



**BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ
2016**

PANARIAgroup®



LA RESPONSABILITÀ, OLTRE LA SUPERFICIE.

Siamo le scelte che facciamo.

Abbiamo scelto di toccare e impreziosire le vite delle persone con l'eccellenza delle nostre creazioni ceramiche, e di farlo sospinti dal valore del rispetto.

Abbiamo scelto di lavorare orientandoci alla sostenibilità del nostro agire.

Abbiamo scelto le parole di persone che ogni giorno, in Panariagroup, onorano la responsabilità di realizzare superfici capaci di migliorare la qualità dell'abitare e del vivere.



LETTERA
AGLI STAKEHOLDER

Il 2017 segna la nascita del nostro primo Bilancio di Sostenibilità: il frutto di un percorso di riflessione e di consapevolezza del nostro ruolo di impresa responsabile, in una società sostenibile.

Un impegno che ha contraddistinto il nostro Gruppo fin dalle sue origini, un modo di fare business in maniera etica e rispettosa delle risorse e delle persone che ha sempre contrassegnato l'operare di chi ha fondato l'azienda e di tutti i nostri collaboratori. Sempre mantenendo l'impegno di creare valore a lungo termine, con particolare attenzione a tutti i portatori di interesse e alle risorse materiali utilizzate nei processi produttivi.

Il Bilancio di Sostenibilità che presentiamo è la fotografia di quest'impegno e vuole rappresentare in maniera coerente, efficace e accessibile ai nostri stakeholder le attività svolte da Panariagroup e l'impatto di queste sulla società circostante. Siamo peraltro fermamente convinti che questo approccio al fare impresa rappresenti una leva strategica di differenziazione, per fare emergere Panariagroup rispetto a tutti i player di settore non solo per la sua forza industriale e di prodotto, ma anche per il suo modo di fare le cose.

Riconosciamo, infatti, che il futuro e i driver di scelta dei consumatori saranno - lo sono già - sempre di più orientati a prodotti e aziende che operano secondo logiche di sostenibilità. Tutto questo non solo è giusto e coerente con un approccio saggio e maturo ai consumi nel mondo moderno, ma ci trova assolutamente pronti, convinti e allineati a questa cultura.

Durante questo percorso di ricerca, coinvolgendo le nostre risorse interne - il fulcro della nostra realtà imprenditoriale - e raccogliendo le informazioni presentate in questo documento, abbiamo avuto prova che la sostenibilità è parte intrinseca dei nostri valori e del nostro approccio imprenditoriale.

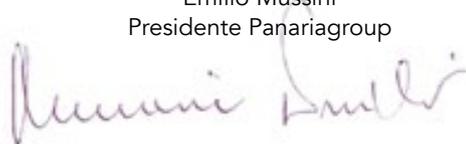
Il processo di ricerca e approfondimento ha rappresentato per noi anche l'occasione per conoscere sempre più a fondo la realtà aziendale a cui negli anni abbiamo dato forma. Dalla gestione delle risorse energetiche alla commercializzazione dei nostri prodotti, dal benessere dei nostri dipendenti all'impatto sulle comunità locali.

Di questo non vogliamo compiacerci, ma cogliere un incentivo per impegnarci sempre di più, prendendo decisioni strategiche ancora più consapevoli e rappresentative dei valori di rispetto e affidabilità che da sempre ci contraddistinguono.

Sono chiara conferma di tutto questo alcune scelte strategiche e industriali adottate con largo anticipo rispetto al resto del settore: si consideri, ad esempio, la decisione presa già all'inizio degli anni 2000 di investire (primo gruppo ceramico a farlo) nella tecnologia del grès porcellanato laminato, un prodotto che non solo ha rivoluzionato il modo di concepire la piastrella e ha aperto il suo utilizzo a modalità di impiego impensabili fino a pochi anni fa, ma che rappresenta il manifesto di una innovazione di prodotto votata alla sostenibilità, grazie al minore impiego di materie prime e di risorse produttive in genere. In relazione a questa categoria di prodotti, Panariagroup è fiera di essere a oggi il Gruppo con il più alto volume di vendite di materiali ultrasottili generato nel mondo.

Siamo dunque orgogliosi di presentare per la prima volta nella nostra storia il Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup, che noi vogliamo intendere come linea di partenza di un cammino che ci porterà a progettare nuove iniziative, a documentarle e a dimostrarne l'impatto sociale e ambientale. L'occasione per mostrare anno dopo anno la crescita della nostra impresa e l'impegno a contribuire più fortemente, e in maniera misurabile e tangibile, allo sviluppo sociale ed economico della comunità di cui siamo parte.

Emilio Mussini
Presidente Panariagroup





EMILIO
MUSSINI

PRESIDENTE
PANARIAGROUP

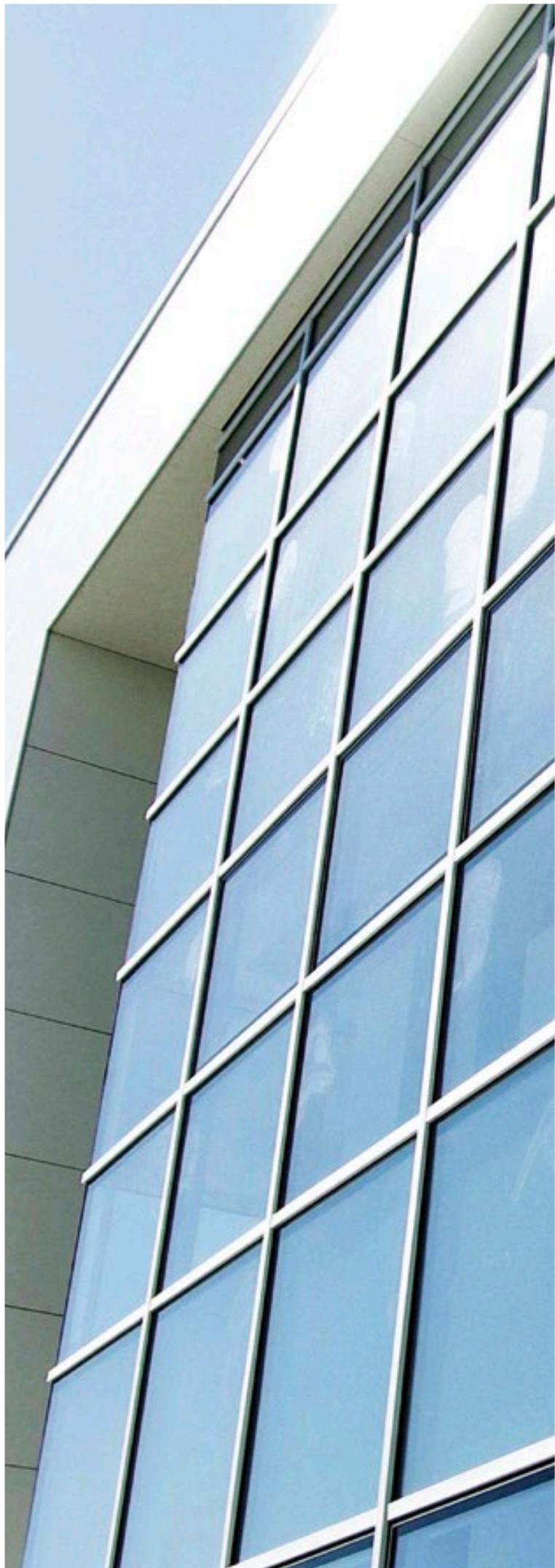


**AGIRE CON
DETERMINAZIONE
VERSO LA
SOSTENIBILITÀ.
È QUESTO
IL NOSTRO
FUTURO.**



INDICE

1.0 LA SOSTENIBILITÀ PER PANARIAGROUP	11
1.1 IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	
1.2 IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ	
1.3 GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO E I CANALI DI CONTATTO	
1.4 L'ANALISI DI MATERIALITÀ	
1.5 I RISULTATI DEL 2016	
1.6 GLI OBIETTIVI STRATEGICI DEL GRUPPO	
2.0 IL GRUPPO	27
2.1 PROFILO DEL GRUPPO	
2.2 LA STORIA	
2.3 PANARIAGROUP NEL MONDO	
2.4 I VALORI DEL GRUPPO	
2.5 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GOVERNANCE	
2.6 INTEGRITÀ E CONFORMITÀ	
3.0 LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA	45
3.1 LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA DEL GRUPPO	
4.0 LA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO	53
4.1 QUALITÀ, DESIGN E SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI	
4.2 I NOSTRI MARCHI	
4.3 INNOVAZIONE E TECNOLOGIA	
4.4 SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	
4.5 CERTIFICAZIONI DI SISTEMA	
4.6 CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO	
5.0 LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	65
5.1 LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	
<i>FOCUS ON PORTOGALLO: POLICY DI SVILUPPO SOSTENIBILE</i>	
5.2 LA GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI	
5.3 LE MATERIE PRIME	
5.4 IL PROCESSO PRODUTTIVO	
5.5 ENERGIA ED EMISSIONI	
<i>FOCUS ON USA: L'INIZIATIVA CARES</i>	
5.6 ACQUA	
5.7 GESTIONE DEI RIFIUTI	
6.0 LA RESPONSABILITÀ SOCIALE	85
6.1 LE NOSTRE PERSONE	
6.2 SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI	
6.3 FORMAZIONE E SVILUPPO	
6.4 RELAZIONI CON LE COMUNITÀ LOCALI	
<i>FOCUS ON ITALIA: IL TERREMOTO IN EMILIA DEL 2012</i>	
6.5 GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	
7.0 ALLEGATI	101
7.1 DATI ECONOMICI	
7.2 DATI AMBIENTALI	
7.3 DATI SULLE RISORSE UMANE	
7.4 DATI SULLA CATENA DI FORNITURA	
8.0 GRI STANDARDS CONTENT INDEX	113





1.0

LA SOSTENIBILITÀ PER PANARIAGROUP

1.1 IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Il presente documento rappresenta il **primo Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup** (di seguito anche il «Gruppo» o «Panariagroup»). L'obiettivo è quello di illustrare le iniziative e i risultati raggiunti in ambito di sostenibilità dal Gruppo nel corso del 2016 (periodo di rendicontazione dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai GRI Standards pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2016, secondo l'opzione in accordance «Core». I contenuti e gli indicatori oggetto della rendicontazione sono stati selezionati a partire dall'analisi di materialità che ha permesso di individuare le tematiche ritenute materiali per il Gruppo e per i suoi stakeholder. **In particolare, il processo di definizione dei contenuti si è basato sui principi di rilevanza, inclusività degli stakeholder, completezza e contesto di operatività del Gruppo.** I principi di equilibrio, accuratezza, verificabilità e comparabilità sono stati invece seguiti con riferimento alla qualità delle informazioni rendicontate.

I dati e le informazioni contenuti all'interno del Bilancio sono relativi all'esercizio 2016 e, a fini comparativi e ove disponibili, all'esercizio precedente. Per una corretta rappresentazione,

sono altresì incluse informazioni relative ad azioni intraprese negli anni precedenti che trovano tuttora applicazione nelle attività del Gruppo.

Si segnala che, per favorire la fluidità della lettura, i dati quantitativi saranno riportati in allegato al presente documento.

Il perimetro di rendicontazione fa riferimento a Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. e a tutte le società controllate consolidate integralmente al 31 dicembre 2016 nel Bilancio Consolidato di Gruppo. Eventuali ulteriori eccezioni sono opportunamente indicate all'interno del documento. Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili. La periodicità della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità è impostata secondo una frequenza annuale.

Per informazioni relativamente al Bilancio di Sostenibilità è possibile contattare: sustainability@panariagroup.it



1.2

IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

La mission di Panariagroup è crescere e creare benessere in armonia con le persone e l'ambiente, con grande disponibilità, passione e amore per il proprio lavoro. Per raggiungere questi obiettivi, **il Gruppo mira a generare valore sostenibile per azionisti, dipendenti e business partner nel rispetto dell'ambiente e della società**, punta fortemente su ricerca e innovazione e si propone di soddisfare le alte aspettative di benessere ed estetica dei suoi Clienti privati o professionali, sia in edilizia sia in architettura.

AGIRE RESPONSABILMENTE SIGNIFICA **INTEGRARE LA SOSTENIBILITÀ TRA GLI ASPETTI DA CONSIDERARE NELLE SCELTE QUOTIDIANE**, PRESTANDO ATTENZIONE A TUTTA LA FILIERA DI PRODUZIONE E A TUTTE LE ENTITÀ I CUI INTERESSI SI INTERSECANO CON QUELLI DELL'IMPRESA

Da sempre all'avanguardia nel coniugare in modo sapiente bellezza, qualità e sostenibilità, **Panariagroup si impegna quotidianamente per ridurre l'impatto ambientale dei suoi stabilimenti**, dimostrando l'impegno nella salvaguardia dell'ecosistema e nella ricerca dei migliori comfort abitativi. Un impegno fondamentale e imprescindibile, soprattutto per chi, come Panariagroup, realizza prodotti che incontrano la vita quotidiana di milioni di persone nel mondo, nelle case e negli ambienti pubblici.

Sul campo, agire responsabilmente significa **integrare la sostenibilità tra gli aspetti da considerare nelle scelte quotidiane dell'impresa**, dal momento dell'acquisto delle materie prime a quello della commercializzazione del prodotto.

Prestando dunque attenzione a tutta la filiera di produzione e agli attori che da essa sono influenzati: si tratta dei lavoratori, delle comunità locali, delle associazioni, dei governi locali e di tutte quelle entità i cui interessi si intersecano con quelli dell'impresa.

In tale contesto, il Gruppo si è impegnato e continua a impegnarsi a sviluppare sistemi di gestione, procedure e politiche che considerino con attenzione il rispetto dell'ambiente e della società che lo circonda e di cui è parte integrante.

Per il Gruppo, inoltre, il principio dell'agire nel rispetto dei principi della Sostenibilità abbraccia anche aspetti ulteriori rispetto alle politiche di tutela ambientale. **Nelle strategie di gestione del Gruppo si inseriscono infatti politiche e pratiche che coinvolgono e regolano gli impatti dell'organizzazione sia a livello economico sia sociale.**

Dal punto di vista sociale, il Gruppo ha contribuito con costanza e dedizione ad accrescere la prosperità dei territori in cui opera e delle persone con cui interagisce. A questo proposito, tramite i suoi stabilimenti produttivi e i suoi uffici commerciali, il Gruppo ha promosso attivamente l'occupazione lavorativa.

Anche durante i periodi di crisi economica che hanno coinvolto i Paesi in cui opera il Gruppo, **Panariagroup si è sempre impegnato nei confronti dei propri dipendenti a mantenere i livelli occupazionali, a offrire luoghi di lavoro sicuri e a prestare attenzione al benessere e al welfare dei dipendenti.**

Il primo Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup porta, dunque, con sé non solo la necessità di mostrare ai portatori di interesse le attività e l'impatto sociale e ambientale dell'impresa, ma anche la volontà profonda di integrare con crescente consapevolezza gli aspetti della sostenibilità nelle decisioni strategiche dell'impresa per creare sempre più valore per le persone e nei territori in cui opera il Gruppo. Per decidere responsabilmente è necessario quindi conoscere profondamente i propri impatti positivi e negativi, e questo report costituisce il primo fondamentale passaggio di Panariagroup verso tale obiettivo.

1.3

GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO E I CANALI DI CONTATTO

Nel percorso di crescita sostenibile di Panariagroup gli stakeholder del Gruppo ricoprono un ruolo fondamentale. Tramite il loro coinvolgimento e la considerazione delle loro esigenze, il Gruppo può perseguire i suoi obiettivi economici, ambientali e sociali in maniera condivisa e, di conseguenza, ancora più efficace.

Per il suo primo Bilancio di Sostenibilità, Panariagroup ha identificato con attenzione gli individui o i gruppi di individui che hanno un rapporto con l'impresa e con le sue attività, considerando diverse variabili come tensione, influenza, responsabilità e dipendenza.

Tale esercizio è stato svolto tenendo in considerazione i principi internazionali definiti dal AA1000 Stakeholder Engagement Standard, AccountAbility (2015), e i principi dei GRI Standards.

Il risultato di questa attenta analisi di tutti gli attori che gravitano intorno a Panariagroup ha condotto all'identificazione dei portatori di interesse riportati nel seguente grafico.

Con i suoi portatori di interesse, Panariagroup mantiene un rapporto costante di confronto e considerazione delle reciproche esigenze.

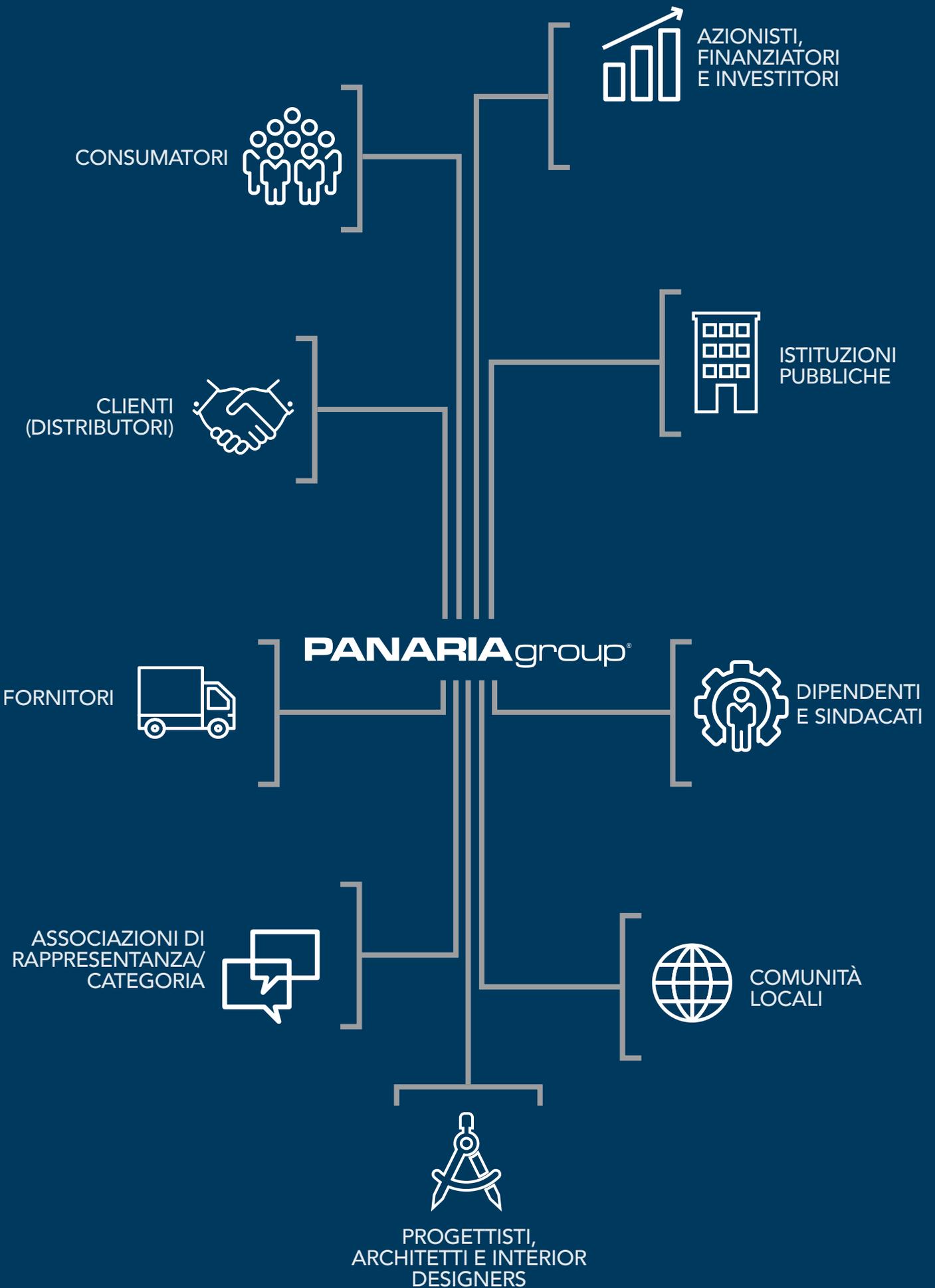
Il Gruppo ha una relazione continua con investitori e analisti della comunità finanziaria e si impegna a trasmettere con trasparenza le comunicazioni legate agli obblighi previsti dalla quotazione alla Borsa di Milano. Inoltre, Panariagroup collabora con diverse associazioni di categoria. In particolare, è membro di Confindustria Ceramica e partecipa alle relative commissioni tecniche su ambiente e sicurezza, è membro del US Green Building Council ed è socio ordinario del Green Building Council Italia.

Il Gruppo mantiene relazioni strutturate con i sindacati e coltiva un dialogo costante con le istituzioni responsabili del rilascio di autorizzazioni

e certificazioni ambientali. Al fine di sviluppare una relazione continuativa con gli architetti e i progettisti, il Gruppo ha anche formato una divisione specificamente dedicata.

Con riguardo alle comunità locali, Panariagroup ha sviluppato negli anni uno stretto legame con il territorio, in particolare in aree a bassa industrializzazione, come quelle in cui sono situati gli stabilimenti di Toano (Reggio Emilia), Finale Emilia (Modena) e Lawrenceburg (Kentucky).

CON I SUOI
PORTATORI
DI INTERESSE,
PANARIAGROUP
MANTIENE UN
RAPPORTO COSTANTE
DI CONFRONTO E
CONSIDERAZIONE
DELLE
RECIPROCHE
ESIGENZE



1.4

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità costituisce il processo alla base della redazione del Bilancio di Sostenibilità. Tale processo mira a identificare gli aspetti economici, ambientali e sociali «materiali», quindi più significativi, per l'organizzazione e i suoi stakeholder.

Il risultato dell'analisi diventa pertanto il punto di riferimento di tutte le attività di rendicontazione da svolgersi per la redazione del Bilancio di Sostenibilità.

La prima fase del processo è stata la selezione di una vasta rosa di temi potenzialmente significativi per l'organizzazione e per gli stakeholder.

A tal fine sono stati considerati i GRI Standards, i Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite (SDGs), i risultati di un'analisi di benchmark specifica sui temi di sostenibilità rilevanti per le imprese del settore delle ceramiche e i rischi collegati a sostenibilità e climate change secondo un framework predisposto da Deloitte. I temi potenzialmente rilevanti sono stati presentati al top management durante un workshop dedicato. Ai manager è stato

chiesto di valutare tali aspetti secondo la prospettiva dell'organizzazione.

Successivamente sono state individuate le esigenze e i bisogni sotto la prospettiva degli stakeholder del Gruppo. Ai fini dell'analisi sono state coinvolte anche le funzioni negli Stati Uniti e in Portogallo che rientrano nel perimetro del reporting.

LA PRIMA FASE DEL
PROCESSO È STATA
LA **SELEZIONE**
DI UNA VASTA
ROSA DI TEMI
POTENZIALMENTE
SIGNIFICATIVI PER
L'ORGANIZZAZIONE
E PER GLI
STAKEHOLDER



In futuro, Panariagroup ha intenzione di coinvolgere sempre più attivamente i suoi stakeholder nell'individuare e assegnare priorità ai temi materiali e identificarne il perimetro degli impatti.

I risultati dell'analisi sono stati elaborati e presentati nella matrice di materialità riportata nella pagina seguente. In particolare:

- ciascun punto rappresenta un raggruppamento tematico di aspetti considerati materiali

- ogni punto è posizionato in base alla rilevanza per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

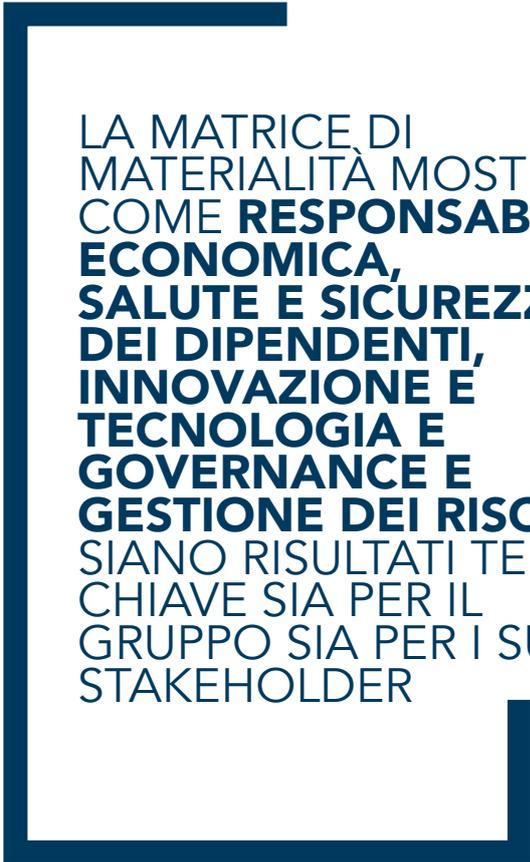
La matrice di materialità, approvata dal Consiglio di Amministrazione, mostra come **Responsabilità Economica, Salute e Sicurezza dei Dipendenti, Innovazione e Tecnologia e Governance e Gestione dei Rischi** siano risultati temi chiave sia per il Gruppo sia per i suoi stakeholder. Si tratta di aspetti fondamentali che richiamano la strategia finora implementata dal Gruppo, il quale ha fortemente investito su questi fronti.

Dalla matrice si evince anche l'importanza per Panariagroup della **Qualità, Design e Sostenibilità dei prodotti**, un tema cruciale per il settore in cui opera l'impresa.

Risultano rilevanti anche la Gestione delle Risorse Energetiche e Idriche, un aspetto significativo in particolare per i processi produttivi gestiti dal Gruppo, e la Soddisfazione del Cliente, un tema anch'esso di assoluto rilievo considerate le strutture già avviate dedicate a servire in modo mirato e completo la Clientela del Gruppo.

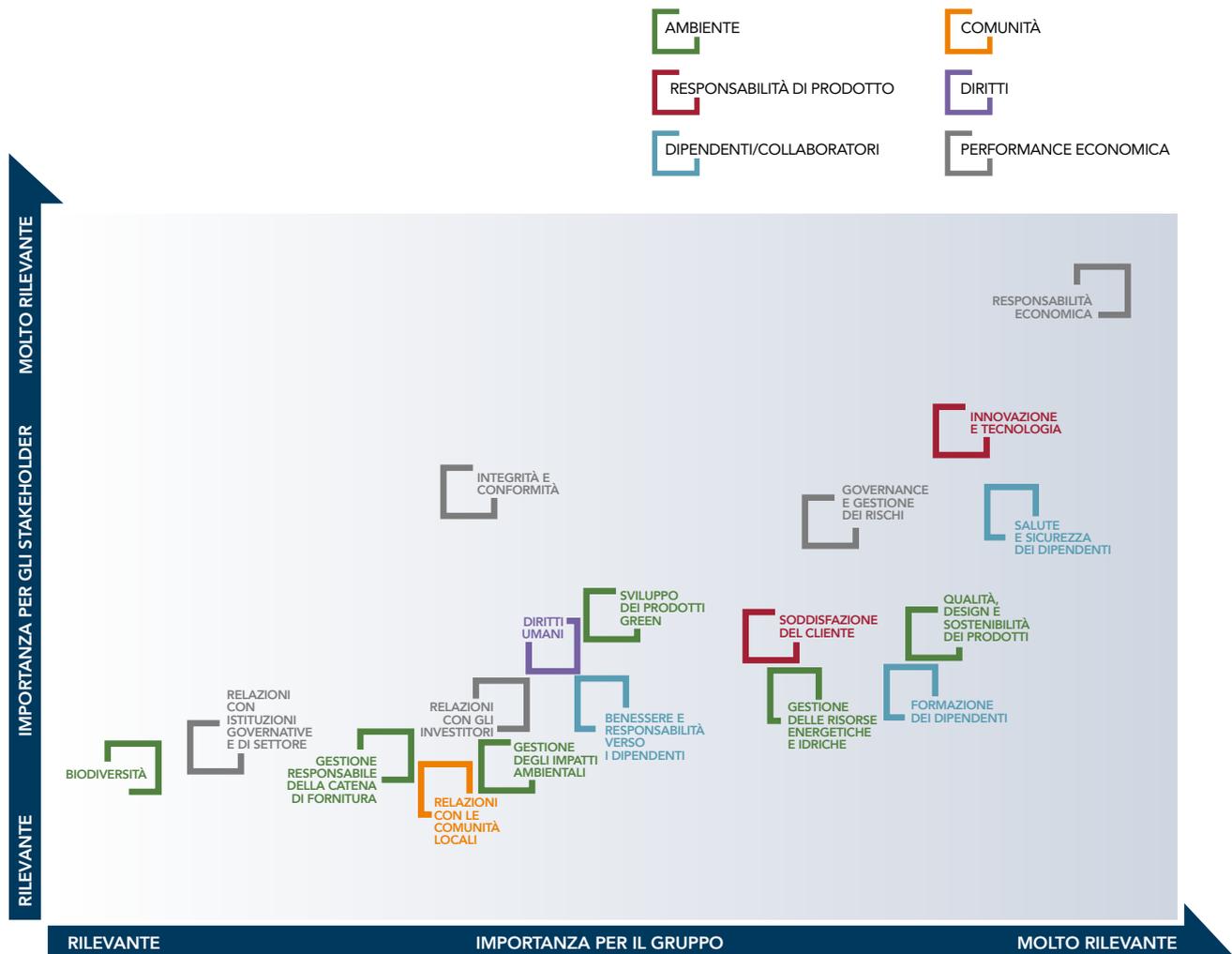
Parallelamente, per gli stakeholder, il tema dell'Integrità e Conformità spicca per importanza, mostrando come il rispetto di leggi e regolamenti e l'assunzione di comportamenti trasparenti e corretti siano valori fondamentali per i portatori d'interesse.

La tabella di seguito rappresentata ha lo scopo di evidenziare dove si manifestano gli impatti legati alle principali tematiche emerse dall'analisi di materialità.



LA MATRICE DI
MATERIALITÀ MOSTRA
COME **RESPONSABILITÀ
ECONOMICA,
SALUTE E SICUREZZA
DEI DIPENDENTI,
INNOVAZIONE E
TECNOLOGIA E
GOVERNANCE E
GESTIONE DEI RISCHI**
SIANO RISULTATI TEMI
CHIAVE SIA PER IL
GRUPPO SIA PER I SUOI
STAKEHOLDER

LA MATRICE DI MATERIALITÀ



La tabella di seguito rappresenta il perimetro degli impatti dei temi materiali. Lo scopo è comprendere quali stabilimenti, territori o entità all'interno di

Panariagroup hanno maggior impatto in riferimento ai temi materiali identificati nella matrice di materialità.

PERIMETRO DEGLI IMPATTI DELLE TEMATICHE MATERIALI

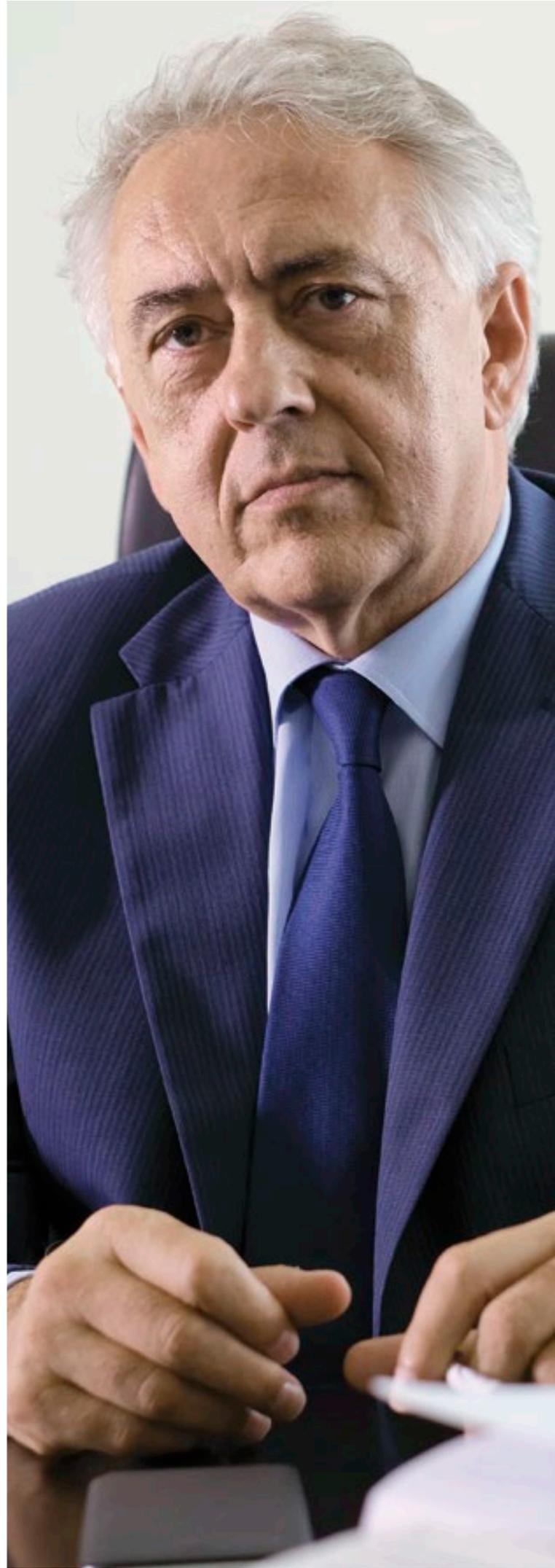
PRINCIPALI TEMATICHE	IMPATTI
Responsabilità Economica	Il Gruppo
Governance e Gestione dei Rischi	Il Gruppo
Integrità e Conformità	Il Gruppo
Relazioni con le comunità locali	Tutti gli stabilimenti del Gruppo, in particolare quelli situati in aree a bassa industrializzazione
Diritti Umani	Il Gruppo e i fornitori*
Relazioni con Istituzioni Governative e di Settore	Il Gruppo
Relazioni con gli Investitori	Il Gruppo
Benessere e Responsabilità verso i Dipendenti	Il Gruppo
Formazione dei Dipendenti	Il Gruppo
Salute e Sicurezza di Dipendenti	Il Gruppo
Gestione delle Risorse Energetiche e Idriche	Il Gruppo
Gestione degli Impatti Ambientali	Gli stabilimenti produttivi del Gruppo e i fornitori*
Gestione Responsabile della Catena di Fornitura	Il Gruppo e i fornitori
Qualità, Design e Sostenibilità dei Prodotti	Il Gruppo
Innovazione e Tecnologia	Il Gruppo
Sviluppo di Prodotti Green	Il Gruppo
Soddisfazione del Cliente	Il Gruppo
Biodiversità	Il Gruppo e i fornitori*

* Le implicazioni connesse ai rischi ambientali e sociali dei fornitori del Gruppo saranno oggetto di attenzione nei prossimi anni.



GIULIANO
PINI

CEO
PANARIAGROUP





**LA COSCIENZA
D'IMPRESA
È IL NOSTRO
PIÙ ALTO
ASSET
STRATEGICO.**

1.5 I RISULTATI DEL 2016

ECONOMICI



MLN DI EURO
DI FATTURATO [377]

[40,8] MLN DI
EURO
EBITDA

[2,05] RAPPORTO
INDEBITAMENTO
FINANZIARIO/EBITDA

MLN DI EURO DI
INVESTIMENTI [38,1]

[11,2] MLN DI EURO
DI UTILE
NETTO

[0,247] EURO
UTILE PER
AZIONE

AMBIENTALI



[0,14] BASSO
CONSUMO
ENERGETICO
GJ/m²

[92%] RIFIUTI
AVVIATI A
RECUPERO

EMISSIONI
LIMITATE [0,009]
tCO₂/m²

[100%] SCARTI CRUDI
RECUPERATI
NEL PROCESSO
PRODUTTIVO

[0,017] CONTENIMENTO
CONSUMI
ACQUA
m³/m²

SOCIALI



[1.666] DIPENDENTI

[97%] DIPENDENTI CON
CONTRATTO
A TEMPO
INDETERMINATO

[70%] DIPENDENTI COPERTI
DA CONTRATTAZIONE
COLLETTIVA

BASSO TASSO DI
INFORTUNIO
(NUMERO DI
INFORTUNI X 100.000
ORE LAVORATE) **[3,3]**

[87] INDICE GRAVITÀ
(NUMERO DI GIORNI
PERSI X 100.000 ORE
LAVORABILI)

[338.000] EURO DI
CONTRIBUTI ALLA
COLLETTIVITÀ

1.6

GLI OBIETTIVI STRATEGICI DEL GRUPPO

Panariagroup mira a migliorare il suo impatto sulla società in termini economici, sociali e ambientali. Per questa ragione ha fissato una serie di obiettivi strategici da realizzare nei prossimi anni.



TEMI ECONOMICI

COMPLETAMENTO

Completamento installazione terza linea presso lo stabilimento di Fiorano Modenese, con aumento complessivo del 60% della capacità produttiva di lastre ceramiche in grès porcellanato laminato di grande formato e spessore sottile, la cui produzione comporta un minor impatto ambientale e significativo incremento occupazionale	2017
Installazione di una nuova linea produttiva completa presso lo stabilimento portoghese di Aveiro, comprensiva di pressa, essiccatoio, forno di ultima generazione, scelta, rettifica/lappatura	2017
Completamento e inaugurazione del nuovo NDC (National Distribution Centre) presso lo stabilimento USA, con incremento di superficie coperta di 11.000 m ² e piazzale di 15.000 m ²	2017
Installazione di nuovi impianti presso la business unit Italia: n. 3 macchine digitali, n. 2 linee taglio/rettifica, n. 1 essiccatoio, n. 1 linea completa per la movimentazione laser guidata palette	2017
Industria 4.0: adesione agli incentivi per la digitalizzazione (art. 3 D.L. 23 dicembre 2013, n. 145 come sostituito dall'art. 1, comma 35 Legge di Stabilità 2015 e modificato dalla Legge di Bilancio 2017)	2017

CATENA DI FORNITURA

COMPLETAMENTO

Introduzione di un sistema omogeneo di valutazione dei nuovi fornitori sulla base di criteri sociali, ambientali e legati al rispetto dei diritti umani e dei lavoratori	2019
Sviluppo di un Impact Assessment e Risk Analysis sugli impatti sociali e ambientali nella catena di fornitura	2020

AMBIENTE E QUALITÀ

COMPLETAMENTO



Progressiva estensione del marchio ambientale di prodotto ECOLABEL a tutte le collezioni in grès porcellanato a catalogo per i brand della business unit Italia	2017
Adeguamento sismico dei diversi corpi di fabbrica per il sito di Finale Emilia	2017
Installazione di sistemi illuminazione a led e induzione magnetica in sostituzione di neon fluorescenti presso lo stabilimento di Finale Emilia, per l'ottenimento di sensibili diminuzioni nel consumo di energia elettrica	2017
Sostituzione completa delle coperture esistenti con l'utilizzo di materiali ecocompatibili presso il sito di Finale Emilia	2017
Predisposizione progressiva di EPD (Environmental Product Declaration) per tutte le collezioni in grès porcellanato e grès porcellanato laminato a catalogo per i brand della business unit Italia, tramite installazione e utilizzo di software dedicato	2018
Adeguamento dei sistemi di gestione della qualità e ambientale in funzione delle nuove norme ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 per le business unit Italia e Portogallo	2018
Implementazione di un sistema di gestione della qualità certificato secondo la norma ISO 9001:2015 per lo stabilimento produttivo USA	2018

RISORSE UMANE

COMPLETAMENTO



Attivazione dei contratti integrativi dei siti di Finale Emilia, Fiorano Modenese, Sassuolo e Casalgrande che prevedono iniziative di welfare aziendale relative a previdenza integrativa, assicurazione sanitaria, servizi alle persone e alle loro famiglie	2017
Implementazione di un sistema premiante per i Manager legato a obiettivi aziendali e individuali (MBO) nella business unit Italia	2017

GOVERNANCE

COMPLETAMENTO



Installazione del sistema informativo SAP per la gestione di tutti i processi della business unit USA	2017
Integrazione del modello organizzativo per la gestione della sicurezza presso la business unit Italia, tramite installazione di software dedicato e coordinamento centralizzato sugli stabilimenti produttivi	2017
Sottoscrizione dei principi del UN Global Compact	2017
Miglioramento del sistema di controllo di accesso ai siti della business unit Italia tramite installazione di supporti informatici dedicati	2018





2.0

IL GRUPPO

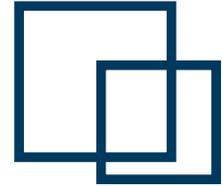
2.1 PROFILO DEL GRUPPO

Con oltre 1.600 dipendenti, più di 10.000 Clienti,
6 stabilimenti produttivi (3 in Italia, 2 in Portogallo
e 1 negli Stati Uniti) e 377 milioni di euro di fatturato

nel 2016, Panariagroup è uno dei principali produttori
di ceramica per pavimenti e rivestimenti e si posiziona
nella fascia alta e lusso del mercato.



OLTRE 23 MLN
DI m² PRODOTTI
ALL'ANNO



9 BRAND

OLTRE 10.000
CLIENTI
PROFESSIONALI



VENDITE IN PIÙ
DI **120 PAESI**

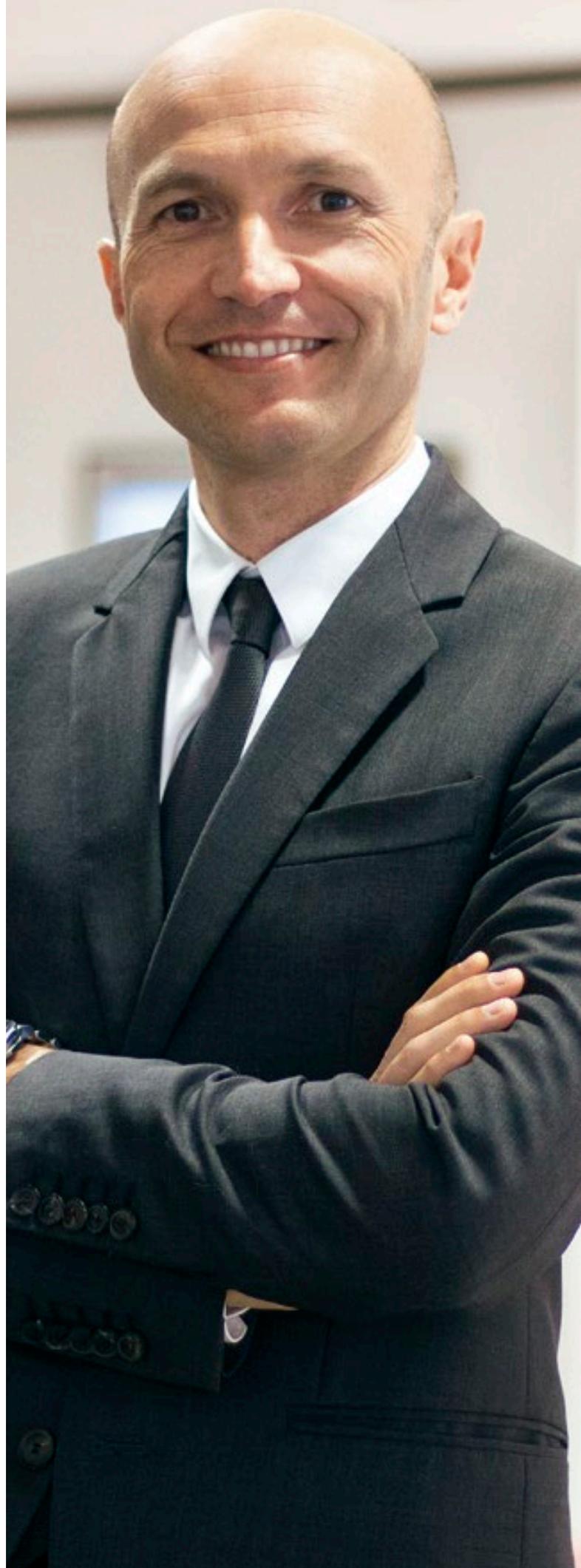


377 MLN
DI EURO
FATTURATO 2016



MARCO MUSSINI

PRESIDENTE
GRES PANARIA
PORTUGAL





**IN PIÙ DI 120
PAESI NEL
MONDO, SIAMO
UN'UNICA
ANIMA
ITALIANA.**

2.2 LA STORIA

Un cammino di evoluzione costante, dettato dalla volontà di confermarsi come gruppo imprenditoriale all'avanguardia dal punto di vista tecnologico e non solo.

1974 ▶

Nel **1974**, da un gruppo di imprenditori tra i quali Giuliano Mussini, capostipite della famiglia Mussini, attuale proprietaria di maggioranza di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A., viene fondata Panaria Ceramica.

1992 ▶

Negli anni '90, Panaria implementa una strategia di espansione e di ampliamento dei marchi e dei prodotti con l'acquisizione, nel **1992**, di Ceramiche Artistiche Lea, società specializzata nella produzione di pavimenti in monocottura, e con la costituzione, nello stesso anno, di Cotto d'Este, società creata per l'ideazione e la commercializzazione di esclusive e prestigiose linee di prodotto, destinate a conquistare la fascia lusso del mercato.

◀ 2009

Dopo avere iniziato da anni con successo la commercializzazione del grès porcellanato laminato, materiale rivoluzionario, altamente performante e frutto di una tecnologia all'avanguardia, nel **2009** Panariagroup installa la sua prima linea di produzione di questo prodotto presso lo stabilimento di Fiorano Modenese.

◀ 2008

Nel **2008** nasce Blustyle Ceramica, con l'obiettivo di proporsi al mercato con un modello agile e innovativo, nelle logiche sia di prodotto sia di approccio alla distribuzione. Il marchio progressivamente si afferma e oggi rappresenta ufficialmente un brand della famiglia Cotto d'Este, da cui attinge tutti i connotati di qualità proposti su prodotti a spessore tradizionale.

2010 ▶

L'espansione prosegue e nel **2010** viene creata una nuova organizzazione commerciale, Panariagroup Trade, con l'obiettivo di guadagnare quote di mercato nelle aree del Medio Oriente, del Far East e dell'Oceania. In particolare, Panariagroup Trade risponde all'esigenza di distribuire i brand del Gruppo in queste zone attraverso politiche commerciali più mirate, nel pieno rispetto della precisa identità e delle specifiche peculiarità di ciascun marchio.

2012 ▶

La tappa più recente del costante processo di internazionalizzazione di Panariagroup avviene nel **2012**, grazie alla joint venture con Asian Granito, azienda leader nel mercato indiano. Nasce così il marchio Bellissimo, con l'obiettivo di realizzare e commercializzare sul mercato asiatico prodotti ceramici di lusso, ricchi di stile e tecnologia.

1995 ▶

Nel **1995** la capacità produttiva del Gruppo si espande con la costruzione dello stabilimento di Toano, tecnologicamente avanzato e destinato esclusivamente alla produzione di grès porcellanato. Contestualmente, per presidiare in modo sempre più completo il mercato, nasce il marchio Fiordo Industrie Ceramiche.

2002 ▶

Il processo di espansione sui mercati internazionali si concretizza con l'acquisizione, nel **2002**, di Maronâgres, oggi Margres, società di riferimento nella produzione di materiale ceramico in grès porcellanato in Portogallo.

◀ 2005

Nel **2005**, Panariagroup acquisisce una seconda società in Portogallo: Novagrés, oggi Love Tiles, marchio leader nella produzione di rivestimenti in monoporosa di grande formato e pavimenti in grès porcellanato smaltato.

Il processo di internazionalizzazione continua nel **2006** con l'acquisizione del marchio e dei principali assets di Florida Tile Industries, uno dei marchi storici di riferimento negli Stati Uniti per la produzione e distribuzione di materiale ceramico. Nel dicembre **2006**, le due società portoghesi Novagrés e Margres si fondono in Gres Panaria Portugal mantenendo l'identità dei due marchi. Nasce, inoltre, una nuova società denominata Panariagroup USA Inc., che controlla le due società Florida Tile e Lea North America.

◀ 2004

Il **2004** è l'anno di nascita di Panariagroup, a seguito della fusione per incorporazione di tutte le società italiane in Panaria. Nello stesso anno Panariagroup decide di intraprendere la strada della quotazione azionaria e il **19 novembre 2004** il Gruppo è quotato al segmento STAR di Borsa Italiana. L'internazionalizzazione prosegue con la costituzione, sempre nel **2004**, di Lea North America LLC, società nata per presidiare in modo dedicato la distribuzione del prodotto Lea su un mercato sempre più strategico come quello USA.

2017 ▶

Negli anni seguenti, prosegue un cammino di evoluzione costante, dettata dalla volontà di confermarsi come Gruppo imprenditoriale all'avanguardia dal punto di vista tecnologico e non solo. Sul fronte industriale, tra il **2015** e il **2016**, tutti gli stabilimenti produttivi sono oggetto di aggiornamento tecnologico degli impianti, per soddisfare pienamente i nuovi trend di mercato. Nello stesso periodo, prende il via un'attività volta alla riorganizzazione delle reti commerciali, all'implementazione di nuovi canali distributivi e a una ridefinizione sempre più accurata del posizionamento dei vari brand per comporre un efficace spettro di copertura del mercato e dei diversi target.

2.3 PANARIAGROUP NEL MONDO

Panariagroup opera attivamente sia in Italia sia all'estero attraverso nove marchi di riferimento:

Panaria Ceramica, Lea Ceramiche, Cotto d'Este, Blustyle, Fiordo, Florida Tile, Margres, Love Tiles e Bellissimo, in grado di soddisfare una Clientela diversificata e attenta alla qualità tecnica ed estetica dei prodotti.

PANARIAGROUP
OPERA
ATTIVAMENTE
SIA IN ITALIA
SIA ALL'ESTERO
ATTRAVERSO
NOVE MARCHI DI
RIFERIMENTO

L'immagine nella pagina seguente mostra la struttura organizzativa del Gruppo. Si segnala che il perimetro del Bilancio di Sostenibilità corrisponde alle attività in Italia, Stati Uniti e Portogallo.

La Capogruppo è Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A., con sede a Finale Emilia, Modena (Italia). Le altre sedi produttive e operative del Gruppo si trovano a Fiorano Modenese, Modena (Italia), Toano, Reggio Emilia (Italia), Ilhavo (Portogallo), Aveiro (Portogallo), Lawrenceburg, Kentucky (Stati Uniti).

Panariagroup è presente in Italia, Portogallo, Stati Uniti, India e in **oltre 120 paesi nel mondo** con una rete commerciale ampia e capillare. La rete commerciale del Gruppo gestisce infatti oltre 10.000 Clienti in tutto il mondo, principalmente rivenditori al dettaglio, ma anche distributori, imprese edili e committenti di grandi opere.

La commercializzazione e la distribuzione a livello nazionale e internazionale di tutti i prodotti di Panariagroup passano attraverso il coordinamento di una struttura composta da circa 1.000 persone tra area manager, corrispondenti commerciali, agenti di vendita e promoter. Inoltre, negli Stati Uniti, il Gruppo gestisce direttamente 24 negozi distribuiti su tutto il territorio americano.

PANARIAGROUP
È PRESENTE IN **ITALIA,**
PORTOGALLO, STATI
UNITI, INDIA E IN
OLTRE 120 PAESI
NEL MONDO
CON UNA RETE
COMMERCIALE AMPIA
E CAPILLARE

PANARIAgroup[®]
INDUSTRIE CERAMICHE S.P.A.



100%

100%

100%

50%

JOINT VENTURE

GRES PANARIA
Portugal S.A.

Bellissimo
STILE ITALIANO

MARGRES
CERAMIC TILES

LOVE
CERAMIC TILES

MONTANARI S.r.l.
Store

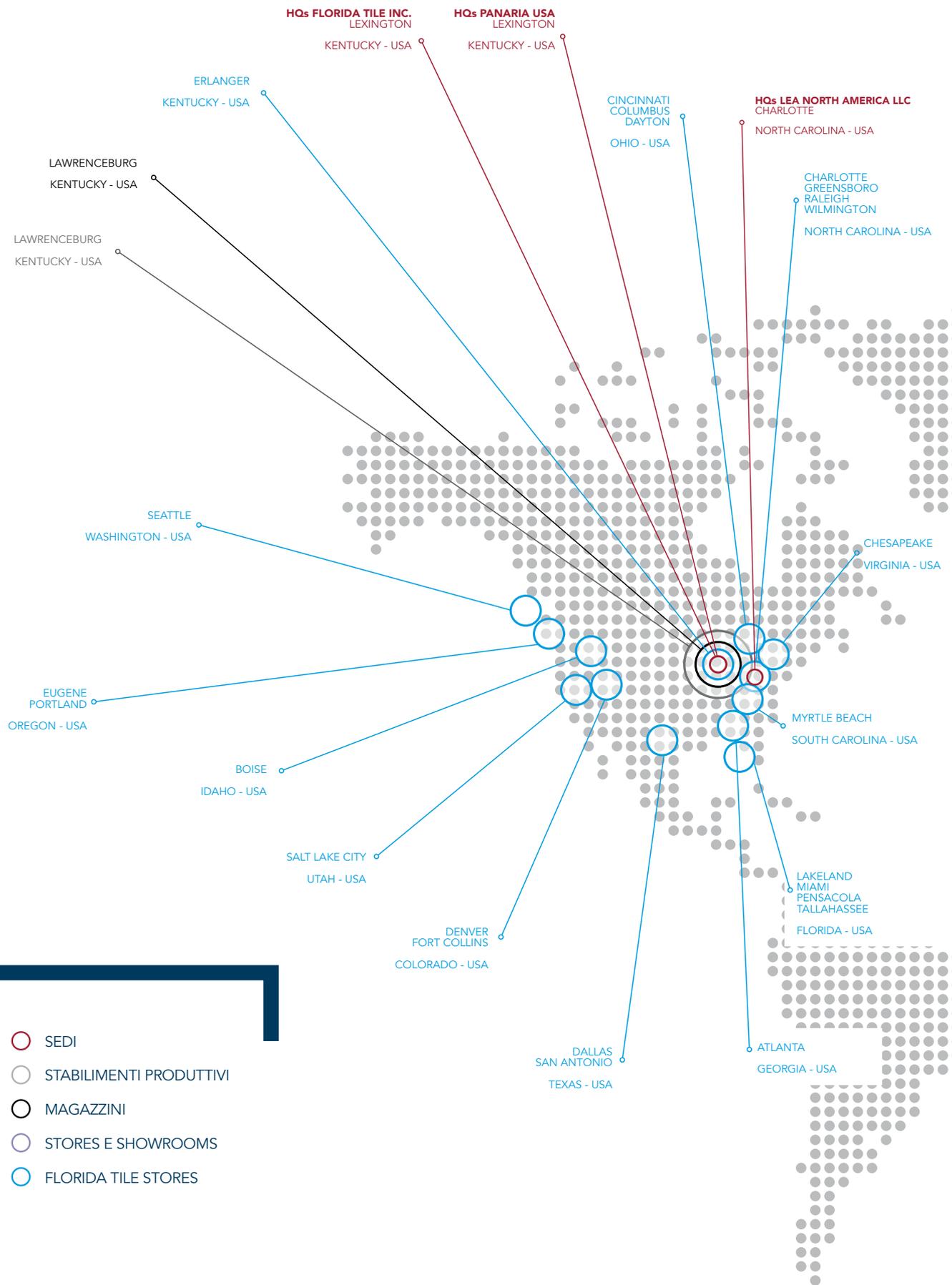
PANARIAgroup[®]
U.S.A. Inc.

100%

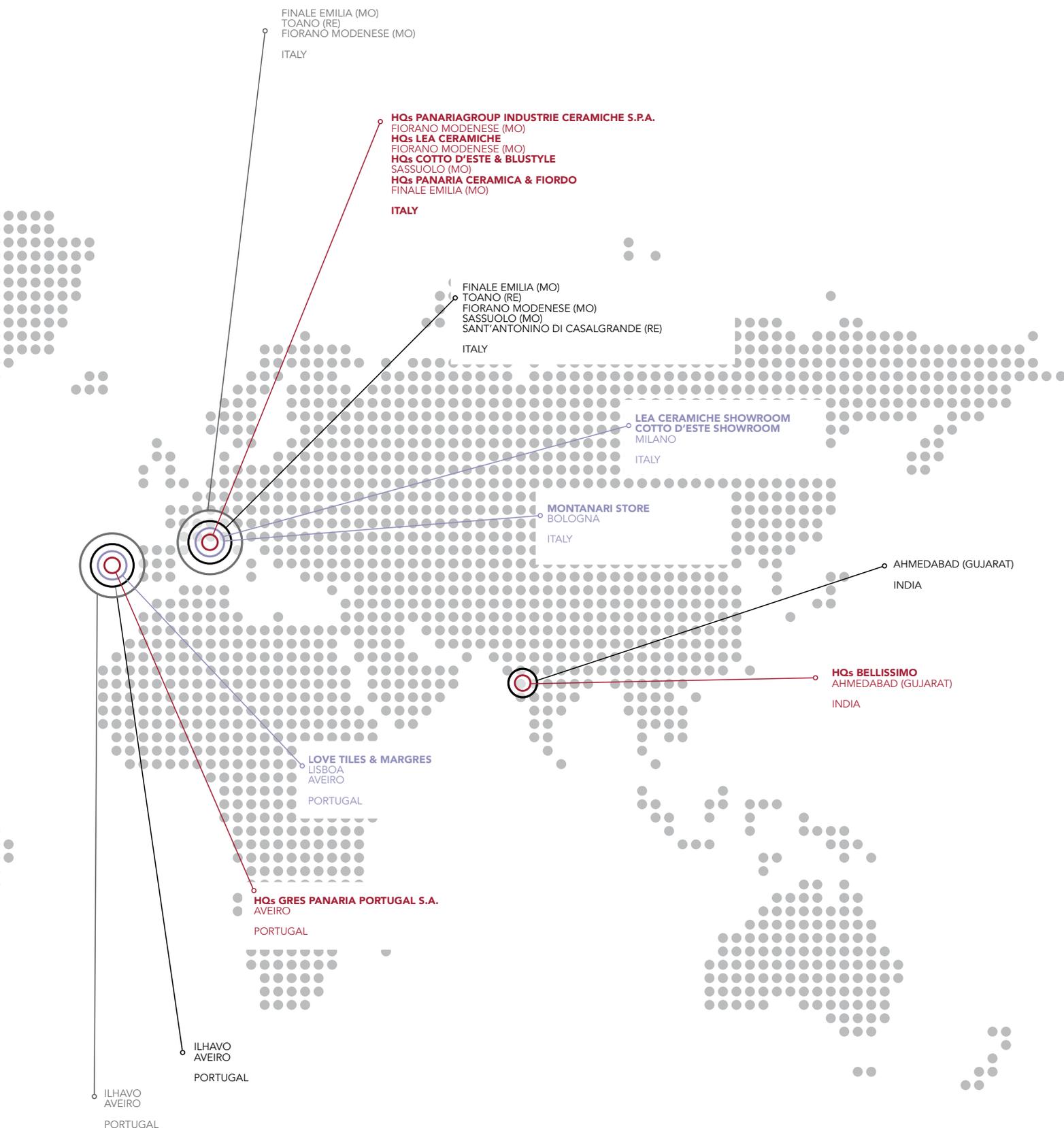
100%

LEA
NORTH AMERICA

floridatile



DOVE
SIAMO



2.4 I VALORI DEL GRUPPO

LEADERSHIP TECNOLOGICA

Investiamo costantemente in **ricerca, tecnologie e stabilimenti all'avanguardia** per rispondere a ogni esigenza dell'architettura e dell'interior design con soluzioni innovative, capaci di diventare punto di riferimento del settore.

QUALITÀ ED ECCELLENZA ESTETICA

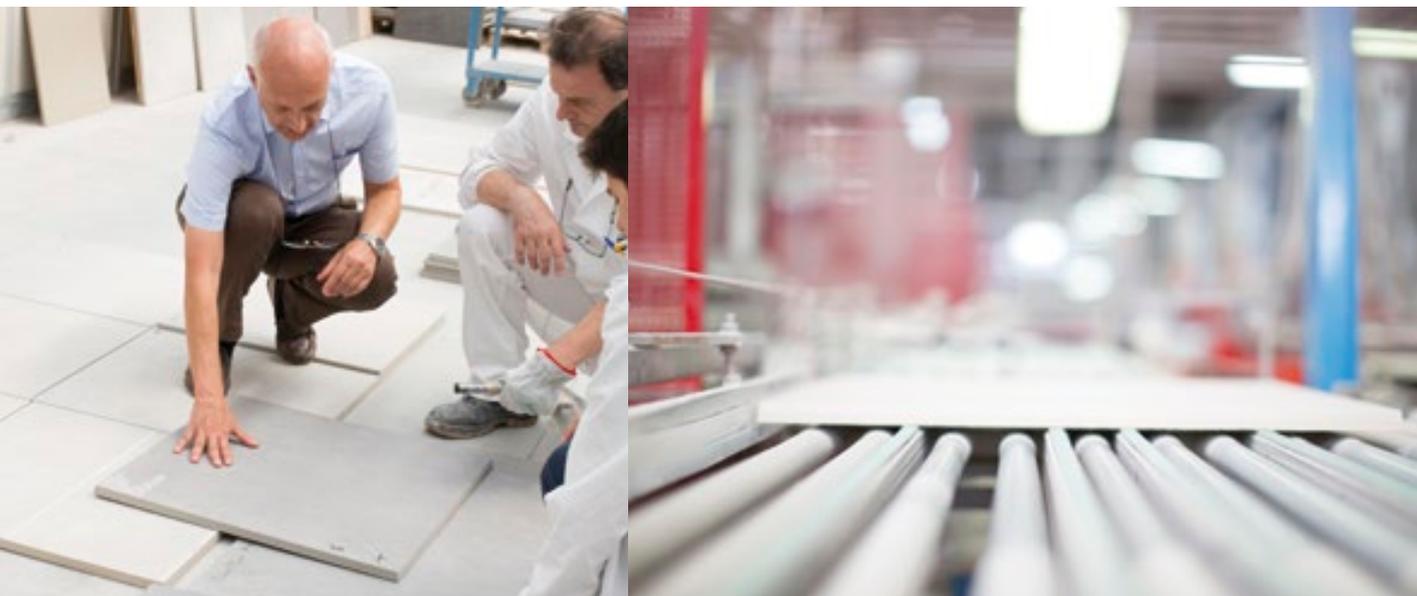
Ricerchiamo con tenacia l'eccellenza industriale, dalla qualità delle materie prime all'efficienza del processo, per ottenere prodotti in grado di coniugare **assoluto valore estetico a elevatissime prestazioni tecniche**.

RESPONSABILITÀ

Mettiamo sempre **la persona e la qualità della vita al centro** delle nostre attenzioni, con prodotti sicuri, sostenibili per l'ambiente, operando nel massimo rispetto di chi lavora con noi.

AFFIDABILITÀ

La garanzia di un Gruppo che, dalle radici familiari nel distretto ceramico di Sassuolo alla quotazione alla Borsa di Milano, è cresciuto fino a diventare una **solida realtà internazionale**, che opera ovunque nel mondo mantenendo un cuore italiano.



2.5

STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GOVERNANCE

Panariagroup è una società quotata dal 2004 nel Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana, Segmento STAR (Segmento Titoli Alti Requisiti).

L'appartenenza al segmento STAR ha comportato l'adeguamento della struttura organizzativa di

Panariagroup ai principi fissati dal Codice di Autodisciplina adottato da Borsa Italiana nel marzo 2006, nonché alle best practice internazionali. Il modello organizzativo di Panariagroup è basato sul modello tradizionale, costituito da 3 organi societari: l'Assemblea, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale.



L'**Assemblea degli azionisti** rappresenta l'universalità dei soci. L'Assemblea è l'organo competente a deliberare in sede ordinaria e straordinaria sulle materie alla stessa riservate dalla legge o dallo Statuto.

Il **Collegio Sindacale** ha il compito di vigilare sull'osservanza della legge, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza della struttura organizzativa della società, sull'adeguatezza delle disposizioni impartite alle società controllate in relazione alle informazioni da fornire per adempiere agli obblighi di comunicazione.

Il **Consiglio di Amministrazione** dirige la Società Panariagroup e persegue l'obiettivo primario della

creazione del valore per l'azionista, operando attivamente per la definizione delle strategie industriali e intervenendo direttamente in tutte le decisioni relative alle materie gestionali più rilevanti, riservate alla sua esclusiva competenza.

Il **Consiglio di Amministrazione** di Panariagroup è composto da 10 membri e comprende Amministratori sia esecutivi sia non esecutivi. Fin dalla fondazione, il Consiglio è guidato dalla famiglia Mussini e tuttora è presieduto da Emilio Mussini, mentre la gestione operativa è affidata a Giuliano Pini, Amministratore Delegato e CEO (Chief Executive Officer) del Gruppo.

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

COGNOME E NOME	CARICA	DATA DI NASCITA	RUOLO ESECUTIVO	COMITATO DI CONTROLLO	COMITATO PARTI CORRELATE	COMITATO REMUNERAZIONE
Mussini Emilio	Presidente del Cda e Amministratore Delegato	1961	●			
Mussini Paolo	Vice-Presidente e Amministratore Delegato	1958	●			
Mussini Andrea	Vice-Presidente	1958				
Pini Giuliano	Amministratore Delegato	1952	●			
Mussini Giuliano	Amministratore	1930				
Mussini Silvia	Amministratore	1967				
Prodi Daniele	Amministratore	1961		●	●	●
Bonfiglioli Sonia	Amministratore Indipendente	1963		●	●	●
Ferrari Tiziana	Amministratore Indipendente	1973		●	●	●
Bazoli Francesca	Amministratore Indipendente	1968				



La presenza degli Amministratori non esecutivi e indipendenti all'interno del Consiglio di Amministrazione è finalizzata a garantire il confronto e la dialettica tra tutti gli Amministratori nell'assunzione delle decisioni consiliari, contribuendo ad assicurare la conformità delle stesse all'interesse sociale e consentendo al Consiglio stesso di trattare con sufficiente indipendenza tematiche legate a fonti di potenziali conflitti di interesse.

Nell'ambito del Consiglio di Amministrazione sono stati inoltre istituiti:

- **il Comitato controllo e rischi:** ha funzioni consultive e propositive e riferisce al Consiglio di Amministrazione sull'opera svolta e sull'adeguatezza del controllo interno. Il Comitato svolge il proprio compito in modo del tutto autonomo e indipendente sia nei riguardi degli Amministratori Delegati, per quanto riguarda le tematiche di salvaguardia dell'integrità aziendale, sia della società di revisione, per quanto concerne la valutazione dei risultati da essa esposti nella relazione e nella lettera di suggerimenti;

- **il Comitato per la remunerazione,** con il compito di formulare proposte al Consiglio di Amministrazione, in assenza dei diretti interessati, per la remunerazione e per gli eventuali piani di stock option o assegnazione di azioni, degli Amministratori Delegati e di quelli che rivestono particolare cariche. Le informazioni complete sulla Politica di Remunerazione dei membri del Consiglio di Amministrazione sono esposte nella "Relazione di Remunerazione" disponibile nel sito aziendale di Panariagroup;

- **il Comitato per le Parti Correlate,** che ha il compito di vigilare e assicurare la trasparenza e la correttezza sostanziale e procedurale delle Operazioni con Parti Correlate, nell'ambito della «Procedura per le operazioni con Parti Correlate» approvata dal Consiglio di Amministrazione di Panariagroup.

Le Parti Correlate di Panariagroup sono: la società controllante Finpanaria, la società collegata Immobiliare Gemma, le società direttamente e indirettamente controllate, gli Amministratori e i loro familiari.

Per presidiare con efficacia i temi della Sostenibilità, il Consiglio di Amministrazione ha suggerito la costituzione di un "Comitato Operativo CSR".

Il Comitato Operativo CSR è incaricato delle scelte inerenti alla Sostenibilità e Responsabilità Sociale d'Impresa e si occupa di coordinare il processo di rendicontazione dei dati relativi al presente Bilancio di Sostenibilità. I membri di tale comitato sono rappresentanti di diverse funzioni aziendali, Amministrazione Finanza e Controllo, Investor Relations, Comunicazione e, infine, Sistemi di Gestione Qualità, Ambiente, Salute e Sicurezza.

2.6 INTEGRITÀ E CONFORMITÀ

Il tema dell'integrità e della conformità è emerso quale uno tra i più rilevanti dall'analisi di materialità di Panariagroup. **La società è infatti fortemente sensibile all'esigenza di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione delle attività aziendali**, a tutela della propria posizione e immagine, delle aspettative dei suoi azionisti e del lavoro dei suoi dipendenti.

In tale contesto, il Gruppo ha messo in pratica politiche volte a **conciliare lo sviluppo economico, sociale e ambientale con una cultura di forti valori etici, di giustizia e di rispetto dei diritti umani**.

A questo proposito, Panariagroup sostiene la necessità di sviluppare un'attitudine collaborativa e di impegno verso i Clienti, i lavoratori, i fornitori e tutti gli attori impattati dall'attività d'impresa. Per queste ragioni, il Gruppo si impegna a combattere il lavoro minorile, il lavoro forzato e i casi di discriminazione e garantisce libertà di associazione ai suoi dipendenti, rispettando le convenzioni dell'International Labour Organization e le Linee Guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali.

Le responsabilità sociali, ambientali ed economiche di cui Panariagroup è investita sono, infatti, una preziosa occasione per dimostrare la leadership solida e propositiva del Gruppo. In questo contesto, **l'adozione del primo Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup è un passaggio fondamentale in termini di trasparenza e responsabilità verso gli stakeholder del Gruppo** e verso gli attori su cui l'azienda esercita un impatto.

Lo status di società quotata, impone a Panariagroup di **adottare degli elevati standard per la gestione della conformità alle normative**. Ad esempio, la struttura organizzativa interna è stata dotata di figure dedicate al presidio di particolari aspetti di

compliance, quali il soggetto Responsabile della funzione di Internal Audit e il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari.

In tema di prevenzione dei reati societari, sensibile all'esigenza di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, **Panariagroup ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231**.

Tra i punti cardine del Modello emergono attività sia ex ante sia ex post, come la mappature delle aree a rischio dell'azienda in termini di possibilità di commissione dei reati, la prevenzione di tali rischi attraverso l'adozione di specifiche procedure, la verifica e la documentazione delle operazioni a rischio, il rispetto del principio della separazione delle funzioni, la verifica dei comportamenti aziendali e l'adozione di un sistema disciplinare specifico e idoneo a sanzionare l'inosservanza delle misure organizzative adottate. Per garantire l'applicazione e il rispetto di detto Modello, è stato istituito un Organismo di Vigilanza, costituito da 3 membri: il membro preposto al controllo interno di Panariagroup (Internal Auditor) e 2 membri indipendenti con adeguate qualifiche professionali.

Per ulteriori informazioni si fa riferimento al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231, pubblicato il 15 novembre 2013 e disponibile per la consultazione sul sito aziendale di Panariagroup.

In merito alla lotta alla corruzione, sia attiva sia passiva, il Gruppo è solerte nel rispettare le normative nazionali e internazionali e ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001. Attività e strutture

organizzative sono sottoposte ai controlli e alle verifiche definite dal Modello 231/2001 e specifiche ore di formazione sono erogate anche in tema di corruzione. A tale proposito si segnala che non sono emersi episodi di corruzione nell'anno 2016.

Sotto il profilo della compliance con le norme ambientali e di sicurezza e igiene sul posto di lavoro, **Panariagroup ha adottato una Politica specifica volta allo svolgimento delle attività di salvaguardia ambientale**, rispetto delle disposizioni legislative, informazione e collaborazione con autorità e comunità locali. In particolare, in base a quanto previsto dal D. Lgs. 152/06 "Norme in materia ambientale", **il Gruppo ha ottenuto per gli stabilimenti di Finale Emilia, Toano e Fiorano Modenese il rinnovo dell'Autorizzazione Integrata Ambientale (Direttiva IPPC – Integrated Pollution Prevention and Control)**. All'interno degli stabilimenti e palazzine uffici di Panariagroup vengono garantite **condizioni di massima tutela della salute e della sicurezza di tutti i lavoratori** sia attraverso la completa applicazione di quanto previsto dal D. Lgs. 81/08 "Testo unico sulla salute e sicurezza del lavoro", sia attraverso un sistema di gestione interno che comprende procedure e mezzi atti a prevenire i potenziali rischi, a proteggere tutti i lavoratori dagli stessi e a monitorare costantemente la situazione reale dei luoghi di lavoro.

Un ulteriore aspetto di rilievo riguarda la **gestione delle informazioni riservate e privilegiate**; a tal fine la società ha adottato un'apposita procedura, in linea con le normative in vigore.

Si segnala inoltre che il **Bilancio Consolidato di Panariagroup è certificato dal 1997 da primarie società di revisione e sempre senza il rilievo di eccezioni**. Dal 2004 (anno di quotazione in

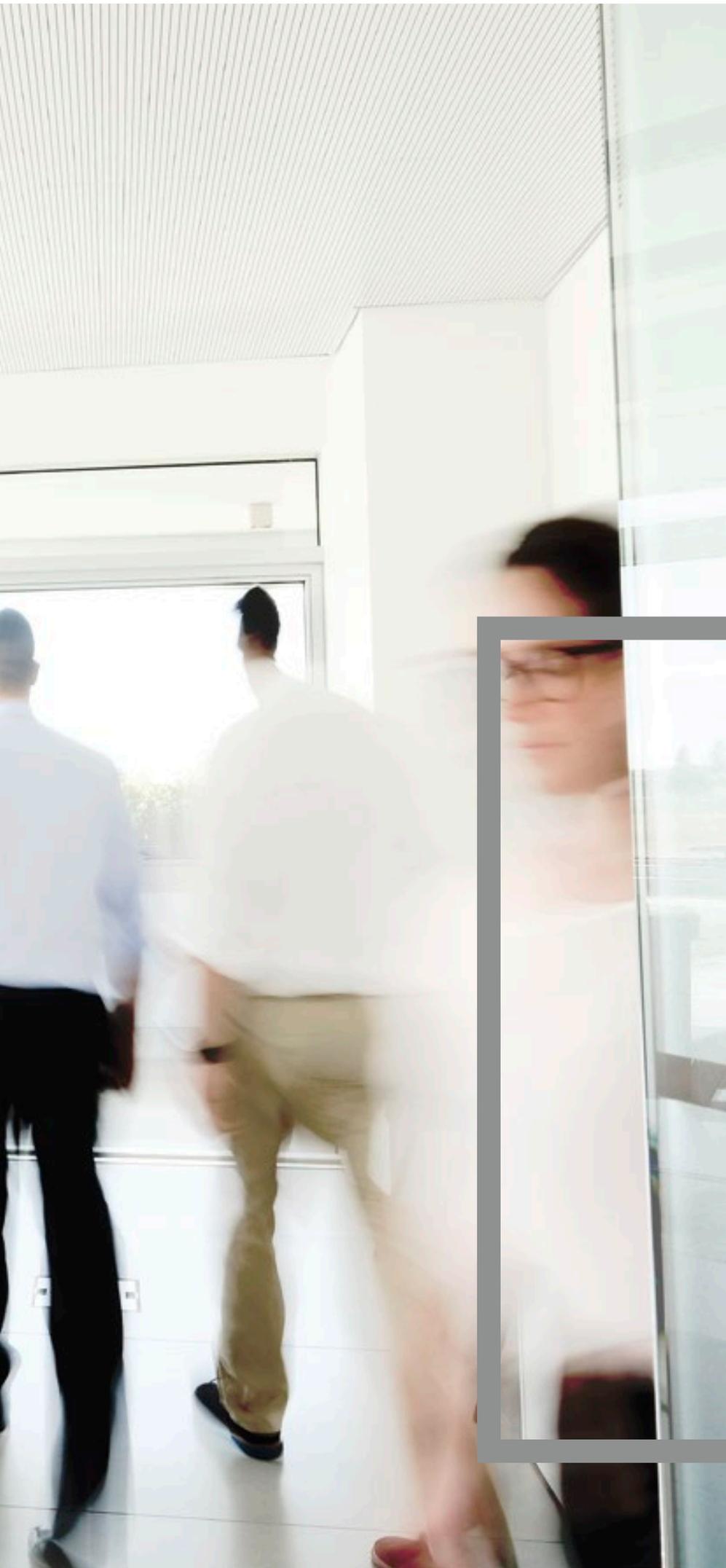
Borsa), anche il Bilancio Semestrale è sottoposto a revisione contabile. Inoltre, dal prossimo anno di rendicontazione, anche il Bilancio di Sostenibilità sarà sottoposto a revisione da parte terza.

Il Bilancio Separato di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. e delle principali società controllate è sottoposto annualmente a revisione contabile con emissione della relativa opinione da parte dei revisori dei conti.

Infine, si segnala che il Gruppo si avvale di personale interno qualificato e di professionisti esterni per la gestione e monitoraggio della conformità alle normative fiscali.

**LE RESPONSABILITÀ
SOCIALI, AMBIENTALI
ED ECONOMICHE DI
CUI PANARIAGROUP È
INVESTITA SONO UNA
PREZIOSA OCCASIONE
PER DIMOSTRARE LA
LEADERSHIP SOLIDA
E PROPOSITIVA DEL
GRUPPO**





3.0

**LA
RESPONSABILITÀ
ECONOMICA**

3.1 LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA DEL GRUPPO

La storia di Panariagroup trova **le sue radici in un distretto produttivo famoso in tutto il mondo per la produzione delle ceramiche**. Il territorio modenese e reggiano, e in particolare il distretto di Sassuolo, ospitano infatti numerose imprese che fanno della ceramica il loro core business. Si tratta del contesto perfetto dove coltivare un progetto imprenditoriale che punta alla qualità e all'eccellenza manifatturiera.

Negli anni, di pari passo con lo sviluppo economico del territorio, sono cresciute esponenzialmente anche le competenze tecniche di coloro che lavorano nel settore della ceramica e che hanno iniziato a popolare questi luoghi.

[+5%]
LIVELLO
OCCUPAZIONALE
DEI DIPENDENTI
DEL GRUPPO
RISPETTO AL 2015

Con l'avvento della crisi economica, tuttavia, molte imprese hanno versato in condizioni economiche avverse e alcune hanno optato per delocalizzare la produzione all'estero. Anche Panariagroup si è trovata in questo contesto ma ha scelto, con consapevolezza e responsabilità, **di tenere ben salde le radici nel territorio di origine, garantendo il mantenimento del livello occupazionale esistente**.

Panariagroup è orgogliosamente interprete del «Made in Italy» e chiave del suo successo economico sono i prodotti sviluppati in Italia. Fondamentale per il Gruppo è anche **sostenere la prosperità dei territori in cui opera** tramite il mantenimento dei livelli occupazionali, la promozione dei rapporti con le comunità locali e la creazione di valore condiviso.

Anche nelle società estere, Panariagroup ha mantenuto negli anni una forte identità territoriale, **contribuendo allo sviluppo economico e sociale delle aree in cui opera** (ad esempio, nel distretto di Aveiro in Portogallo e a Lawrenceburg in Kentucky).

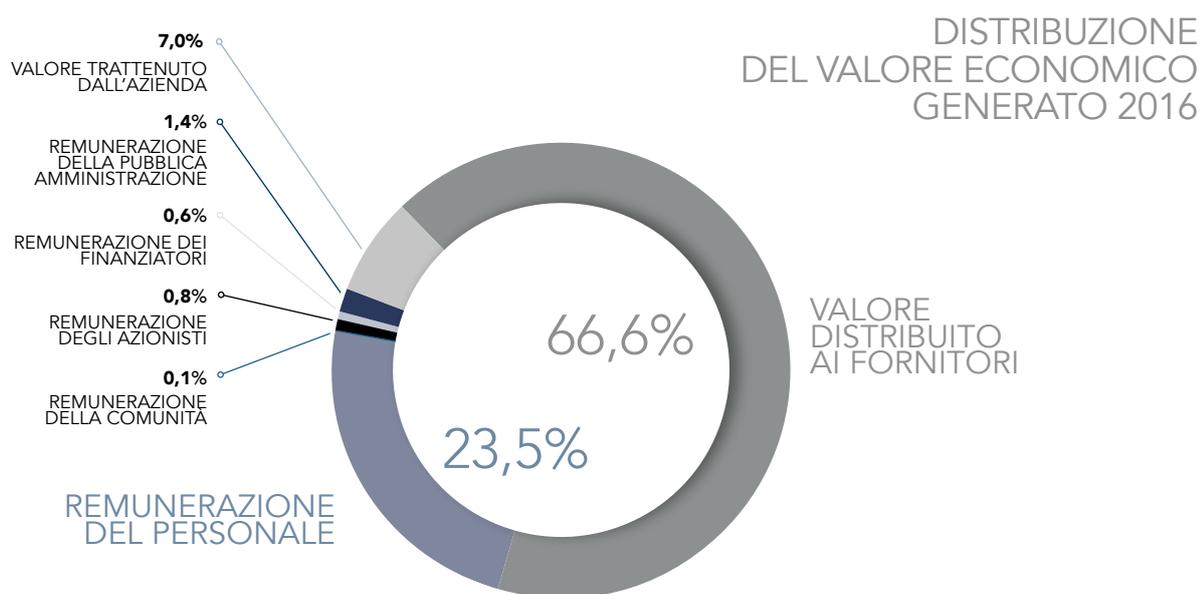
Legato alla dimensione locale ma anche attento alle dinamiche nazionali e internazionali, il Gruppo – anche grazie alla quotazione in Borsa – è, inoltre, sempre **consapevole della responsabilità economica nei confronti degli azionisti, attuali e potenziali, e delle istituzioni finanziarie**. Il Gruppo è **costantemente impegnato al raggiungimento di obiettivi di sviluppo** volti a garantire l'incremento del valore dell'azienda, **attraverso un adeguato reinvestimento degli utili realizzati e una altrettanto adeguata politica dei dividendi**, quale remunerazione diretta degli azionisti.

Al fine di mantenere un costante flusso di informazioni con gli stakeholder della comunità finanziaria nazionale e internazionale relativamente alla gestione della società, è stata istituita una struttura di Investor Relation responsabile della gestione dei rapporti con questi importanti portatori di interesse.

FONDAMENTALE PER IL GRUPPO È SOSTENERE LA PROSPERITÀ DEI TERRITORI IN CUI OPERA TRAMITE IL MANTENIMENTO DEI LIVELLI OCCUPAZIONALI, LA PROMOZIONE DEI RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI E LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO

Grazie alla classificazione del Valore Economico Generato, di seguito rappresentata, è possibile

notare la distribuzione del valore creato dal Gruppo ai diversi stakeholder.



Dallo schema del Valore Economico Generato, si può notare come buona parte dello stesso sia **destinato all'approvvigionamento delle materie prime e, dunque, al pagamento dei fornitori.** Parte del valore distribuito dal Gruppo interessa la remunerazione del personale. A tal proposito, è importante notare che il **livello dei dipendenti del Gruppo negli ultimi due anni è complessivamente cresciuto del 5%**, con valori pressoché stabili per quanto concerne il personale italiano. Si tratta di un dato rilevante soprattutto in considerazione della complessa situazione economica e occupazionale italiana.

Panariagroup, cosciente della responsabilità economica di cui è investita, ha deciso, infatti, di mantenere il forte legame con il territorio mantenendo costanti i livelli occupazionali nei suoi stabilimenti e garantendo una retribuzione equa ai suoi dipendenti.

Nello schema del Valore Economico Generato, vengono riportati anche i contributi e le sponsorizzazioni di Panariagroup nel territorio in cui opera, a sostegno dunque delle comunità locali, delle associazioni benefiche e sportive e delle associazioni di settore. Si tratta sia di donazioni in denaro sia in prodotto.

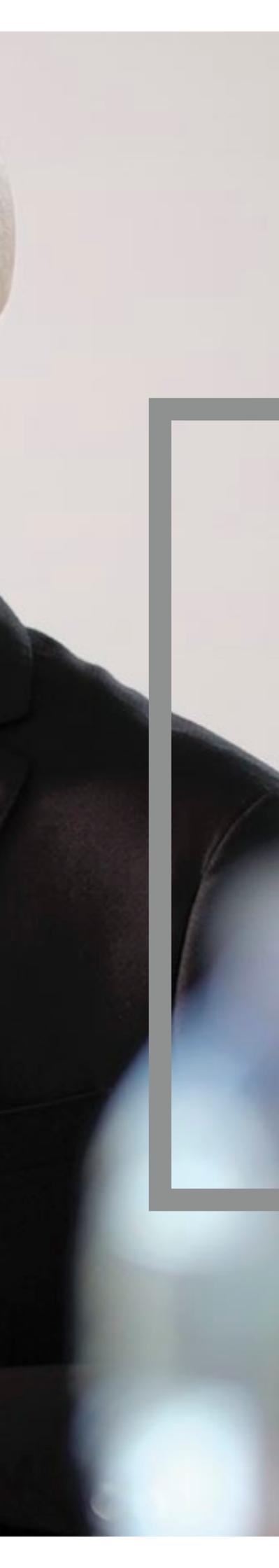
In merito agli investimenti del Gruppo, **gli sforzi si sono concentrati sull'innovazione tecnologica degli impianti, sullo sviluppo di prodotti ad alto contenuto estetico e qualitativo, sull'incremento della produttività e della capacità produttiva.**

A tal proposito, Panariagroup non ha mai cessato, neanche negli anni in cui il contesto economico era incerto, di perseguire la propria politica di innovazione tecnologica degli impianti, di incremento della capacità produttiva e di miglioramento dell'efficienza.

RENATO
MARTELLI

INVESTOR RELATOR
PANARIAGROUP





**RISPETTO E
TRASPARENZA
SONO
I PRINCIPI DI
BUSINESS PIÙ
EFFICACI.**

MLN DI EURO
DI FATTURATO [377]

MLN DI EURO DI
INVESTIMENTI [38,1]

[11,2] MLN DI EURO
DI UTILE
NETTO

Negli ultimi 4 anni **il Gruppo ha investito oltre 100 milioni di euro** (oltre l'8% del fatturato) per mantenere il posizionamento nel ristretto gruppo di aziende all'avanguardia nel settore, senza compromettere l'equilibrio finanziario, ma al contrario, rafforzando la struttura patrimoniale.

INVESTIMENTI

ANNO	TOTALE (IN MLN DI EURO)	% SUI RICAVI
2013	16,9	6,2%
2014	13,9	4,8%
2015	38,2	11,1%
2016	38,1	10,1%

Si tratta di una portata di investimenti di assoluta rilevanza, specie in considerazione dei ricavi. Si può notare infatti **come negli ultimi due anni (2016, 2015) la percentuale degli investimenti sui ricavi sia pressoché raddoppiata rispetto al biennio precedente** (2014, 2013).

Nel 2016, in particolare, il Gruppo ha investito **13,7 milioni di euro in Italia** (tra le destinazioni primarie degli investimenti si annoverano il completamento della nuova linea di grès porcellanato laminato nello stabilimento di Fiorano Modenese e il rinnovamento degli edifici dello stabilimento di Finale Emilia), **19,2 milioni di euro negli Stati Uniti** (tra cui il centro di distribuzione nazionale) e **5,2 milioni di euro in Portogallo** (tra cui si segnalano le linee di lucidatura e smistamento e per la stampa digitale).

Inoltre, Panariagroup partecipa costantemente a programmi di incentivazione governativa e comunitaria legati a obiettivi di innovazione e di ricerca e sviluppo. Ad esempio, in Portogallo, nel 2016 è stato presentato un piano di investimenti,

per il biennio 2016-2017, del valore complessivo di 10 milioni di euro, che consentirà di beneficiare di finanziamenti agevolati e, al raggiungimento di determinati obiettivi di «ritorno dell'investimento», di contributi a fondo perduto.

Nell'ultimo triennio il Gruppo, in un contesto economico non sempre favorevole, **ha realizzato una significativa crescita dei ricavi di oltre 100 milioni di euro**. Il tasso medio di crescita del triennio (+11,4%), ha consentito di incrementare la quota di mercato del Gruppo.

RICAVI

ANNO	MIGLIAIA DI EURO
2013	272.971
2014	290.679
2015	342.910
2016	377.045

Il Gruppo ha confermato anche nel 2016 la sua vocazione di operatore di livello mondiale, con l'82% del fatturato realizzato sui mercati esteri, di cui oltre la metà conseguita al di fuori dei confini europei.

La crescita dei ricavi è stata accompagnata da un percorso di miglioramento dei risultati economici. La capacità di generare ricchezza tramite la gestione operativa è testimoniata dall'andamento dell'EBITDA di Panariagroup degli ultimi 4 anni. I risultati sono estremamente positivi e mostrano **un solido ed equilibrato trend di crescita negli anni**.

[40,8] MLN DI EURO
EBITDA

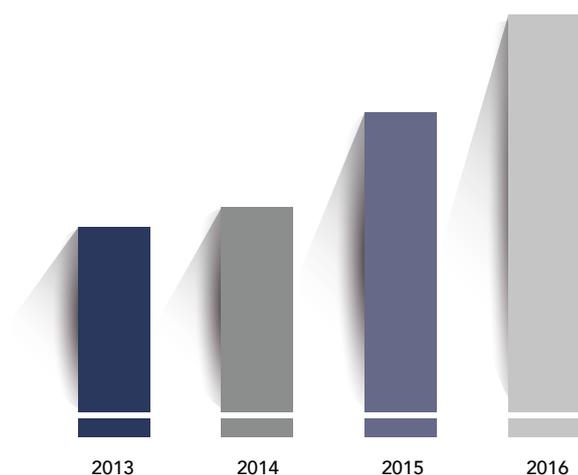
[0,247] EURO UTILE PER AZIONE

RAPPORTO INDEBITAMENTO FINANZIARIO/EBITDA [2,05]

[265] MLN DI EURO DI CAPITALIZZAZIONE AL 30/06/2017

EBITDA

ANNO	EBITDA EURO/000
2013	14.044
2014	21.038
2015	30.797
2016	40.828



L'andamento economico positivo ha consentito un incremento dell'utile per azione rispetto al 2015, passando da 0,129 euro a 0,247 euro per azione.

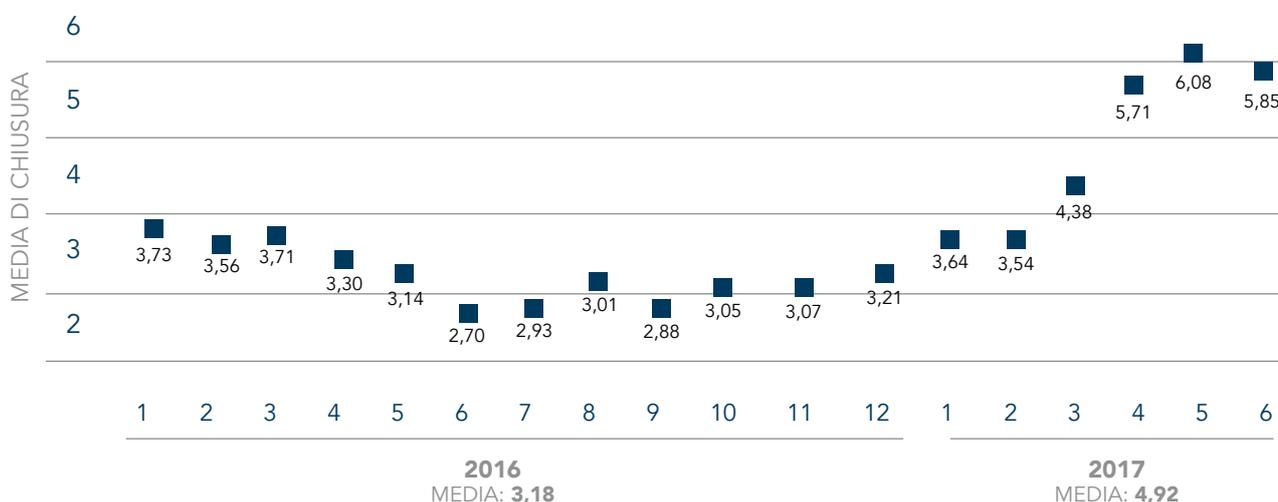
ANNO	UTILE PER AZIONE	UTILE NETTO (IN MIGLIAIA DI EURO)
2015	0,129	5.865
2016	0,247	11.215

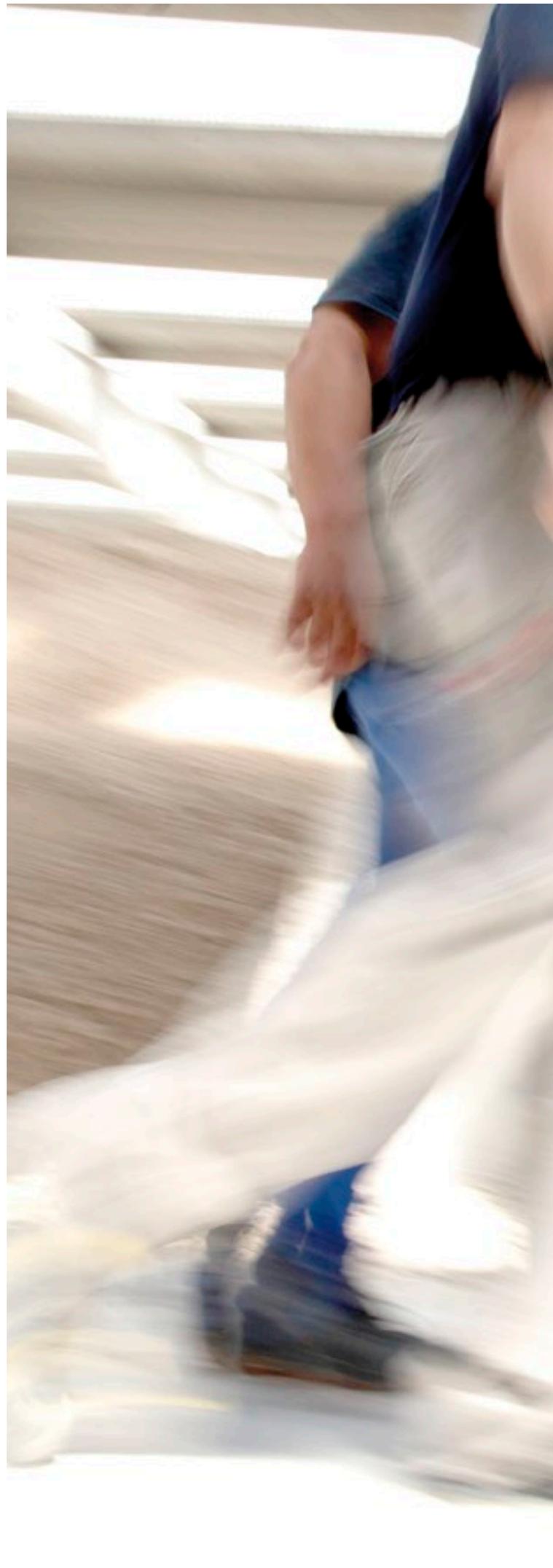
Nell'esercizio 2016, il valore del rapporto tra Posizione Finanziaria Netta e Margine Operativo Lordo è di 2,05. L'indice dimostra la sostenibilità della posizione finanziaria del Gruppo e denota l'affidabilità e la capacità di onorare i propri impegni finanziari.

ANNO	PFN/EBITDA
2015	2,69
2016	2,05

I risultati economici positivi degli ultimi anni sintetizzano efficacemente la capacità di Panariagroup di essere competitiva sui mercati mondiali grazie al valore riconosciuto dalla Clientela all'offerta dei prodotti e dei servizi del Gruppo.

ANDAMENTO QUOTAZIONE TITOLO







4.0

**LA
RESPONSABILITÀ
DI PRODOTTO**

4.1 QUALITÀ, DESIGN E SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI



L'innovazione tecnologica rappresenta la chiave di Panariagroup per raggiungere nuovi traguardi nella produzione ceramica e nel rispetto per l'ambiente. La gamma di prodotti del Gruppo coniuga l'antica arte ceramica con i più evoluti standard realizzativi in fatto di pavimenti e rivestimenti e offre soluzioni specifiche per ogni tipo di applicazione, dalle grandi superfici commerciali ai pavimenti e ai rivestimenti per il residenziale.

Panariagroup nei suoi stabilimenti produce piastrelle di ceramica in grès porcellanato o monoporosa da rivestimento. In particolare, la denominazione grès porcellanato indica un prodotto ceramico, pressato a secco, estremamente compatto, contraddistinto da caratteristiche tecniche di eccellenza (elevata resistenza meccanica, all'usura, agli agenti chimici e alle macchie) e porosità molto ridotta. Questa caratteristica indica che in fase di cottura (eseguita a temperature elevate superiori a 1200 °C) il prodotto raggiunge una completa greificazione, ottenendo le proprietà di minimo assorbimento d'acqua, e di conseguenza di resistenza al gelo e quindi idoneità alla posa in esterno.

Panariagroup, inoltre, è azienda leader nella produzione di grès porcellanato laminato, un prodotto rivoluzionario ottenuto attraverso un sistema produttivo estremamente innovativo, frutto di una tecnologia all'avanguardia e altamente performante. Il grès porcellanato laminato di

Panariagroup permette di ottenere materiali caratterizzati da spessori ridotti (fino a un minimo di 3 mm), e viene prodotto in lastre intere di 300x100 cm senza l'impiego di stampi. Una linea di taglio completamente automatizzata consente di ottenere i diversi formati commercializzati.

La straordinaria attenzione alla **qualità di tutte le fasi del ciclo produttivo** è un altro degli elementi che contraddistingue il prodotto Panariagroup: dalla scelta delle materie prime, agli impianti industriali di ultima generazione, dalle certificazioni fino al servizio post-vendita. Il tutto va di pari passo con **le scelte di sostenibilità, che rappresentano un continuo stimolo all'innovazione e al miglioramento dei processi.**

**PANARIAGROUP È
LEADER NELLA
PRODUZIONE DI
GRÈS PORCELLANATO
LAMINATO, UNA LASTRA
RIVOLUZIONARIA
CHE ABBATTE
DRASTICAMENTE
L'IMPATTO AMBIENTALE
DEI PRODOTTI**

Ne sono testimonianza concreta sia l'investimento in una tecnologia, quella del **grès porcellanato laminato, che abbatta drasticamente l'impatto ambientale dei prodotti**, sia la scelta di costruire **una linea sempre più ampia di prodotti antibatterici** grazie all'esclusiva tecnologia PROTECT. Questi prodotti rappresentano una solida garanzia per il miglioramento dello stile di vivere e abitare.

I prodotti Panariagroup nascono in **un ambiente altamente votato anche al design e alla massima resa estetica**: la bellezza dei materiali attinge sia a forti competenze di ricerca interna sia a una massima valorizzazione del know-how dei partner esterni, nonché a importanti collaborazioni con designer internazionali.

Il management del Gruppo ha consolidato in oltre 40 anni di attività **eccezionali competenze e cultura ceramica**, che vengono trasmesse nello sviluppo delle idee e del prodotto finito, costituendo un asset decisivo nella realizzazione di collezioni di pregio assoluto.

I PRODOTTI DI PANARIAGROUP SI SONO DISTINTI PER **IMPORTANTI PREMI VINTI** IN TUTTO IL MONDO

IN PARTICOLARE LEA CERAMICHE HA CONSEGUITO IMPORTANTI RICONOSCIMENTI INTERNAZIONALI:

- 2008 CITY** VINCE IL GOOD DESIGN AWARD, CHICAGO ATHENAEUM MUSEUM.
- 2014 TYPE 32 SLIMTECH** VINCE IL GOOD DESIGN AWARD, CHICAGO ATHENAEUM MUSEUM.
- 2016 TYPE 32 SLIMTECH**, MENZIONE D'ONORE, XXIV PREMIO COMPASSO D'ORO ADI.
- 2016 NAIVE SLIMTECH**, SPECIAL MENTION, GERMAN DESIGN AWARD 2016.
- 2016 NAIVE SLIMTECH** VINCE IL GOOD DESIGN AWARD 2016, CHICAGO ATHENAEUM MUSEUM.

Ne sono prova le numerosissime referenze che Panariagroup vanta nel mondo, con i suoi prodotti scelti in opere architettoniche di grande prestigio, testimoniando il valore estetico e tecnico dei materiali.

Tra queste, in particolare merita una segnalazione l'importante realizzazione del Bosco Verticale, lo straordinario e pluripremiato progetto degli architetti Boeri, Barreca e Lavarra a Milano: un'opera simbolo della sostenibilità, un modo di intendere la città come sinergia tra natura e architettura, a cui Panariagroup ha contribuito in modo significativo con i materiali di Cotto d'Este e di Lea Ceramiche.



4.2 I NOSTRI MARCHI

I marchi di Panariagroup, aumentati negli anni fino agli attuali nove, si fregiano tutti, indistintamente, di **grande notorietà a livello internazionale ed eccellenza dal punto di vista sia estetico sia tecnico.**

Ogni marchio presenta caratteristiche specifiche e distintive, ma nell'insieme tutti sono pensati e sviluppati per rispondere alle esigenze di una

Clientela che, seppure diversificata, dimostra una particolare attenzione alla qualità e al gusto estetico dei prodotti.

Qui di seguito una breve descrizione di ciascun marchio di Panariagroup: tutti i brand operano nel settore della ceramica per pavimenti e rivestimenti e si posizionano nella fascia alta e lusso del mercato, ma ognuno con le sue caratteristiche e peculiarità.



PANARIA CERAMICA è l'espressione della grande tradizione ceramica del Gruppo. Da sempre in grado di rappresentare i principali stili contemporanei combinando qualità e capacità di interpretare le esigenze dei Clienti, Panaria Ceramica è un brand dalla radicata cultura del "fare ceramica". Propone soluzioni di pregio concepite prevalentemente per l'utilizzo residenziale, un catalogo di ricche e strutturate collezioni con ampie gamme di formati e complementi decorativi.



LEA CERAMICHE è la perfetta sintesi di design visionario e performance tecnologica, ed è partner della creatività ovunque nel mondo, per ogni tipo di progetto architettonico che ricerchi distinzione attraverso uno stile unico e riconoscibile. La continua innovazione, l'assoluta affidabilità delle prestazioni e la capacità di osare hanno reso Lea Ceramiche una protagonista indiscussa dell'architettura mondiale, permettendole di siglare significative e prestigiose partnership con designer e professionisti del progetto di fama internazionale.



COTTO D'ESTE è marchio di prestigio assoluto nel campo delle superfici ceramiche. Le sue creazioni, frutto di eccellente maestria produttiva e appassionata e perseverante cura del dettaglio, sono da sempre sinonimo di bellezza. La profonda vocazione alla ricerca dell'estetica, di tecniche uniche e innovative e di processi produttivi sostenibili ha portato il brand a firmare importanti referenze in tutto il mondo. In Cotto d'Este nascono prodotti unici, come le superfici a spessore 14 mm e le rivoluzionarie grandi lastre sottili Kerlite.



FIORDO presenta soluzioni contemporanee e curate, con gamme prodotte semplici e facili da interpretare. Prodotti pensati per il residenziale, ma ideali anche per impieghi in esterno e commerciali, sempre impreziositi dalla massima qualità estetica e tecnologica.



BLUSTYLE è il brand di Cotto d'Este che ne eredita tutta la qualità e la ricercatezza nelle soluzioni, traducendole in collezioni più semplici e accessibili, realizzate in grès porcellanato a spessore tradizionale.



MARGRES, brand di riferimento in Portogallo nel grès porcellanato tecnico di qualità e importante player nel mercato internazionale, offre prodotti di pregio per ogni tipo di costruzione in spazi privati o pubblici, incontrando le esigenze dell'architettura contemporanea grazie a tecnologie produttive d'avanguardia, materie prime di alta qualità e raffinata cura dell'estetica.



LOVE TILES è il marchio leader in Portogallo nella produzione di rivestimenti in monoporosa di grande formato e pavimenti in grès porcellanato smaltato. I prodotti del brand puntano a essere la prima scelta di chi vive con passione il legame tra persone e spazi abitativi, scegliendo di creare per sé ambienti unici ed eleganti.



FLORIDA TILE, con una sede produttiva in Kentucky e 24 showroom negli Stati Uniti, crea e distribuisce prodotti da pavimento e rivestimento curati e innovativi, in ceramica e in pietra naturale, pensati per incontrare al meglio le esigenze del mercato americano. Parte del Gruppo dal 2006, ma con oltre sessanta anni di storia, il brand compete sul mercato nazionale coi più grandi leader di mercato grazie alla rinnovata capacità produttiva e alla continua innovazione tecnica ed estetica delle sue offerte.



BELLISSIMO nasce dall'incontro tra Panariagroup e Asian Granito, azienda leader nel mercato indiano. La mission di Bellissimo è produrre materiali ceramici di lusso, frutto della combinazione tra stile, tecnologia e know-how italiani e le esigenze dell'architettura e dell'industria delle costruzioni indiana.

4.3

INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

Negli anni, il Gruppo ha tracciato un percorso di continua evoluzione e si posiziona oggi tra le realtà più all'avanguardia del settore. **Uno dei principali fattori del successo di Panariagroup è l'interminabile attività di Ricerca e Sviluppo** volta a individuare nuove metodologie produttive e linee di prodotto innovative, pronte a rispondere alle esigenze di una Clientela sempre più attenta e diversificata.

In Panariagroup opera **un importante Centro Ricerche** costituito da personale altamente qualificato: tecnici, ingegneri, architetti e ricercatori, tutti animati dalla volontà di studiare sempre nuove soluzioni per competere con successo nel settore dei pavimenti e rivestimenti in ceramica, mantenendo ben saldo il posizionamento di leadership del Gruppo nel mercato.

L'innovazione di processo e di prodotto è una costante per Panariagroup e si riverbera in tutte le unità produttive in Italia, Portogallo e Stati Uniti. Il lavoro di sviluppo ed evoluzione sulle linee di produzione, la ricerca continua e l'eccellenza nella scelta delle materie prime, la varietà e ricchezza nelle applicazioni di superficie sono un processo permanente e una sfida quotidiana. Così come **la capacità di avere visione e investire su tecnologie di avanguardia, come il grès porcellanato laminato**, un prodotto rivoluzionario su cui Panariagroup ha puntato da oltre 10 anni, con vendite record in tutto il mondo e con una innovazione costante, capace di reinterpretare e fare evolvere questa tecnologia al servizio di utilizzi sempre più ambiziosi.

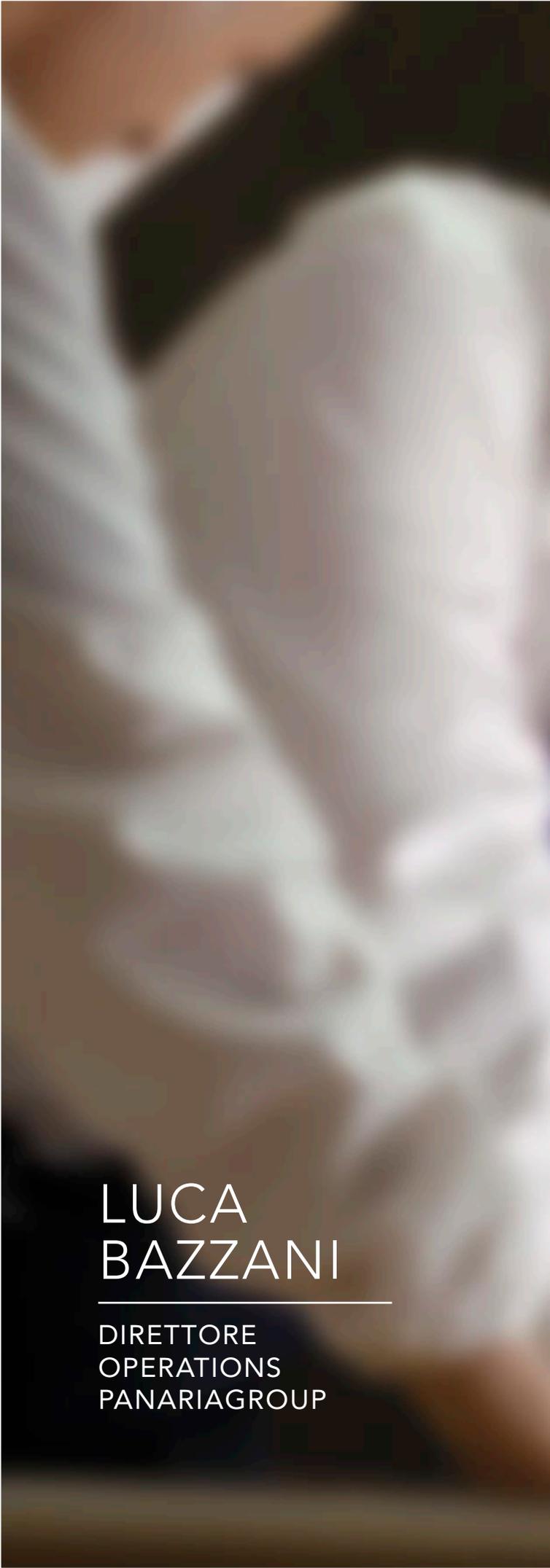
Un altro esempio concreto di questi progetti è PROTECT, l'esclusiva **linea di pavimenti e rivestimenti antibatterici** realizzata in collaborazione con Microban®, azienda leader mondiale nelle tecnologie igienizzanti. Le superfici PROTECT garantiscono, infatti, una altissima performance grazie a un vero e proprio scudo antibatterico incorporato nel prodotto ceramico, che elimina fino al 99,9% dei batteri dalla superficie. Il risultato è una superficie costantemente protetta, con alte prestazioni igieniche, inalterabile da usura e dalle condizioni climatiche.

È importante menzionare, inoltre, il prestigioso progetto di ricerca portato a termine nel giugno 2016 da Panariagroup. I tecnici del Centro Ricerche della business unit italiana, in collaborazione con un team di partner nazionali composto da imprese private appartenenti a diversi settori ed enti di ricerca qualificati, hanno **realizzato il primo prototipo di piastrella fotovoltaica** di dimensione 30x30 cm e spessore 3 mm, funzionante e in grado di produrre energia elettrica, in cui lo strato attivo è costituito da un film sottile di silicio amorfo.

CAPACITÀ DI AVERE
VISIONE E INVESTIRE
SU TECNOLOGIE
DI **AVANGUARDIA**,
COME IL **GRÈS**
PORCELLANATO
LAMINATO

Il progetto, intitolato "Sviluppo e messa a punto piastrelle ceramiche, nelle quali siano state integrate celle fotovoltaiche (PV) per edifici con involucri evoluti (BIPV – Building Integrated PhotoVoltaics)", è stato condotto nell'ambito del bando "Efficienza Energetica – Industria 2015", promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Il programma è stato impostato in modo da affrontare importanti problematiche economiche e industriali, come la necessità di rendere disponibili materiali da costruzione sostenibili, in modo da ridurre il fabbisogno energetico relativo alla gestione degli edifici, riducendo così l'utilizzo combustibili fossili e, conseguentemente, le emissioni di CO₂.



LUCA
BAZZANI

DIRETTORE
OPERATIONS
PANARIAGROUP





**PER ME,
IL MODO
MIGLIORE
DI FARE
LE COSE
È L'UNICO
MODO
DI FARLE.**

4.4 SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

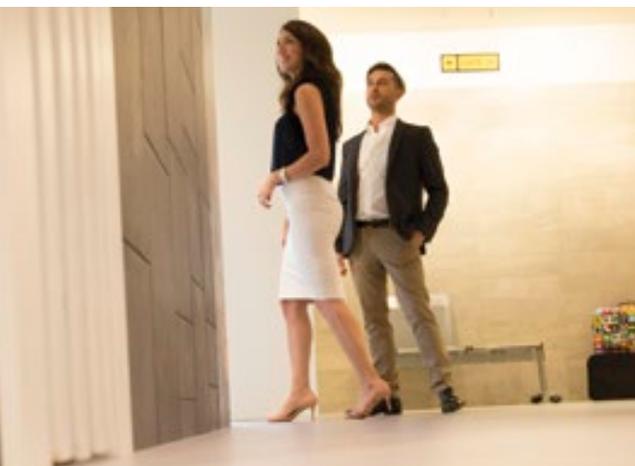
La soddisfazione del Cliente va di pari passo con la spinta verso l'innovazione e la sostenibilità. La capacità innovativa dell'azienda si basa su una continua sperimentazione che, grazie allo sviluppo di sistemi produttivi e tecnologie all'avanguardia, consente a Panariagroup di **proporre ai Clienti una vasta gamma di prodotti di altissima qualità che si pongono al vertice di mercato per le eccellenti prestazioni tecniche e contenuto di design.** La sinergia fra prodotti, ricerca e design permette, infatti, di offrire una gamma di articoli capace di soddisfare un ampio raggio di esigenze progettuali in un'ottica di sostenibilità e migliore coordinamento estetico con l'architettura e l'arredo.

Uno degli elementi distintivi di Panariagroup è la capacità di **affrontare le sfide commerciali non solo con uno spettro di brand ampio**, per coprire tutti i segmenti del mercato, ma anche **con strutture dedicate a servire nel modo più mirato e completo specifici canali o aree geografiche.** Tutto questo permette di perseguire un principio fondamentale per Panariagroup, ossia **l'attenzione sempre massima alla cura del Cliente**, da soddisfare con un'organizzazione solida e affidabile ma anche con flessibilità e capacità di rispondere alle richieste.

Organizzazioni verticali che puntano a coprire capillarmente i mercati e la distribuzione retail sono affiancate da **strutture trasversali** che operano in maniera dedicata per aree geografiche o per servire target particolarmente strategici, come i grandi progetti internazionali, il Contract e i buyer aziendali.

Nello specifico, nel canale dedicato al Contract e Key Accounting, Panariagroup mette a disposizione una struttura dedicata con un team commerciale e di relazione e una unit di progettazione e servizio in grado di rispondere in modo efficiente e qualitativo a tutte le esigenze dell'architettura su scala mondiale.

ELEMENTO DISTINTIVO
DI PANARIAGROUP È LA
CAPACITÀ DI AFFRONTARE
LE SFIDE COMMERCIALI
NON SOLO CON UNO
**SPETTRO DI BRAND
AMPIO** MA ANCHE CON
**STRUTTURE DEDICATE A
SERVIRE SPECIFICI CANALI
O AREE GEOGRAFICHE**

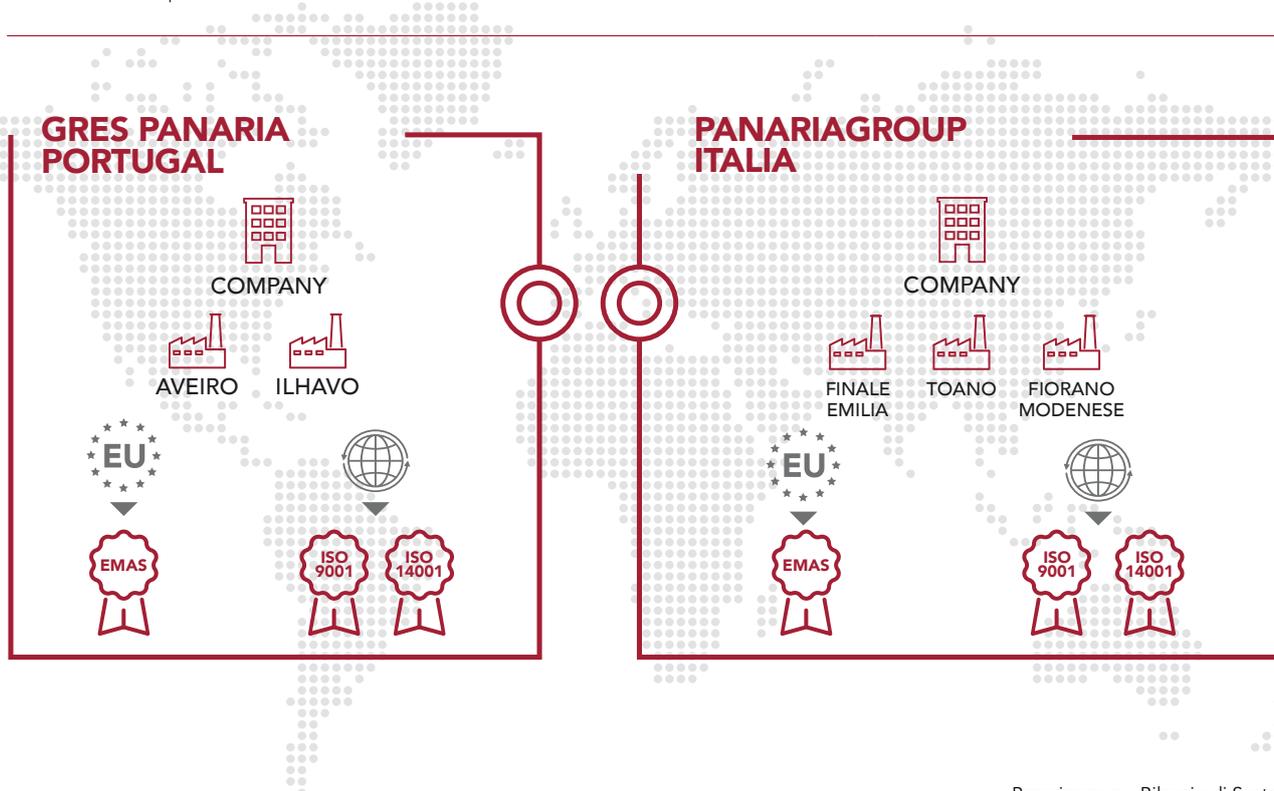


4.5 CERTIFICAZIONI DI SISTEMA

Di seguito sono riportate le certificazioni di sistema ottenute da Panariagroup per i suoi stabilimenti. Per quanto riguarda il sistema di gestione della qualità, la certificazione ISO 9001 si estende a tutte

le divisioni commerciali e alle funzioni di servizio. Anche queste testimoniano l'impegno del Gruppo verso le questioni etiche, ambientali e di sicurezza e qualità.

CERTIFICAZIONE	DESCRIZIONE	CAMPO DI APPLICAZIONE	PANARIAGROUP ITALIA	GRES PANARIA PORTUGAL
	Ai sensi della Certificazione ISO 9001, tutte le fasi del processo produttivo, a partire dall'arrivo delle materie prime fino alla scelta e confezionamento del prodotto finito, vengono opportunamente verificate da personale esperto attraverso accurati controlli di qualità. Il sistema qualità dei siti produttivi Panariagroup viene verificato con frequenza annuale da un ente certificatore esterno attraverso accurate visite ispettive.	WORLDWIDE	FINALE EMILIA TOANO FIORANO MODENESE	AVEIRO ILHAVO
	Ai fini della Certificazione ISO 14001 tutti gli aspetti ambientali inerenti all'attività di produzione di piastrelle vengono costantemente controllati, garantendo l'utilizzo delle migliori tecnologie presenti sul mercato per ridurre al minimo gli impatti ambientali generati. Il sistema ambientale dei siti produttivi Panariagroup viene verificato con frequenza annuale da un ente certificatore esterno attraverso accurate visite ispettive.	WORLDWIDE	FINALE EMILIA TOANO FIORANO MODENESE	AVEIRO ILHAVO
	Il sistema comunitario di ecogestione e audit EMAS per le organizzazioni richiede la creazione di un Sistema di Gestione Ambientale basato sul continuo miglioramento delle proprie prestazioni. Il sistema si fonda sulla creazione di un rapporto di collaborazione e fiducia con i dipendenti, con le istituzioni del territorio e con il pubblico. La Dichiarazione Ambientale è il documento finale di tale processo.	EU	FINALE EMILIA TOANO FIORANO MODENESE	AVEIRO ILHAVO



4.6 CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO

Di seguito sono riportate le certificazioni ottenute da Panariagroup per i prodotti commercializzati dalle società del Gruppo operanti in Italia, Portogallo e Stati Uniti, a testimonianza della

massima attenzione e sensibilità del Gruppo verso le questioni etiche, ambientali e di sicurezza e qualità.

CERTIFICAZIONE	DESCRIZIONE	CAMPO DI APPLICAZIONE	ITALIA	PORTOGALLO	USA
	UPEC è una certificazione di prodotto rilasciata dall'istituto francese CSTB che verifica l'idoneità tecnica dei prodotti in relazione al tipo di destinazione d'uso.	Francia	●	●	
	La marcatura CE è la certificazione di sicurezza del prodotto richiesta dall'Unione Europea e ha lo scopo di salvaguardare la salute delle persone.	EU	●	●	
	Il marchio KEY-MARK e il marchio Certiquality-UNI attestano che i prodotti certificati sono conformi alle normative europee per le piastrelle ceramiche.	EU	●		
	Dall'agosto 2005 possono essere esportate nella Repubblica Popolare Cinese solo le piastrelle ceramiche in possesso del marchio CCC. Dal marzo 2006 Panariagroup ha ottenuto il marchio CCC su diversi prodotti.	CINA	●	●	
	FloorScore® è un sistema che certifica la bassa emissione di VOC delle pavimentazioni e dei prodotti per la loro installazione. È un protocollo di certificazione tra i più riconosciuti per la determinazione della qualità dell'aria all'interno degli edifici.	WORLDWIDE	●	●	
	La dichiarazione EPD è una dichiarazione volontaria applicabile a tutti i prodotti. È un importante strumento di rendicontazione e documentazione in tema di qualità ambientale dei prodotti.	WORLDWIDE	●	●	●
	Ecolabel è un sistema di certificazione ambientale di prodotto creato dalla Comunità Europea (Regolamento CE n. 66/2010) che offre a tutti i consumatori la possibilità di acquistare merci eco-compatibili. Questa etichetta rappresenta un attestato di eccellenza perché viene concessa in base a una rigorosa analisi del ciclo di vita del prodotto (LCA).	EU	●		
	Panariagroup ha ottenuto la prestigiosa Certificazione Greenguard che attesta la conformità di materiali di costruzione, arredamento e finitura a stringenti criteri di qualità dell'aria definiti dal GEI (Greenguard Environmental Institute). Tali prodotti sono sottoposti a rigorosi test condotti da terze parti per verificare il loro impatto sull'inquinamento indoor dell'aria.	USA			●
	È una iniziativa del TCNA per riconoscere e certificare prodotti sostenibili secondo la norma ANSI 138.1. Sono coperti dalla certificazione le caratteristiche ambientali del prodotto, la produzione di prodotti, l'estrazione di materie prime, la gestione del fine vita dei prodotti e l'innovazione.	USA			●
	Per gran parte dei suoi prodotti, Panariagroup ha ottenuto una certificazione relativa al contenuto di materiale riciclato pre-consumer. Questa caratteristica di eco-sostenibilità contribuisce all'ottenimento di crediti previsti da diversi standard edilizi internazionali.	WORLDWIDE	●		●

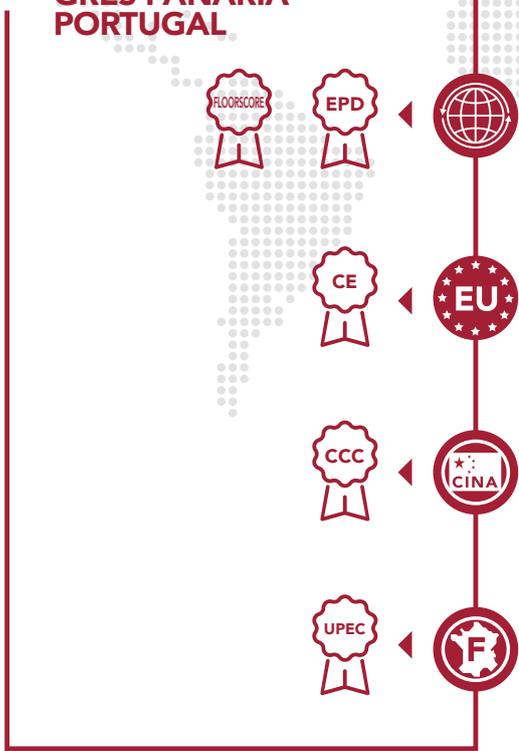
**PANARIAGROUP
USA**

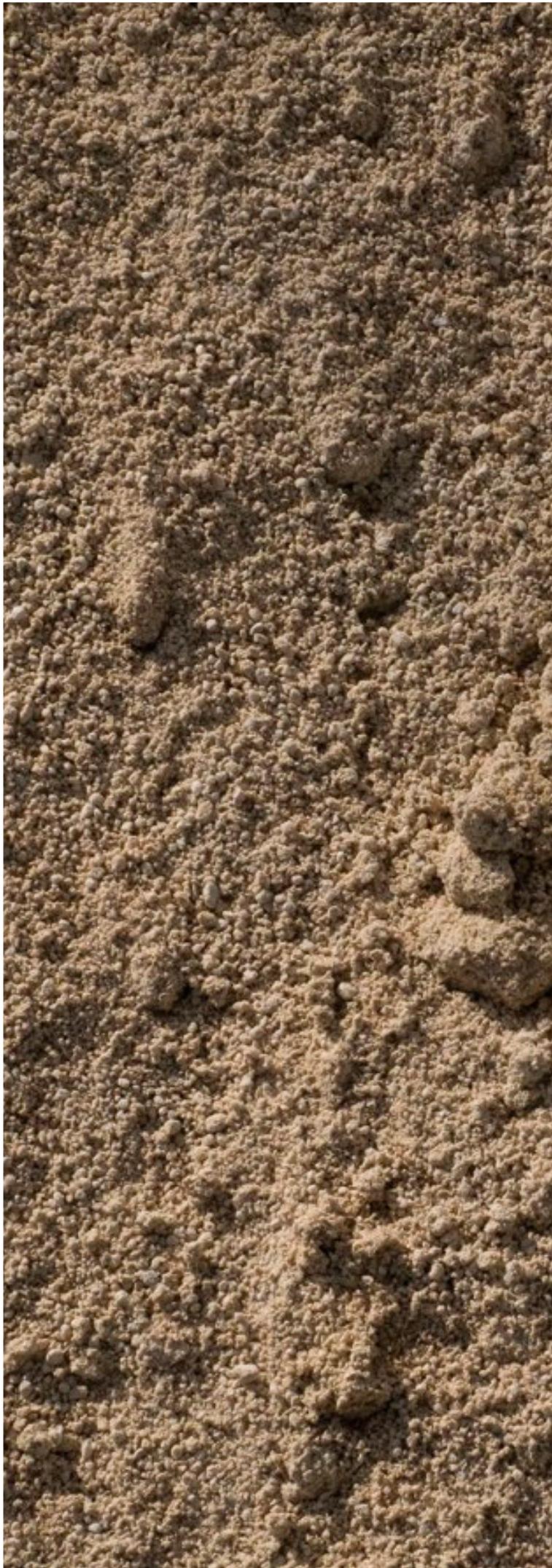


**PANARIAGROUP
ITALIA**



**GRES PANARIA
PORTUGAL**







5.0

**LA
RESPONSABILITÀ
AMBIENTALE**

5.1 LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Da sempre all'avanguardia nel coniugare in modo sapiente bellezza, qualità e sostenibilità, **Panariagroup quotidianamente si impegna per ridurre al massimo l'impatto ambientale degli stabilimenti**, dimostrando l'eccellenza nella salvaguardia dell'ecosistema e nella ricerca dei migliori comfort abitativi. Un impegno fondamentale e imprescindibile, soprattutto per chi, come Panariagroup, realizza prodotti che incontrano la vita quotidiana di milioni di persone nel mondo, nelle case e negli ambienti pubblici.

Per il Gruppo **gli aspetti legati all'impatto ambientale e alla sicurezza e igiene sul luogo di lavoro sono di fondamentale importanza**, per questo la politica adottata nella gestione delle attività del Gruppo si basa su principi saldi e precisi:

- **salvaguardare l'integrità dell'ambiente** che circonda gli stabilimenti produttivi, l'ambiente interno a essi e l'ambiente nel suo complesso;
- **assicurare il costante rispetto delle disposizioni legislative vigenti relative all'Ambiente e alla Sicurezza**, attraverso controlli continui e rigorosi;
- **gestire, preservare e, ove possibile, diminuire l'utilizzo di risorse naturali**, tramite attività di ricerca e sviluppo finalizzate all'utilizzo del materiale riciclato e a politiche di efficienza energetica;
- perseguire gli obiettivi di miglioramento continuo in termini di prestazioni ambientali, per **ridurre al minimo la produzione di sostanze inquinanti e il consumo di risorse**;

- mantenere una **costante informazione e collaborazione con la popolazione e con gli enti pubblici in merito alla Politica adottata per la tutela ambientale** e alle azioni effettuate per il continuo rispetto dell'ambiente, anche tramite la pubblicazione della Dichiarazione Ambientale EMAS.

Questi principi sono di importanza cruciale poiché guidano l'operato di Panariagroup sia a livello strategico e decisionale sia a livello di gestione operativa dei singoli stabilimenti, con il fine ultimo di un costante miglioramento delle performance ambientali su tutti i livelli di gestione.



Consapevole che nel settore della produzione di ceramiche per pavimenti e rivestimenti la sensibilità per l'ambiente rappresenta sempre più un fattore critico di successo, **il Gruppo ha saputo esprimere negli anni una vera e propria filosofia green che si manifesta a tutti i livelli.**

Ogni cosa è pensata e realizzata nel massimo rispetto per l'ambiente: dalla concezione architettonica degli stabilimenti produttivi, in perfetta armonia con il territorio, fino alle accurate procedure di controllo di ogni fase di lavorazione del prodotto.

A dimostrazione del ruolo centrale che riveste la sostenibilità ambientale per il Gruppo, **tutti i siti produttivi in Europa, altamente automatizzati e integrati, hanno conseguito le certificazioni ISO 9001, ISO 14001 e EMAS per il sistema di gestione ambientale.** La dichiarazione EMAS contiene le performance ambientali e gli obiettivi di miglioramento prefissati ed è pubblicata annualmente sul sito internet aziendale. Inoltre, per quanto riguarda i siti produttivi italiani, Panariagroup predispone annualmente il report AIA come previsto dall'Autorizzazione Integrata Ambientale, contenente dati relativi alla performance ambientali e specifici indici di prestazione.

Le materie prime impiegate nei processi produttivi negli stabilimenti di Panariagroup sono costantemente monitorate, nel completo rispetto degli standard ambientali previsti dalla legge.

EMISSIONI
LIMITATE PER m²
DI PIASTRELLE
PRODOTTE

[0,009]
tCO₂/m²

Uguualmente, gli scarti produttivi sono in larga misura riutilizzati, con una sensibile diminuzione dell'uso di nuove materie prime naturali. Tutti i prodotti dei brand, poi, sono sottoposti a **rigorosi e accurati controlli di qualità** e ogni collezione viene classificata secondo specifiche normative. La maggior parte di esse possiede i requisiti per l'ottenimento dei crediti LEED e il prestigioso marchio ECOLABEL.

**OGNI COSA
È PENSATA E
REALIZZATA NEL
MASSIMO RISPETTO
PER L'AMBIENTE:
DAGLI STABILIMENTI
PRODUTTIVI IN
ARMONIA CON IL
TERRITORIO, ALLE
PROCEDURE DI
CONTROLLO DI OGNI
FASE DI LAVORAZIONE**

FOCUS ON: PORTOGALLO. POLICY DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Il Portogallo è stato precursore delle logiche di sostenibilità di Panariagroup e ha operato come un laboratorio di innovazione in tema di integrazione dei principi della sostenibilità nella strategia del Gruppo. Love Tile e Margres, i due brand di Panariagroup con sede in Portogallo, hanno messo in pratica una strategia di sviluppo sostenibile locale

fondata sui valori su cui si ispira Panariagroup. In particolare, consapevoli delle proprie responsabilità sociali e ambientali, i brand portoghesi si sono impegnati a rispettare i principi di orientamento strategico rappresentati nel grafico. Si tratta di fattori determinanti in chiave decisionale e nello svolgimento delle attività di business.

SERVIZIO AL CLIENTE E RELAZIONE CON ALTRI STAKEHOLDER

SODDISFAZIONE DEI CLIENTI
E DEGLI STAKEHOLDER
ATTRAVERSO IL RISPETTO DI
SPECIFICI REQUISITI

RELAZIONI CON LA SOCIETÀ

RISPETTO DI REQUISITI
LEGALI, E DI ALTRA
NATURA, ASSOCIATI AI
PRODOTTI, AI SERVIZI E
ALLE ATTIVITÀ SVOLTE
DALL'ORGANIZZAZIONE

MIGLIORAMENTO CONTINUO

INNOVAZIONE E SVILUPPO
DI PRODOTTI E SERVIZI, IN
CONSIDERAZIONE DELLE
ASPETTATIVE DEI CLIENTI

PROTEZIONE DELL'AMBIENTE

PREVENZIONE
DELL'INQUINAMENTO
ATTRAVERSO LA
MINIMIZZAZIONE
DELL'IMPATTO AMBIENTALE,
CONTROLLO E ADOZIONE
DELLE MIGLIORI TECNOLOGIE
DISPONIBILI, OVE POSSIBILE
ED ECONOMICAMENTE
PRATICABILE

OBIETTIVI SOCIALI

COINVOLGIMENTO
E MOTIVAZIONE
DEI DIPENDENTI,
FONDAMENTALE FATTORE
DI SUCCESSO PER
L'AZIENDA

SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE

PREVENZIONE DI INCIDENTI
E MALATTIE LEGATE AL
LAVORO, CONTRIBUENDO
AL MIGLIORAMENTO DELLA
QUALITÀ DELLA VITA DEI
DIPENDENTI

5.2 LA GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI

Panariagroup ha scelto di schierarsi in difesa del pianeta. Lo ha fatto e continua a farlo ogni giorno con azioni concrete, attraverso **investimenti in tecnologie più evolute e scelte produttive che rispondono a logiche di ecosostenibilità**. Perché in fondo, pur essendo il risultato di un processo industriale complesso e tecnologicamente avanzato, **la ceramica resta un prodotto naturale**. Una ricetta semplice, fatta di pochi elementi essenziali come terra, acqua e fuoco, consente di ottenere un prodotto resistente e versatile, pratico e igienico, che vanta un elevato valore in termini di bellezza e design. **Tanto più se la filiera produttiva dialoga con l'ambiente in maniera responsabile**, diminuendo il fabbisogno di materie prime, riciclando acque e scarti di lavorazione, e utilizzando impianti ad alta efficienza. Riducendo, quindi, l'impronta ecologica che la produzione industriale imprime sulla superficie del pianeta.

In concreto, **per Panariagroup, una gestione sostenibile si esprime ai massimi livelli in ogni ciclo produttivo**, partendo dal concetto di qualità che considera la ricerca costante e il rispetto dell'ambiente tra i suoi caratteri distintivi. Da anni attento alle normative inerenti al rispetto dell'ambiente e allo sviluppo ecosostenibile, il Gruppo ha creduto nella capacità di conciliare il perfezionamento del processo produttivo con una sempre crescente qualità del prodotto e un'attenzione al miglioramento della qualità della vita e dell'impatto ambientale.

In attuazione della sua politica ambientale, **il Gruppo fissa regolarmente una serie di obiettivi**

e azioni di miglioramento da raggiungere al fine di migliorare sempre più le sue performance ambientali e promuovere i temi legati a sicurezza e igiene sul posto di lavoro. Per gli stabilimenti italiani e portoghesi sono riportati i contenuti specifici all'interno della Dichiarazione Ambientale EMAS.

Infine, riguardo alla biodiversità, uno dei temi emersi dall'analisi di materialità, le attività dei siti produttivi non comportano impatti rilevanti.



MARCO LEVONI

DIRETTORE
QUALITÀ &
ENVIRONMENT
PANARIAGROUP





**QUALITÀ E
MIGLIORAMENTO
CONTINUO
SONO I NOSTRI
OBIETTIVI.
RISPETTARE
L'AMBIENTE È IL
NOSTRO PRIMO
IMPEGNO.**

5.3 LE MATERIE PRIME

MATERIE PRIME



Le principali materie prime normalmente utilizzate per la produzione delle piastrelle di ceramica sono:

ARGILLA
SABBIA
FELDSPATO
PIGMENTI COLORATI

SMALTI



Gli smalti sono composti dai seguenti materiali:

POLVERE DI ARGILLA
QUARZO
ALLUMINA
PIGMENTI NATURALI
FRITTE

ADDITIVI AUSILIARI

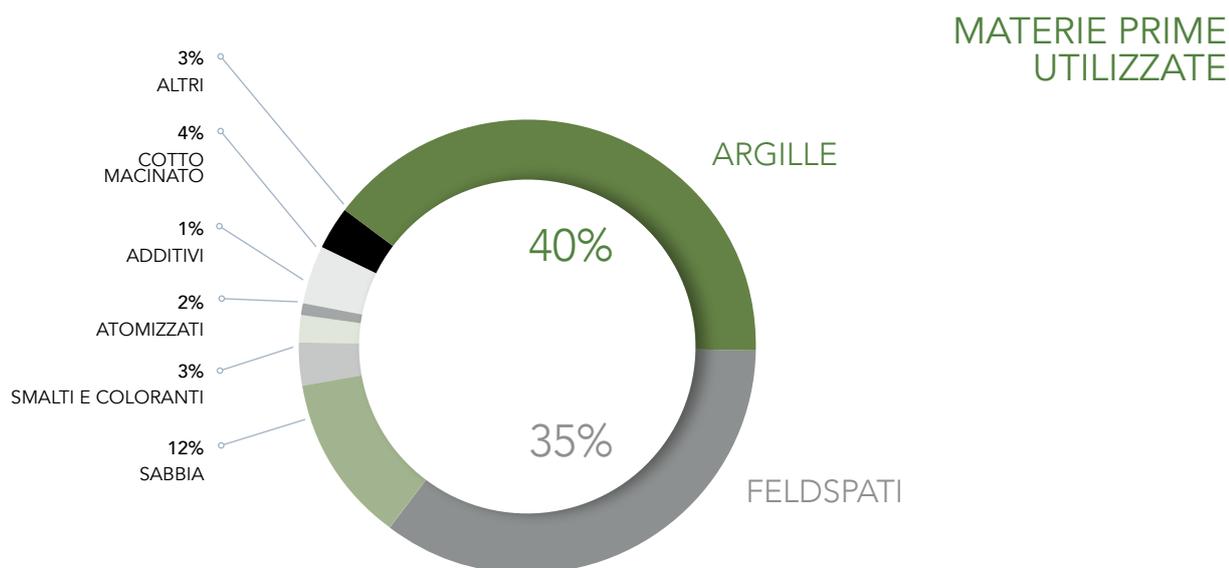


I principali additivi ausiliari sono:

AGENTI LEGANTI
AGENTI FLUIDIFICANTI

Nel grafico presentato di seguito sono rappresentate le principali materie prime utilizzate dal Gruppo.

Dal grafico, si può notare come gran parte degli acquisti siano rappresentati da argille e feldspati.



5.4 IL PROCESSO PRODUTTIVO



La prima fase del processo produttivo è rappresentata dall'arrivo e dallo stoccaggio delle materie prime, quali argille e feldspati miscelati a sabbie, caolini e silicati. **Tali materie prime sono estratte da cave, le quali generalmente sono lavorate a cielo aperto.** La produzione ceramica inizia, quindi, dalla macinazione di materie prime che giungono in stabilimento e vengono stoccate in box opportunamente separati e identificati situati in aree coperte.

L'impasto, che sta alla base dello stesso processo produttivo del grès porcellanato, è costituito da un'apposita miscela di queste materie prime e contiene principalmente una frazione argillosa con funzione plastificante, una frazione inerte (sabbia) con funzione smagrante e strutturale in grado di limitare i ritiri e le dilatazioni durante la cottura del pezzo ceramico, e una frazione feldspatica con funzione fondente che permette, sempre nella fase di cottura del pezzo, la formazione di fase vetrosa e di conseguenza la sua compattazione (greificazione).

Prima dell'accettazione, tutte le materie prime in entrata sono sottoposte a una serie di controlli, per verificare la conformità delle caratteristiche analizzate con le specifiche concordate con i fornitori.

Un aspetto molto interessante dal punto di vista delle prestazioni ambientali è il riciclo scarti che riguarda gli scarti crudi e quelli cotti derivanti dalle diverse fasi di produzione. Gli scarti crudi possono derivare dalle fasi di atomizzazione, pressatura e smaltatura mentre gli scarti cotti possono essere prodotti dalle fasi di scelta e rettifica/lappatura. In tutti gli stabilimenti del Gruppo il 100% degli scarti crudi sono recuperati nel processo produttivo. Negli stabilimenti situati in Italia e USA, il 100% degli scarti cotti viene reintrodotta all'interno dell'impasto

ceramico. Gli stabilimenti situati in Portogallo stanno lavorando per raggiungere lo stesso obiettivo.

Infine, in un'ottica di economia circolare, al termine del ciclo di vita, **le piastrelle di ceramica possono essere interamente riciclate come sottofondo di opere edili e stradali, o facilmente smaltite come un qualunque altro materiale inerte.** Tuttavia, è importante notare che i prodotti di Panariagroup sono caratterizzati da elevata resistenza nel tempo e possono durare quanto l'edificio in cui sono installati, per periodi di tempo molto più lunghi rispetto alla maggior parte dei materiali da rivestimento.

[100%]
PERCENTUALE
DI SCARTI CRUDI
RECUPERATI
NEL PROCESSO
PRODUTTIVO



5.5 ENERGIA ED EMISSIONI

Gli stabilimenti di Panariagroup utilizzano prevalentemente energia elettrica, gas metano e gasolio. Il principale fabbisogno energetico è attribuibile al gas metano, utilizzato prevalentemente per la produzione, che incide più dell'80% sul totale dei consumi. Nel 2016 il Gruppo ha consumato complessivamente 2.891.666 GJ, in aumento rispetto all'anno precedente in considerazione dell'aumento dei volumi produttivi.

Panariagroup effettua costantemente importanti investimenti in interventi di efficientamento energetico sugli impianti all'interno dei suoi stabilimenti produttivi. Ogni anno, i progetti di risparmio energetico realizzati da aziende che, come Panariagroup, hanno deciso di ridurre significativamente gli impatti ambientali delle proprie attività, **consentono di ottenere il riconoscimento da parte del GSE (Gestore Servizi Energetici) di Titoli di Efficienza Energetica (TEE – Certificati Bianchi)** in base a quanto previsto dal decreto ministeriale del 20 luglio 2004, grazie alle performance di consumo ottenute, e al confronto con i benchmark di settore.

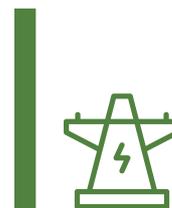
Inoltre, a partire dall'anno 2013 gli impianti produttivi Panariagroup Italia e Portogallo sono entrati a far parte del sistema "Emission Trading", che regola lo scambio di quote di CO₂ emesse nella conduzione delle attività produttive, come previsto dalla Direttiva 2009/29/CE. Grazie alle scelte di carattere impiantistico condotte da Panariagroup negli ultimi anni, che hanno permesso di ottenere importanti risultati in termini di performance energetiche e quindi di risparmio nei consumi di gas metano, **tutti i siti produttivi dell'azienda sono stati in grado di adempiere per tutti gli anni di riferimento alla compliance ETS**, restituendo alle autorità di controllo le quote di CO₂ senza mai dover acquistare quantitativi in eccesso rispetto alle quote fornite a titolo gratuito dalla Comunità Europea. Questo importante risultato è stato ottenuto a seguito della costante ricerca di soluzioni innovative di efficientamento energetico applicata da sempre da Panariagroup presso tutti i siti produttivi.

[183 tCO₂]

EMISSIONI EVITATE
NEL 2016 GRAZIE
AGLI IMPIANTI
FOTOVOLTAICI DI
FIORANO MODENESE
E FINALE EMILIA

0,14 GJ/m²

CONSUMI
ENERGETICI DEL GRUPPO
PER m² DI PIASTRELLE
PRODOTTE NEL 2016



[2.891.666]

GJ ENERGIA TOTALE
UTILIZZATA DAL GRUPPO
NEL 2016

Negli stabilimenti italiani di Finale Emilia e Fiorano Modenese sono stati installati due impianti fotovoltaici rispettivamente di 450 KWp con superficie di 4.200 m² e 85 KWp con superficie di 1.000 m², che hanno permesso di produrre energia elettrica destinata a consumo interno e ridurre le emissioni di CO₂. Grazie a tali impianti, il Gruppo ha evitato l'emissione di 183 tonnellate di CO₂ nel 2016 e 192 tonnellate nel 2015.

Infine, un elemento di eccellenza degli stabilimenti produttivi situati in Italia (a Toano e a Finale Emilia) è il sistema di recupero dei fumi dei forni all'interno degli impianti di atomizzazione, comportando quindi l'utilizzo di una quantità minore di energia termica.

GRÈS PORCELLANATO LAMINATO: UNA **SOLUZIONE INNOVATIVA** E **SOSTENIBILE**

[-50%]
DEL FABBISOGNO DI
ENERGIA TERMICA
PER m² PRODOTTO*

[-20%]
DEL FABBISOGNO DI
ENERGIA ELETTRICA
PER m² PRODOTTO*

Le emissioni di gas a effetto serra rappresentano un aspetto ambientale rilevante per il business di Panariagroup. Infatti, dal processo produttivo e dalle attività correlate deriva l'emissione in atmosfera di sostanze che necessitano di un trattamento di depurazione, in particolare in fase di cottura delle piastrelle.

A tal proposito, al pari dell'aumento dei consumi energetici, il generale aumento in termini assoluti delle emissioni di gas serra nel 2016, rispetto al 2015, è strettamente collegato all'aumento della produzione.

* Dati stimati comparando i fabbisogni energetici elettrici e termici dello stabilimento di Fiorano Modenese, dedicato alla produzione di grès porcellanato laminato, rispetto alla media degli stabilimenti di Finale Emilia e Toano, comunque molto performanti energeticamente, dedicati alla produzione di grès porcellanato.



[-30%]
CO₂

EMESSA IN
ATMOSFERA PER
LE PIASTRELLE IN
GRÈS PORCELLANATO
LAMINATO, RISPETTO
AL GRÈS PORCELLANATO**

138.031 tCO₂

EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE
DEL GRUPPO NEL 2016

In tema di emissioni, **è rilevante notare che la produzione del grès porcellanato laminato, uno dei prodotti su cui ha fortemente puntato il Gruppo negli ultimi anni, richiede un uso ridotto di energia e ha un minore impatto ambientale.**

Infatti, comparando l'impatto in termini emissivi del grès porcellanato laminato rispetto al grès porcellanato, è possibile notare una significativa riduzione della CO₂ emessa in atmosfera.



** Valori ottenuti dall'elaborazione dei dati EMAS Panariagroup e del database ICE e ECO-BAU per il grès porcellanato, che comprendono i valori di consumo energetico per l'estrazione delle materie prime (fonte: EPD di prodotti di pari spessore).



MICHAEL
FRANCESCHELLI

CEO
FLORIDA TILE





**SOSTENIBILITÀ,
OGGI,
È IL PIÙ ALTO
SINONIMO
DI PROGRESSO.**

FOCUS ON USA: L'INIZIATIVA CARES

L'iniziativa CARES (Creating a Responsible Environmental Strategy) ha messo in atto diversi programmi per ridurre il carbon footprint dello stabilimento americano. Tra queste vi sono riduzioni continue nei flussi di rifiuti. Dalla partnership con le non-profit locali e nazionali al riciclo nel processo produttivo, passando per l'approvvigionamento di materie prime che contengono contenuti riciclati, Florida Tile sta puntando sempre di più all'utilizzo di risorse rinnovabili, ottenendo riconoscimenti a livello locale e nazionale.

Con gran parte dell'industria manifatturiera attenta alla sostenibilità, Florida Tile ha voluto trovare un modo per differenziare e dimostrare il proprio processo di produzione sostenibile. L'azienda ha fatto certificare il proprio processo produttivo da un ente terzo per soddisfare i requisiti LEED e altri standard per le costruzioni. Con la chiusura del processo di valutazione, è stato confermato che tutti i prodotti in grès porcellanato realizzati nella fabbrica di Lawrenceburg (KY) contengono almeno il 40% di materiale riciclato.

All'interno di questo contesto, Green Squared è una nuova iniziativa promossa dall'industria

ceramica del Nord America al fine di riconoscere e certificare i prodotti sostenibili. Differente da altre iniziative, Green Squared adotta uno standard di sostenibilità che tiene in considerazione diversi aspetti relativi ai materiali utilizzati, alla produzione e all'installazione delle piastrelle.

Infatti, considerando sia gli attributi individuali del prodotto sia un approccio equilibrato in merito agli impatti in ambito ambientale e sociale, lo standard considera le caratteristiche ambientali del prodotto, l'estrazione di materie prime, la gestione dei prodotti dismessi, la corporate governance e l'innovazione.

Tutti i prodotti di Florida Tile fabbricati nella struttura di Lawrenceburg sono certificati Green Squared.

**TUTTI I PRODOTTI IN
GRÈS PORCELLANATO
REALIZZATI NELLA
FABBRICA DI
LAWRENCEBURG
(KY) CONTENGONO
ALMENO IL 40%
DI MATERIALE
RICICLATO**



5.6 ACQUA

Negli stabilimenti di Panariagroup l'utilizzo dell'acqua nel ciclo produttivo si concentra principalmente nelle fasi di macinazione a umido delle materie prime, nella preparazione dei semilavorati per le operazioni di smaltatura, nel lavaggio degli impianti, in particolare mulini e linee di smalteria, e infine nelle operazioni di lappatura – taglio – rettifica delle piastrelle cotte.

Dai dati presentati, riportati in allegato, è possibile notare come il fabbisogno idrico totale dei siti produttivi sia in aumento. Tale incremento è dovuto principalmente all'aumento della produzione.

Tuttavia, è importante evidenziare che **gli impianti produttivi di Panariagroup in Italia riutilizzano il 100% dell'acqua di processo. Questo porta a ridurre il consumo di risorse idriche naturali dei cicli produttivi fino all'80%**. I consumi idrici del Gruppo sono in generale molto inferiori rispetto all'ammontare di acqua totale necessario per i processi produttivi. Gran parte di questa viene infatti riutilizzata all'interno dei processi, grazie a **specifiche tecnologie di recupero delle acque**.

[100%]
PERCENTUALE DI
ACQUA RIUTILIZZATA
NEI PROCESSI
PRODUTTIVI NEGLI
STABILIMENTI
ITALIANI


360.284 m³
CONSUMI
DI ACQUA
DEL GRUPPO
NEL 2016

[0,017]
m³/m²] CONTENIMENTO
CONSUMI
ACQUA

Nello specifico, l'azienda utilizza gli impianti di depurazione per sottoporre le acque reflue a un trattamento di depurazione chimico-fisico. Terminato il ciclo di depurazione, parte delle acque è normalmente riutilizzata nella macinazione degli impasti e degli smalti impiegati nel ciclo produttivo, mentre la parte restante è utilizzata come acque di lavaggio delle linee di smalteria o dei mulini del reparto Macinazione Smalti.

Le acque così recuperate creano una sorta di «ciclo chiuso» in quanto riutilizzate negli stessi processi produttivi. L'unico tipo di acque che viene scaricato all'esterno del sito produttivo è quello delle acque provenienti dai servizi igienici (in quantità molto basse), le quali sono considerate scarichi industriali assimilabili a civili, e quindi fatte confluire nelle pubbliche fognature.

È importante segnalare che le piastrelle in grès porcellanato laminato prodotte dal Gruppo – frutto dell'impegno in ricerca e innovazione da parte del Gruppo – richiedono un fabbisogno di acqua fortemente inferiore rispetto alle piastrelle in grès porcellanato.

[-80%]
DEL FABBISOGNO
D'ACQUA PER LE
PIASTRELLE IN GRÈS
PORCELLANATO
LAMINATO, RISPETTO AL
GRÈS PORCELLANATO*



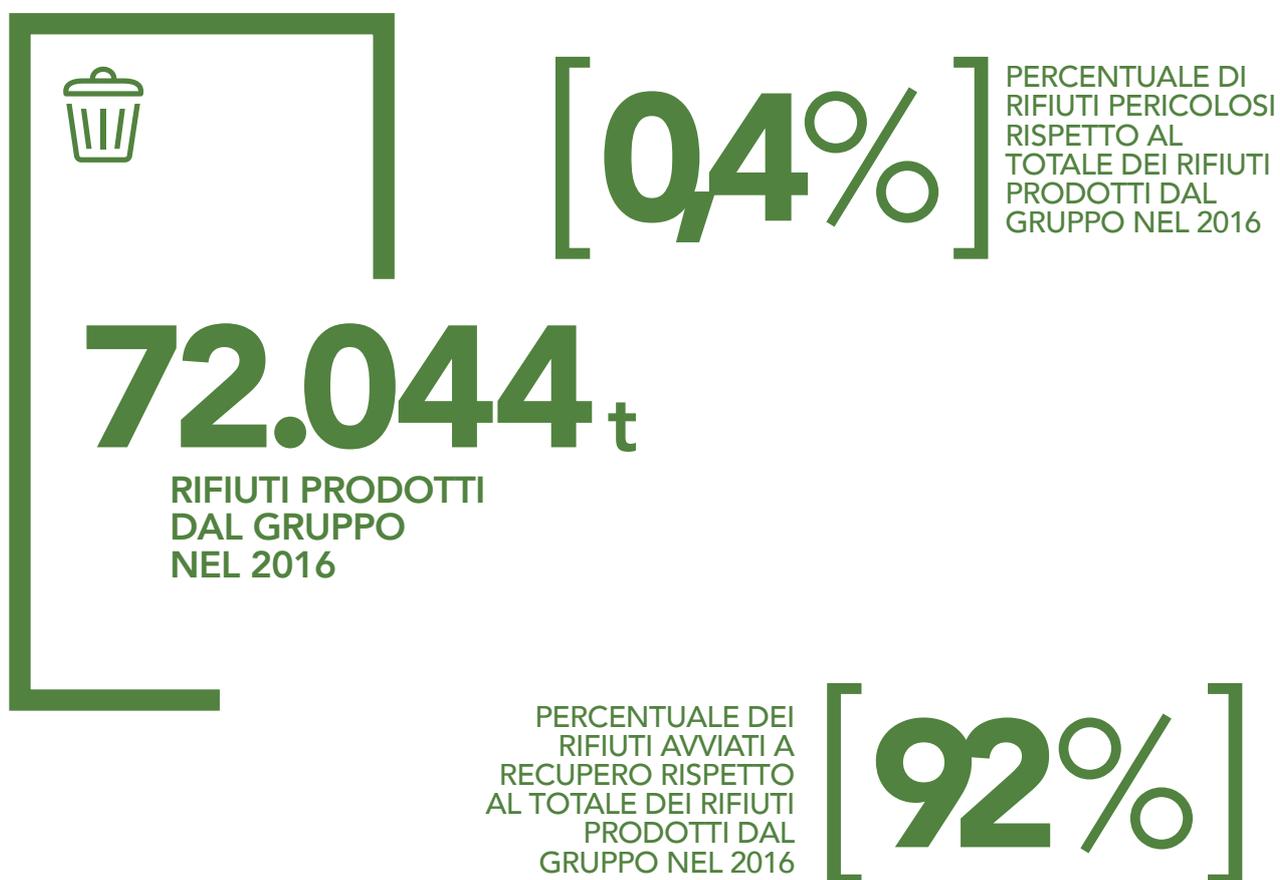
* Valori ottenuti dall'elaborazione dei dati EMAS Panariagroup e del database ICE e ECO-BAU per il grès porcellanato, che comprendono i valori di consumo energetico per l'estrazione delle materie prime (fonte: EPD di prodotti di pari spessore).

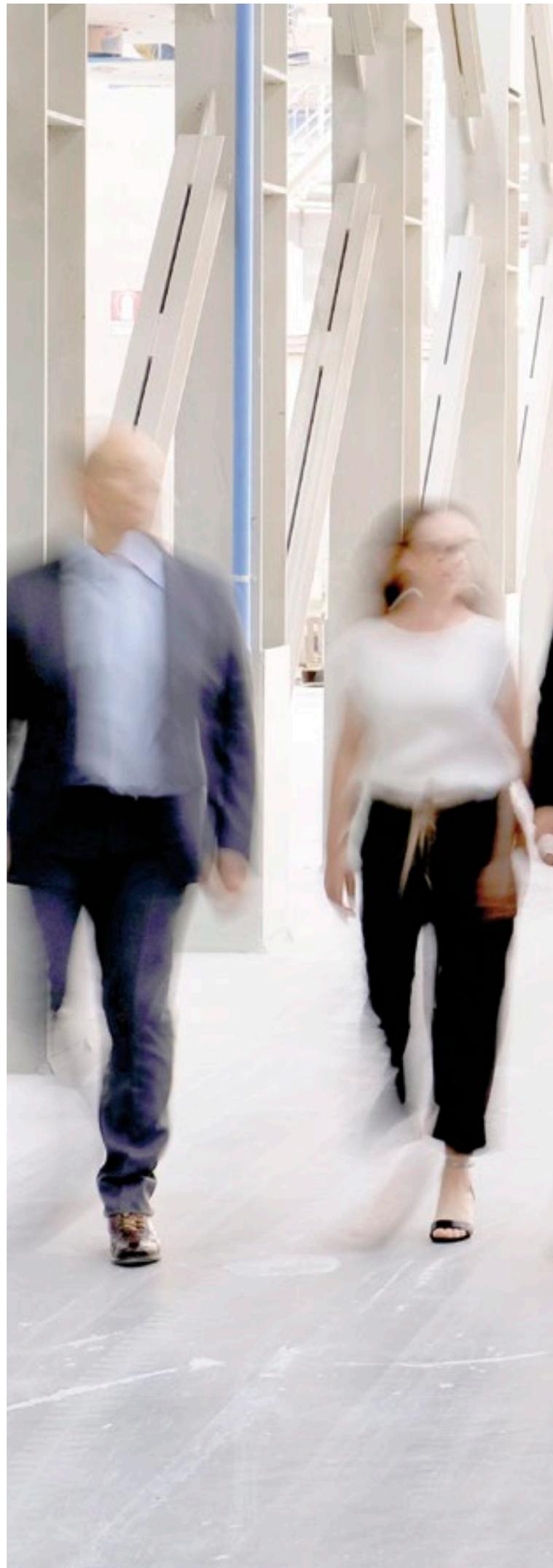
5.7 GESTIONE DEI RIFIUTI

I rifiuti prodotti dagli stabilimenti di Panariagroup sono conferiti, per operazioni di recupero o in minima parte per allocazione in discarica, a smaltitori esterni autorizzati secondo le leggi vigenti in materia.

La gestione degli stessi, nelle fasi di deposito temporaneo all'interno dello stabilimento, avviene in apposite aree di stoccaggio in conformità alle procedure interne e alle norme vigenti. L'aumento registrato nella quantità totale di rifiuti prodotti è dovuto all'incremento produttivo registrato e interessa principalmente la voce relativa ai fanghi da depurazione.

I dati specifici sulla gestione dei rifiuti vengono riportati in allegato. Dai dati pubblicati si può notare come **i rifiuti prodotti destinati al recupero costituiscono una percentuale molto elevata rispetto al totale, e solo una piccola parte dei rifiuti è destinata a smaltimento**. Inoltre, è da sottolineare che la produzione di rifiuti pericolosi è minima rispetto al totale dei rifiuti totali prodotti (0,4%).



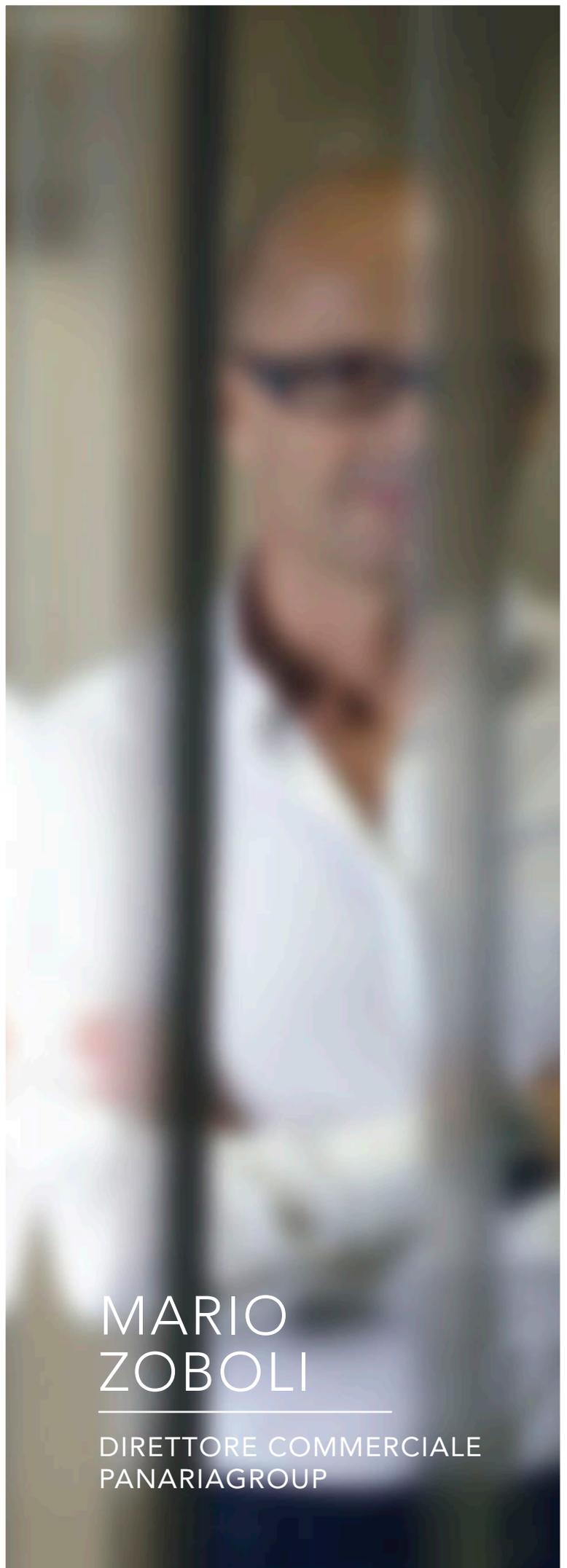




6.0

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

**SONO
LE RISORSE DI
QUESTA
AZIENDA
CHE MI
RENDONO
ORGOGLIOSO
DI PROPORLA
OGNI GIORNO.**



MARIO
ZOBOLI

DIRETTORE COMMERCIALE
PANARIAGROUP

6.1 LE NOSTRE PERSONE

Uno dei valori fondanti di Panariagroup è quello di mettere sempre la persona e la qualità della vita al centro dell'attenzione, operando nel massimo rispetto di chi lavora con il Gruppo.

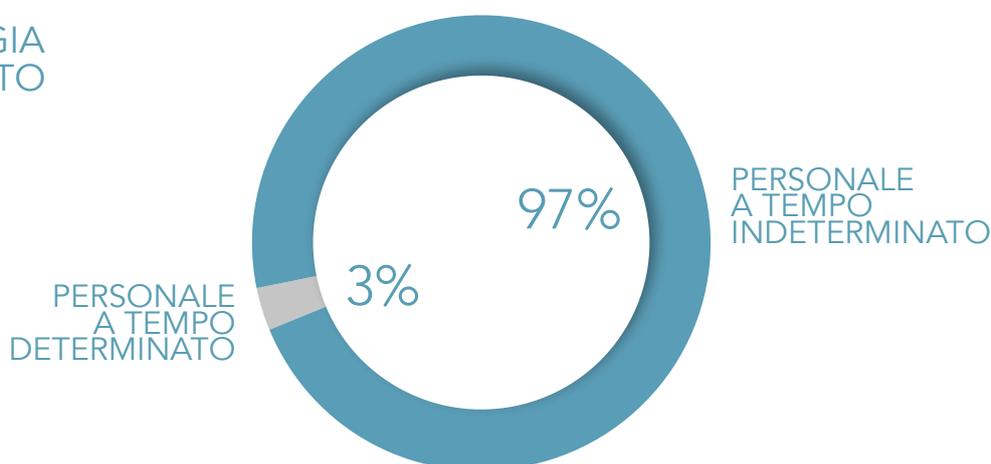
Sono proprio le persone, la loro crescita e il loro sviluppo professionale, a essere il fulcro del successo di Panariagroup. In quest'ottica, viene prestata **grande attenzione ai temi relativi alla salute e sicurezza sul posto di lavoro** (uno degli aspetti fondamentali sia per il Gruppo sia per i portatori di interesse emerso dall'analisi di materialità) e vengono riconosciuti i diritti e i meriti dei dipendenti.

Nella gestione dei suoi dipendenti, Panariagroup promuove **una cultura aziendale che sia in grado**

di attrarre i migliori talenti, migliorare le abilità delle persone e la loro capacità di lavorare in gruppo, riconoscere e premiare le loro performance, con l'obiettivo finale di contribuire alla loro soddisfazione professionale e personale.

Nel garantire l'applicazione di questi principi, **il Gruppo impiega quasi esclusivamente personale a tempo indeterminato**, una tipologia di contratto che garantisce ai lavoratori migliore stabilità e maggiori opportunità di crescita professionale. Allo stesso modo, il Gruppo prende in considerazione le eventuali richieste di lavoro part time dei dipendenti, ove possibile **offrendo opportunità lavorative che si adattino alle esigenze personali e professionali degli stessi**.

PERSONALE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



In un complesso contesto economico, Panariagroup ha deciso fino a oggi di mantenere stabile il livello occupazionale e solido il rapporto con le comunità locali in cui opera, **evitando il ricorso all'outsourcing dei processi produttivi**. La stabilità nei rapporti con i dipendenti è infatti un elemento

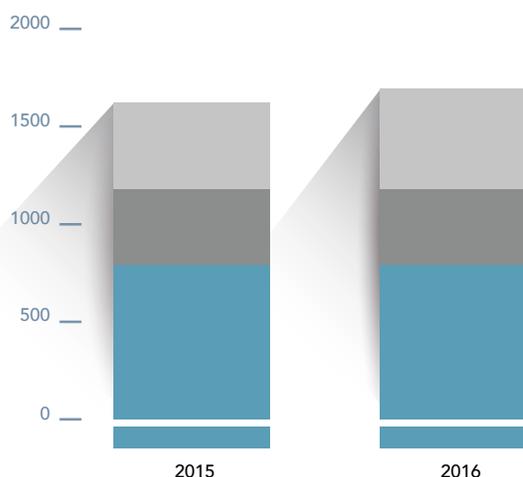
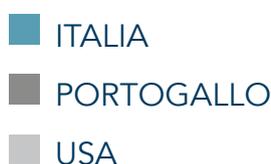
fondamentale per sostenere responsabilmente la crescita economica del Gruppo.

Nel 2016 il Gruppo ha impiegato 1.666 dipendenti, in aumento del 5% rispetto all'anno precedente.

[1.666] DIPENDENTI

[70%] DIPENDENTI COPERTI DA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

I DIPENDENTI DEL GRUPPO



Alla luce di **una forza lavoro in crescita per il Gruppo**, tra il 2015 e il 2016 il turnover è rimasto pressoché stabile in Italia, mentre sono aumentati i dipendenti in entrata negli Stati Uniti e in Portogallo, in linea con la politica di crescita implementata dal Gruppo.

In tema di remunerazione, il Gruppo promuove fortemente l'attribuzione di un salario equo per i suoi dipendenti. In merito al salario per i neoassunti, Panariagroup non si limita al mero rispetto della legislazione locale, ma garantisce ai suoi dipendenti **un livello di salario in entrata superiore al salario minimo locale**.

Inoltre, Panariagroup adotta contratti collettivi integrativi che tutelano ulteriormente gli aspetti lavorativi del rapporto con i suoi dipendenti. In particolare, per quasi tutti i suoi siti, dal 2016 è stato previsto un **piano di welfare aziendale** su scelta del dipendente tra Previdenza Complementare, Assistenza Sanitaria Integrativa, Assistenza familiari anziani o non autosufficienti, Educazione/Istruzione e Buoni Spesa.

Un ulteriore aspetto rilevante in merito alle persone che lavorano in Panariagroup è rappresentato

dall'indicatore di ritorno al lavoro a seguito di congedo parentale, anch'esso riportato in allegato. In tal senso **il Gruppo supporta fortemente i suoi dipendenti, soprattutto nei momenti fondamentali della loro vita, come la nascita di una figlia o di un figlio**.

Panariagroup si impegna anche a **garantire uguali opportunità ai dipendenti** e a coloro che fanno domanda per entrare a far parte dell'organizzazione. Inoltre, negli stabilimenti viene promosso il rispetto degli individui e dei loro orientamenti religiosi, politici e sessuali e viene ostacolato ogni tipo di discriminazione, promuovendo la diversità, la tolleranza e l'accoglienza. A questo proposito, si segnala che nel 2016 non sono stati rilevati episodi di discriminazione di rilevanza significativa.

Infine, è importante segnalare che **il Gruppo rispetta il diritto di contrattazione collettiva dei dipendenti** in ottemperanza alle Convenzioni dell'International Labour Organization e sempre nel rispetto della legislazione locale. Inoltre, in caso di importanti cambiamenti organizzativi, il Gruppo si attiene a quanto stabilito dai contratti collettivi in tema di giusto preavviso.

6.2

SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

Panariagroup ha implementato un sistema integrato di gestione Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza al fine di **garantire la protezione e sicurezza dei suoi lavoratori**, uno dei temi fondamentali emersi dall'analisi di materialità, sia sotto la prospettiva del Gruppo sia degli stakeholder.

Oltre a un'adeguata **attività di formazione in tema di Salute e Sicurezza, il Gruppo tiene costantemente sotto controllo gli indici di infortunio** operando in maniera decisa sulla sensibilizzazione del personale, attraverso formazione e informazione interna in merito agli aspetti di sicurezza sul lavoro, e attraverso opportune fasi di addestramento dei dipendenti neoassunti (periodi di affiancamento mirato con personale esperto, adeguato utilizzo dei dispositivi di protezione individuale, consegna di apposita documentazione in materia). In particolare, con riferimento agli incidenti avvenuti, nel 2016 non si annovera nessun incidente di natura mortale.

Inoltre, negli stabilimenti italiani, per quanto riguarda il documento di valutazione dei rischi nei luoghi di lavoro predisposto in funzione dei requisiti previsti dal D. Lgs. 81/08, gli ultimi aggiornamenti non hanno evidenziato situazioni di rischio urgenti e immediate in ambiente di lavoro. L'analisi dei rischi degli stabilimenti avviene attraverso aggiornamenti continui, in modo da gestire le problematiche inerenti la sicurezza e l'igiene nei luoghi di lavoro in tempi ridotti.

Salute e sicurezza sono fattori che il Gruppo considera con attenzione anche al momento della progettazione dei suoi prodotti.

La progettazione e lo sviluppo di ogni prodotto di Panariagroup sono infatti attività condotte da tecnici di laboratorio qualificati, secondo le modalità specificate all'interno di un'apposita procedura interna, che prevede, in corrispondenza dell'utilizzo di una nuova materia prima, la richiesta al fornitore della relativa scheda di sicurezza indicante le

caratteristiche tossicologiche del materiale in questione. Tutte le schede di sicurezza sono controllate e verificate prima del ricevimento del materiale, e vengono archiviate presso lo stesso laboratorio per eventuali consultazioni.

Il processo che permette di realizzare il nuovo prodotto viene attentamente valutato, **controllando che le attività legate alle diverse fasi del ciclo di produzione non producano impatti di carattere negativo nei confronti dell'ambiente e non prevedano particolari rischi per la salute e sicurezza dei lavoratori.** A dimostrazione dell'attenzione riservata ai temi di salute e sicurezza dei dipendenti, per tutti gli stabilimenti sono state redatte le istruzioni operative sulla sicurezza, che descrivono le corrette metodologie di svolgimento delle operazioni più pericolose in prossimità degli impianti.

In un'ottica di miglioramento continuo, tra gli obiettivi di miglioramento del Gruppo vi è quello dell'**integrazione del modello organizzativo per la gestione della sicurezza.**



87

GIORNI PERSI
X 100.000 ORE
LAVORABILI

3,3

INFORTUNI
X 100.000 ORE
LAVORATE

6.3 FORMAZIONE E SVILUPPO

La formazione dei dipendenti è emersa come un tema cruciale dall'analisi di materialità. **La crescita formativa e lo sviluppo professionale sono infatti aspetti fondamentali per il Gruppo, con l'obiettivo di valorizzare le competenze delle persone che vi lavorano** e accrescerne le conoscenze, ma anche di garantire il rispetto della legislazione nazionale e la sicurezza sul posto di lavoro.

Lo svolgimento di attività formative non è avvertito dal Gruppo come un mero obbligo legale, ma anche come un bisogno attuale dell'organizzazione aziendale. Per questa ragione **le società del Gruppo analizzano su base annuale le necessità specifiche dei lavoratori al fine di garantire l'erogazione delle attività formative più adatte.** In Italia, inoltre, il Gruppo si impegna a erogare le attività formative prescritte per legge in tema di salute e sicurezza e ai sensi della 231/2001.

Riguardo alle attività formative, si segnala che in Italia è stata offerta una formazione specifica sulla sicurezza tramite consulenti esterni, le cui presenze sono state registrate nel rispetto della legislazione locale. L'azienda ha inoltre offerto ai suoi dipendenti un ampio ventaglio di attività formative per le proprie risorse predisposte dagli stessi Manager e tecnici del Gruppo.

In considerazione delle necessità concrete dei dipendenti con responsabilità ambientali, training e eventi formativi sono pianificati e messi in atto al fine di migliorare le abilità gestionali.

Per quanto concerne l'attività di incentivazione, nei contratti integrativi aziendali applicati in Italia e già operativi è prevista la corresponsione di un premio variabile per i dipendenti legato ai risultati economici e finanziari del Gruppo. Come obiettivo di miglioramento per il 2017, verrà implementato un sistema premiante per i Manager legato a obiettivi aziendali e individuali (MBO).

AI DIPENDENTI CON
RESPONSABILITÀ
AMBIENTALI SONO
DEDICATI **TRAINING**
ED EVENTI FORMATIVI
PER MIGLIORARNE LE
ABILITÀ GESTIONALI



ALDO
CATELLANI

DIRETTORE RISORSE UMANE
PANARIAGROUP





**CREDERE NELLE
PERSONE È
INDISPENSABILE
PER COSTRUIRE
UN SOLIDO
FUTURO.**

6.4

RELAZIONI CON LE COMUNITÀ LOCALI

La Sostenibilità per Panariagroup abbraccia anche l'aspetto delle relazioni con le comunità locali. Nelle strategie di gestione, infatti, si considerano politiche e pratiche che interessano e regolano gli impatti dell'operato sia a livello economico sia sociale. L'obiettivo è **l'adozione di comportamenti sostenibili a tutti i livelli, nei confronti delle realtà con cui Panariagroup si relaziona.**

I processi messi in atto ai fini della procedura di certificazione EMAS sono un'eccellente occasione per dialogare con il pubblico e i portatori d'interesse, in merito a tematiche ambientali e sociali e all'impatto che le attività del Gruppo possono causare.

Il Gruppo contribuisce inoltre attivamente alla crescita della comunità locale attraverso **partecipazioni, donazioni e sponsorizzazioni allo sviluppo e al miglioramento delle condizioni locali.** I dati quantitativi in riferimento a tale impegno sono riportati in allegato. Un esempio rilevante è la donazione di piastrelle alle associazioni del territorio. Nonostante il posizionamento nella fascia alta del mercato e la strategia di high-end differentiation implementata, Panariagroup si impegna a vendere materiale fuori produzione o non di primissima scelta a prezzi ribassati per favorire la distribuzione dei prodotti in mercati e comunità a minor capacità di acquisto.

Non di meno, Panariagroup si dimostra attiva anche nel **coinvolgere i dipendenti e le comunità locali in iniziative sociali e ambientali.** Nell'anno 2016 si annoverano diverse attività promosse dal Gruppo, come il World Water Day, il World Environment Day, il World Tree Day e l'iniziativa di riciclo delle batterie usate.

Panariagroup inoltre è da sempre impegnata nelle sponsorizzazioni sportive. L'impegno storico a fianco del mondo del ciclismo, con pluriennali esperienze

di partnership con squadre professionistiche internazionali, è stato negli anni integrato da operazioni anche a carattere più locale e vicine al territorio. Molto significative sono in questo senso le attività svolte dalla Business Unit portoghese, che organizza ogni anno la Douro Gran Fondo, competizione di altissimo livello che richiama ciclisti non professionisti da tutto il mondo. Il Gruppo inoltre è tra i partner della Maratona Dles Dolomites-Enel, gara ciclistica amatoriale internazionale che richiama quasi 10.000 partecipanti a ogni edizione. Da qualche anno inoltre Panariagroup è tra i principali sponsor del Sassuolo Calcio, squadra giunta ai massimi livelli della serie A italiana e partecipante all'Europa League 2016/2017.



FOCUS ON ITALIA: IL TERREMOTO IN EMILIA DEL 2012

Un motivo di grande orgoglio per il Gruppo è il forte impegno profuso nel 2012 in occasione del terremoto che ha colpito duramente l'Emilia. In tale contesto Panariagroup ha contribuito al fondamentale obiettivo di una rapida ed efficace riqualificazione e ricostruzione del territorio nel suo complesso, dimostrando la sua forte vocazione sociale e partecipazione attiva alle vicende che interessano il territorio in cui opera.

A seguito del terremoto, l'economia locale ha chiaramente incassato un colpo durissimo: il comparto ceramico di Finale Emilia, nonché tantissime altre realtà produttive di svariati settori, dal metalmeccanico all'alimentare, dal tessile al manifatturiero, hanno subito gravi conseguenze. Questo ha riguardato anche lo stabilimento Panariagroup di Finale Emilia. I capannoni fortunatamente hanno resistito alle varie scosse che si sono susseguite, mentre i danni più rilevanti hanno interessato alcuni impianti del ciclo produttivo, in particolare quelli di cottura (forni), le batterie dei silos dove viene stoccato il materiale pronto per essere pressato, e uno dei tre atomizzatori. Anche la palazzina degli uffici è stata fortemente danneggiata.

Nonostante la situazione gravissima, arrivata peraltro in una fase già molto critica della congiuntura economica, la proprietà non ha esitato nemmeno un momento ad agire, nella convinzione di mantenere il proprio presidio su questo territorio con cui Panariagroup ha una relazione privilegiata da sempre. Un territorio in cui è avvenuta la fondazione dell'azienda e da cui il Gruppo ha saputo attingere negli anni collaboratori di assoluta eccellenza e qualità da sempre decisivi per il suo successo.

Per questo Panariagroup ha deciso di investire per un recupero celere, mettendo a disposizione risorse finanziarie ma anche alcune tra le sue migliori figure di management, che si sono dedicate a tempo pieno a questa opera di rinascita industriale e sociale. In concreto, l'Alta Direzione Panariagroup, già dalla mattina del **20 maggio**, ha disposto di operare tutto quanto necessario per la messa in sicurezza di capannoni, impianti e uffici, per far ripartire quanto prima la produzione di piastrelle. A **fine settembre 2012**, lo stabilimento Panariagroup di Finale Emilia ha riacquisito la piena potenzialità produttiva e il **13 dicembre** è stata inaugurata la nuova sede degli uffici.

UN MOTIVO DI
GRANDE ORGOGLIO
PER IL GRUPPO È IL
FORTE IMPEGNO
PROFUSO NEL 2012
IN OCCASIONE DEL
TERREMOTO CHE HA
COLPITO DURAMENTE
L'EMILIA

6.5

GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Molti dei rischi ambientali e sociali che possono interessare un'impresa si annidano nella catena di fornitura. In tale contesto, **Panariagroup è consapevole dell'importanza di selezionare con cura i suoi fornitori e di sensibilizzare i fornitori con cui coltiva rapporti ormai da tempo.** In particolare, in Italia, i fornitori del Gruppo vengono suddivisi in due gruppi:

- **Fornitori Primari**, dai quali Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. acquista i prodotti/servizi che influenzano in modo importante la qualità del prodotto finito e del processo, con particolare attenzione agli aspetti ambientali. Rientrano in questa categoria i Fornitori di Materie Prime per impasto e per gli smalti, di prodotti finiti di acquisto, di imballi (scatole, pallet, e altri), di Conto Lavoro.

- **Altri Fornitori**, dai quali Panariagroup acquista i prodotti e i servizi le cui prestazioni si ripercuotono in modo lieve o addirittura ininfluenza sulla qualità del prodotto finito e del processo.

In particolare, la valutazione dei Fornitori Primari, inseriti poi nella Lista dei Fornitori Qualificati, considera i seguenti indici di giudizio:

- **Qualità del prodotto offerto;**
- **Grado di attenzione verso le Politiche Ambientali;**
- **Criteri riguardanti la salute e la sicurezza sul lavoro;**
- **Prezzo;**
- **Servizio offerto;**
- **Esito dell'eventuale visita effettuata presso il Fornitore;**
- **Numero delle Non Conformità registrate;**
- **Assistenza post-vendita, soprattutto per ciò che riguarda le risposte date in caso di reclami.**

Non meno importante, è l'attenzione ai seguenti aspetti:

- **Certificazione del Sistema Gestione Qualità secondo UNI EN ISO 9001;**
- **Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo UNI EN ISO 14001;**
- **Eventuale adesione al Regolamento EMAS.**

In Portogallo, i fornitori di materie prime sono

opportunosamente valutati in funzione di diversi indici di giudizio, ricavati da questionari a loro inviati. Il Gruppo monitora, inoltre, la gestione delle cave, dalle quali vengono prelevate le materie prime che utilizza, attraverso visite ispettive (audit) effettuate presso gli stessi fornitori da parte del personale dell'Ufficio Acquisti o da tecnici qualificati. Durante questi audit vengono controllate le modalità d'estrazione dei materiali, anche con riguardo agli impatti ambientali generati, e la conduzione delle successive analisi in laboratorio.

**PARTICOLARE
ATTENZIONE MERITA
LA QUESTIONE DEI
RISCHI DI NATURA
AMBIENTALE, SOCIALE
ED ECONOMICA CHE
POSSANO INTERESSARE
LA CATENA DI FORNITURA**

Merita menzione anche il processo di selezione dei fornitori messo in pratica in Portogallo al fine di evitare eventuali conflitti di interesse. I richiedenti l'approvvigionamento non possono infatti formalizzare direttamente un ordine a un fornitore ma devono inserire a sistema una richiesta specifica. Solo l'ufficio acquisti, dopo aver chiesto e comparato tre preventivi da tre fornitori diversi, può formalizzare l'ordine. L'amministrazione può procedere con il pagamento solo quando tutto il processo si è correttamente concluso. I grandi investimenti sono sempre autorizzati dallo staff tecnico della Capogruppo in modo da aggiungere un ulteriore controllo al processo.

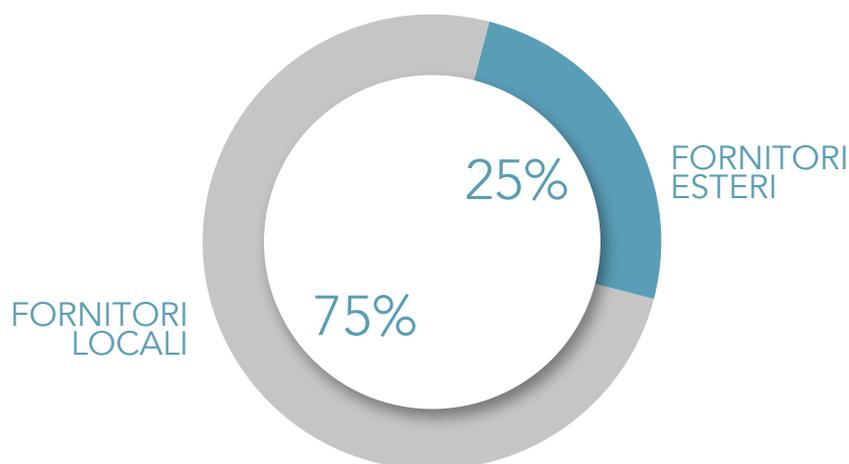
Negli Stati Uniti, inoltre, il Gruppo, ha inserito specifiche clausole di sostenibilità, legate ad aspetti ambientali e sociali, all'interno dei contratti di fornitura.

Uno degli obiettivi delineati dal Gruppo per i prossimi anni è **l'introduzione di un sistema omogeneo di valutazione dei nuovi fornitori sulla base di criteri sociali, ambientali e legati al rispetto dei diritti umani e dei lavoratori.**

Panariagroup riconosce, inoltre, **l'importanza di valorizzare l'economia locale.** A questo proposito, di seguito viene rappresentata la spesa concentrata

sui fornitori locali, ovvero coloro che abbiano sede legale nello stesso Paese dove opera la società del Gruppo facente richiesta della fornitura. Resta un obiettivo per i prossimi anni quello di misurare tale percentuale considerando la provenienza originaria del prodotto acquistato, almeno per quanto riguarda le materie prime.

ACQUISTI DA FORNITORI LOCALI



Particolare attenzione merita la questione dei rischi di natura ambientale, sociale ed economica, che possono interessare la catena di fornitura.

La produzione ceramica parte dalla macinazione di materie prime. Questo passaggio è soggetto a rischi di fluttuazioni nelle quantità e/o nei prezzi a causa di problematiche legate all'attività estrattiva o a tensioni internazionali (conflitti, variazione costo trasporti per andamenti petrolio, valute, e così via). Anche per questi **motivi i tecnici e i laboratori di Panariagroup lavorano costantemente alla ricerca di materie prime alternative.** La composizione dell'impasto nonché le modalità di trasporto connesse sono volutamente impostate su una molteplicità di canali (cave di localizzazione geografica diversa, molteplicità di canali di approvvigionamento, utilizzo di differenti modalità

di trasporto) in modo da poter utilizzare soluzioni differenti in funzione delle diverse problematiche che possono emergere.

L'approvvigionamento di materie prime emerge, inoltre, come un tema rilevante soprattutto per quanto concerne l'estrazione del materiale nelle cave da parte dei fornitori. Dal punto di vista sociale, è importante notare come **le materie prime acquistate dal Gruppo non siano riconducibili a conflict minerals.** In ottica di un miglioramento continuo, **Panariagroup si impegna a sviluppare nei prossimi anni un sistema omogeneo di misurazione delle implicazioni connesse ai rischi, sia ambientali sia sociali.**

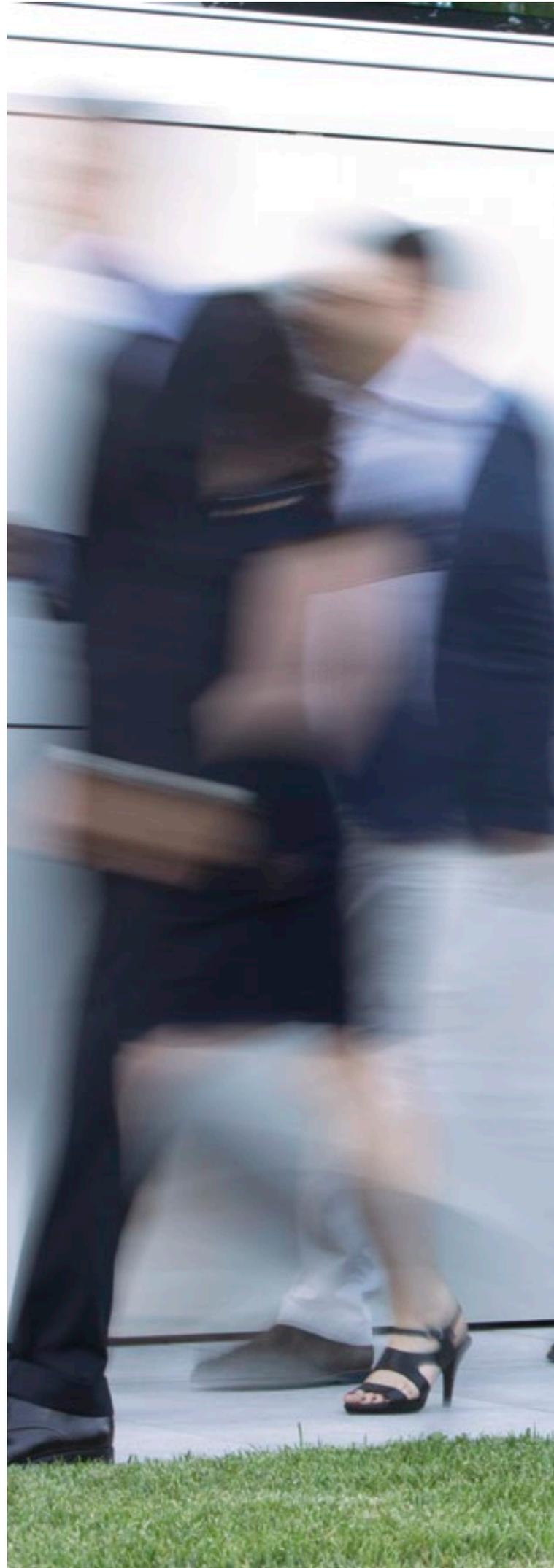
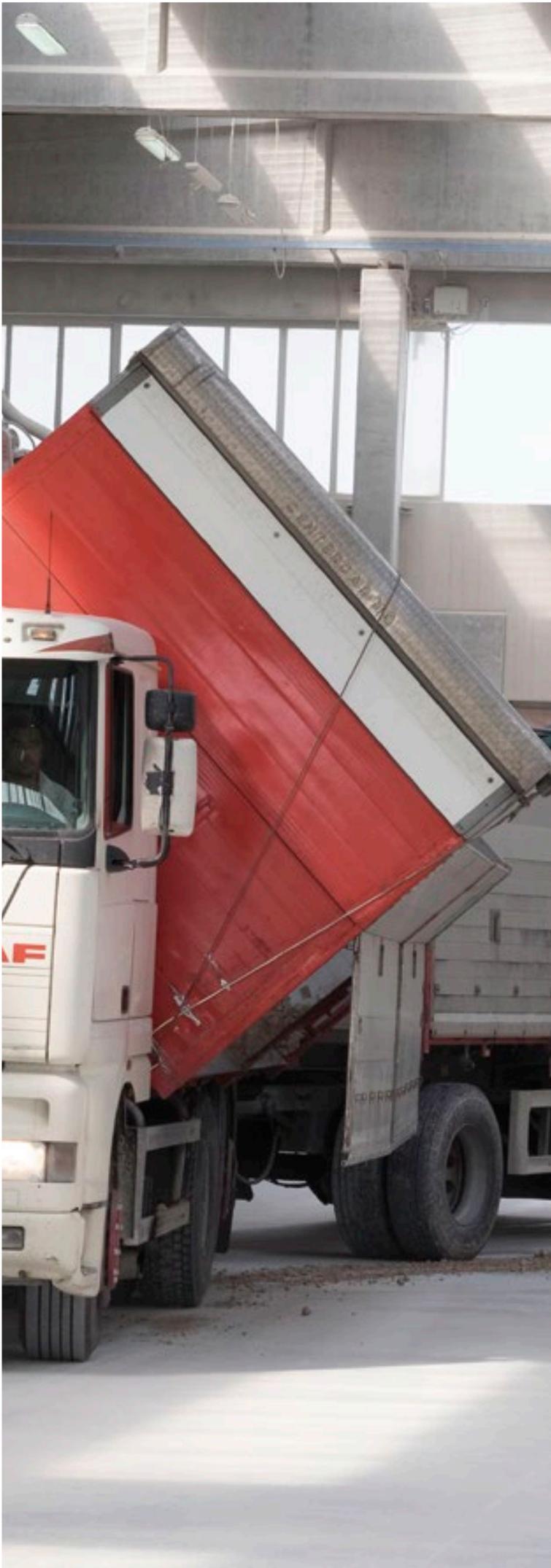
DAMIANO QUARTA

CFO
PANARIAGROUP





**IL VALORE
DI UN
PERCORSO
SI VEDE NEI
NUMERI.**





7.0

ALLEGATI

7.1 DATI ECONOMICI

IT: ITALIA; PT: PORTOGALLO; US: USA

DISTRIBUZIONE DEL VALORE GENERATO <i>Dati in €/000</i>	2016
Valore distribuito ai fornitori	260.677
Remunerazione del personale	91.999
Remunerazione dei finanziatori	2.543
Remunerazione degli azionisti	3.144
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	5.308
Remunerazione della Comunità	338
Valore trattenuto dall'Azienda	27.431
Valore Economico Generato	391.440

INVESTIMENTI

ANNO	IT (MLN€)	PT (MLN€)	US (MLN€)	TOTALE (MLN€)	% SUI RICAVI
2013	10,8	3,3	2,7	16,9	6,20%
2014	8,4	2,5	3,1	13,9	4,80%
2015	17,3	7,3	13,6	38,2	11,10%
2016	13,7	5,2	19,2	38,1	10,10%

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO <i>Dati in €/000</i>	2016
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	377.045
Variazione delle rimanenze Prodotti Finiti	1.016
Altri ricavi	13.379
Valore della produzione	391.440
Costi per materie prime	(109.484)
Costi per servizi e godimenti beni di terzi	(145.859)
Costo del personale	(91.999)
Oneri diversi di gestione	(3.270)
Costi della produzione	(350.612)
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	40.828
Ammortamenti	(19.360)
Accantonamenti e svalutazioni	(2.402)
Margine Operativo Netto	19.066
Proventi e oneri finanziari	(2.543)
Risultato prima delle imposte	16.523
Imposte sul reddito	(5.308)
Utile netto consolidato	11.215

7.2 DATI AMBIENTALI

IT: ITALIA; PT: PORTOGALLO; US: USA

PRODUZIONE ENERGETICA

PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Produzione energia elettrica (kWh)	536.083	-	-	536.083	510.829	-	-	510.829
Produzione energia elettrica (GJ)	1.930	-	-	1.930	1.839	-	-	1.839
Emissioni evitate CO ₂ (t)	192	-	-	192	183	-	-	183

CONSUMI ENERGETICI

CONSUMI ENERGETICI TOTALI

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo totale di energia (GJ)	1.393.281	753.448	377.114	2.523.843	1.550.315	827.460	513.892	2.891.666
di cui:								
da fonti rinnovabili (GJ)	1.930	-	-	1.930	1.839	-	-	1.839
da fonti non rinnovabili (GJ)	1.391.351	753.448	377.113	2.521.913	1.548.476	827.460	513.892	2.889.827
Intensità energetica (GJ/m ²)*	0,14	0,12	0,11	0,13	0,14	0,13	0,14	0,14

CONSUMI DI GAS NATURALE

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo di GNL (Smc)	32.505.356	17.441.566	8.373.593	58.320.515	36.336.364	19.242.202	12.089.538	67.668.104
Consumo di GNL (GJ)	1.138.328	610.798	293.241	2.042.367	1.272.489	673.856	423.372	2.369.717
Emissioni CO ₂ (t)	63.548	34.098	16.370	114.017	71.038	37.619	23.635	132.291

* Il dato relativo all'intensità energetica, emissiva e di consumi idrici considera i m² prodotti nell'anno 2016. Il dato rappresentato al capitolo Profilo del Gruppo rappresenta invece i m² prodotti all'anno aggiornati alla data di pubblicazione del Bilancio.

Nota: il perimetro dei dati ambientali fa riferimento ai soli stabilimenti produttivi, escludendo perciò gli uffici commerciali e le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc.

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo energia elettrica (kWh)	67.596.608	38.665.156	22.487.695	128.749.459	73.709.377	41.974.356	24.348.020	140.031.753
Consumo energia elettrica (GJ)	243.348	139.195	80.956	463.498	265.354	151.108	87.653	504.114
Emissioni CO ₂ (t)	24.267	12.180	10.682	47.128	26.462	13.222	11.565	51.249

CONSUMI DI GPL

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo di GPL (m ³)	-	-	26	26	-	-	28	28
Consumo di GPL (GJ)	-	-	922	922	-	-	971	971
Emissioni CO ₂ (t)	-	-	60	60	-	-	64	64

CONSUMI PER AUTOTRAZIONE

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Gasolio (l)	268.628	95.939	49.210	413.777	295.242	69.296	46.288	410.826
Gasolio (GJ)	9.675	3.455	1.772	14.903	10.634	2.496	1.667	14.797
Benzina (l)	-	-	7.192	7.192	-	-	7.404	7.404
Benzina (GJ)	-	-	222	222	-	-	229	229
Emissioni Gasolio CO ₂ (t)	712	254	130	1.097	782	184	123	1.089
Emissioni Benzina CO ₂ (t)	-	-	16	16	-	-	17	17
Emissioni TOT CO ₂ (t)	712	254	147	1.113	782	184	139	1.105

EMISSIONI

EMISSIONI TOTALI CO₂

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Emissioni dirette - Scope 1 (tCO ₂) Energia	64.260	34.353	16.578	115.190	71.820	37.802	23.838	133.460
Emissioni dirette - Scope 1 (tCO ₂) Materiale	609	3.202	*	3.811	793	3.778	*	4.571
Emissioni dirette - Scope 1 (tCO ₂) Totale	64.869	37.554	16.578	119.001	72.613	41.580	23.838	138.031
Emissioni indirette - Scope 2 (tCO ₂)	24.267	12.180	10.682	47.128	26.462	13.222	11.565	51.249
Intensità emissiva TOT (tCO ₂ /m ²)	0,009	0,008	0,008	0,008	0,008	0,009	0,010	0,009

* Dato non disponibile

Nota: il perimetro dei dati ambientali fa riferimento ai soli stabilimenti produttivi, escludendo perciò gli uffici commerciali e le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc.

COEFFICIENTI DI EMISSIONE	ENERGIA ELETTRICA (gCO ₂ /kWh)	GAS NATURALE (tCO ₂ /Smc)	GPL (tCO ₂ /t)	GASOLIO (tCO ₂ /t)	BENZINA (tCO ₂ /t)
Italia	359				
Portogallo	475	0,001955	3,024	3,155	3,140
US	315				
Fonte	TERNA, <i>Confronti Internazionali</i> , 2014	Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare, <i>Tabella Parametri Standard Nazionali</i> , 2017	Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare, <i>Tabella Parametri Standard Nazionali</i> , 2017	Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare, <i>Tabella Parametri Standard Nazionali</i> , 2017	Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare, <i>Tabella Parametri Standard Nazionali</i> , 2017

Ai fini del calcolo delle emissioni dirette da prodotto vengono riportate le emissioni rappresentate nella

comunicazione annuale sulle emissioni di gas serra ai sensi della direttiva 2003/87/CE.

POTERE CALORIFICO INFERIORE DEI COMBUSTIBILI	PCI
Gas Naturale	0,035 GJ/Smc
GPL	46,11 GJ/t
Gasolio	42,877 GJ/t
Benzina	42,817 GJ/t
Fonte	Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare, <i>Tabella Parametri Standard Nazionali</i> , 2017

ACQUA

ACQUA PRELEVATA

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo idrico totale (m ³)	171.271	131.869			179.933	147.755	32.596	360.284
Intensità consumi idrici (m ³ /m ³)	0,0172	0,0217		DATO NON DISPONIBILE	0,0161	0,0230	0,0090	0,0169

SCARICHI DI ACQUE REFLUE

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Totale di acque reflue (m ³)	-	36.683		DATO NON DISPONIBILE	-	41.354	20.390	61.744

RIFIUTI

RIFIUTI PER METODO DI TRATTAMENTO

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Recupero (t)	42.549	15.162			49.803	16.105	193	66.100
di cui pericolosi	78	7			148	11	-	159
Smaltimento (t)	2.512	50			3.310	53	2.581	5.944
di cui pericolosi	94	13		DATO NON DISPONIBILE	109	-	-	109
Percentuale di rifiuti pericolosi sul totale	0,4%	0,1%			0,5%	0,1%	0,0%	0,4%

Nota: il perimetro dei dati ambientali fa riferimento ai soli stabilimenti produttivi, escludendo perciò gli uffici commerciali e le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc.

7.3 DATI SULLE RISORSE UMANE

IT: ITALIA; PT: PORTOGALLO; US: USA

CONSISTENZA DEL PERSONALE

CONSISTENZA DEL PERSONALE PER PAESE, GENERE E TIPO DI CONTRATTO AL 31 DICEMBRE

	2015			2016		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Italia	510	279	789	507	278	785
Indeterminato	508	279	787	501	275	776
Determinato	2	-	2	6	3	9
Portogallo	263	115	378	278	114	392
Indeterminato	253	112	365	248	107	355
Determinato	10	3	13	30	7	37
US	296	117	413	348	141	489
Indeterminato	296	117	413	348	141	489
Determinato	-	-	-	-	-	-
Totale Gruppo	1.069	511	1.580	1.133	533	1.666
Indeterminato	1.057	508	1.565	1.097	523	1.620
Determinato	12	3	15	36	10	46

CONSISTENZA DEL PERSONALE PART-TIME PER GENERE AL 31 DICEMBRE

	2015			2016		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Totale Gruppo	1.069	511	1.580	1.133	533	1.666
Full time	1.065	470	1.535	1.127	488	1.615
Part time	4	41	45	6	45	51

CONSISTENZA DEL PERSONALE PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31 DICEMBRE

	2015			2016		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Totale Gruppo	1.069	511	1.580	1.133	533	1.666
Manager	52	4	56	52	3	55
Quadri	77	25	102	78	22	100
Impiegati	238	221	459	247	234	481
Operai	702	261	963	756	274	1.030

Nota: il perimetro dei dati sulle risorse umane esclude le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc. aventi un numero di dipendenti complessivamente inferiore a 20.

CONSISTENZA DEL PERSONALE PER INQUADRAMENTO E FASCE DI ETÀ AL 31 DICEMBRE

	2015				2016			
	<30	30-50	>50	TOTALE	<30	30-50	>50	TOTALE
Totale Gruppo	105	1.004	481	1.580	128	1.023	515	1.666
Manager	-	40	16	56	-	33	22	55
Quadri	1	61	40	102	-	64	36	100
Impiegati	38	278	143	459	45	331	105	481
Operai	56	625	282	963	83	595	352	1.030

CONSISTENZA DEL PERSONALE APPARTENENTE A CATEGORIE PROTETTE PER INQUADRAMENTO AL 31 DICEMBRE

	2015			2016		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Totale Gruppo	37	10	47	73	22	95
Manager	-	-	-	-	-	-
Quadri	2	1	3	3	-	3
Impiegati	8	8	16	13	10	23
Operai	46	12	58	57	12	69

CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

DIPENDENTI COPERTI DA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	789	379	-	1.168	785	389	-	1.174
Percentuale	100%	100%	0%	74%	100%	99%	0%	70%

FORMAZIONE PROFESSIONALE

FORMAZIONE PROFESSIONALE PER INQUADRAMENTO 2016 (dato in ore)

	IT*						PT						US
	UOMO		DONNA		TOTALE		UOMO		DONNA		TOTALE		
	n.	Media procapite	n.	Media procapite	n.	Media procapite	n.	Media procapite	n.	Media procapite	n.	Media procapite	
Manager	16	0,4	0	0,0	16	0,4	358	32,5	489	163,0	847	60,5	DATO NON DISPO- NIBILE
Quadri	28	0,9	0	0,0	28	0,8	240	40,0	348	69,6	588	53,5	
Impiegati	64	0,5	0	0,0	64	0,3	1.611	44,8	1.705	42,6	3.316	43,6	
Operai	864	2,7	68	0,4	932	1,9	2.117	9,4	150	2,3	2.267	7,8	
Totale	972	1,9	68	0,2	1.040	1,3	4.326	15,6	2.692	23,6	7.018	17,9	

* Il dato relativo alle ore di formazione svolte in Italia si riferisce solo alla formazione specifica sulla sicurezza predisposta tramite consulenti esterni, le cui presenze sono state registrate nel rispetto della legislazione locale.

Nota: il perimetro dei dati sulle risorse umane esclude le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc. aventi un numero di dipendenti complessivamente inferiore a 20.

MALATTIA PROFESSIONALE E ASSENTEISMO

MALATTIA PROFESSIONALE E ASSENTEISMO 2015

	IT			PT			US		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Assenze (giorni)	8.620	8.346	16.966	1.519	1.688	3.206			
Malattie professionali (giorni)	2	1	3	1	1	2			
Ore lavorabili	994.068	508.557	1.502.625	547.029	239.195	786.225			
Ore lavorate	818.607	374.529	1.193.136	487.370	195.761	683.131			
Giornate lavorabili	124.258	63.570	187.828	68.379	29.899	98.278	DATO NON DISPONIBILE		
Tasso di malattia professionale** (*100.000)	0,2	0,3	0,3	0,2	1,0	0,3			
Tasso di assenteismo*** (*1.000)	69,37	131,29	90,33	22,21	56,44	32,63			

MALATTIA PROFESSIONALE E ASSENTEISMO 2016

	IT			PT			US*			TOTALE GRUPPO		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Assenze (giorni)	7.062	6.968	14.030	1.594	1.935	3.529	1.146	21	1.167	9.802	8.924	18.726
Malattie professionali (giorni)	2	1	3	2	-	2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Ore lavorabili	994.985	512.330	1.507.315	578.229	237.115	815.344	791.648	324.896	1.116.544	2.364.862	1.074.341	3.439.203
Ore lavorate	852.315	395.354	1.247.669	512.701	197.787	710.488	698.578	285.335	983.913	2.063.594	878.476	2.942.070
Giornate lavorabili	124.373	64.041	188.414	72.279	29.639	101.918	89.990	36.920	126.910	286.642	130.600	417.242
Tasso di malattia professionale** (*100.000)	0,2	0,3	0,2	0,4	0,0	0,3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Tasso di assenteismo*** (*1.000)	56,78	108,81	74,46	22,05	65,27	34,62	12,73	0,57	9,20	34,20	68,33	44,88

*Il dato relativo alle assenze in US include solo le assenze per infortunio e malattia professionale e considera eventuali giorni non lavorativi compresi nel periodo di assenza.

** Malattie professionali ogni 100.000 ore lavorate.

*** Numero assenze ogni 1.000 giorni lavorabili.

Nota: il perimetro dei dati sulle risorse umane esclude le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc. aventi un numero di dipendenti complessivamente inferiore a 20.

TASSO DI INFORTUNIO E INDICE DI GRAVITÀ

TASSO DI INFORTUNIO E INDICE DI GRAVITÀ 2015

	IT			PT			US		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Infortunati	34	18	52	19	8	27			
di cui in itinere	-	1	1	-	-	-			
di cui sul posto di lavoro	34	17	51	19	8	27			
Infortunati mortali	-	-	-	-	-	-			
Giorni persi	851	332	1.183	414	176	590			
Ore lavorabili	994.068	508.557	1.502.625	547.029	239.195	786.225	DATO NON DISPONIBILE		
Ore lavorate	818.607	374.529	1.193.136	487.370	195.761	683.131			
Giornate lavorabili	124.258	63.570	187.828	5.502	2.415	7.917			
Indice di gravità* (*100.000)	85,6	65,3	78,7	75,7	73,6	75,0			
Tasso di infortunio** (*100.000)	4,2	4,8	4,4	3,9	4,1	4,0			

TASSO DI INFORTUNIO E INDICE DI GRAVITÀ 2016

	IT			PT			US			TOTALE GRUPPO		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Infortunati	33	21	54	19	11	30	10	3	13	62	35	97
di cui in itinere	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
di cui sul posto di lavoro	33	21	54	19	11	30	10	3	13	62	35	97
Infortunati mortali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Giorni persi	836	450	1.286	466	347	813	874	20	894	2.176	817	2.993
Ore lavorabili	994.985	512.330	1.507.315	578.229	237.115	815.344	791.648	324.896	1.116.544	2.364.862	1.074.341	3.439.203
Ore lavorate	852.315	395.354	1.247.669	512.701	197.787	710.488	698.578	285.335	983.913	2.063.594	878.476	2.942.070
Giornate lavorabili	124.373	64.041	188.414	5.500	2.280	7.780	89.990	36.920	126.910	219.863	103.241	323.104
Indice di gravità* (*100.000)	84,0	87,8	85,3	80,6	146,3	99,7	110,4	6,2	80,1	92,0	76,0	87,0
Tasso di infortunio** (*100.000)	3,9	5,3	4,3	3,7	5,6	4,2	1,4	1,1	1,3	3,0	4,0	3,3

* Giorni di lavoro persi ogni 100.000 ore lavorabili.

** Numero infortuni ogni 100.000 ore lavorate.

Nota: il perimetro dei dati sulle risorse umane esclude le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc. aventi un numero di dipendenti complessivamente inferiore a 20.

CONGEDO PARENTALE

CONGEDO PARENTALE 2015

	IT			PT			US			TOTALE GRUPPO		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Numero totale congedi parentali durante l'anno	-	7	7	2	8	10	5	4	9	7	19	26
Di cui: numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale	-	4	4	2	6	8	5	4	9	7	14	21
Di cui: numero totale di dipendenti che erano ancora in congedo alla data indicata	-	3	3	-	2	2	-	-	-	-	5	5
Tasso di rientro al lavoro	-	57%	57%	100%	75%	80%	100%	100%	100%	100%	74%	81%

CONGEDO PARENTALE 2016

	IT			PT			US			TOTALE GRUPPO		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Numero totale congedi parentali durante l'anno	1	12	13	13	4	17	2	-	2	16	16	32
Di cui: numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale	1	7	8	10	3	13	2	-	2	13	10	23
Di cui: numero totale di dipendenti che erano ancora in congedo alla data indicata	-	5	5	3	1	4	-	-	-	3	6	9
Tasso di rientro al lavoro	100%	58%	62%	77%	75%	76%	100%	-	100%	81%	63%	72%

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE 2015

	IT			PT			US			TOTALE GRUPPO		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Manager	36	1	37	11	3	14	5	-	5	52	4	56
di cui assunti localmente	36	1	37	11	3	14	3	-	3	50	4	54
%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	60%	-	60%	96%	100%	96%

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE 2016

	IT			PT			US			TOTALE GRUPPO		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Manager	36	-	36	11	3	14	5	-	5	52	3	55
di cui assunti localmente	36	-	36	11	3	14	3	-	3	50	3	53
%	100%	-	100%	100%	100%	100%	60%	-	60%	96%	100%	96%

Nota: il perimetro dei dati sulle risorse umane esclude le società Montanari Ceramiche s.r.l., Lea North America LLC, Panariagroup US Inc. aventi un numero di dipendenti complessivamente inferiore a 20.

7.4

DATI SULLA CATENA DI FORNITURA

IT: ITALIA; PT: PORTOGALLO; US: USA

FORNITORI LOCALI 2015 (milioni di euro)

	IT	PT	US	TOTALE
Spesa fornitori locali	115	27	5	147
Totale acquisti	124	51	31	206
%	93%	53%	16%	71%

FORNITORI LOCALI 2016 (milioni di euro)

	IT	PT	US	TOTALE
Spesa fornitori locali	116	31	6	154
Totale acquisti	126	54	26	206
%	92%	58%	24%	75%

MATERIALI ACQUISTATI (tonnellate)

	2015				2016			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Argille	105.551	72.838	32.352	210.741	123.394	80.728	33.203	237.325
Feldspati	100.970	55.824	36.419	193.213	110.748	60.629	37.697	209.074
Sabbia	40.218	9.870	10.595	60.683	49.836	10.818	10.994	71.649
Smalti e coloranti*	7.634	4.479	2.760	14.873	8.357	4.773	2.794	15.924
Atomizzati	13.437	-	-	13.437	11.220	-	-	11.220
Zirconio /sbiancanti	448	-	-	448	484	-	-	484
Additivi	2.252	800	-	3.052	2.404	930	-	3.334
Cotto Macinato	15.254	1.989	2.694	19.937	16.624	2.689	2.759	22.072
Altri	4.438	6.468	7.896	18.802	5.193	7.481	6.389	19.063
Totale	290.202	152.267	92.716	535.185	328.260	168.049	93.836	590.145

*Il dato relativo all'acquisto di smalti e coloranti è stimato alla luce del rapporto tra kg di smalti e coloranti acquistati e m² prodotti durante il primo semestre del 2017.

Nota: il perimetro dei dati relativi agli acquisti da fornitori per US è relativo solo ad alcune categorie di beni e servizi acquistati.



8.0

**GRI STANDARDS
CONTENT INDEX**

8.0

GRI STANDARDS

CONTENT INDEX

INDICATORI GRI-STANDARDS	RIFERIMENTI	PAGINE	
GENERAL STANDARD DISCLOSURES			
Profilo dell'organizzazione			
102-1	Nome dell'organizzazione	La storia Panariagroup nel mondo	32-33 34-37
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	Panariagroup nel mondo Gli obiettivi strategici del Gruppo I nostri marchi Qualità, design e sostenibilità dei prodotti	34-37 24-25 56 54-55
102-3	Sede principale dell'organizzazione	Panariagroup nel mondo	34-37
102-4	Sede delle operations	Panariagroup nel mondo	34-37
102-5	Assetto proprietario e forma legale	La storia Panariagroup nel mondo	32-33 34-37
102-6	Mercati serviti	Profilo del Gruppo Panariagroup nel mondo	28-29 34-37
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Profilo del Gruppo Panariagroup nel mondo Le nostre persone La responsabilità economica del Gruppo	28-29 34-37 88-89 46-51
102-8	Informazioni sui dipendenti e collaboratori esterni	Le nostre persone Dati sulle risorse umane	88-89 106-110
102-9	Catena di fornitura	Gestione responsabile della catena di fornitura	96-97
102-10	Cambiamenti nelle località geografiche di presenza dell'organizzazione, nelle operations (apertura, chiusura e estensione di stabilimenti). Variazioni della struttura del capitale sociale e altre operazioni di costituzione, manutenzione e alterazione del capitale (per le organizzazioni del settore privato). Cambiamenti nella localizzazione dei fornitori, struttura della catena di fornitura o relativi alla relazione con i fornitori (selezione e mantenimento dei rapporti).	Nessun cambiamento da rendicontare rispetto all'anno 2015	-
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Integrità e conformità	42-43
102-12	Iniziative esterne: adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	Integrità e conformità	42-43
102-13	Appartenenza ad associazioni e organizzazioni nazionali o internazionali di promozione della sostenibilità	Gli stakeholder del Gruppo e i canali di contatto	14-15
Strategia			
102-14	Dichiarazione del Presidente	Lettera agli stakeholder	4-5
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità	Il nostro approccio alla Sostenibilità	13
Etica ed integrità			
102-16	Valori, principi e norme di comportamento	Gli obiettivi strategici del Gruppo I valori del Gruppo	24-25 38

Governance

102-18	Struttura di governo della società compresi i comitati responsabili di temi economici, sociali e ambientali	Struttura organizzativa e governance	39-41
102-19	Processi di delega dell'autorità rispetto a tematiche economiche, sociali e ambientali dall'organo di governance al top management e altri dipendenti	Struttura organizzativa e governance	39-41
102-20	Responsabilità esecutive per tematiche economiche, sociali e ambientali	Struttura organizzativa e governance	39-41
102-22	Composizione del più alto organo di governance dell'organizzazione e dei suoi comitati	Struttura organizzativa e governance	39-41
102-23	Informazioni sul Presidente del più alto organo di governance dell'organizzazione	Struttura organizzativa e governance	39-41
102-26	Ruolo del più alto organo di governance nella definizione di obiettivi, valori e strategia dell'organizzazione	Struttura organizzativa e governance	39-41
102-28	Valutazione delle performance del più alto organo di governance	Vedi "Relazione sulla remunerazione" www.panariagroup.it/it/documenti-societari	-
102-29	Identificazione e gestione degli impatti economici, sociali e ambientali	L'analisi di materialità	16-19
102-32	Ruolo del più alto organo di governance nel processo di rendicontazione di sostenibilità	L'analisi di materialità	16-19
102-35	Descrizione delle politiche di remunerazione	Vedi "Relazione sulla remunerazione" www.panariagroup.it/it/documenti-societari	-
102-36	Processo di determinazione delle politiche di remunerazione	Vedi "Relazione sulla remunerazione" www.panariagroup.it/it/documenti-societari	-

Stakeholder Engagement

102-40	Elenco degli stakeholder dell'organizzazione	Gli stakeholder del Gruppo e i canali di contatto	14-15
102-41	Dipendenti coperti da contratto collettivo nazionale	Le nostre persone	88-89
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder dell'organizzazione	L'analisi di materialità	16-19
102-43	Approccio allo stakeholder engagement, inclusa la frequenza di coinvolgimento per tipologia e gruppo di stakeholder, le attività e l'integrazione del coinvolgimento nel processo di rendicontazione	L'analisi di materialità	16-19
102-44	Temi rilevanti emersi dal coinvolgimento degli stakeholder e modalità di risposta dell'organizzazione che comprende la rendicontazione. Identificazione dei gruppi di stakeholder da cui sono emersi i temi più rilevanti	L'analisi di materialità	16-19

Processo di rendicontazione

102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato dell'organizzazione o documenti equivalenti	Panariagroup nel mondo	34-37
102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro delle tematiche	L'analisi di materialità	16-19
102-47	Lista delle tematiche "material"	L'analisi di materialità	16-19
102-48	Variazioni delle informazioni rendicontate e motivazioni	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-49	Cambiamenti significativi rispetto alla rendicontazione precedente	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-50	Periodo di rendicontazione (anno finanziario o anno solare)	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-51	Data del precedente report (se disponibile)	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-52	Periodicità di rendicontazione (annuale, biennale)	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-53	Contatti per domande relative al report	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-54	Opzione di conformità al GRI Standards	Il Bilancio di Sostenibilità	12
102-55	GRI Content Index	GRI Standards Content Index	114-121
102-56	Revisione esterna	Il Bilancio di Sostenibilità non è stato sottoposto a revisione da parte terza	-

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES
ECONOMIC

Performance economica Approccio manageriale			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	La responsabilità economica del Gruppo	46-51
103-3	Valutazione sull'approccio del management		
Performance economica			
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	La responsabilità economica del Gruppo	46-51
201-3	Piano di benefit e altri piani previdenziali obbligatori previsti dall'organizzazione	Le nostre persone	88-89
Presenza di mercato Approccio manageriale			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Le nostre persone Relazioni con le comunità locali	88-89 94
103-3	Valutazione sull'approccio del management		
Presenza di mercato			
202-1	Rapporto tra salario standard di ingresso rispetto al salario minimo locale suddiviso per genere	Le nostre persone	88-89
202-2	Manager assunti nella comunità locale	Relazioni con le comunità locali	94
Impatti economici indiretti Approccio manageriale			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Relazioni con le comunità locali Focus on Italia: il terremoto in Emilia del 2012	94 95
103-3	Valutazione sull'approccio del management		
Impatti economici indiretti			
203-1	Sviluppo e impatti degli investimenti in infrastrutture e servizi supportati	Relazioni con le comunità locali Focus on Italia: il terremoto in Emilia del 2012	94 95
Pratiche di approvvigionamento Approccio manageriale			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Dati sulla catena di fornitura	111
103-3	Valutazione sull'approccio del management		
Pratiche di approvvigionamento			
204-1	Spesa concentrata sui fornitori locali	Dati sulla catena di fornitura	111
Anti-corruzione Approccio manageriale			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Integrità e conformità	42-43
103-3	Valutazione sull'approccio del management		
Anti-corruzione			
205-2	Comunicazione e formazione su politiche e procedure anticorruzione	Integrità e conformità Formazione e sviluppo	42-43 91
205-3	Incidenti confermati di corruzione e azioni intraprese	Integrità e conformità	42-43

Comportamento anti-competitivo | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Integrità e conformità	42-43
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Comportamento anti-competitivo

206-1	Azioni legali per comportamenti anti-competitivi, anti-trust, e pratiche monopolistiche	Nota: non si segnalano azioni legali in tema di comportamenti anti-competitivi, anti-trust e pratiche monopolistiche nell'anno	-
-------	---	--	---

ENVIRONMENTAL

Materiali | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	La responsabilità Le materie prime Il processo produttivo	66-83 72 73-74
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Materiali

301-1	Materiali utilizzati per peso e volume	Le materie prime Il processo produttivo	72 73-74
301-2	Materiale riciclato utilizzato	Le materie prime Il processo produttivo	72 73-74

Energia | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	La responsabilità ambientale Energia ed emissioni	66-83 75-77
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Energia

302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Energia ed emissioni Dati ambientali	75-77 103-105
302-2	Energia consumata fuori dall'organizzazione	Energia ed emissioni Dati ambientali	75-77 103-105
302-3	Intensità energetica	Energia ed emissioni Dati ambientali	75-77 103-105

Acqua | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	La responsabilità ambientale del Gruppo Acqua	66-83 81-82
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Acqua

303-1	Prelievo di acqua per fonte	Acqua Dati ambientali	81-82 103-105
303-3	Acqua riciclata e riutilizzata	Acqua Dati ambientali	81-82 103-105

Biodiversità | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	La gestione delle risorse naturali	69
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Biodiversità

304-2	Impatti significativi di attività prodotti e servizi relativi alla biodiversità	La gestione delle risorse naturali	69
-------	---	------------------------------------	----

Emissioni | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Energia ed emissioni	75-77
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Emissioni

305-1	Emissioni GHG dirette (scope 1)	Energia ed emissioni Dati ambientali	75-77 103-105
305-2	Emissioni GHG indirette (scope 2)	Gli obiettivi strategici del Gruppo Energia ed emissioni Dati ambientali	24-25 75-77 103-105
305-4	Intensità delle emissioni GHG	Energia ed emissioni Dati ambientali	75-77 103-105

Scarichi e rifiuti | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Acqua Gestione dei rifiuti	81-82 83
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Scarichi e rifiuti

306-1	Acqua scaricata per qualità e destinazione	Acqua Dati ambientali	81-82 103-105
306-2	Rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento	Gestione dei rifiuti Dati ambientali	83 103-105
306-3	Sversamenti significativi	Nota: non si segnalano sversamenti significativi negli stabilimenti di Panariagroup nell'anno oggetto del reporting	-

Compliance ambientale | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	La gestione delle risorse naturali	69
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Compliance ambientale

307-1	Multe e sanzioni per violazione di leggi e regolamenti in materia ambientale	Nota: non si segnalano multe e sanzioni per violazione di leggi e regolamenti in materia ambientale	-
-------	--	---	---

Valutazione dei fornitori secondo criteri ambientali | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Gestione responsabile della catena di fornitura	24-25 96-97
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Valutazione dei fornitori secondo criteri ambientali

308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Le materie prime Il processo produttivo Gestione responsabile della catena di fornitura	72 73-74 96-97
-------	---	---	----------------------

SOCIAL

Occupazione | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Le nostre persone	24-25 88-89
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Occupazione

		Le nostre persone	88-89
401-3	Congedo parentale	Dati sulle risorse umane Nota: Il tasso di retention sarà rendicontato a partire dal prossimo anno di rendicontazione	106-110

Relazioni lavoratori/management | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Le nostre persone	88-89
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Relazioni lavoratori/management

402-1	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	Le nostre persone	88-89
-------	---	-------------------	-------

Salute e Sicurezza sul luogo di lavoro | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Salute e sicurezza dei dipendenti Gli obiettivi strategici del Gruppo	90 24-25
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Salute e Sicurezza sul luogo di lavoro

403-2	Tipologia e tasso di infortuni, malattie professionali, giornate di lavoro perse, assenteismo e decessi sul lavoro	Salute e sicurezza dei dipendenti Dati sulle risorse umane	90 106-110
-------	--	---	---------------

Training e formazione | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Formazione e sviluppo	24-25 91
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Training e formazione

404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente	Formazione e sviluppo Dati sulle risorse umane	91 106-110
-------	--	---	---------------

Diversità e pari opportunità | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Le nostre persone	88-89
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Diversità e pari opportunità

405-1	Diversità nell'organo di governance e nella composizione dell'organico dell'organizzazione	Le nostre persone Struttura organizzativa e governance Dati sulle risorse umane	88-89 39-41 106-110
-------	--	---	---------------------------

Non-discriminazione | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Integrità e conformità Le nostre persone	24-25 42-43 88-89
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Non-discriminazione

406-1	Incidenti di discriminazione e azioni correttive intraprese	Le nostre persone	88-89
-------	---	-------------------	-------

Libertà di associazione e contrattazione collettiva | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Le nostre persone	24-25 88-89
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Libertà di associazione e contrattazione collettiva

407-1	Operations e fornitori in cui il diritto di esercitare la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere considerato a rischio e misure adottate	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25
-------	--	-------------------------------------	-------

Lavoro minorile | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Integrità e conformità	24-25 42-43
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Lavoro minorile

408-1	Operations e fornitori identificati come aventi un significativo rischio di incidenti di lavoro minorile e misure adottate per contribuire all'effettiva abolizione del lavoro minorile	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25
-------	---	-------------------------------------	-------

Lavoro forzato | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Integrità e conformità	24-25 42-43
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Lavoro forzato

409-1	Operations e fornitori identificati come aventi un significativo rischio di lavoro forzato e misure adottate per contribuire all'effettiva abolizione	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25
-------	---	-------------------------------------	-------

Valutazione dei fornitori sulla tutela dei diritti umani | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Gestione responsabile della catena di fornitura	24-25 96-97
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Valutazione dei fornitori sulla tutela dei diritti umani

412-1	Operations che sono state soggette ad una valutazione o una revisione degli impatti sui diritti umani	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25
412-3	Accordi significativi di investimento e contratti che includono clausole sui diritti umani o che hanno subito uno screening in materia	Gli obiettivi strategici del Gruppo Gestione responsabile della catena di fornitura	24-25 96-97

Comunità locali | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Relazioni con le comunità locali	94
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Comunità locali

413-1	Operations in cui sono state implementate attività di coinvolgimento con la comunità locale, valutazione degli impatti e sviluppo di programmi	Relazioni con le comunità locali	94
-------	--	----------------------------------	----

Valutazione dei fornitori secondo criteri sociali | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Gestione responsabile della catena di fornitura	24-25 96-97
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Valutazione dei fornitori secondo criteri sociali

414-1	Nuovi fornitori selezionati sulla base di criteri sociali	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25
414-2	Significativi impatti sociali negativi identificati nella catena di fornitura e azioni intraprese	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25

Salute e Sicurezza del consumatore | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo Qualità, design e sostenibilità dei prodotti	24-25 54-55
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Salute e Sicurezza del consumatore

416-2	Incidenti di non-conformità relativi la salute e la sicurezza di prodotti e servizi	Nota: non si segnalano incidenti di non-conformità relativi la salute e la sicurezza di prodotti e servizi nell'anno	-
-------	---	--	---

Informativa e pratiche commerciali di prodotti e servizi | Approccio manageriale

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro		
103-2	Informazioni generali sull'approccio manageriale e relative caratteristiche	Gli obiettivi strategici del Gruppo	24-25
103-3	Valutazione sull'approccio del management		

Informativa e pratiche commerciali di prodotti e servizi

417-2	Incidenti di non-conformità relativi l'etichettatura e informativa di prodotti e servizi	Gli obiettivi strategici del Gruppo Integrità e conformità	24-25 42-43
-------	--	---	----------------

Compliance socio-economica

419-1	Multe e sanzioni per la violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale	Nota: nel 2016 non si sono registrate sanzioni significative	-
-------	---	--	---

PANARIAgroup®

Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

Via Panaria Bassa, 22/A
41034 Finale Emilia (MO) - Italia
Tel.: +39 0535 95111 - Fax: +39 0535 90503
www.panariagroup.it

Panaria Ceramica

Via Panaria Bassa, 22/A
41034 Finale Emilia (MO) - Italia
Tel.: +39 0535 95111 - Fax: +39 0535 90503
www.panaria.it

Lea Ceramiche

Via Cameazzo, 21
41042 Fiorano Modenese (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 837 811 - Fax: +39 0536 830 326
www.ceramichelea.it

Cotto d'Este

Via Emilia Romagna, 31
41049 Sassuolo (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 814 911 - Fax: +39 0536 814 918
www.cottodeste.it

Blustyle

Via Emilia Romagna, 31
41049 Sassuolo (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 814 911 - Fax: +39 0536 814 921
www.blustyle.it

Fiordo

Via Panaria Bassa, 22/A
41034 Finale Emilia (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 814 811 - Fax: +39 0536 812 114
www.fiordo.it

Florida Tile Inc.

998 Governors Lane
Suite 300, Lexington, KY 40513 - U.S.A.
Tel.: 001 - 859 219 5200
www.floridatile.com

Margres

Chousa Nova,
3830-133 Ílhavo - Portugal
Tel.: +351 234 329 700 - Fax: +351 234 329 702
www.margres.com

Love Tiles

Zona industrial de Aveiro, Apartado 3002
3801-101 Aveiro - Portugal
Tel.: +351 234 303 030 - Fax: +351 234 303 031
www.lovetiles.com

Bellissimo

AGL Panaria Pvt. Limited
Indian - Italian JV Group
B-702, Shapath - IV, Opp. Karnavati Club,
S.G. Highway, Ahmedabad (Gujarat) - 380015 India
Tel.: +91 79 6191 6501 - Fax: +91 79 6191 6520
www.bellissimo.asia

Seguici su:



BUILDINGS CREDITS:

Bosco Verticale, Porta Nuova, Milano
Sviluppato e gestito da COIMA

PHOTO CREDITS:

Luigi Ottani

CONCEPT &

GRAPHIC DESIGN:

Industree Communication Hub



PANARIAgroup®