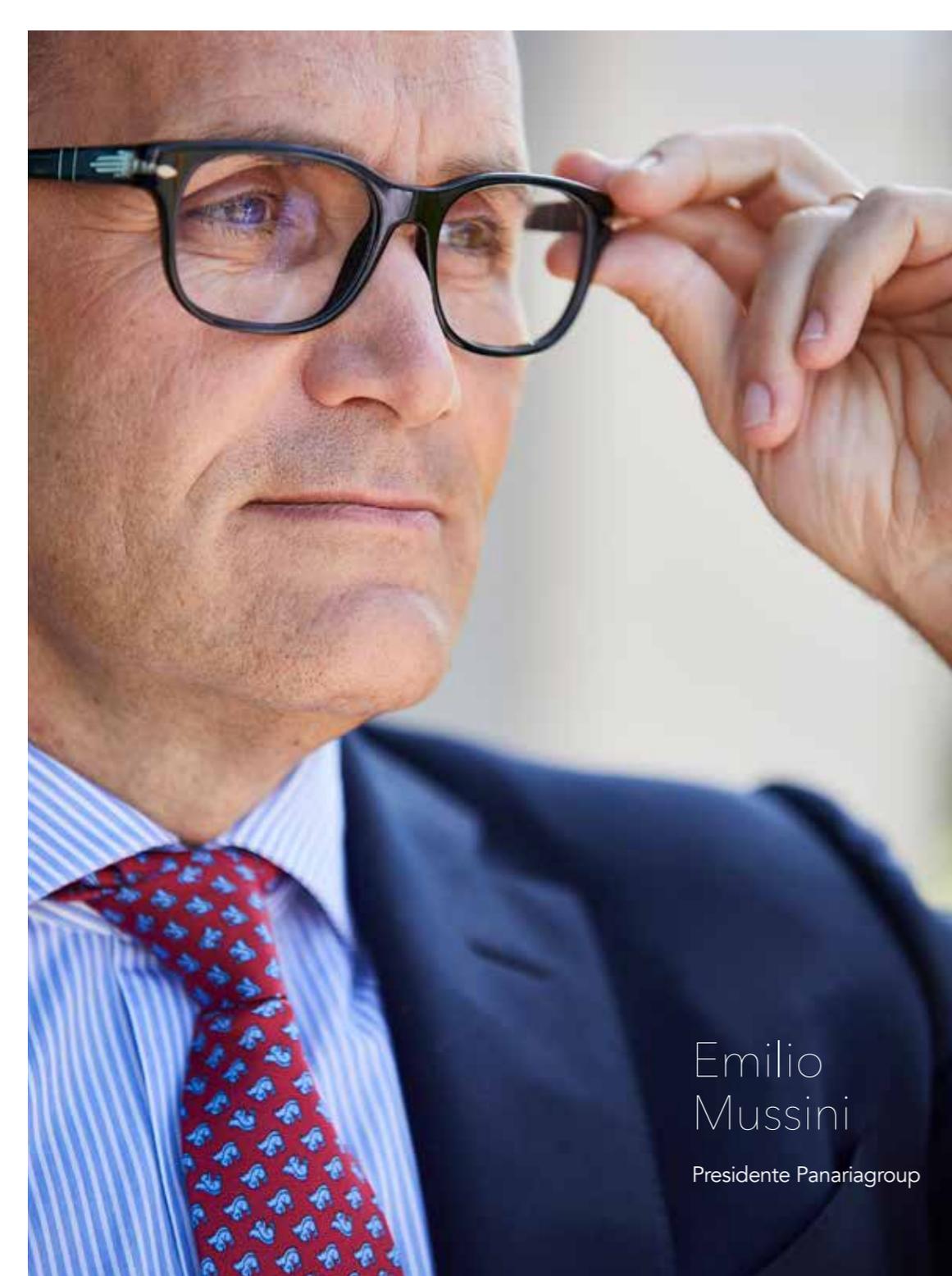


A close-up photograph of a hand held palm up, with a cloud of fine, light-colored particles (possibly sand or dust) rising from it. The background is a soft, out-of-focus landscape with a blue sky and white clouds. A dark blue square frame is overlaid on the image, partially enclosing the hand and the dust cloud.

**PANARIA**group®

Sintesi del  
Bilancio di  
Sostenibilità  
2017



Emilio  
Mussini

Presidente Panariagroup

**PANARIA**group®

Sono lieto di introdurre il nuovo **Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup**. Lo scorso anno, con la prima edizione, abbiamo dato inizio a **un percorso di lavoro stimolante ed entusiasmante** che potesse finalmente raccogliere e mettere in evidenza i nostri sforzi per fare impresa in modo responsabile. Un tratto che da sempre contraddistingue Panariagroup e che ancora oggi vede impegnata tutta l'azienda, a partire dal Consiglio di Amministrazione, per **un business etico e rispettoso delle risorse e delle persone**.

Questo approccio al fare impresa rappresenta per noi anche **un'importante leva strategica di differenziazione**, per contraddistinguerci non solo per la qualità nei nostri prodotti, ma anche per le nostre importanti scelte in ottica di responsabilità. Convinti che i consumatori sempre di più si stiano orientando a selezionare chi si sa proporre con **un profilo credibile e sostenibile**.

Stiamo dunque proseguendo **un percorso nel quale tutti crediamo** e che ci vedrà puntuali e costanti nel raccontare i nuovi traguardi che avremo saputo raggiungere.

Emilio Mussini  
Presidente Panariagroup

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Emilio Mussini', written in a cursive style.

# Profilo del Gruppo

Panariagroup è un Gruppo industriale **leader nella produzione di superfici ceramiche** che da oltre 40 anni investe nell'innovazione e ricerca l'eccellenza in ogni sua forma. Una realtà internazionale dal cuore italiano: Panariagroup, infatti, è oggi protagonista su scala mondiale con 9

brand pensati e sviluppati per rispondere alle esigenze di una clientela internazionale e diversificata, 6 stabilimenti produttivi (3 in Italia, 2 in Portogallo e 1 negli Stati Uniti), oltre 10.000 clienti professionali e una rete commerciale ampia e capillare con vendite in più di 130 Paesi.





## 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

**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** 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** 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** 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.

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

**MARGRES CERAMIC TILES** 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 CERAMIC TILES** 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.

**flordatile 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 STILE ITALIANO** 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.



## Il nostro approccio alla sostenibilità

La mission di Panariagroup è **creștere 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.

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.



## Gli stakeholder del gruppo

Nel percorso di crescita sostenibile di Panariagroup, **gli stakeholder ricoprono un ruolo fondamentale**. Per il suo Bilancio di Sostenibilità, Panariagroup ha identificato con attenzione gli individui o i gruppi di individui che hanno un rapporto con l'impresa perchè 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.



# Metodologia e analisi di materialità

Redatto in conformità ai nuovi standard di rendicontazione **“Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards”** emanati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione “in accordance - core”, il Bilancio di Sostenibilità relaziona del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dalla stessa prodotto.

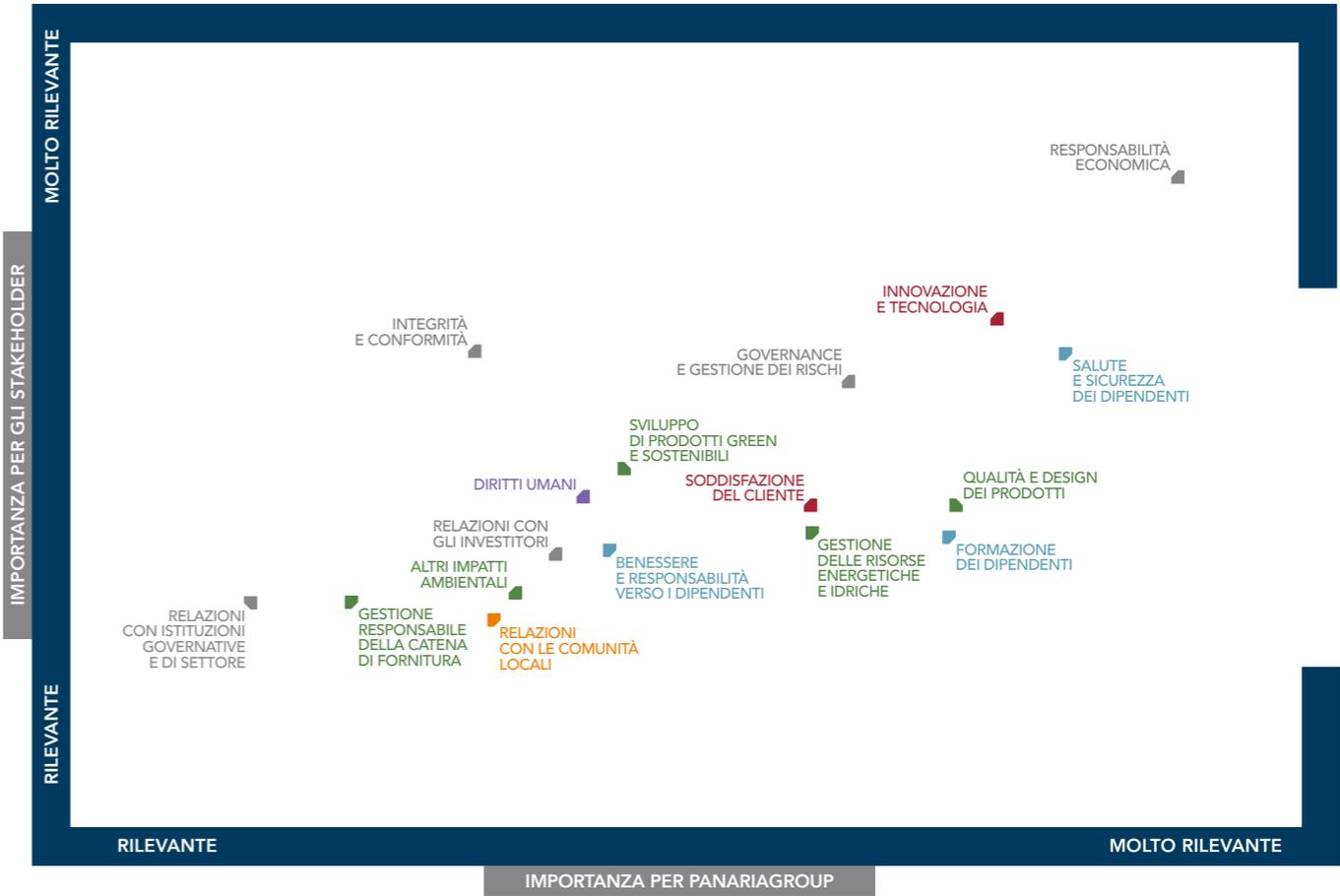
Al fine di rendicontare gli argomenti di sostenibilità economica, sociale e ambientale, il Gruppo ha predisposto un’analisi di materialità che mostra come **Responsabilità Economica, Innovazione e Tecnologia, Salute e Sicurezza dei Dipendenti e Governance e Gestione dei Ri-**

**schi** siano risultati temi chiave sia per il Gruppo sia per i suoi stakeholder. Dalla matrice si evince 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.



- AMBIENTE
- DIPENDENTI/COLLABORATORI
- DIRITTI UMANI E DEI LAVORATORI
- RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO
- COMUNITÀ
- GOVERNANCE E PERFORMANCE ECONOMICA



## Economici



	2016	2017
MILIONI DI EURO DI FATTURATO	377,0	384,6
MILIONI DI EURO DI EBITDA	40,8	42,7
MILIONI DI EURO DI UTILE NETTO	11,2	11,4
EURO UTILE PER AZIONE	0,247	0,250
RAPPORTO DI INDEBITAMENTO FINANZIARIO (PFN/EBITDA)	2,05	2,30
MILIONI DI EURO DI INVESTIMENTI	38,1	34,4

Highlights  
2017

## Ambientali<sup>1</sup>



	2016	2017
INTENSITÀ <sup>2</sup> ENERGETICA	0,137 <sup>GJ/m<sup>2</sup></sup>	0,135
INTENSITÀ EMISSIVA	0,009 <sup>tco, /m<sup>2</sup></sup>	0,009
INTENSITÀ IDRICA	0,017 <sup>m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup></sup>	0,017
RIFIUTI AVVIATI A RECUPERO	91,8%	93,2%
SCARTI CRUDI RECUPERATI NEL PROCESSO PRODUTTIVO	100%	100%

## Sociali<sup>3</sup>



	2016	2017
DIPENDENTI	1.686 <sup>n.</sup>	1.729
DIPENDENTI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO	97,3%	95,1%
DIPENDENTI COPERTI DA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	70%	70%
TASSO DI INFORTUNIO	3,3 <sup>n° 100.000 ore lavorate</sup>	3,0
INDICE GRAVITÀ	86,7 <sup>n° 100.000 ore lavorabili</sup>	51,1
EURO DI CONTRIBUTI ALLA COLLETTIVITÀ	338.000	225.173

1. I dati ambientali del 2016 sono stati riesposti con l'integrazione degli stabilimenti di stoccaggio di Casalgrande e Sassuolo del perimetro italiano al fine di renderli comparabili con quelli del 2017.  
2. I valori di intensità sono calcolati sui m<sup>2</sup> di piastrelle prodotte durante l'anno (22.690.715).  
3. I dati sociali del 2016 sono stati riesposti con l'integrazione delle società Panariagroup USA Inc., Lea North America LLC., Montanari Ceramiche S.r.l. al fine di renderli comparabili con quelli del 2017.

## Gli obiettivi di sostenibilità

Panariagroup mira a migliorare il suo impatto sulla società in termini economici, sociali e ambientali; per questa ragione, ogni anno vengono dichiarati degli obiettivi concreti di sostenibilità da realizzare che rappresentano **un impegno che il Gruppo si assume nei confronti dei propri stakeholder.**

## Obiettivi raggiunti nel 2017

### Temi economici

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.

Installazione di una nuova linea produttiva completa presso lo stabilimento portoghese di Aveiro, comprensiva di pressa, essiccatoio, forno di ultima generazione, scelta, rettifica/lappatura.

Completamento e inaugurazione del nuovo NDC (National Distribution Centre) presso lo stabilimento US, con superficie coperta di 11.000 m<sup>2</sup> e piazzale di 15.000 m<sup>2</sup>.

Installazione di nuovi impianti presso 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.



### Risorse umane

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 a persone e loro famiglie.



### Governance

Installazione del sistema informativo SAP per la gestione di tutti i processi della Business Unit US.

Integrazione del modello organizzativo per la gestione della sicurezza presso Business Unit Italia, tramite installazione di software dedicato e coordinamento centralizzato sugli stabilimenti produttivi.



### Qualità e ambiente

Adeguamento sismico dei diversi corpi di fabbrica per il sito di Finale Emilia.

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.

Sostituzione completa delle coperture esistenti con l'utilizzo di materiali ecocompatibili presso il sito di Finale Emilia.

Le attività connesse alla progressiva estensione del marchio ambientale di prodotto ECOLABEL a tutte le collezioni in grès porcellanato dei Brand italiani sono state sospese; è in corso un'analisi comparativa con altre tipologie di certificazione per rivalutare quale sia quella maggiormente indicata per gli obiettivi del Gruppo.

## Obiettivi futuri

Per confermare il suo impegno nella promozione di un modello di business che integra la responsabilità economica, sociale e ambientale in tutti gli aspetti e le attività del Gruppo, Panariagroup, in continuità con l'anno precedente, ha definito **nuovi obiettivi di sostenibilità** che vengono di seguito riportati.

### Temi economici Target

Industria 4.0: adesione agli incentivi per la digitalizzazione (Art. 3 D.Lgs. 23 dicembre 2013, n. 145 come sostituito dall'Art. 1, comma 35 Legge di Stabilità 2015 e modificato dalla Legge di Bilancio 2017).	<b>2018<sup>6</sup></b>
Installazione nuovi impianti presso la Business Unit Italia: n. 1 linea di scelta stabilimento Toano, n. 1 linea di scelta stabilimento Fiorano Modenese, n. 1 essiccatoio stabilimento Fiorano Modenese.	<b>2018</b>
Installazione nuovi impianti presso Business Unit Portogallo: modifica di una linea di smalteria per l'abilitazione ai grandi formati e al doppio caricamento nello stabilimento Ilhavo, n. 1 macchina digitale stabilimento Aveiro.	<b>2018</b>
Predisposizione di nuovi piazzali per lo stoccaggio del prodotto finito presso lo stabilimento di Aveiro con riprogettazione della gestione logistica per la Business Unit Portogallo.	<b>2018</b>
Completamento della realizzazione del nuovo showroom di Florida Tile presso sede di Lawrenceburg.	<b>2018</b>
Ampliamento della superficie coperta dello stabilimento di Fiorano Modenese, per il potenziamento e l'ottimizzazione della produzione di lastre in grande formato.	<b>2019</b>

### Governance Target

Sottoscrizione dei principi del UN Global Compact.	<b>2018</b>
Miglioramento del sistema di controllo di accesso ai siti della Business Unit Italia, tramite installazione di supporti informatici dedicati.	<b>2018</b>
Formalizzazione di un Codice Etico e di un Codice di Condotta commerciale per il Gruppo.	<b>2018</b>
Installazione del sistema informativo SAP per la gestione di tutti i processi della Business Unit portoghese.	<b>2019</b>
Adeguamento nuove normative europee sulla privacy.	<b>2018</b>

### Qualità e ambiente Target

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.	<b>2018</b>
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.	<b>2018</b>
Implementazione di un sistema di gestione della qualità certificato secondo la norma ISO 9001:2015 per lo stabilimento produttivo US.	<b>2018</b>
Installazione di sistemi di illuminazione a led e induzione magnetica in sostituzione di neon fluorescenti presso lo stabilimento di Toano, per l'ottenimento di sensibili diminuzioni di energia elettrica.	<b>2018</b>
Ottimizzazione della gestione, la depurazione e il recupero delle acque reflue e dei fanghi negli stabilimenti italiani.	<b>2018</b>
Installazione di sistemi di aspirazione per migliorare l'ambiente di lavoro interno presso i reparti presse e atomizzatori dello stabilimento Florida Tile di Lexington.	<b>2018</b>
Introduzione di un sistema di raccolta differenziata strutturato presso gli uffici della Business Unit italiana e campagna di sensibilizzazione per ambienti di lavoro "green".	<b>2018</b>

### Catena di fornitura Target

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.	<b>2019</b>
Sviluppo di un Impact Assessment e Risk Analysis su impatti sociali e ambientali nella catena di fornitura.	<b>2020</b>

### Risorse umane Target

Implementazione di un sistema premiante per i manager legato ai risultati finanziari aziendali <sup>7</sup>	<b>2018</b>
Iniziativa di informazione sul tema della sostenibilità ai dipendenti, attraverso incontri dedicati e invio di una newsletter periodica.	<b>2018</b>
Introduzione di borse di studio destinate ai dipendenti della Business Unit portoghese per incentivare il raggiungimento di obiettivi individuali di formazione.	<b>2018</b>
Campagna di vaccinazione anti-influenzale gratuita e facoltativa per i dipendenti della Business Unit italiana.	<b>2018</b>
Introduzione di nuovi corsi di salute e di ergonomia nello stabilimento e nei negozi di Florida Tile.	<b>2018</b>
Introduzione di specifici corsi per lo sviluppo dell'intelligenza emotiva nella Business Unit portoghese.	<b>2018</b>
Predisposizione di un sistema premiante per i dipendenti che si distinguono per attività legate alla salvaguardia dell'ambiente "award merito ecologico" presso la Business Unit Italia.	<b>2019</b>
Analisi del clima aziendale nelle Business Unit italiana e statunitense.	<b>2019</b>

6. Il target è stato posticipato in quanto gli incentivi, originariamente in scadenza nel 2017, sono stati prorogati dalle autorità governative di un anno. Nel corso del 2017, una parte degli investimenti realizzati negli stabilimenti italiani ha già le caratteristiche tecniche allineate agli standard "Industria 4.0". Nel 2018, oltre a ulteriori investimenti, è prevista l'attività di implementazione dell'interconnessione necessaria per accedere alle agevolazioni fiscali.

7. Il 2017 è stato dedicato a un'analisi approfondita per la costruzione di un modello premiante coerente con le differenti funzioni aziendali che sarà operativo nel 2018.

## La responsabilità economica

Panariagroup ha chiuso l'esercizio 2017 con **11,3 milioni di euro di utile netto** e **385 milioni di euro di fatturato**. Il tasso medio di crescita dal 2013 al 2017 è stato pari al 9%, consentendo l'incremento delle quote di mercato. Un risultato importante, frutto di scelte strategiche vincenti come il graduale processo di internazionalizzazione, un'offerta di prodotti ampia e diversificata, l'organizzazione commerciale capillare e gli investimenti in innovazione tecnologica degli impianti. La capacità di generare ricchezza tramite la gestione operativa è testimoniata dall'**EBITDA**, pari a **42,7 milioni di euro** e in costante crescita negli ultimi 5 anni.

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. **L'utile per azione nel 2017 è di 0,25 euro** mentre il **valore del rapporto tra Posizione Finanziaria Netta e Margine Operativo Lordo è di 2,33**, a testimonianza della sostenibilità della posizione finanziaria di Panariagroup.

42,7  
milioni di euro di EBITDA  
nel 2017

10%  
del fatturato investito  
ogni anno negli ultimi tre anni

385  
milioni di euro di fatturato  
nel 2017

11,3  
milioni di euro di utile netto  
nel 2017

0,25€  
utile netto  
per azione nel 2017

73%  
rivalutazione del titolo  
nel 2017

2.3  
rapporto di indebitamento  
finanziario/EBITDA

Il Gruppo – anche grazie alla quotazione in Borsa – è sempre consapevole della responsabilità economica nei confronti degli azionisti, attuali e potenziali, e delle istituzioni finanziarie



## La responsabilità di prodotto

L'innovazione tecnologica rappresenta la chiave di Panariagroup per raggiungere nuovi traguardi nella produzione ceramica e nel rispetto per l'ambiente.

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 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. Un altro esempio concreto della capacità innovativa del Gruppo è lo sviluppo di **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, un'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.

La carta di identità ambientale del gres porcellanato laminato di Panariagroup



In ambito architettonico sono molteplici i progetti internazionali di architettura sostenibile per i quali sono stati selezionati i materiali dell'azienda.

In particolare, **le Torri Residenziali "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. Sempre Lea Ceramiche e Cotto d'Este hanno contribuito alla realizzazione di **Casa Monica** a Modena, il primo edificio residenziale in Italia a raggiun-

gere il Platinum, massimo livello tra le certificazioni raggiungibili secondo il protocollo GBC Home.

Inoltre, si segnalano anche altre referenze in questo ambito, come l'edificio **Deltazero** di Lugano, modello e manifesto di questo innovativo standard di progettazione e costruzione, risultato del lavoro di un pool di progettisti che lo hanno immaginato, progettato e realizzato in sinergia con esperti di geotermia, energia solare, ingegneria acustica, fisica delle costruzioni, domotica.



## Certificazioni di sistema

Panariagroup ha adottato il sistema di gestione della qualità ISO 9001 che 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 esterno certificatore 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 esterno certificatore 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 vero 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

## 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 Certif attesta che i prodotti certificati siano conformi alle normative europee per le piastrelle ceramiche.	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.	US			•
	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.	US			•
	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	•		•

## La responsabilità ambientale

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.

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.

Panariagroup ha iniziato nel 2017 il percorso di adeguamento dei sistemi di gestione qualità e ambiente alle rispettive nuove norme ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015.

## Materie prime

Le materie prime impiegate nei processi produttivi negli stabilimenti sono costantemente monitorate, nel completo rispetto degli standard ambientali previsti dalla legge. Ugualmente, gli scarti produttivi sono in larga misura riutilizzati, con una sensibile diminuzione dell'uso di nuo-

ve materie prime naturali, e gli stabilimenti italiani riutilizzano il 100% dell'acqua di processo grazie a specifiche tecnologie di recupero delle acque. Questo porta a ridurre il consumo di risorse idriche naturali dei cicli produttivi fino all'80%.

Gli scarti produttivi sono in larga misura riutilizzati, con una sensibile diminuzione dell'uso di nuove materie prime naturali.

100%  
Scarti crudi recuperati  
nel processo produttivo

0,017 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>  
Contenimento dei consumi di acqua

100%  
Percentuale di riutilizzo dell'acqua  
nei processi produttivi degli stabilimenti italiani



## Energia ed emissioni

Panariagroup effettua costantemente importanti investimenti in **interventi di efficientamento energetico** sugli impianti all'interno dei suoi stabilimenti produttivi.

Nel 2017 il Gruppo ha utilizzato 2.095 GJ provenienti da fonti rinnovabili e gli stabilimenti italiani hanno permesso di produrre energia elettrica destinata a consumo interno e ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>. Grazie a tali

interventi è stato possibile evitare l'emissione di 218 tonnellate di CO<sub>2</sub> nel 2017, in aumento del 14% rispetto al 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.

218 tCO<sub>2</sub>

Emissioni evitate nel 2017 grazie agli impianti fotovoltaici degli stabilimenti italiani

0,135 GJ/m<sup>2</sup>  
consumi energetici del Gruppo per m<sup>2</sup> di piastrelle prodotte nel 2017

3.069.211 GJ  
energia totale utilizzata dal Gruppo nel 2017

60.366 tCO<sub>2</sub>  
Emissioni indirette location based

63.014 tCO<sub>2</sub>  
Emissioni indirette market based

## Gestione dei rifiuti

La maggior parte dei rifiuti prodotti sono destinati al recupero, circa 87.234 tonnellate di cui 82 tonnellate sono rifiuti pericolosi. I rifiuti recuperati costituiscono il 93%, una percentuale molto elevata rispetto al totale e solo una piccola parte viene invece destinata allo smalti-

mento. Alla luce dell'aumento di produzione registrato nel 2017, Panariagroup non ha registrato un aumento rilevante di produzione di rifiuti, grazie all'alto tasso di prodotti recuperati e all'efficientamento dell'utilizzo delle materie prime lungo tutti i processi di produzione.

Percentuale di rifiuti pericolosi rispetto al totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2017

0,31%

Percentuale dei rifiuti avviati a recupero rispetto al totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2017

93,1%  
in crescita rispetto al 2016 (91,7%)

93.615 t  
rifiuti totali prodotti dal gruppo nel 2017



## La responsabilità sociale

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, il loro benessere, la loro crescita e il loro sviluppo professionale a essere il fulcro del successo di Panariagroup.

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, fondamentali per **sostenere responsabilmente la crescita economica del Gruppo**.

Panariagroup impiega **quasi esclusivamente personale a tempo indeterminato**, una tipologia di contratto che garantisce ai lavoratori migliore stabilità e maggiori opportunità di crescita professionale. Al 31 dicembre 2017, il Gruppo ha impiegato 1.729 dipendenti, in aumento

del 2,6% rispetto all'anno precedente. Alla luce di una forza lavoro in crescita per il Gruppo, tra il 2016 e il 2017 il turnover è rimasto pressoché stabile, mentre sono aumentati i dipendenti in entrata, in particolare negli Stati Uniti, in linea con la politica di sviluppo implementata dal Gruppo. È inoltre opportuno segnalare che Panariagroup si impegna a garantire uguali opportunità ai dipendenti e a coloro che fanno domanda per entrare a far parte dell'organizzazione.

Creare **un ambiente di lavoro motivante e un senso di comunità** è uno degli obiettivi chiave per far sentire ogni singolo dipendente parte integrante dell'organizzazione. In tal senso, sono state sviluppate diverse iniziative e attività all'interno degli stabilimenti in Portogallo e USA finalizzate a potenziare il senso di appartenenza e a valorizzare i dipendenti quali elementi cardine del Gruppo.

In Italia, attraverso un sistema di welfare, Panariagroup garantisce ai suoi dipendenti un supporto non solo monetario che permette di avere benefici ulteriori rispetto all'offerta retributiva.

**Anche la crescita formativa e lo sviluppo professionale** sono aspetti fondamentali per il Gruppo, con l'obiettivo di valorizzare le competenze delle persone che vi lavorano e accrescerne le conoscenze. Per questa ragione, le società del Gruppo analizzano su base annuale le esigenze specifiche dei lavoratori al fine di garantire l'erogazione delle attività formative più adatte a loro e alle necessità operative. Inoltre per garantire la **protezione e sicurezza dei suoi lavoratori**, Panariagroup ha implementato un sistema integrato di gestione Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza.

La sostenibilità per Panariagroup abbraccia anche l'aspetto delle **relazioni con le comunità locali**. Il Gruppo contribuisce attivamente alla crescita, allo sviluppo e al miglioramento delle loro condizioni, attraverso partecipazioni, donazioni e sponsorizzazioni.

Infine, Panariagroup mira a potenziare le relazioni con i propri fornitori con l'obiettivo di costruire insieme un sistema improntato verso la sostenibilità lungo tutta la sua catena valore e a tal proposito, riconoscendo l'importanza di valorizzare l'economia locale, privilegia gli acquisti da fornitori locali.

1729  
Dipendenti

95,1%

Contratti a tempo indeterminato

70%

Dipendenti coperti da contrattazione collettiva

51,1

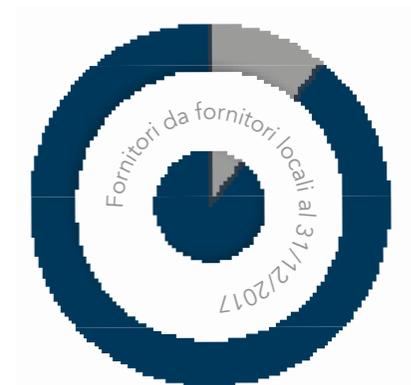
Indice di gravità (n. giorni persi per 100.000 ore lavorabili)

225.000<sup>circa</sup>

Euro destinati dal Gruppo nel 2017 come donazioni in denaro o prodotto per le comunità locali:

10,9%  
Spesa fornitori esteri

89,1%  
Spesa fornitori locali



**PANARIA**group®

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](http://www.panariagroup.it)