



Bilancio di Sostenibilità 2018

PANARIAgroup®



PANARIAgroup®

Bilancio di
Sostenibilità
2018



Di ogni storia non esiste mai un solo racconto, una sola visione, una sola interpretazione. Occorre saper **aprire la mente e gli occhi** per vedere la complessità dell'insieme.

È quello che facciamo ogni giorno in Panariagroup, ed è quello che abbiamo scelto di fare con il nostro **Bilancio di Sostenibilità 2018**: raccontare la responsabilità del nostro Gruppo moltiplicando gli sguardi fotografici su di noi.

PANARIAgroup®

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



La nuova edizione del **Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup** è pronta e per me è sempre motivo di grande orgoglio poterla presentare.

È frutto dello sforzo di un'azienda intera, che opera con principi forti e segue con scrupolo e dedizione la visione che abbiamo cercato di seguire sin dalle origini del nostro progetto imprenditoriale.

Fare impresa, oggi più che mai, richiede un senso di responsabilità verso ambiente e territorio, persone e consumatori, presente e futuro, che deve essere ogni giorno più solido e attento.

Il nostro settore in particolare deve confrontarsi con sfide importanti, sia per gli impatti dell'edilizia e delle costruzioni in genere, sia per il confronto con materiali alternativi rispetto ai quali possiamo e vogliamo vantare sempre di più un profilo di sostenibilità superiore e certificato.

È anche per questo che nell'edizione 2018 del Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup **si potranno leggere tanti risultati significativi, obiettivi raggiunti e impegni rispettati**. Questo per noi significa credere nel nostro modo di fare business, portarlo avanti con impegno, convinzione e investimenti.

In linea con questo impegno, **nel 2018 abbiamo aderito allo United Nations (UN) Global Compact**, ini-

ziativa che mira a promuovere la responsabilità sociale delle imprese attraverso l'adesione a dieci principi fondamentali relativi ai diritti umani, al lavoro, all'ambiente e alla lotta alla corruzione.

I nostri livelli di performance su alcuni elementi fondamentali, quali ad esempio i consumi di acqua, energia e materie prime, le emissioni e i rifiuti, una politica di riconversione significativa sugli imballaggi, la vicinanza concreta alle persone e ai territori in cui operiamo, sono i tratti distintivi e tangibili del nostro impegno, che portiamo avanti con sempre maggiore incisività.

Un impegno che ha ottenuto anche riconoscimenti importanti, come il premio che ci è stato conferito dalla Biblioteca Bilancio Sociale, che gratifica il nostro percorso e ci stimola ulteriormente a lavorare in questa direzione.

Uno stimolo che ci viene anche dall'adesione e dal contributo di dipendenti, collaboratori, Clienti e tutti quanti operano e sostengono con fiducia crescente questo percorso dell'azienda.

Continuiamo dunque a **guardare avanti con passione e determinazione**, per ritrovarci anche nelle prossime occasioni a condividere nuovi importanti traguardi.

Emilio Mussini
Presidente Panariagroup



INDICE

| | |
|--|------------|
| IL NOSTRO IMPEGNO | 10 |
| HIGHLIGHTS 2018 | 12 |
| 1.0 LA SOSTENIBILITÀ PER PANARIAGROUP | 14 |
| 1.1 NOTA METODOLOGICA | |
| 1.2 IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ | |
| 1.3 GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO E I CANALI DI CONTATTO | |
| 1.4 L'ANALISI DI MATERIALITÀ | |
| 1.4.1 ADESIONE A UN GLOBAL COMPACT | |
| 1.5 GLI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ | |
| 2.0 IL GRUPPO | 40 |
| 2.1 PROFILO DEL GRUPPO | |
| 2.2 LA STORIA | |
| 2.3 PANARIAGROUP NEL MONDO | |
| 2.4 I VALORI E I PRINCIPI DEL GRUPPO | |
| 2.5 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GOVERNANCE | |
| 2.6 LA GESTIONE DEI RISCHI DI SOSTENIBILITÀ | |
| 2.7 INTEGRITÀ E CONFORMITÀ | |
| 3.0 LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA | 62 |
| 3.1 LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA DEL GRUPPO | |
| 3.1.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E REDISTRIBUITO | |
| 3.2 I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI DEL 2018 | |
| 3.3 INVESTIRE NELL'INNOVAZIONE | |
| 4.0 LA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO | 74 |
| 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 | 98 |
| 5.1 LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE DEL GRUPPO | |
| 5.2 LA GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI | |
| 5.3 LE MATERIE PRIME | |
| 5.4 IL PROCESSO PRODUTTIVO | |
| 5.5 ENERGIA ED EMISSIONI | |
| 5.6 ACQUA | |
| 5.7 GESTIONE DEI RIFIUTI | |
| 6.0 LA RESPONSABILITÀ SOCIALE | 120 |
| 6.1 LE NOSTRE PERSONE | |
| 6.1.1 FORMAZIONE E SVILUPPO | |
| 6.1.2 SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI | |
| 6.2 RELAZIONI CON LE COMUNITÀ LOCALI | |
| 6.3 GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA | |
| 7.0 ALLEGATI | 142 |
| 7.1 DATI AMBIENTALI | |
| 7.2 DATI SULLE RISORSE UMANE | |
| 7.3 DATI SULLA CATENA DI FORNITURA | |
| 8.0 GRI CONTENT INDEX | 162 |
| 9.0 RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE | 171 |



RIDUZIONE DEL CONSUMO DI MATERIE PRIME

Recuperiamo internamente i nostri scarti di produzione.



GESTIONE DEI RIFIUTI

94,5% di rifiuti recuperati lungo la catena produttiva.



VICINANZA AL TERRITORIO

Largo utilizzo di fornitori locali e contributi alla comunità.



RISPARMIO ENERGETICO

Il nostro indice di consumo energetico è 0,139 GJ per m² di piastrelle.



IMBALLI ECOCOMPATIBILI

Sempre maggiore utilizzo di materiali di imballaggio riciclati (in particolare in Italia 72% di plastica per uso industriale e 70% di carta e cartone).



PRODOTTI PER LA QUALITÀ DELLA VITA

Sviluppiamo materiali sostenibili (grès porcellanato laminato) e per spazi sani e protetti (antibatterico Protect).



RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

9 tCO₂eq per 1000 m² di piastrelle, 192 tCO₂eq evitate nel corso dell'anno.¹



SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE

Abbiamo investito nell'anno circa 20 milioni di euro in innovazione.



BASSO IMPATTO IDRICO

Intensità di consumo idrico 0,018 m³ per m² con 399.406 m³ di acqua riciclata e riutilizzata.



RISORSE UMANE

Stabilità nelle relazioni con i dipendenti (con più del 95% a contratto a tempo indeterminato) e nelle relazioni sindacali (circa il 72% dei dipendenti coperti da contrattazione collettiva).



1. Il Gruppo, attraverso gli impianti fotovoltaici installati presso gli stabilimenti di Fiorano Modenese, Finale Emilia e Sassuolo, ha evitato, durante il 2018, 192 tCO₂eq calcolate con metodologia Location based.

HIGHLIGHTS 2018



ECONOMICI



AMBIENTALI



SOCIALI



2. A seguito del processo di adeguamento dei nuovi principi contabili (IFRS 15), il dato 2017 relativo all'EBITDA è stato riesposto rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF, secondo i nuovi principi. Per i dati oggetto di riesposizione si rimanda alla tabella. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2017, pubblicato nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

3. I dati 2017 relativi alle intensità energetica ed emissiva sono stati riesposti. Si rimanda alla sezione "Allegati" per i relativi dettagli.

4. I valori di intensità sono calcolati sui m² di piastrelle prodotte durante l'anno, pari a 22.486.526 m² per il 2018 e 22.690.716 m² per il 2017.



LA SOSTENIBILITÀ
PER **PANARIAGROUP**

La sostenibilità è un principio vivo, mutevole, e le azioni che vi si ispirano mutano con lei, trasformando la nostra realtà in una realtà migliore.

Panariagroup premiata da Biblioteca Bilancio Sociale



NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito anche "Bilancio di Sostenibilità") del Gruppo Panariagroup (di seguito anche "Panariagroup") in applicazione del Decreto Legislativo 254/2016, che richiede di redigere annualmente una dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.

Come previsto dall'Art. 5 del Decreto, il presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla dichiarazione consolidata non finanziaria prevista dalla normativa.

Il Bilancio di Sostenibilità relaziona, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotto, in merito ai temi ritenuti rilevanti e previsti dall'Art. 3 del D.Lgs. 254/16, con riferimento all'esercizio 2018 (dal 1 gennaio al 31 dicembre).

La presente dichiarazione è stata redatta in conformità ai nuovi standard di rendicontazione "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" (di seguito "GRI Standards") emanati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance - core". Inoltre, si è tenuto conto, ove opportuno, anche degli orientamenti delle Linee Guida CE.

Il Gruppo ha predisposto un'analisi di materialità, come previsto dagli GRI Sustainability Reporting Standards, **al fine di rendicontare gli argomenti di sostenibilità** ritenuti rilevanti dai propri stakeholder e dal Gruppo stesso. Quest'analisi è stata condotta attraverso un'attività di coinvolgimento diretto di tre principali categorie di stakeholder (Clienti, fornitori e collaboratori) del perimetro Italia, tenendo in considerazione i temi e gli ambiti previsti dall'Art. 3 del Decreto. Si è, inoltre, ritenuto utile prevedere, nell'ambito di quest'analisi, un confronto dei temi rilevanti emersi dalla matrice di materialità (si veda paragrafo "L'analisi di materialità") con le best practice di settore, al fine di avere una comparazione e un confronto di più ampio respiro. Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni economico-finanziarie corrisponde a quello del bilancio consolidato al 31 dicembre 2018

di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. Per quanto riguarda **le informazioni qualitative e i dati quantitativi relativi agli aspetti sociali**, sono incluse nel perimetro di rendicontazione le società consolidate con il metodo integrale nel bilancio consolidato⁵. Per quanto riguarda **le informazioni qualitative e i dati quantitativi relativi agli aspetti ambientali**, sono incluse le società del Gruppo che gestiscono siti produttivi, sono invece escluse le società con sole sedi commerciali e il negozio Montanari Ceramiche (Crespellano - BO, Emilia Romagna) in quanto considerate non rilevanti al fine di assicurare la comprensione dell'attività d'impresa del Gruppo e dell'impatto dallo stesso prodotto.

Le informazioni relative al **periodo di riferimento** sono poste a raffronto con quelle dell'esercizio precedente, ove disponibili. In caso di riesposizioni di dati relativi al periodo precedente, queste sono espressamente indicate. 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.

Nel 2018 non ci sono state variazioni significative relative alle dimensioni, alla struttura organizzativa, all'assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento del Gruppo. Partendo dai temi considerati rilevanti, si è inoltre effettuata, in merito agli ambiti previsti dal Decreto, una valutazione dei rischi, generati o subiti, sulla base dell'attività del Gruppo, dei suoi servizi/prodotti, incluse, ove rilevanti e disponibili, le catene di fornitura e subappalto. I principali rischi inerenti collegati ai temi di sostenibilità si riferiscono in particolare ai seguenti aspetti: compliance alle normative nazionali e internazionali; gestione degli impatti ambientali; rispetto dei diritti umani; salute e sicurezza sui luoghi di lavoro; corruzione attiva e passiva. Per un maggiore dettaglio, si rimanda al paragrafo "La gestione dei rischi di sostenibilità".

Panariagroup presidia le tematiche di sostenibilità attraverso politiche volte a garantirne il monitoraggio e la gestione.

Panariagroup **presidia le tematiche di sostenibilità** attraverso politiche volte a garantirne il monitoraggio e la gestione.

la gestione. Per quanto riguarda le tematiche relative alle risorse umane, la gestione è decentrata in base ai tre poli di operatività del Gruppo (Italia, Portogallo, USA) e si concentra prevalentemente su tematiche di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, formazione e sviluppo delle competenze di carriera e tutela del benessere per i dipendenti. In materia di salute e sicurezza, il Gruppo ha implementato un sistema integrato di gestione Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza al fine di garantire la protezione e la sicurezza dei suoi lavoratori e monitora costantemente i principali indicatori di salute e sicurezza presso tutti gli stabilimenti.

La formazione viene ogni anno definita attraverso specifici piani di formazione e sviluppo per ogni singolo stabilimento e particolare attenzione viene posta in materia di benessere dei dipendenti attraverso iniziative sviluppate con le parti sociali con cui il Gruppo si impegna a mantenere un costante dialogo. Il Gruppo riconosce il valore intrinseco di ogni persona e opera costantemente per assicurare il rispetto dei diritti umani lungo l'intera catena del valore, in particolare promuovendo l'accessibilità e il trattamento nel massimo rispetto della diversità. A tal fine, nel 2018, il Gruppo ha predisposto il proprio Codice Etico e un Codice di Condotta Commerciale rivolto ai fornitori, che definiscono i principi e i valori alla base dell'operatività quotidiana del Gruppo e lungo tutta la catena del valore.

Panariagroup ha sviluppato un forte e costante impegno nella gestione e nel monitoraggio degli aspetti ambientali, attraverso l'adozione di sistemi di gestione certificati (ISO14001, EMAS) negli stabilimenti italiani e portoghesi e la predisposizione del Report AIA richiesto dall'Autorizzazione Integrata Ambientale per gli stabilimenti italiani. Inoltre, vengono definite attività e obiettivi finalizzati all'efficientamento energetico e delle materie prime e alla riduzione degli impatti ambientali nei cicli produttivi.

In materia di anti-corruzione, etica ed integrità nel business, la Capogruppo Panariagroup Industrie Ceramiche

S.p.A. ha adottato il Modello di Gestione e Organizzazione 231/01 nel 2009 e successivamente aggiornato nel marzo 2018. Nel corso del 2018, in linea con l'obiettivo dell'anno precedente, è stato esteso il ruolo dell'Organismo di Vigilanza della Capogruppo italiana di vigilanza e verifica dei processi e delle procedure in materia societaria, informatica (cyber risk), ambientale e di salute e sicurezza alle società del perimetro estero (Portogallo e USA). **L'Organismo di Vigilanza della Capogruppo vigila e verifica sull'efficacia ed effettività delle politiche e procedure interne delle società controllate del perimetro estero**, con la possibilità di effettuare direttamente specifiche azioni di controllo sulle singole Direzioni, Funzioni, Aree Territoriali, società del Gruppo.

Attraverso l'applicazione del nuovo Codice Etico a tutte le Società comprese nel perimetro, prevista per il 2019, il Gruppo intende rafforzare il proprio presidio in materia di lotta alla corruzione attiva e passiva, in linea con le modalità di gestione della Capogruppo italiana. Il percorso di integrazione delle tematiche di sostenibilità all'interno della catena del valore del Gruppo è continuato nel 2018 con il **raggiungimento della maggior parte degli obiettivi dichiarati nella dichiarazione consolidata di carattere non finanziario 2017** e la definizione di nuovi traguardi da raggiungere nel corso dei prossimi anni (per i dettagli si veda il paragrafo "Gli obiettivi di sostenibilità").

La dichiarazione consolidata non finanziaria 2018 del Gruppo è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. in data 15 marzo 2019. La dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è, inoltre, sottoposta a un esame limitato ("limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A., secondo le procedure indicate nella Relazione della società di revisione indipendente inclusa nel presente documento. Per informazioni relativamente alla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è possibile contattare: sustainability@panariagroup.it.

⁵ Per l'elenco delle Società consolidate con il metodo integrale si rimanda alla sezione "Struttura del Gruppo" della Relazione sulla Gestione del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2018 di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

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.

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 di dipendenti, fornitori, consumatori e Clienti, comunità locali, associazioni 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

Panariagroup si è impegnata 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**.



si è sempre impegnata 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.

Nell'anno 2018 è proseguita l'attività di divulgazione dell'impegno dell'azienda sulla sostenibilità, con un coinvolgimento crescente di alcune categorie di stakeholder. In particolare, è stato lanciato un importante piano di comunicazione e ingaggio dei dipendenti della business unit italiana, con iniziative di education sui temi della sostenibilità e operazioni specifiche (come la campagna su un più efficace comportamento "green").

L'attività di Panariagroup su questo fronte ha ottenuto inoltre importanti riconoscimenti. L'azienda, infatti, si è classificata **terza nell'edizione 2018 del premio Biblioteca Bilancio Sociale, nato per valorizzare le realtà imprenditoriali** – sempre più numerose – **che si distinguono nell'ambito della sostenibilità attraverso la rendicontazione**. Panariagroup ha saputo distinguersi per il proprio impegno in generale, e nello specifico per l'innovazione delle lastre sottili in grès porcellanato laminato, con il loro enorme contributo in termini di minore impatto ambientale.

Inoltre, **il Gruppo è stato inserito nel Future Respect Index tra le 40 imprese virtuose che dimostrano una gestione d'impresa rispettosa del futuro**, in quanto sensibile al bene comune, attenta all'interesse generale e rivolta alla coesione sociale. L'Index, stilato in Italia da ConsumerLab attraverso focus group costituiti da consumatori selezionati per sensibilità e consapevolezza sul tema, nasce per evidenziare i bilanci di sostenibilità più chiari ed efficaci. I 40 bilanci, selezionati in un archivio di 537, diventano così il riferimento per tutti di come il grande pubblico vorrebbe accedere alle informazioni per valutare quanto un'impresa e i relativi prodotti siano meritevoli di preferenza.

Questo nuovo Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup porta dunque con sé non solo la necessità di mostrare ai portatori di interesse le attività, l'impegno sociale e l'impegno nella riduzione degli impatti ambientali 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 un passaggio fondamentale per Panariagroup verso tale obiettivo.

1.3

GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO E I CANALI DI CONTATTO

Nel percorso di crescita sostenibile di Panariagroup, **gli stakeholder ricoprono un ruolo fondamentale.** Tramite il loro coinvolgimento e la considerazione delle loro esigenze, il Gruppo mantiene una visione costante verso i contesti in cui opera, impegnandosi a considerare le loro aspettative, percezioni e priorità all'interno dei processi decisionali e nella definizione di obiettivi economici, ambientali e sociali.

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 e con le sue attività, attraverso un'analisi che ha considerato le

seguenti variabili: tensione, influenza, responsabilità e dipendenza.

Tale esercizio è stato svolto tenendo in considerazione 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.

Tramite il **coinvolgimento e la considerazione delle esigenze degli stakeholder**, il Gruppo può perseguire i suoi obiettivi economici, ambientali e sociali in maniera condivisa ed efficace.

GLI STAKEHOLDER

-  Azionisti, finanziatori e investitori
-  Consumatori
-  Istituzioni pubbliche
-  Clienti (distributori)
-  Fornitori
-  Dipendenti e sindacati
-  Associazioni di rappresentanza/categoria
-  Comunità locali
-  Progettisti, architetti e interior designer

Con i suoi portatori di interesse, Panariagroup mantiene **un rapporto costante di confronto e considerazione delle reciproche esigenze**. In tal senso, il Gruppo si impegna quotidianamente a mantenere relazioni attive e costanti con i propri stakeholder attraverso varie modalità che coinvolgono le diverse funzioni aziendali.

Inoltre, nel 2018, **il Gruppo ha rafforzato l'attività di stakeholder engagement che ha coinvolto tre categorie di stakeholder (Clienti, Fornitori e Dipen-**

denti) del perimetro italiano attraverso una survey online in forma anonima, con l'obiettivo di indagare le loro percezioni e priorità rispetto a tematiche di sostenibilità. I risultati della survey hanno contribuito ad aggiornare l'analisi di materialità per l'anno 2018.

Nella tabella seguente, si riportano le modalità di relazione con gli stakeholder del Gruppo suddivise per singole categorie.

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

| STAKEHOLDER | MODALITÀ |
|---------------------------------------|---|
| AZIONISTI, FINANZIATORI E INVESTITORI | <ul style="list-style-type: none"> • Assemblea degli azionisti • Attività di investor relations • Pubblicazione sul sito web del Gruppo di tutta l'informativa economico-finanziaria e non finanziaria richiesta dalle normative vigenti • Partecipazione all'evento STAR di Milano • Contatti quotidiani legati all'attività operativa e incontri specifici con i finanziatori del Gruppo • Attività di comunicazione attraverso i media dei risultati e delle principali iniziative aziendali |
| CONSUMATORI | <ul style="list-style-type: none"> • Relazioni commerciali negli shop del Gruppo • Presenza a eventi (es. Milano Design Week) |
| ISTITUZIONI PUBBLICHE | <ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione alla raccolta di dati tramite rilevazioni a scopi statistici • Adempimenti alle richieste documentali previste dalla legislazione nazionale e locale • Collaborazione costante con le istituzioni responsabili del rilascio di autorizzazioni e certificazioni ambientali |
| CLIENTI (DISTRIBUTORI) | <ul style="list-style-type: none"> • Relazione quotidiana degli uffici commerciali del Gruppo • Partecipazione alle principali fiere di settore • Visite organizzate presso le sedi del Gruppo • Survey di sostenibilità 2018 realizzata su un campione selezionato |

| | |
|---|---|
| DIPENDENTI E SINDACATI | <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter rivolta ai dipendenti • Bacheche e totem di comunicazione presso gli stabilimenti e i siti • Attività di formazione e aggiornamento periodico dedicato ai dipendenti • Incontri periodici con le parti sociali • Survey di sostenibilità 2018 realizzata su un campione selezionato |
| FORNITORI | <ul style="list-style-type: none"> • Attività di selezione dei fornitori e valutazione delle performance in termini di qualità e costo del servizio • Incontri periodici e verifiche presso i fornitori effettuati dall'ufficio acquisti del Gruppo • Survey di sostenibilità 2018 realizzata su un campione selezionato |
| ASSOCIAZIONE DI RAPPRESENTANZA / CATEGORIA | <ul style="list-style-type: none"> • Membership di Confindustria Ceramica (Italia) e APICER (Portogallo) e partecipazione alle relative commissioni tecniche su ambiente e sicurezza • Membership del US Green Building Council • Partecipazione come socio ordinario del Green Building Council Italia |
| COMUNITÀ LOCALI | <ul style="list-style-type: none"> • Sponsorizzazione ed elargizione di contributi volti allo sviluppo socio-economico dei territori in cui il Gruppo opera |
| PROGETTISTI, ARCHITETTI E INTERIOR DESIGNER | <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo di una funzione dedicata alla costruzione di una relazione strutturata e continuativa con progettisti, architetti e interior designer • Seminari tecnici organizzati presso sedi esterne finalizzati alla formazione obbligatoria (crediti formativi) • Seminari negli showroom del Gruppo con la partecipazione di esperti • Partecipazione alle fiere e agli eventi rivolti al target • Visite organizzate presso le sedi del Gruppo |

1.4

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Conformemente a quanto previsto dagli standard di rendicontazione GRI Sustainability Reporting Standards e dal D.Lgs.254/16, Panariagroup ha svolto un'analisi di materialità con l'obiettivo di **definire le tematiche di sostenibilità rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder** che saranno oggetto di rendicontazione all'interno del Bilancio di Sostenibilità 2018.

L'analisi di materialità mira a identificare gli aspetti economici, ambientali e sociali «materiali», quindi più significativi, per l'organizzazione e i suoi stakeholder. Il risultato di tale analisi, la matrice di materialità del Gruppo, diventa pertanto **il punto di riferimento di tutte le attività da svolgersi** per la redazione del Bilancio di Sostenibilità.

Panariagroup ha identificato le tematiche rilevanti per il Gruppo e i suoi stakeholder attraverso un'analisi di benchmark del settore che ha considerato le principali best practice nazionali e internazionali, fonti documentali interne (Codice Etico, Codice di Condotta Commerciale, Modello di Organizzazione e Gestione 231/01 e altre politiche interne), fonti documentali esterne (in particolare pubblicazioni GRI-Standards), fonti nazionali e internazionali legate ai temi di sosteni-

nibilità (ad esempio Global Compact, COP21, SDGs), Piano d'Azione della Commissione Europea per la finanza sostenibile, Raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures e ambiti previsti dall'Art. 3 del Decreto Legislativo n. 254/2016.

Nel 2018, tutti i **temi identificati sono stati oggetto di una valutazione di rilevanza da parte degli stakeholder**, attraverso una survey online in forma anonima rivolta a tre principali categorie di stakeholder (Clienti, Fornitori e Dipendenti) del perimetro italiano, come precedentemente anticipato.

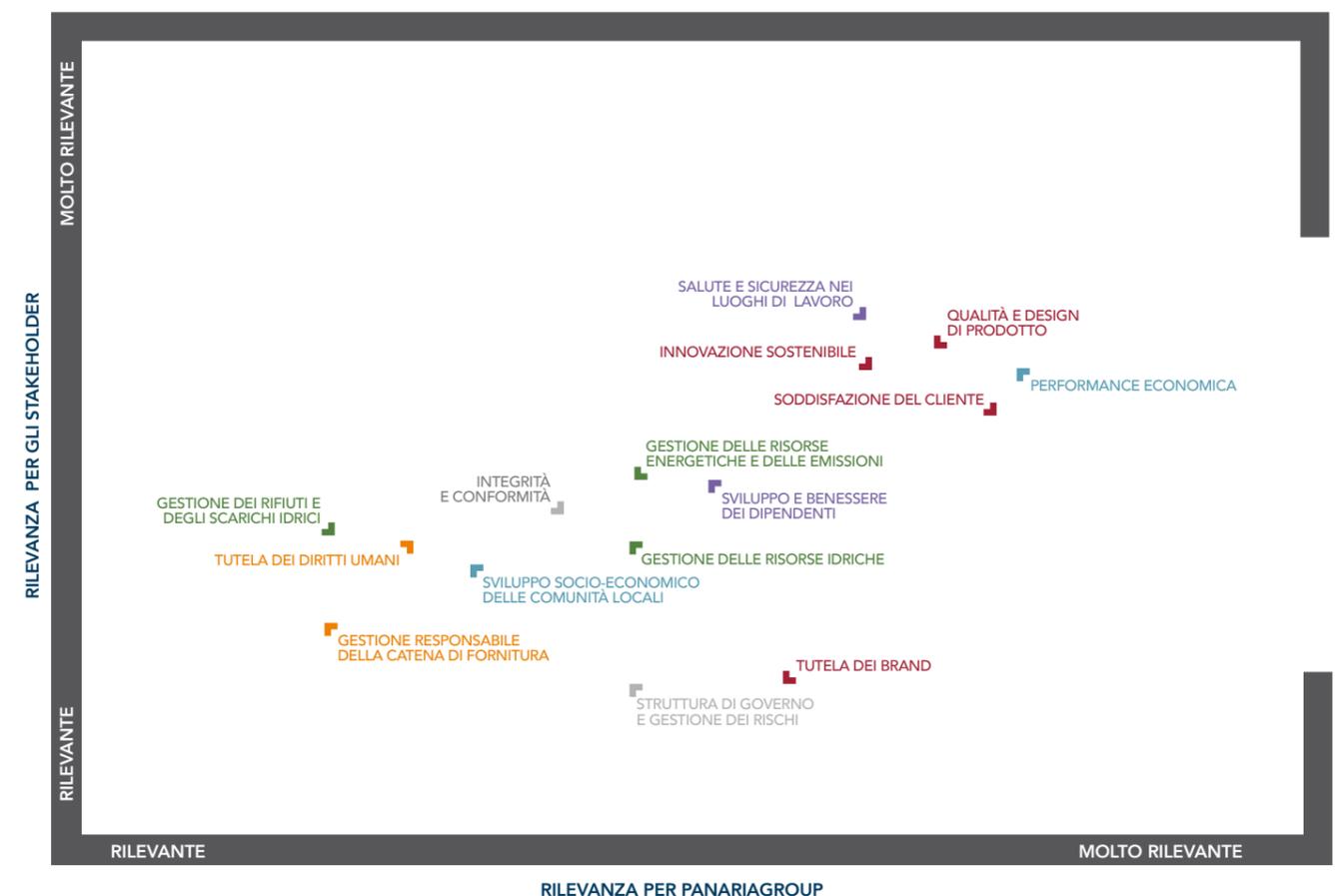
La rilevanza per Panariagroup è stata oggetto di aggiornamento tramite un coinvolgimento diretto del Comitato operativo CSR che ha espresso una valutazione qualitativa delle tematiche sulla base della loro conoscenza ed esperienza maturata presso il Gruppo.

I risultati dell'attività di stakeholder engagement e della valutazione da parte del Comitato operativo CSR di Gruppo sono stati aggregati nella seguente matrice di materialità 2018, approvata dal Consiglio di Amministrazione.

L'analisi di materialità mira a identificare **gli aspetti economici, ambientali e sociali «materiali», quindi più significativi** per l'organizzazione e i suoi stakeholder.

MATRICE DI MATERIALITÀ 2018 DI PANARIAGROUP

- RESPONSABILITÀ AMBIENTALE
- RESPONSABILITÀ ECONOMICA
- RESPONSABILITÀ VERSO I COLLABORATORI
- RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO
- RESPONSABILITÀ SOCIALE
- GOVERNANCE E COMPLIANCE



Qualità e Design di prodotto, Performance economica, Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro, Innovazione sostenibile e Soddisfazione del Cliente sono risultati **temi chiave per il Gruppo e per i suoi stakeholder.**

La matrice di materialità mostra come **Qualità e Design di prodotto, Performance economica, Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro, Innovazione sostenibile e Soddisfazione del Cliente** siano risultati **temi chiave 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. 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.

Rispetto alle tematiche ritenute materiali per il Gruppo e i suoi stakeholder pubblicate nella DNF 2017, si segnalano i seguenti cambiamenti:

- la tematica "Formazione dei dipendenti" e "Benessere e responsabilità verso i dipendenti" è stata aggregata all'interno della tematica "Sviluppo e benessere dei dipendenti";
- la tematica "Relazioni con le comunità locali" è stata rinominata "Sviluppo socio-economico delle comunità locali";

- le tematiche "Sviluppo di prodotti green e sostenibili" e "Innovazione e tecnologia" sono state aggregate nella tematica "Innovazione sostenibile";
- la tematica "Gestione delle risorse energetiche e idriche" è stata suddivisa in "Gestione delle risorse energetiche e delle emissioni" e "Gestione delle risorse idriche";
- la tematica "Altri impatti ambientali" è diventata "Gestione degli scarichi idrici e dei rifiuti".

Al fine di razionalizzare le tematiche presenti in matrice, i temi "Relazioni con istituzioni governative e di settore" e "Relazioni con gli investitori" non sono più esplicitati nella matrice di materialità in quanto integrati all'interno delle politiche di stakeholder engagement del Gruppo, attività imprescindibile per la corretta gestione delle tematiche di sostenibilità.

Di seguito si riporta il dettaglio delle tematiche emerse come materiali:

| TEMATICHE MATERIALI | DESCRIZIONE |
|--|---|
| PERFORMANCE ECONOMICA | Tutela della stabilità economico-finanziaria e della redditività del Gruppo, presenza sul mercato e ripartizione del valore economico generato tra diversi stakeholder del Gruppo. |
| STRUTTURA DI GOVERNO E GESTIONE DEI RISCHI | Struttura e suddivisione dei poteri nella governance del Gruppo. Regole, procedure, sistemi di controllo e gestione dei rischi finalizzati a garantire una corretta gestione delle attività di business, che include i temi legati alla sostenibilità (ambientali, sociali ed economici). |
| INTEGRITÀ E CONFORMITÀ | Etica, integrità e trasparenza nell'attività di business, che comprende l'adozione di policy e procedure a supporto del rispetto delle normative vigenti e di eventuali regolamenti specifici. Adesione a principi e linee guida nazionali e internazionali che comprendono ambiti di responsabilità sociale e ambientale, laddove il Gruppo opera oppure legati all'attività di business. Promozione di iniziative di formazione e sviluppo della consapevolezza dell'impegno del Gruppo nella lotta contro la corruzione in tutte le sue forme. |
| SVILUPPO SOCIO-ECONOMICO DELLE COMUNITÀ LOCALI | Modalità di coinvolgimento con comunità locali e creazione di valore attraverso la definizione di specifiche politiche di assunzione, retribuzione e gestione del personale impiegato nei territori in cui il Gruppo opera. |

| | |
|--|--|
| TUTELA DEI DIRITTI UMANI | Gestione delle attività lungo la catena del valore che presentano rischi significativi in ambito di diritti umani (lavoro forzato, lavoro minorile, libertà di associazione e contrattazione collettiva, discriminazione sul lavoro). |
| SVILUPPO E BENESSERE VERSO I DIPENDENTI | Politiche di gestione del personale e attività volte a garantire il benessere dei dipendenti, la tutela dei diritti dei lavoratori, della diversità e delle pari opportunità. Modalità di interazione, dialogo e collaborazione con sindacati finalizzate a garantire l'ascolto da parte del Gruppo delle esigenze e dei bisogni dei dipendenti. Attività di sviluppo e formazione volte a potenziare le competenze tecniche, manageriali e organizzative del personale dipendente e a consolidare la professionalità richiesta dal ruolo coperto, che comprendono anche materie di etica e integrità nella condotta del business, salute e sicurezza e ambiente. Percorsi di crescita professionale e di retention dei talenti. Politiche e sistemi di incentivazione del personale e sviluppo di carriera basati su meccanismi trasparenti e meritocratici di valutazione delle performance. |
| SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO | Sistemi di gestione e politiche relative alla salute e sicurezza dei lavoratori sui luoghi di lavoro. Attività e iniziative di formazione e sensibilizzazione rivolte agli stakeholder interni al Gruppo, volte a sviluppare una cultura di prevenzione, monitoraggio, oltre che gestione degli incidenti nei luoghi di lavoro. |
| GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE E DELLE EMISSIONI | Politiche di monitoraggio e gestione efficiente dei consumi energetici e delle emissioni. Utilizzo di energia da fonti rinnovabili (certificati verdi, impianti fotovoltaici, ecc.). Iniziative, attività e politiche adottate con l'obiettivo di ridurre il consumo di energia e minimizzare le emissioni in atmosfera delle attività aziendali. |
| GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE | Politiche di monitoraggio e gestione efficiente delle risorse idriche. Implementazione e utilizzo di sistemi di recupero e riutilizzo di acqua nei cicli produttivi. Iniziative, attività e politiche adottate con l'obiettivo di ridurre il consumo di acqua utilizzato per le attività aziendali. |
| GESTIONE DEI RIFIUTI E DEGLI SCARICHI IDRICI | Gestione consapevole dei rifiuti connessi all'attività di business del Gruppo; diffusione di una cultura aziendale volta alla massimizzazione dell'efficienza nella gestione di rifiuti, promuovendo metodi e pratiche di gestione consapevoli quali riutilizzo, differenziazione e riciclo dei rifiuti. Gestione consapevole ed efficiente della risorsa idrica; definizione di strategie di efficientamento nell'utilizzo di acqua, con particolare attenzione a eventuali utilizzi specifici; monitoraggio della qualità degli scarichi idrici e implementazione di azioni che favoriscano il miglioramento della qualità chimica, fisica e biologica degli scarichi. |
| GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA | Gestione della catena di fornitura volta a promuovere la trasparenza tra interlocutori, pratiche di approvvigionamento responsabili in materia ambientale (che include l'attenzione verso la tutela della biodiversità per i fornitori di materie prime che svolgono attività e lavorazioni ad alto impatto ambientale sui territori), sociale e di rispetto dei diritti umani. Implementazione di sistemi di valutazione dei fornitori sulla base di criteri sociali, ambientali e legati alla qualità di servizi e prodotti. |
| QUALITÀ E DESIGN DI PRODOTTO | Certificazioni, procedure e sistemi volti a garantire la qualità e la continua innovazione nel design dei prodotti. |
| INNOVAZIONE SOSTENIBILE | Attività di ricerca e sviluppo volte all'implementazione di processi e prodotti sostenibili e all'uso di tecnologie innovative, brevetti e conoscenze tecniche all'avanguardia volte all'efficientamento produttivo. |
| TUTELA DEI BRAND | Promozione dell'impegno di massima trasparenza dell'azienda verso i consumatori circa le caratteristiche dei prodotti. |
| SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | Procedure e sistemi di monitoraggio e gestione della soddisfazione dei Clienti e di eventuali reclami legati a materie di salute e sicurezza, etichettatura, informativa di prodotto, comunicazione e attività di marketing. |

1.4.1

ADESIONE A UN GLOBAL COMPACT

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

| PRINCIPALI TEMATICHE | PERIMETRO D'IMPATTO | TIPOLOGIA D'IMPATTO |
|--|---|---|
| PERFORMANCE ECONOMICA | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| STRUTTURA DI GOVERNO E GESTIONE DEI RISCHI | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| INTEGRITÀ E CONFORMITÀ | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| SVILUPPO SOCIO-ECONOMICO DELLE COMUNITÀ LOCALI | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| TUTELA DEI DIRITTI UMANI | Gruppo e i fornitori | Causato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business |
| SVILUPPO E BENESSERE VERSO I DIPENDENTI | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO | Dipendenti del Gruppo ⁶ | Causato dal Gruppo |
| GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE E DELLE EMISSIONI | Gruppo e fornitori di energia elettrica | Causato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business |
| GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| GESTIONE DEI RIFIUTI E DEGLI SCARICHI IDRICI | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA | Gruppo e i fornitori | Causato dal Gruppo e a cui il Gruppo contribuisce |
| QUALITÀ E DESIGN DI PRODOTTO | Gruppo e fornitori | Causato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business |
| INNOVAZIONE SOSTENIBILE | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| TUTELA DEI BRAND | Gruppo | Causato dal Gruppo |
| SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | Gruppo | Causato dal Gruppo |

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

Panariagroup nel 2018 ha scelto di aderire a UN Global Compact e, a partire dalla presente edizione del Bilancio di Sostenibilità, rendiconta le **attività realizzate per promuovere i 10 Principi** (Communication on Progress), nel rispetto degli impegni assunti.

Il Global Compact incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale e ambientale atto

a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di condividerne i benefici. A tal fine, il Global Compact richiede alle aziende e alle organizzazioni che vi aderiscono di condividere, sostenere e applicare nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali, relativi a diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.



United Nations
Global Compact

| AMBITO | PRINCIPI GLOBAL COMPACT | GLOBAL COMPACT COP | RIFERIMENTO PANARIAGROUP |
|----------------------|---|---|--|
| | | Statement of continued support by the Chief Executive Officer (CEO) | Lettera agli stakeholder (pag. 6) |
| | 1. Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza | Assessment, politiche, obiettivi e iniziative implementate | Rischio di mancato rispetto dei Diritti Umani (pag. 67; 127) |
| | 2. Garanzia di non essere, direttamente o indirettamente, complici di violazioni dei diritti umani | Indicatori di performance | Formalizzazione di un Codice Etico e di un Codice di Condotta Commerciale di Gruppo (pag. 60-61) |
| DIRITTI UMANI | | | GRI 102-16 (pag. 52-53) GRI 414-1 (pag. 139) |



LAVORO

3. Sostegno alla libertà di associazione dei lavoratori e riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva

Assessment, politiche, obiettivi e iniziative implementate

Formalizzazione di un Codice Etico e di un Codice di Condotta Commerciale di Gruppo (pag. 60-61)

Iniziative descritte nel capitolo "La Responsabilità Sociale" (pag. 121-141)

4. Eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio

Indicatori di performance

GRI 102-8 (pag. 150)
GRI 102-41 (pag. 127; 158)
GRI 202-1 (pag. 159)
GRI 202-2 (pag. 158)
GRI 401-1 (pag. 153-154)
GRI 401-3 (pag. 154-155)
GRI 404-1 (pag. 156)
GRI 405-1 (pag. 151-152)
GRI 406-1 (pag. 126)
GRI 407-1 (pag. 58; 139)
GRI 408-1 (pag. 58; 139)
GRI 409-1 (pag. 58; 139)

5. Effettiva abolizione del lavoro minorile

6. Eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione

Assessment, politiche, obiettivi e iniziative implementate

Rischio ambientale (pag. 57-58)

Adozione di un sistema integrato qualità, ambiente e salute e sicurezza, e di sistemi di gestione certificati ISO 14001, EMAS (pag. 102-103)

7. Sostegno dell'approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali

Iniziative descritte nel capitolo "La Responsabilità Ambientale" (pag. 99-120)

8. Sviluppo di iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale

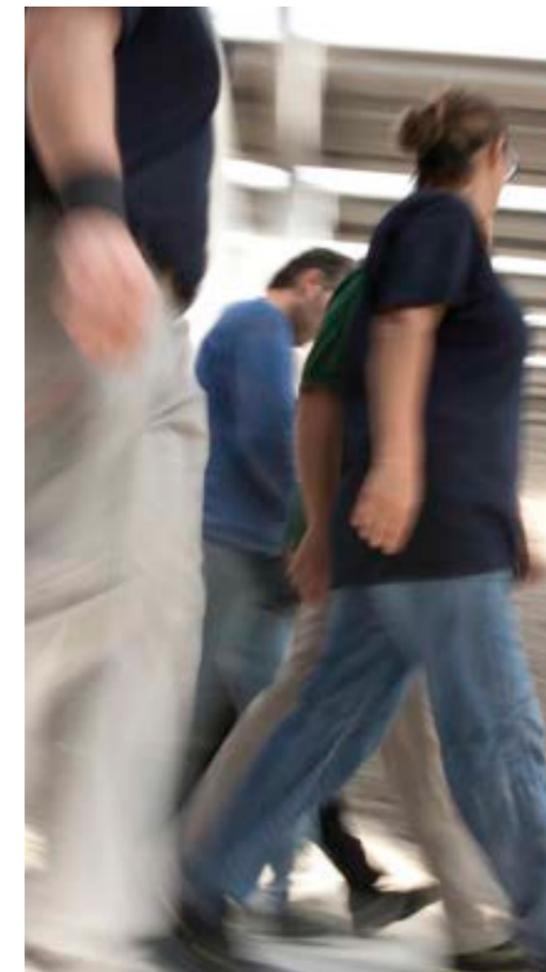
Indicatori di performance

GRI 301-1 (pag. 108-109; 160)
GRI 302-1 (pag. 146-147)
GRI 302-3 (pag. 112; 146)
GRI 303-1 (pag. 149)
GRI 303-3 (pag. 149)
GRI 305-1 (pag. 147)
GRI 305-2 (pag. 147)
GRI 305-4 (pag. 112; 147)
GRI 305-7 (pag. 148)
GRI 306-1 (pag. 149)
GRI 306-2 (pag. 149)
GRI 307-1 (pag. 61)
GRI 308-1 (pag. 139)
GRI 414-1 (pag. 139)

9. Incentivazione dello sviluppo e della diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente



AMBIENTE



LOTTA ALLA CORRUZIONE

10. Impegno a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti

Assessment, politiche, obiettivi e iniziative implementate

Rischio di corruzione attiva e passiva (pag. 59)

Adozione del Modello di Organizzazione e Gestione 231/01 e relative estensioni nelle società estere (pag. 60-61)

Formalizzazione di un Codice Etico e di un Codice di Condotta Commerciale di Gruppo (pag. 60-61)

Indicatori di performance

GRI 102-16 (pag. 52-53)
GRI 205-3 (pag. 61)

1.5

GLI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

Panariagroup mira a migliorare il proprio 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 DICHIARATI IN DNF17



TEMI ECONOMICI

TARGET 2018

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2017

STATO DI AVANZAMENTO

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).

Sono stati realizzati gli investimenti per l'acquisto di nuovi macchinari. L'interconnessione degli impianti, presupposto fondamentale per qualificare gli investimenti nel Programma "Industria 4.0" è programmata per il 2019.



Installazione di nuovi impianti presso la business unit Italia, in particolare nr. 1 linea di scelta per lo stabilimento di Toano, nr. 1 linea di scelta e nr. 1 essiccatoio per lo stabilimento di Fiorano Modenese.

La realizzazione dell'essiccatoio nello stabilimento di Fiorano Modenese è stata posticipata al 2019.



Installazione di nuovi impianti presso la business unit Portogallo: attrezzaggio di una linea di smalteria adibita ai grandi formati e aumento della potenzialità di produzione per i doppi caricamenti presso lo stabilimento Ilhavo, nr. 1 macchina digitale presso lo stabilimento di Aveiro.

L'obiettivo è stato raggiunto.



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.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Completamento della realizzazione del nuovo showroom di Florida Tile, della superficie di 400 m² presso la sede di Lexington.

L'obiettivo è stato raggiunto.



TARGET 2019

Ampliamento della superficie coperta dello stabilimento di Fiorano Modenese per il potenziamento e l'ottimizzazione della produzione di lastre in grande formato.

Confermato l'obiettivo per il 2019.



QUALITÀ E AMBIENTE

TARGET 2018

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2017

STATO DI AVANZAMENTO

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.

L'obiettivo è stato raggiunto.



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.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Implementazione di un sistema di gestione della qualità certificato secondo la norma ISO 9001:2015 per lo stabilimento produttivo USA.

Obiettivo sospeso per una valutazione interna di natura organizzativa che ha portato alla scelta di priorità differenti.



Sostituzione totale di neon fluorescenti, con installazione di sistemi di illuminazione a led e induzione magnetica presso lo stabilimento di Toano, per l'ottenimento di sensibili diminuzioni di energia elettrica.

Obiettivo in completamento nel 2019.



Ottimizzazione della gestione, la depurazione e il recupero delle acque reflue e dei fanghi presso gli stabilimenti italiani.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Installazione di sistemi di aspirazione per migliorare l'ambiente di lavoro interno presso i reparti presse e atomizzatori dello stabilimento Florida Tile di Lawrenceburg.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Introduzione di un sistema di raccolta differenziata strutturato presso gli uffici della business unit italiana e campagna di sensibilizzazione per ambienti di lavoro "green".

L'obiettivo è stato raggiunto.





CATENA DI FORNITURA

TARGET 2019

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2017

STATO DI AVANZAMENTO

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.

Confermato l'obiettivo per il 2019.



TARGET 2020

Sviluppo di un Impact Assessment e Risk Analysis su impatti sociali e ambientali nella catena di fornitura.

Confermato l'obiettivo per il 2020.



GOVERNANCE

TARGET 2018

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2017

STATO DI AVANZAMENTO

Sottoscrizione dei principi del UN Global Compact.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Miglioramento del sistema di controllo di accesso ai siti della business unit Italia, tramite installazione di supporti informatici dedicati.

È stata effettuata la prima parte dei lavori, ma lo svolgimento delle attività è previsto anche per il 2019 e 2020.



Formalizzazione di un Codice Etico per il Gruppo.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Adeguamento alle nuove normative Privacy valide a livello europeo.

L'obiettivo è stato raggiunto.



TARGET 2019

Installazione del sistema informativo SAP per la gestione di tutti i processi della business unit portoghese.

Confermato l'obiettivo per il 2019.



RISORSE UMANE

TARGET 2018

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2017

STATO DI AVANZAMENTO

Implementazione di un sistema premiante per i manager legato ai risultati finanziari aziendali.

Il sistema premiante riguarda i manager commerciali della business unit italiana, come inizialmente prefissato.



Iniziative di informazione sul tema della sostenibilità ai dipendenti, attraverso incontri dedicati e invio di una newsletter periodica.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Introduzione di borse di studio destinate ai dipendenti della business unit portoghese per incentivare il raggiungimento di obiettivi individuali di formazione.

Obiettivo sospeso a favore di altre iniziative sviluppate nel corso del 2018.



Campagna di vaccinazione anti-influenzale gratuita e facoltativa per i dipendenti della business unit italiana.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Introduzione di nuovi corsi di salute e di ergonomia nello stabilimento e nei negozi di Florida Tile.

L'obiettivo è stato raggiunto.



Introduzione di specifici corsi per lo sviluppo dell'intelligenza emotiva nella business unit portoghese.

Obiettivo sospeso a favore di altre iniziative sviluppate nel corso del 2018.



TARGET 2019

Predisposizione di un sistema premiante per i dipendenti che si distinguono per attività legate alla salvaguardia dell'ambiente "award merito ecologico" presso tutte le business unit.

Confermato l'obiettivo per il 2019.



Potenziamento delle attività di ascolto del personale nelle business unit italiana e statunitense (esempio: analisi di clima, etc.)

Confermato l'obiettivo per il 2019.



NUOVI OBIETTIVI

Per confermare il proprio 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 2019

Installazione e avviamento di una linea di rettifica a secco nello stabilimento di Finale Emilia, con possibilità di recupero delle polveri durante la macinazione dell'impasto e conseguente riduzione nella produzione di rifiuti (fanghi) rispetto all'utilizzo di un impianto a umido.

Installazione e avviamento di una linea di rettifica a secco e levigatura nello stabilimento di Aveiro, con possibilità di recupero delle polveri durante la macinazione dell'impasto e conseguente riduzione nella produzione di rifiuti (fanghi) rispetto all'utilizzo di un impianto a umido.

TARGET 2019

Adeguamento alla normativa italiana di introduzione all'obbligo della "fatturazione elettronica".

Prima applicazione del Principio Contabile IFRS 16, in tema di affitti, noleggi e leasing.

GOVERNANCE



QUALITÀ E AMBIENTE



TARGET 2019

Sostituzione parziale di neon fluorescenti, con installazione di sistemi di illuminazione a led e induzione magnetica negli stabilimenti di Ilhavo e Aveiro (Portogallo), per l'ottenimento di sensibili diminuzioni di energia elettrica.

Rimozione completa delle coperture in amianto nel sito di Fiorano Modenese e sostituzione con materiali eco-compatibili.

Introduzione di sistemi di lavaggio automatico delle macchine per l'applicazione degli smalti, per la riduzione del consumo idrico presso tutti gli stabilimenti italiani.

Installazione di sistemi di insonorizzazione presso il reparto Rettifica nei siti produttivi portoghesi e USA.

Interventi sugli impianti di aspirazione polveri per la riduzione di silice aerodispersa nello stabilimento di Lawrenceburg (USA).

Parziale rifacimento delle coperture dei fabbricati in tutti gli stabilimenti del Gruppo, con utilizzo di materiali eco-compatibili.

Campagna di sostituzione delle batterie al piombo con batterie al litio, caratterizzate da maggiore durata e meno inquinanti, per i veicoli automatici di movimentazione prodotto finito.

Progressiva eliminazione della plastificazione dagli strumenti di comunicazione.

TARGET 2019

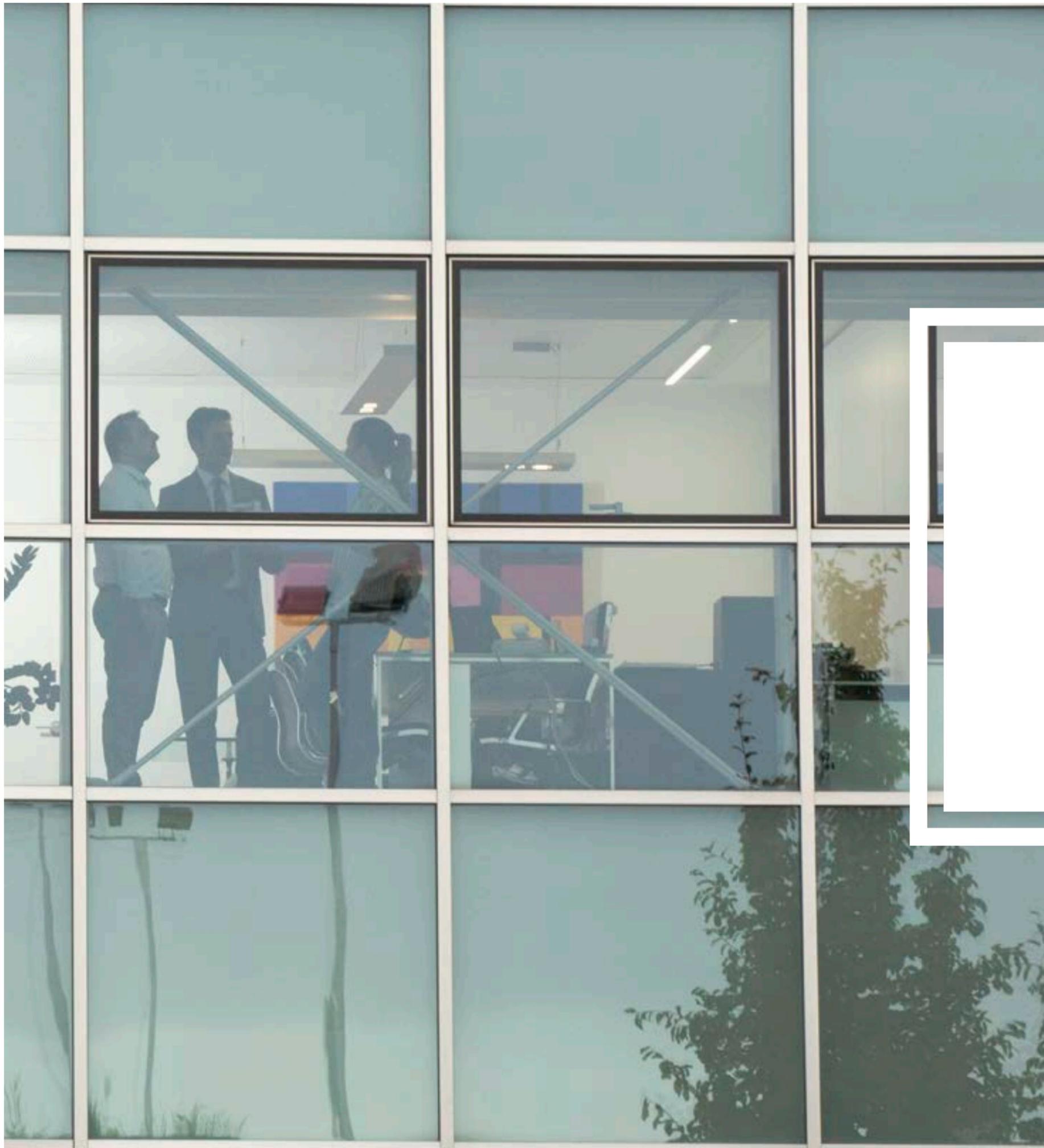
Modifica ed estensione del servizio di distribuzione di acqua potabile ai dipendenti nella business unit italiana.

Piano di formazione strutturato per la forza commerciale nella business unit italiana.

Miglioramento del canale di comunicazione con i dipendenti, attraverso software dedicato, nella business unit italiana.

RISORSE UMANE





IL GRUPPO

Dobbiamo essere osservatori
dei cambiamenti del mondo,
ma non dobbiamo limitarci
a guardare. La reazione del
nostro Gruppo dev'essere
l'azione: l'azione sostenibile.

94,5%
dei rifiuti avviati a recupero.



2.1

PROFILO DEL GRUPPO

Con oltre 1.700 dipendenti, più di 10.000 Clienti⁷, 6 stabilimenti produttivi (3 in Italia, 2 in Portogallo e 1 negli Stati Uniti) e 371 milioni di euro di fatturato nel

2018, **Panariagroup è uno dei principali produttori di ceramica per pavimenti e rivestimenti** e si posiziona nella fascia alta e lusso del mercato.



 **6** stabilimenti produttivi

 **19,2** milioni di euro di investimenti

 **371** milioni di euro di fatturato 2018



7. Sono stati considerati i Clienti con un livello di vendite superiore ai 1.000 euro.

 più di **10.000** Clienti professionali

 **1.741** dipendenti

 circa **23** milioni di m² prodotti

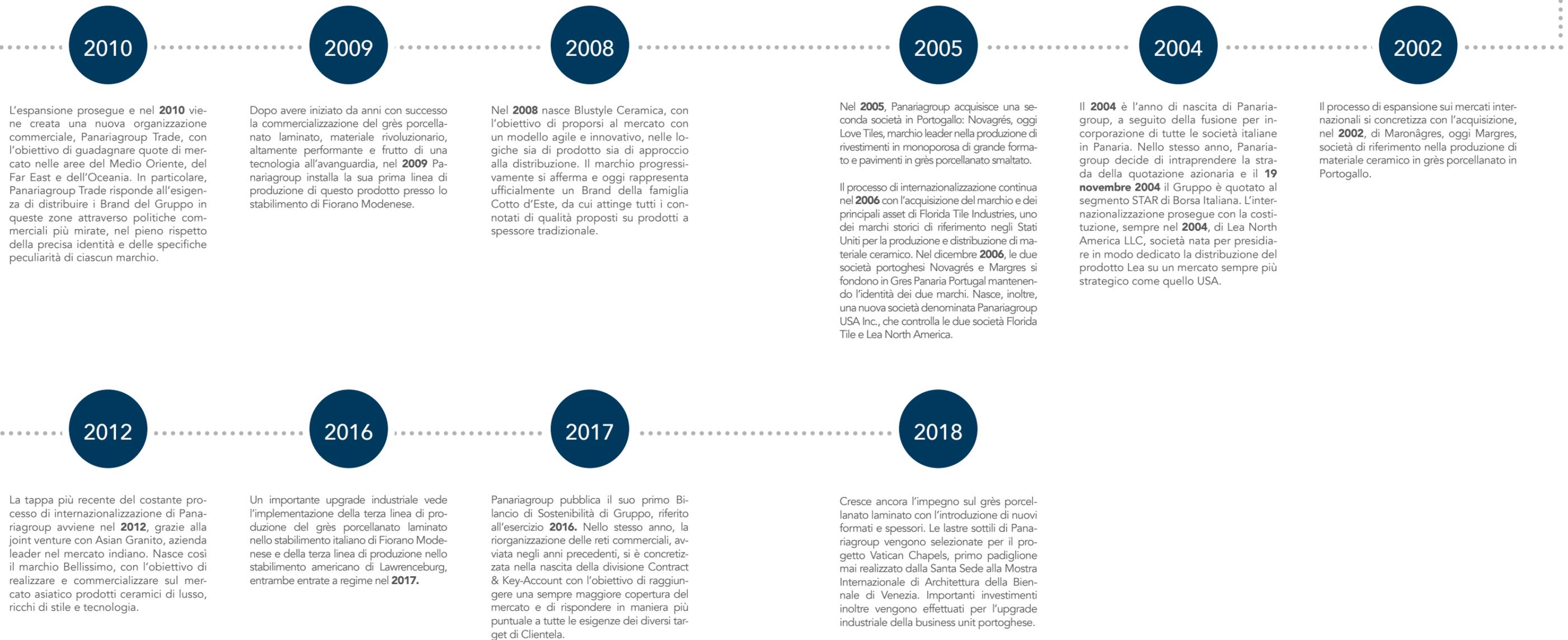
 **9** Brand

 vendite in più di **130** Paesi

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.



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. Durante l'anno 2018 il Gruppo ha avviato un percorso di aggregazione del marchio Fiordo che verrà ricompreso nel marchio Panaria Ceramica a partire dal 1° gennaio 2019.

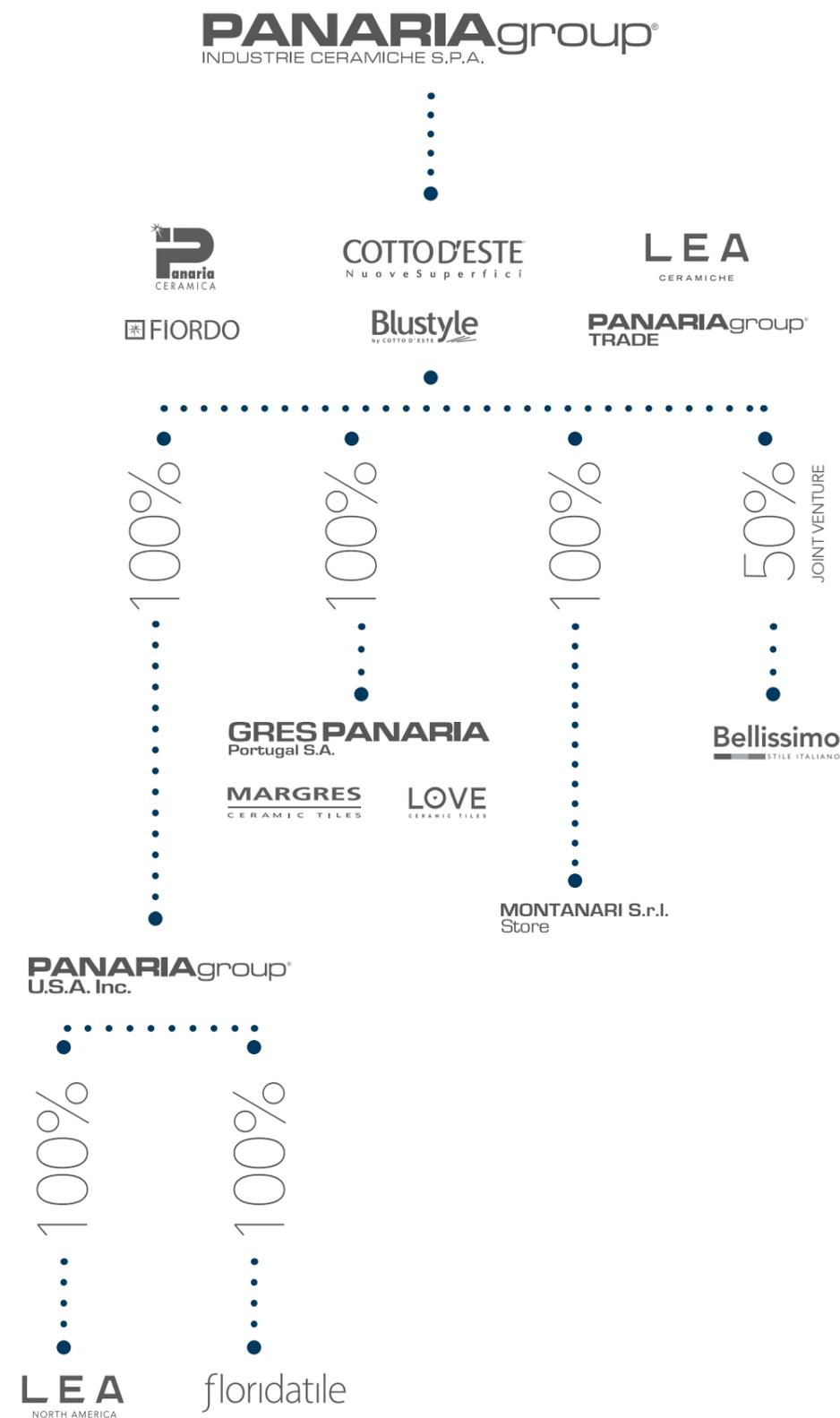
Panariagroup si compone della Capogruppo Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. con sede legale a Finale Emilia, Modena (Italia), Gres Panaria Portugal S.A., con sede legale a Ilhavo in Portogallo, Panariagroup USA Inc. con sede legale nel Delaware (USA), che detiene le società Florida Tile Inc. e Lea North America LLC.. Inoltre, fa parte del Gruppo, Montanari Ceramiche S.r.l., con sede legale Finale Emilia, Modena (Italia), punto vendita al dettaglio di materiale ceramico del Gruppo.

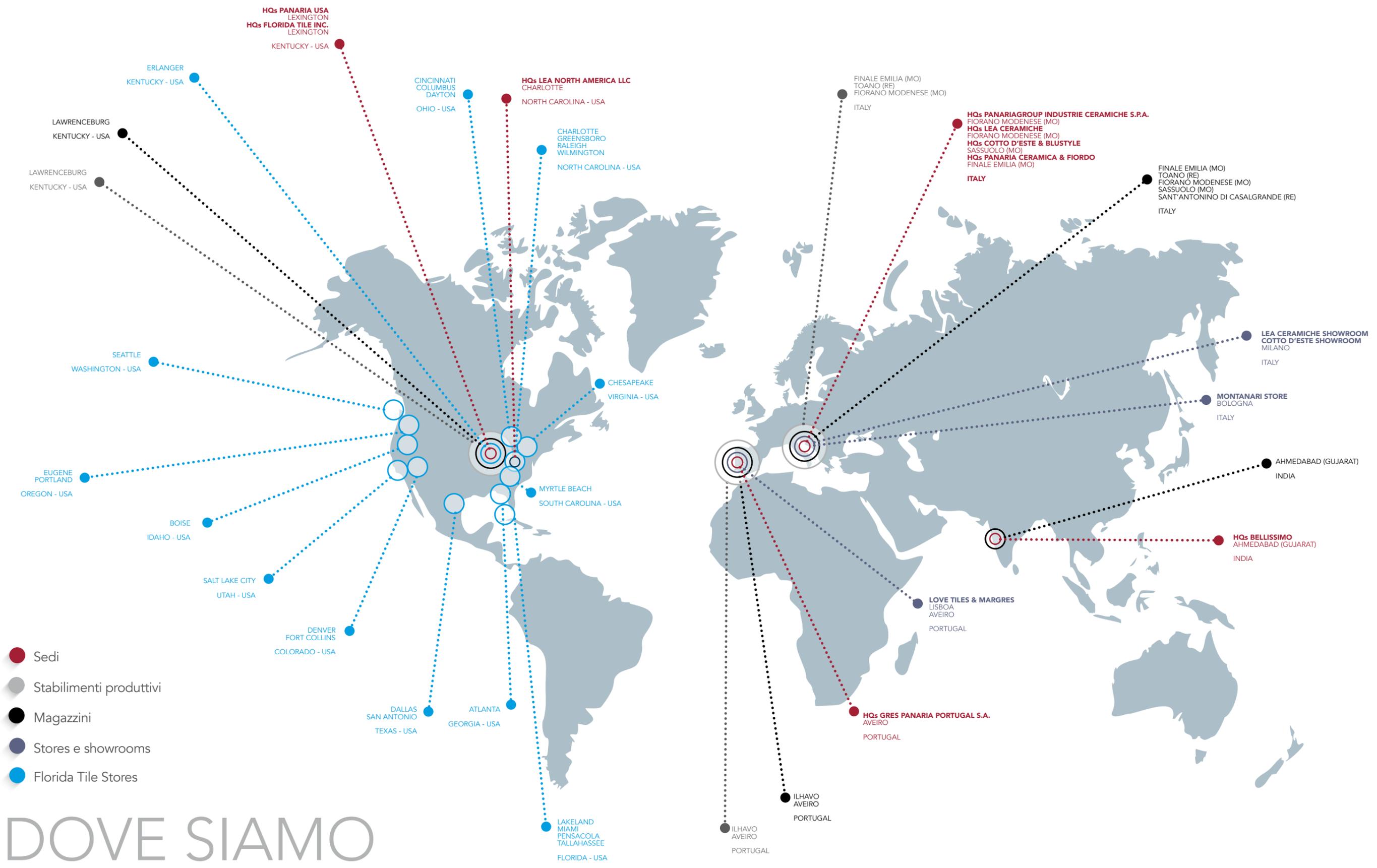
Le **6 sedi produttive del Gruppo** si trovano a Finale Emilia, Fiorano Modenese, Toano in Italia, Ilhavo e Aveiro in Portogallo, e Lawrenceburg, Kentucky, negli Stati Uniti. Inoltre, il Gruppo detiene altri due centri di stoccaggio e spedizione presso Casalgrande e Sassuolo (Italia).

Panariagroup ha **una rete commerciale ampia e capillare** che si estende in Italia, Portogallo, Stati Uniti, India e in oltre 130 paesi nel mondo. 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 ha **una rete commerciale ampia e capillare** che si estende in Italia, Portogallo, Stati Uniti, India e in oltre 130 paesi nel mondo.





DOVE SIAMO

I PRINCIPI E I VALORI DEL GRUPPO

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.

I PRINCIPI

I principi che orientano tutte le attività quotidiane del Gruppo e che rappresentano i valori fondamentali per il perseguimento della mission aziendale sono:

COMUNICAZIONE RESPONSABILE E TRASPARENZA

Panariagroup si impegna ad assicurare la trasparenza della gestione aziendale, della comunicazione e dell'informazione.

RESPONSABILITÀ E CONFORMITÀ NORMATIVA

Il Gruppo, nello svolgimento delle proprie attività, agisce nel rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili, nonché di regolamenti e procedure interne. Il rispetto delle normative nazionali e internazionali rappresenta per il Gruppo una condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire e chiede a tutti i suoi partner, aventi un rapporto permanente o temporaneo, diretto o indiretto con il Gruppo, che si adoperino affinché possano seguire i principi di una condotta allo stesso modo responsabile nelle relazioni in essere con il Gruppo.

ETICITÀ NELLE RELAZIONI COMMERCIALI

Il Gruppo richiede il rispetto di tutte le norme e disposizioni, sia nazionali sia internazionali, in materia di lotta al riciclaggio e di lotta alla corruzione attiva e passiva.

I VALORI

I valori che il Gruppo persegue nelle sue attività di creazione di valore sostenibile si declinano in:

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 degli Azionisti, 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 e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza della struttura organizzativa della società, del sistema di controllo interno, sull'adeguatezza delle disposizioni impartite alle società controllate in relazione alle informazioni da fornire per adempiere agli obblighi di comunicazione. Inoltre, vigila sull'osservanza delle dispo-

sizioni stabilite nel Decreto Legislativo 254/2016 e ne riferisce nella relazione annuale all'Assemblea.

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. In materia di dichiarazione consolidata non finanziaria, il CdA garantisce che la dichiarazione di carattere non finanziario sia redatta e pubblicata in conformità a quanto previsto dal Decreto Legislativo 254/2016, approva la matrice di materialità del Gruppo e la DNF entro gli stessi termini previsti per la presentazione del progetto di bilancio e la mette a disposizione della Società di Revisione allo scopo incaricata e dell'organo di controllo.

Il **Consiglio di Amministrazione** di Panariagroup è composto da 10 membri, cinque sono amministratori esecutivi, due non esecutivi non indipendenti e tre non esecutivi e indipendenti. 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.

Il Consiglio di Amministrazione di Panariagroup persegue **l'obiettivo primario della creazione del valore per l'azionista** intervenendo direttamente in tutte le decisioni relative alle materie gestionali più rilevanti, riservate alla sua esclusiva competenza.

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31.12.2018

| NOME E COGNOME | CARICA | RUOLO ESECUTIVO | COMITATO DI CONTROLLO | COMITATO PARTI CORRELATE | COMITATO REMUNERAZIONE |
|-------------------|--|-----------------|-----------------------|--------------------------|------------------------|
| EMILIO MUSSINI | Presidente del CDA e Amministratore Delegato | ● | | | |
| PAOLO MUSSINI | Vice-Presidente e Amministratore Delegato | ● | | | |
| ANDREA MUSSINI | Vice-Presidente | | | | |
| GIULIANO PINI | Amministratore Delegato | ● | | | |
| GIULIANO MUSSINI | Amministratore | | | | |
| SILVIA MUSSINI | Amministratore | | | | |
| DANIELE PRODI | Amministratore | | ● | ● | ● |
| SONIA BONFIGLIOLI | Amministratore indipendente | | ● | ● | ● |
| TIZIANA FERRARI | Amministratore indipendente | | ● | ● | ● |
| FRANCESCA BAZOLI | Amministratore indipendente | | | | |



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. Inoltre, prende visione della matrice di materialità del Gruppo ed esamina la dichiarazione consolidata non finanziaria prima dell'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione;

- 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 particolari 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 operazioni con 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, Panariagroup ha costituito un "Comitato Operativo CSR".

Il **Comitato Operativo CSR** è incaricato delle **scelte inerenti alla sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa** e si occupa di coordinare il processo di rendicontazione dei dati relativi al presente Bilancio di Sostenibilità in termini di definizione e gestione del processo operativo del reporting non finanziario, gestione della raccolta, consolidamento di dati e informazioni su tutto il perimetro del Gruppo (Italia, Portogallo e USA) e redazione del documento. I membri di tale comitato sono rappresentanti di diverse funzioni aziendali: Direzione Amministrazione Finanza e Controllo di Gruppo, Direzione Marketing, Direzione Engineering, Qualità e Ambiente.

Per quanto riguarda le divisione estere (Portogallo e USA), sono stati identificati dei referenti locali che si occupano della gestione e del presidio delle tematiche di sostenibilità e del processo di reporting non finanziario a livello locale, al fine di garantirne un coinvolgimento diretto e attivo.

2.6

LA GESTIONE DEI RISCHI DI SOSTENIBILITÀ

Panariagroup si è dotata di un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi che risponde all'**esigenza di tutela di una sana ed efficiente gestione**, nonché di individuare, prevenire e gestire nei limiti del possibile rischi relativi allo svolgimento dell'attività aziendale.

Il Gruppo ha definito un sistema di gestione dei rischi e di controllo interno quale insieme delle direttive, delle procedure e delle tecniche adottate, attuate dal Consiglio di Amministrazione, dai dirigenti e da altri soggetti della struttura aziendale, finalizzate a fornire **una ragionevole certezza sul conseguimento degli obiettivi** rientranti nelle seguenti categorie:

- efficacia ed efficienza delle attività operative;
- attendibilità delle informazioni contabili ed extra contabili, sia per i terzi sia a fini interni;
- conformità alle leggi e ai regolamenti in vigore, alle norme e alle politiche interne.

In particolare, i principali rischi identificati, rispetto ai quali si rimanda, per dettagli, alla sezione "Gestione dei rischi" della Relazione sulla Gestione all'interno del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2018, sono connessi:

- alle condizioni generali dell'economia;
- al credito e alla liquidità;
- al mercato in cui l'emittente opera (rischi legati alla concorrenza e all'andamento dei costi delle materie prime);
- alla dipendenza da persone chiave.

Il Gruppo, consapevole dell'importanza dei rischi di natura non finanziaria, previsti anche dal D.Lgs.254/2016, identifica ulteriori rischi che vengono monitorati all'interno dello svolgimento quotidiano delle attività. Si riportano di seguito i principali.

RISCHIO AMBIENTALE

Rischi connessi a una non corretta gestione delle fonti energetiche ed emmissive, delle risorse idriche e dei rifiuti o alla possibilità che possano verificarsi incidenti industriali che possano determinare un impatto ambientale.

Rischi connessi alla non corretta gestione delle risorse naturali da parte dei fornitori e alla perdita di biodiversità dei territori, in particolare in relazione alle attività dei fornitori di materie prime le cui lavorazioni di estrazione potrebbero impattare significativamente il territorio.

In materia ambientale, **il Gruppo ha adottato un sistema di gestione integrato Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza**. In particolare, per le sedi europee è stato sviluppato un sistema conforme alle norme ISO 9001 e ISO 14001. In particolare, in Italia, in base a quanto previsto dal D.Lgs. 152/06 "Norme in materia ambientale", Panariagroup 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).

Inoltre, tale rischio viene presidiato quotidianamente durante lo svolgimento delle attività di produzione e stoccaggio, considerate le più significative per il Gruppo, attraverso **strumenti di monitoraggio dei principali indicatori collegati ai potenziali impatti diretti** (tra cui, per esempio, sversamenti sul territorio, smaltimento non corretto di rifiuti pericolosi, perdite di acqua dai circuiti produttivi).

Per quanto riguarda gli impatti ambientali indiretti, Panariagroup ha predisposto nel 2018 il proprio Codice

di Condotta Commerciale al fine di promuovere lungo l'intera catena di fornitura di beni e servizi, inclusi fornitori e sub-fornitori (e loro dipendenti), l'adozione di comportamenti volti alla tutela dell'ambiente, in **conformità alle normative e ai regolamenti nazionali e internazionali nei paesi di produzione e di consegna**, e in linea con i principi e gli obiettivi di salvaguardia ambientale del Gruppo, incoraggiando i propri fornitori a ridurre l'impatto ambientale delle loro attività e a salvaguardare le risorse naturali.

In particolare, il Codice di Condotta Commerciale prevede di adottare e rispettare, nei limiti del possibile:

- il principio di precauzione, esplicitato dal principio 15 della Dichiarazione di Rio e richiedente l'attuazione di un approccio cautelativo al fine di proteggere l'ambiente;
- l'analisi del ciclo di vita del prodotto, inclusi gli imballaggi;
- misure per la riduzione delle emissioni;
- strategie di risparmio energetico, e ove possibile l'uso di fonti di energia rinnovabile;
- disposizioni per una catena logistica rispettosa dell'ambiente;
- programmi per il risparmio idrico.

Inoltre, si impegna quotidianamente a mitigare i propri impatti anche indiretti, prendendo in considerazione nella selezione dei partner con cui intraprendere nuove relazioni commerciali anche l'impegno di questi verso le tematiche ambientali e sociali e il loro aderire a criteri di Corporate Social Responsibility.

RISCHIO DI MANCATO RISPETTO DEI DIRITTI UMANI

Rischi legati a violazioni dei diritti umani e dei lavoratori (abolizione del lavoro minorile, del lavoro forzato e tutela della libertà di associazione e contrattazione

collettiva) e alla possibilità che si verifichino casi di discriminazione. Il rischio è collegato in particolare ai fornitori del Gruppo che operano in paesi dove la legislazione in tale ambito è meno stringente rispetto a quella italiana.

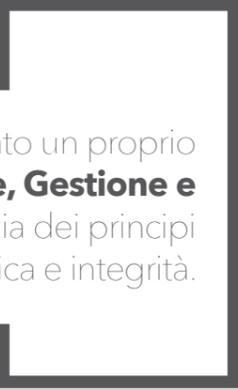
Panariagroup è particolarmente attenta alla gestione e prevenzione di tali rischi, attraverso **la conformità a normative e regolamenti nazionali, internazionali e interni in tutte le società del Gruppo**.

Inoltre, **Panariagroup nel 2018 ha predisposto un Codice Etico di Gruppo che definisce principi, valori e gli standard di responsabilità sociale e ambientale** che guidano le azioni di business quotidiane e sottolinea il suo impegno nell'implementazione di politiche volte a sviluppare una cultura di forti valori etici, di giustizia e di rispetto dei diritti umani, ispirata alle convenzioni dell'International Labour Organization (ILO), le Linee Guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali e aderendo allo UN Global Compact. In linea con il suo percorso di sostenibilità, Panariagroup ha predisposto anche un Codice di Condotta Commerciale rivolto all'intera catena di fornitura di beni e servizi, con la finalità di estendere tale impegno lungo tutta la catena del valore.

RISCHIO DI MANCATO TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO

Rischi relativi alle attività del Gruppo che a seguito della mancata osservanza della normativa e delle disposizioni interne, possano portare al verificarsi di incidenti che coinvolgano il personale.

All'interno degli stabilimenti, degli uffici e dei punti vendita di Panariagroup vengono garantite condizioni di massima tutela della salute e della sicurezza di tutti i lavoratori, sia attraverso la completa applicazione dei requisiti richiesti dalle normative nazionali in materia



Panariagroup ha adottato un proprio **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231/01** a garanzia dei principi e dei valori di etica e integrità.

di tutti i paesi in cui opera, sia attraverso un sistema di gestione integrato interno che comprende procedure e strumenti volti a prevenire i potenziali rischi, a proteggere tutti i lavoratori dagli stessi e a monitorare costantemente la situazione reale dei luoghi di lavoro.

Panariagroup ha adottato un sistema di gestione integrato Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza volto a garantire la protezione e sicurezza nei luoghi di lavoro. In particolare, per le sedi europee è stato sviluppato un sistema conforme alle norme ISO 9001, ISO 14001 e solo per le sedi italiane anche alle Linee Guida UNI INAIL con l'obiettivo di sviluppare e implementare procedure interne volte a prevenire, monitorare e gestire infortuni e incidenti sul lavoro.

RISCHIO DI CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA

Rischio relativo a comportamenti o negligenze che possano portare al verificarsi di eventi/casi di corruzione lungo tutta la catena del valore.

Dal 2009, la Capogruppo Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. ha adottato un proprio **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231/01** a garanzia dei principi e dei valori di etica e integrità, con particolare attenzione alle tematiche della corruzione attiva e passiva lungo tutta la catena del valore.

Per le società del perimetro estero, in linea con l'obiettivo dichiarato l'anno scorso di estensione del Modello al perimetro estero, sono stati formalizzati i flussi informativi delle società estere (Portogallo e USA) verso l'Organismo di Vigilanza della Capogruppo italiana al fine di estendere il presidio e il controllo delle materie di integrità, ambiente e di salute e sicurezza all'interno perimetro del Gruppo (per dettagli si veda il seguente paragrafo "Integrità e conformità").

INTEGRITÀ E CONFORMITÀ

Il tema dell'etica e della conformità permane come uno tra i più rilevanti sia per il Gruppo sia per i suoi stakeholder. Panariagroup è da sempre particolarmente sensibile all'esigenza di **assicurare l'integrità, la correttezza e la trasparenza nella conduzione di tutte le attività aziendali**, per garantire la tutela della propria reputazione e immagine verso il mercato e tutti gli stakeholder.

In quanto società quotata, Panariagroup si adopera per garantire la massima conformità alle normative nazionali e internazionali. **Dal 2009, Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A, Capogruppo italiana del Gruppo, ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231. L'adozione del Modello costituisce un valido strumento di sensibilizzazione nei confronti di tutti coloro che operano in nome e per conto di Panariagroup e di garanzia dei principi e dei valori di correttezza, integrità ed etica lungo tutta la catena del valore.

La mappatura e l'analisi delle aree di rischio sono un punto cardine del modus operandi di Panariagroup

che, in ottica di prevenzione, ha adottato specifiche procedure e strumenti interni con l'obiettivo di presidiare, monitorare, nonché prevenire casi di violazione della compliance normativa in ottica di tutela dei diritti umani, dei lavoratori e della reputazione aziendale.

La Capogruppo, contestualmente all'adozione del Modello, ha nominato un **Organismo di Vigilanza** (di seguito anche "OdV") **incaricato di svolgere compiti di controllo sull'osservanza, sull'efficacia ed effettiva applicazione del Modello** e delle procedure interne a esso legate, in un'ottica di prevenzione e sull'opportunità di aggiornamento dello stesso.

Nel corso del 2018, in linea con l'obiettivo dichiarato l'anno precedente di estensione del Modello al perimetro estero, sono stati formalizzati i flussi informativi delle società estere (Portogallo e USA) verso l'Organismo di Vigilanza della Capogruppo italiana, al fine di estendere il presidio e il controllo in materia societaria, informatica (cyber risk), ambientale e di salute e sicurezza all'interno del perimetro del Gruppo. L'Organismo di Vigilanza del-



Le regole del Codice Etico contribuiscono a **rafforzare l'impegno verso una sempre maggiore responsabilità** nel fare impresa.

la Capogruppo ha quindi esteso il suo ruolo di vigilanza e verifica anche alle politiche e alle procedure interne delle società controllate rispetto alle materie sopramenzionate, con la possibilità di effettuare direttamente specifiche azioni di controllo sulle singole Direzioni, Funzioni, Aree Territoriali, società del Gruppo.

Inoltre, **nel corso del 2018 Panariagroup ha formalizzato un Codice Etico che esprime l'insieme dei valori, delle norme comportamentali e dei principi di deontologia aziendale che Panariagroup riconosce come propri, nel rispetto dei quali vengono orientati i processi decisionali aziendali.** Le regole di condotta dichiarate all'interno del Codice Etico, al cui rispetto si impronta il lavoro di tutte le società del Gruppo, contribuiscono a rafforzare l'impegno verso una sempre maggiore responsabilità nel fare impresa in ambito sociale, ambientale, etico e di lotta alla corruzione attiva e passiva.

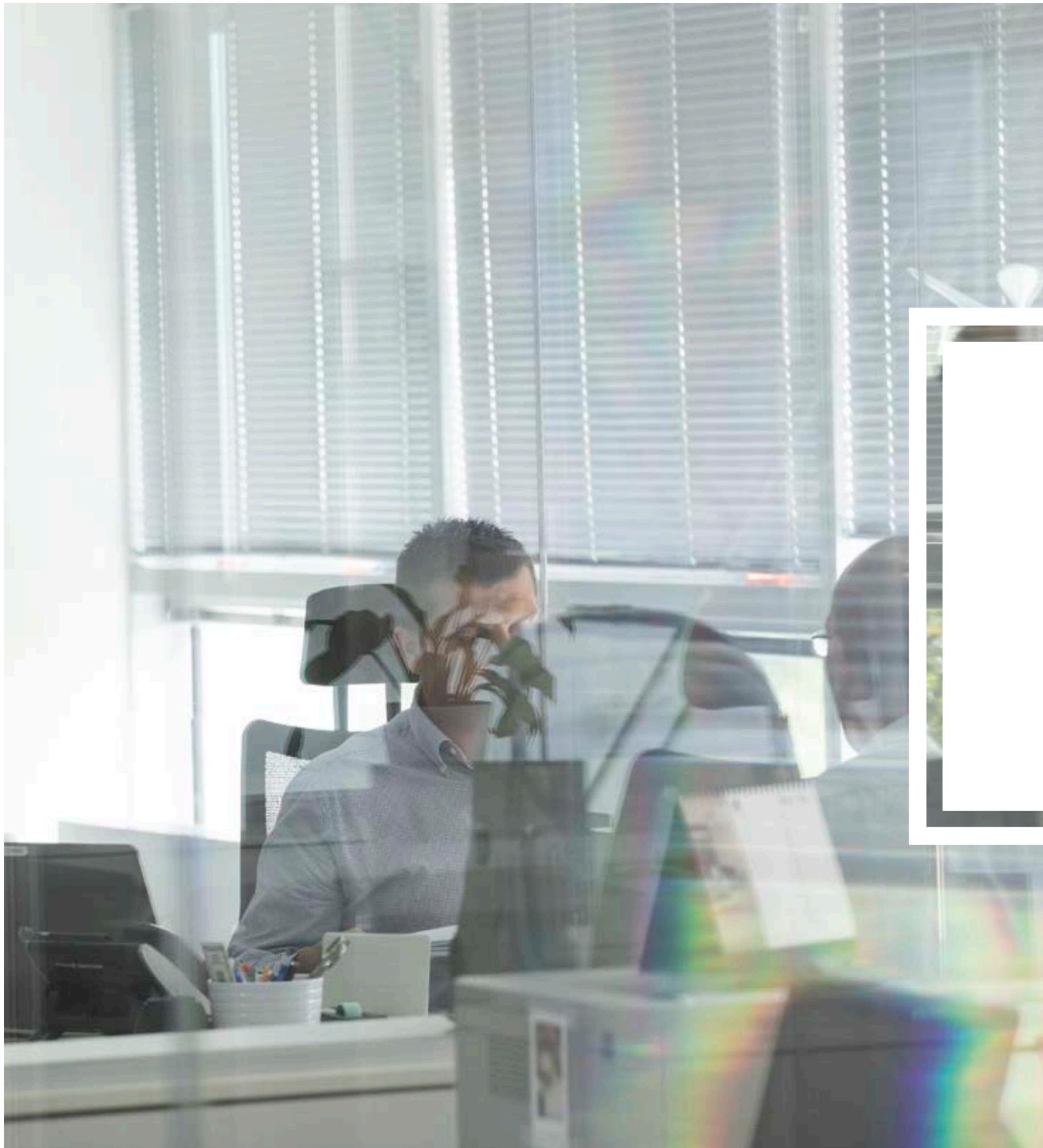
In relazione a quest'ultima, si segnala che sia per il 2017 sia per il 2018 non si sono verificati episodi di corruzione a livello di Gruppo. Inoltre, non si sono registrate azioni legali (pendenti o completate) durante il periodo di riferimento, in relazione a comportamenti anticoncorrenziali,

e non si sono registrate violazioni della legislazione anti-trust e monopolistica in capo al Gruppo.

Il Gruppo, inoltre, nel corso del 2018, con il fine di promuovere pratiche commerciali responsabili in materia di etica e integrità e di responsabilità sociale e ambientale, ha predisposto **un proprio Codice di Condotta Commerciale, quale linea guida per una filiera sostenibile e responsabile.**

Tale Codice si inserisce all'interno di un processo di selezione e monitoraggio della catena di fornitura del Gruppo che presuppone una verifica di criteri legati alla solidità, competitività ed economicità del fornitore, ma anche di criteri di responsabilità etica, sociale e ambientale, presupposti fondamentali per lo sviluppo di un rapporto commerciale duraturo e trasparente.

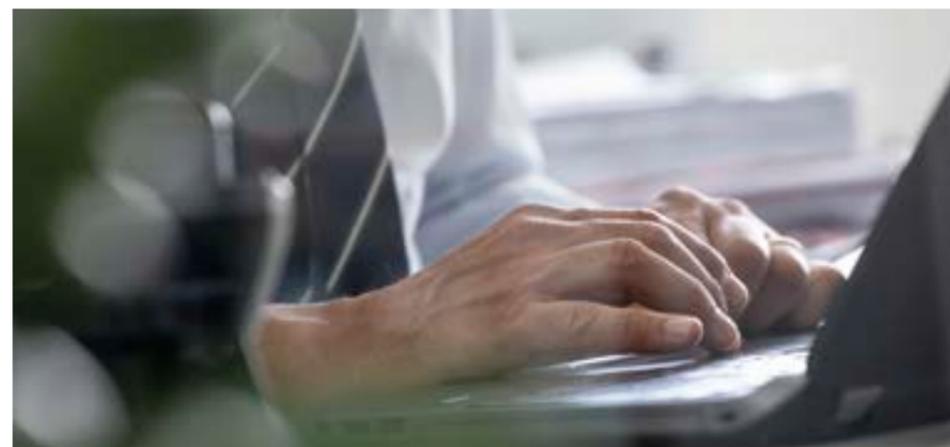
Infine, in materia di compliance normativa, per il 2018 si conferma l'assenza, a livello di Gruppo, di multe significative e sanzioni non monetarie per non conformità a leggi e/o regolamenti in ambito sociale, economico e ambientale, di incidenti di non conformità con regolamenti e/o codici volontari relativi alla salute e sicurezza dei consumatori del Gruppo e relativi alle informazioni e l'etichettatura dei prodotti.



LA RESPONSABILITÀ
ECONOMICA

Generare ricchezza è
l'obiettivo di chi fa impresa.
Generare un futuro
sostenibile è l'obiettivo
di chi lo fa
responsabilmente.

Recupero totale degli scarti:
minore consumo di risorse naturali,
maggiori risorse per investire.



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. 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, compatibilmente con i risultati economici, un'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

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.



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.

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.

Per favorire ulteriormente il dialogo con gli investitori, il Gruppo ha istituito un'apposita sezione (denominata "Investor relations") nell'ambito del proprio sito internet (www.panariagroup.it) nella quale sono messe a disposizione le informazioni di rilievo per i propri azionisti.

Panariagroup ha svolto diverse attività di relazione con gli investitori e gli stakeholder finanziari nel 2018. In particolare:

- ha partecipato all'**evento, dedicato esclusivamente alle società del segmento STAR**, organizzato da Borsa Italiana a Milano nel mese di marzo 2018, per incontrare la comunità finanziaria italiana;
- mantiene un colloquio costante e continuo con **gli Istituti di Credito**;
- ha effettuato **incontri dedicati con investitori, presso i siti aziendali**, volti a far conoscere l'azienda e la realtà produttiva del Gruppo.

I temi di maggior interesse per gli investitori, durante l'anno, sono stati lo sviluppo del business, il contesto concorrenziale, gli investimenti e i fattori di vantaggio competitivo legati al settore. Per gli investitori, un elemento considerato sempre più un valore aggiunto per posizionarsi in fascia medio-alta delle società quotate è il Bilancio di Sostenibilità.

3.1.1

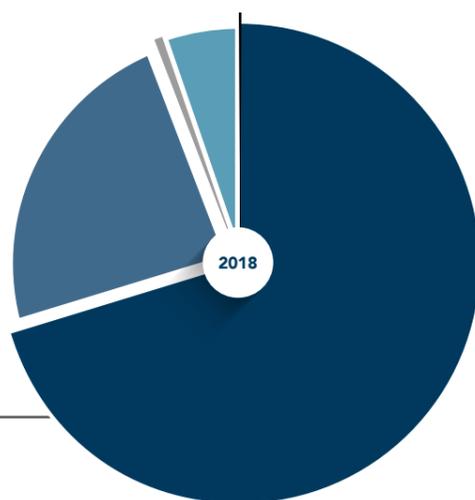
IL VALORE ECONOMICO GENERATO E REDISTRIBUITO

Il valore economico generato esprime **la ricchezza prodotta dal Gruppo, la cui maggior parte viene distribuita agli stakeholder** con i quali il Gruppo si relaziona nella sua operatività quotidiana.

Dalla classificazione del valore economico generato, di seguito rappresentata, è possibile notare la distribuzione del valore creato dal Gruppo ai diversi stakeholder.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO 2018

- **70,93%** Valore distribuito ai fornitori
- **23,89%** Remunerazione del personale
- **5,22%** Valore trattenuto in azienda
- **0,45%** Remunerazione dei finanziatori
- **0,07%** Remunerazione della comunità
- **0%** Remunerazione degli azionisti
- **-0,56%** Remunerazione della Pubblica Amministrazione



| | 2018 migliaia di euro | 2017 migliaia di euro | DIFFERENZA migliaia di euro | VARIAZIONE |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------|
| VALORE REDISTRIBUITO AI FORNITORI | 278.281 | 277.233 | 1.048 | 0,4% |
| REMUNERAZIONE DEL PERSONALE | 93.705 | 94.501 | -796 | -0,8% |
| REMUNERAZIONE DEI FINANZIATORI | 1.771 | 1.886 | -115 | -6,1% |
| REMUNERAZIONE DEGLI AZIONISTI | 0 | 3.145 | -3.145 | -100,0% |
| REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE | -2.185 | 3.863 | -6.048 | -156,6% |
| REMUNERAZIONE DELLA COMUNITÀ | 263 | 225 | 38 | 16,7% |
| VALORE TRATTENUTO DALL'AZIENDA | 20.477 | 32.032 | -11.555 | -36,1% |
| VALORE ECONOMICO GENERATO | 392.312 | 412.885 | -20.573 | -5,0% |
| VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO | 371.835 | 380.853 | -9.018 | -2,4% |

La comparazione rispetto all'anno precedente evidenzia un decremento del valore generato di 20,6 milioni (-5%), che ha determinato una riduzione del valore economico distribuito di 9,0 milioni di euro e del valore economico trattenuto dall'azienda di 11,6 milioni di euro.

Con riferimento al valore economico distribuito, gli stakeholder maggiormente penalizzati sono stati la Pubblica Amministrazione e gli azionisti, mentre, come dato positivo, la differenza del valore distribuito a fornitori, personale, finanziatori e comunità è stata minima.

Il calo del valore economico distribuito a pubblica amministrazione e azionisti è strettamente correlato all'andamento economico negativo dell'esercizio, che ha comportato la riduzione del carico fiscale rispetto all'esercizio precedente, che si era chiuso con un utile, e che ha reso non opportuna la distribuzione di dividendi.

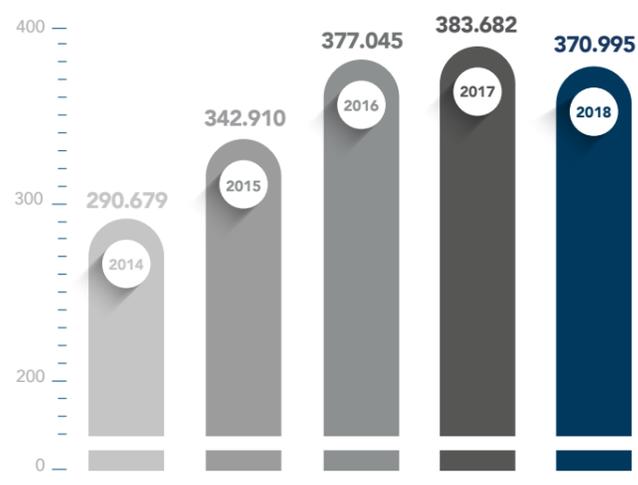
Anche nel 2018, il Gruppo Panariagroup ha contribuito allo sviluppo socio-economico delle comunità locali in cui il Gruppo opera attraverso liberalità e sponsorizzazioni a sostegno di associazioni benefiche, sportive e di settore. L'ammontare totale di tale contributo è stato di circa 263.000 euro.

3.2

I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI DEL 2018

Il grafico sottostante rappresenta l'andamento dei ricavi degli ultimi 5 anni; nonostante il moderato rallentamento dell'ultimo anno (-3,3%), si evidenzia complessivamente un andamento molto positivo, con una variazione

positiva di oltre 80 milioni di euro nel quinquennio, con un tasso medio di crescita del 6,3%.



ANDAMENTO RICAVI 2014-2018

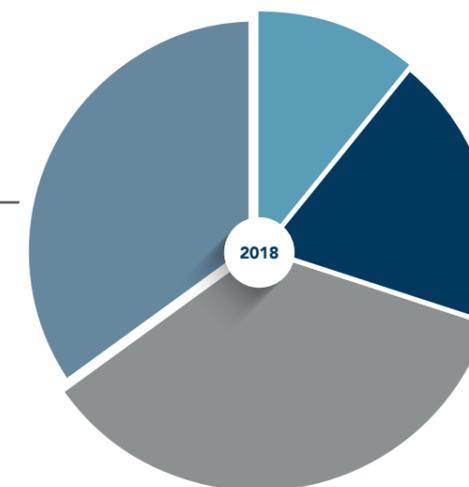
Il calo del volume d'affari del 3,3% è da ritenere del tutto accettabile, in considerazione del contesto macro-economico non favorevole; il risultato ottenuto, che riflette sostanzialmente l'andamento generale riscontrato nelle aree di riferimento del Gruppo, ha comunque confermato la capacità di presidio delle quote di mercato anche nelle condizioni di aspra concorrenza che hanno caratterizzato il 2018.

Ormai da diversi anni, il Gruppo ha raggiunto un'equilibrata distribuzione della propria attività nei più importanti mercati mondiali nel segmento di alta gamma; il profilo di internazionalizzazione di Panariagroup, che ha accompagnato la diversificazione delle vendite (si veda grafico seguente relativo al 2018) a una **strategia di presidio territoriale** anche da un punto di vista produttivo e logistico, rappresenta sicuramente, sotto l'aspetto strategico, un importante punto di forza.

Il profilo di internazionalizzazione di Panariagroup rappresenta, sotto l'aspetto strategico, uno dei **più importanti punti di forza.**

DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO

- 36% Europa
- 34% USA
- 20% Italia
- 10% Altri mercati



A fronte di un calo moderato del fatturato, si è riscontrato un peggioramento significativo del margine operativo lordo, che è passato da 42,0 milioni di euro a 19,3 milioni di euro.

Conseguentemente, anche il risultato economico netto ha subito una marcata riduzione, passando dall'utile di 11,4 milioni di euro del 2017, alla perdita di 4,1 milioni di euro del 2018.

Nella consapevolezza che, per sua natura, il settore ceramico è caratterizzato da fenomeni di ciclicità, si ritiene che il risultato dell'anno si inquadri in questo ambito; l'azienda crede che, pur ipotizzando tempi non brevi per un'inversione di tendenza negli andamenti globali, le strategie del Gruppo debbano continuare a procedere in un percorso di sviluppo.

Il risultato economico negativo del 2018 rappresenta, nella visione dell'azienda, una battuta d'arresto in un

percorso positivo di più ampio raggio, e non deve far dimenticare i valori e i punti di forza del Gruppo, quali il posizionamento strategico, la marcata internazionalizzazione, la capillare distribuzione commerciale, la dotazione impiantistica e tecnologica all'avanguardia, il portafoglio prodotti e il know-how che hanno pochi eguali nel nostro settore.

Si confermano solidi i principali valori patrimoniali, con la posizione finanziaria netta in miglioramento di 1 milione di euro, rispetto al dato di fine 2017; a dispetto della contrazione della marginalità operativa e della conseguente riduzione della generazione di "cassa", il Gruppo ha saputo mettere in campo delle azioni correttive sul fronte del capitale circolante netto e del contenimento degli investimenti, che hanno consentito di mantenere l'indebitamento finanziario in linea con gli obiettivi.

3.3

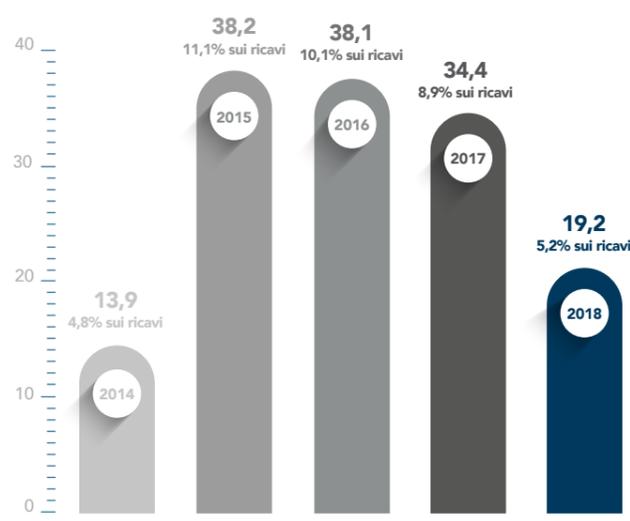
INVESTIRE NELL'INNOVAZIONE

L'identità di Panariagroup è da sempre stata fortemente connessa alla fabbricazione nei propri stabilimenti dei prodotti di Brand del Gruppo, con una politica costante di innovazione, aggiornamento tecnologico e di miglioramento dell'efficienza.

Anche negli anni di maggiore incertezza del contesto economico, **il Gruppo ha continuato a investire nei propri**

siti industriali per mantenere il posizionamento nel ristretto gruppo di aziende all'avanguardia nel settore.

Nell'ultimo quinquennio, il Gruppo ha sempre investito in maniera consistente, come evidenziato nel grafico seguente (dati in milioni di euro):



INVESTIMENTI PER ANNO 2014-2018

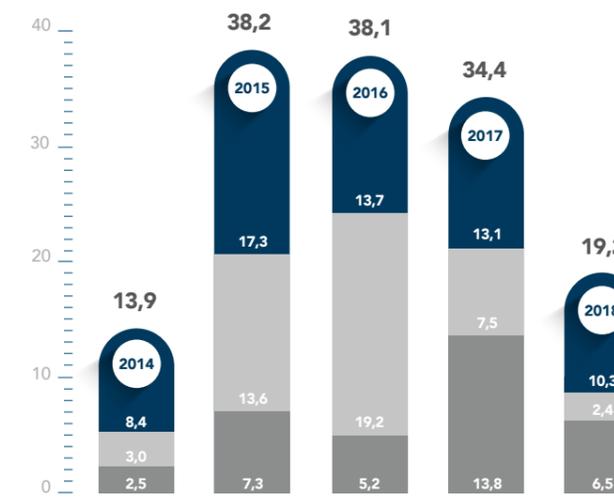
Totale 2014-2018: 143,8 (8,1% sui ricavi)
Dati in milioni di euro

Gli investimenti di questo periodo hanno riguardato tutte e tre le business unit del Gruppo, come si può

denotare nel grafico della pagina seguente (dati in milioni di euro).

INVESTIMENTI PER BU

Dati in milioni di euro



- Italia - Totale 2014-2018: 62,8 (Incidenza 44% - 6,8% sui ricavi)
- Portogallo - Totale 2014-2018: 35,3 (Incidenza 25% - 10,9% sui ricavi)
- USA - Totale 2014-2018: 45,7 (Incidenza 32% - 7,1% sui ricavi)

Dopo un triennio particolarmente intenso sul fronte degli investimenti, necessario per porre **solide basi industriali, logistiche e organizzative** adeguate al piano strategico di sviluppo, anche nel 2018, **il Gruppo ha proseguito il proprio programma per l'innovazione, il potenziamento e l'efficientamento degli impianti industriali.**

Nei primi mesi dell'anno è stata avviata una nuova linea completa nello stabilimento di Aveiro (Portogallo) per la produzione di pavimenti e rivestimenti di grandi formati; tale investimento, oltre a determinare un incremento della capacità produttiva, consente **un ulteriore importante passo avanti in termini di efficienza, produttività e competitività.** Nello stesso sito, al fine di migliorare la gestione logistica e l'incremento del volume d'affari, sono stati effettuati ampliamenti delle aree dedicate allo stoccaggio, movimentazione e spedizione delle merci. Inoltre, nello stabilimento di Ilhavo (Portogallo), è stato effettuato un importante investimento nel reparto presse, finalizzato a introdurre una particolare tipologia di prodotto "tecnico".

Il potenziamento del polo produttivo e logistico portoghese conferma la sua centralità nelle strategie di sviluppo del Gruppo, grazie al connubio tra qualità, know-how e competitività. Nei siti italiani del Gruppo, si segnala l'installazione, avvenuta negli ultimi mesi dell'anno, di una nuova linea di rettifica nello stabilimento di Finale Emilia, il cui avvio è avvenuto a febbraio 2019. Questo investimento consente di internalizzare alcune lavorazioni precedentemente

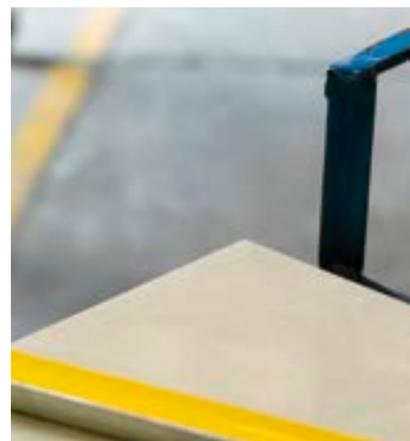
effettuate in outsourcing; il significativo differenziale, in termini di costo al metro quadro, tra lavorazione interna ed esterna consentirà il recupero della spesa in un periodo inferiore ai 3 anni. Sia lo stabilimento di Finale Emilia sia quello di Toano, dedicati al grès "tradizionale", sono stati interessati da una serie di interventi volti a **una più efficiente gestione dei "grandi formati", una tipologia di prodotto verso la quale il mercato si è decisamente orientato nel segmento presidiato dal Gruppo.**

Anche nello stabilimento di Fiorano Modenese, dedicato alle grandi lastre in grès porcellanato laminato, è stato effettuato un importante riassetto il cui obiettivo è stato quello di consentire una **maggiore flessibilità e versatilità della fabbrica**, che ora è in grado di realizzare una più ampia gamma di tipologie di prodotti, **sempre nell'ottica di assecondare le tendenze e i bisogni del mercato.** A ulteriore testimonianza del costante impegno nell'innovazione, si segnala che **Panariagroup ha presentato, nell'ottobre del 2018, al Ministero dello Sviluppo Economico un progetto di Ricerca e Sviluppo a valere sul Bando FRI - Industria Sostenibile - Grandi Imprese.**

Si tratta di un bando finalizzato al finanziamento di programmi e interventi "con un impatto significativo in ambito nazionale sulla competitività dell'apparato produttivo, con particolare riguardo alla promozione di progetti di ricerca, sviluppo e innovazione di rilevanza strategica per il rilancio della competitività del sistema produttivo". Il Ministero ha approvato il Progetto, riconoscendone quindi le caratteristiche di innovazione, emettendo il relativo Decreto di Concessione in data 19/11/2018.



LA RESPONSABILITÀ
DI **PRODOTTO**



C'è un senso profondo nel produrre ceramiche innovative. È come prendere qualcosa di antico e inventarne ogni giorno il futuro.

Grandi lastre sottili: meno materie prime, meno acqua ed energia, minori emissioni di CO₂.

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 porcel-

lanato 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 100x300 cm e 120x260 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**.

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, a partire dal 2010, **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.

Panariagroup imposta lo sviluppo dei prodotti attraverso un processo di assoluta eccellenza, coordinato dalla funzione **Product Development di Gruppo** che ha



l'obiettivo di selezionare i migliori trend dal mercato e declinarli in una ricerca qualificata e sui massimi standard nella generazione dei concept sulle nuove collezioni.

Tramite questo processo viene strutturato, con piena efficienza ed efficacia nei time to market, l'approdo sul mercato di prodotti sempre più in grado di rispondere alle più evolute aspettative della Clientela.

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.

Particolare cura viene messa nel dettaglio estetico e nelle finiture di superficie dei prodotti, che ottengono così proprietà visive e tattili di massimo pregio.

Nel 2018 il Gruppo ha, ancora una volta, confermato la propria vocazione a innovare anche su questo fronte, introducendo su alcune collezioni di ispirazione marmorea la superficie "touch", unica nel suo genere per morbidezza ed eleganza.

La straordinaria qualità dei prodotti Panariagroup ha riscosso anche nei **numerosi premi vinti nel corso degli anni: nel 2018**, un importante riconoscimento è stato conseguito dalla collezione "Concreto" di Lea Ceramich, che ha ottenuto il **Good Design Award**.

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.

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: **collaborazioni con nomi di spicco dell'architettura e del design** e partnership importanti che si sono concretizzate in progetti (residenziali, commerciali, grandi opere pubbliche), installazioni, ma anche prodotti firmati da top designer internazionali.

Il Gruppo conferma in questo modo la propria capacità di supportare progetti complessi, grazie alla sua struttura di grande azienda produttrice e al know-how del proprio team, con la possibilità di controllare e modulare il proprio output al servizio anche delle commesse più articolate.

Nell'anno 2018, in particolare, i prodotti di Panariagroup e dei suoi Brand sono stati scelti per la realizzazione della **Torre Prada a Milano**, del **Terminal 4 del Changi Airport di Singapore**, delle sedi **Siemens e Fastweb sempre a Milano**. Oltre che del progetto **Vatican Chapels, primo padiglione della Santa Sede alla Mostra Internazionale di Architettura della Biennale di Venezia**.

Il valore delle competenze e della tecnologia Panariagroup sono riconosciuti anche dall'importante lavoro di produzione per altri player ceramici che da diversi anni si rivolgono all'azienda per lo sviluppo di prodotti per il proprio catalogo.

Focus on

LE SUPERFICI CERAMICHE PANARIAGROUP SELEZIONATE PER IL **PRIMO PADIGLIONE DELLA SANTA SEDE** ALLA MOSTRA INTERNAZIONALE DI ARCHITETTURA DELLA BIENNALE DI VENEZIA



Panariagroup è stata scelta come costruttore di una delle architetture del primo Padiglione della Santa Sede realizzato in occasione della XVI Mostra Internazionale di Architettura della Biennale di Venezia, che si è tenuta dal 26 maggio al 25 novembre 2018. Panariagroup ha contribuito alla costruzione della cappella firmata dall'architetto Francesco Cellini, mettendo a disposizione del progetto l'avanguardia tecnologica e la qualità estetica delle grandi lastre sottili in grès porcellanato laminato, esempio di eccellenza industriale italiana.

La collaborazione con la Santa Sede per questa sedicesima edizione della rassegna ha rappresentato senza dubbio un'occasione unica per mettere in risalto le proprietà di questi materiali che hanno contribuito a conferire al progetto un tono solenne e di grande leggerezza, perfettamente in linea con la spiritualità

del luogo e della cappella, proseguendo così il dialogo quotidiano con l'architettura in un contesto di così alta eccellenza.

Il Padiglione, intitolato "Vatican Chapels" e curato dal professor Francesco Dal Co e da Micol Forti, ha preso ispirazione dal modello della Cappella nel Bosco, costruita nel 1920 dal celebre architetto Gunnar Asplund nel Cimitero di Stoccolma, e si è articolato in undici cappelle frutto delle interpretazioni di altrettanti architetti di fama internazionale, riunite nel giardino della Fondazione Cini sull'isola di San Giorgio Maggiore. Gli architetti sono stati lasciati liberi di esplorare il concetto architettonico di cappella, definita dall'architetto svedese come un luogo di orientamento, incontro, meditazione, proponendo la propria personale lettura e visione di questo edificio.

L'opera dell'architetto Cellini e di Panariagroup ha posto al centro della costruzione la progettualità del materiale e la sua interazione con l'ambiente circostante, attraverso un'architettura razionale che lasciasse ampio spazio alla riflessione del luogo e del suo significato.

La struttura è stata contraddistinta da un volume a forma di parallelepipedo rettangolare e da un transetto centrale che interseca perpendicolarmente il soffitto, ospitando i due simboli principali della cappella: l'altare e il leggio. Il progetto presenta anche un forte contrasto cromatico dato dall'utilizzo di lastre in grès porcellanato laminato ultrasottili con una texture ispirata al ferro, e lastre bianco lucido scelte per ottenere un effetto di riflesso dell'ambiente naturale all'interno di esso.

Linee pulite ed essenziali che sono state esaltate dalle superfici ceramiche sottili che hanno permesso di conservare la leggerezza e razionalità dell'architettura. Un materiale di straordinaria innovazione, di cui Panariagroup vanta il primato di prima azienda ceramica ad averne curato l'introduzione sul mercato e una leadership che si è consolidata nel tempo. Superfici rivoluzionarie che, grazie al loro spessore ridotto e alla loro resistenza, garantiscono più flessibilità, facendo

della versatilità e della facilità di impiego i punti di forza per rispondere a ogni esigenza dell'architettura e dell'interior design ed accogliere così la sfida del progetto della Santa Sede.

Le lastre ceramiche scelte dall'architetto Cellini per il progetto appartengono ai principali Brand italiani del Gruppo - Cotto d'Este, Lea Ceramiche e Panaria Ceramica - e sono state impiegate per rivestire gli interni e gli esterni dell'architettura in una combinazione che coniuga il fascino di un progetto architettonico originale alla evidenza delle performance tecniche ed estetiche dei materiali.

Il progetto è stato realizzato con il contributo e il supporto del team Panariagroup per i grandi progetti, con un'assistenza sia alla fase di impostazione sia a quella di realizzazione in cantiere.

Vatican Chapels ha riscontrato un grandissimo successo sia in termini di visite (oltre 140.000 durante il periodo della manifestazione) sia di risonanza sulla stampa e sui media internazionali.



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. Durante l'anno 2018, il Gruppo ha avviato un percorso di aggregazione del marchio Fiordo che verrà ricompreso nel marchio Panaria Ceramica a partire dal 1° gennaio 2019.



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**

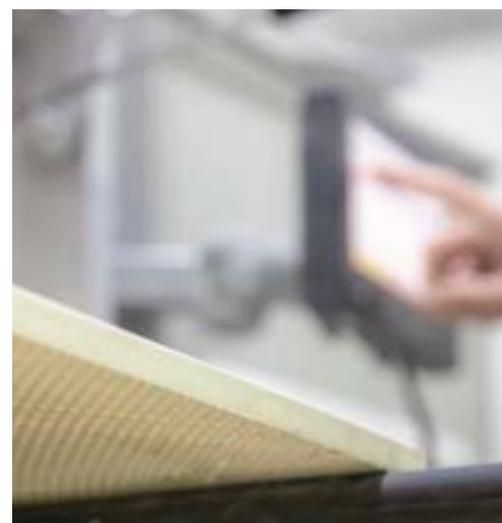
laminato, un prodotto rivoluzionario su cui Panariagroup ha puntato da oltre 10 anni, con vendite record in tutto il mondo e con una innovazione costante, capace di reinterpretare e fare evolvere questa tecnologia al servizio di utilizzi sempre più ambiziosi.

Nel 2018 questo prodotto ha avuto un'importante evoluzione grazie allo sviluppo di **due nuove tipologie produttive**:

- **due nuovi formati (120x260 cm e 120x120 cm);**
- **un nuovo spessore (6 mm).**

Questo ha consentito a Panariagroup di completare in modo importante la propria gamma nei materiali sottili, con un set di formati e spessori ricco e significativo, prodotto attraverso una tecnologia vincente e distintiva, realizzando, nel corso del 2018, 8 nuove collezioni tra Italia e Portogallo.

Ulteriore dimostrazione concreta dell'impegno del Gruppo nella costante ricerca di prodotti ecosostenibili, il **grès porcellanato laminato 3,5 mm di Panariagroup si distingue in particolare per le sue elevate prestazioni ambientali** se comparato con il grès porcellanato generico 10 mm.



LASTRE CERAMICHE SOTTILI DI QUALITÀ SUPERIORE

Grès porcellanato laminato in grande formato: un materiale leggero, versatile e resistente per nuove prospettive progettuali nel mondo dell'architettura e dell'abitare.



IN PIÙ LE NOSTRE **LASTRE CERAMICHE** SONO

- **sottili, leggere** e adatte alle ristrutturazioni
- **facili** da lavorare, movimentare e posare
- **flessibili** (raggio di curvatura minimo fino a 5 metri)
- perfettamente **planari**
- **affidabili**, grazie all'esperienza di fornitura del prodotto in tutto il mondo da oltre dieci anni
- disponibili in un'ampia gamma di **grandi formati**
- con l'esclusiva protezione antibatterica **Protect**

Inoltre, tutti i processi di applicazione della rete in fibra di vetro, levigatura e rettifica sono realizzati e controllati internamente.

PERCHÉ LE NOSTRE LASTRE SONO DI QUALITÀ SUPERIORE

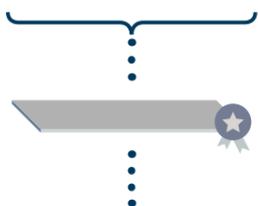
1

MATERIE PRIME
PREGIATE



IMPASTI 3 VOLTE
PIÙ PREZIOSI
RISPETTO
A QUELLI
TRADIZIONALI

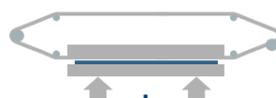
SOLO
INGREDIENTI
DI QUALITÀ,
SENZA UTILIZZO
DI SCARTI



MASSIMI STANDARD
IN QUALITÀ
E PRESTAZIONI

2

PROCESSO DI PRESSATURA UNICO
SU NASTRO

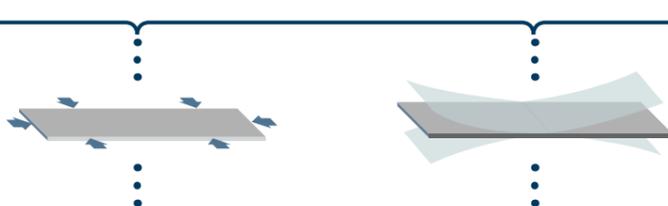


MATERIALE
PRESSATO PER
OLTRE 1 MINUTO
SU LASTRA FERMA

FORZA DI
PRESSATURA
FINO A 27.000 t

PRESSIONE
OMOGENEA
SU TUTTA LA
SUPERFICIE

DISAERAZIONE
COMPLETA
EFFETTO
SOTTOVUOTO



LASTRE PIÙ COMPATTE

LASTRE PIÙ ELASTICHE

Raggio di curvatura minimo fino a 5 metri

3

TECNICHE ESCLUSIVE
DI LAVORAZIONE DELLE SUPERFICI



ALTA DEFINIZIONE
DELLE STRUTTURE

GRANDE PROFONDITÀ
DEGLI EFFETTI GRAFICI

ELEVATO STANDARD NELLE
RESE COLORE E NEL GRADO
DI BIANCO

MASSIMA LUCIDITÀ
E PULIBILITÀ

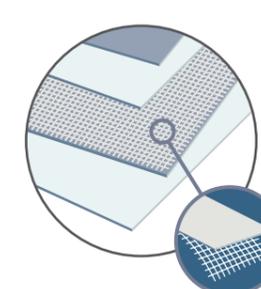
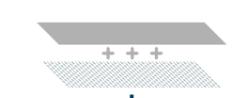


ECCELLENZA NELLA
RESA ESTETICA DEI MATERIALI

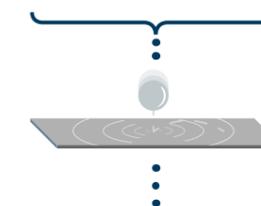
4

APPLICAZIONE DEL
RINFORZO IN FIBRA DI VETRO

Disponibile su una ampia selezione di prodotti



STUOIATURA POSTERIORE
DEL MATERIALE



STRAORDINARIA
EXTRA-RESISTENZA

5

SOSTENIBILITÀ
AMBIENTALE



CON IL NOSTRO PROCESSO
VENGONO RIDOTTI

-65%
DEL CONSUMO
DI MATERIE PRIME

-80%
DEL FABBISOGNO
DI ACQUA

-30%
DEL FABBISOGNO
DI ENERGIA

-30%
DELLE EMISSIONI DI
CO₂ IN ATMOSFERA

-66%
DELL'INQUINAMENTO
GENERATO DA
TRASPORTO

I dati fanno riferimento a un prodotto a spessore 3,5 mm, confrontato a un grès porcellanato spessore 10 mm.

Le **superfici antibatteriche PROTECT** garantiscono una **protezione continua e inalterabile** che migliora l'abitare delle persone.

Un altro esempio concreto della **capacità innovativa del Gruppo è lo sviluppo di PROTECT**. Panariagroup dal 2012, grazie al costante lavoro del proprio Centro Ricerche, ha costruito una vera e propria leadership tecnologica e commerciale nel segmento dei prodotti antibatterici, sviluppando con Microban®, leader mondiale nella tecnologia antibatterica applicata a molteplici settori e prodotti, una linea di superfici ceramiche ad altissime performance. A testimonianza della crescente richiesta di prodotti con queste specifiche tecniche, il Gruppo ha venduto nel 2018 3.247.148 m² di prodotti PROTECT nel mondo.

Le superfici antibatteriche PROTECT sono state progettate da Panariagroup con un vero scudo antibatterico agli ioni d'argento incorporato nel prodotto ceramico, soluzione che elimina fino al 99,9% dei batteri dalla superficie e garantisce una protezione continua giorno e notte.

A differenza di altre tecnologie, non si tratta di un trattamento organico applicato al prodotto finito (come cere o resine), **la protezione antibatterica di PROTECT è permanentemente integrata nei prodotti durante il processo industriale di cottura**. Non può essere quindi rimossa con il lavaggio, non si consuma e protegge attivamente l'intera superficie per tutto il ciclo di vita del prodotto.

PROTECT è garantito dalla partnership con Microban®, azienda leader mondiale nella tecnologia antibatterica che può contare partnership con centinaia di brand e di cui ogni nuova collezione viene testata per certificarne ufficialmente l'attività antibatterica presso laboratori esterni internazionali riconosciuti.

Grazie a una superficie costantemente protetta, alle alte prestazioni igieniche e all'inalterabilità da usura e condizioni climatiche, **PROTECT permette di miglio-**



rare lo stile di vita e l'abitare delle persone.

La tecnologia basata sugli ioni d'argento, integrati in maniera permanente nella piastrella al momento della cottura, blocca il metabolismo dei batteri, eliminandoli e impedendone la proliferazione.

Di conseguenza:

- **più igiene e pulizie più facili:** il grado di pulizia del prodotto può essere visibilmente migliorato con la tecnologia antibatterica che non sostituisce le normali procedure di pulizia ma le facilita e completa, rendendole meno onerose e permettendo di raggiungere un miglior livello di protezione fra una pulizia e l'altra;
- **elimina anche quello che non si vede:** grazie alla tecnologia antibatterica, la crescita dei batteri può essere significativamente limitata su pavimenti e rivestimenti, top delle cucine, ecc.;
- **meno batteri, meno odori:** la presenza di batteri può causare odori sgradevoli, riducendo i batteri si riducono gli odori.

Con PROTECT Panariagroup conferma il proprio ruolo di impresa responsabile perché l'utilizzo di questo prodotto consente di portare i benefici delle tecnologie antibatteriche a svariati ambienti domestici e non, tra cui in particolare luoghi pubblici come ambienti sanitari, ristoranti, aeroporti, scuole, dove prevenire la contaminazione è fondamentale. Poter proporre materiali antibatterici ad altissima qualità è inoltre **sempre più decisivo per rispondere a**

capitolati sempre più selettivi e dunque aggiudicarsi cantieri e commesse, oltre che incontrare la domanda crescente da parte dei consumatori finali di prodotti orientati alla salute.

Nel 2018, Panariagroup ha marcato un ulteriore importante passaggio nella propria evoluzione tecnologica; ha infatti **realizzato quasi totalmente gli obiettivi che erano stati pianificati per l'anno** come, per esempio, l'installazione di nuovi impianti presso la business unit italiana, in particolare una linea di scelta per lo stabilimento di Toano e una per lo stabilimento di Fiorano Modenese, e l'installazione di nuovi impianti presso la business unit portoghese, come l'attrezzaggio di una linea di smalteria adibita ai grandi formati e l'aumento della potenzialità di produzione per i doppi caricamenti presso lo stabilimento di Ilhavo, oltre a una macchina digitale presso lo stabilimento di Aveiro.

Nell'unità produttiva di Aveiro (Portogallo) è stata inoltre installata una nuova linea di produzione con macchinari e impianti a elevate performance ambientali, quali sistema di recupero gas caldi nei bruciatori del forno, bruciatori a basso consumo, essiccatoio a recupero di calore dal forno e linea di imballaggio.

P R () T E C T

L'esclusiva linea di pavimenti e rivestimenti antibatterici ad altissime performance. Per un abitare sano, sicuro e protetto.



AZIONE POTENTE

Elimina i batteri e ne impedisce la proliferazione



PROTEZIONE CONTINUA

Sempre attivo, 24 ore su 24, con e senza luce solare



EFFICACIA ETERNA

Grazie alla tecnologia integrata in modo permanente nel prodotto



QUALITÀ GARANTITA

Dalla partnership con **MICROBAN®**

4.4

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

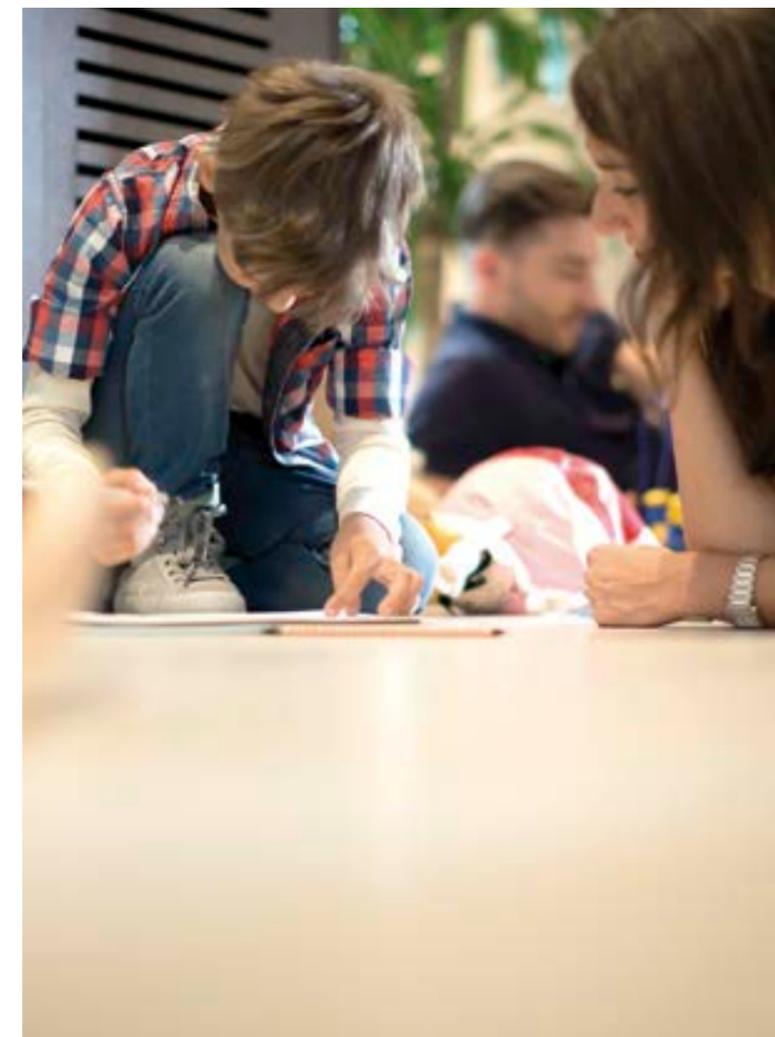
La soddisfazione del Cliente va di pari passo con la spinta verso l'innovazione e la sostenibilità. La capacità innovativa dell'azienda si basa su una continua sperimentazione che, grazie allo sviluppo di sistemi produttivi e tecnologie all'avanguardia, consente a Panariagroup di proporre ai Clienti 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**.

Panariagroup opera con elevatissimi parametri di qualità, che si riflettono in standard di fornitura di assoluta eccellenza: i reclami su prodotti venduti rappresentano appena lo 0,38% del fatturato totale (dato 2017). Oltre a questo, il Gruppo si adopera per la gestione delle eventuali problematiche con **un servizio post vendita attento e scrupoloso**, che si va aggiornando con strumenti di monitoraggio e risposta sempre più evoluti. In quest'ottica, primo nel settore ceramico, sta sviluppando partendo dalla business unit italiana il **servizio VIS**, un innovativo sistema proprietario di

Sales Force Automation **che consente alla propria forza vendita di effettuare un monitoraggio in tempo reale della qualità delle proprie forniture prodotti** e di garantire ai Clienti risposte veloci e complete in caso di eventuali problematiche. Il tutto gestito da avanzati tool digitali (un'app specifica per smartphone e tablet e un sistema web per gestione dati e processi). L'obiettivo è quello di rendere il sistema operativo nel primo semestre del 2019.

Inoltre, Panariagroup mette a disposizione dei propri partner commerciali un approfondito know-how tecnico sull'utilizzo e l'applicazione dei materiali, attraverso strumenti informativi (manuali tecnici), con un'accurata formazione del proprio personale e incontri di training specifici, sia in sede sia presso i Clienti: **nel 2018 sono state oltre 1.200 le persone che hanno visitato lo stabilimento del grès porcellanato laminato di Fiorano Modenese, 1.275 quelle che hanno usufruito di sessioni di approfondimento tecnico sulle lastre ceramiche presso la sede aziendale e oltre 1.000 fuori sede in Italia e all'estero**.

Uno degli elementi distintivi di Panariagroup è la capacità di affrontare le sfide commerciali non solo con uno



Panariagroup opera con **elevatissimi parametri di qualità**, che si riflettono in standard di fornitura di assoluta eccellenza.

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.

Panariagroup inoltre mette a disposizione **una struttura (la Divisione Contract & Key-Account) specializzata nella relazione con particolari segmenti di Clientela**, come ad esempio progettisti, studi professionali, architetti, ecc., con un team commerciale e un'unità di progettazione e servizio in grado di rispondere in modo efficiente e specifico a tutte le esigenze di questi target su scala mondiale.

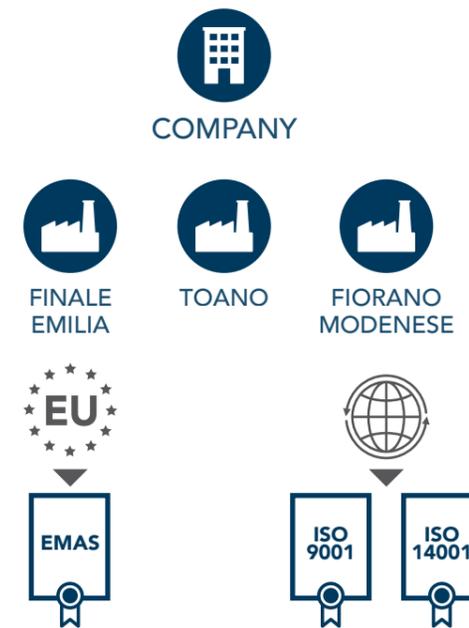
4.5

CERTIFICAZIONI DI SISTEMA

Panariagroup è dotata di un **sistema di gestione della qualità certificato secondo la norma 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 |

PANARIAGROUP ITALIA



GRES PANARIA PORTUGAL

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.**

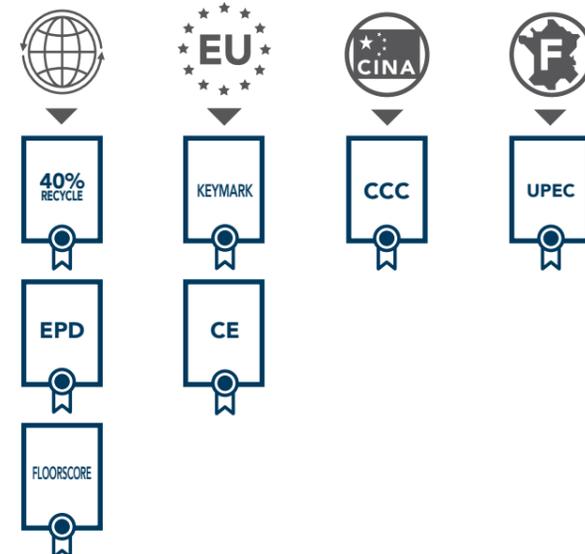
| CERTIFICAZIONE | DESCRIZIONE | CAMPO DI APPLICAZIONE | | |
|---|---|-----------------------|------------|-----|
| | | ITALIA | PORTOGALLO | USA |
|  | UPEC è una certificazione di prodotto rilasciata dall'istituto francese CSTB che verifica l'idoneità tecnica dei prodotti in relazione al tipo di destinazione 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 | ● | ● |
|  | 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 | ● | ● |

PANARIAGROUP
USA



GRES PANARIA
PORTUGAL

PANARIAGROUP
ITALIA



LA DICHIARAZIONE EPD.

UN ULTERIORE STRUMENTO
PER COGLIERE LE SFIDE
E LE OPPORTUNITÀ
DELLA SOSTENIBILITÀ

Panariagroup raggiunge l'importante traguardo della **Dichiarazione EPD** (Dichiarazione Ambientale di Prodotto) per i processi produttivi dei 3 stabilimenti italiani - Fiorano Modenese, Finale Emilia, Toano – e conferma così la propria vocazione in tema di sostenibilità ambientale, una delle peculiarità distintive del Gruppo.

Comunicazione certificata e verificata da un ente indipendente, **l'EPD esprime in modo trasparente e oggettivo le prestazioni ambientali dei prodotti lungo il loro ciclo di vita**, in accordo con lo Standard internazionale ISO 14025.

Per il Gruppo si tratta di un importante traguardo che consente di arricchire il **ricco carnet di certificazioni di cui si è dotato per rendere i propri Brand sempre più competitivi** nel mercato globale e attestare l'eccellenza dei propri prodotti e servizi.

L'EPD rappresenta, infatti, l'ultimo tassello di un lungo percorso che nel tempo ha visto crescere gli investimenti per posizionare in modo sempre più autorevole l'offerta del Gruppo.

Attraverso l'alta competenza del team di ricerca interna, il controllo totale delle fasi di lavorazione del

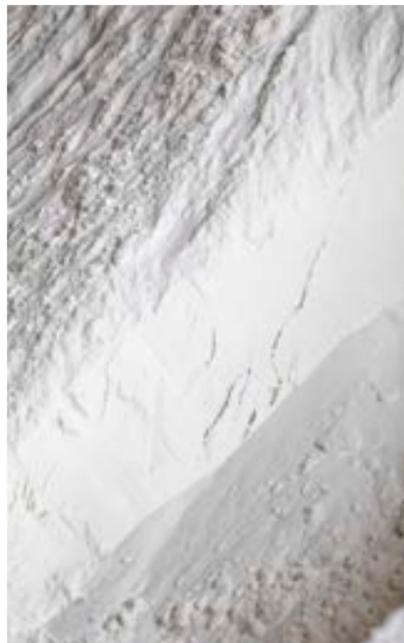


prodotto e del processo produttivo, **Panariagroup può qualificare ancora di più il profilo delle proprie superfici, in particolare quello Green, nei confronti di architetti e progettisti** alla ricerca delle migliori soluzioni che rispondono ai più rigorosi standard ambientali, per l'ottenimento di crediti per sistemi di rating internazionali.

La Dichiarazione EPD si inserisce con determinazione all'interno di un chiaro percorso di sostenibilità intrapreso da **Panariagroup, unica azienda nel settore ceramico a stilare il Bilancio di Sostenibilità secondo i più aggiornati standard internazionali (GRI)** e a sottoporlo a certificazione da parte di una società di revisione specializzata.



LA RESPONSABILITÀ
AMBIENTALE



Puntiamo a vivere in
simbiosi con l'ambiente.
La materia e l'energia
che ci occorrono tornano
all'ambiente sotto forma
di rispetto.

In Italia il Gruppo riutilizza il

100%

delle acque di processo.

5.1

LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE DEL GRUPPO

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 e, dal 2016, del Bilancio di Sostenibilità.

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

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.



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. Panariagroup ha concluso nel 2018 il percorso di adeguamento dei sistemi di gestione qualità e ambiente alle rispettive nuove norme ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015.

La dichiarazione EMAS contiene le performance ambientali e gli obiettivi di miglioramento prefissati ed è pubblicata annualmente sui siti internet aziendali per gli stabilimenti italiani e produttivi.

Inoltre, Panariagroup predispone annualmente il report AIA come previsto dall'Autorizzazione Integrata Ambientale, per i siti produttivi italiani, contenente dati relativi alle 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.**

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

Tutti i prodotti dei Brand sono, inoltre, sottoposti a rigorosi e accurati controlli di qualità e ogni collezione viene classificata secondo specifiche normative relative alle piastrelle di ceramica. La maggior parte di esse possiede i requisiti per l'ottenimento di crediti dei principali sistemi di certificazione degli edifici come ad esempio il regolamento LEED. Il Gruppo, infatti, è molto attento all'aggiornamento normativo sulle piastrelle di ceramica, i tecnici monitorano gli eventuali aggiornamenti normativi riguardo le piastrelle di ceramica tramite la partecipazione a commissioni tecniche in associazione o a livello internazionale tramite partecipazione a comitati ISO.

LE INIZIATIVE DI MAGGIOR RILIEVO DEL 2018



L'impegno di Panariagroup per la salvaguardia dell'ambiente e la conservazione delle risorse naturali si esprime particolarmente nella gestione dei sistemi produttivi, orientata alla prevenzione e minimizzazione dell'impatto ambientale.

Al fine di migliorare le proprie performance in materia ambientale, **Panariagroup ha realizzato diverse iniziative e progetti che hanno registrato importanti risultati.** Di seguito si riportano alcune delle principali attività realizzate negli stabilimenti del Gruppo relative al processo di packaging per la business unit italiana e all'efficientamento produttivo ed energetico per la business unit portoghese.

PACKAGING

BU ITALIA

Dal 2017 è stata posta una forte attenzione alla riduzione degli impatti ambientali nel sistema di imballaggio in termini di cura nell'acquisto di materiale riciclato ed efficientamento delle risorse nel processo di packaging, grazie all'introduzione di macchine di inscatolamen-

to automatico in linea di scelta all'interno del processo produttivo. In particolare, quest'anno è stato acquistato:

- **il 72% di plastica riciclata per uso industriale**, contro il 57% del 2017 e il 40% del 2016;
- **il 70% di carta e cartone riciclati** utilizzati per gli imballaggi di prodotti;
- **legno rinnovabile al 100%** per lo stoccaggio e la movimentazione dei materiali.

Panariagroup si impegna per il recupero dei materiali di scarto che vengono nuovamente rigenerati e riutilizzati dal mercato. Inoltre, negli ultimi anni l'azienda si è dotata di nuove macchine di inscatolamento automatico che permettono di ottimizzare l'utilizzo di cartone durante il processo di confezionamento, grazie all'uso di un formato di carta e cartone più sottile e alla riduzione dello scarto in quanto il macchinario realizza la forma di packaging avvolgendo il prodotto, quindi, regolandone la misura di conseguenza. **Questa tecnologia consente una riduzione fino al 50% di cartone utilizzato rispetto ai sistemi tradizionali utilizzati in precedenza.**

EFFICIENTAMENTO PRODUTTIVO E AMBIENTALE

BU PORTOGALLO

Il nuovo forno installato presso lo stabilimento di Aveiro in Portogallo ha permesso di ottenere **significativi miglioramenti in termini di produzione e di efficienza ambientale, nonché di innovazione del prodotto**, soprattutto a livello di grandi formati. È stato infatti possibile ottenere le condizioni ideali per la produzione del formato 80x80 cm, e per soddisfare gli ordini dei Clienti relativi ad altri formati di grandi dimensioni.

La capacità produttiva di questo nuovo forno può superare il 70% della capacità produttiva di un forno tradizio-

nale per formati come 35x100 cm. In termini energetici, **il guadagno di efficienza** per quanto riguarda i consumi di energia elettrica e gas metano del nuovo forno è **di circa il 35%**, se paragonato a un forno tradizionale a parità di volumi di produzione.

Come per i forni precedenti presenti nello stabilimento, anche il calore in uscita dal nuovo forno viene recuperato per alimentare altri impianti produttivi, contribuendo ad aumentare i livelli di efficientamento energetico del sito.



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 eco-sostenibilità. 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 i contenuti specifici di questi obiettivi sono riportati all'interno della Dichiarazione Ambientale EMAS.

Le performance e gli obiettivi di Gruppo vengono rendicontati annualmente nel Bilancio di Sostenibilità.

La filiera produttiva del Gruppo dialoga con l'ambiente in maniera responsabile, riducendo quindi l'impronta ecologica che la produzione industriale imprime sulla superficie del pianeta.

5.3

LE MATERIE PRIME

SMALTI

Gli smalti sono composti dai seguenti materiali:



- Polvere di argilla
- Allumina
- Pigmenti naturali
- Fritte
- Quarzo

MATERIE PRIME

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



- Pigmenti colorati
- Argilla
- Feldspati
- Sabbia

ADDITIVI AUSILIARI

I principali additivi ausiliari sono:



- Agenti leganti
- Agenti fluidificanti

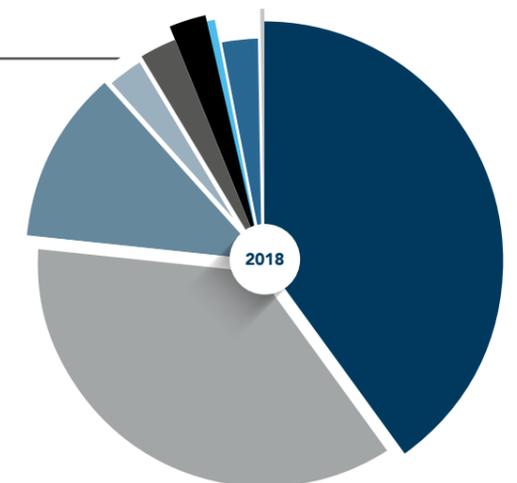


Nel grafico presentato di seguito sono rappresentate le **principali materie prime utilizzate dal Gruppo nel 2018**. Dal grafico, si può notare come gran parte de-

gli acquisti siano rappresentati da argille e feldspati. Nel 2018, il Gruppo ha ridotto a zero l'acquisto di atomizzati.

MATERIE PRIME UTILIZZATE

- **40,0%** Argille
- **36,8%** Feldspati
- **11,8%** Sabbia
- **2,9%** Cotto macinato
- **2,6%** Smalti e coloranti
- **2,6%** Imballaggi
- **2,5%** Altri
- **0,6%** Additivi
- **0,2%** Zirconio/sbiancanti



Panariagroup dimostra da sempre un elevato rispetto nei confronti dell'ambiente, impegnandosi nell'acquisto, laddove possibile e compatibilmente con il materiale propedeutico all'attività del proprio business, di materie prime rinnovabili.

ciclato. Sono stati considerati come materiali non rinnovabili sia la classe smalti sia la classe relativa alle materie prime per l'impasto, in cui sono presenti materiali comunque naturali come le argille, i feldspati e le sabbie.

Nella business unit italiana, per quanto riguarda **gli imballaggi ceramici, il 100% del legno utilizzato e circa 900 tonnellate di carta sono provenienti da fonte rinnovabile, mentre la plastica acquistata contiene invece una percentuale pari al 35% di materiale ri-**

Relativamente al perimetro estero, la business unit americana utilizza circa 3.400 tonnellate di imballaggi provenienti da fonti rinnovabili, una quantità che rappresenta il 96% degli imballaggi totali. Si segnala infine che Gres Panaria Portugal non utilizza, al momento, materiali provenienti da fonte di natura rinnovabile.

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 rettificazione/lappatura. **In tutti gli stabilimenti del Gruppo, il 100% degli scarti crudi è recuperato 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.

In tutti gli stabilimenti del Gruppo, **il 100% degli scarti crudi è recuperato nel processo produttivo.**



5.5

ENERGIA ED EMISSIONI

Gli stabilimenti di Panariagroup utilizzano prevalentemente energia elettrica, gas metano e gasolio. Nel 2018 il Gruppo ha consumato complessivamente 3.132.254 GJ di energia, in aumento rispetto all'anno precedente, di cui 1.921 GJ proveniente da fonti rinnovabili e 3.130.333 GJ da fonti non rinnovabili. In generale, si è registrato un aumento dell'utilizzo di energia elettrica e carburante per autotrazione; al contrario, il Gruppo ha diminuito leggermente i propri consumi di gas naturale e GPL.

Le performance ambientali del Gruppo si sono mantenute pressoché simili a quelle dell'anno precedente con leggere diminuzioni nei consumi di gas naturale e GPL, evidenziando **la forte attenzione del Gruppo nel monitoraggio e nella minimizzazione degli impatti ambientali, in particolare legati al consumo energetico e alle emissioni.**

| ANNO DI RIFERIMENTO | INTENSITÀ ENERGETICA ⁴ (GJ/m ²) |
|---------------------|--|
| 2017 ⁸ | 0,142 |
| 2018 | 0,139 |

| ANNO DI RIFERIMENTO | INTENSITÀ EMISSIVA ⁴ (tCO ₂ ,eq/m ²) | |
|---------------------|--|--------------|
| | LOCATION BASED | MARKET BASED |
| 2017 ⁸ | 0,010 | 0,010 |
| 2018 | 0,009 | 0,010 |



4. Vedasi pag. 12.
8. Il dato relativo al 2017 è stato riesposto. Per i dettagli si rimanda alla sezione "Allegati".

192 tCO₂eq

Emissioni evitate nel 2018 grazie agli impianti fotovoltaici di Fiorano Modenese, Finale Emilia e Sassuolo

3.132.254 GJ

Energia totale utilizzata dal Gruppo nel 2018

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.



150.484 tCO₂eq¹⁰

● Emissioni dirette (155.450 tCO₂eq nel 2017)

55.596 tCO₂eq¹⁰

● Emissioni indirette Location based (60.366 tCO₂eq nel 2017)

68.311 tCO₂eq¹⁰

● Emissioni indirette Market based (62.673 tCO₂eq nel 2017)

Negli stabilimenti italiani di Finale Emilia, Fiorano Modenese e Sassuolo sono installati tre impianti fotovoltaici rispettivamente di 450 kWp con superficie di 4.200 m², 85 kWp con superficie di 1.000 m², 19,5 kWp con superficie di 220 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 192 tonnellate di CO₂eq⁹ nel 2018.**

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.

In merito ai consumi energetici, è importante notare come in rapporto alla maggior parte degli altri materiali da rive-

stimento (parquet, pietra naturale, sughero), il grès porcellanato consumi meno energia per la sua produzione, grazie anche a impianti moderni e alla sua elevatissima durata nel tempo.

Le emissioni in atmosfera 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.

Per quanto riguarda le emissioni di gas a effetto serra, alla leggera diminuzione dei consumi di gas naturale e GPL, è corrisposta una diminuzione delle emissioni dirette di gas serra nel 2018, rispetto al 2017, a differenza delle emissioni di gas serra indirette, associate all'acquisto di

energia elettrica, che hanno visto un aumento dovuto alla diminuzione del consumo di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili. Il calcolo delle emissioni di Scopo 2 è effettuato secondo due diversi approcci: "Location based" e "Market based". L'approccio "Location based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica (per i coefficienti di emissione utilizzati si rimanda alle tabelle di riferimento nella sezione "Allegati"). L'approccio "Market based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici accordi contrattuali tra le Società del Gruppo e il fornitore di energia elettrica (es. acquisto di Garanzie di Origine), per questo approccio è

utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale (per i coefficienti di emissione utilizzati si rimanda alle tabelle di riferimento nella sezione "Allegati").

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 atmosfera¹¹.

9. Le emissioni di CO₂eq evitate sono state calcolate con metodo Location based (Fonte: Terna 2016 relativo all'Italia).

10. I dati relativi al 2017 sono stati riesposti. Per i dettagli si rimanda alla sezione "Allegati".

11. 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).

5.6

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. Nel 2018, il fabbisogno idrico totale dei siti produttivi è stato di 394.630

m³ in aumento dell'1,8% rispetto al 2017, come messo in evidenza nei dati riportati in Allegato.

Il Gruppo, sempre attento alla minimizzazione degli impatti ambientali derivanti dalle attività produttive, ha mantenuto un consumo idrico stabile rispetto al 2017, come si evidenzia dall'indice riportato di seguito.

| ANNO DI RIFERIMENTO | INDICE DI CONSUMO IDRICO⁴ (m³/m²) |
|----------------------------|---|
| 2017 | 0,0171 |
| 2018 | 0,0175 |



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.

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 di circa l'80% in meno rispetto alle piastrelle in grès porcellanato.

Gli impianti di Panariagroup in Italia **riutilizzano il 100% dell'acqua di processo**, riducendo il consumo di risorse idriche naturali fino all'80%.

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.

Il Gruppo Panariagroup, nel 2018, ha registrato 69.031 tonnellate di rifiuti prodotti di cui 192 tonnellate sono rifiuti pericolosi (lo 0,28% sul totale).

| RIFIUTI | ITALIA | PORTOGALLO | USA | TOTALE |
|--|--------|------------|-------|---------------|
| RECUPERO (t) | 49.446 | 15.471 | 287 | 65.204 |
| DI CUI PERICOLOSI (t) | 42 | 19 | - | 61 |
| SMALTIMENTO (t) | 798 | 6 | 3.023 | 3.827 |
| DI CUI PERICOLOSI (t) | 125 | 6 | - | 131 |
| PERCENTUALE DI RIFIUTI PERICOLOSI SUL TOTALE | 0,33% | 0,16% | 0,00% | 0,28% |

La maggior parte dei rifiuti prodotti sono destinati al recupero, circa 65.204 tonnellate di cui solo 61 tonnellate sono rifiuti pericolosi. **I rifiuti recuperati costituiscono il 94,5%**, una percentuale molto elevata rispetto al totale, e solo una piccola parte viene invece destinata allo smaltimento. Tutti i dati sulla gestione dei rifiuti vengono riportati in Allegato. Rispetto ai dati riportati nel 2017, la business unit portoghese ha registrato una forte dimi-

nuzione nei rifiuti destinati allo smaltimento, in quanto, durante il 2018, si è verificata una rielaborazione di nuovi documenti legali che non considerano più i pezzi rotti come residui. Panariagroup, in linea generale, ha registrato una diminuzione 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.



0,28%

● Percentuale di rifiuti pericolosi rispetto al totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2018, in calo rispetto al 2017 (0,31%)

69.031 t

● Rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2018

94,5%

● Percentuale dei rifiuti avviati a recupero rispetto al totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2018, in crescita rispetto al 2017 (93,2%)

Per quanto riguarda la produzione di fanghi da depurazione, una delle principali voci nell'elenco dei rifiuti prodotti dagli stabilimenti produttivi, **nel 2018 è stato completato un intervento impiantistico di importante rilevanza dal punto di vista ambientale presso il sito di Finale Emilia**. Le acque reflue provenienti dai reparti preparazione impasti, macinazione smalti e smalteria, erano precedentemente inviate a un depuratore chimico/fisico che produceva acqua depurata, recuperata successivamente in produzione, e fanghi ceramici che, una volta filtropressati, erano conferiti all'esterno per il recupero.

A seguito della modifica dell'impianto, le acque reflue vengono attualmente raccolte in una vasca posizionata nel reparto preparazione impasti e sono recuperate tal quali nella macinazione a umido all'interno dei mulini tamburlani continui, bypassando la fase di depurazione. Questo intervento ha portato a una **sensibile diminuzione della produzione di rifiuti** (fanghi filtropressati) inviati ad aziende esterne autorizzate al recupero.

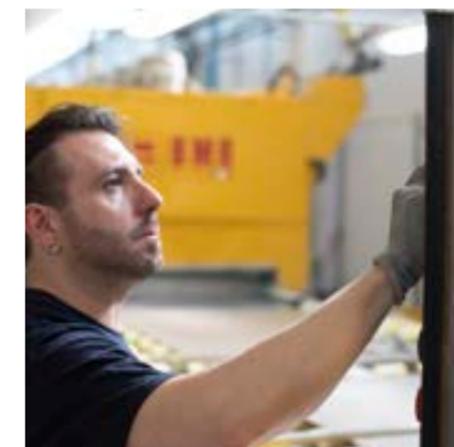
Panariagroup sta valutando la possibile estensione di questo intervento anche presso altri stabilimenti produttivi del Gruppo.



LA RESPONSABILITÀ
SOCIALE

Nessuna tecnologia avrebbe
senso senza le persone.
È a loro che dobbiamo tutto,
ed è a loro che continuiamo
a guardare.

Il **95** %
dei contratti del Gruppo
è a tempo indeterminato.



6.1

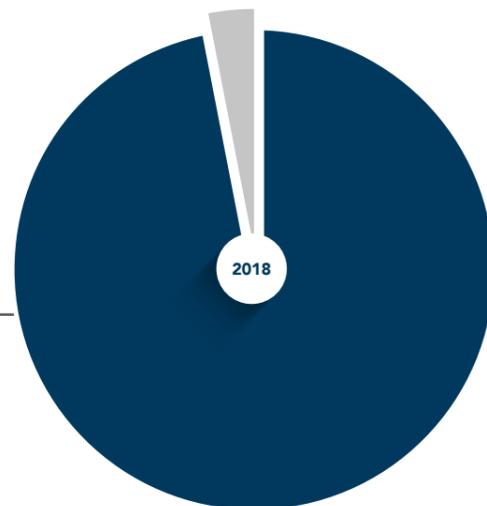
LE NOSTRE PERSONE

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

tribuire 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 AL 31 DICEMBRE

- **95%** Indeterminato
- **5%** Determinato



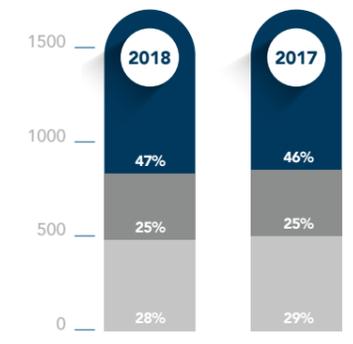
I contratti a tempo indeterminato garantiscono ai lavoratori del Gruppo **migliore stabilità e maggiori opportunità di crescita professionale**.

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.

Al 31 dicembre 2018, il Gruppo ha impiegato 1.741 dipendenti, con un saldo positivo di 12 nuove risorse rispetto all'anno precedente.

DIPENDENTI DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE

- Italia
- Portogallo
- USA



Alla luce di una forza lavoro in leggera crescita per il Gruppo, tra il 2017 e il 2018 il turnover è rimasto pressoché stabile, mentre **sono aumentati i dipendenti in entrata**, in particolare in Italia.

L'inclusione e la non discriminazione sono due valori considerati fondamentali per la gestione delle persone del Gruppo, alla base dei diversi strumenti adottati per valorizzare il talento di ogni singolo individuo, favorire

il bilanciamento tra vita privata e lavorativa e tutelare le diversità culturali, etniche, di età, di genere e di abilità. **Panariagroup si impegna a garantire uguali opportunità ai dipendenti e a coloro che fanno domanda per entrare a far parte dell'organizzazione**. 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.

Panariagroup **promuove una politica di work-life balance e di accesso ai sistemi di flessibilità lavorativa** in caso di maternità/paternità.

In particolare, negli USA sono state adottate la "non-discrimination policy" e la "anti-harassment policy", oltre ad aver implementato un sistema di comunicazione di eventuali casi/questioni legate alle risorse umane o ai membri del management che prevede anche azioni disciplinari per i dipendenti che violano le politiche e le normative interne.

A questo proposito, si segnala che nel 2018 il Gruppo non ha rilevato episodi di discriminazione. Panariagroup promuove una politica di work-life balance e di accesso ai sistemi di flessibilità lavorativa in caso di maternità/pa-

ternità. Inoltre, il **Gruppo supporta fortemente i suoi dipendenti, soprattutto nei momenti fondamentali della loro vita, come la nascita di una figlia o di un figlio.** Nel 2018, si sono registrati 16 congedi parentali di cui 5 per gli uomini e 11 per le donne. Il tasso di rientro dal congedo per l'anno 2018 è stato del 100%, mentre il tasso di retention del Gruppo, calcolato come il numero dei dipendenti che hanno usufruito del congedo e ancora in forza 12 mesi dopo, si attesta all'88% per gli uomini e al 100% per le donne, complessivamente al 95% per l'intero Gruppo.



In Italia, **Panariagroup ha posto particolare attenzione alle richieste di part-time prevalentemente destinate ad assecondare esigenze familiari.** Al 31 dicembre 2018 i contratti part-time in essere in Italia riguardano 50 persone.

In tema di remunerazione, **il Gruppo promuove fortemente l'attribuzione di un salario equo per i suoi dipendenti** in linea con quanto previsto dalle legislazioni locali. Inoltre, durante il 2018, per la business unit Italia è stato introdotto per il personale commerciale un sistema premiante in grado di incentivare il raggiungimento di specifici risultati e target economici.

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. Nel 2018, il Gruppo registra un grado di copertura da contrattazione collettiva pari al 72%. In particolare, in Italia sono stati sviluppati nel tempo contratti aziendali integrativi che prevedono condizioni lavorative migliori rispetto a quelle garantite da quelle nazionali.

Si segnala infine che, in caso di importanti cambiamenti organizzativi, il Gruppo si attiene a quanto stabilito dai contratti collettivi in tema di giusto preavviso.

Focus on

LA SOSTENIBILITÀ NEL **PROGETTO** **DI COMUNICAZIONE INTERNA** PER LA BUSINESS UNIT ITALIANA



L'impegno di Panariagroup per un modo di operare responsabile e sostenibile è un tema di grande rilevanza per l'azienda.

Per questo **il Gruppo ha deciso di avviare un importante programma di comunicazione delle proprie iniziative in ambito di sostenibilità anche verso i dipendenti.**

Nella business unit italiana è stato varato un piano di comunicazione interna dedicata alla sostenibilità, di cui fa parte un ciclo di newsletter: appuntamenti di aggiornamento e informazione che hanno l'obiettivo di tenere un canale sempre aperto e ricco di novità.

La diffusione sarà prevista sia online (email) sia cartacea, per coprire in modo capillare tutti i potenziali fruitori.

Sono stati inoltre realizzati totem informativi, collocati in tutte le sedi e stabilimenti italiani, per comunicare i principi fondamentali dell'impegno dell'azienda sui temi di sostenibilità.

Su alcune iniziative specifiche sono state inoltre attivate campagne di comunicazione dedicate. Ad esempio, è stata promossa la campagna per la vaccinazione antinfluenzale, **oltre al progetto Green Office, un'operazione di sensibilizzazione su un comportamento a minore impatto ambientale.** È stata redatta una sche-

da con alcuni suggerimenti, che è stata poi veicolata attraverso materiali di uso quotidiano (volantini, quaderni, calendari da tavolo).

In occasione delle festività natalizie, infine, è stato fatto omaggio a tutti i dipendenti di una bottiglietta in vetro personalizzata **per incentivare il consumo di acqua dai distributori o dai rubinetti, evitando lo spreco derivante dall'uso delle bottigliette o dei bicchieri in plastica.**

Tutte le comunicazioni sono state messe a disposizione dei dipendenti anche sul portale <http://hr.panariagroup.it/HRPORTAL> a cui ognuno può accedere tramite il proprio profilo personale.

Infine è stato organizzato un ciclo di incontri con le associazioni dei lavoratori per illustrare le strategie e le attività aziendali in ambito di sostenibilità, per un confronto più diretto e approfondito su questi temi.



6.1.1

FORMAZIONE E SVILUPPO

La formazione dei dipendenti è emersa come un tema particolarmente importante sia per i dipendenti sia per il Gruppo. 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 esigenze specifiche dei lavoratori al fine di garantire l'erogazione delle attività formative più adatte a loro e alle necessità operative.**

In tutto il Gruppo vengono erogate attività di formazione su tematiche di salute e sicurezza, secondo quanto previsto dalla legislazione locale. Inoltre, il Gruppo ha offerto ai suoi dipendenti un ampio ventaglio di attività formative definite dai manager e responsabili delle varie aree, quali principali conoscitori delle esigenze specifiche sia dei dipendenti stessi sia delle competenze richieste nelle attività di loro competenza.

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.

Nello specifico, negli stabilimenti degli USA sono stati realizzati corsi di formazione su tematiche di salute e sicurezza con l'obiettivo di limitare gli infortuni, "ergonomic training" all'interno degli impianti e presso i negozi di Florida Tile per ridurre il tasso di infortunio e di gravità, training specifici per l'utilizzo di macchinari di lavorazione con l'obiettivo di diminuire gli incidenti ed eventuali danni provocati dal loro non corretto utilizzo e corsi di formazione ambientale presso lo stabilimento finalizzati a sensibilizzare i dipendenti verso la riduzione degli impatti ambientali.

Gres Panaria Portugal ha da sempre fatto della qualificazione dei dipendenti un punto di importanza strategica. Sulla base di un'attenta analisi dei bisogni formativi del proprio personale, ogni anno viene definito un piano di formazione approvato dalla Direzione aziendale.

In Portogallo, infatti, la popolazione continua a presentare un deficit significativo nelle qualifiche che condiziona lo sviluppo del paese. Secondo i dati di Eurostat (2016), oltre la metà della popolazione, 25-64 anni, ha un livello di qualifica uguale o inferiore all'istruzione di base (9° anno di scolarizzazione). Gres Panaria Portugal, in collaborazione con AIDA¹², nel 2018 ha aderito al Program-

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.



ma Qualifica, che mira a portare il Portogallo più vicino agli obiettivi di convergenza nell'apprendimento permanente con la media dei paesi dell'Unione Europea, contribuendo al miglioramento dei livelli di qualificazione della popolazione e al miglioramento della posizione lavorativa degli individui.

Panariagroup si dimostra attiva anche nel coinvolgere direttamente in iniziative sociali e ambientali sia i dipendenti sia le comunità locali.

In tal senso, durante il 2018 in Portogallo sono stati attivati programmi mirati alla qualificazione della popolazione, volti a migliorarne l'istruzione e la formazione, contribuendo al miglioramento dei livelli di qualifica della stessa e al miglioramento dello stato di occupazione delle persone. Gres Panaria Portugal vuole offrire la possibilità di aumentare e sviluppare competenze attraverso una formazione qualificata. In tal senso, sempre in collaborazione con AIDA, la business unit Portogallo sviluppa iniziative per rafforzare la competitività, instaurare collaborazioni con controparti internazionali e nazionali su temi di interesse comune, promuovere l'internazionalizzazione delle imprese nella Regione di Aveiro, incoraggiare l'imprenditorialità e promuovere la formazione professionale, contribuendo ad aumentare l'occupazione e l'inclusione sociale. Inoltre, la business unit portoghese

ha promosso la partecipazione dei propri dipendenti ad alcune giornate nazionali e internazionali volte alla sensibilizzazione su tematiche di rilevanza comune, quali ad esempio il recupero delle batterie usate, l'attenzione ai consumi idrici e all'ambiente in generale, la gestione responsabile della catena alimentare, la sicurezza sul lavoro, ecc.

In aggiunta, a partire dal 2018 sono state intraprese iniziative di informazione riguardo il tema della sostenibilità verso i dipendenti, attraverso incontri dedicati e l'invio, tramite email, di una newsletter periodica.

Le ore totali di formazione erogate dal Gruppo nel corso del 2018 sono state pari a 9.735, di cui 5.414 per gli uomini e 4.321 per le donne.

Per quanto concerne l'attività di incentivazione, nei contratti integrativi aziendali applicati all'area commerciale in Italia e già operativi è prevista la corresponsione di un premio variabile per i dipendenti legato ai risultati economici e finanziari del Gruppo. Questo sistema è stato rinnovato anche per l'anno 2019 con l'introduzione di premi legati ad aspetti non strettamente legati al fatturato. Negli Stati Uniti questo sistema è già stato ampiamente avviato.

12. Associação Industrial do Distrito de Aveiro.

Focus on

LE ATTIVITÀ DI **CHARITY** DI FLORIDA TILE

Florida Tile ha sviluppato negli anni una grande sensibilità nelle attività di charity e di supporto verso la comunità.

I dipendenti possono aderire periodicamente a diverse iniziative prestando il loro impegno a diverse cause. In questo senso, sono stati sviluppati progetti per assistenza agli animali, ai reduci militari, ai bambini, agli ammalati e altro ancora.

Ogni trimestre viene selezionato un progetto e proposto ai dipendenti.

È stato così per esempio per Paws 4 the Cause, una associazione che si dedica ad aiutare e assistere gli animali in difficoltà e possibilmente trovare loro una nuova casa. I dipendenti hanno potuto donare per questa causa e nello specifico aiutare e supportare l'associazione fornendo cibo, accessori per la pulizia e altro.

Paws 4 the Cause ha organizzato un momento particolare presso la sede di Florida Tile portando alcuni dei cani in cerca di adozione per farli incontrare con i dipendenti durante le pause.



Si è trattato di un momento piacevole e coinvolgente per tutti i dipendenti che hanno potuto familiarizzare con l'iniziativa e dare il proprio contributo.

Il venerdì, inoltre, per Florida Tile è "Jeans Friday": viene data l'opzione di indossare i jeans per quanti decidono di fare una donazione a un'associazione di beneficenza.

Il fronte charity per Florida Tile si unisce ad altri importanti progetti di coinvolgimento dei dipendenti, come ad esempio programmi di formazione e mentoring, un programma di rewarding periodico per i dipendenti più meritevoli e un sistema strutturato di ascolto e feedback.

6.1.2

SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

Panariagroup, prestando grande attenzione ai temi relativi alla salute e sicurezza sul posto di lavoro, 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 ritenuto fondamentale sia sotto la prospettiva del Gruppo sia degli stakeholder.

In Italia è stato sviluppato un sistema di Gestione Ambiente e Sicurezza conforme alle norme ISO 9001, 14001, Regolamento EMAS e alle Linee Guida UNI INAIL con l'obiettivo di sviluppare e implementare procedure interne volte a prevenire, monitorare e gestire infortuni e incidenti sul lavoro. I principali strumenti adottati sono:

- un protocollo sulla riduzione degli infortuni;
- un protocollo comportamentale volto a definire delle buone prassi per limitare l'esposizione a situazioni considerate pericolose per alcune lavorazioni;

- la definizione di incontri tra le principali figure dedicate alla salute e alla sicurezza (RSPP, RLSSA, medico competente) per la valutazione degli impatti negativi di alcune lavorazioni sulla salute e sicurezza dei lavoratori;
- riunioni periodiche per la prevenzione e protezione dai rischi legati alla salute e sicurezza, nonché incontri periodici tra RSPP e RLSSA volti a mantenere costantemente informati i principali responsabili all'interno degli stabilimenti;
- documento di valutazione dei rischi nei luoghi di lavoro predisposto in funzione dei requisiti previsti dal D.Lgs. 81/08.

Panariagroup si impegna, inoltre, a comunicare a tutto il personale l'importanza dell'applicazione di tutte le procedure di sicurezza.

Per quanto riguarda il Portogallo, gli stabilimenti di Marges e Love Tiles hanno implementato un sistema integrato Qualità, Ambiente, Salute e Sicurezza certificato



Garantire **la protezione e sicurezza dei lavoratori è uno dei temi ritenuto fondamentale** sia sotto la prospettiva del Gruppo sia degli stakeholder.

secondo le norme ISO 9001, ISO 14001 ed EMAS, in materia di qualità e ambiente. Il sistema di gestione della sicurezza segue i principi della gestione normativa di riferimento (attuale ISO 45001). I principali strumenti di gestione sono:

- rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza e la salute sul lavoro (Legge 3/2014);
- procedura interna per l'analisi dei rischi dei luoghi di lavoro;
- programma di miglioramento delle condizioni di sicurezza e di salute sul lavoro;
- programmi per promuovere la salute dei dipendenti;
- formazione interna in materia di sicurezza e salute sul lavoro;
- consulenza tecnica in materia di sicurezza e salute sul lavoro;

- monitoraggio dei fattori di rischio sul luogo di lavoro per il rumore e la silice cristallina respirabile;
- verifica interna dei requisiti minimi di sicurezza per le attrezzature di lavoro (Direttiva n. 2001/45/CE);
- incontri di analisi delle attività, che includono aspetti di sicurezza e salute;
- ginnastica al lavoro per la prevenzione delle lesioni muscoloscheletriche;
- servizi medici e infermieristici al lavoro (Legge 3/2014);
- procedura per il controllo dei fornitori di servizi esterni per quanto riguarda gli aspetti sociali e di salute e sicurezza sul lavoro.

Per quanto riguarda invece la società americana, in Florida Tile sono in uso procedure interne che mantengono alta l'attenzione degli addetti sulle buone pratiche di lavoro, sui comportamenti utili ad evitare possibili



situazioni di pericolo o rischi connessi alle lavorazioni nei diversi reparti. Si svolgono **riunioni periodiche con lo scopo di condividere prassi e comportamenti virtuosi** tra tutti gli addetti e raccogliere segnalazioni per migliorare l'ambiente di lavoro e la sicurezza dei luoghi.

È inoltre a disposizione di tutti i dipendenti un medico che fornisce consigli non solo relativi alle patologie specifiche dell'attività lavorativa, ma anche su tutte le necessità che ciascun dipendente può avere.

Il Gruppo tiene costantemente sotto controllo gli indici di infortunio **operando in maniera decisa sulla sensibilizzazione del personale** attraverso attività di for-

mazione 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).

Negli stabilimenti italiani, a seguito dell'aggiornamento del documento di valutazione dei rischi di salute e sicurezza, non sono state evidenziate situazioni di rischio urgenti e immediate negli ambienti 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.

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.

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.



13. L'Indice di gravità è stato calcolato come numero di giorni persi /ore lavorabili*100.000. Il Tasso di infortunio è stato calcolato come numero di infortuni/ore lavorate*100.000.

6.2

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.

Negli USA, Florida Tile si è impegnata concretamente con donazioni e attività di solidarietà e vicinanza a ospedali, associazioni a tutela di categorie disagiate, associazioni sportive. In alcune occasioni, anche i dipendenti sono stati coinvolti direttamente: per esempio, sono state organizzate giornate dedicate alla vicinanza ai malati di cancro, con i dipendenti Florida Tile che hanno contribuito cucinando per loro e per gli incaricati all'assistenza.

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, nonché l'organizzazione del Love Tiles Cycling Team che raccoglie appassionati praticanti.

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, il Gruppo è tra i principali sponsor del Sassuolo Calcio, squadra giunta ai massimi livelli della Serie A italiana: in particolare, grazie a questa iniziativa, i dipendenti possono andare gratuitamente allo stadio a godersi lo spettacolo del grande calcio.

263.000 euro

● **Cifra destinata dal Gruppo nel 2018 come donazioni in denaro o prodotto per le comunità locali.**

6.3

GESTIONE RESPONSABILE DELLA **CATENA DI FORNITURA**

Panariagroup mira a potenziare le relazioni con i propri fornitori con l'obiettivo di costruire insieme un sistema improntato alla sostenibilità lungo tutta la sua catena del valore.

In tal senso, il Gruppo, consapevole dell'importanza della responsabilità sociale e ambientale anche lungo la catena dei fornitori, **ha formalizzato il proprio Codice di Condotta Commerciale con l'impegno di avviare un percorso di implementazione di politiche e procedure volte a selezionare i fornitori sulla base di criteri di sostenibilità** e monitorare l'intera catena di fornitura in materia etica, sociale, ambientale e di rispetto dei diritti umani e dei lavoratori.

Essendo un percorso in fase di sviluppo, nel corso del 2018 non sono state effettuate valutazioni di nuovi fornitori sulla base di criteri di sostenibilità (sociali e ambientali).

I fornitori del Gruppo¹⁴ sono prevalentemente "Fornitori Primari", dai quali Panariagroup acquista materie prime, prodotti finiti e servizi per le principali attività produttive, e "Altri Fornitori" che provvedono alla fornitura di energia, servizi manutentivi e di trasporto, e altre attività e beni per l'operatività.

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.

Panariagroup mira a **potenziare le relazioni con i propri fornitori** per costruire insieme un sistema improntato alla sostenibilità.

14. La percentuale di fornitori delle rispettive categorie è calcolata sulla base della spesa per tipologia di acquisto. Sono state escluse dal calcolo le spese per provvigioni per tutto il perimetro.

Inoltre, per quanto riguarda il monitoraggio sulla catena di fornitura, Panariagroup richiede a tutti i suoi fornitori appaltatori del perimetro italiano, tramite clausola contrattuale, l'accettazione dei valori comportamentali definiti dal MOG.231/01 del Gruppo e la cui conformità da parte del fornitore viene verificata all'interno delle visite on-site realizzate dalla funzione Acquisti del Gruppo.

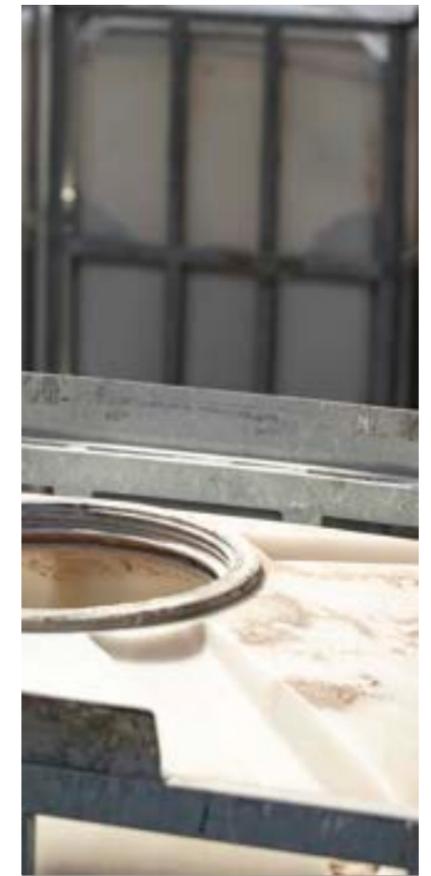
Nello specifico, **viene data particolare importanza ai fornitori di materie prime** sia in quanto considerati principali fornitori del Gruppo sia per tipologia di lavorazione che, trattandosi di attività estrattive, generano impatti ambientali considerati significativi.

In tal senso, il Gruppo monitora la gestione delle cave da parte dei fornitori, 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'estra-**

zione dei materiali, la gestione e il monitoraggio degli impatti ambientali generati e la conduzione delle successive analisi in laboratorio.

In Portogallo, i fornitori di materie prime sono opportunamente valutati in funzione di diversi indici di giudizio, ricavati da questionari a loro inviati.

Merita menzione particolare 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.

Panariagroup riconosce, inoltre, l'importanza di valorizzare l'economia locale. A questo proposito, nelle tabelle della sezione "Allegati", 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.

Particolare attenzione merita la questione dei rischi di natura ambientale, sociale ed economica che possono interessare la catena di fornitura. Dal punto di vista ambientale, i rischi sono connessi alla non corretta gestione delle risorse naturali da parte dei fornitori e alla perdita di biodiversità dei territori, in particolare in relazione alle attività dei fornitori di materie prime le cui lavorazioni di estrazione potrebbero impattare significativamente il territorio.

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 pro-

blematiche 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 del Gruppo 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. Panariagroup, a tal proposito, richiede per tutti i fornitori di materie prime che svolgono attività di estrazione la presa visione delle licenze di sfruttamento delle cave che includono l'obbligo di riqualificazione del territorio al termine delle attività. Dal punto di vista sociale, inoltre, è importante notare come le materie prime acquistate dal Gruppo non siano riconducibili a conflict minerals.





ALLEGATI



In un qualche modo,
è la meraviglia a indicarci
la cosa giusta da fare.
È la bellezza che si crea
quando gli uomini lavorano
insieme alla natura.

Il Gruppo ha evitato
di immettere in atmosfera
una quantità di CO₂ pari
all'assorbimento di più
di 5000 alberi*.

*Per la conversione in alberi equivalenti si è considerato un potenziale di assorbimento di un albero (quale una essenza arborea di alto fusto) compreso tra i 20 e i 50 kgCO₂/anno (Fonte: www.reteclima.it).

7.1

DATI AMBIENTALI

Per il 2018, il perimetro dei dati ambientali fa riferimento a tutti i siti produttivi e ai centri di stoccaggio. Vengono esclusi gli uffici commerciali e le società Montanari Ceramiche S.r.l. in quanto punto di vendita al dettaglio, Lea North America LLC. e Panariagroup US Inc. in quanto sedi di commercializzazione di prodotti che non generano impatti ambientali considerati rilevanti. Si segnala che, a seguito di un processo di aggiornamento della fonte dei fattori di conversione in GJ utilizzati per il calcolo dei dati 2018, i dati relativi al 2017 dei consumi energetici (gas naturale, GPL, gasolio e benzina) sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF, utilizzando i nuovi fattori di conversione per l'anno di riferimento come da tabella "Fattori di conversione in GJ" di seguito ripor-

tata. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2017, pubblicato nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it. Si segnala che per un migliore allineamento con quanto richiesto dello Standard GRI 305-1 per il calcolo delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 è stata utilizzata una fonte aggiornata dei fattori di emissione. Si segnala che a fini comparativi i dati relativi al 2017 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF, utilizzando i nuovi fattori di emissione come da tabella "Fattori di emissione" di seguito riportata. Per i dati oggetto di riesposizione si rimanda alla tabella di riferimento. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2017, pubblicato nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

PRODUZIONE ENERGETICA

PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---|---------|----|----|----------------|---------|----|----|----------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Produzione energia elettrica da fonti rinnovabili (kWh) | 582.066 | - | - | 582.066 | 533.607 | - | - | 533.607 |
| Produzione energia elettrica da fonti rinnovabili (GJ) | 2.095 | - | - | 2.095 | 1.921 | - | - | 1.921 |
| Emissioni evitate CO ₂ eq (t) - Location based | 218 | - | - | 218 | 192 | - | - | 192 |

CONSUMI ENERGETICI

CONSUMI ENERGETICI TOTALI

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---|-----------|---------|---------|------------------|-----------|---------|---------|------------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Consumo totale di energia (GJ) | 1.752.467 | 868.179 | 591.725 | 3.212.371 | 1.750.793 | 925.767 | 455.694 | 3.132.254 |
| di cui: | | | | | | | | |
| da fonti rinnovabili (GJ) | 2.095 | - | - | 2.095 | 1.921 | - | - | 1.921 |
| da fonti non rinnovabili (GJ) | 1.750.372 | 868.179 | 591.725 | 3.210.276 | 1.748.872 | 925.767 | 455.694 | 3.130.333 |
| Intensità energetica (GJ/mq) ⁴ | 0,144 | 0,136 | 0,144 | 0,142 | 0,147 | 0,135 | 0,122 | 0,139 |

CONSUMO DI GAS NATURALE

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|-------------------|------------|------------|-----------|-------------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Consumo di GNL (Sm ³) | 39.279.690 | 19.153.583 | 12.793.786 | 71.227.059 | 40.085.019 | 20.812.267 | 9.539.084 | 70.436.370 |
| Consumo di GNL (GJ) | 1.458.461 | 711.176 | 475.035 | 2.644.672 | 1.454.485 | 755.173 | 346.126 | 2.555.784 |
| Emissioni di CO ₂ eq (t) | 82.359 | 40.160 | 26.825 | 149.343 | 82.035 | 42.593 | 19.522 | 144.149 |

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|--|------------|------------|------------|--------------------|------------|------------|------------|--------------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Consumo energia elettrica (kWh) | 77.441.344 | 42.965.297 | 32.020.800 | 152.427.441 | 77.951.414 | 46.673.706 | 29.812.800 | 154.437.920 |
| Consumo energia elettrica (GJ) | 278.789 | 154.675 | 115.275 | 548.739 | 280.625 | 168.025 | 107.326 | 555.977 |
| Emissioni di CO ₂ eq (t) - Location based | 29.041 | 16.756 | 14.569 | 60.366 | 28.063 | 14.982 | 12.551 | 55.596 |
| Emissioni di CO ₂ eq (t) - Market based | 36.019 | 12.426 | 14.569 | 63.014 | 37.417 | 18.343 | 12.551 | 68.311 |

CONSUMI DI GPL

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|-------------------------------------|------|-----|-----|------------|------|-----|-----|------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Consumo di GPL (m ³) | - | 628 | 42 | 670 | - | 628 | 24 | 652 |
| Consumo di GPL (GJ) | - | 67 | 4 | 71 | - | 67 | 3 | 70 |
| Emissioni di CO ₂ eq (t) | - | 4,2 | 0,3 | 4,5 | - | 4,3 | 0,2 | 4,5 |

CONSUMI PER AUTOTRAZIONE

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|--|---------|--------|--------|----------------|---------|--------|--------|----------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Gasolio (l) | 365.708 | 63.033 | 34.542 | 463.282 | 383.445 | 69.691 | 56.781 | 509.917 |
| Gasolio (GJ) | 13.122 | 2.262 | 1.239 | 16.623 | 13.762 | 2.501 | 2.038 | 18.301 |
| Benzina (l) | - | - | 5.220 | 5.220 | - | - | 6.155 | 6.155 |
| Benzina (GJ) | - | - | 171 | 171 | - | - | 202 | 202 |
| Emissioni gasolio CO ₂ eq (t) | 951 | 164 | 90 | 1.205 | 1.007 | 183 | 149 | 1.340 |
| Emissioni benzina CO ₂ eq (t) | - | - | 12 | 12 | - | - | 14 | 14 |
| Emissioni TOT di CO ₂ eq (t) | 951 | 164 | 101 | 1.216 | 1.007 | 183 | 163 | 1.353 |

EMISSIONI

EMISSIONI TOTALI DI CO₂EQ

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---|--------|--------|--------|----------------|--------|--------|--------|----------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Emissioni dirette - Scope 1 (t) Energia | 83.310 | 40.328 | 26.927 | 150.564 | 83.042 | 42.780 | 19.685 | 145.507 |
| Emissioni dirette - Scope 1 (t) Processo ¹⁵ | 573 | 4.031 | 281 | 4.885 | 354 | 4.537 | 86 | 4.977 |
| Emissioni dirette - Scope 1 (t) Totale | 83.883 | 44.359 | 27.208 | 155.450 | 83.396 | 47.317 | 19.771 | 150.484 |
| Emissioni indirette - Scope 2 (t) Location based ¹⁶ | 29.041 | 16.756 | 14.569 | 60.366 | 28.063 | 14.982 | 12.551 | 55.596 |
| Emissioni indirette - Scope 2 (t) Market based ¹⁶ | 36.475 | 12.718 | 13.481 | 62.673 | 37.417 | 18.343 | 12.551 | 68.311 |
| Intensità emissiva ⁴ totale - Scope 1+2 (tCO ₂ eq/m ²) - Location based | 0,009 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,009 | 0,009 | 0,009 | 0,009 |
| Intensità emissiva ⁴ totale - Scope 1+2 (tCO ₂ eq/m ²) - Market based | 0,010 | 0,009 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,009 | 0,010 |

15. Il dato relativo alle emissioni dirette di Scope 1 generate dal processo produttivo per la business unit americana è stimato sulla base dei parametri europei già utilizzati per le business unit italiana e portoghese.

16. I fattori di emissione riportati da TERNA, Confronti Internazionali 2016, sono espresse in tonnellate di CO₂, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂eq), come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

NOx, SOx E ALTRE EMISSIONI INQUINANTI

| | 2017 | 2018 |
|---|--------|--------|
| | t/ANNO | t/ANNO |
| NOx | 109 | 134 |
| SOx | 43 | 47 |
| Persistent organic pollutants (POP) | 6 | - |
| Volatile organic compounds (VOC) | 30 | 55 |
| Hazardous air pollutants (HAP) | - | 3 |
| Particulate matter (PM) | 80 | 67 |
| Other standard categories of air emissions identified in relevant regulations | 150 | 38 |

FATTORI DI EMISSIONE

| Fattori di emissione | 2018 | | | | | |
|----------------------|--|--|--|-----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | Energia elettrica (gCO ₂ /kWh) – Location based ¹⁶ | Energia elettrica (gCO ₂ eq/kWh) – Market based ¹⁶ | Gas naturale (tCO ₂ eq/Smc) | GPL (tCO ₂ eq/t) | Gasolio (tCO ₂ eq/t) | Benzina (tCO ₂ eq/t) |
| Italia | 360 | 480 | | | | |
| Portogallo | 321 | 393 | 0,00205 | 2,937 | 3,132 | 3,002 |
| US | 421 | 421 | | | | |
| Fonte | TERNA, Confronti Internazionali 2016 | | DEFRA 2018 | DEFRA 2018 | DEFRA 2018 | DEFRA 2018 |
| | | European Residual Mix 2017 per Italia e Portogallo, TERNA, Confronti Internazionali, 2016 per US | | | | |

FATTORI DI EMISSIONE

| Fattori di emissione | 2017 | | | | | |
|----------------------|--|--|--|-----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | Energia elettrica (gCO ₂ /kWh) – Location based ¹⁶ | Energia elettrica (gCO ₂ eq/kWh) – Market based ¹⁶ | Gas naturale (tCO ₂ eq/Smc) | GPL (tCO ₂ eq/t) | Gasolio (tCO ₂ eq/t) | Benzina (tCO ₂ eq/t) |
| Italia | 360 | 471 | | | | |
| Portogallo | 321 | 296 | 0,00210 | 2,940 | 3,099 | 2,998 |
| US | 421 | 421 | | | | |
| Fonte | TERNA, Confronti Internazionali 2016 | | DEFRA 2017 | DEFRA 2017 | DEFRA 2017 | DEFRA 2017 |
| | | European Residual Mix 2017 per Italia e Portogallo, TERNA, Confronti Internazionali, 2016 per US | | | | |

FATTORI DI CONVERSIONE IN GJ

| POTERE CALORIFICO INFERIORE DEI COMBUSTIBILI | 2017 | 2018 |
|--|------------|------------|
| | PCI | PCI |
| Gas naturale (GJ/Smc) | 0,03713 | 0,03629 |
| GPL (GJ/t) | 45,958 | 45,916 |
| Gasolio (GJ/t) | 42,771 | 42,793 |
| Benzina (GJ/t) | 43,921 | 43,918 |
| Fonte | DEFRA 2017 | DEFRA 2018 |

ACQUA

ACQUA PRELEVATA

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---|------------------|---------|--------|----------------|---------|---------|--------|----------------|
| | IT ¹⁷ | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Consumo idrico totale (m ³) | 190.829 | 151.350 | 45.467 | 387.645 | 190.354 | 167.334 | 36.942 | 394.630 |
| di cui da pozzo (m ³) | 178.237 | 147.035 | - | 325.272 | 179.754 | 162.112 | - | 341.866 |
| di cui da acquedotto (m ³) | 12.592 | 4.315 | 45.467 | 62.373 | 10.601 | 5.222 | 36.942 | 52.765 |
| Intensità consumi idrici ⁴ (m ³ /m ²) | 0,016 | 0,024 | 0,011 | 0,017 | 0,016 | 0,024 | 0,010 | 0,018 |

ACQUA RICICLATA E RIUSATA

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---|---------|---------|--------|----------------|---------|---------|--------|----------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Totale di acqua riciclata e riusata (m ³) | 202.714 | 126.439 | 14.723 | 343.877 | 245.770 | 129.890 | 23.746 | 399.406 |

SCARICHI DI ACQUE REFLUE

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|--|------|--------|--------|---------------|------|--------|--------|---------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Totale di acque reflue (m ³) | - | 34.140 | 10.884 | 44.984 | - | 41.075 | 13.195 | 54.270 |

RIFIUTI

RIFIUTI PER MODALITÀ DI TRATTAMENTO

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|--|--------|--------|--------|---------------|--------|--------|-------|---------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Recupero (t) | 53.827 | 18.234 | 15.173 | 87.234 | 49.446 | 15.471 | 287 | 65.204 |
| di cui pericolosi (t) | 67 | 15 | - | 82 | 42 | 19 | - | 61 |
| Smaltimento (t) | 3.182 | 52 | 3.147 | 6.381 | 798 | 6 | 3.023 | 3.827 |
| di cui pericolosi (t) | 152 | 52 | - | 204 | 125 | 6 | - | 131 |
| Totale rifiuti prodotti (t) | 57.009 | 18.286 | 18.320 | 93.614 | 50.244 | 15.447 | 3.310 | 69.031 |
| Percentuale di rifiuti pericolosi sul totale | 0,38% | 0,37% | 0,0% | 0,31% | 0,33% | 0,16% | 0,0% | 0,28% |

DATI DI PRODUZIONE

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|--|------------|-----------|-----------|-------------------|------------|-----------|-----------|-------------------|
| | IT | PT | US | TOTALE | IT | PT | US | TOTALE |
| Superficie piastrelle prodotte (m ²) | 12.202.884 | 6.389.720 | 4.098.111 | 22.690.715 | 11.905.150 | 6.851.384 | 3.729.993 | 22.486.526 |
| Tonnellate di piastrelle prodotte (t) | 297.003 | 128.235 | 81.367 | 506.605 | 284.956 | 138.654 | 74.599 | 498.209 |

¹⁷ Il dato non include il consumo idrico del centro di stoccaggio di Casalgrande.

7.2

DATI SULLE **RISORSE UMANE**

Si segnala che per un miglioramento del sistema di rendicontazione, i dati 2017 relativi al congedo parentale sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente

DNF. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2017, pubblicato nella sezione Sostenibilità del sito del sito www.panariagroup.it.

CONSISTENZA DEL PERSONALE**CONSISTENZA DEL PERSONALE PER PAESE, GENERE E TIPOLOGIA CONTRATTUALE AL 31 DICEMBRE**

| | 2017 | | | 2018 | | |
|----------------------|--------------|------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| ITALIA | 516 | 278 | 794 | 540 | 280 | 820 |
| indeterminato | 505 | 272 | 777 | 524 | 275 | 799 |
| determinato | 11 | 6 | 17 | 16 | 5 | 21 |
| PORTOGALLO | 306 | 119 | 425 | 321 | 122 | 443 |
| indeterminato | 252 | 107 | 359 | 273 | 107 | 380 |
| determinato | 54 | 12 | 66 | 48 | 15 | 63 |
| US | 352 | 158 | 510 | 333 | 145 | 478 |
| indeterminato | 352 | 156 | 508 | 333 | 144 | 477 |
| determinato | - | 2 | 2 | - | 1 | 1 |
| TOTALE GRUPPO | 1.174 | 555 | 1.729 | 1.194 | 547 | 1.741 |
| indeterminato | 1.109 | 535 | 1.644 | 1.130 | 526 | 1.656 |
| determinato | 65 | 20 | 85 | 64 | 21 | 85 |

CONSISTENZA DEL PERSONALE PART TIME E FULL TIME PER GENERE AL 31 DICEMBRE

| | 2017 | | | 2018 | | |
|----------------------|--------------|------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| ITALIA | 516 | 278 | 794 | 540 | 280 | 820 |
| Full time | 509 | 236 | 745 | 532 | 238 | 770 |
| Part time | 7 | 42 | 49 | 8 | 42 | 50 |
| PORTOGALLO | 306 | 119 | 425 | 321 | 122 | 443 |
| Full time | 306 | 119 | 425 | 321 | 122 | 443 |
| Part time | - | - | - | - | - | - |
| US | 352 | 158 | 510 | 333 | 145 | 478 |
| Full time | 350 | 156 | 506 | 331 | 145 | 476 |
| Part time | 2 | 2 | 4 | 2 | - | 2 |
| TOTALE GRUPPO | 1.174 | 555 | 1.729 | 1.194 | 547 | 1.741 |
| Full time | 1.165 | 511 | 1.676 | 1.184 | 505 | 1.689 |
| Part time | 9 | 44 | 53 | 10 | 42 | 52 |

CONSISTENZA DEL PERSONALE PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE AL 31 DICEMBRE

| | 2017 | | | 2018 | | |
|----------------------|--------------|------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| ITALIA | | | | | | |
| Senior manager | 39 | - | 39 | 37 | - | 37 |
| Impiegati | 164 | 108 | 272 | 174 | 108 | 282 |
| Operai | 313 | 170 | 483 | 329 | 172 | 501 |
| TOTALE | 516 | 278 | 794 | 540 | 280 | 820 |
| PORTOGALLO | | | | | | |
| Senior manager | 11 | 3 | 14 | 11 | 3 | 14 |
| Impiegati | 37 | 51 | 88 | 40 | 53 | 93 |
| Operai | 258 | 65 | 323 | 270 | 66 | 336 |
| TOTALE | 306 | 119 | 425 | 321 | 122 | 443 |
| US | | | | | | |
| Senior manager | 18 | 6 | 24 | 19 | 7 | 26 |
| Impiegati | 112 | 116 | 228 | 107 | 108 | 215 |
| Operai | 222 | 36 | 258 | 207 | 30 | 237 |
| TOTALE | 352 | 158 | 510 | 333 | 145 | 478 |
| GRUPPO | | | | | | |
| Senior manager | 68 | 9 | 77 | 67 | 10 | 77 |
| Impiegati | 313 | 275 | 588 | 321 | 269 | 590 |
| Operai | 793 | 271 | 1.064 | 806 | 268 | 1.074 |
| TOTALE GRUPPO | 1.174 | 555 | 1.729 | 1.194 | 547 | 1.741 |

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

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|----------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | <30 | 30-50 | >50 | TOTALE | <30 | 30-50 | >50 | TOTALE |
| ITALIA | | | | | | | | |
| Senior manager | - | 18 | 21 | 39 | - | 18 | 19 | 37 |
| Impiegati | 13 | 196 | 63 | 272 | 11 | 197 | 74 | 282 |
| Operai | 8 | 274 | 201 | 483 | 20 | 273 | 208 | 501 |
| TOTALE | 21 | 488 | 285 | 794 | 31 | 488 | 301 | 820 |
| PORTOGALLO | | | | | | | | |
| Senior manager | - | 11 | 3 | 14 | - | 11 | 3 | 14 |
| Impiegati | 8 | 65 | 15 | 88 | 11 | 66 | 16 | 93 |
| Operai | 28 | 190 | 105 | 323 | 33 | 196 | 107 | 336 |
| TOTALE | 36 | 266 | 123 | 425 | 44 | 273 | 126 | 443 |
| US | | | | | | | | |
| Senior manager | - | 13 | 11 | 24 | - | 14 | 12 | 26 |
| Impiegati | 22 | 133 | 73 | 228 | 24 | 117 | 74 | 215 |
| Operai | 51 | 135 | 72 | 258 | 48 | 121 | 68 | 237 |
| TOTALE | 73 | 281 | 156 | 510 | 72 | 252 | 154 | 478 |
| GRUPPO | | | | | | | | |
| Senior manager | - | 42 | 35 | 77 | - | 43 | 34 | 77 |
| Impiegati | 43 | 394 | 151 | 588 | 46 | 380 | 164 | 590 |
| Operai | 87 | 599 | 378 | 1.064 | 101 | 590 | 383 | 1.074 |
| TOTALE GRUPPO | 130 | 1.035 | 564 | 1.729 | 147 | 1.013 | 581 | 1.741 |

CONSISTENZA DEL PERSONALE APPARTENENTE A CATEGORIE PROTETTE¹⁸ PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31 DICEMBRE

| | 2017 | | | 2018 | | |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| ITALIA | | | | | | |
| Senior manager | - | - | - | - | - | - |
| Impiegati | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| Operai | 20 | 10 | 30 | 22 | 10 | 32 |
| TOTALE | 21 | 11 | 32 | 23 | 12 | 35 |
| PORTOGALLO | | | | | | |
| Senior manager | - | - | - | - | - | - |
| Impiegati | - | - | - | - | - | - |
| Operai | - | - | - | - | - | - |
| TOTALE | - | - | - | - | - | - |
| US | | | | | | |
| Senior manager | - | - | - | - | - | - |
| Impiegati | 2 | - | 2 | 1 | - | 1 |
| Operai | - | - | - | 2 | - | 2 |
| TOTALE | 2 | - | 2 | 3 | - | 3 |
| GRUPPO | | | | | | |
| Senior manager | - | - | - | - | - | - |
| Impiegati | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 4 |
| Operai | 20 | 10 | 30 | 24 | 10 | 34 |
| TOTALE GRUPPO | 23 | 11 | 34 | 26 | 12 | 38 |

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31 DICEMBRE 2018 PER FASCE D'ETÀ

| | GENERE | 2018 | | |
|-------------------|--------|-------|-------|-----|
| | | 40-50 | 51-60 | >60 |
| Emilio Mussini | M | | • | |
| Paolo Mussini | M | | | • |
| Andrea Mussini | M | | | • |
| Giuliano Pini | M | | | • |
| Giuliano Mussini | M | | | • |
| Silvia Mussini | F | | • | |
| Daniele Prodi | M | | • | |
| Sonia Bonfiglioli | F | | • | |
| Tiziana Ferrari | F | • | | |
| Francesca Bazoli | F | | • | |
| 60% uomini | | | | |
| 40% donne | | | | |

18. La definizione di categoria protetta è quella prevista dalle legislazioni locali di ogni singolo Paese. Per il computo delle categorie protette US sono stati considerati solo i dipendenti in stato di "disability" per uniformare maggiormente il dato rispetto alle legislazioni di Italia e Portogallo.

PERSONALE IN ENTRATA¹⁹ PER GENERE E FASCE D'ETÀ

| | 2017 | | | 2018 | | |
|---------------------------------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| ITALIA | | | | | | |
| Età <30 anni | 5 | - | 5 | 14 | 3 | 17 |
| Età 30-50 anni | 11 | 3 | 14 | 28 | 5 | 33 |
| Età > 50 anni | 2 | 1 | 3 | - | 1 | 1 |
| TOTALE | 18 | 4 | 22 | 42 | 9 | 51 |
| TURNOVER IN ENTRATA (%) | 3,5% | 1,4% | 2,8% | 7,8% | 3,2% | 6,2% |
| PORTOGALLO | | | | | | |
| Età <30 anni | 18 | 3 | 21 | 14 | 6 | 20 |
| Età 30-50 anni | 17 | 5 | 22 | 21 | 6 | 27 |
| Età > 50 anni | 1 | 1 | 2 | 3 | - | 3 |
| TOTALE | 36 | 9 | 45 | 38 | 12 | 50 |
| TURNOVER IN ENTRATA (%) | 11,8% | 7,6% | 10,6% | 11,8% | 9,8% | 11,3% |
| US | | | | | | |
| Età <30 anni | 41 | 9 | 50 | 40 | 17 | 57 |
| Età 30-50 anni | 72 | 40 | 112 | 56 | 21 | 77 |
| Età > 50 anni | 15 | 3 | 18 | 17 | 5 | 22 |
| TOTALE | 128 | 52 | 180 | 113 | 43 | 156 |
| TURNOVER IN ENTRATA (%) | 36,4% | 32,9% | 35,3% | 33,9% | 29,7% | 32,6% |
| GRUPPO | | | | | | |
| Età <30 anni | 64 | 12 | 76 | 68 | 26 | 94 |
| Età 30-50 anni | 100 | 48 | 148 | 105 | 32 | 137 |
| Età > 50 anni | 18 | 5 | 23 | 20 | 6 | 26 |
| TOTALE | 182 | 65 | 247 | 193 | 64 | 257 |
| TURNOVER IN ENTRATA (%) ²⁰ | 15,5% | 11,7% | 14,3% | 16,2% | 11,7% | 14,8% |

19. I dati relativi alle nuove assunzioni non includono il personale stagionale e spostamenti infragruppo.

20. Il tasso di turnover in entrata è calcolato come segue: (numero dipendenti entrati durante l'anno)/(totale dipendenti alla fine dell'anno)*100.

PERSONALE IN USCITA²¹ PER GENERE E FASCE D'ETÀ

| | 2017 | | | 2018 | | |
|--------------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| ITALIA | | | | | | |
| Età <30 anni | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| Età 30-50 anni | 9 | 2 | 11 | 6 | 3 | 9 |
| Età > 50 anni | 4 | 1 | 5 | 10 | 3 | 13 |
| TOTALE | 14 | 4 | 18 | 17 | 8 | 25 |
| TURNOVER IN USCITA (%) | 2,7% | 1,4% | 2,3% | 3,1% | 2,9% | 3,0% |
| PORTOGALLO | | | | | | |
| Età <30 anni | 3 | - | 3 | 5 | 3 | 8 |
| Età 30-50 anni | 5 | 3 | 8 | 13 | 5 | 18 |
| Età > 50 anni | - | 1 | 1 | 5 | 1 | 6 |
| TOTALE | 8 | 4 | 12 | 23 | 9 | 32 |
| TURNOVER IN USCITA (%) | 2,6% | 3,4% | 2,8% | 7,2% | 7,4% | 7,2% |
| US | | | | | | |
| Età <30 anni | 38 | 12 | 50 | 35 | 12 | 47 |
| Età 30-50 anni | 74 | 27 | 101 | 79 | 28 | 107 |
| Età > 50 anni | 14 | 6 | 20 | 18 | 16 | 34 |
| TOTALE | 126 | 45 | 171 | 132 | 56 | 188 |
| TURNOVER IN USCITA (%) | 35,8% | 28,5% | 33,5% | 39,6% | 38,6% | 39,3% |
| GRUPPO | | | | | | |
| Età <30 anni | 42 | 13 | 55 | 41 | 17 | 58 |
| Età 30-50 anni | 88 | 32 | 120 | 98 | 36 | 134 |
| Età > 50 anni | 18 | 8 | 26 | 33 | 20 | 53 |
| TOTALE | 148 | 53 | 201 | 172 | 73 | 245 |
| TURNOVER IN USCITA (%) ²² | 12,6% | 9,5% | 11,6% | 14,4% | 13,3% | 14,1% |

CONGEDO PARENTALE

CONGEDO PARENTALE ANNO 2018²³

| | IT | | | PT | | | US | | |
|--|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2018 | - | 6 | 6 | 5 | 2 | 7 | - | 3 | 3 |
| di cui status al 31.12.2018 | | | | | | | | | |
| ancora in congedo | - | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | - | - | - |
| rientrati e ancora impiegati | - | 4 | 4 | 4 | - | 4 | - | 3 | 3 |
| di cui dimessi | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Tasso di rientro al lavoro al 31.12.2018 | - | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | - | 100% | 100% |

| | IT | | | PT | | | US | | |
|--|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2017 | - | 5 | 5 | 8 | 3 | 11 | - | 3 | 3 |
| di cui status al 31.12.2017 | | | | | | | | | |
| ancora in congedo | - | 3 | 3 | - | 2 | 2 | - | 3 | 3 |
| rientrati e ancora impiegati | - | 2 | 2 | 8 | 1 | 9 | - | - | - |
| di cui dimessi | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Tasso di rientro al lavoro al 31.12.2017 | - | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | - | - | - |
| Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2018 | - | 5 | 5 | 8 | 3 | 11 | - | 3 | 3 |
| di cui status al 31.12.2018 | | | | | | | | | |
| ancora in congedo | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| rientrati e ancora impiegati | - | 5 | 5 | 7 | 3 | 10 | - | 3 | 3 |
| di cui dimessi | - | - | - | 1 | - | 1 | - | - | - |
| Tasso di retention al 31.12.2018 | - | 100% | 100% | 88% | 100% | 91% | - | 100% | 100% |

GRUPPO

| | GRUPPO | | | % UOMINI | % DONNE |
|--|--------|-------|--------|----------|---------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | | |
| Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2018 | 5 | 11 | 16 | 31% | 69% |
| di cui status al 31.12.2018 | | | | | |
| ancora in congedo | 1 | 4 | 5 | 20% | 36% |
| rientrati e ancora impiegati | 4 | 7 | 11 | 80% | 64% |
| di cui dimessi | - | - | - | 0% | 0% |
| Tasso di rientro al lavoro al 31.12.2018 | 100% | 100% | 100% | - | - |
| Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2017 | 8 | 11 | 19 | 42% | 58% |
| di cui status al 31.12.2017 | | | | | |
| ancora in congedo | - | 8 | 8 | 0% | 73% |
| rientrati e ancora impiegati | 8 | 3 | 11 | 100% | 27% |
| di cui dimessi | - | - | - | 0% | 0% |
| Tasso di rientro al lavoro al 31.12.2017 | 100% | 100% | 100% | - | - |
| Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2017 | 8 | 11 | 19 | 42% | 58% |
| di cui status al 31.12.2018 | | | | | |
| ancora in congedo | - | - | - | 0% | 0% |
| rientrati e ancora impiegati | 7 | 11 | 18 | 88% | 100% |
| di cui dimessi | 1 | - | 1 | 13% | 0% |
| Tasso di retention al 31.12.2018 | 88% | 100% | 95% | - | - |

21. I dati relativi ai dipendenti in uscita non includono il personale stagionale e i trasferimenti infragruppo.

22. Il tasso di turnover in uscita è calcolato come segue: (numero di dipendenti usciti durante l'anno)/(totale dipendenti alla fine dell'anno)*100.

23. Il dato include esclusivamente i congedi parentali con un periodo di astensione dal lavoro di almeno 30 giorni.

FORMAZIONE PROFESSIONALE

NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE 2017

| | IT | | | PT | | | US | | | GRUPPO | | | | | | | | |
|----------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|-------------|--------------|------------|--------------|-------------|--------------|------------|--------------|-------------|
| | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | | | | | | |
| | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | | | | | | | |
| Senior manager | 77 | 2,0 | - | 0,0 | 77,0 | 2,0 | 131,5 | 11,9 | 318 | 106,0 | 448,5 | 32,0 | 9 | 0,5 | 0,0 | 0,0 | 9,0 | 0,4 |
| Impiegati | 436 | 2,7 | 53 | 0,49 | 489 | 1,8 | 747 | 20,2 | 897 | 17,6 | 1.644 | 18,7 | 1.999 | 17,8 | 1.179 | 10,2 | 3.178 | 13,9 |
| Operai | 1.024 | 3,3 | 564 | 3,32 | 1.588 | 3,3 | 1.328 | 5,1 | 191 | 2,9 | 1.519 | 4,7 | 1.946 | 8,8 | 359 | 10,0 | 2.305 | 8,9 |
| TOTALE | 1.537 | 3,0 | 617 | 2,2 | 2.154 | 2,7 | 2.206 | 7,2 | 1.406 | 11,8 | 3.612 | 8,5 | 3.954 | 11,2 | 1.538 | 9,7 | 5.492 | 10,8 |

NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE 2018

| | IT | | | PT | | | US | | | GRUPPO | | | | | | | | |
|----------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|------------|
| | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | | | | | | |
| | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | | | | | | | |
| Senior manager | 153 | 4,1 | - | - | 153 | 4,1 | 141 | 12,8 | 206 | 68,5 | 347 | 24,8 | 18 | 0,9 | 5 | 0,7 | 23 | 0,9 |
| Impiegati | 432 | 2,5 | 110 | 1,0 | 542 | 1,9 | 604 | 15,1 | 2.725 | 51,4 | 3.329 | 35,8 | 249 | 2,3 | 161 | 1,5 | 410 | 1,9 |
| Operai | 1.184 | 3,6 | 526 | 3,1 | 1.710 | 3,4 | 1.430 | 5,3 | 379 | 5,7 | 1.808 | 5,4 | 1.205 | 5,8 | 211 | 7,0 | 1.416 | 6,0 |
| TOTALE | 1.769 | 3,3 | 636 | 2,3 | 2.404 | 2,9 | 2.174 | 6,8 | 3.309 | 27,1 | 5.483 | 12,4 | 1.471 | 4,4 | 377 | 2,6 | 1.848 | 3,9 |

MALATTIA PROFESSIONALE E ASSENTEISMO

MALATTIA PROFESSIONALE E ASSENTEISMO 2017²⁴

| | IT | | | PT | | | US | | | GRUPPO | | |
|---|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE |
| | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | |
| Assenze | 7.429 | 7.518 | 14.947 | 2.019 | 1.134 | 3.153 | 140 | 2 | 142 | 9.588 | 8.654 | 18.243 |
| Malattie professionali | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | - | - | - | 2 | - | 2 |
| Ore lavorabili | 1.007.513 | 507.813 | 1.515.325 | 648.948 | 255.835 | 904.783 | 802.915 | 285.861 | 1.088.776 | 2.459.375 | 1.049.509 | 3.508.884 |
| Ore lavorate | 863.673 | 391.766 | 1.255.439 | 563.010 | 209.205 | 772.215 | 801.795 | 285.845 | 1.087.640 | 2.228.477 | 886.816 | 3.115.294 |
| Giornate lavorabili | 126.239 | 63.657 | 189.896 | 81.118 | 31.719 | 112.838 | 100.385 | 35.700 | 136.085 | 307.743 | 131.076 | 438.819 |
| Tasso di malattia professionale (*100.000) | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,2 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| Tasso di assenteismo (*1.000) | 58,85 | 118,11 | 78,71 | 24,89 | 35,75 | 27,95 | 1,39 | 0,06 | 1,04 | 31,16 | 66,03 | 41,57 |

MALATTIA PROFESSIONALE E ASSENTEISMO 2018²⁴

| | IT | | | PT | | | US | | | GRUPPO | | |
|---|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE |
| | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | |
| Assenze | 7.091 | 6.535 | 13.626 | 1.910 | 1.369 | 3.279 | 122 | - | 122 | 9.123 | 7.904 | 17.027 |
| Malattie professionali | - | - | - | 2 | - | 2 | - | - | - | 2 | - | 2 |
| Ore lavorabili | 1.018.174 | 496.573 | 1.514.747 | 653.974 | 247.862 | 901.836 | 678.762 | 292.442 | 971.204 | 2.350.910 | 1.036.877 | 3.387.787 |
| Ore lavorate | 893.459 | 387.228 | 1.280.687 | 585.928 | 216.685 | 802.613 | 677.664 | 292.442 | 970.106 | 2.157.051 | 896.355 | 3.053.406 |
| Giornate lavorabili | 127.572 | 62.195 | 189.766 | 81.747 | 30.983 | 112.729 | 84.836 | 36.587 | 121.423 | 294.154 | 129.764 | 423.919 |
| Tasso di malattia professionale (*100.000) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| Tasso di assenteismo (*1.000) | 55,58 | 105,07 | 71,80 | 23,37 | 44,19 | 29,09 | 1,44 | 0,00 | 1,00 | 31,02 | 60,91 | 40,17 |

TASSO DI INFORTUNIO E INDICI DI GRAVITÀ

TASSO DI INFORTUNIO DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO E INDICE DI GRAVITÀ 2017

| | IT | | | PT | | | US | | | GRUPPO | | |
|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE | UOMINI | | DONNE |
| | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | Ore Media | |
| Infortunati | 36 | 19 | 55 | 25 | 6 | 31 | 7 | 1 | 8 | 68 | 26 | 94 |
| di cui in itinere | 1 | 1 | 2 | 2 | - | 2 | - | - | - | 3 | 1 | 4 |
| di cui sul posto di lavoro | 35 | 18 | 53 | 23 | 6 | 29 | 7 | 1 | 8 | 65 | 25 | 90 |
| Infortunati mortali | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Giorni persi | 578 | 465 | 1.043 | 512 | 95 | 607 | 140 | 2 | 142 | 1.230 | 562 | 1.792 |
| Ore lavorabili | 1.007.513 | 507.813 | 1.515.325 | 648.948 | 255.835 | 904.783 | 802.915 | 285.861 | 1.088.776 | 2.459.375 | 1.049.509 | 3.508.884 |
| Ore lavorate | 863.673 | 391.766 | 1.255.439 | 563.010 | 209.205 | 772.215 | 801.795 | 285.845 | 1.087.640 | 2.228.477 | 886.816 | 3.115.294 |
| Giornate lavorabili | 126.239 | 63.657 | 189.896 | 81.118 | 31.719 | 112.838 | 100.385 | 35.700 | 136.085 | 307.743 | 131.076 | 438.819 |
| Indice di gravità (*100.000) | 57,4 | 91,6 | 68,8 | 78,9 | 37,1 | 67,1 | 17,4 | 0,7 | 13,0 | 50,0 | 53,5 | 51,1 |
| Tasso di infortunio (*1.000) | 4,2 | 4,8 | 4,4 | 4,4 | 2,9 | 4,0 | 0,9 | 0,3 | 0,7 | 3,1 | 2,9 | 3,0 |

24. Il dato relativo alle assenze include solo le assenze per infortunio e malattia professionale.

TASSO DI INFORTUNIO DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO E INDICE DI GRAVITÀ 2018

| | IT | | | PT | | | US | | | GRUPPO | | |
|------------------------------|--------------|--------------|------------------|-------------|-------------|----------------|-------------|------------|----------------|-------------|-------------|------------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| Infortunati | 34 | 19 | 53 | 26 | 10 | 36 | 20 | 5 | 25 | 80 | 34 | 114 |
| di cui in itinere | 2 | 2 | 4 | 2 | - | 2 | - | - | - | 4 | 2 | 6 |
| di cui sul posto di lavoro | 32 | 17 | 49 | 24 | 10 | 34 | 20 | 5 | 25 | 76 | 32 | 108 |
| Infortunati mortali | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Giorni persi | 1.287 | 701 | 1.988 | 475 | 85 | 560 | 155 | - | 155 | 1.917 | 786 | 2.703 |
| Ore lavorabili | 1.018.174 | 496.573 | 1.514.747 | 653.974 | 247.862 | 901.836 | 678.762 | 292.442 | 971.204 | 2.350.910 | 1.036.877 | 3.387.787 |
| Ore lavorate | 893.459 | 387.228 | 1.280.687 | 585.928 | 216.685 | 802.613 | 677.664 | 292.442 | 970.106 | 2.157.051 | 896.355 | 3.053.406 |
| Giornate lavorabili | 127.572 | 62.195 | 189.766 | 81.747 | 30.983 | 112.729 | 84.836 | 36.587 | 121.423 | 294.154 | 129.764 | 423.919 |
| Indice di gravità (*100.000) | 126,4 | 141,2 | 131,2 | 72,6 | 34,3 | 62,1 | 22,8 | 0,0 | 16,0 | 81,5 | 75,8 | 79,8 |
| Tasso di infortunio (*1.000) | 3,8 | 4,9 | 4,1 | 4,4 | 4,6 | 4,5 | 3,0 | 1,7 | 2,6 | 3,7 | 3,8 | 3,7 |

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE²⁵ 2017

| | IT | | | PT | | | US | | |
|---------------------------------|--------|-------|-------------|--------|-------|-------------|--------|-------|------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| Senior manager | 39 | - | 39 | 11 | 3 | 14 | 18 | 6 | 24 |
| di cui assunti localmente | 39 | - | 39 | 11 | 3 | 14 | 13 | 5 | 18 |
| % Management assunto localmente | 100% | - | 100% | 100% | 100% | 100% | 72% | 83% | 75% |

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE²⁵ 2018

| | IT | | | PT | | | US | | |
|---------------------------------|--------|-------|-------------|--------|-------|-------------|--------|-------|------------|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| Senior manager | 37 | - | 37 | 11 | 3 | 14 | 19 | 7 | 26 |
| di cui assunti localmente | 37 | - | 37 | 11 | 3 | 14 | 14 | 6 | 20 |
| % Management assunto localmente | 100% | - | 100% | 100% | 100% | 100% | 74% | 86% | 77% |

CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

DIPENDENTI COPERTI DA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA AL 31 DICEMBRE

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---|-------------|------------|------------------|--------------|-------------|------------|------------------|--------------|
| | IT | PT | US ²⁶ | GRUPPO | IT | PT | US ²⁶ | GRUPPO |
| Dipendenti coperti da contrattazione collettiva | 794 | 415 | - | 1.209 | 820 | 438 | - | 1.258 |
| Percentuale | 100% | 98% | 0% | 70% | 100% | 99% | 0% | 72% |

25. Nella definizione di management assunto localmente, come locale è stato considerato il management avente cittadinanza italiana per la business unit Italia, il management avente cittadinanza portoghese per la business unit Portogallo e il management avente cittadinanza statunitense per la business unit USA.

26. In USA non è in vigore alcun accordo di contrattazione collettiva.

SALARIO STANDARD IN ENTRATA

RAPPORTO TRA LO STIPENDIO BASE DEGLI OPERAI NEOASSUNTI E IL MINIMO LEGALE

| | 2017 | | | | | |
|--|----------|----------|--------|-------|------------------|----------|
| | IT | | PT | | US ²⁷ | |
| | UOMINI | DONNE | UOMINI | DONNE | UOMINI | DONNE |
| Salario lordo minimo locale permesso dalla legge ²⁸ | 1.539,49 | 1.539,49 | 557 | 557 | 1.378,11 | 1.093,09 |
| Salario lordo minimo di entrata | 1.539,49 | 1.539,49 | 567 | 567 | 2.281,01 | 1.816,79 |
| Rapporto tra il livello standard di entrata e il salario minimo locale, per genere | 1,0 | 1,0 | 1,02 | 1,02 | 1,66 | 1,66 |

| | 2018 | | | | | |
|--|--------|-------|--------|-------|------------------|----------|
| | IT | | PT | | US ²⁷ | |
| | UOMINI | DONNE | UOMINI | DONNE | UOMINI | DONNE |
| Salario lordo minimo locale permesso dalla legge ²⁸ | 1.563 | 1.563 | 580 | 580 | 1.378,11 | 1.093,09 |
| Salario lordo minimo di entrata | 1.563 | 1.563 | 580 | 580 | 2.281,01 | 1.816,79 |
| Rapporto tra il livello standard di entrata e il salario minimo locale, per genere | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,66 | 1,66 |

27. Il dato relativo al salario lordo minimo di entrata, per la business unit americana, è stimato sulla base della offering letter della categoria professionale più bassa.

28. Il salario lordo minimo locale è definito sulla base delle specifiche normative nazionali.

7.3

DATI SULLA CATENA DI FORNITURA

Si segnala che a seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione, il dato 2017 relativo al materiale di imballaggio della business unit portoghese è stato riesposto rispetto a quello pubblicato nella precedente DNF.

Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2017, pubblicato nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

FORNITORI LOCALI

SPESA PER FORNITORI LOCALI (IN MILIONI DI EURO)²⁹

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|------------------------|------|-----|-----|------------|------|-----|-----|------------|
| | IT | PT | US | GRUPPO | IT | PT | US | GRUPPO |
| Spesa fornitori locali | 118 | 43 | 77 | 238 | 127 | 48 | 65 | 240 |
| Totale acquisti | 122 | 54 | 91 | 267 | 132 | 56 | 76 | 264 |
| Percentuale | 97% | 80% | 85% | 89% | 96% | 86% | 86% | 91% |

MATERIALI UTILIZZATI

MATERIALI UTILIZZATI PER PESO (t)

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| | IT | PT ³⁰ | US | GRUPPO | IT | PT | US | GRUPPO |
| Argille | 136.025 | 82.381 | 38.581 | 256.997 | 137.088 | 90.313 | 31.088 | 258.489 |
| Feldspati | 126.181 | 57.032 | 52.524 | 235.737 | 129.740 | 69.262 | 38.351 | 237.353 |
| Sabbia | 54.151 | 9.797 | 10.319 | 74.267 | 58.677 | 9.066 | 8.209 | 75.952 |
| Smalti e coloranti | 9.083 | 4.711 | 1.931 | 15.725 | 9.601 | 5.463 | 1.513 | 16.578 |
| Atomizzati | 7.664 | - | - | 7.664 | - | - | - | - |
| Zirconio/sbiancanti | 772 | 284 | 214 | 1.270 | 914 | 333 | 177 | 1.424 |
| Additivi | 2.733 | 1.001 | 551 | 4.285 | 2.525 | 1.062 | 576 | 4.164 |
| Cotto macinato | 16.759 | 361 | - | 17.120 | 17.766 | 1.279 | - | 19.045 |
| Imballaggi | 12.438 | 991 | 4.446 | 17.875 | 12.392 | 896 | 3.533 | 16.821 |
| Altri | 5.402 | 7.745 | 10.090 | 23.237 | 2.954 | 8.890 | 4.093 | 15.937 |
| TOTALE | 371.218 | 164.302 | 118.656 | 654.176 | 371.657 | 186.565 | 87.541 | 645.763 |

29. Nella definizione di spesa su fornitori locali, come locale sono state considerate le diverse aree geografiche di appartenenza delle Società del Gruppo (Italia, Portogallo e USA). Il valore monetario per fornitore locale è calcolato al netto delle intercompany e dell'IVA per tutti i paesi di riferimento.

30. Il dato relativo alle materie prime "Imballaggi" nella BU Portogallo, per l'anno 2017, è stato riesposto ai fini di una maggiore omogeneità dei dati.



8

GRI
CONTENT INDEX

GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | PAGINA | OMISSIONE |
|--|---|--|-----------|
| GRI 102: GENERAL STANDARD DISCLOSURE (2016) | | | |
| PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE | | | |
| 102-1 | Nome dell'organizzazione | 48 | |
| 102-2 | Principali marchi, prodotti e/o servizi | 82-83 | |
| 102-3 | Sede principale | 48 | |
| 102-4 | Aree geografiche di operatività | 50-51 | |
| 102-5 | Assetto proprietario e forma legale | 48; 54-55 | |
| 102-6 | Mercati serviti | 50-51 | |
| 102-7 | Dimensione dell'organizzazione | 44-45 Il market cap di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. al 28/12/2018 è pari a 66,67 mln di euro | |
| 102-8 | Caratteristiche della forza lavoro | 150 | |
| 102-9 | Catena di fornitura dell'Organizzazione | 139-141 | |
| 102-10 | Cambiamenti significativi dell'Organizzazione e della sua catena di fornitura | 18 | |
| 102-11 | Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi | 57-59 | |
| 102-12 | Iniziativa esterne | 24-25 | |
| 102-13 | Principali partnership e affiliazioni | 31-33 | |
| STRATEGIA | | | |
| 102-14 | Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale | 7 | |
| ETICA E INTEGRITÀ | | | |
| 102-16 | Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione | 52-53 | |
| GOVERNANCE | | | |
| 102-18 | Struttura di Governo dell'Organizzazione | 54-56 | |
| 102-19 | Autorità delegata per le tematiche economiche, ambientali e sociali | 56 | |
| 102-22 | Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati | 55-56 | |
| 102-23 | Presidente del più alto organo di governo | 54 | |
| 102-26 | Ruolo del più alto organo di governo nella definizione di scopo, valori e strategia | 54 | |
| 102-30 | Efficacia dei processi di gestione dei rischi | 57 | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | PAGINA | OMISSIONE |
|---|---|---|-----------|
| 102-32 | Ruolo del più alto Organo di governo nel processo di reporting di sostenibilità | 56 | |
| 102-35 | Politiche di remunerazione del più alto Organo di governo e del top management | Vedi "Relazione sulla Consiglio di Amministrazione sulla Remunerazione" nella sezione 1: Politiche di Remunerazione | |
| 102-36 | Processi per la determinazione della politiche di remunerazione | Vedi "Relazione sulla Consiglio di Amministrazione sulla Remunerazione" nella sezione 1: Politiche di Remunerazione | |
| COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER | | | |
| 102-40 | Elenco degli stakeholder | 24-25 | |
| 102-41 | Dipendenti coperti da Contratto Collettivo Nazionale | 127; 158 | |
| 102-42 | Identificazione e selezione degli stakeholder | 22-23 | |
| 102-43 | Approccio al coinvolgimento degli stakeholder | 24-25 | |
| 102-44 | Tematiche materiali e rilevanti emerse dal coinvolgimento | 27-29 | |
| PRATICHE DI REPORTING | | | |
| 102-45 | Società incluse nel bilancio consolidato | 18 | |
| 102-46 | Definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali | 26-29 | |
| 102-47 | Elenco delle tematiche materiali | 27 | |
| 102-48 | Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report | 18; 146; 150; 160 | |
| 102-49 | Cambiamenti significativi nel report | 18 | |
| 102-50 | Periodo di rendicontazione | 18 | |
| 102-51 | Data del report più recente | 30 marzo 2018 | |
| 102-52 | Periodicità di rendicontazione | Annuale | |
| 102-53 | Contatti per chiedere informazioni sul report | 19 | |
| 102-54 | Conformità del report secondo i GRI Standards | 18 | |
| 102-55 | GRI content index | 164-170 | |
| 102-56 | Attestazione esterna | 171-173 | |
| SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES | | | |
| GRI 200: ECONOMIC SERIES | | | |
| PERFORMANCE ECONOMICA (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 28; 30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 66-71 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 66-71 | |
| 201-1 | Valore economico direttamente generato e distribuito | 68-69 | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | PAGINA | OMISSIONE |
|--|---|--------------|-----------|
| PRESENZA SUL MERCATO (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 28; 30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 127 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 127 | |
| 202-1 | Rapporto fra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e il salario minimo locale | 159 | |
| 02-2 | Manager assunti nella comunità locale | 158 | |
| PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 139-141 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 139-141 | |
| 204-1 | Spesa concentrata sui fornitori locali | 160 | |
| ANTI-CORRUZIONE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 28; 30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 60-61 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 60-61 | |
| 205-3 | Incidenti confermati di corruzione e azioni intraprese | 61 | |
| COMPORAMENTI ANTI-COMPETITIVI (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 28; 30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 60-61 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 60-61 | |
| 206-1 | Azioni legali per comportamenti anti-competitivi, anti-trust e pratiche monopolistiche | 61 | |
| GRI 300: ENVIRONMENTAL SERIES | | | |
| MATERIALI (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 108-109 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 108-109 | |
| 301-1 | Materiali utilizzati per peso e volume | 108-109; 160 | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | PAGINA | OMISSIONE |
|---|--|----------|-----------|
| ENERGIA (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 112-115 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 112-115 | |
| 302-1 | Energia consumata all'interno dell'organizzazione | 146-147 | |
| 302-3 | Intensità energetica | 112; 146 | |
| ACQUA (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 116-117 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 116-117 | |
| 303-1 | Prelievo di acqua per fonte | 149 | |
| 303-3 | Acqua riciclata e riutilizzata | 149 | |
| EMISSIONI (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 116-117 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 116-117 | |
| 305-1 | Emissioni GHG dirette (scope 1) | 147 | |
| 305-2 | Emissioni GHG indirette (scope 2) | 147 | |
| 305-3 | Intensità emissiva | 112; 147 | |
| 305-7 | NOx, SOx e altre emissioni rilevanti | 148 | |
| SCARICHI IDRICI E RIFIUTI (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 118-119 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 118-119 | |
| 306-1 | Acqua scaricata per qualità e destinazione | 149 | |
| 306-2 | Rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento | 149 | |
| COMPLIANCE AMBIENTALE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 28; 30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 61 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 61 | |
| 307-1 | Multe e sanzioni per violazioni di leggi e regolamenti in materia ambientale | 61 | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | PAGINA | OMISSIONE |
|--|--|--------------|-----------|
| VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DI CRITERI AMBIENTALI (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 139-141 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 139-141 | |
| 308-1 | Percentuale di nuovi fornitori valutati sulla base di criteri ambientali | 139 | |
| GRI 400: SOCIAL SERIES | | | |
| OCCUPAZIONE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 124-127 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 124-127 | |
| 401-1 | Nuovi assunti e turnover | 153-154 | |
| 401-3 | Congedo parentale | 154-155 | |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 134-137 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 134-137 | |
| 403-2 | Tipologia e tasso di infortuni, malattie professionali, giornate di lavoro perse, assenteismo e decessi sul lavoro | 137; 157-158 | |
| FORMAZIONE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 130-131 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 130-131 | |
| 404-1 | Formazione annua per dipendente e per genere e categoria di lavoratori | 156 | |
| DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 61; 125-126 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 61; 125-126 | |
| 405-1 | Diversità nell'organo di governance e nella composizione dei dipendenti | 151-152 | |
| NON DISCRIMINAZIONE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 61; 125-126 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 61; 125-126 | |
| 406-1 | Incidenti di non discriminazione e azioni intraprese | 126 | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | PAGINA | OMISSIONE |
|---|--|--------------|-----------|
| LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 61; 127 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 61; 127 | |
| 407-1 | Operations e fornitori identificati come aventi un significativo rischio di esercitare la libertà di associazione e contrattazione collettiva e misure adottate per contribuire all'effettiva abolizione | 58; 139 | |
| LAVORO MINORILE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 61; 127 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 61; 127 | |
| 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 | 58; 139 | |
| LAVORO FORZATO (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 61; 127 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 61; 127 | |
| 409-1 | Operations e fornitori identificati come aventi un significativo rischio di lavoro forzato e misure adottate per contribuire all'effettiva abolizione | 58; 139 | |
| VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DI CRITERI SOCIALI (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 139 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 139 | |
| 414-1 | Nuovi fornitori selezionati sulla base di criteri sociali | 139 | |
| SALUTE E SICUREZZA DEL CONSUMATORE (2016) | | | |
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativi limiti | 29-30 | |
| 103-2 | Management approach e relative caratteristiche | 78-79; 84-89 | |
| 103-3 | Valutazione del management approach | 78-79; 84-89 | |
| 416-2 | Incidenti di non conformità relativi la salute e sicurezza del consumatore | 57-58 | |

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable-assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
2. Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
3. Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Panariagroup.
4. Comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

5. Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. e con il personale di Gres Panaria Portugal S.A. e Florida Tile Inc. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

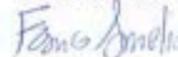
Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo e società controllate:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le seguenti società e siti, sede di Fiorano Modenese, sito produttivo di Finale Emilia e sito produttivo di Toano per Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Panariagroup relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai GRI Standards.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.


Franco Amelio
 Socio

Milano, 29 marzo 2019

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 Nuove Superfici

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:



CONCEPT & GRAPHIC DESIGN:
Industree Communication Hub

PHOTO CREDITS:
Lorenzo Franzi, Gionata Xerra, Alessandra Chemollo, Luigi Ottani

BUILDINGS CREDITS:
Bosco Verticale, Porta Nuova, Milano
Sviluppato e gestito da COIMA.
Foto: Gianni Dotti



PANARIAgroup®