha lo scopo di favorire un approccio condiviso alle decisioni aziendali, che sia inclusivo e quanto più in linea con le esigenze dei propri dipendenti.

Diversità e pari opportunità

Al 31 dicembre 2019, il numero totale dei dipendenti del Gruppo Giorgetti è pari a 221 a cui si aggiungono 12 collaboratori esterni (4 somministrati, 5 stagisti e 3 lavoratori autonomi) per un totale della forza lavoro complessiva di 233, l'1,3% in più rispetto al 31 dicembre 2018.

Totale forza lavoro						
Totale forza lavoro	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	170	51	221	170	53	223
Altri collaboratori	8	4	12	3	4	7
Totale	178	55	233	173	57	230

La popolazione aziendale del Gruppo Giorgetti risulta maggiormente concentrata in Italia (97,3%) dove sono presenti gli stabilimenti produttivi, mentre la quota rimanente (2,7%) è impiegata presso le sedi commerciali estere.

Il Gruppo si impegna a mantenere rapporti di lavoro lunghi e duraturi con le proprie persone. Al 31 dicembre 2019 il 99,5% dei dipendenti del Gruppo risulta assunto con contratto a tempo indeterminato, in aumento del 2% rispetto al 2018, anno in cui si rilevava un solo dipendente con contratto a tempo determinato.

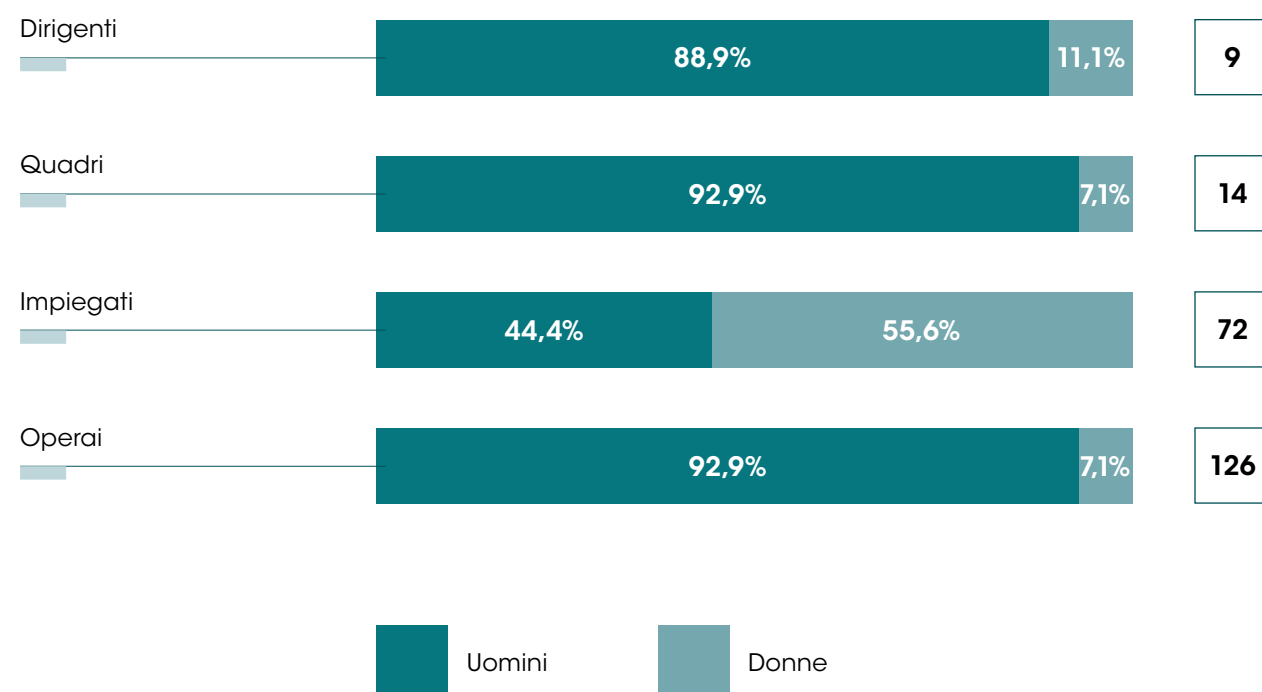
In linea con quanto definito all'interno del Codice Etico, il Gruppo si impegna a rispettare i diritti fondamentali delle persone, tutelandone l'integrità morale e garantendo eguali opportunità. A conferma di tale impegno, la forza lavoro è composta da 51 donne, pari a circa il 23% del totale, e da 170 uomini, pari al 77% del totale. L'organico del Gruppo Giorgetti è inoltre composto da 11 dipendenti appartenenti alle categorie vulnerabili (8 uomini e 3 donne), in linea con il 2018 e in conformità con la normativa vigente. Di questi, 8 dipendenti appartengono alle categorie protette, mentre i restanti 3 appartengono a minoranze etniche, a testimonianza della propria volontà di inclusione e non discriminazione.

Con riferimento alla scomposizione per categoria professionale dei dipendenti, al 31 dicembre 2019 circa il 57,0% dei dipendenti si concentra nella categoria operai, seguita dalla categoria degli impiegati che rappresenta il 32,6% dei dipendenti totali, dalla categoria dei quadri pari al 6,3% dell'organico e, infine, dalla categoria dei dirigenti, che rappresenta il restante 4,1% dei dipendenti totali. Come si evince dal seguente grafico, la presenza femminile è per lo più concentrata nella categoria impiegati (55,6%), nell'ambito della quale costituiscono la maggioranza, seguita dalla categoria dei dirigenti (11,1%).

R

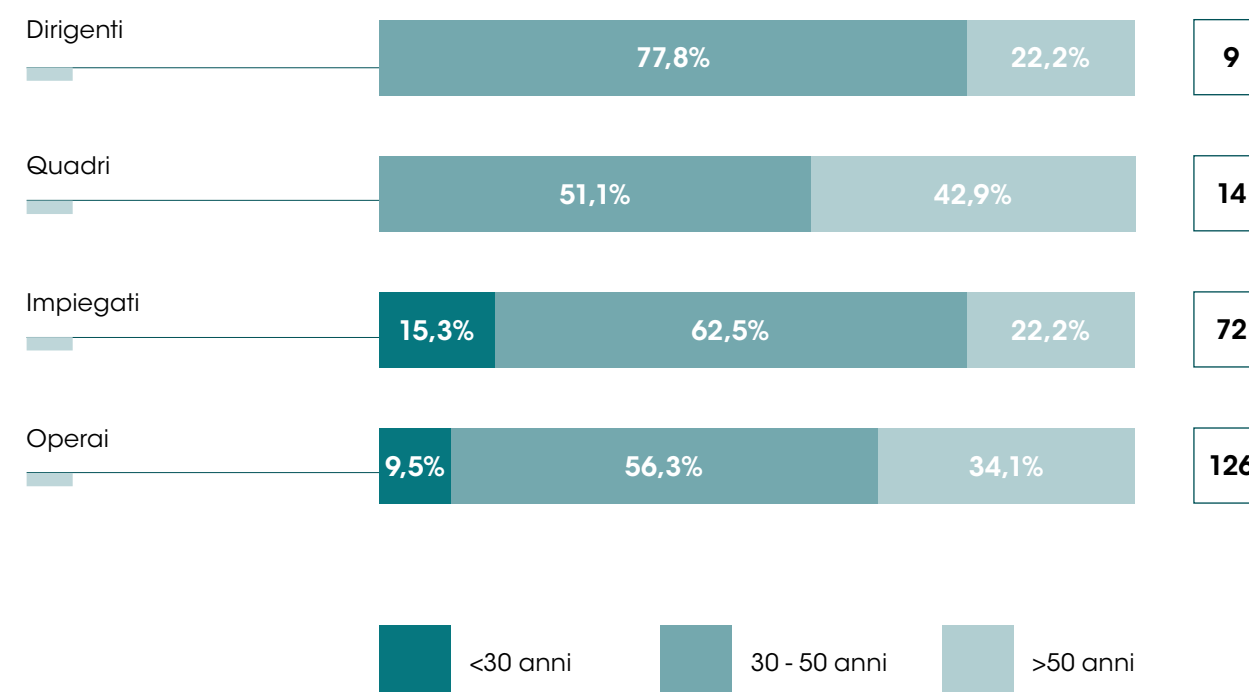
RESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31/12/2019



Con riferimento all'età dei propri dipendenti, il 59,3% del personale appartiene alla fascia d'età tra 30 e 50, seguita dalla fascia d'età maggiore di 50, pari al 30,3% e, infine, da quella inferiore a 30 anni, pari al residuo 10,4%.

DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO E FASCE DI ETÀ AL 31/12/2019

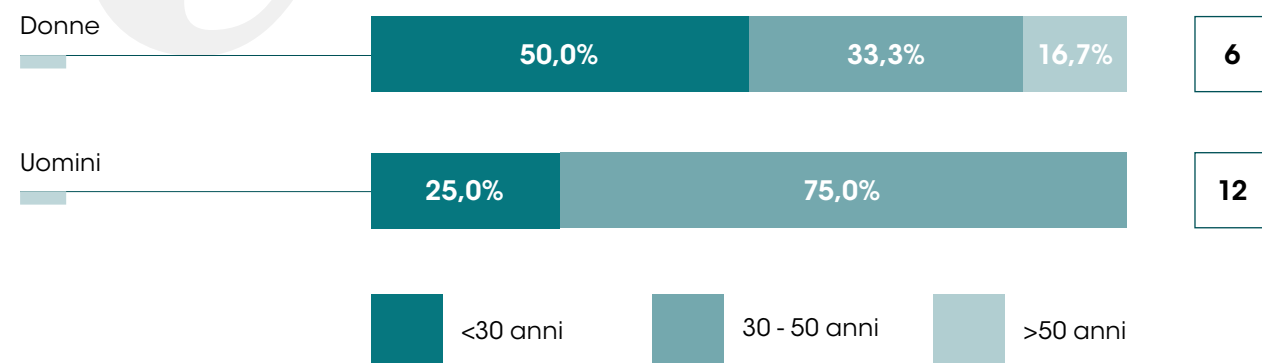


La tutela dell'occupazione e, in generale, del lavoro è un tema fondamentale per il Gruppo, che si concretizza nell'impegno a mantenere stabile il livello occupazionale e a contribuire alla valorizzazione dei talenti del territorio in cui opera. Nel corso del 2019 sono entrate a far parte del Gruppo 18 persone, di cui 12 uomini e 6 donne, registrando un tasso in entrata, ovvero il rapporto tra il numero di nuovi entrati e il totale dei dipendenti al 31 dicembre, pari a circa l'8%. Favorendo in particolare l'assunzione di giovani talenti, il 61,1% dei nuovi assunti appartengono alla fascia d'età tra 30 e 50, seguiti dalla fascia d'età minore di 30 (33,3%) e, infine, da quella maggiore di 50, pari a solo il 5,6%.

R

ESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

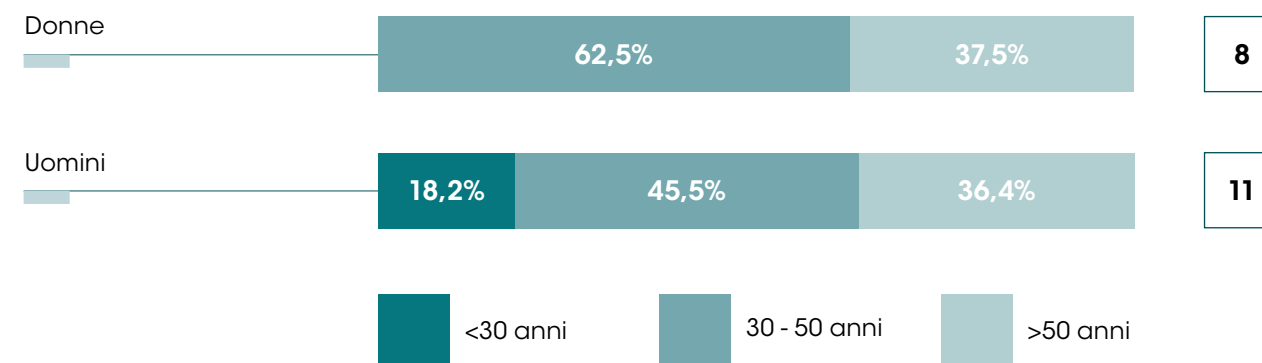
ASSUNZIONI PER GENERE E FASCE DI ETÀ NEL CORSO DEL 2019



Nel 2019 il numero di dipendenti assunti (18) risulta inferiore al numero di dipendenti in uscita (inclusi i pensionamenti, 19), registrando un turnover in uscita di circa il 9%.



CESSAZIONI PER GENERE E FASCE DI ETÀ NEL CORSO DEL 2019



Al fine di monitorare costantemente le esigenze dell'organizzazione e le capacità e le inclinazioni dei propri dipendenti, il Gruppo si avvale principalmente della soluzione del job posting interno per la ricerca e gestione del personale. Sempre attento ad attirare nuovi talenti, il Gruppo ha anche attivato stage e tirocini volti a formare e trasmettere i valori ed il know-how aziendale. In particolare, nel 2019, nel Gruppo gli stage attivi sono pari a 5, di cui 2 sono stati successivamente assunti dal Gruppo Giorgetti.

Lo stage è visto come un momento importante di formazione delle giovani risorse che svolgono ruoli comunque formativi professionalmente, tanto che sovente si verifica come la naturale conclusione dello stage sia l'assunzione all'interno dell'organico aziendale.

Come precedentemente riportato, il Gruppo Giorgetti ha un forte legame con il territorio in cui opera.

Fin dalle proprie origini, il Gruppo Giorgetti si indentifica nel proprio territorio, in cui è fortemente radicato, in particolare modo Meda, considerata il cuore dell'arredamento di design italiano, e per tale ragione si impegna a contribuire al suo sviluppo anche attraverso politiche di assunzione locale mirate.

In tal senso è da interpretarsi la costante azione di supporto e di condivisione con le istituzioni scolastiche del territorio (ed in particolare con uno degli Istituti Tecnici Superiori).

In linea con i principi stabiliti all'interno del proprio Codice Etico, il Gruppo Giorgetti non tollera nessuna forma di discriminazione sulla base di genere, origine etnica, colore della pelle, nazionalità, età, religione, opinione politica, orientamento sessuale, stato civile, affiliazione sindacale, disabilità fisica o mentale e qualsiasi altra caratteristica o stato personale.

Nel corso del 2019, nessun episodio di effettiva o presunta discriminazione è stato rilevato o segnalato all'interno del Gruppo.

R

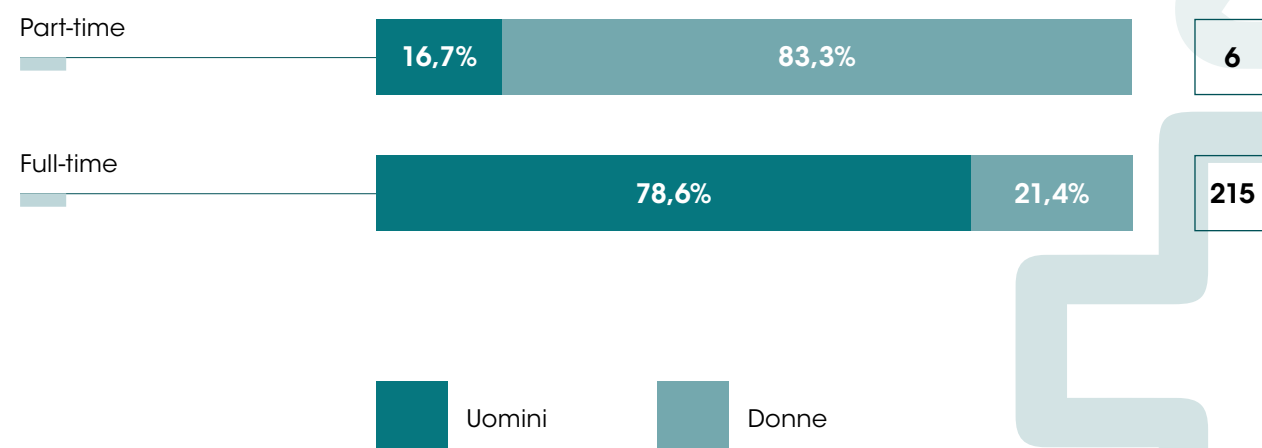
ESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

Welfare, benessere e work-life balance

Il Gruppo Giorgetti investe i propri sforzi nel garantire il benessere dei propri dipendenti attraverso la promozione di un ambiente di lavoro sicuro, meritocratico e stimolante, dove ogni dipendente è incoraggiato ad esprimere il proprio talento e le proprie capacità. A tal fine, il Gruppo analizza periodicamente gli aspetti di sicurezza e comfort dei luoghi di lavoro per migliorare il benessere dei propri dipendenti. Con l'obiettivo di creare momenti di relax e di aggregazione, il Gruppo Giorgetti ha predisposto due sale ristoro attrezzate negli uffici e due sale ristoro negli stabilimenti, nelle quali è possibile consumare il proprio pranzo, rilassarsi e conversare con i propri colleghi. Inoltre Giorgetti mette a disposizione dei propri dipendenti un servizio mensa operativo nello stabilimento di Meda per coprire le esigenze degli stabilimenti di Meda e Lentate che sono fisicamente vicini tra loro.

A dimostrazione dell'attenzione posta al benessere dei propri dipendenti, il Gruppo Giorgetti garantisce la possibilità ai propri dipendenti di usufruire dello smart-working, quando necessario, al fine di sostenerli nel trovare il giusto equilibrio tra lavoro e vita privata. Nel 2019 il Gruppo ha riconosciuto ai propri dipendenti 6 contratti part-time, pari al 3% dell'organico, di cui 1 uomo e 5 donne, dato rimasto sostanzialmente invariato rispetto al dato del 2018.

DIPENDENTI DI GRUPPO PER GENERE E TIPOLOGIA DI CONTRATTO AL 31 DICEMBRE 2019



Consapevole dell'importanza della componente welfare, il Gruppo si è posto l'obiettivo di rafforzarne l'offerta al proprio capitale umano nel prossimo triennio.

Per quanto riguarda l'assistenza sanitaria, il Gruppo Giorgetti garantisce un'assicurazione sanitaria integrativa (Fondo Altea) a tutti i dipendenti impiegati, sia a tempo pieno che part-time e sia a tempo determinato che indeterminato, i cui costi sono completamente a carico del Gruppo. Inoltre, il Gruppo propone l'adesione ad altri fondi di assistenza sanitaria e previdenziale ai propri dipendenti e, in particolare, ai propri dirigenti, le cui spese sono generalmente ripartite tra il Gruppo e il beneficiario. A seguito dell'emergenza da COVID-19, il Gruppo Giorgetti ha infine sottoscritto (a proprie spese) una polizza assicurativa integrativa Covid-19 a favore dei dipendenti e dei loro familiari, al fine di offrire loro il supporto medico ed economico anche in caso di positività al virus.



R

RESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

Sviluppo e tutela del capitale umano

Il Gruppo Giorgetti ritiene che la corretta valorizzazione delle proprie persone attraverso la formazione sia fondamentale, in quanto garantisce il benessere e l'evoluzione del proprio capitale umano e, conseguentemente, la crescita di lungo periodo dell'organizzazione stessa. Ciò è tanto vero quanto più si considera che la componente artigianale riveste ancora oggi un ruolo fondamentale nelle attività di business del Gruppo, ponendo l'uomo e le sue competenze al centro della sua catena del valore.

La formazione non è quindi solamente uno strumento fondamentale per sviluppare, migliorare e consolidare le competenze di ogni dipendente, ma è anche un veicolo importante per trasmettere e diffondere i valori aziendali e la strategia del Gruppo, supportando conseguentemente la sua capacità di continuare a creare valore di lungo periodo. Per tale ragione, il Gruppo Giorgetti investe nella valorizzazione dei propri dipendenti e nella loro crescita professionale, attraverso lo sviluppo e l'erogazione di corsi di formazione specialistici (quali, a titolo esemplificativo, corsi CAD o corsi di renderizzazione), e relativi alle soft-skills, (quali, a titolo esemplificativo, corsi di lingua inglese), che coinvolgono tutte le figure professionali. L'individuazione delle esigenze in ambito formativo viene gestita da un apposito Training Department interno, che si occupa di valutare le necessità ma anche di rilasciare direttamente corsi di formazione sia alla rete vendita che al personale interno.

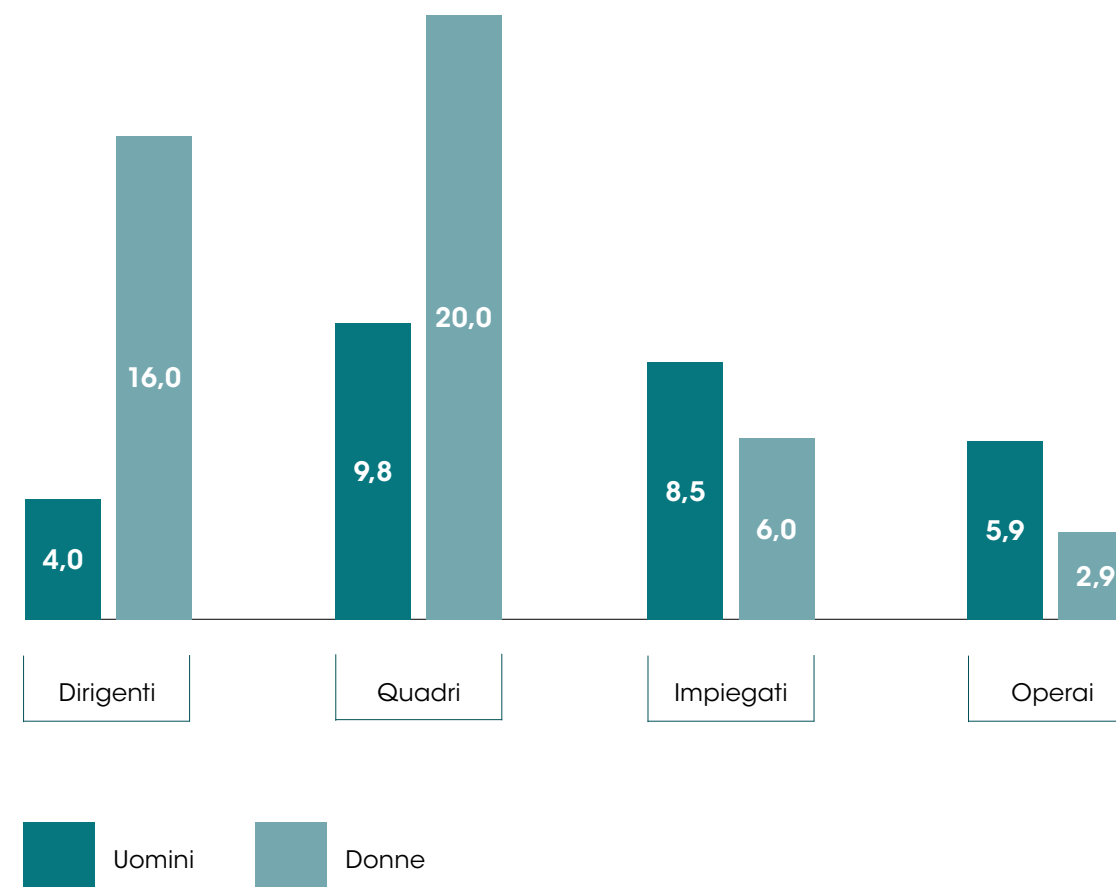
Particolarmente rilevante è la formazione erogata in ambito di salute e sicurezza, che vede le funzioni del Rappresentante Lavoratori per la Sicurezza (RLS), del Medico competente e del Responsabile del servizio di prevenzione e protezione (RSPP) occupate nella programmazione, nell'aggiornamento e nell'attivazione dei corsi di formazione obbligatori sulla salute e sicurezza per i dipendenti; tra questi ultimi si annoverano i corsi formativi base ed i corsi specifici, come, ad esempio, quelli relativi alla gestione delle emergenze e al primo soccorso, all'utilizzo dei carrelli elevatori, all'utilizzo di piattaforme aeree, alle attività di manutenzione ed i corsi BLSD. Nel 2019, il Gruppo ha realizzato un totale di 1.428 ore totali di formazione, per una media di circa 6,5 ore all'anno per dipendente, in considerevole aumento rispetto all'anno precedente⁷. Tale aumento è dovuto in particolar modo all'inclusione nel 2019 delle ore di formazione erogate da Battaglia S.r.l.; anche a parità di perimetro, comunque, Giorgetti S.p.A. ha registrato un aumento del 3% nelle ore di formazione erogate ai propri dipendenti.

Il Gruppo ritiene inoltre fondamentale l'investimento formativo anche nei confronti delle nuove generazioni, conscio che in virtù dell'elevato tasso di artigianalità delle proprie produzioni, sia fondamentale garantire un costante ed adeguato ricambio, soprattutto nella categoria degli operai, a fronte dell'inevitabile rotazione dei dipendenti dovuta all'invecchiamento ed al conseguente pensionamento della forza lavoro.

A questo fine, già da diversi anni, il Gruppo sostiene e coinvolge il sistema scolastico professionale con l'obiettivo sia di indirizzare i percorsi formativi previsti, che di fornire agli studenti la possibilità di realizzare la cosiddetta "esperienza sul campo" da parte degli studenti. La collaborazione, in particolare, con il Centro di Formazione Professionale Giuseppe Terragni (nato a Meda nel 1868) ha visto 7 studenti partecipare a progetti di alternanza scuola-lavoro all'interno dei siti produttivi del Gruppo nel corso del 2019.

⁷ Si segnala che, con riferimento all'anno 2018, non risultano erogate ore di formazione presso la società Battaglia S.r.l.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE AL 31/12/2019



Infine, con riferimento alle valutazioni delle performance, il Gruppo ha sviluppato, ed in parte già attivato, un piano che prevede la programmazione di colloqui periodici individuali con i dipendenti al fine di monitorare le loro performance e conseguentemente di consentire un miglioramento delle loro prestazioni.

R

ESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

Consapevole dell'importanza centrale della tutela della salute e sicurezza dei propri dipendenti e collaboratori, anche per i propri Stakeholder esterni, il Gruppo si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro e protetto e a diffondere la cultura della prevenzione e della sicurezza. In particolare, il Gruppo ritiene che un luogo di lavoro sicuro e protetto consenta ai propri dipendenti di lavorare in tranquillità e in modo più efficiente, restituendo all'esterno un'immagine del Gruppo come controparte affidabile e attenta al proprio capitale umano.

Per tale ragione, il Gruppo promuove comportamenti responsabili e consapevoli dei rischi legati alla propria attività di business, investendo risorse organizzative ed economiche volte a prevenire incidenti e malattie professionali e a migliorare continuamente l'ambiente lavorativo. Il sistema di prevenzione adottato dal Gruppo prevede una prima fase di valutazione dei rischi ai quali sono esposti i propri dipendenti, una seconda fase nella quale vengono individuati ed installati i sistemi di sicurezza necessari ed un'ultima fase nella quale i lavoratori vengono informati e formati ad un corretto utilizzo di questi strumenti. Al fine di verificare l'efficacia del proprio sistema, il Gruppo si impegna a monitorare gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali tramite l'ausilio di appositi registri, al fine di indagare le principali cause degli stessi e poter successivamente sviluppare ed implementare le opportune azioni correttive. Al fine di incrementare la sicurezza dei luoghi di lavoro e prevenire qualsiasi tipologia di incidente, con particolare riferimento alla produzione, i macchinari sono dotati di segnaletica e istruzioni delle corrette procedure per il loro utilizzo, mentre i dipendenti sono dotati di Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) che, in caso di deterioramento, sono facilmente reperibili in autonomia in appositi distributori automatici. Con riferimento alle postazioni lavorative, si segnala che i dipendenti sia di Battaglia che di Giorgetti sono dotati di sedia ergonomica e di pedana ai piedi, ove necessario, al fine di favorire la corretta postura ed evitare l'insorgere di problematiche di salute.

In particolare, gli obiettivi che il Gruppo si pone in ambito di salute e sicurezza sono perseguiti:

- adottando sistemi di gestione e monitoraggio della salute e sicurezza sul lavoro, ponendo in essere azioni correttive qualora si rendano necessarie;
- mantenendo in vita e rispettando quotidianamente il proprio Codice Etico e il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, del quale Giorgetti S.p.A. si è dotata in ottemperanza a quanto previsto dal D.Lgs 231/2001 e che detta i principi, le regole e i protocolli ai quali i destinatari del Modello devono attenersi al fine di assicurare il pieno rispetto delle norme di legge;
- effettuando interventi di formazione e di comunicazione.

In conformità con la normativa vigente il Gruppo predispone e redige, attraverso il supporto del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) esterno, il Documento di

Valutazione dei Rischi (DVR), accessibile per la consultazione a tutti i dipendenti del Gruppo e volto alla mappatura e all'analisi dei rischi per la salute e sicurezza presenti nei luoghi di lavoro e alla definizione ed implementazione di eventuali azioni correttive volte a migliorare le condizioni di salute e l'integrità fisica delle proprie persone.

Il Gruppo nomina inoltre il Rappresentante Lavoratori per la Sicurezza (RLS), che ha il compito di raccogliere le segnalazioni dei dipendenti con riferimento ad eventuali situazioni pericolose connesse al lavoro e di condividerle con la direzione aziendale, informandola su eventuali necessità e azioni correttive, e il Medico competente, che collabora all'identificazione dei rischi collegati alla salute e sicurezza e svolge, secondo le modalità previste dalla legge, le visite mediche rivolte a tutto il personale.

Al fine di presidiare costantemente la salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, il Gruppo prevede delle riunioni periodiche, a cui partecipano il Datore di Lavoro (o un suo rappresentante), il RSPP, il Medico competente e il RSL. Tali riunioni costituiscono dei momenti di condivisione e segnalazione di possibili pericoli connessi ai luoghi lavorativi e si sommano alle riunioni settimanali di produzione con i capireparto preposti alla sicurezza. Eventuali comunicazioni pertinenti alla salute e alla sicurezza sul lavoro vengono trasmesse a tutti i dipendenti attraverso un'apposita bacheca aziendale.

Per quanto riguarda la gestione della salute e sicurezza negli appalti, il Gruppo stila, in conformità con la normativa vigente in materia di sicurezza del lavoro, il Documento Unico per la Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI), aggiornato costantemente al fine di valutare i rischi derivanti dalle interferenze reciproche dovute alle due attività ed indicante le misure adottate per eliminare e ridurre tali rischi. Il Gruppo effettua periodicamente dei sopralluoghi negli ambienti di lavoro, i cui risultati sono alla base degli aggiornamenti effettuati sul DUVRI, al fine di identificare ed eliminare possibili pericoli e minimizzare eventuali rischi. Il Gruppo monitora inoltre gli ambienti di lavoro attraverso lo svolgimento periodico di analisi delle emissioni, analisi di igiene ambientale e valutazioni antincendio.

In casi eccezionali, vengono realizzati appositi protocolli che contengono misure specifiche di sicurezza aggiuntive. Nel 2020 in particolare, a seguito della crisi da Covid-19, è stato redatto un protocollo specifico per affrontare l'emergenza con l'obiettivo di tutelare e proteggere costantemente i propri dipendenti. I risultati raggiunti grazie a questo protocollo sono stati particolarmente significativi.

Nel corso del 2019, il Gruppo ha registrato 9 infortuni sul lavoro per i propri dipendenti, tutti riconducibili a eventi da collisione con materiali o attrezzature di lavoro che hanno provocato lesioni quali distorsioni, contusioni, ferite e, in un solo caso, una frattura chiusa delle ossa. Nel 2019, non si sono verificati infortuni mortali sul lavoro.



R

RESPONSABILITÀ
AMBIENTALE

R

ESPONSABILITÀ AMBIENTALE

La tutela e il rispetto per l'ambiente sono tematiche di grande attenzione per il Gruppo Giorgetti, che è profondamente radicato nel proprio territorio. Per tale ragione, proteggere e conservare questa realtà, non solo a livello strettamente ambientale, ma anche a livello culturale e di protezione delle professionalità e competenze acquisite nel tempo, è fondamentale per garantire la crescita e la continuità del business del Gruppo Giorgetti. Il management e gli Stakeholder del Gruppo riconoscono la sostenibilità ambientale come una priorità e un obiettivo fondamentale che il Gruppo Giorgetti deve perseguire.

Nel rispetto del proprio Codice Etico e del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, il Gruppo si impegna a svolgere le proprie attività nel rispetto della tutela dell'ambiente, migliorando concretamente il proprio impatto su di esso. Per tale ragione, sono state sviluppate ed implementate delle specifiche iniziative volte a sensibilizzare e responsabilizzare maggiormente l'Organizzazione sulla tutela ambientale, impegnandosi ad utilizzare strumenti e tecnologie innovative e a ridotto impatto ambientale.

Consapevole dei principali elementi di rischio ambientale del proprio processo produttivo, tra cui la generazione di polveri di falegnameria, la generazione di emissioni degli impianti di verniciatura e gli impatti acustici, il Gruppo ha implementato un processo di monitoraggio costante da cui è emerso che i valori rilevati sono ampiamente contenuti all'interno dei parametri giornalieri previsti dalle normative più restrittive in vigore. Tale monitoraggio permette al Gruppo di identificare i propri impatti di natura ambientale e, conseguentemente, di sviluppare ed implementare delle azioni correttive per ridurli o mitigarli, ove possibile.

Infine, il Gruppo Giorgetti si impegna a ridurre concretamente il proprio impatto ambientale attraverso l'attenta selezione e il monitoraggio dei propri fornitori. In particolare, a dimostrazione del proprio impegno, il Gruppo Giorgetti acquista legname proveniente da aree a riforestazione controllata, al fine di combattere la deforestazione e, conseguentemente, la perdita della biodiversità di particolari ecosistemi (Per ulteriori informazioni, si faccia riferimento al capitolo "Utilizzo sostenibile delle risorse").

Nel corso del 2019, a dimostrazione della propria attenzione verso la responsabilità ambientale, il Gruppo non ha riscontrato alcuna non-conformità con leggi e normative in materia ambientale.

Gestione degli impatti ambientali: consumi energetici ed emissioni

Come anticipato, il Gruppo Giorgetti si impegna ad eliminare e mitigare concretamente i propri impatti ambientali, analizzando, identificando e diminuendo le attività più impattanti, anche grazie all'aiuto di consulenti esterni specializzati nel monitoraggio delle attività aziendali impattanti. Il Gruppo Giorgetti applica un rigido protocollo conforme alla normativa vigente al fine di gestire la propria impronta verde. A questo proposito, Giorgetti ha adottato nel 2017 il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 (Modello 231) che definisce anche gli obiettivi ed i vincoli in materia ambientale della Società. Il Modello 231, oggi implementato nella sua versione integrale, è stato inizialmente sviluppato e implementato già precedentemente al 2010. Tale Modello, la cui adozione da parte di Battaglia è prevista entro il 2022, garantisce la promozione dell'informazione e della formazione interna in tema di rischi connessi allo svolgimento delle mansioni ed attività da parte dei dipendenti e la definizione di protocolli e misure di prevenzione e protezione. Il Modello 231, inoltre, identifica, riporta e descrive le cosiddette attività sensibili alla commissione di possibili reati ambientali.

Oltre alle disposizioni del Modello 231, il Gruppo Giorgetti pone particolare attenzione alla sensibilizzazione e formazione dei propri dipendenti sulle tematiche ambientali, con lo scopo di diffondere al suo interno la cultura della sostenibilità e di incoraggiare l'adozione di comportamenti più responsabili ed attenti alle tematiche ambientali, come ad esempio il corretto riciclo dei rifiuti o la riduzione dei consumi di plastica. A tale scopo il Piano di Sostenibilità del Gruppo prevede specifiche azioni e sviluppo di strumenti.

In particolare, l'area aziendale del Gruppo che ha il maggiore impatto ambientale è quella adibita alla verniciatura, attività che consiste nell'applicazione sulla superficie del legno di una serie di strati di materiale che, penetrando in profondità, contribuiscono ad aumentarne la resistenza, formando sulla superficie una pellicola omogenea, sottile e compatta. Il Gruppo ha da sempre posto particolare attenzione a tale fase del processo produttivo, programmando e implementando interventi di manutenzione sempre più frequenti, volti non soltanto alla riduzione dell'impatto ambientale, ma anche alla massima tutela della salute degli operatori e alla qualità del prodotto.

A dimostrazione dell'impegno a diminuire i propri impatti ambientali negativi, nello stabilimento di Battaglia a Misinto è attivo un impianto fotovoltaico che consente, nelle giornate di massima produzione di energia, di non attingere alla rete esterna o di attingervi in minima parte, privilegiando fonti energetiche rinnovabili e così riducendo la produzione di emissioni di CO₂. Inoltre, il riscaldamento delle sedi di Misinto e di Meda viene alimentato per mezzo di un sistema di recupero del legno vergine di scarto, tramite combustione in caldaia. (Per ulteriori informazioni, si faccia riferimento al capitolo "Utilizzo sostenibile delle risorse").

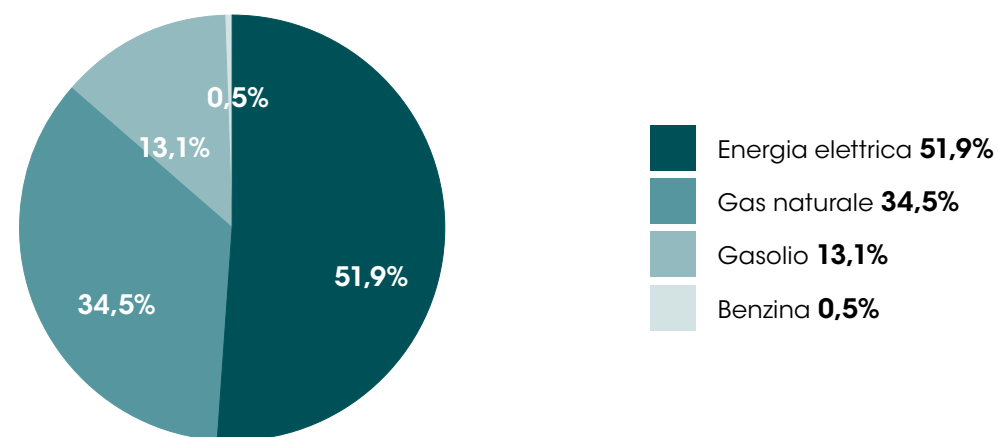
Nel 2019, i consumi energetici riconducibili alle attività del Gruppo Giorgetti sono pari a 12.227 GJ⁸, di cui 11.055 GJ da fonte non rinnovabile e 1.173 GJ da fonte rinnovabile (pari circa al 10% dei consumi energetici totali), in aumento del 26% rispetto all'anno precedente (9.731 GJ). L'aumento registrato è dovuto principalmente all'integrazione nel perimetro di rendicontazione di Battaglia S.r.l., avvenuta solo a metà del 2018. Nel 2019, a parità di perimetro, i consumi energetici della sola Giorgetti S.p.A., pari a 7.113 GJ, sono diminuiti del 10% rispetto al 2018, anno in cui ammontavano a 7.913 GJ.

⁸ Le fonti dei fattori di conversione utilizzati sono le Linee guida Energy Manager 2018 e Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2017 - National Inventory Report 2019.

R

ESPONSABILITÀ AMBIENTALE

CONSUMI ENERGETICI DI GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2019



Nel 2019, il Gruppo Giorgetti ha prodotto in totale 820,0 tonnellate di CO₂, considerando le emissioni Scope 2 calcolate con metodo Location Based, e 1.059,5 tonnellate di CO₂e, considerando le emissioni Scope 2 calcolate con metodo Market Based⁹, registrando un aumento rispettivamente del 22% e del 25% rispetto al 2018. Tale aumento è dovuto, in linea con i consumi energetici, all'integrazione nel perimetro di Battaglia S.r.l., avvenuta a metà del 2018. A parità di perimetro, le emissioni totali considerando le emissioni Scope 2 calcolate con metodo Location Based di Giorgetti S.p.A. sono diminuite del 7% rispetto al 2018, mentre le emissioni totali considerando le emissioni Scope 2 calcolate con metodo Market Based sono diminuite del 5% rispetto all'anno precedente.

Tali emissioni sono suddivise in:

- Emissioni dirette - Scope 1: emissioni derivanti dall'utilizzo di energia, quale gas naturale per riscaldamento e nei processi produttivi e combustibili per autotrazione proveniente da fonti di proprietà o sotto il controllo diretto dell'organizzazione per il funzionamento dei suoi stabilimenti;

⁹ Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione:

- Scope 1: Min. Ambiente - Tabella parametri standard nazionali 2019 per il gas naturale e la benzina e ISPRA - National Inventory Recovery 2019 per il gasolio; dati espressi in CO₂, in quanto la fonte utilizzata non riporta i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO₂;
- Scope 2 Location Based: ISPRA - Fattori di emissioni della produzione elettrica nazionale e dei consumi elettrici 2019; dati espressi in CO₂, in quanto la fonte utilizzata non riporta i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO₂;
- Scope 2 Market Based: AIB - European Residual Mixes 2018 (Vers. 1.2).

- Emissioni indirette - Scope 2: emissioni derivanti dalla generazione di energia acquistata. Lo standard di rendicontazione utilizzato (GRI Sustainability Reporting Standards 2016) prevede due diversi approcci di calcolo delle emissioni di Scope 2:

- Location-based: prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica;

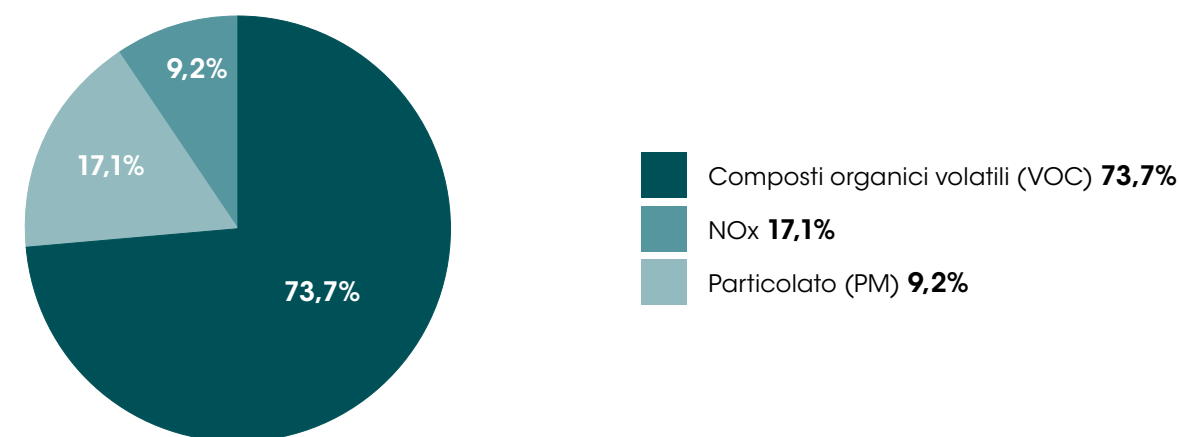
- Market-based: prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici accordi contrattuali tra l'Organizzazione ed il fornitore di energia elettrica (es. acquisto di Garanzie di Origine), per l'approccio "Market-based" è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale.

Nel 2019, le emissioni dirette di Scope 1 dovute ai consumi energetici sono state pari a 365,2 tonnellate di CO₂, in aumento del 4,9% rispetto all'anno precedente.

Le emissioni indirette di Scope 2 calcolate con il metodo Location Based sono invece pari a 454,8 tonnellate di CO₂, mentre quelle calcolate secondo il metodo Market Based sono pari a 694,3 tonnellate di CO₂e.

Per quanto riguarda la produzione di altre emissioni¹⁰, nel 2019 le emissioni NOx sono pari a 0,3 tonnellate registrando una diminuzione rispetto al 2018 quando ammontavano a 0,5 tonnellate. Nel 2019, i composti organici volatili (VOC) sono pari a 1,3¹¹ tonnellate e il particolato (PM) è pari a 0,2¹² tonnellate, entrambi in linea con i valori registrati l'anno precedente.

ALTRE EMISSIONI DI GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2019



¹⁰ Il dato è riportato per la sola Giorgetti S.p.A., in quanto il dato risulta sotto la soglia di rilevabilità per Battaglia S.r.l., che tuttavia prevede di iniziare un processo di misurazione e monitoraggio del particolato (PM).

¹¹ Tale dato è stato stimato per il 2019.

¹² Tale dato è stato stimato per il 2019.

R

ESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Utilizzo sostenibile delle risorse: materiali e rifiuti

Fin dalle sue origini, il Gruppo Giorgetti si è distinto e si è affermato nel panorama dei mobili di design d'autore non solo per la propria tradizione e la propria manualità, mai perse nel tempo, ma anche per la propria attenzione nella selezione e nella scelta di materie prime di elevata qualità. Il Gruppo Giorgetti, consapevole del ruolo fondamentale che le materie prime assumono nello sviluppo dei propri pezzi, predilige materiali come il legno, il tessuto, la pelle e il cuoio, ma anche il metallo, il vetro, i marmi e le imbottiture, investendo consistentemente nella ricerca dell'eccellenza, della qualità dei propri prodotti e nella scelta dei materiali. Il Gruppo è infatti fortemente convinto che la selezione accurata dei materiali e l'utilizzo sostenibile delle risorse consentano di gestire i propri impatti ambientali e sociali, eliminando e mitigando quelli negativi e accrescendo quelli positivi, rispondendo al contempo alle nuove esigenze dei propri clienti - sempre più attenti e sensibili alle tematiche di sostenibilità - e alle implicazioni sociali ed ambientali dei propri acquisiti.

Anche nella produzione contract (specialmente per Battaglia) dove purtroppo spesso si è costretti a "subire" le richieste della committenza, che impone materiali o fornitori, l'obiettivo, in linea con le aspettative degli Stakeholder, è quello di raggiungere comunque un utilizzo razionale delle risorse, senza compromettere i risultati di business attesi.

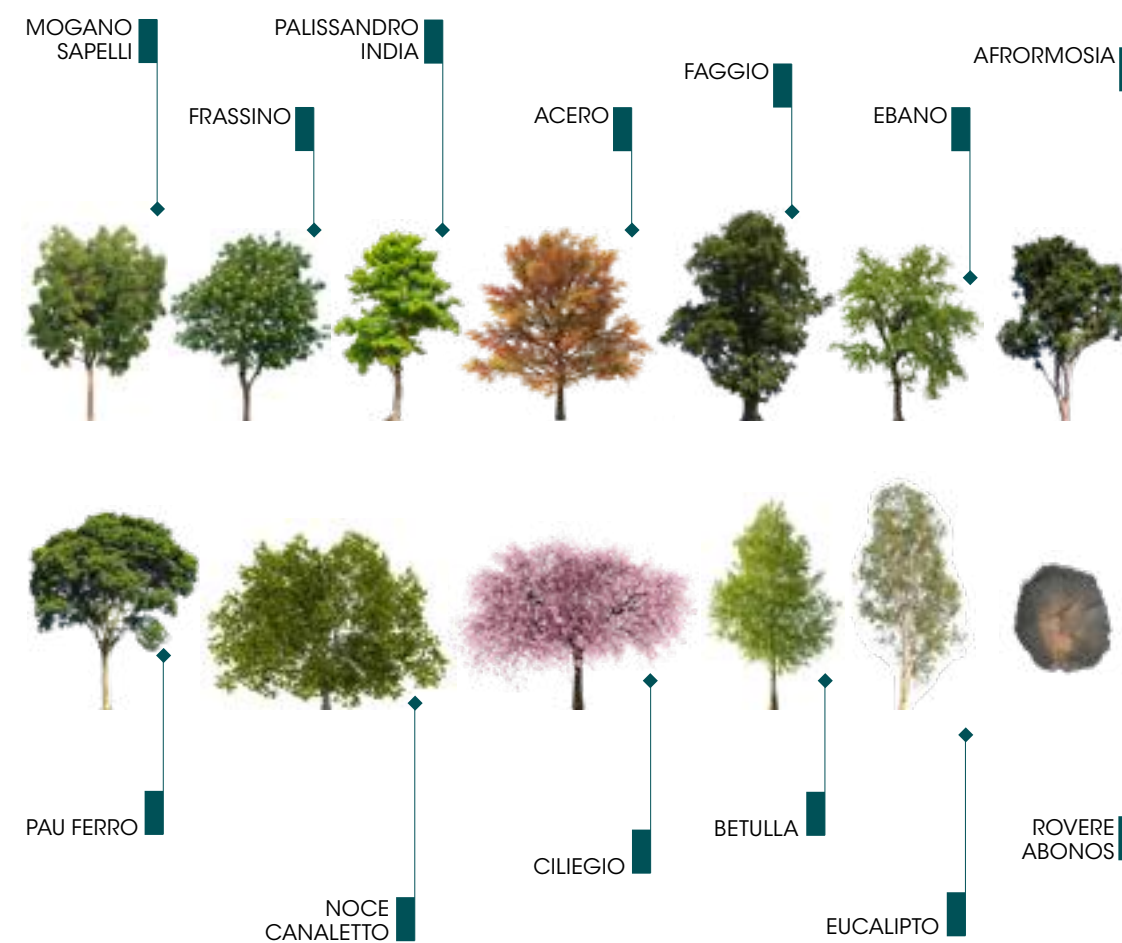
La tradizione ebanistica in particolare, unita ai progressi tecnologici, guida il Gruppo nell'individuazione, selezione e lavorazione dei migliori materiali. In più di un secolo di storia, il Gruppo Giorgetti ha infatti sviluppato un'indiscussa sapienza ebanistica che ha negli anni permesso di esplorare e sperimentare le diverse potenzialità di lavorazione della materia lignea, realizzando così collezioni ricercate, innovative ed esclusive. In alcuni oggetti, il legno rimane il protagonista indiscusso, mentre in altri viene impreziosito dall'integrazione con altri materiali valorizzando così la sua naturale vitalità. Il Gruppo si è sempre impegnato a selezionare ed utilizzare la parte migliore del legno, unendo armoniosamente l'arte dell'ebanisteria e l'innovazione con l'obiettivo di realizzare collezioni uniche e di indiscusso valore qualitativo. Il prodotto finale nasce dall'artigianalità distintiva del Gruppo Giorgetti, rara e preziosa, e dalla costante applicazione di tecniche produttive innovative che perfezionano la lavorazione del legno e la cura del dettaglio. Il legno è un materiale distintivo del Gruppo Giorgetti, il cui profumo caratterizza i propri stabilimenti, richiamando alla mente gli antichi laboratori di falegnameria e le autentiche tradizioni ebanistiche.

In questo contesto, il Gruppo Giorgetti è particolarmente attento alla tutela e protezione dell'ambiente, innanzitutto, attraverso il suo costante impegno nella riduzione degli scarti dei prodotti durante le fasi di lavorazione del legno. Inoltre, consapevole della fondamentale importanza di una gestione responsabile delle foreste, il Gruppo investe i propri sforzi nel selezionare accuratamente e consapevolmente i propri fornitori di legname, privilegiando quei fornitori che operano in conformità con i principi della sostenibilità.

In particolare, si approvvigiona da Paesi europei ed esotici in cui vigono regolamentazioni

severe a tutela del patrimonio boschivo-forestale, acquistando il legno solo da foreste a coltura controllata, dove vengono immediatamente piantati nuovi alberi a sostituzione di quelli abbattuti. Il Gruppo crede infatti fermamente che la gestione responsabile del patrimonio naturale sia fondamentale al raggiungimento di un miglioramento significativo, sia sociale che ambientale, ed in particolar modo che sia funzionale a migliorare l'impatto sul cambiamento climatico, garantire migliori condizioni di vita e combattere il commercio illegale di legno.

LE TIPOLOGIE DI LEGNO UTILIZZATE



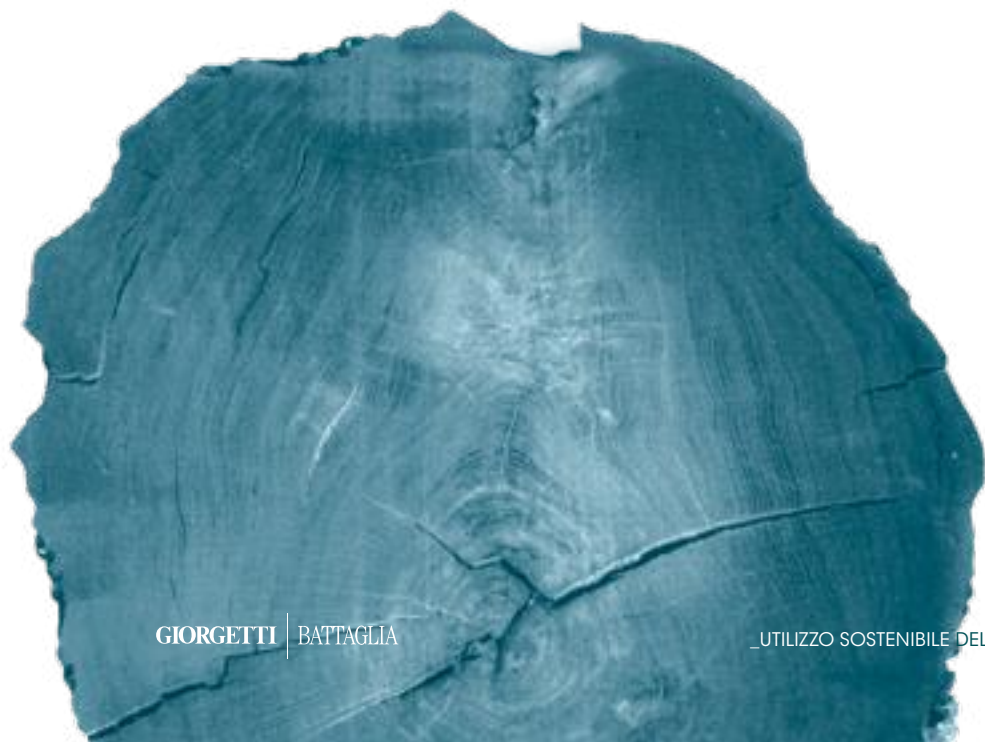
R

ESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Inoltre, il Gruppo Giorgetti utilizza altri materiali come pelli e cuoi che vengono utilizzati per vestire e valorizzare i propri prodotti finali. Da sempre, il Gruppo si affida, attraverso un accurato processo di selezione, solamente ai fornitori più qualificati che, per professionalità e competenze, si sono distinti nel settore delle concerie d'alto livello. Le pelli ed i cuoi "a pieno fiore" sono esclusivamente ricavati dal collare e dalla spalla, le parti nobili della pezzatura dell'animale. La qualità è garantita direttamente a monte della catena di fornitura attraverso la selezione di bovini svizzeri e della Germania del sud alimentati in modo naturale, in pascoli liberi e stallaggi ampi e non costringitivi. L'accurata selezione dei fornitori di pelli e cuoi garantisce la creazione di un prodotto finale di alta qualità che conserva nel tempo le qualità di morbidezza e bellezza di tali materiali.

Infine, il Gruppo Giorgetti seleziona ed adopera tessuti naturali, come il lino, il cotone e la seta, caratterizzati da qualità come la freschezza e la durabilità, ma anche tessuti con proprietà più importanti, come il velluto di seta contraddistinto dalla raffinatezza e dalla resistenza all'usura. I tessuti che rivestono i prodotti finali donano personalità e resistenza agli oggetti, offrendo una vasta gamma di tonalità di colore, rispondendo alle più particolari esigenze estetiche e riflettendo uno stile di vita ricercato. I tessuti giocano con i colori e le fantasie, realizzano combinazioni inattese e mutano velocemente passando dall'effetto lucido all'opaco, rispettando sempre il design senza tempo del Gruppo Giorgetti. Per tali ragioni, per l'approvvigionamento di questi materiali, il Gruppo si affida esclusivamente ai fornitori più qualificati che rappresentano le più prestigiose Maison italiane, francesi e europee.

Per quanto riguarda le materie prime utilizzate nel 2019, il Gruppo Giorgetti ha registrato una diminuzione sia dell'utilizzo di materie prime rinnovabili che non rinnovabili rispetto al 2018.



MATERIALI RINNOVABILI E NON RINNOVABILI DI GRUPPO

Materie prime rinnovabili ¹³			
Tipologia di materiale	Unità di misura	2019	2018
Legno	M ³	545	606
Pelle	Mt (migliaia)	32	37

Materie prime non rinnovabili ¹⁴			
Tipologia di materiale	Unità di misura	2019	2018
Tessuti	Mt (migliaia)	32	36
Cuscini	Numero	7.451	8.676

Il Gruppo Giorgetti si è posto l'obiettivo di valutare l'impatto e la sostenibilità di materiali riciclabili e naturali al fine prediligere l'utilizzo di materiali con un impatto ambientale ridotto. Nel 2019, Battaglia S.r.l. ha recuperato 130 tonnellate di legno vergine, in aumento del 4% rispetto al 2018 dove ammontava a 125 tonnellate, grazie all'utilizzo di tale materiale come combustibile per alimentare la caldaia dello stabilimento di Misinto. Inoltre, il Gruppo Giorgetti sta valutando l'opportunità e la possibilità di eliminare completamente la plastica, diventando così plastic-free, nonché i materiali d'imballo difficilmente smaltibili, come ad esempio il polistirolo, sostituendolo, ove possibile, con imballi in cartone riciclato. A questo proposito, il Gruppo promuoverà un'attività di sensibilizzazione rivolta ai propri clienti e fornitori al fine di incoraggiarli ad utilizzare le risorse in modo razionale. In particolare, dopo aver progressivamente eliminato le materie plastiche dagli imballi, il Gruppo aggiornerà i clienti su tale importante cambiamento intrapreso con l'obiettivo di ridurre sostanzialmente l'uso di materiali non riciclabili in tutto il processo produttivo, anche quello indiretto. Infine, il Gruppo Giorgetti prediligerà i fornitori che si dimostreranno in linea con i propri obiettivi di utilizzo sostenibile delle risorse, favorendo i fornitori che hanno cicli di lavorazione in linea con quanto previsto dai principi strategici del Gruppo e dalla normativa vigente. Infine, da segnalare in tale ambito, è l'iniziativa per cui il Gruppo ha iniziato ad utilizzare collanti e resine a basso tenore di formaldeide nell'ambito della lavorazione dei pannelli di legno: tale sostanza, infatti,

¹³ I dati relativi alle materie prime rinnovabili utilizzate nel 2018 e nel 2019 non comprendono i dati relativi a Battaglia S.r.l. In ottica di miglioramento continuo, il Gruppo Giorgetti si impegna ad implementare un processo strutturato di monitoraggio delle materie prime utilizzate al fine identificarne il peso in modo puntuale e uniforme.

¹⁴ I dati relativi alle materie prime non rinnovabili utilizzate nel 2018 e nel 2019 non comprendono i dati relativi a Battaglia S.r.l. Il Gruppo Giorgetti S.p.A. valuterà la possibilità di migliorare la tracciabilità dei dati attualmente disponibili in numero (cuscini).

R

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

può rilasciare nell'ambiente delle molecole in forma gassosa che, in grandi concentrazioni, possono essere nocive per l'uomo.

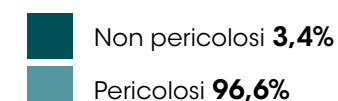
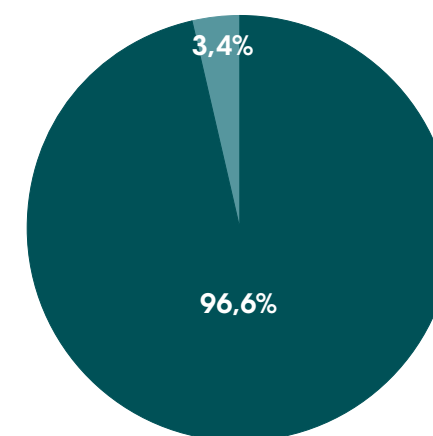
Il Gruppo riconosce la fondamentale importanza di instaurare un rapporto di fiducia, diretto, continuativo e di scambio di know-how con i propri fornitori al fine di creare valore di lungo periodo condiviso. A dimostrazione del proprio impegno nel costruire relazioni basate sulla fiducia e sulla condivisione di valore, nel 2019, il Gruppo ha deciso di collaborare con un proprio fornitore in Nepal ad un'iniziativa volta a finanziare e supportare una scuola presente nel distretto in cui quest'ultimo opera.

Il Gruppo Giorgetti, inoltre, gestisce in modo puntuale ed efficiente lo smaltimento dei propri rifiuti, al fine di rispettare la normativa vigente e mitigare il proprio impatto ambientale. In conformità con la normativa vigente, il Gruppo redige annualmente il Modello Unico di Dichiarazione (MUD) Ambientale, contenente le informazioni relative ad ogni lotto smaltito. Per favorire il corretto smaltimento di rifiuti quali carta, cartone, legno, plastica, vetro, toner e apparecchiature informatiche, Giorgetti e Battaglia adottano precise procedure per smaltire o recuperare/riciclare tali materiali nella maniera più corretta.

Per tutti i materiali di origine legnosa e derivati, Battaglia S.r.l. ha implementato un percorso di smaltimento affidandosi ad una società esterna specializzata, che si occupa anche dello smaltimento degli imballi, del cartone, della plastica e del materiale indifferenziato, che dalla seconda metà del 2019 è effettuato su tutto lo stabilimento produttivo di Misinto. L'efficienza e la funzionalità di questo sistema di smaltimento hanno permesso a Battaglia di ottenere dal comune di Misinto una riduzione delle tasse sui rifiuti, in quanto il proprio impatto sul territorio è prossimo allo zero. Infine, sempre in ottica di continuo miglioramento, sono previsti incontri bimestrali con il fornitore di supporto per ricevere una consulenza relativa ai processi di smaltimento in essere e con il fornitore che gestisce la maggior parte delle attività legate allo smaltimento dei rifiuti in modo da identificare ed analizzare eventuali miglioramenti da apportare al processo.

Nel 2019, il Gruppo Giorgetti ha prodotto 662,5 t di rifiuti, di cui 22,2 t di rifiuti pericolosi e 640,3 t di rifiuti non pericolosi, registrando un aumento pari al 33% rispetto al 2018, dovuto principalmente all'integrazione nel perimetro di rendicontazione di Battaglia S.r.l. a metà del 2018. Nel 2019, a parità di perimetro, i rifiuti prodotti da Giorgetti S.p.A., pari a 445 t, sono aumentati del 6% rispetto al 2018, anno in cui ammontavano a 420 t. Nel 2019 come nel 2018, il metodo di smaltimento più utilizzato dal Gruppo è stato il riciclo, pari al 98,9% del totale dei rifiuti smaltiti, mentre solo la quota residuale pari all'1% è stata destinata a discarica.

RIFIUTI PRODOTTI PER TIPOLOGIA NEL 2019



Il Gruppo investe le proprie risorse nello sviluppo e nell'implementazione di progetti volti ad incoraggiare ed incentivare la riduzione dei rifiuti generati, coinvolgendo e sensibilizzando i propri dipendenti circa le buone pratiche relative alla raccolta differenziata dei rifiuti, anche tramite l'ausilio di linee guida e comunicazioni interne, e alla riduzione del consumo di carta e di energia.





*R*ESPONSABILITÀ
DI PRODOTTO

R

ESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Sostenibilità significa innanzitutto durabilità del prodotto, ed in questo senso da sempre Giorgetti ricerca lo sviluppo di oggetti destinati ad un utilizzo che ci si aspetta continuo e costante nel tempo per essere tramandati alle future generazioni perpetuando, se non addirittura incrementando, il proprio valore.

Prodotti funzionali, contemporanei e dallo stile atipico e inconfondibile, in grado di conciliare la più alta tradizione ebanistica con l'impiego di sofisticate tecnologie produttive: un ambiente Giorgetti non si presenta mai come uno spazio asettico, privo di personalità, ma al contrario, lascia subito trasparire un carattere elegante, sobrio e deciso.

Un modo di arredare ben identificabile che viene definito come lo "stile Giorgetti", unico ed originale, caratterizzato per la sua unicità atipica.

Questi valori si concretizzano in prodotti che rifuggono la banalità per realizzare soluzioni esclusive e poliedriche, nel rispetto di un carattere raffinato e inconfondibile che seduce nella bellezza dei suoi contrasti.

La passione per i dettagli, l'elevata qualità intrinseca in termini di tecnologia e materiali, ma anche la qualità del design che rende ogni elemento unico nel suo genere, permettono di creare pezzi liberi da convenzioni formali che convivono serenamente in qualsiasi luogo, annullando distanze culturali e temporali.

I prodotti realizzati da Giorgetti restituiscono appieno il concetto di Made and Manufactured in Italy.

A partire dal design, dalla creatività e dallo stile, fino ad arrivare alla produzione vera e propria, l'intero processo produttivo viene realizzato totalmente in Italia da personale altamente qualificato e dotato di grande competenza nel settore del mobile. I prodotti Giorgetti presentano funzionalità e qualità dei materiali che favoriscono la loro durata nel tempo e vengono realizzati con tecnologie efficienti che rispettano l'ambiente. La produzione artigiana del Made in Italy supera la logica del prodotto standardizzato e garantisce un elevato livello di personalizzazione del prodotto.

Qualità e innovazione dei prodotti

L'unicità di Giorgetti risiede nella sua capacità di aver fatto proprie la qualità e l'innovazione dei prodotti come motori della capacità di generare valore di lungo periodo.

La continua ricerca ed innovazione di prodotto hanno avuto un ulteriore rafforzamento nel corso dell'esercizio 2019, con la presentazione di dieci nuove collezioni, alle quali si è affiancata un'ampliata collezione, denominata Atmosphere, di accessori e di elementi per la decorazione, a completamento dell'offerta tradizionale di Giorgetti nello spirito di transizione dall'Oggetto al Progetto che caratterizza la strategia di sviluppo del Gruppo. La presentazione di nuove collezioni, infatti, è anche finalizzata a supportare l'attività di progettazione di spazi architettonici articolati, che rimane una direzione di sviluppo strategico per l'azienda, specialmente laddove mirata a sviluppare sinergie di integrazione finalizzate alla contemporanea realizzazione di arredi personalizzati e su misura (cosiddetto canale "Contract" presidiato da Battaglia).

Lo sviluppo dei prodotti avviene sia internamente, attraverso la Divisione interna di R&D composta da 5 tecnici e 3 prototipisti, sia esternamente, attraverso collaborazioni con rinomati designers e architetti di fama internazionale che comunque hanno nella Divisione R&D un partner fondamentale ed essenziale per lo sviluppo delle loro idee. Dal punto di vista del prodotto, lo studio dei materiali è volto ad ottimizzare il mix tra resistenza, estetica e funzionalità, in modo da garantire il mantenimento di un vantaggio competitivo oggi difficilmente riscontrabile in altre realtà. A testimonianza dell'impegno del Gruppo sulle tematiche di sostenibilità, è inoltre presente una valutazione dei materiali utilizzati con riferimento al loro impatto, secondo la quale si prediligono materiali riciclabili e naturali, imballi in materiali alternativi al polistirolo, o ancora pannelli con bassa emissione di formaldeide. È inoltre stato testato l'utilizzo di vernici biologiche per le quali prosegue tuttavia l'attività di ricerca e sviluppo per garantire uno standard qualitativo adeguato.

Per quanto riguarda la qualità, il Gruppo ha avviato nel corso del 2019 un'attività di sensibilizzazione rivolta ai dipendenti impiegati presso i reparti produttivi, con l'obiettivo di sensibilizzarli sulla centralità della qualità in ogni fase del processo produttivo. L'attività proseguirà nel 2020 non solo per verificarne l'efficacia, ma anche e soprattutto perché considerata parte di un processo di miglioramento continuo.

Il Gruppo si avvale di un sistema di monitoraggio della qualità basato sia sull'intercettazione di eventuali problematiche all'interno dello stabilimento, le cui cause (umane o di processo) devono essere indagate, sia sul monitoraggio delle problematiche rilevate dai clienti tramite reclami, a cui il Gruppo si impegna a rispondere prontamente attraverso sia indicatori di monitoraggio specifici che processi e percorsi preferenziali ad hoc rispetto ai cicli produttivi standard per la rapida risoluzione di eventuali problematiche.

R

ESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Relazione e soddisfazione dei clienti

I prodotti di Giorgetti si rivolgono ad un interlocutore educato, sofisticato, colto ed internazionale che non accetta compromessi. La centralità del cliente è alla base dell'approccio strategico del Gruppo, che pone al centro del proprio business la soddisfazione delle esigenze dei propri clienti.

Per questo motivo, è posta particolare attenzione a tutti i processi ed i servizi che garantiscono lo sviluppo di un prodotto impeccabile e l'erogazione di un servizio tempestivo, customer centered e competente. Le attività di ascolto del cliente sono considerate un mezzo strategico per instaurare e mantenere una relazione longeva nel tempo, garantendo un confronto continuo da cui scaturiscono nuove idee e stimoli per incrementare l'offerta di prodotti di alta qualità e di design innovativo. Risulta dunque di vitale importanza raccogliere ed analizzare i dati relativi alle vendite provenienti dai mercati in cui il Gruppo Giorgetti opera, al fine di rinnovarsi e migliorarsi costantemente.

La centralità dei clienti è esaltata dal loro ruolo di "ambasciatori" del marchio Giorgetti, che permette al Gruppo di ricevere feedback costanti e di accrescere il prestigio del marchio. Per tali ragioni, è prevista l'organizzazione di diversi momenti di incontro e confronto con i propri clienti sia interni, attraverso presentazioni ad hoc, che esterni, nei punti vendita e negli atelier selezionati.

Negli ultimi anni, gli sforzi si sono concentrati principalmente sulla relazione offline con la clientela, attraverso la creazione di una rete distributiva selezionata, la formazione interna ed esterna della forza vendita e la ricerca di nuovi stimoli progettuali (sfruttando canali distinti e acquisendo nuove società) volti ad un approccio di "open innovation".

Consapevole dell'importanza dei territori in cui opera, il Gruppo ha pertanto investito nel presidio degli stessi, aumentando il numero di responsabili commerciali, sensibilmente cresciuto negli ultimi anni, sia nella sede centrale sia nelle filiali locali e creando un'apposita Divisione dedicata a seguire i negozi monomarca e gli Atelier. Un canale fondamentale tramite il quale il Gruppo comunica con i propri clienti è infatti costituito

dai venditori e rivenditori, che si trovano a stretto contatto con i consumatori finali del Gruppo ed ai quali viene pertanto erogata un'apposita formazione al fine di trasmettere al meglio la filosofia e i valori del Gruppo Giorgetti.

Con riferimento alla propria presenza online, il Gruppo ha implementato una strategia sui social media che ha portato ad un rapido riscontro del grado di apprezzamento del pubblico e che ha facilitato e aumentato il grado relazionale, ispirazionale ed aspirazionale.

Al fine di mantenere e rafforzare la relazione con la propria clientela e misurare a 360 gradi il proprio grado di soddisfazione, non solo offline e negli spazi espositivi, è stata sviluppata una piattaforma che prevede un canale formativo con vari contenuti, tra cui presentazioni sui materiali e sulle tecniche realizzative, interviste con designers ed opinion leader di settore, e un online shop (di prossima attivazione) con relativo Customer Relationship Management (CRM).

Con riferimento al monitoraggio ed alla valutazione della customer satisfaction, essa avviene tramite l'analisi di KPI quantitativi e qualitativi (nel caso in cui la valutazione di aspetti specifici non possa essere quantificata).

Nel 2020, il Gruppo ha inoltre deciso di inserire una risorsa responsabile del miglioramento dei processi di valutazione e monitoraggio della qualità e della corretta implementazione del sistema di rilevazione delle non conformità e del grado di soddisfazione della clientela e dei punti vendita.

Tale figura ha permesso di identificare e comprendere le aree di miglioramento su cui concentrare maggiormente i propri sforzi.

A tale figura si affiancano infine altre due figure chiave, costituite dai responsabili dedicati al mondo Retail Monomarca, Atelier ed "Online" e dalla funzione Trade Marketing, in continuo contatto con i gatekeepers (collaboratori commerciali, partners, rivenditori e venditori dei punti vendita del Gruppo) e con il mercato finale e focalizzata sugli strumenti dedicati ai punti vendita nonché a garantire un consolidamento della relazione con i vari canali di vendita.





A
LLEGATI

Le Nostre Performance di Sostenibilità – Risorse Umane

GRI 102-8-A DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO E GENERE [ITA-ESTERO]

Dipendenti	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia						
Indeterminato	166	48	214	163	48	211
Determinato	-	1	1	5	3	8
Estero						
Indeterminato	4	2	6	2	2	4
Determinato	-	-	-	-	-	-
Gruppo						
Indeterminato	170	50	220	165	50	215
Determinato	-	1	1	5	3	8
Totale	170	51	221	170	53	223

GRI 102-8-B DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E GENERE

Dipendenti	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	169	46	215	169	48	217
Part-time	1	5	6	1	5	6
Totale	170	51	221	170	53	223

GRI 202-2 PROPORZIONE DI SENIOR MANAGER ASSUNTI DALLA COMUNITÀ LOCALE¹⁵

Tipo di contratto d'impiego	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero totale Dirigenti	8	1	9	7	2	9
Numero totale dei Dirigenti assunti nella comunità locale	1	0	1	1	0	1
Percentuale	12,5%	0%	11,1%	14,3%	0%	11,1%

¹⁵ Per "locale" si intende la Provincia di Monza e Brianza.

GRI 401-1 NUMERO TOTALE E TASSO DI ASSUNZIONI PER AREA GEOGRAFICA, GENERE E FASCIA D'ETÀ

Dipendenti	2019					2018				
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	Tasso	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	Tasso
Italia										
Uomini	3	7	-	10	6%	3	8	3	14	8%
Donne	3	2	1	6	12%	-	3	-	3	6%
Estero										
Uomini	-	2	-	2	1%	-	-	-	-	0%
Donne	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%
Gruppo										
Uomini	3	9	-	12	7%	3	8	3	14	8%
Donne	3	2	1	6	12%	-	3	-	3	6%
Totale	6	11	1	18	8%	3	11	3	17	8%
Tasso	26%	8%	1%	8%		14%	8%	4%	8%	

GRI 401-1 NUMERO TOTALE E TASSO DI TURNOVER PER AREA GEOGRAFICA, GENERE E FASCIA D'ETÀ

Dipendenti	2019					2018				
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	Tasso	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	Tasso
Italia										
Uomini	2	5	4	11	6%	3	3	4	10	6%
Donne	-	5	3	8	16%	-	1	2	3	6%
Estero										
Uomini	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%
Donne	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%
Gruppo										
Uomini	2	5	4	11	6%	3	3	4	10	6%
Donne	-	5	3	8	16%	-	1	2	3	6%
Totale	2	10	7	19	9%	3	4	6	13	6%
Tasso	9%	8%	10%	9%		14%	3%	9%	6%	

GRI 404-1 ORE DI FORMAZIONE PRO-CAPITE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Numero di ore di formazione pro-capite	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	4,0	16,0	5,3	-	-	-
Quadri	9,8	20,0	10,6	-	-	-
Impiegati	8,5	6,0	7,1	6,5	4,3	5,3
Operai	5,9	2,9	5,7	1,7	6,8	2,0
Totale	6,6	5,3	6,5	2,4	4,6	2,9

GRI 405-1A DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO (CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE)

	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
<30 anni	-	-	-	-
30-50 anni	60%	20%	60%	20%
>50 anni	20%	-	20%	-

GRI 405-1A DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO (COLLEGIO SINDACALE)

	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
<30 anni	-	-	-	-
30-50 anni	67%	-	67%	-
>50 anni	33%	-	33%	-

GRI 405-1B NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCIA DI ETÀ

Dipendenti	2019				2018			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	-	7	2	9	-	7	2	9
Quadri	-	8	6	14	-	5	6	11
Impiegati	11	45	16	72	8	46	18	72
Operai	12	71	43	126	13	76	42	131
Totale	23	131	67	221	21	134	68	223

GRI 405-1B NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCIA DI ETÀ

Dipendenti	2019				2018			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	-	78%	22%	4%	-	78%	22%	4%
Quadri	-	57%	43%	6%	-	45%	55%	5%
Impiegati	15%	63%	22%	33%	11%	64%	25%	32%
Operai	10%	56%	34%	57%	10%	58%	32%	59%
Totale	10%	59%	30%	100%	9%	60%	30%	100%

GRI 405-1B PERCENTUALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Dipendenti	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	8	1	9	7	2	9
Quadri	13	1	14	11	-	11
Impiegati	32	40	72	31	41	72
Operai	117	9	126	121	10	131
Totale	170	51	221	170	53	223

GRI 405-1B PERCENTUALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Dipendenti	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	89%	11%	4%	78%	22%	4%
Quadri	93%	7%	6%	100%	-	5%
Impiegati	44%	56%	33%	43%	57%	32%
Operai	93%	7%	57%	92%	8%	59%
Totale	77%	23%	100%	76%	24%	100%

GRI 405-1C NUMERO DI DIPENDENTI APPARTENENTI A CATEGORIE PROTETTE

Dipendenti	2019			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	-	2	2	-	2	2
Operai	8	1	9	8	1	9
Totale	8	3	11	8	3	11

GRI 403-9 INFORTUNI SUL LAVORO

Infortunati sul lavoro - dipendenti	2019	2018
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	9	4
Tasso di infortuni - dipendenti	2019	2018
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro gravi ¹⁶	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili ¹⁷	4,7	2,4
Dati temporali - dipendenti	2019	2018
Ore lavorate	385.620	330.028
Moltiplicatore per il calcolo	200.000	200.000
Infortunati sul lavoro - lavoratori esterni	2019	2018
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	-	-
Tasso di infortuni - lavoratori esterni	2019	2018
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro gravi	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	-	-
Dati temporali - lavoratori esterni	2019	2018
Dipendenti	1.106	1.760
Moltiplicatore per il calcolo	200.000	200.000

¹⁶ Infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno da cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.
¹⁷ Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come segue: numero di infortuni sul lavoro registrabili / ore lavorate dei dipendenti per 200.000.

ALLEGATI

Le Nostre Performance di Sostenibilità – Ambiente

GRI 301-1 MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME¹⁸

Tipologia di materiali	2019	2018
Tessuti (migliaia di Mt) – Non rinnovabile	32	36
Cuscini (nr.) - Non rinnovabile	7.451	8.676
Legno (M3) - Rinnovabile	545	606
Pelle (migliaia di Mt) - Rinnovabile	32	37

GRI 302-1 CONSUMI ENERGETICI PER TIPOLOGIA (GJ)¹⁹

Tipologia di energia	2019	2018
Energia elettrica	6.348	4.061
di cui acquistata da fonte non rinnovabile	5.175	3.707
di cui auto-prodotta da fonte rinnovabile ²⁰	1.173	354
Gas naturale	4.214	4.324
Gasolio	1.605	1.293
Benzina	60	53
Totale	12.227	9.731

GRI 305-1 EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1) & GRI 305-2 EMISSIONI INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)

Emissioni per tipologia ²¹	Unità di misura	2019	2018
Emissione dirette – Scope 1	ton CO ₂	365,2	348,1
di cui da attività produttiva e riscaldamento	ton CO ₂	242,8	249,2
di cui da mobilità merci	ton CO ₂	29,7	15,8
di cui per flotta auto	ton CO ₂	92,7	83,1
Emissione indirette – Scope 2 Location Based	ton CO ₂	454,8	325,8
Emissione indirette – Scope 2 Market Based	ton CO _{2e}	694,3	497,4
Totale emissioni - Location Based	ton CO ₂	820,0	673,9
Totale emissioni - Market Based	ton CO _{2e}	1.059,5	845,5

¹⁸ Il perimetro dei dati relativi all'utilizzo di materiali rinnovabili e non rinnovabili include solo i dati relativi a Giorgetti S.p.A., in quanto il dato non risulta attualmente disponibile per Battaglia S.r.l.
¹⁹ Le fonti dei fattori di conversione utilizzati sono le Linee guida Energy Manager 2018 e Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2017 - National Inventory Report 2019.
²⁰ Proveniente dai pannelli solari presenti presso lo stabilimento di Misinto di Battaglia S.r.l.

GRI 305-7 OSSIDI DI AZOTO (NOX), OSSIDI DI ZOLFO (SOX) E ALTRE EMISSIONI SIGNIFICATIVE²²

Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (Sox) e altre emissioni significative	Ton/anno	2019	2018
NOx	ton/anno	0,3	0,5
Composti organici volatili (VOC)	ton/anno	1,3	1,3
Particolato (PM)	ton/anno	0,2	0,2

GRI 306-2 RIFIUTI PER TIPO E METODO DI SMALTIMENTO

Metodo di smaltimento	Unità di misura	2019			2018		
		Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Riciclo	ton	14,7	640,3	655,0	6,4	487,9	494,3
Discarica	ton	7,5	-	7,5	3,5	-	3,5
Totale	ton	22,2	640,3	662,5	9,9	487,9	497,8

²¹ Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione:
• Scope 1: Min. Ambiente -Tabella parametri standard nazionali 2019 e ISPRA – National Inventory Recovery 2019;
• Scope 2 Location Based: ISPRA - Fattori di emissioni della produzione elettrica nazionale e dei consumi elettrici 2019;
• Scope 2 Market Based: ALB - European Residual Mixes 2018 (Vers. 1.2).
²² Dato riportato per la sola Giorgetti S.p.A., in quanto risulta sotto la soglia di rilevanza per Battaglia S.r.l., che tuttavia prevede di iniziare un processo di misurazione e monitoraggio del particolato (PM).



GRI CONTENT INDEX

GRI

CONTENT INDEX

IL PRESENTE REPORT È STATO REDATTO IN CONFORMITÀ AI GRI STANDARDS: OPZIONE CORE.

GRI Standard	Disclosure	N. pagina	Note
GRI 101: PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE (2016)			
GRI 102: INFORMATIVA GENERALE (2016)			
Profilo dell'organizzazione			
102-1	Nome dell'organizzazione	5	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	7, 8	
102-3	Luogo della sede principale	8	
102-4	Luogo delle attività	8	
102-5	Proprietà e forma giuridica	7, 38	
102-6	Mercati serviti	8	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	7, 8, 34, 35, 44	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	44, 49, 81	
102-9	Catena di fornitura	37	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	5, 6	
102-11	Principio prudenziale	59, 60	
102-12	Iniziative esterne	9, 10	
102-13	Adesione ad associazioni	9, 10	
Strategia			
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	2	
Etica e integrità			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	36	
Governance			
102-18	Struttura della governance	38	
Coinvolgimento degli Stakeholder			
102-40	Elenco dei gruppi di Stakeholder	21	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva		La percentuale di dipendenti coperti da contratto collettivo è pari al 100%.

102-42	Individuazione e selezione degli Stakeholder	21	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli Stakeholder	22	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	23	
Pratiche di rendicontazione			
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	6	
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	23, 24	
102-47	Elenco dei temi materiali	23	
102-48	Revisione delle informazioni	5, 6	
102-49	Modifiche nella rendicontazione	5, 6	
102-50	Periodo di rendicontazione	5	
102-51	Data del report più recente	5	
102-52	Periodicità della rendicontazione	6	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	6	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	5	
102-55	Indice dei contenuti GRI	93, 100	
102-56	Attestazione esterna		Il documento non è sottoposto ad assurance esterna.

GRI Standard	Disclosure	N. pagina	Note
TOPIC-SPECIFIC STANDARDS			
GRI 200: ECONOMIC SERIES (2016)			
Topic: Performance economiche			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 33	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	33	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	33	

GRI

CONTENT INDEX

<<<

GRI-201: Performance economiche (2016)			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	34, 35	
Topic: Presenza sul mercato			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 43, 48	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	43, 48	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43, 48	
GRI-202: Presenza sul mercato (2016)			
202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	81	
Topic: Pratiche di approvvigionamento			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 37	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	37	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	37	
GRI-204: Pratiche di approvvigionamento (2016)			
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	37	
Topic: Anticorruzione			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 36	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	36	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	36	
GRI-205: Anticorruzione (2016)			
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		Nel corso del 2019 non sono stati registrati episodi di corruzione accertati.
GRI 300: ENVIRONMENTAL SERIES (2016)			

>>>

Topic: Materiali			
GRI-205: Anticorruzione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 63, 67	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	63, 67	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	63, 67	
GRI-301: Materiali(2016)			
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	66, 87	
Topic: Energia			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 59, 60	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	59, 60	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	59, 60	
GRI Standard	Disclosure	N. pagina	Note
GRI-302: Energia (2016)			
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	60, 61, 87	
Topic: Emissioni			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 59, 60	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	59, 60	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	59, 60	
GRI-305: Emissioni (2016)			
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	61, 62, 87	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	61, 62, 87	
305-7	Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative	62, 88	
Topic: Scarichi idrici e rifiuti			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 67, 69	

GRI CONTENT INDEX

103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	67, 68	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	67, 68	
GRI-306: Scarichi e rifiuti (2016)			
306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	67, 68, 88	
Topic: Conformità ambientale			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 59	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	59	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	59	
GRI-307: Compliance ambientale (2016)			
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale		<i>Nel corso del 2019 non sono state comminate multe e sanzioni per il non rispetto di leggi e regolamenti ambientali.</i>
GRI 400: SOCIAL SERIES (2016)			
Topic: Occupazione			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 43, 46, 48, 50	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	43, 46, 48, 50	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43, 46, 48, 50	
GRI-401: Occupazione (2016)			
401-1	Nuove assunzioni e turnover	46, 48, 82	
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	49, 50	

GRI Standard	Disclosure	N. pagina	Note
Topic: Salute e sicurezza sul lavoro			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 43, 53, 55	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	43, 53, 54	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43, 53, 54	
GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	53, 54	
403-2	Tipologie di infortuni, indice di frequenza, indice di gravità, tasso di assenteismo e numero di decessi correlati al lavoro	53, 54	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	53, 54	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	53, 54	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	53, 54	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	53, 54	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	53, 54	
403-9	Infortuni sul lavoro	54, 87	
Topic: Formazione e istruzione			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 43, 51, 52	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	43, 51, 52	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43, 51, 52	

GRI

CONTENT INDEX

<<<

GRI-404: Formazione e istruzione (2016)			
404-1	Ore medie di formazione annua per un dipendente	51, 52, 83	
Topic: Diversità e pari opportunità			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 43, 44, 48	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	43, 44, 48	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43, 44, 48	
GRI-405: Diversità e pari opportunità (2016)			
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	38, 45, 46, 84, 85	
Topic: Non discriminazione			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 25, 26, 43, 48	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	43, 48	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43, 48	
GRI-406: Non discriminazione (2016)			
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel corso del 2019 non sono stati segnalati episodi di discriminazione.
Topic: Compliance socioeconomica			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 36	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	36	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	36	

GRI Standard	Disclosure	N. pagina	Note
GRI-419: Compliance socioeconomica (2016)			
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica		Nel corso del 2019 non sono state comminate pene pecuniarie significative e sanzioni non monetarie per la non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica.
Topic: Qualità e innovazione dei prodotti			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 25, 26, 73, 74	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	73, 74	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	73, 74	
Topic: Relazione e soddisfazione dei clienti			
GRI-103: Modalità di gestione (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	5, 6, 23, 24, 75, 76	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	75, 76	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	75, 76	

I diritti delle immagini sono di proprietà degli autori e della Giorgetti S.p.A. e di Battaglia S.r.l. È vietata la riproduzione anche solo parziale. Giorgetti S.p.A. si riserva il diritto di apportare le modifiche necessarie e migliorative ai prodotti qui illustrati, in qualsiasi momento e senza obbligo di preavviso.

GIORGETTI | **BATTAGLIA**

© giorgetti spa 2020

© battaglia srl 2020