



GIORGETTI | BATTAGLIA

BILANCIO SOSTENIBILITÀ 2019  
E X T R A C T

# INDEX

Lettera agli Stakeholder	<u>1</u>
Gli Highlights del Gruppo	<u>3</u>
Le sedi del Gruppo Giorgetti	<u>5</u>
Iniziative e riconoscimenti	<u>7</u>
La nostra storia	<u>9</u>
La sostenibilità del Gruppo	<u>15</u>
<b>Area 1:</b>	<b><u>25</u></b>
Responsabilità Economica e di Governance	
<b>Area 2:</b>	<b><u>33</u></b>
Responsabilità verso le Persone	
<b>Area 3:</b>	<b><u>43</u></b>
Responsabilità Ambientale	
<b>Area 4:</b>	<b><u>53</u></b>
Responsabilità di Prodotto	

# 1 lettera 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 longevo 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 longevo 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



## 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



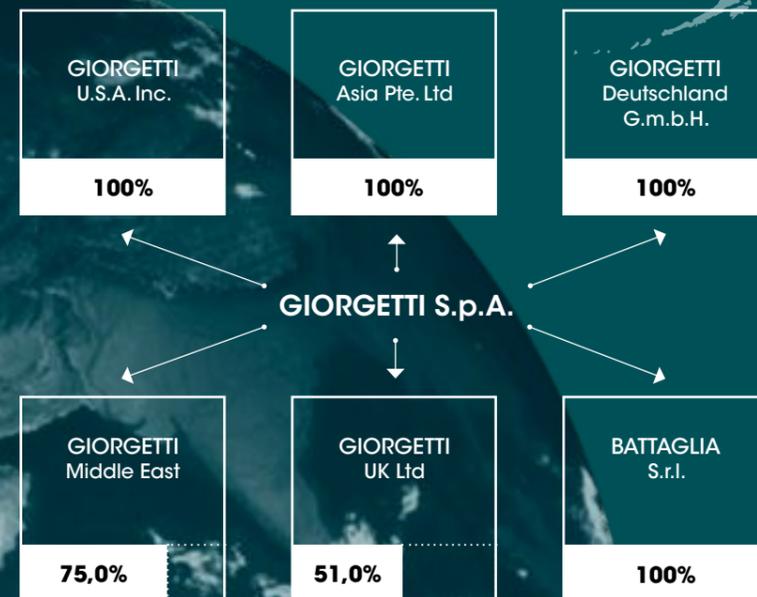
## COMUNITÀ

96,7% della spesa del Gruppo verso fornitori locali

# 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 architettonici articolati e trasversali in 90 paesi tramite 361 punti vendita di cui
  - oltre il 50% shop-in-shop,
  - 18 negozi monomarca in Europa, Africa, Asia e Stati Uniti,
  - 6 Atelier in alcune delle città più strategiche per il settore dell'arredo.



GIORGETTI S.p.A.  
HEADQUARTERS  
MEDA (ITALY)

GIORGETTI S.p.A. SHOWROOM  
LENTATE SUL SEVESO (ITALY)

GIORGETTI ATELIER  
MILANO

BATTAGLIA  
HEADQUARTERS  
MISINTO (ITALY)

# i INIZIATIVE E RICONOSCIMENTI

Giorgetti ha realizzato negli anni moltissime iniziative, anche culturali, e ha conquistato numerosi premi e riconoscimenti, senza mai perdere il fortissimo legame con il proprio Territorio ed il desiderio di dare voce e visibilità a storie, racconti, tradizioni che altrimenti rischierebbero di essere progressivamente dimenticate.

*"Object to Project. Giorgetti design since 1898"* è il titolo del libro che racconta e celebra 120 anni di dedizione nel mondo del design Made in Italy, protagonista del progetto di mostre itineranti per il mondo nel 2018 e che ha dato origine alla creazione del cortometraggio omonimo.

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: Confindustria, Fondazione Altagamma, FederlegnoArredo, Milano Durini Design.

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

THE CABINET OF MEMORIES.  
Chi Wing Lo,  
2018.

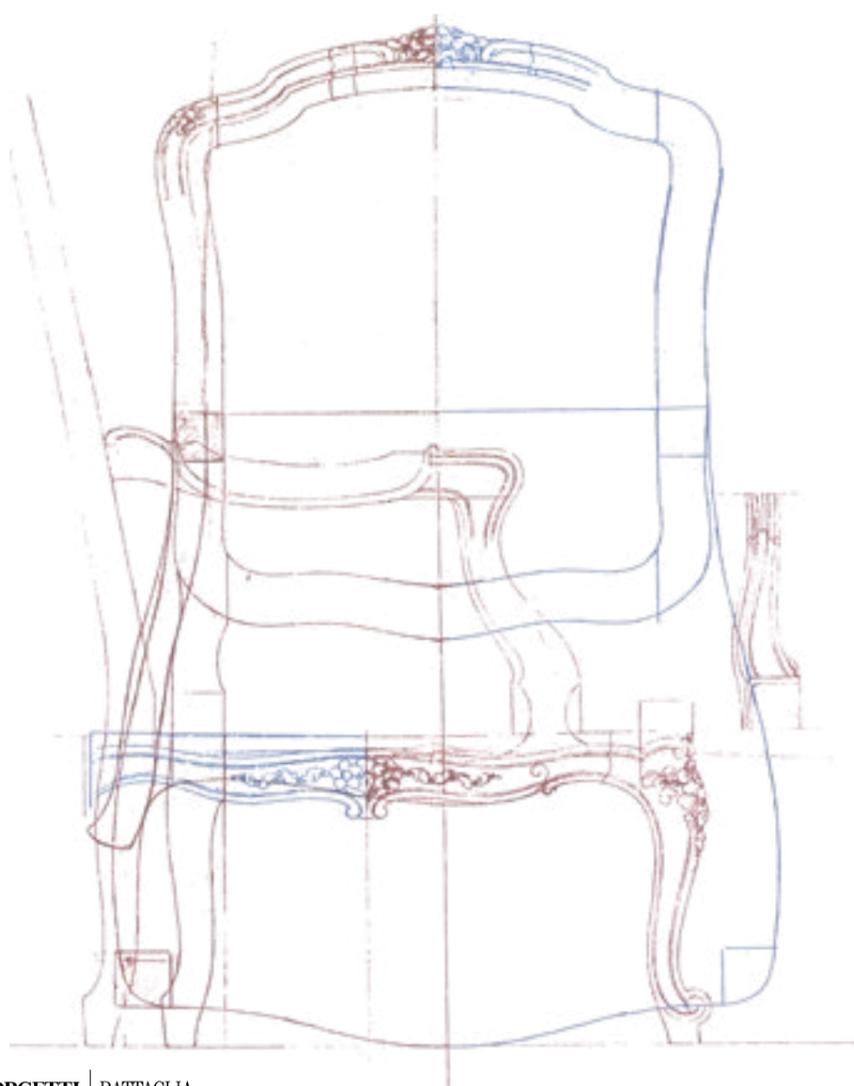


# la NOSTRA STORIA

## 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



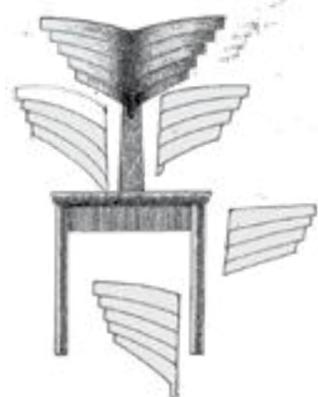
1987 >>>

# la NOSTRA STORIA

<<<

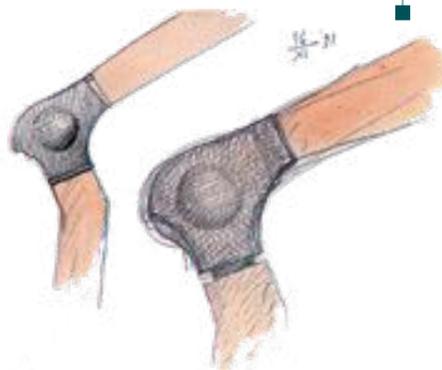
1990

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



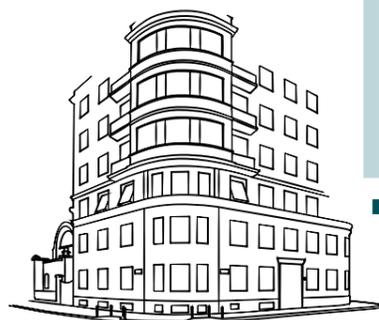
2000

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



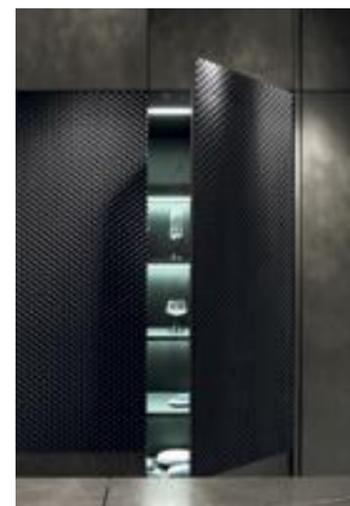
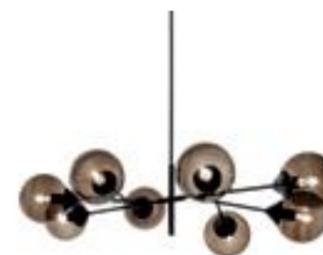
2015

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

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



2018

Giorgetti consolida la propria strategia di crescita nell'ambito del contract e acquista **Battaglia**





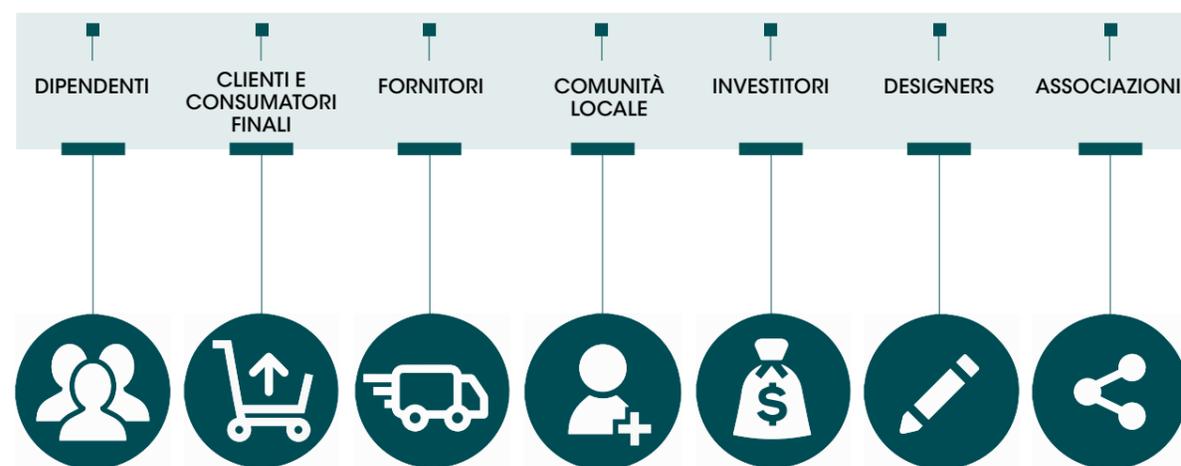


*la* SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO

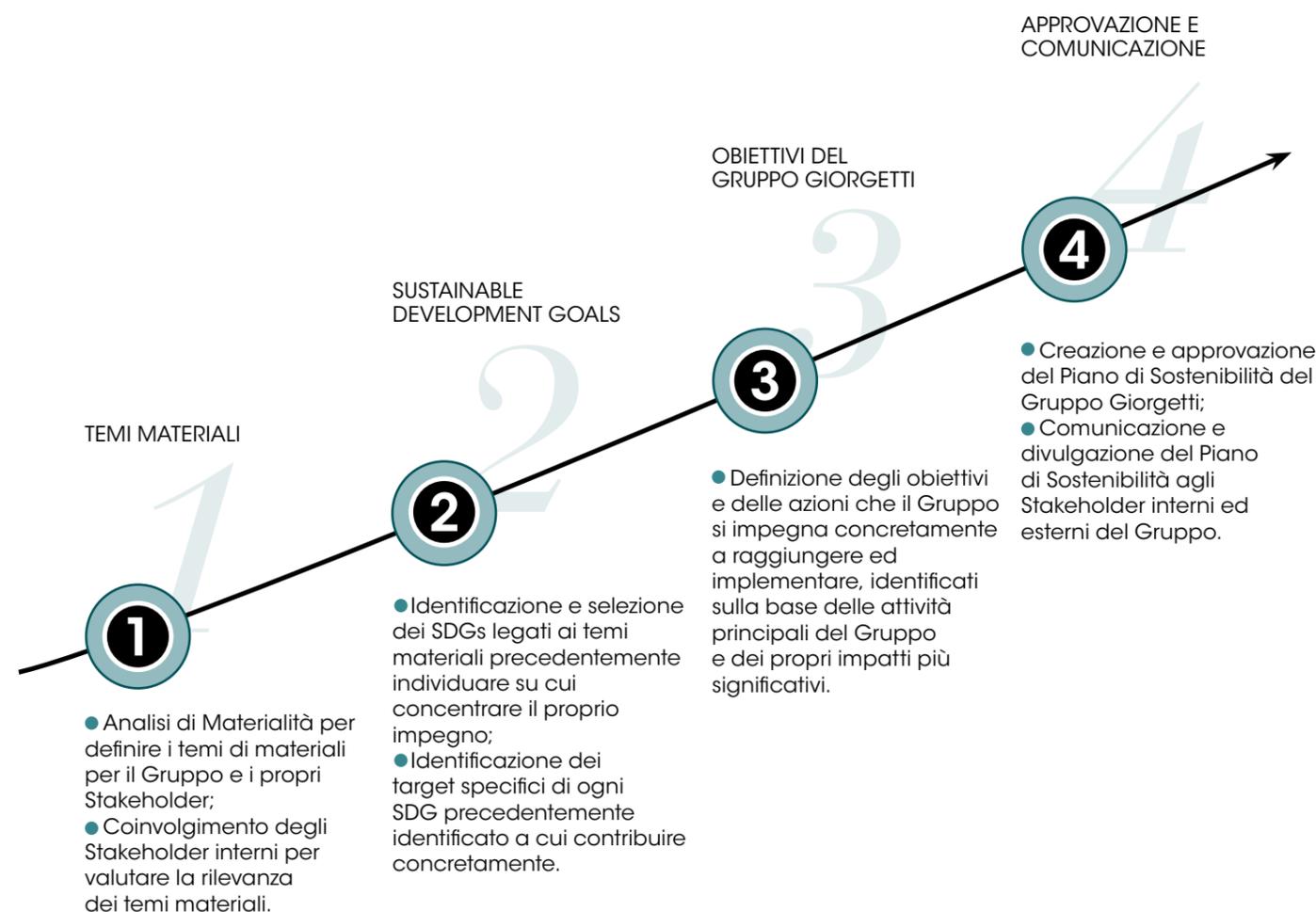
# il PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

- 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. Prima di quella data Giorgetti implementava un Modello Salute e Sicurezza estremamente dettagliato in vigore già dal 2010.
- 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: concretizzazione dell'impegno di Giorgetti in ambito di sostenibilità, ponendola come importante driver di crescita e integrandola nella gestione aziendale.

## STAKEHOLDERS DEL GRUPPO



## PERCORSO METODOLOGICO



# il PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Il Gruppo Giorgetti ha deciso di sviluppare ed adottare il proprio Piano di Sostenibilità, guidando e sostenendo le proprie attività quotidiane in un nuovo percorso.
- Il Piano rappresenta l'impegno del Gruppo:
  - A supportare il miglioramento e il rafforzamento continuo della propria performance in ambito ambientale, sociale ed economico;
  - A contribuire al raggiungimento degli obiettivi per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, denominati Sustainable Development Goals (SDGs);
  - A rafforzare i rapporti del Gruppo con i propri Stakeholder.

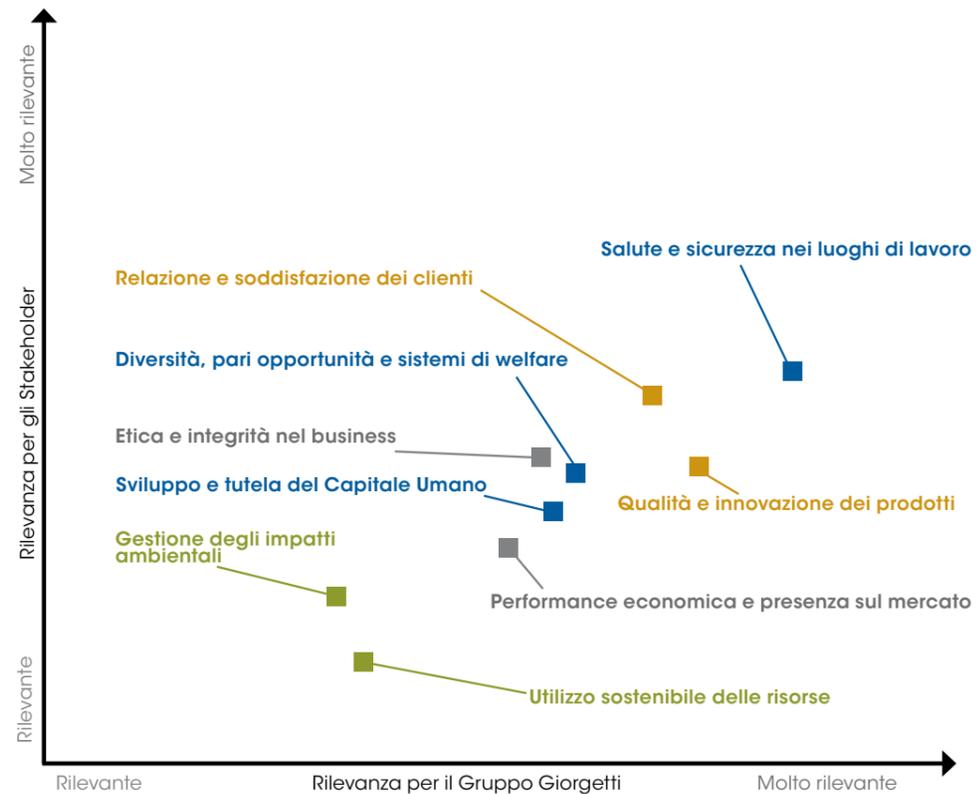
## ● GLI SDGS INDIVIDUATI DAL GRUPPO GIORGETTI



- Definizione iniziale di 4 aree tematiche:
  - Responsabilità Economica e Governance
  - Responsabilità verso le Persone
  - Responsabilità Ambientale
  - Responsabilità di Prodotto
- ➔ Ad esse fanno riferimento i 9 temi materiali emersi dall'analisi di Materialità, al fine di individuare le priorità strategiche su cui concentrare il proprio impegno di Sostenibilità.

La Matrice di Materialità rappresenta i temi rilevanti per il Gruppo Giorgetti (asse orizzontale) e per i propri Stakeholder (asse verticale) su cui il Gruppo focalizza il proprio impegno di sostenibilità. I temi materiali sono suddivisi in quattro aree tematiche.

## ● LA MATRICE DI MATERIALITÀ E L'INCROCIO TRA AREE TEMATICHE ED I TEMI MATERIALI



# il 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												





*Area 1:*

**R**ESPONSABILITÀ ECONOMICA  
E DI GOVERNANCE

# Area 1:

## RESPONSABILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

- La performance economica e finanziaria del Gruppo è importante nell'ottica della sostenibilità in quanto garantisce sicurezza economica e di prospettive future ai dipendenti, crea e sostiene l'indotto, contribuisce all'economia locale e del distretto del legno-arredo.

### 1. Performance economica e presenza sul Mercato

Il Gruppo Giorgetti ha chiuso l'esercizio 2019 con ricavi delle vendite pari a ca. Euro 61 milioni (a fronte di un valore della produzione di ca. Euro 63 milioni) rispetto a ca. Euro 59 milioni nell'esercizio 2018, con una crescita del 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.

Crescita 3,8% nonostante il primo anno di integrazione con Battaglia abbia assorbito energie umane finalizzate alla ricerca delle migliori sinergie di integrazione.

Crescita in tutte le aree geografiche ad eccezione del Medio Oriente.

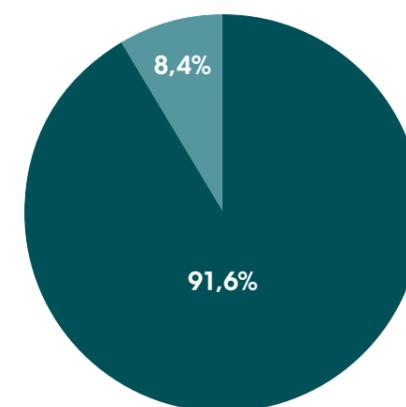
Performance positiva sia dei multibrand che dei monobrand.

Performance positiva dello sviluppo del canale Project.

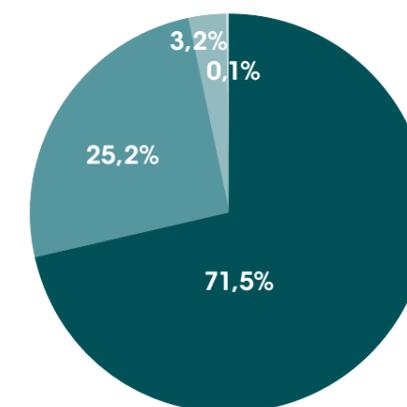
### 2. Valore generato e distribuito agli Stakeholders

Pari ad oltre 62 milioni di Euro (contro i 58 del 2018), segnando una crescita del 6,2% di cui 57 milioni di Euro sono stati distribuiti agli Stakeholder.

#### VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO NEL 2019



Valore economico distribuito **91,6%**  
Valore economico trattenuto **8,4%**



Costi operativi **71,5%**  
Remunerazione del personale **25,2%**  
Remunerazione alla pubblica amministrazione **3,2%**  
Remunerazione della comunità **0,1%**

# Area 1:

## RESPONSABILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

### 3. Etica ed Integrità di Business

- 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.
- Dal 2017 il Gruppo si è dotato di un Modello di Organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/01 completo (la parte del Modello relativa agli aspetti di Salute e Sicurezza sul lavoro era già stata implementata a partire dal 2010).



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.

### 4. Catena di Fornitura

- La sostenibilità della catena di fornitura e dei processi produttivi è un tema centrale per le attività del Gruppo → 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.
- Il Gruppo sostiene una sempre più accurata ricerca nei materiali e nell'identificazione di fonti di approvvigionamento certificate che vengono condivise con i propri fornitori.
- A tutti i fornitori viene richiesto di prendere visione del Codice Etico e del Modello di Organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/01.

#### PROVENIENZA FORNITORI



### 5. Governance di Sostenibilità

Il sistema di corporate governance adottato dalla Capogruppo Giorgetti S.p.A. è volto ad assicurare una equilibrata collaborazione tra le sue componenti.

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







*Area 2:*

**R**ESPONSABILITÀ  
VERSO LE PERSONE

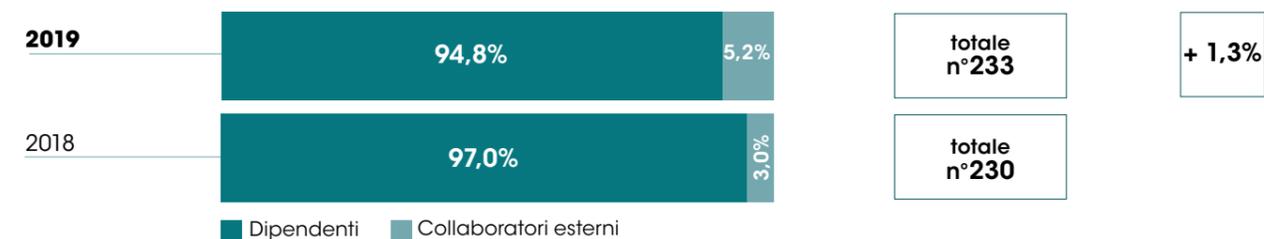
## Area 2: RESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

- 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 sicuro e protetto. Il Gruppo ha costituito un OSSERVATORIO AZIENDALE per monitorare il rispetto e la tutela di questi valori.

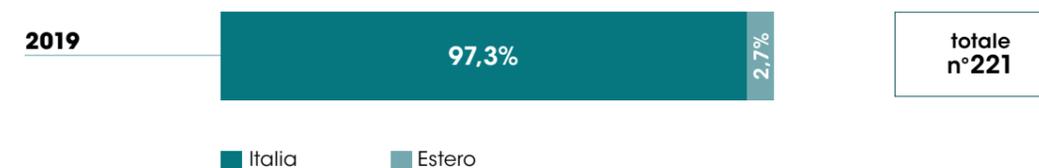


### 6. Diversità e pari opportunità

#### ● FORZA LAVORO



#### ● PROVENIENZA DEI LAVORATORI DIPENDENTI



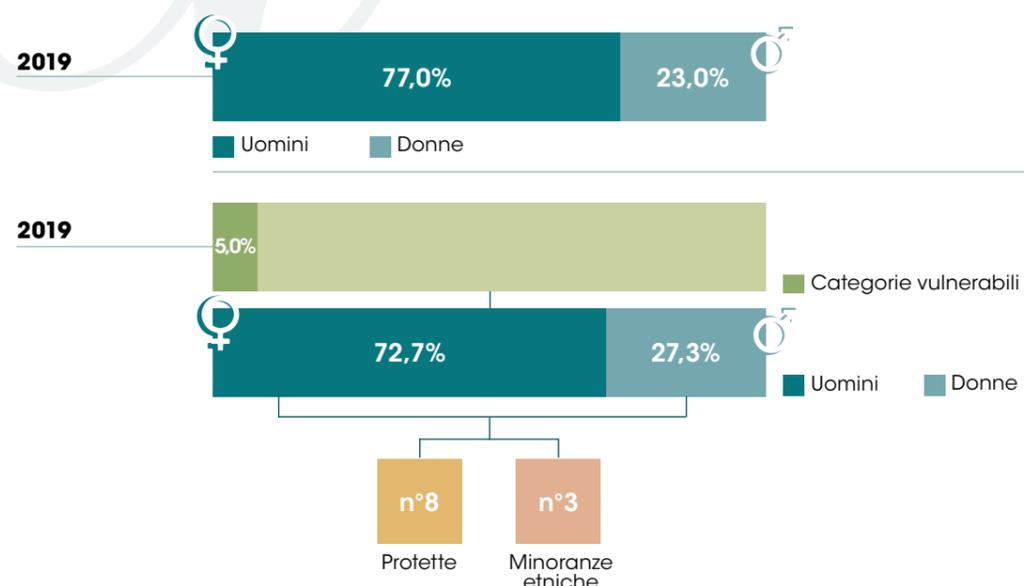
#### ● TIPOLOGIA DI CONTRATTI



➔ Impegno a mantenere rapporti di lavoro **lunghi e duraturi**.

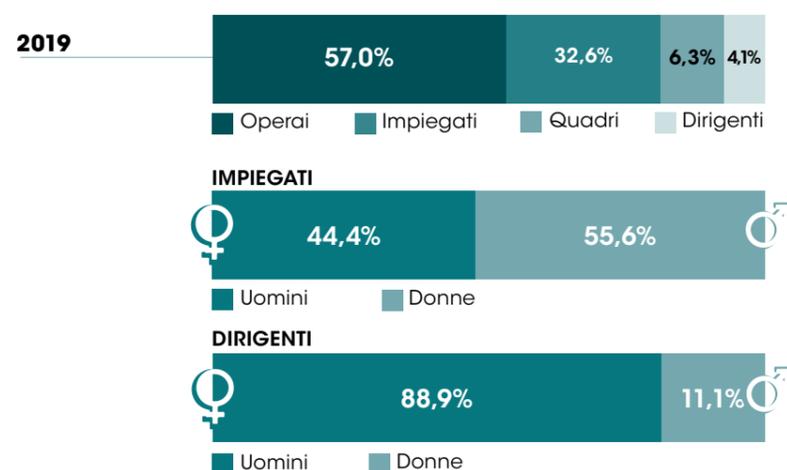
# Area 2: RESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE

## DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

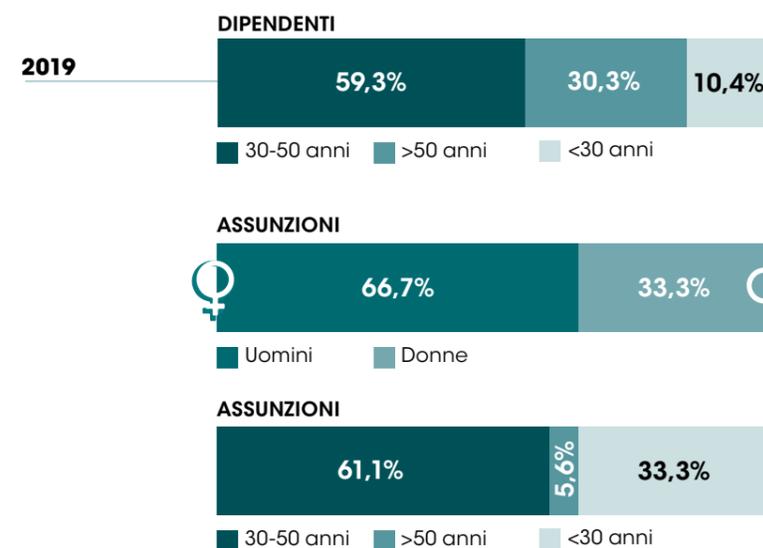


Il Gruppo si impegna a rispettare i diritti fondamentali delle persone tutelandone l'integrità morale e garantendo **eguali opportunità** in linea con quanto definito all'interno del Codice Etico.

## INQUADRAMENTO



## ETÀ E ASSUNZIONI



Tasso in entrata pari a circa **8%**, favorendo in particolare l'assunzione di **giovani talenti**.

Il Gruppo ha anche attivato **stage e tirocini** volti a formare e trasmettere i valori ed il know-how aziendale ai nuovi entrati, momento importante di formazione delle giovani risorse. Nel 2019, nel Gruppo gli stage attivi sono pari a 5, di cui 2 sono stati poi assunti dal Gruppo.

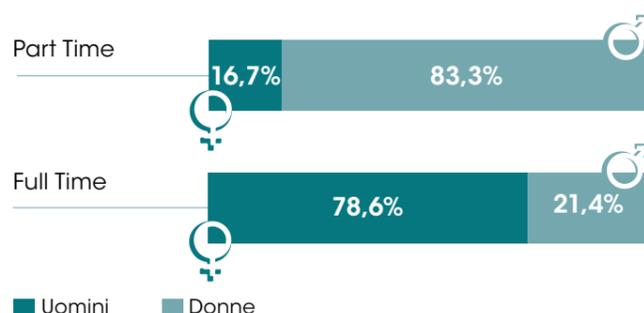
# Area 2:

## RESPONSABILITÀ VERSO LE PERSONE



### 7. 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.
- Il Gruppo sostiene i dipendenti nel trovare il giusto equilibrio tra lavoro e vita privata: nel 2019 ha riconosciuto 6 contratti part-time, pari al 3% dell'organico (1 uomo e 5 donne).



- Il Gruppo Giorgetti adotta un Contratto di II livello ad integrazione del Contratto Collettivo Nazionale, per regole più efficaci e vicine alle esigenze dei propri dipendenti.

- La Componente Welfare è fondamentale per il Gruppo, con:

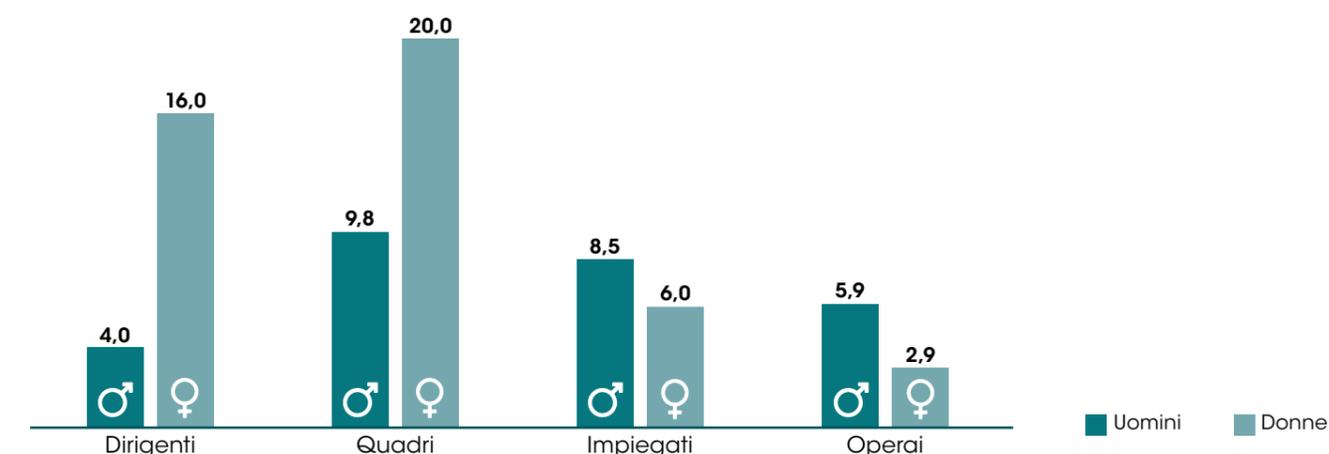
- la disponibilità di un'assicurazione sanitaria integrativa - Fondo Altea - per tutti i dipendenti impiegati (a tempo pieno e part-time, a tempo determinato e indeterminato), i cui costi sono completamente a carico del Gruppo;

- la possibilità di adesione ad altri fondi di assistenza sanitaria e previdenziale per i dipendenti e, in particolare, per i dirigenti, le cui spese sono generalmente ripartite tra il Gruppo e il beneficiario.

### 8. Sviluppo e tutela del Capitale Umano

- La corretta valorizzazione delle proprie persone attraverso la formazione è fondamentale, in quanto garantisce il benessere e l'evoluzione del proprio capitale umano e, conseguentemente, la crescita di lungo periodo dell'organizzazione stessa.
- La formazione non è 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.
- Nel 2019, sono state realizzate 1.428 ore totali di formazione, per una media di circa 6,5 ore all'anno per dipendente, in considerevole aumento rispetto all'anno precedente.

#### ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE AL 31 DICEMBRE 2019



- Il Gruppo ritiene fondamentale l'investimento formativo anche nei confronti delle nuove generazioni:
  - da diversi anni è stata avviata la collaborazione con il sistema scolastico professionale, con l'obiettivo di indirizzare i percorsi formativi previsti e di fornire la possibilità di realizzare la cosiddetta "esperienza sul campo" da parte degli studenti.
  - nel 2019, 7 studenti hanno partecipato a progetti di alternanza scuola-lavoro all'interno dei siti produttivi del Gruppo.

### 9. Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro

- Il Gruppo Giorgetti si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro e protetto e a diffondere la cultura della prevenzione e della sicurezza.
- Nel corso del 2019, il Gruppo ha registrato tra i suoi dipendenti 9 infortuni sul lavoro, di cui nessuno mortale.





Area 3:  
**R**ESPONSABILITÀ  
 AMBIENTALE

## Area 3: RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Il management e gli Stakeholder del Gruppo riconoscono la sostenibilità ambientale come una priorità e un obiettivo fondamentale che il Gruppo Giorgetti deve perseguire

→ impegno ad utilizzare strumenti e tecnologie innovative e a ridotto impatto ambientale.

Il Gruppo è profondamente radicato nel proprio territorio

→ obiettivo di proteggere e conservare questa realtà, non solo al livello strettamente ambientale, ma anche a livello culturale e di salvaguardia delle professionalità e competenze acquisite nel tempo, fondamentali per garantire la crescita e la continuità del business.

Il Gruppo monitora costantemente i livelli di emissione per i principali rischi ambientali legati al proprio processo produttivo (in particolare falegnameria e verniciatura).

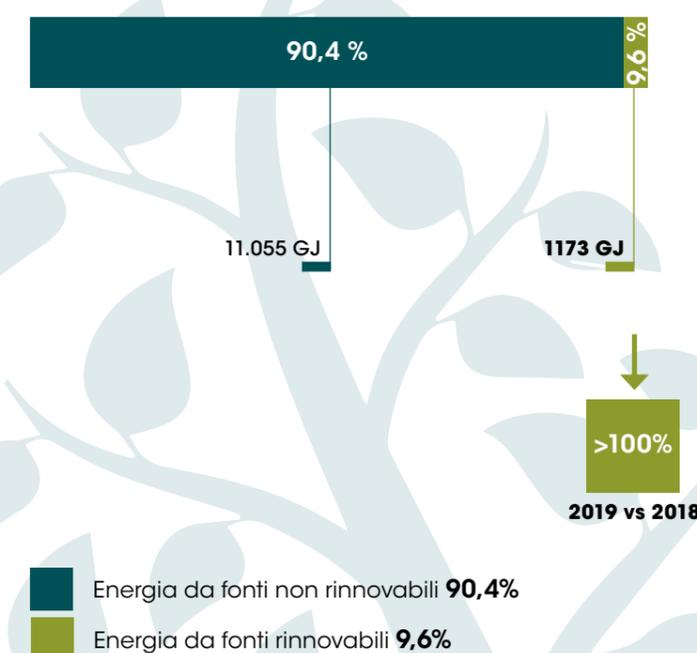
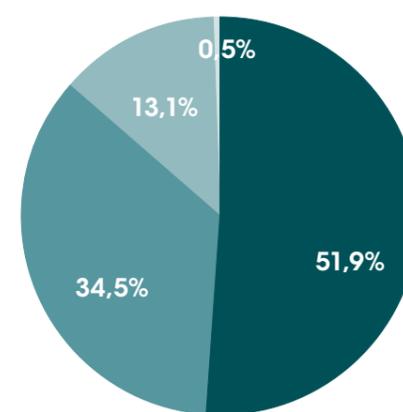
Il Gruppo mira a ridurre l'impatto ambientale attraverso l'attenta selezione e il monitoraggio dei propri fornitori (in particolare nell'approvvigionamento delle materie prime).

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 CO<sub>2</sub>. 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.

### 11. Gestione degli impatti ambientali: consumi energetici ed emissioni

- Impegno 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 laddove possano essere particolarmente utili apportando competenze distintive.
- Implementazione del Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/01 (in vigore dal 2017 e già dal 2010 per la parte Ambiente, Salute e Sicurezza) come pilastro di formazione, disciplina e coordinamento verso la minimizzazione degli impatti ambientali.
- Grande attenzione alla sensibilizzazione e formazione dei dipendenti (si veda anche il capitolo Sviluppo e Tutela del capitale umano).

#### CONSUMI ENERGETICI DEL GRUPPO



# Area 3:

## RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

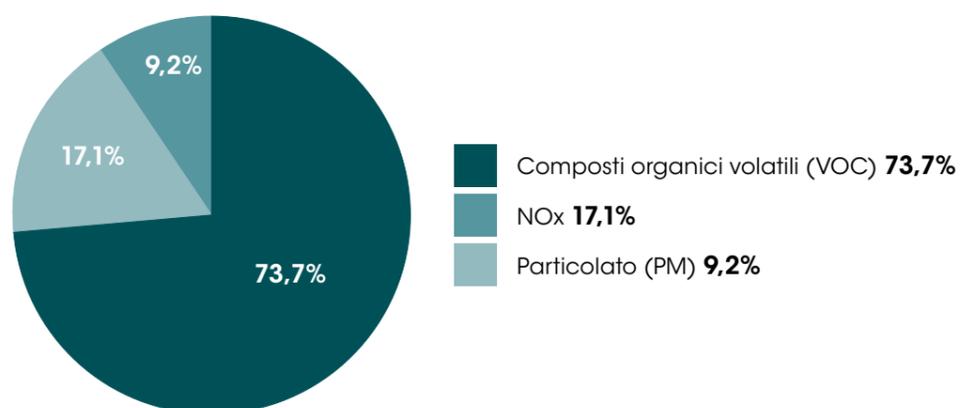
### >>>11.

#### Emissioni

Nel 2019, il Gruppo Giorgetti ha prodotto in totale 820,0 tonnellate di CO<sub>2</sub>, considerando le emissioni Scope 2 calcolate con metodo Location Based, e 1.059,5 tonnellate di CO<sub>2</sub>e, considerando le emissioni Scope 2 calcolate con metodo Market Based, registrando un aumento rispettivamente del 22% e del 25% rispetto al 2018. A parità di perimetro (integrazione Battaglia esclusa), 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.

- Le emissioni dirette di Scope 1 dovute ai consumi energetici sono state pari a 365,2 tonnellate di CO<sub>2</sub>, 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 CO<sub>2</sub>, mentre quelle calcolate secondo il metodo Market Based sono pari a 694,3 tonnellate di CO<sub>2</sub>.

Per le altre emissioni, le NOx risultano inferiori al 2018, mentre le rimanenti sono in linea con il 2018:

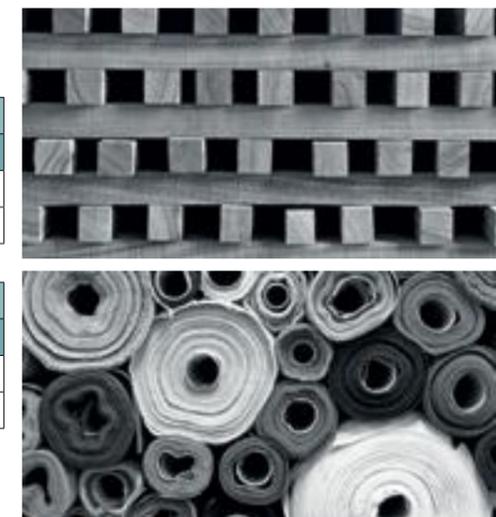


### 12. Utilizzo sostenibile delle risorse: materiali e rifiuti

- 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.
- In questo contesto, il Gruppo 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 e di altri materiali naturali, ma anche investendo i propri sforzi nel selezionare accuratamente e consapevolmente i propri fornitori, privilegiando quei fornitori che operano in conformità con i principi della sostenibilità.
- Nel 2019, il Gruppo Giorgetti ha registrato una diminuzione sia dell'utilizzo di materie prime rinnovabili che non rinnovabili rispetto al 2018.

Materie prime rinnovabili <sup>1</sup>			
Tipologia di materiale	Unità di misura	2019	2018
Legno	M <sup>3</sup>	545	606
Pelle	Mt (migliaia)	32	37

Materie prime non rinnovabili <sup>2</sup>			
Tipologia di materiale	Unità di misura	2019	2018
Tessuti	Mt (migliaia)	32	36
Cuscini	Numero	7.451	8.676



- L'obiettivo è prediligere l'utilizzo di materiali con impatto ambientale ridotto, incrementando l'uso di materiali riciclati. 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.
- Il Gruppo, infine, sta valutando l'opportunità e la possibilità di eliminare completamente la plastica, diventando così plastic-free, nonché i materiali d'imballo difficilmente smaltibili.

<sup>1</sup>. 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 di identificarne il peso in modo puntuale e uniforme.

<sup>2</sup>. 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).

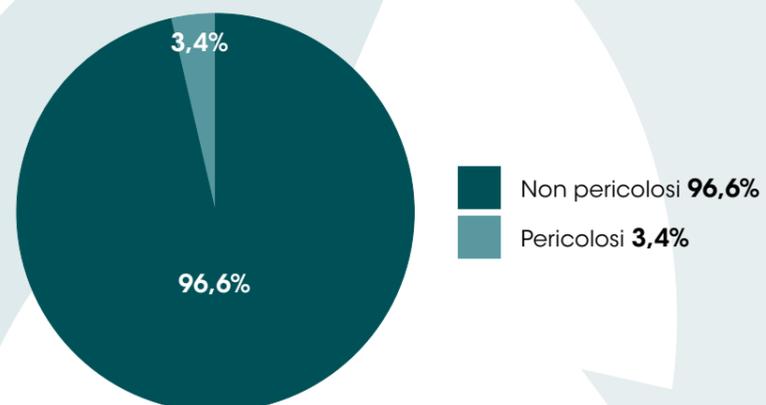
# Area 3:

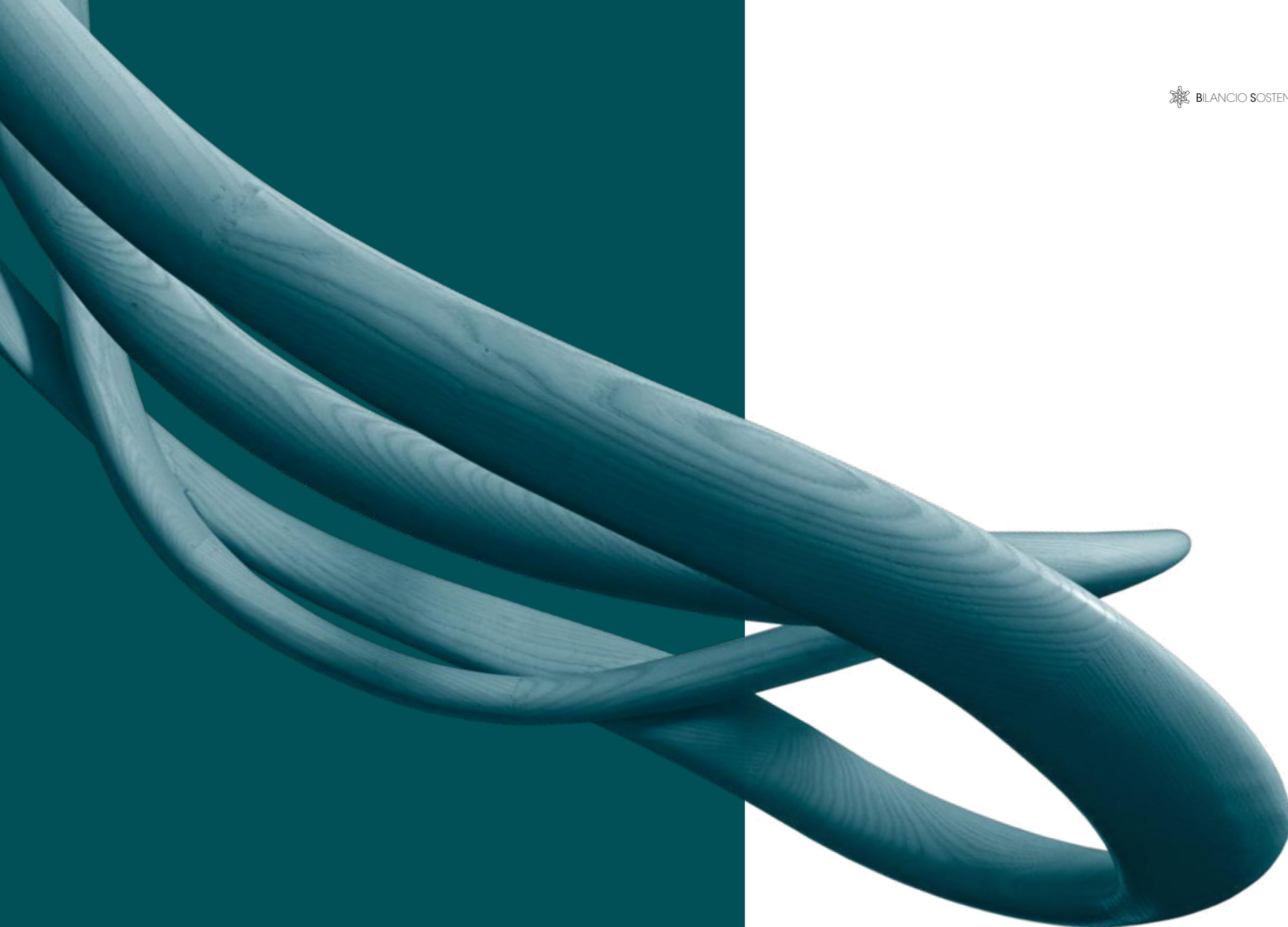
## RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

>>>12.

Grande attenzione infine ai rifiuti:

- Nel 2019, il Gruppo 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. A parità di perimetro, i rifiuti prodotti da Giorgetti S.p.A., pari a 445 t, sono aumentati del 6% rispetto al 2018, dove 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'1,1% è stata destinata a discarica.







*Area 4:*  
**R**ESPONSABILITÀ  
DI PRODOTTO

## Area 4: RESPONSABILITÀ 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.



### 13. Qualità ed 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.
- Nel 2019 Giorgetti ha presentato 10 nuove collezioni di prodotto, alle quali si è affiancata un'ampliata collezione, denominata Atmosphere, di accessori e di elementi per la decorazione, a completamento dell'offerta tradizionale Giorgetti nello spirito di transizione dall'Oggetto al Progetto che caratterizza la strategia di sviluppo del Gruppo.
- Lo sviluppo dei prodotti avviene sia internamente, attraverso la Divisione 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.
- Il Gruppo si avvale di un sistema di monitoraggio della qualità
  - intercettazione dei problemi durante la fase produttiva e nelle interazioni con la propria rete di clienti
  - processi e percorsi preferenziali ad hoc rispetto ai cicli produttivi standard per la rapida risoluzione di eventuali problematiche.

### 14. Relazione e soddisfazione dei clienti

- il Gruppo pone 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.
  - approccio di «open innovation» grazie ad investimenti continui per:
    - incrementare il presidio dei territori nei quali il Gruppo opera attraverso strutture organizzative dedicate
    - incrementare il presidio dei canali social e digitali
- Monitoraggio della customer satisfaction attraverso sistema KPI quantitativi e qualitativi dedicati ed un'organizzazione dedicata focalizzata a garantire un consolidamento della relazione con i vari canali di vendita.



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