


Bilancio di Sostenibilità **2019**

PANARIAgroup®



PANARIAgroup®

Bilancio di
Sostenibilità
2019



Le immagini contenute in questo documento raccontano la nostra realtà aziendale per come è stata fino al 2019, anno di riferimento per questo Bilancio di Sostenibilità.

Si tratta quindi di immagini precedenti l'emergenza Covid-19, che ha costretto tutti a riconsiderare abitudini e modalità di gestione del lavoro. Nell'ambito di questo mutato contesto, Panariagroup è intervenuta tempestivamente per adottare le misure di sicurezza più rigorose per la tutela dei propri dipendenti, per dare una corretta e puntuale informazione sulle procedure da seguire e per la sicurezza di tutti coloro i quali entrano quotidianamente in contatto con l'azienda.

Il tutto con un approccio di piena consapevolezza e responsabilità come documentato nel report dedicato in coda a questo volume.

PANARIAgroup®

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Rinnovo con grande piacere, anche quest'anno, la mia introduzione al **Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup**.

È un privilegio vedere come l'azienda anno dopo anno prosegua in questo percorso non semplice, perché richiede sforzi economici, operativi, culturali tutt'altro che banali, ma che **trova progressivamente sempre più entusiasmo e gratificazione**.

Senza dimenticare il **processo rigoroso di rendicontazione** al quale ci sottoponiamo ogni anno con questo Bilancio, che ci permette di mantenere come **tratto di significativa unicità** la certificazione delle nostre attività di responsabilità economica, ambientale e sociale.

È peraltro estremamente confortante constatare anche **la conferma nel tempo di alcuni indicatori su punte di assoluta eccellenza**, che rafforzano la convinzione di avere operato con lungimiranza nelle scelte effettuate in passato su diversi fronti.

Siamo dunque giunti alla quarta edizione del nostro report e siamo fieri ogni anno di **celebrare gli obiettivi raggiunti e le nuove idee** che arrivano per alimentare la nostra ricetta di sostenibilità.

Idee che nel corso del 2019 ci sono arrivate anche dai nostri collaboratori, che abbiamo coinvolto, partendo dalla parte italiana dell'azienda, per suggerirci iniziative e possibilità **per rendere ancora più concreto il nostro operare in modo responsabile**. Un'iniziativa che ha riscosso grande successo e partecipazione, così come l'indagine di ascolto dei dipendenti, che ci ha trasferito un senso profondo di attaccamento all'azienda ma anche tanti spunti di miglioramento.

Ecco dunque il lavoro sugli stakeholder che procede in tante direzioni, non solo quella interna ma anche quella verso i Clienti, nei confronti dei quali **ci sentiamo sempre di più responsabili, in un mondo che cambia**

e che chiede **prodotti etici e in grado di contribuire al benessere di tutti**. Noi rispondiamo con la nostra innovazione, con ceramiche che pensiamo sempre di più **per la qualità della vita**, con una missione chiara dunque che accompagna il nostro progetto imprenditoriale. **Un progetto che continua a ricercare e ottenere attestati di qualità**, come le certificazioni green che i nostri team tecnici continuano ad ottenere per i nostri prodotti, rendendoli sempre più votati al modo di costruire e abitare di oggi e di domani.

Una qualità della vita che proprio mentre ci apprestiamo a chiudere questo report è investita massicciamente dalla crisi legata alla diffusione in Italia e nel mondo del virus Covid-19, che **chiama la responsabilità di impresa a un livello nuovo, superiore**. Nell'attenzione alla salute e alla sicurezza dei dipendenti (e di quanti entrano in contatto con l'azienda), così come nella responsabilità economica, il che significa garantire una continuità operativa e un orizzonte di stabilità al business.

Su questo **facciamo e faremo la nostra parte**, per superare una fase critica, imprevedibile, ma dalla quale vogliamo uscire **più forti e anche migliori di prima**.

L'impegno prosegue dunque con la massima determinazione e poter apprezzare continuamente il lavoro di tutta l'azienda mi rende **profondamente orgoglioso e grato** verso tutti coloro che danno ogni giorno il proprio significativo contributo per rendere il nostro percorso sempre più solido verso il futuro.

Emilio Mussini
Presidente Panariagroup

A handwritten signature in blue ink, reading "Emilio Mussini".

INDICE

IL NOSTRO IMPEGNO	10
HIGHLIGHTS 2019	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 2019	
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	94
5.1 LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	
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	
5.8 IMBALLAGGI	
6.0 LA RESPONSABILITÀ SOCIALE	116
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	138
7.1 DATI AMBIENTALI	
7.2 DATI SULLE RISORSE UMANE	
7.3 DATI SULLA CATENA DI FORNITURA	
8.0 INDICE DEI CONTENUTI GRI	160
9.0 RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE	168
LA RISPOSTA DI PANARIAGROUP ALLA GESTIONE DELL'EMERGENZA COVID-19	 175

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI MATERIE PRIME

Recuperiamo interamente i nostri scarti di produzione.



GESTIONE DEI RIFIUTI

94,2% di rifiuti recuperati lungo la catena produttiva.



VICINANZA AL TERRITORIO

Più del 90% della nostra spesa è effettuata su fornitori locali.



RISPARMIO ENERGETICO

Il nostro indice di consumo energetico è 0,139 GJ per m² di piastrelle e utilizziamo sempre più energia rinnovabile.



IMBALLI ECOCOMPATIBILI

Sempre maggiore utilizzo di materiali di imballaggio riciclati.



PRODOTTI PER LA QUALITÀ DELLA VITA

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



RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

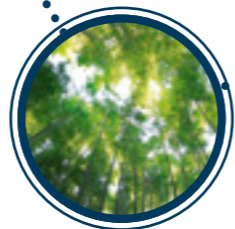
9 tCO₂e per 1.000 m² di piastrelle, 197 tCO₂e evitate nel corso dell'anno¹, pari all'assorbimento di quasi 6.000 alberi.



IL NOSTRO IMPEGNO

SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE

Abbiamo investito circa 145 milioni di euro in innovazione negli ultimi 5 anni.



BASSO IMPATTO IDRICO

Intensità di consumo idrico 0,02 m³ per m².



RISORSE UMANE

Il 97% dei nostri dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato.



1. Il Gruppo, attraverso gli impianti fotovoltaici installati presso gli stabilimenti di Fiorano Modenese, Finale Emilia e Sassuolo ha evitato, durante il 2019, 197 tCO₂e calcolate con metodologia Location based, un dato in aumento del 3% rispetto al 2018. Per la conversione in alberi equivalenti si è considerato un potenziale di assorbimento di un albero (quale un'essenza arborea di alto fusto) compreso tra i 20 e i 50 kgCO₂/anno (Fonte: www.reteclima.it).

HIGHLIGHTS 2019



ECONOMICI



AMBIENTALI



SOCIALI



2. A seguito del processo di adeguamento dei nuovi principi contabili IFRS 16 - Leases (applicazione retroattiva secondo la modalità "full retrospective"), a partire dal 1 gennaio 2019, i dati 2018 relativi all'EBITDA, all'Utile netto e al Capitale Circolante Netto sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nel precedente Bilancio di Sostenibilità. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2018, disponibile nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

3. Al netto di passività per leasing.

4. I valori di intensità sono calcolati sui m² di piastrelle prodotte durante l'anno, pari 22.751.785 m² per il 2019 e 22.486.526 m² per il 2018.

5. I dati relativi alla Salute e Sicurezza dei collaboratori esterni includono la sola categoria dei somministrati e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti del Gruppo Panariagroup e/o sotto il controllo del Gruppo Panariagroup, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui il Gruppo Panariagroup non esercita un controllo diretto.

LA SOSTENIBILITÀ
PER **PANARIAGROUP**



1.1 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" o "Gruppo") in applicazione del D.Lgs. 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 2019 (dal 1 gennaio al 31 dicembre). La selezione degli aspetti e degli indicatori utili a definire i contenuti da rendicontare è stata effettuata attraverso un'analisi di materialità che considera le tematiche rilevanti per il Gruppo Panariagroup e per i suoi stakeholder; per i dettagli in merito all'analisi di materialità condotta durante il 2019, si rimanda al paragrafo "L'analisi di materialità" del presente documento.

Il Bilancio di Sostenibilità 2019 del Gruppo Panariagroup è stato **redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards"** definiti nel 2016 dal GRI – Global Reporting Initiative – secondo l'opzione "In accordance - Core". **Per quanto riguarda gli Standard specifici GRI 303** (Acqua e scarichi idrici) **e GRI 403** (Salute e sicurezza sul lavoro), **sono state adottate le più recenti versioni del 2018.**

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni economico-finanziarie corrisponde a quello del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2019 di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. Per quanto riguarda **le informazioni qualitative e i dati**

quantitativi relativi alle risorse umane, inclusi gli aspetti sulla salute e sicurezza sul lavoro, sono incluse nel perimetro di rendicontazione le società consolidate con il metodo integrale nel Bilancio consolidato⁶. Per quanto riguarda **le informazioni qualitative e i dati quantitativi relativi agli aspetti ambientali e agli altri aspetti sociali**, sono incluse le società del Gruppo che gestiscono siti produttivi e sono invece escluse le società con sole sedi commerciali e Montanari Ceramiche S.r.l., punto vendita al dettaglio di materiale ceramico, in quanto considerate non rilevanti al fine di assicurare la comprensione dell'attività d'impresa del Gruppo e dell'impatto dallo stesso prodotto.

Relativamente alle variazioni delle dimensioni del Gruppo e al perimetro di consolidamento, si segnala che, in data 01.08.2019, **Panariagroup ha acquisito il controllo di Panariagroup India Industrie Ceramiche Pvt Ltd**, società che commercializza prodotti a marchio "Bellissimo" nel territorio indiano, precedentemente detenuta al 50% nell'ambito di un accordo di Joint Venture. L'incidenza della società sul Totale Attivo e sul Totale dei Ricavi del Gruppo è inferiore allo 0,5%. Non si segnala nessuna variazione significativa in merito all'assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento del Gruppo.

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. Partendo dai temi considerati rilevanti, in linea con gli anni precedenti, è stata effettuata una valutazione dei rischi legati ai temi di sostenibilità correlati al business del Gruppo, che riferiscono in particolare ai seguenti aspetti: gestione dei rischi legati al cambiamento climatico e ambientali; rischi collegati al rispetto dei diritti

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

umani, alla salute e sicurezza sul lavoro e alla corruzione attiva e passiva. Per un maggiore dettaglio si rimanda al paragrafo "La gestione dei rischi di sostenibilità".

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

Il Gruppo 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 alla riduzione dell'utilizzo delle materie prime e, in generale, degli impatti ambientali nei cicli produttivi. Per un maggiore dettaglio si rimanda al capitolo "La responsabilità ambientale" del presente documento.

Il Gruppo riconosce il valore intrinseco di ogni persona ed opera costantemente per assicurare il benessere e la valorizzazione, attraverso una gestione decentrata in base ai tre poli di operatività del Gruppo (Italia, Portogallo e Stati Uniti) delle tematiche relative alla gestione delle risorse umane. Particolare attenzione viene posta sugli aspetti relativi alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, per il quale il Gruppo ha implementato un sistema di gestione integrato Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza, finalizzato a garantire la protezione dei suoi lavoratori attraverso anche un monitoraggio continuo dei principali indicatori: tutela del benessere dei dipendenti e sviluppo professionale. Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo "La responsabilità sociale" del presente documento.

Inoltre, **il Gruppo garantisce la tutela dei diritti umani e dei lavoratori lungo tutta la catena del valore.** A tal fine, nel 2018, il Gruppo ha predisposto il proprio Codice Etico di Gruppo e un Codice di Condotta Commerciale rivolto ai fornitori, che definiscono i principi e i valori alla base dell'operatività quotidiana e

lungo tutta la catena del valore. In merito alla propria catena di fornitura, **il Gruppo ha poi avviato nel 2019 un percorso di integrazione di criteri ESG** (Environmental, Social e Governance) nel processo di selezione e valutazione dei fornitori, che troverà il proprio completamento nel 2020.

In materia di anti-corruzione, etica e integrità nel business, la Capogruppo Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. ha adottato il Modello di Gestione ed Organizzazione 231/01 nel 2009, che viene costantemente aggiornato, e ha previsto **l'estensione del ruolo dell'Organismo di Vigilanza della Capogruppo italiana alle società del perimetro estero.** Per un maggiore dettaglio si rimanda al paragrafo "Integrità e conformità" del presente documento.

Il percorso di integrazione delle tematiche di sostenibilità all'interno della catena di valore del Gruppo è continuato nel 2019 con **il raggiungimento di numerosi obiettivi dichiarati nella Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario 2018**, insieme ad altri confermati per il prossimo anno, e la definizione di nuovi traguardi da raggiungere nel corso degli anni a venire; per maggiori dettagli rispetto agli obiettivi raggiunti e ai nuovi obiettivi definiti si rimanda al paragrafo "Gli obiettivi di sostenibilità" del presente documento.

La Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario 2019 del Gruppo Panariagroup è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. in data 13 marzo 2020.

Il documento è, inoltre, sottoposto ad 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.

⁶ 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 2019 di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

1.2 IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

La mission di Panariagroup è crescere e creare benessere in armonia con le persone e l'ambiente, con grande disponibilità, passione e amore per il proprio lavoro. Per raggiungere questi obiettivi, il Gruppo mira a generare valore sostenibile per azionisti, dipendenti e partner commerciali 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 valori 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.

Nella Business Unit italiana è proseguita l'attività di sensibilizzazione sulla sostenibilità aziendale, **con un coinvolgimento crescente dei dipendenti attraverso iniziative di ascolto, comunicazioni mirate, un concorso di idee, l'istituzione della raccolta differenziata e la distribuzione di erogatori di acqua** in tutte le strutture.



Anche durante i periodi di crisi economica che hanno coinvolto i Paesi in cui opera il Gruppo, Panariagroup 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 2019 è proseguita l'attività di divulgazione dell'impegno dell'azienda sulla sostenibilità, con un coinvolgimento crescente di alcune categorie di stakeholder. In particolare, la Business Unit italiana ha avviato diverse iniziative di ascolto e coinvolgimento diretto dei dipendenti, a cui si rimanda nel paragrafo "Gli stakeholder del Gruppo e i canali di contatto" del presente documento, che hanno rappresentato un importante momento di confronto con quanti lavorano in Panariagroup, e che hanno permesso di approfondire alcuni temi specifici e di raccogliere importanti indicazioni per future evoluzioni.

Da un punto di vista della comunicazione, è stata pubblicata la seconda newsletter interna dedicata ai temi di sostenibilità. È stata poi istituita **la prima edizione del Premio Sostenibilità, un concorso di idee al quale sono stati chiamati tutti i dipendenti**, per proporre iniziative al fine di rafforzare il profilo di responsabilità dell'azienda in ambito produttivo, della vita quotidiana in azienda e dei rapporti con le comunità e il territorio. Un approfondimento specifico su queste iniziative è disponibile nel capitolo "La responsabilità sociale".

In termini ambientali, si è proceduto poi alla **totale riconversione della distribuzione di acqua potabile ai dipendenti**, tramite la sostituzione delle bottigliette in plastica usa e getta con erogatori di acqua, oltre che con un rafforzamento più strutturale delle modalità di raccolta differenziata.

Importante poi **l'avvio del percorso di integrazione di criteri ESG (Environmental, Social e Governance)** nel processo di selezione e valutazione dei fornitori, che troverà il proprio completamento nel 2020. Le Business Unit portoghese e americana si sono invece attivate per **programmi legati al benessere e alla salute dei dipendenti**, attraverso molteplici iniziative per le quali si rimanda nuovamente alla visione del capitolo "La responsabilità sociale" del presente documento.

Questo nuovo Bilancio di Sostenibilità di Panariagroup porta di nuovo 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.

• A conferma dell'impegno nei confronti della sostenibilità, Panariagroup riceve per il secondo anno consecutivo un riconoscimento da Biblioteca Bilancio Sociale.

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** rappresentati nella seguente infografica.

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



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.

Nel 2019, **il Gruppo ha deciso di rafforzare le attività di ascolto dei propri stakeholder tramite il coinvolgimento dei dipendenti del perimetro italiano** attraverso un questionario su piattaforma online in forma anonima e 3 attività di Focus Group, che hanno rappresentato un importante momento di confronto con il personale Panariagroup in relazione ad ambiti legati alla vita lavorativa all'interno

dell'azienda. La finalità di questa attività è stata anche quella di raccogliere le percezioni del personale in relazione a tematiche di sostenibilità, permettendo di aggiornare la matrice di materialità del Gruppo, riportata nelle pagine successive. Attraverso questa iniziativa, per i cui approfondimenti si rimanda al capitolo "La responsabilità sociale", **Panariagroup rinnova il proprio impegno nei confronti dei propri dipendenti**, nella convinzione che dall'ascolto si possa costruire insieme un ambiente lavorativo migliore e, contestualmente, aiutare l'azienda a prendere le migliori decisioni strategiche.

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

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"> • Partecipazioni alla raccolta di dati tramite rilevazioni a scopi statistici • Adempimenti alle richieste documentali previsti 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

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

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 • Iniziativa di ascolto del personale tramite questionario online e attività di Focus Group • Premio Sostenibilità • Management Meeting periodico per l'aggiornamento dei dirigenti della Business Unit italiana
FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di selezione dei fornitori e valutazione delle performance in termini di qualità, sostenibilità e costo del servizio • Incontri periodici e verifiche presso i fornitori effettuati dall'Ufficio Acquisti del Gruppo • ESG Risk Analysis sui fornitori del perimetro italiano
ASSOCIAZIONI DI RAPPRESENTANZA / CATEGORIA	<ul style="list-style-type: none"> • Membership di Confindustria Ceramica (Italia) e APICER (Portogallo), con 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

Nel 2019, l'analisi di materialità è stata aggiornata tramite un'attività di coinvolgimento diretto del Top Management e dei dipendenti del perimetro Italia, tenendo in considerazione i temi e gli ambiti previsti dall'Art. 3 del Decreto.

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 presente documento.

L'analisi di materialità mira a identificare gli aspetti che riflettono gli impatti significativi economici, ambientali e sociali dell'organizzazione o che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

La mappa delle tematiche rilevanti identificata nel 2018 da Panariagroup, confermata, è stata oggetto di nuova valutazione da parte del Top Management del Gruppo e dei suoi stakeholder **tramite una survey online**, in forma anonima, in cui è stato richiesto di valutare le 5 tematiche di sostenibilità considerate più rilevanti, ovvero quelle su cui Panariagroup dovrebbe focalizzare la sua strategia di sostenibilità, e le 5 tematiche meno rilevanti, tenendo in considerazione la conoscenza del contesto e del business del Gruppo. L'attività di coinvolgimento finalizzata all'aggiornamento dell'analisi di materialità ha coinvolto in modo diretto la categoria di stakeholder Dipendenti con più di 200 partecipanti e il Top Management del Gruppo con più di 20 partecipanti.

I risultati emersi dalle attività sopra descritte sono stati aggregati ai risultati emersi negli anni precedenti e recepiti nella matrice di materialità 2019.

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 2019 DI PANARIAGROUP

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



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 conferma la centralità, anche per il 2019, sia per il Gruppo che per i suoi stakeholder, delle **tematiche Performance economica, Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro, Qualità e Design del prodotto, Innovazione sostenibile e Soddisfazione del Cliente.** Queste tematiche riguardano aspetti di primaria importanza pienamente consolidati nelle dinamiche aziendali e richiamano la strategia finora implementata dal Gruppo, che ha fortemente investito su questi fronti.

Rispetto alle tematiche ritenute materiali per il Gruppo e i suoi stakeholder pubblicate nella Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario 2018⁷, si segnalano i seguenti cambiamenti:

- la tematica "Sviluppo e benessere dei dipendenti" è stata suddivisa in "Benessere e responsabilità verso i dipendenti" e "Formazione e sviluppo dei dipendenti". Tali tematiche sono emerse come particolarmente rilevanti per gli stakeholder, in relazione anche all'attività di coinvolgimento dei dipendenti svolta durante l'anno. Tuttavia, tali aspetti sono considerati chiave in relazione alle nuove dinamiche lavorative, alle aspettative delle nuove generazioni e dei dipendenti che percepiscono il proprio benessere lavorativo come fattore di impatto anche al di fuori dell'azienda. Inoltre, tali aspetti sono considerati sempre più rilevanti anche per il Gruppo, in linea con uno dei

valori fondanti di Panariagroup: mettere la persona e la qualità della vita al centro dell'attenzione, operando nel massimo rispetto di chi lavora con il Gruppo;

- la tematica "Tutela dei Brand" è stata modificata in "Tutela dei Brand e della reputazione", al fine di evidenziare la sempre maggiore attenzione che il Gruppo pone verso la comunicazione e l'interazione con il contesto esterno, nonché al presidio di tutti quei fattori che potrebbero impattare negativamente sulla reputazione del Gruppo;
- la tematica "Tutela dei diritti umani" è stata integrata all'interno della tematica materiale "Gestione responsabile della catena di fornitura", in quanto risulta rilevante prevalentemente per la catena di fornitura del Gruppo;
- la tematica "Struttura di governo e gestione dei rischi" non viene esplicitata nella matrice di materialità in quanto considerata elemento imprescindibile per la corretta gestione delle tematiche di sostenibilità e, più in generale, delle attività del Gruppo; per questo motivo è comunque oggetto di approfondita disclosure;
- la tematica "Sviluppo socio-economico delle comunità locali" non è emersa come tematica prioritaria e rilevante né per il Gruppo, né per i suoi stakeholder, in relazione alle altre tematiche d'impatto.

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

TEMATICHE MATERIALI

DESCRIZIONE

QUALITÀ E DESIGN DEL PRODOTTO

Certificazioni di prodotto e adozione di procedure e sistemi volti a garantire gli alti standard di qualità dei prodotti, oltre alla continua innovazione nel design al fine di rispondere in modo sempre più completo ed efficace alle diverse esigenze e richieste del mercato.

PERFORMANCE ECONOMICA

Gestione responsabile delle risorse economico-finanziarie del Gruppo per garantire la tenuta, la stabilità e la continuità nell'operatività del business con l'obiettivo di creare valore nel breve, medio e lungo periodo e verso tutti i portatori di interesse.

7. Per ulteriori approfondimenti sull'analisi di materialità condotta nel 2018, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2018, pubblicato nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

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.

INNOVAZIONE SOSTENIBILE

Attività e politiche relative all'innovazione tecnologica e attività di Ricerca e Sviluppo finalizzate al continuo miglioramento di processi e prodotti, con particolare attenzione alla riduzione degli impatti ambientali.

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, e comunicazione e attività di marketing.

BENESSERE E RESPONSABILITÀ 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.

FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI

Attività di sviluppo e formazione volti a potenziare le competenze tecniche, manageriali e organizzative del personale dipendente e a consolidare la professionalità richiesta dal ruolo coperto. Politiche e sistemi di incentivazione del personale, sviluppo di carriera e attrazione dei talenti.

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 dovute alle attività aziendali.

GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE

Politiche di monitoraggio e gestione efficiente delle risorse idriche, anche in relazione alle aree a stress idrico. 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.

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. Impegno del Gruppo nella lotta alla corruzione, attiva e passiva, attraverso l'applicazione di politiche, procedure e meccanismi di segnalazione di potenziali irregolarità o comportamenti illeciti e attività di formazione specifica sul tema.

TUTELA DEI BRAND E DELLA REPUTAZIONE

Politiche per la valorizzazione delle diverse tipologie dei marchi del Gruppo, strategie commerciali multi-marchio e sviluppo di politiche volte alla loro diffusione e tutela.

GESTIONE DEI RIFIUTI E DEGLI SCARICHI IDRICI

Gestione consapevole dei rifiuti pericolosi e non pericolosi connessi all'attività di business di Panariagroup; promozione di metodi e pratiche di gestione consapevoli quali: riutilizzo, differenziazione e riciclo dei rifiuti e degli scarti prodotti.

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.

Così come previsto dagli standard di rendicontazione GRI, la tabella di seguito rappresenta il perimetro degli impatti in relazione a ciascuna tematica materiale. Lo scopo è quello di comprendere quali stabilimenti,

territori o entità all'interno di Panariagroup hanno maggior impatto in riferimento alle tematiche materiali identificate nella matrice di materialità.

TEMATICHE MATERIALI	PERIMETRO D'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO
QUALITÀ E DESIGN DEL PRODOTTO	Gruppo	Causato dal Gruppo
PERFORMANCE ECONOMICA	Gruppo	Causato dal Gruppo
SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO	Dipendenti del Gruppo e collaboratori esterni ⁸	Causato dal Gruppo
INNOVAZIONE SOSTENIBILE	Gruppo	Causato dal Gruppo
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Gruppo	Causato dal Gruppo
BENESSERE E RESPONSABILITÀ VERSO I DIPENDENTI	Gruppo	Causato dal Gruppo
FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI	Gruppo	Causato dal Gruppo
GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE E DELLE EMISSIONI	Gruppo e fornitori di energia elettrica e termica	Causato dal Gruppo e correlato al Gruppo tramite i suoi rapporti commerciali
GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE	Gruppo	Causato dal Gruppo
INTEGRITÀ E CONFORMITÀ	Gruppo	Causato dal Gruppo
TUTELA DEI BRAND E DELLA REPUTAZIONE	Gruppo	Causato dal Gruppo
GESTIONE DEI RIFIUTI E DEGLI SCARICHI IDRICI	Gruppo	Causato dal Gruppo
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	Gruppo e fornitori	Causato dal Gruppo e a cui il Gruppo contribuisce

8. I dati relativi alla Salute e Sicurezza dei collaboratori esterni includono la sola categoria dei somministrati e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti del Gruppo Panariagroup e/o sotto il controllo del Gruppo Panariagroup, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui il Gruppo Panariagroup non esercita un controllo diretto.



1.4.1 ADESIONE A UN GLOBAL COMPACT

Panariagroup nel 2018 ha scelto di aderire a UN Global Compact e, a partire dal Bilancio di Sostenibilità 2018, 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. Panariagroup, aderendo a UN Global Compact, fa propri questi principi fondamentali e si apre al confronto internazionale su temi decisivi, confermandone la centralità rispetto alle proprie politiche di sviluppo.



AMBITO	PRINCIPI GLOBAL COMPACT	RICHIESTE DEL GLOBAL COMPACT	RIFERIMENTO PANARIAGROUP
 DIRITTI UMANI	1. Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza	Statement of continued support by the Chief Executive Officer (CEO)	Lettera agli stakeholder (pag. 6)
	2. Garanzia di non essere, direttamente o indirettamente, complici di violazioni dei diritti umani	Assessment, politiche, obiettivi e iniziative implementate	Rischio di mancato rispetto dei Diritti Umani (pag. 56)
		Indicatori di performance	Formalizzazione di un Codice Etico e di un Codice di Condotta Commerciale di Gruppo (pag. 60-61) GRI 102-16 (pag. 60-61) GRI 414-1 (pag. 133)

 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)
	4. Eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio	Indicatori di performance	Iniziative descritte nel capitolo "La responsabilità sociale" (pag. 116-137)
	5. Effettiva abolizione del lavoro minorile		GRI 102-8 (pag. 147-148) GRI 102-41 (pag. 121; 157) GRI 202-1 (pag. 158) GRI 202-2 (pag. 157) GRI 401-1 (pag. 151-152) GRI 401-3 (pag. 153-154) GRI 404-1 (pag. 126; 155) GRI 405-1 (pag. 149-150) GRI 406-1 (pag. 120)
	6. Eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione	Assessment, politiche, obiettivi e iniziative implementate	Rischio ambientale (pag. 55-56) Adozione di un sistema integrato Qualità, Ambiente e Salute e Sicurezza, e di sistemi di gestione certificati ISO 14001, EMAS (pag. 97)
 AMBIENTE	7. Sostegno dell'approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali	Indicatori di performance	Iniziative descritte nel capitolo "La responsabilità ambientale" (pag. 94-115)
	8. Sviluppo di iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale		GRI 301-1 (pag. 159) GRI302-1 (pag. 106-108; 140-141) GRI 302-3 (pag. 12-13; 106; 140) GRI 303-3 (pag. 144) GRI 303-4 (pag. 145) GRI 305-1 (pag. 109; 142) GRI 305-2 (pag. 109; 142) GRI 305-4 (pag. 12-13; 106; 142) GRI 305-7 (pag. 142) GRI 306-2 (pag. 146) GRI 307-1 (pag. 61) GRI 308-1 (pag. 133) GRI 414-1 (pag. 133)
	9. Incentivazione dello sviluppo e della diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente		Rischio di corruzione attiva e passiva (pag. 58)
 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	Adozione del Modello di Organizzazione e Gestione 231/01 e relative estensioni nelle società estere (pag. 60) Formalizzazione di un Codice Etico e di un Codice di Condotta Commerciale di Gruppo (pag. 60-61)
		Indicatori di performance	GRI 102-16 (pag. 60-61) GRI 205-3 (pag. 61)

1.5 GLI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

SDGs - Sustainable Development Goals

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.**

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. La definizione degli obiettivi ha considerato le direttrici di sviluppo sostenibile riconosciute a livello internazionale, in particolare **l'Agenda 2030 e i relativi 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs - Sustainable Development Goals).** Da un'analisi degli SDGs e dei relativi target, Panariagroup ha identificato i seguenti obiettivi come prioritari e su cui il Gruppo ha deciso di focalizzare il proprio impegno nel medio-lungo termine.



OBIETTIVO 4: garantire un'istruzione di qualità inclusiva e paritaria e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.
Target 4.4: entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per un lavoro dignitoso e per l'imprenditorialità.



OBIETTIVO 6: garantire la disponibilità e la gestione sostenibile delle risorse idriche e servizi igienico-sanitari per tutti.
Target 6.3: entro il 2030, migliorare la qualità dell'acqua per diminuire l'inquinamento, riducendo al minimo il rilascio di sostanze chimiche e di materiali pericolosi; dimezzare la percentuale di acque reflue non trattate e sostanzialmente aumentare il riciclaggio e il riutilizzo di sicurezza a livello globale.
Target 6.4: entro il 2030, aumentare sostanzialmente l'efficienza idrica da utilizzare in tutti i settori e garantire ritiri e fornitura di acqua dolce per affrontare la scarsità d'acqua e ridurre in modo sostanziale il numero delle persone che ne soffrono.



OBIETTIVO 8: promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti.
Target 8.2: raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche mirando a un alto valore aggiunto nei settori ad alta intensità di manodopera.
Target 8.4: migliorare progressivamente, entro il 2030, l'efficienza globale delle risorse, dei consumi e della produzione e slegare la crescita economica dal degrado ambientale.
Target 8.7: adottare misure immediate ed efficaci per sradicare il lavoro forzato, porre fine alla schiavitù moderna e al traffico di esseri umani, raggiungere la proibizione e l'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile, incluso il reclutamento e l'impiego di bambini soldato e, entro il 2025, porre fine al lavoro minorile in tutte le sue forme.
Target 8.8: proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente lavorativo sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare donne migranti, e quelli in lavoro precario.

Gli obiettivi di sostenibilità di Panariagroup sono definiti considerando le direttrici, riconosciute a livello internazionale, dell'Agenda 2030 e dei 17 SDGs - Sustainable Development Goals.

OBIETTIVO 9: costruire infrastrutture resilienti, promuovere l'innovazione e l'industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

Target 9.1: sviluppare la qualità delle infrastrutture rendendole affidabili, sostenibili e resilienti, comprese le infrastrutture regionali e transfrontaliere, per sostenere lo sviluppo economico e il benessere umano, con particolare attenzione alla possibilità di accesso equo per tutti.

Target 9.4: entro il 2030, aggiornare le infrastrutture industriali per renderle sostenibili, con una maggiore efficienza delle risorse da utilizzare e una maggiore adozione di tecnologie pulite e rispettose dell'ambiente e dei processi industriali, conformemente alle rispettive capacità dei Paesi.

OBIETTIVO 10: ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i Paesi.

Target 10.4: adottare politiche, in particolare fiscali, salariali e politiche di protezione sociale, per raggiungere progressivamente una maggiore uguaglianza.

OBIETTIVO 12: garantire modelli di consumo e produzione sostenibili.

Target 12.2: entro il 2030, ottenere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.

Target 12.5: entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.

OBIETTIVO 13: adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.

Target 13.1: rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai rischi legati al clima e ai disastri naturali in tutti i Paesi.

Target 13.2: integrare le misure di cambiamento climatico nelle politiche, strategie e pianificazioni nazionali.

OBIETTIVO 16: promuovere società pacifiche e inclusive per lo sviluppo sostenibile, fornire l'accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli.

Target 16.5: ridurre sostanzialmente la corruzione e tutte le sue forme.



OBIETTIVI DICHIARATI IN DNF18

Di seguito vengono riportati gli obiettivi dichiarati all'interno della Dichiarazione non finanziaria 2018, con il loro relativo stato di avanzamento, e

i nuovi obiettivi di sostenibilità che il Gruppo ha definito nel 2019 con un orizzonte al 2020.



TEMI ECONOMICI

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018	TARGET	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).	2018	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 2020 e determinerà l'ottenimento dell'obiettivo fiscale.
Ampliamento della superficie coperta dello stabilimento di Fiorano Modenese (Italia) per il potenziamento e l'ottimizzazione della produzione di lastre in grande formato.	2019	Sono state avviate le attività, il cui completamento è previsto per il 2020.
Installazione di nuovi impianti presso la Business Unit italiana, 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.	2018	Sono state installate le linee di scelta per gli stabilimenti di Toano e Fiorano. La realizzazione dell'essiccatoio dello stabilimento di Fiorano è subordinata alle attività di ampliamento del sito.
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.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.
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.	2019	Obiettivo posticipato al 2020.



QUALITÀ E AMBIENTE

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018	TARGET	STATO DI AVANZAMENTO
Sostituzione totale di neon fluorescenti, con installazione di sistemi d'illuminazione a LED e induzione magnetica presso lo stabilimento di Toano (Italia), per l'ottenimento di sensibili diminuzioni di energia elettrica.	2018	Obiettivo in completamento nel 2020.
Sostituzione parziale di neon fluorescenti, con installazione di sistemi d'illuminazione a LED e induzione magnetica negli stabilimenti di Ílhavo e Aveiro (Portogallo), per l'ottenimento di sensibili diminuzioni di energia elettrica.	2019	Obiettivo sospeso per una valutazione interna di natura organizzativa che ha portato alla scelta di priorità differenti.
Rimozione completa delle coperture in amianto del sito di Fiorano Modenese (Italia) e sostituzione con materiali eco-compatibili.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.
Introduzione di sistemi di lavaggio automatico delle macchine per l'applicazione degli smalti, per la riduzione del consumo idrico presso tutti gli stabilimenti italiani.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.
Installazione di sistemi di insonorizzazione presso il reparto Rettifica nei siti produttivi portoghesi e statunitensi.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.
Interventi sugli impianti di aspirazione polveri per la riduzione di silice aerodispersa nello stabilimento di Lawrenceburg (USA).	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.
Parziale rifacimento delle coperture dei fabbricati in tutti gli stabilimenti del Gruppo, con utilizzo di materiali eco-compatibili.	2019	Obiettivo in completamento nel 2020.
Campagna di sostituzione delle batterie al piombo con batterie al litio, caratterizzate da maggiore durata e meno inquinanti, per i veicoli automatici di movimentazione del prodotto finito.	2019	Obiettivo in completamento nel 2020.
Progressiva eliminazione della plastificazione dagli strumenti di comunicazione.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.



RISORSE UMANE

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018

TARGET STATO DI AVANZAMENTO

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.	2019	È stato realizzato un "award merito ecologico" nella Business Unit italiana. Si prevede l'estensione alle Business Unit estere nel prossimo biennio.	
---	------	--	--

Potenziamento delle attività di ascolto del personale nelle Business Unit italiana e statunitense (esempio: analisi di clima, ecc.).	2019	È stata realizzata un'iniziativa di ascolto del personale nella Business Unit italiana. Si prevede l'estensione alle Business Unit estere nel prossimo biennio.	
--	------	---	--

Modifica ed estensione del servizio di distribuzione di acqua potabile ai dipendenti nella Business Unit italiana.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.	
--	------	--------------------------------	--

Piano di formazione strutturato per la forza commerciale nella Business Unit italiana.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.	
--	------	--------------------------------	--

Miglioramento del canale di comunicazione con i dipendenti, attraverso un software dedicato nella Business Unit italiana.	2019	Obiettivo in completamento nel 2020.	
---	------	--------------------------------------	--



CATENA DI FORNITURA

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018

TARGET 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.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.	
---	------	--------------------------------	--

Sviluppo di un Impact Assessment e Risk Analysis su impatti sociali e ambientali nella catena di fornitura.	2020	Confermato l'obiettivo per il 2020.	
---	------	-------------------------------------	--



GOVERNANCE

OBIETTIVI DICHIARATI IN DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA 2018

TARGET STATO DI AVANZAMENTO

Miglioramento del sistema di controllo di accesso ai siti della Business Unit italiana, tramite installazione di supporti informatici dedicati.	2018	È stata effettuata la prima parte dei lavori, la cui continuazione è prevista anche nel 2020.	
---	------	---	--

Installazione del sistema informativo SAP per la gestione di tutti i processi della Business Unit portoghese.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.	
---	------	--------------------------------	--

Adeguamento alla normativa italiana di introduzione all'obbligo della "fatturazione elettronica".	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.	
---	------	--------------------------------	--

Prima applicazione del Principio Contabile IFRS 16, in tema di affitti, noleggi e leasing.	2019	L'obiettivo è stato raggiunto.	
--	------	--------------------------------	--

NUOVI OBIETTIVI



TEMI ECONOMICI

TARGET 2020

- Installazione di una tecnologia innovativa ("linea continua") nello stabilimento di Finale Emilia (Italia), con obiettivi attesi rispetto alle linee tradizionali di maggiore produttività, riduzione nei consumi di energia elettrica e gas e ampliamento della gamma dei formati realizzabili.
- Installazione di un nuovo atomizzatore nello stabilimento di Finale Emilia (Italia), caratterizzato da maggiore efficienza energetica.
- Industria 4.0: installazione di un sistema di supervisione di stabilimento e interconnessione alle linee produttive negli stabilimenti di Finale Emilia e Toano (Italia), Aveiro e Ílhavo (Portogallo).
- Acquisto di nuove macchine di movimentazione interna (LGV) nello stabilimento di Fiorano Modenese (Italia), con migliore asservimento degli impianti e incremento del materiale lavorato internamente, con conseguente riduzione dei trasporti verso fornitori esterni e risparmio nei costi di lavorazione.
- Installazione di nuovi compensatori di carico per i forni nello stabilimento di Fiorano Modenese (Italia), con maggiore grado di riempimento dei forni e conseguente maggiore produttività e riduzione dei consumi di energia elettrica e gas.
- Installazione e avviamento di una linea di rettifica a secco e levigatura nello stabilimento di Lawrenceburg (USA), 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 di un mulino per il recupero degli scarti cotti nello stabilimento di Lawrenceburg (USA), con l'aumento dello scarto cotto recuperabile nell'impasto (fino all'8% della formulazione), la riduzione del consumo di materie prime e l'aumento della produttività e delle performance energetiche del mulino continuo.
- Sostituzione di compressori nello stabilimento di Lawrenceburg (USA) con modelli nuovi, più efficienti dal punto di vista energetico.

TARGET 2020

- Realizzazione di almeno uno dei tre progetti premiati nell'ambito del "Premio di Sostenibilità" 2019 nella Business Unit italiana.
- Realizzazione di iniziative in ottica di miglioramento collegate alle risultanze delle attività di ascolto del personale, effettuate nel corso del 2019, nella Business Unit italiana.
- Istituzione di Borse di Studio dedicate ai figli dei dipendenti nella Business Unit italiana.
- Istituzione del Fondo di Solidarietà presso la Business Unit italiana, con offerte volontarie dei dipendenti destinate a un progetto benefico specifico.
- Predisposizione di un "Premio di Sostenibilità" nella Business Unit portoghese, tramite concorso di idee aperto al personale di Gres Panaria Portugal.
- Iniziativa di ascolto del personale nella Business Unit portoghese, in linea con le metodologie adottate dal Gruppo.

RISORSE UMANE



QUALITÀ E AMBIENTE

TARGET 2020

- Industria 4.0: ottenimento di Certificazioni di linea CE negli stabilimenti di Finale Emilia e Toano (Italia).
- Inserimento di auto ibride nella Policy Car della Business Unit italiana.
- Sostituzione del 50% della flotta auto della Business Unit portoghese con auto ibride.
- Ottimizzazione dell'impianto di recupero e trattamento di polveri e filtri nello stabilimento di Fiorano Modenese.
- Certificazione della nuova linea grandi lastre MAXA (NSF), destinata al segmento dei complementi di arredo e volta a garantirne l'idoneità per il contatto con gli alimenti.

TARGET 2020

- Sviluppo di un'attività di stakeholder engagement dei Clienti nella Business Unit italiana.

CLIENTI



CATENA DI FORNITURA

TARGET 2020

- 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 nella Business Unit portoghese.
- Sviluppo di un Impact Assessment e Risk Analysis su impatti sociali e ambientali nella catena di fornitura della Business Unit portoghese.



IL GRUPPO



2.1 PROFILO DEL GRUPPO

Con oltre 1.700 dipendenti, più di 10.000 Clienti⁹, 6 stabilimenti produttivi (3 in Italia, 2 in Portogallo e 1 negli Stati Uniti) e 382 milioni di euro di fatturato nel 2019 (+3% rispetto al 2018), **Panariagroup è uno**

dei principali produttori di ceramica per pavimenti e rivestimenti e si posiziona nella fascia alta e di lusso del mercato.

 **6** stabilimenti produttivi

 **14,6** milioni di euro di investimenti nel 2019

 **382** milioni di euro di fatturato 2019



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



 **1.781** dipendenti

 circa **23** milioni di m² prodotti nel 2019

 **8** 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.

2010

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

2009

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

2008

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

1974

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

1992

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

1995

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

2005

Nel **2005**, Panariagroup acquisisce una seconda società in Portogallo: Novagrés, oggi Love Tiles, marchio leader nella produzione di rivestimenti in monoporosa di grande formato e pavimenti in grès porcellanato smaltato. Il processo di internazionalizzazione continua nel **2006**, con l'acquisizione del Marchio e dei principali asset di Florida Tile Industries, uno dei marchi storici di riferimento negli Stati Uniti per la produzione e distribuzione di materiale ceramico. Nel dicembre **2006**, le due società portoghesi Novagrés e Margres si fondono in Gres Panaria Portugal, mantenendo l'identità dei due Marchi. Nasce, inoltre, una nuova società denominata Panariagroup USA Inc., che controlla le due società Florida Tile e Lea North America.

2004

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

2002

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

2012

Il processo di internazionalizzazione continua, grazie alla joint venture con Asian Granito, azienda leader nel mercato indiano. Nasce così il marchio Bellissimo, con l'obiettivo di realizzare e commercializzare sul mercato asiatico prodotti ceramici di lusso, ricchi di stile e tecnologia. L'impegno del Gruppo nella Business Unit indiana diventa ancora più forte nel **2019**, con l'acquisizione al 100% delle quote azionarie della società.

2016
2019

Crescono gli investimenti sul grès porcellanato laminato: viene realizzata la terza linea di produzione a Fiorano e viene ampliata la gamma dei prodotti con l'introduzione di nuovi formati e spessori.

Vengono sviluppati nuovi canali commerciali: nasce la divisione Contract & Key-Account.

Continuano gli investimenti: viene potenziato lo sviluppo industriale anche sulle Business Unit americane e portoghesi.

Viene progressivamente rafforzato il pacchetto qualità dell'azienda, in particolare con l'introduzione di nuove certificazioni legate alla sostenibilità del prodotto (es. EPD e Green Guard).

Inizia ufficialmente il percorso di rendicontazione della sostenibilità con la pubblicazione del primo Bilancio (esercizio **2016**) e con lo sviluppo di iniziative mirate verso alcune categorie di stakeholder (in particolare i dipendenti).



2.3 PANARIAGROUP NEL MONDO

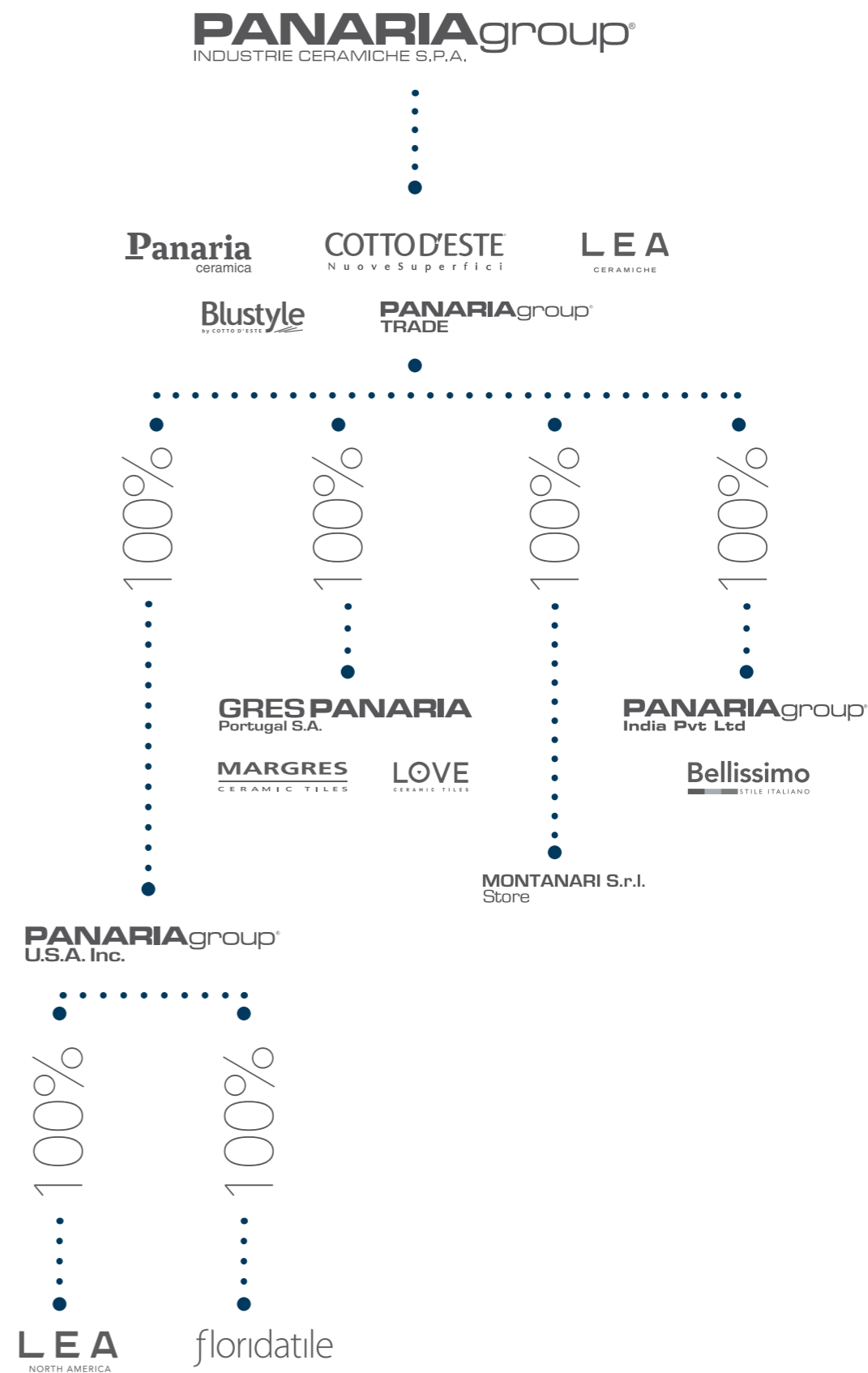
Panariagroup opera attivamente sia in Italia che all'estero, attraverso **otto Marchi di riferimento**: Panaria Ceramica, Lea Ceramiche, Cotto d'Este, Blustyle, Florida Tile, Margres, Love Tiles e Bellissimo, in grado di soddisfare una clientela diversificata e attenta alla qualità tecnica ed estetica dei prodotti. In data 1 gennaio 2019, il Gruppo ha concluso il percorso di aggregazione del marchio Fiordo nel marchio Panaria Ceramica.

Il Gruppo 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 ad Ílhavo (Portogallo), Panariagroup USA Inc. con sede legale in Delaware (USA), che detiene a sua volta le società Florida Tile Inc. e Lea North America LLC, con sede legale nel Delaware (USA). Inoltre, del Gruppo fanno parte Montanari Ceramiche S.r.l., punto vendita al dettaglio di materiale ceramico del Gruppo con sede legale a Finale Emilia, Modena (Italia), e Panariagroup India Industries Ceramiche Pvt Ltd con sede legale ad Ahmedabad (India), società che commercializza

prodotti a marchio "Bellissimo" nel territorio indiano. Il cuore pulsante del Gruppo risiede nei suoi **6 stabilimenti produttivi**, situati in Italia presso Finale Emilia, Fiorano Modenese e Toano, in Portogallo presso Ílhavo e Aveiro, e negli Stati Uniti presso Lawrenceburg. Inoltre, il Gruppo detiene due centri di stoccaggio e spedizione, in Italia, situati a Casalgrande e Sassuolo. **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.

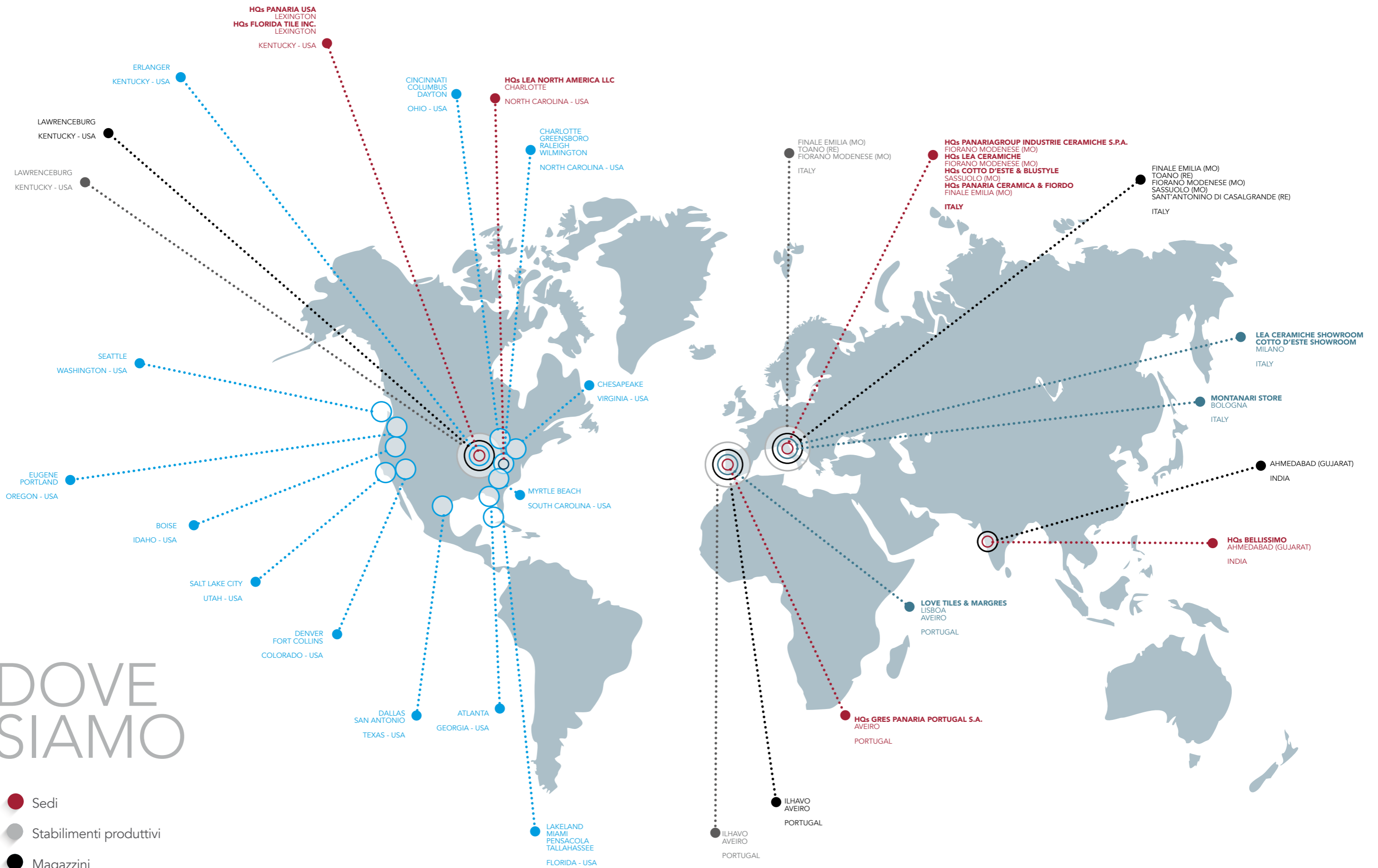
La commercializzazione e la distribuzione a livello nazionale e internazionale di tutti i prodotti di Panariagroup passano attraverso il coordinamento di una struttura composta da circa 1.000 persone tra area manager, corrispondenti commerciali, agenti di vendita e promoter. Inoltre, **negli Stati Uniti, 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

- Sedi
- Stabilimenti produttivi
- Magazzini
- Stores e showrooms
- Florida Tile Stores



2.4

I VALORI E I PRINCIPI 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 VALORI

● **La ricerca e l'innovazione**, messe al servizio della bellezza e della qualità dei prodotti, permettono al Gruppo di incontrare tutti i principali segmenti di mercato con un sistema di offerta prodotto dedicato e di qualità.

● 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.

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 che internazionali, in materia di lotta al riciclaggio e di lotta alla corruzione attiva e passiva.

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 **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 Consiglio di Amministrazione garantisce che la Dichiarazione di carattere non finanziario sia redatta e pubblicata in conformità a quanto previsto dal D.Lgs. 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, quattro sono amministratori esecutivi, tre 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 31.12.2019

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				

2.6

LA GESTIONE DEI RISCHI DI SOSTENIBILITÀ

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**, che 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 particolare cariche. Le informazioni complete sulla Politica di Remunerazione dei membri del Consiglio di Amministrazione sono esposte nella "Relazione di Remunerazione" disponibile nel sito aziendale di Panariagroup;
- il **Comitato per le 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.

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, e 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 disposizioni stabilite nel D.Lgs. 254/2016 e ne riferisce nella relazione annuale all'Assemblea.

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 alla 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, Stati Uniti e India) e redazione del documento. I membri di tale comitato sono rappresentanti di diverse funzioni aziendali: Direzione Amministrazione Finanza e Controllo di Gruppo, Direzione Marketing e Direzione Engineering, Qualità e Ambiente.

Per quanto riguarda le divisioni estere (Portogallo, Stati Uniti e India), 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.

Panariagroup si è dotata di un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi al fine di **identificare, prevenire e gestire**, nei limiti del possibile, **i rischi relativi allo svolgimento dell'attività aziendale**.

Il Gruppo ha definito un sistema di gestione dei rischi e di controllo interno quale insieme delle politiche, delle procedure e delle azioni adottate e 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.

Il Gruppo, consapevole dell'importanza dei rischi di natura non finanziaria, previsti anche dal D.Lgs. 254/2016, identifica i principali fattori di rischio che sono monitorati all'interno dello svolgimento quotidiano delle attività, come di seguito riportato.

RISCHIO LEGATO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO E RISCHIO AMBIENTALE

I rischi derivanti dal cambiamento climatico riconosciuti da Panariagroup sono connessi a una non corretta gestione delle fonti energetiche ed emmissive; sono rischi legati a modifiche normative/regolamentarie associate alla lotta al cambiamento climatico e rischi fisici, ossia rischi derivanti dal progressivo cambiamento delle condizioni climatiche, legati a variazioni di lungo termine e ad eventi meteorologici estremi che espongono il Gruppo al danneggiamento o distruzione del "capitale materiale", quale fabbricati industriali, impianti e infrastrutture, a potenziali interruzioni delle forniture essenziali e alla potenziale contrazione della capacità produttiva.

Le infrastrutture del Gruppo, dislocate in Italia, Portogallo e Stati Uniti hanno una capacità tale da poter sopperire, in casi di necessità, ai carichi produttivi di eventuali sedi danneggiate da eventi meteorologici estremi o catastrofi naturali, mitigando i rischi connessi ai cambiamenti climatici prevedibili e le relative implicazioni finanziarie complessive. Inoltre, **il Gruppo conduce interventi ordinari di manutenzione ricorrendo alle migliori strategie di prevenzione e protezione**, anche con la finalità di ridurre i possibili impatti sulle strutture produttive.

Gli altri rischi ambientali per il Gruppo sono collegati alla gestione delle risorse idriche, dei rifiuti o 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.

Il Gruppo ha adottato un sistema di gestione integrato Qualità, Ambiente, Igiene e Sicurezza, e per le sedi europee è stato sviluppato un sistema conforme alle norme ISO 9001, ISO 14001 e al Regolamento EMAS. In base a quanto previsto dal D.Lgs. 152/06 "Norme in materia ambientale", gli stabilimenti Panariagroup di Finale Emilia, Toano e Fiorano Modenese svolgono le attività produttive nel rispetto dell'Autorizzazione Integrata Ambientale (Direttiva IPPC – Integrated Pollution Prevention and Control).

I rischi ambientali nel complesso vengono presidiati 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, smaltimento non corretto di rifiuti pericolosi, perdite di acqua dai circuiti produttivi, sversamenti sul territorio).

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**, 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.

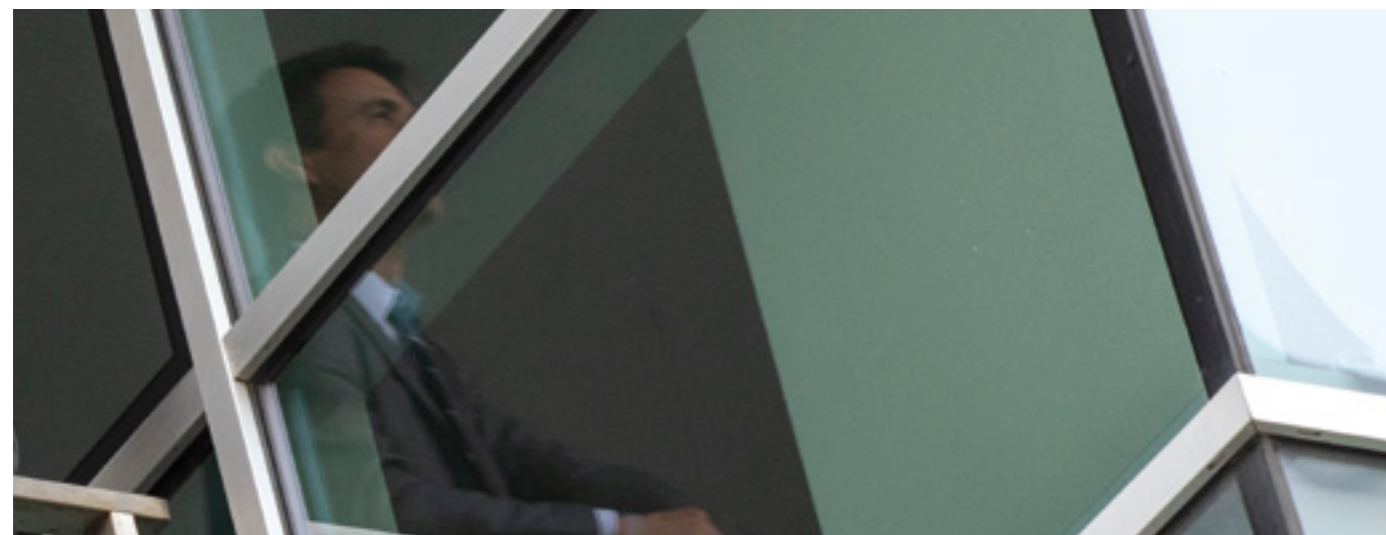
In particolare, il Codice di Condotta Commerciale prevede di adottare e rispettare, nei limiti del possibile:

- 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.

Si segnala che nel corso del 2019 **il Gruppo ha avviato un processo di analisi della catena di fornitura sulla base di criteri Environmental, Social e Governance** (di seguito anche "ESG") che considera due variabili: profilo di rischio del fornitore e sua importanza, sulla base dei quali sono stati identificati i fornitori che maggiormente espongono il Gruppo a rischi indiretti. Su tali fornitori il Gruppo si impegna ad avviare un processo di monitoraggio e valutazione dei presidi adottati negli ambiti ESG e qualità.

RISCHIO DI MANCATO RISPETTO DEI DIRITTI UMANI

Sono i 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. In particolare, il Gruppo si impegna a mitigare i propri impatti in tale ambito, anche indiretti, legati alla propria catena di fornitura.



Panariagroup nel 2018 ha predisposto un **Codice Etico di Gruppo che definisce principi, valori e standard di responsabilità sociale e ambientale** che guidano le azioni di business quotidiane.

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 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), alle Linee Guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali e aderendo allo UN Global Compact.

Per quanto riguarda gli impatti sociali indiretti, **il Codice di Condotta Commerciale di Panariagroup promuove l'adozione di comportamenti volti alla tutela dei diritti umani**, in conformità alle normative e ai regolamenti nazionali e internazionali nei Paesi di produzione e di consegna, e in linea con i principi ispirati alle Convenzioni ILO, alle Linee Guida OCSE e allo UN Global Compact. Tale Codice richiede il rispetto dei seguenti principi:

- abolizione di qualsiasi forma di sfruttamento del lavoro minorile e del lavoro forzato;
- rispetto della diversità e degli orientamenti religiosi, politici e sessuali degli individui;
- rispetto dei diritti di associazione, di rappresentanza dei lavoratori e di contrattazione collettiva.

Si segnala infine che nel corso del 2019 **il Gruppo ha avviato un processo di analisi della catena di fornitura sulla base di criteri Environmental, Social e Governance** (di seguito anche "ESG"), che ha permesso di identificare i fornitori che maggiormente espongono il Gruppo a rischi indiretti in materia di rispetto dei diritti umani. Su tali fornitori il Gruppo si impegna ad avviare un processo di monitoraggio e valutazione dei presidi adottati negli ambiti qualità e ESG.

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

Sono i rischi relativi alle attività del Gruppo che, a seguito della mancata osservanza della normativa e delle disposizioni interne, possono portare al

verificarsi di incidenti che coinvolgono i dipendenti e i collaboratori esterni che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo.

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

Il Codice di Condotta Commerciale, rivolto all'intera catena di fornitura di beni e servizi, estende l'impegno del Gruppo in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro lungo tutta la catena del valore.

RISCHIO DI CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA

È il 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** e contestualmente un **Codice Etico**, 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. Durante il 2019, per la Business Unit portoghese e la Business Unit americana, si è attuata l'estensione dei flussi informativi verso l'Organismo di Vigilanza della Capogruppo italiana, al fine di estendere il presidio e il controllo in materia societaria, informatica (cyber risk), ambiente e di salute e sicurezza (per dettagli si veda il paragrafo "Integrità e conformità").

Inoltre, in relazione ai propri partner commerciali, il Codice di Condotta Commerciale di Panariagroup richiede di:

- evitare ogni possibile conflitto di interesse nelle relazioni commerciali;
- contrastare la corruzione in ogni sua forma;
- adottare una comunicazione responsabile e trasparente.

RISCHIO COVID-19

Nei primi mesi del 2020, la comparsa di un nuovo coronavirus in Cina, conosciuto come Covid-19, trasformata in tempi rapidissimi in vera e propria pandemia su scala mondiale, sta avendo rilevanti ripercussioni di tipo economico e sociale.

La società, fin dalle prime avvisaglie della gravità del fenomeno, ha adottato misure precauzionali per proteggere la salute dei propri collaboratori e ha provveduto ad aggiornare tempestivamente il Documento di Valutazione dei Rischi per tutti gli



stabilimenti italiani, inserendo i riferimenti al rischio biologico secondo quanto previsto dal D.Lgs. 81/08. Dato che il rischio biologico derivante dall'epidemia del Coronavirus non è un rischio professionale, ovvero direttamente correlabile con le attività produttive di Panariagroup, il DVR è stato predisposto concentrando l'attenzione prevalentemente sulle azioni di informazione e sulle misure di prevenzione da adottare in diversi scenari di applicazione.

Sulla base del DVR e sulla base del successivo "Protocollo condiviso di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro" predisposto tra Governo e Parti Sociali, **Panariagroup ha attuato un'informazione di base verso tutti i propri dipendenti e collaboratori**, anche attraverso l'esposizione nei principali punti di transito di totem informativi. Inoltre, sono stati distribuiti specifici DPI e dotazioni per l'igiene delle mani.

Non è possibile prevedere, alla data odierna, quale possa essere la futura evoluzione del fenomeno, ma

sicuramente rappresenta una minaccia importante, non solo per la salute pubblica, ma anche per l'economia mondiale nel suo complesso.

Inoltre, il Gruppo ha identificato i seguenti rischi connessi:

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

Rispetto a tali rischi si rimanda, per dettagli, alla sezione "Gestione dei rischi" della Relazione sulla Gestione all'interno del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2019.

2.7 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 reputazione e dell'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 D.Lgs. 8 giugno 2001 n. 231. L'adozione del Modello, che è stato aggiornato a marzo 2018, 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 ad esso legate, in un'ottica di prevenzione e sull'opportunità di aggiornamento dello stesso.

Nel corso del 2019, è stata attuata l'estensione dei flussi informativi delle società estere (Portogallo e Stati Uniti) 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. Nelle società controllate sono quindi state adottate procedure ispirate al Modello 231 della Capogruppo, insieme a compliance program a cui le società controllate devono adeguarsi, assicurando un costante flusso informativo che riporti tempestivamente alla Capogruppo le informazioni inerenti alle situazioni di rischio. L'Organismo di Vigilanza della 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**

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

riconosce come propri, nel rispetto dei quali vengono orientati i processi decisionali aziendali.

In materia di etica e integrità nella condotta, il Gruppo:

- richiede il rispetto delle norme e disposizioni, sia nazionali che internazionali, in materia di lotta al riciclaggio;
- si impegna nel contrasto a qualsiasi forma di corruzione attiva e passiva promuovendo, in ogni contesto aziendale, la cultura della legalità;
- si impegna a mantenere un comportamento etico nelle relazioni commerciali con terze parti.

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 2018 che per il 2019 non si sono verificati episodi di corruzione accertati nel Gruppo Panariagroup che abbiano portato a licenziamento nei confronti di dipendenti o a provvedimenti per cui contratti con i partner commerciali siano stati risolti o non siano stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione. Inoltre, durante il periodo di rendicontazione, non ci sono stati episodi di cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro il Gruppo o i suoi dipendenti.

Si segnala, inoltre, che sia per il 2018 che per il 2019 non si sono presentate azioni legali in corso o concluse in materia di comportamento anticoncorrenziale, violazioni delle normative antitrust e relative pratiche monopolistiche nelle quali il

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

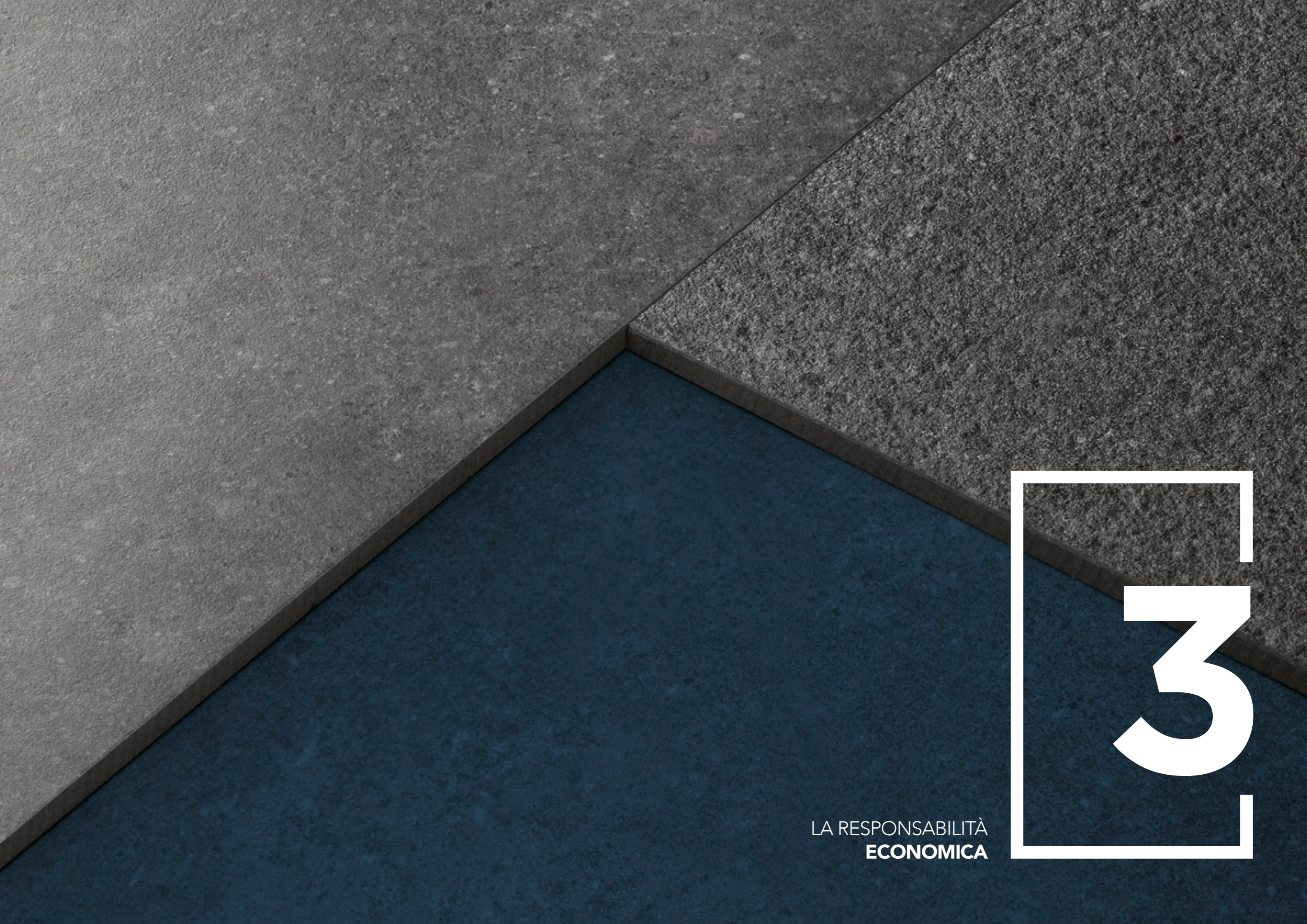
Tale Codice si inserisce all'interno di un processo di selezione e monitoraggio della catena di fornitura del Gruppo che presuppone una verifica di criteri legati alla solidità, competitività ed economicità del fornitore, ma anche di criteri di responsabilità etica, sociale e ambientale, presupposti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

Sia per il 2018 che per il 2019, si conferma l'assenza di pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative¹⁰ riferite a non conformità con leggi e normative in materia ambientale, così come non risultano non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed etichettatura dei prodotti e/o riguardanti gli impatti sulla salute e la sicurezza dei prodotti che abbiano comportato una sanzione, un'ammenda o un avviso da Organi di controllo.

Infine, in relazione alle non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica, si segnala che nel corso del 2019 Panariagroup ha ricevuto 4 avvisi di accertamento (riferiti agli anni 2014, 2015, 2016 e 2017) relativi a presunte irregolarità nella determinazione dell'imposta sui rifiuti TARI, per un valore totale, inclusivo di sanzioni e interessi, di 0,6 milioni di euro; la società ha aperto una vertenza legale per contestare gli atti ricevuti.

¹⁰ Sono considerate le pene pecuniarie di importo significativo, ovvero di valore superiore a 10.000 euro.





LA RESPONSABILITÀ
ECONOMICA



3.1

LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA DEL GRUPPO

La storia di Panariagroup trova le sue radici in **un distretto produttivo famoso in tutto il mondo** per la sua produzione di ceramiche. I territori 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 in cui 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.

Panariagroup ha **sempre mantenuto ben salde le radici nel territorio di origine** ed è orgogliosamente **interprete del "Made in Italy"**: 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,

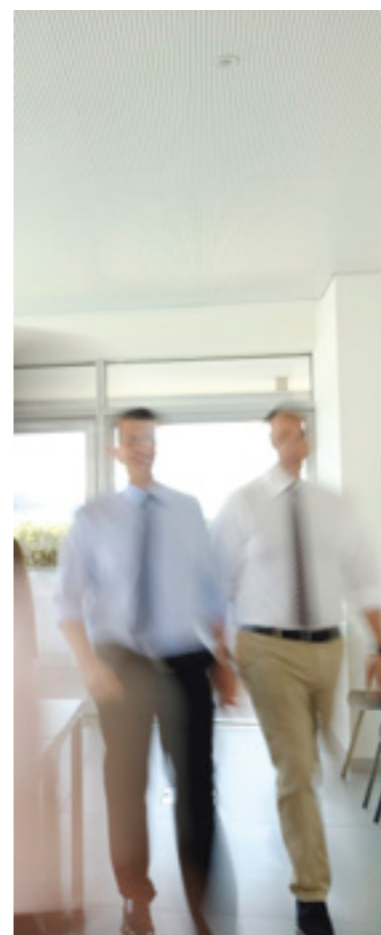
contribuendo allo sviluppo economico e sociale delle aree in cui opera (non solo in Italia, ma anche all'estero, nel distretto di Aveiro in Portogallo e a Lawrenceburg in Kentucky).

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 propria 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 internazionale, relativamente alla gestione della società, **è stata istituita una struttura di Investor Relations** responsabile della gestione dei rapporti con questi importanti portatori di interesse.

Fondamentale per il Gruppo è **sostenere la prosperità dei territori in cui opera tramite il mantenimento dei livelli occupazionali**, la promozione dei rapporti con le comunità locali e la creazione di valore condiviso.



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") sul 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 2019. In particolare:

- ha partecipato all'**evento, dedicato esclusivamente alle società del segmento STAR**, organizzato da Borsa Italiana a Milano nel mese di marzo 2019, 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 Panariagroup.

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, inoltre, un elemento considerato sempre di più 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.



	2019 migliaia di euro	2018 migliaia di euro	DIFFERENZA migliaia di euro	VARIAZIONE %
VALORE REDISTRIBUITO AI FORNITORI	271.882	265.874	6.008	2,3%
REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	96.225	93.705	2.520	2,7%
REMUNERAZIONE DEI FINANZIATORI	4.440	4.103	337	8,2%
REMUNERAZIONE DEGLI AZIONISTI	0	0	0	0%
REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	-3.065	-2.450	-615	25,1%
REMUNERAZIONE DELLA COMUNITÀ	241	263	-22	-8,4%
VALORE TRATTENUTO DALL'AZIENDA	30.922	30.817	105	0,3%
VALORE ECONOMICO GENERATO	400.645	392.312	8.333	2,1%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	369.723	361.495	8.228	2,3%

La comparazione rispetto all'anno precedente evidenzia un incremento del Valore Generato di 8,3 milioni (+2,1%), che ha determinato un maggiore Valore Distribuito sostanzialmente di pari importo, mentre il Valore Trattenuto dall'azienda risulta essere in linea con l'anno precedente. Con riferimento al Valore Economico Distribuito, gli stakeholder maggiormente penalizzati sono stati la Pubblica Amministrazione e gli Azionisti, mentre è cresciuto il Valore Distribuito

a Fornitori, Personale e Finanziatori. La remunerazione negativa della Pubblica Amministrazione è correlata all'andamento economico negativo dell'esercizio che ha comportato l'iscrizione di imposte differite attive per perdite fiscali recuperabili negli anni successivi. L'andamento economico negativo ha altresì determinato la scelta di non distribuire dividendi agli azionisti, ritenendo più opportuno mantenere la capitalizzazione del Gruppo intatta.

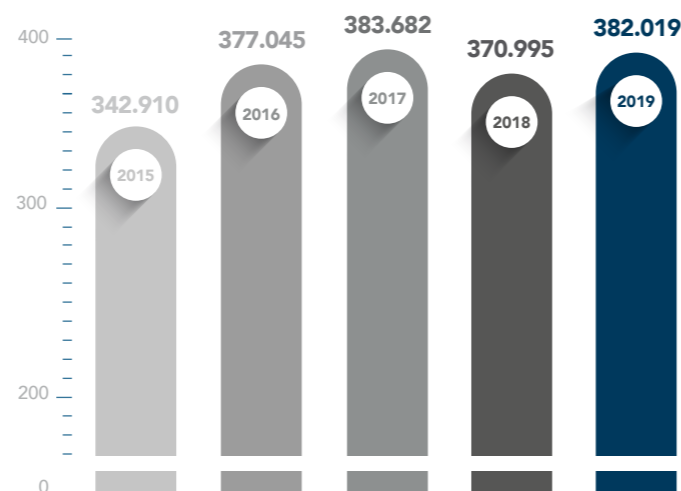
3.2

I RISULTATI

ECONOMICO-FINANZIARI

DEL 2019

L'esercizio 2019 ha evidenziato una ripresa nella crescita dei ricavi, che si era interrotta nel 2018, dopo un triennio 2015-2017 molto positivo.



ANDAMENTO RICAVI 2015-2019

Dati in migliaia di euro

L'incremento delle vendite è maggiormente rilevante se confrontato con la performance dei competitor italiani che, nel loro complesso, hanno subito una contrazione del fatturato dello 0,7%, secondo le recenti rilevazioni di Confindustria Ceramica. La crescita del fatturato ha riguardato la Business Unit italiana (+2,0%) e la Business Unit statunitense (+7,3%), mentre la Business Unit portoghese ha registrato un lieve calo (-2,8%). Si registrano andamenti differenziati nelle diverse aree geografiche, con una crescita in Europa (+2,6%), negli Stati Uniti (+7,1%) e in Asia (+8,0%), mentre sono calate le vendite sul mercato italiano (-2,8%), così come risultano in flessione i mercati, peraltro marginali per il Gruppo, di Africa e Oceania (-9% nel loro complesso).

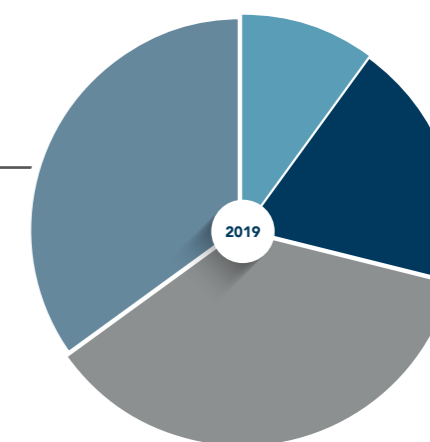
Sui **mercati europei** il Gruppo ha conseguito un volume d'affari in progressione rispetto all'anno

precedente, con una crescita complessiva del 2,6%. Nei Paesi UE, le performance migliori sono state realizzate in Germania, Gran Bretagna e Portogallo – in quest'ultimo mercato, sono ormai diversi anni che il Gruppo è riuscito ad affermarsi come il più importante player del settore e continua a crescere a ritmi sostenuti. Il mercato francese, altro mercato di riferimento, ha registrato nel 2019 un fatturato sostanzialmente in linea con il 2018. Anche nei Paesi dell'Europa Orientale si sono registrate buone progressioni, con una crescita complessiva dell'8%. L'incidenza dei mercati europei sul totale dei ricavi è pari al 36%.

Il fatturato sul **mercato statunitense** è risultato in crescita del 7% in Euro; tale andamento è in parte giustificato dal rafforzamento del Dollaro

COMPOSIZIONE DEL FATTURATO 2019

- 36% Europa
- 35% Stati Uniti
- 19% Italia
- 10% Altri mercati



rispetto all'Euro (+5%), e in parte da un effettivo incremento del volume d'affari (+2%). In un mercato in cui consumi ceramici sono stati in calo del 3,5% (Fonte: TCNA), hanno pesato anche le pressioni della concorrenza spagnola e cinese, che hanno penalizzato sia gli altri Paesi esportatori, sia i produttori locali, soprattutto nel canale dei grandi distributori. L'incidenza dei mercati statunitensi sul totale dei ricavi è pari al 35%.

Sul **mercato italiano** le vendite del Gruppo sono calate del 2,8%, in una situazione di mercato ancora stagnante. Nonostante la lieve flessione registrata nel 2019, restiamo tuttora un player di riferimento del mercato domestico. Questa posizione ci mette nelle condizioni di poter cogliere eventuali segnali di ripresa dell'attività del settore delle costruzioni. L'incidenza del mercato italiano sul totale dei ricavi è pari al 19%.

Gli **"altri mercati"** (Asia, Canada, Sudamerica, Oceania e Africa) hanno registrato una crescita di circa l'1%. In Asia, sono stati ottenuti complessivamente buoni risultati: la contrazione delle vendite nel Medio Oriente, dovuta alle tensioni politiche ed economiche, è stata più che bilanciata dai brillanti

risultati sui mercati dell'Estremo Oriente. Sul mercato australiano, il Gruppo, pur confermando un buon presidio in termini di quote di mercato, ha registrato un calo sensibile del volume d'affari così come sui mercati africani, in cui si è ridotta l'attività dedicata alla realizzazione delle "grandi opere" (aeroporti, centri commerciali, strutture di ricezione turistica, ecc.), che per il nostro Gruppo che opera nell'alto di gamma rappresentano il principale sbocco del prodotto ceramico in queste aree. L'incidenza degli "altri mercati" sul totale dei ricavi è pari al 10%.

Il fatturato dei mercati esteri del Gruppo è pari all'81% del totale, con la quota dei mercati extra-europei pari al 45% del fatturato complessivo.

Considerate le differenti dinamiche di mercato che caratterizzano ogni anno il nostro settore, si può affermare che il Gruppo, grazie all'equilibrata distribuzione della propria attività nei più importanti mercati mondiali nel segmento di alta gamma che ne connotano il profilo di internazionalizzazione, **riesce a mantenere una diversificazione delle vendite e una strategia di presidio territoriale**, anche da un punto di vista produttivo e logistico, che rappresentano sicuramente, sotto l'aspetto strategico, un importante punto di forza.

RISULTATI OPERATIVI

Il margine operativo lordo consolidato è di 32,4 milioni di euro, pari all'8,1% sul Valore della Produzione (31,7 milioni di euro al 31 dicembre 2018, pari all'8,1% sul Valore della Produzione). Il miglioramento del risultato operativo deriva da dinamiche differenti tra le Business Unit, con una crescita nelle Business Unit italiana e americana e un calo nella Business Unit portoghese.

Per quanto concerne la **Business Unit italiana**, le iniziative volte al recupero della marginalità, che aveva subito un significativo calo nel 2018, hanno iniziato a sortire i primi visibili effetti. Pur operando in un contesto di mercato difficile e competitivo, le politiche commerciali adottate hanno dato risultati positivi, con un incremento del volume d'affari, abbinato a una tenuta dei prezzi di vendita. Sono inoltre stati effettuati degli interventi sui costi di struttura, con l'alleggerimento e la semplificazione della struttura di vertice dell'organizzazione operativa di Panariagroup e la riduzione dei costi di natura commerciale. Si è inoltre interrotta l'ascesa delle tariffe energetiche che aveva condizionato pesantemente tutto il 2018 e la prima parte del 2019; i contratti sottoscritti lasciano prevedere una significativa riduzione per tutto il 2020.

La **Business Unit portoghese** ha mantenuto una redditività positiva, ma con un sensibile calo rispetto all'esercizio precedente. Il peggioramento della marginalità è attribuibile, da un lato, al calo del volume d'affari non sufficientemente compensato dai risparmi conseguiti sui costi commerciali, e dall'altro all'ulteriore appesantimento delle tariffe energetiche, che avevano già gravato in misura importante nel 2018. Su questo fronte, peraltro, anche la Business Unit

portoghese beneficerà nel 2020 di un prevedibile importante risparmio.

La **Business Unit statunitense** ha ottenuto risultati in miglioramento rispetto al 2019, pur permanendo su livelli di redditività non soddisfacenti. Il risultato economico della Business Unit americana è stato fortemente condizionato da un utilizzo solo parziale della capacità produttiva fino al mese di agosto, che peraltro ha consentito di ridurre significativamente il livello del magazzino. L'importante crescita delle vendite sul canale degli Home Center, con un impatto molto sensibile sui volumi di vendita, permetterà, nel 2020, di utilizzare a pieno regime lo stabilimento di Lawrenceburg a un impiego ottimale, con un atteso beneficio economico, grazie al maggiore assorbimento dei costi fissi.

Il margine operativo netto consolidato

è negativo di 4,9 milioni di euro (nel 2018 negativo di 4,2 milioni di euro). Gli ammortamenti, ivi inclusi quelli derivanti dai diritti d'uso e gli accantonamenti, sono aumentati rispetto al 2018 di 1,4 milioni di euro, con un appesantimento sensibile del risultato operativo netto. Il valore complessivo della voce "Proventi e oneri finanziari", pari a 4,6 milioni di euro, comprende, oltre agli oneri finanziari "in senso stretto" (2,5 milioni di euro), anche utili su cambi (0,2 milioni di euro) e la componente finanziaria dei contratti di "leasing" (in applicazione del principio IFRS 16), pari a 2,2 milioni di euro. La variazione negativa rispetto al 2018 è in larga parte dovuta alla "gestione cambi", che era stata caratterizzata nell'esercizio precedente da un andamento molto positivo. L'incidenza di tale voce sul Valore della Produzione, pari all'1,2%, resta su livelli contenuti. Il **Risultato Netto consolidato** è negativo di 6,4 milioni di euro (-5,1 milioni al 31 dicembre 2018).

ANDAMENTO DELLE PRINCIPALI POSTE PATRIMONIALI

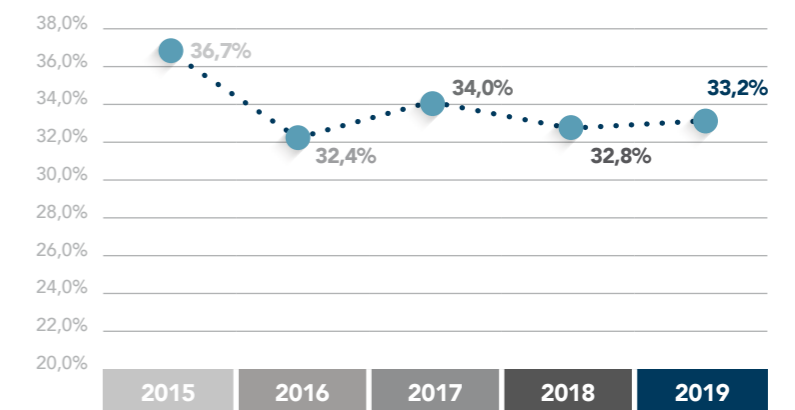
Capitale Circolante Netto

Il Capitale Circolante Netto al 31 dicembre 2019 è pari a 127 milioni di euro, in crescita rispetto all'anno precedente del 4,2%, in misura lievemente superiore alla crescita dei ricavi.

Il valore del magazzino è cresciuto del 2,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, sostanzialmente in linea con l'andamento dei ricavi. Con riferimento alle altre voci che compongono il Capitale Circolante Netto, continuiamo a riscontrare un buon livello dell'indice dei "giorni medi di incasso" e un'incidenza ridotta dei crediti scaduti. Il rapporto CCN/Ricavi si conferma su livelli molto simili agli anni precedenti:

RAPPORTO CCN/RICAVI 2015-2019

● % CCN sui ricavi



Attività immobilizzate

Il livello delle attività immobilizzate è calato, dall'inizio dell'anno, di 13,3 milioni, passando da 255,8 a 242,5 per effetto di:

- investimenti del periodo, pari a 14,6 milioni di euro di cui 6,2 milioni di euro realizzati in Italia, 5,9 milioni di euro in Portogallo e 2,5 milioni di euro negli Stati Uniti;

- ammortamenti del periodo, pari a 22,3 milioni di euro;
- maggior valore delle immobilizzazioni espresse in euro del sub-consolidato statunitense, per effetto dell'apprezzamento della valuta americana rispetto a fine 2018, per 0,8 milioni di euro;
- iscrizione di avviamento per il consolidamento di Panariagroup India, per 0,3 milioni di euro;
- riduzione del valore del Diritto d'Uso dei contratti di leasing per complessivi 6,7 milioni di euro.

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 nella tabella seguente:

INVESTIMENTI PER ANNO	TOTALE (in milioni di euro)	% SUI RICAVI
2015	38,2	11,1%
2016	38,1	10,1%
2017	34,4	8,9%
2018	19,2	5,2%
2019	14,6	3,8%
TOTALE 2015-2019	144,5	7,8%

Gli investimenti di questo periodo hanno riguardato **tutte e tre le Business Unit del Gruppo,**

come si può denotare nella tabella seguente (dati in milioni di euro).

INVESTIMENTI PER BUSINESS UNIT	ITALIA	PORTOGALLO	STATI UNITI	GRUPPO
<small>Dati in milioni di euro</small>				
2015	17,3	7,3	13,6	38,2
2016	13,7	5,2	19,2	38,1
2017	13,1	13,8	7,5	34,4
2018	10,3	6,5	2,4	19,2
2019	6,2	5,9	2,5	14,6
TOTALE	60,6	38,7	45,2	144,5
INCIDENZA %	42%	27%	31%	100,0%
% SUI RICAVI	6,3%	11,2%	6,8%	7,8%

Dopo un triennio 2015-2017 particolarmente intenso nelle attività di investimento, con interventi indirizzati allo sviluppo della capacità produttiva e logistica, nei due anni successivi, anche in considerazione del rallentamento del ritmo di crescita dei ricavi, sono stati effettuati interventi più mirati: di **miglioramento dell'efficienza**, di **ammodernamento tecnologico** e di **adeguamento impiantistico** per ampliamenti di gamme di prodotto. A partire dal 2020, è prevista la partenza di un nuovo ciclo di rinnovamento e avanzamento tecnologico degli stabilimenti del Gruppo, che sarà particolarmente incentrato nella Business Unit italiana.

Nello stabilimento di Finale Emilia (Italia) sarà installata una "linea continua". Si tratta di una tecnologia particolarmente innovativa, caratterizzata da una maggiore produttività rispetto alle linee tradizionali e che consentirà anche un significativo ampliamento della gamma dei formati realizzabili, oltre a garantire un miglioramento dell'efficienza nel consumo di gas ed energia elettrica. Il carattere innovativo dell'investimento, associato ad attività specifiche di Ricerca e Sviluppo, è attestato dall'inserimento del progetto nell'ambito del Bando FRI – Industria Sostenibile – Grandi Imprese, approvato con Decreto di Concessione del MISE nel novembre 2018. Nell'impianto finalese sono previste inoltre l'installazione di un sistema di supervisione di stabilimento, l'interconnessione alle linee produttive e la Certificazione CE delle stesse; tali aggiornamenti tecnologici consentiranno **la gestione della fabbrica secondo un modello di "Industria 4.0"**. Con riferimento a questo tema, nel 2020 anche

gli stabilimenti di Toano (Italia), Aveiro e Ílhavo (Portogallo) saranno oggetto di un'evoluzione 4.0, con previsione dell'estensione, nell'anno successivo, anche nelle altre fabbriche del Gruppo.

Interventi particolarmente rilevanti sono previsti anche nel sito di Fiorano Modenese, dedicato alla produzione delle lastre in grande formato, dove è in corso un ampliamento della superficie coperta con l'obiettivo del raggiungimento di una maggiore efficienza delle lavorazioni interne, della movimentazione interna dei prodotti semilavorati e finiti e dell'ottimizzazione delle scorte di magazzino.

Sono inoltre previsti investimenti di potenziamento delle linee di lavorazioni interne (rettifica, taglio e levigatura) nei siti di Aveiro (Portogallo) e Lawrenceburg (USA); l'incremento del volume di lavorazioni effettuate senza ricorso a fornitori esterni determina importanti risparmi economici e un impatto ambientale positivo, riducendo i trasporti di materiale.

Nello stabilimento americano è programmata inoltre l'installazione di un mulino per il recupero degli scarti cotti, con incremento dell'impiego di tali scarti nelle formulazioni degli impasti. Tale intervento consentirà **un risparmio economico e un'importante riduzione del consumo di materie prime.**

In un orizzonte temporale più lungo, è stato redatto un piano industriale ben definito che sarà realizzato per singoli step, tenendo conto, mano a mano, della sua sostenibilità finanziaria e del ritorno effettivo degli investimenti.



LA RESPONSABILITÀ
DI **PRODOTTO**

4

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, offrendo 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, resistenza 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 1.200 °C) **il prodotto raggiunge una completa greificazione**, ottenendo le proprietà di minimo assorbimento d'acqua, e conseguente resistenza al gelo, e quindi di idoneità alla posa in esterno.

Panariagroup, inoltre, è azienda leader nella produzione di grès porcellanato laminato, un prodotto rivoluzionario ottenuto attraverso un sistema produttivo

estremamente innovativo, frutto di una tecnologia all'avanguardia e altamente performante. Il grès porcellanato laminato di Panariagroup permette di ottenere materiali caratterizzati da spessori ridotti (fino a un minimo di 3 mm), e viene prodotto in lastre intere di 100x300 cm e 120x260 cm senza l'impiego di stampi. Linee di taglio completamente automatizzate consentono 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 di 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. La straordinaria qualità dei prodotti Panariagroup ha trovato peraltro numerosi riscontri anche nei vari premi vinti nel corso degli anni.

Il management del Gruppo ha consolidato, in oltre 40 anni di attività, **eccezionali competenze e una 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**, che testimoniano il valore estetico e tecnico dei materiali: **collaborazioni con nomi di**

spicco dell'architettura e del design, 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.

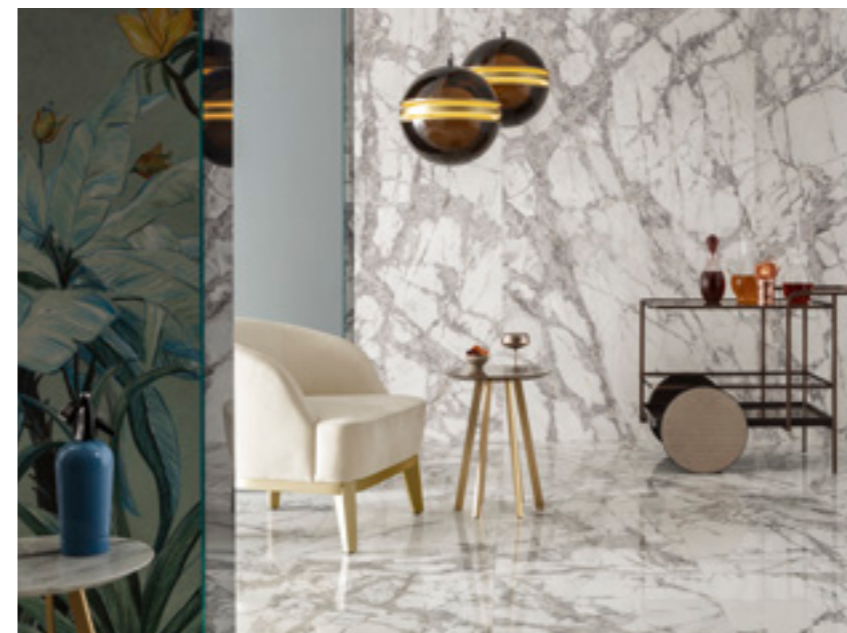
Nell'anno 2019, in particolare, i prodotti di Panariagroup e dei suoi Brand sono stati scelti per la realizzazione degli **Headquarters di Generali Group Academy a Trieste**, curati da Mario Bellini Studio del Centro Socio Sanitario Nuovo Picchio, San Felice sul Panaro (Modena), con progetto di Mario Cucinella Architects; degli **Headquarters di Rearth Inc. a Bucheon** (Corea del Sud), delle residenze **Uptown Milano e Green Opificio** sempre nel capoluogo lombardo, del prestigioso **ristorante Attimi** dello chef Heinz Beck, ideato dallo Studio Novembre, oltre ad altri numerosi progetti in Medio Oriente ed Estremo Oriente, tra i quali spicca il contributo alla realizzazione del **padiglione Sostenibilità dell'Expo 2020 a Dubai**. I prodotti Kerlite di Cotto d'Este sono inoltre stati selezionati per la serie di **cucine MIA** da Scavolini, azienda italiana leader nel settore, firmate dal prestigioso chef Carlo Cracco.

Il valore delle competenze e della tecnologia Panariagroup è riconosciuto anche per l'importante lavoro di produzione per altri player ceramici, che da diversi anni si rivolgono all'azienda per lo sviluppo di prodotti del proprio catalogo.

4.2 I NOSTRI MARCHI

I Marchi di Panariagroup, aumentati negli anni fino agli attuali otto, si fregiano tutti, indistintamente, di grande notorietà a livello internazionale e per eccellenza dal punto di vista sia estetico che 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 di lusso del mercato, ciascuno con le sue caratteristiche e peculiarità. Si segnala che l'aggregazione del marchio Fiordo nel marchio Panaria Ceramica è divenuta operativa in data 1 gennaio 2019.



Panaria
ceramica

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

LEA CERAMICHE è la perfetta sintesi di design visionario e performance tecnologica, ed è partner della creatività in tutto il 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.

COTTOD'ESTE
Nuove Superfici

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, 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.

Blustyle
by COTTO D'ESTE

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
CERAMIC TILES

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

LOVE
CERAMIC TILES

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

floridatile

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 sessant'anni di storia, il Brand compete sul mercato nazionale con i più grandi leader di mercato grazie alla rinnovata capacità produttiva e alla continua innovazione tecnica ed estetica delle sue offerte.

Bellissimo
STILE ITALIANO

BELLISSIMO è un brand specifico per il mercato indiano. Produce materiali ceramici di lusso, forte della combinazione tra stile, tecnologia e know-how italiani e le esigenze dell'architettura e dell'industria delle costruzioni locali.

4.3 INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

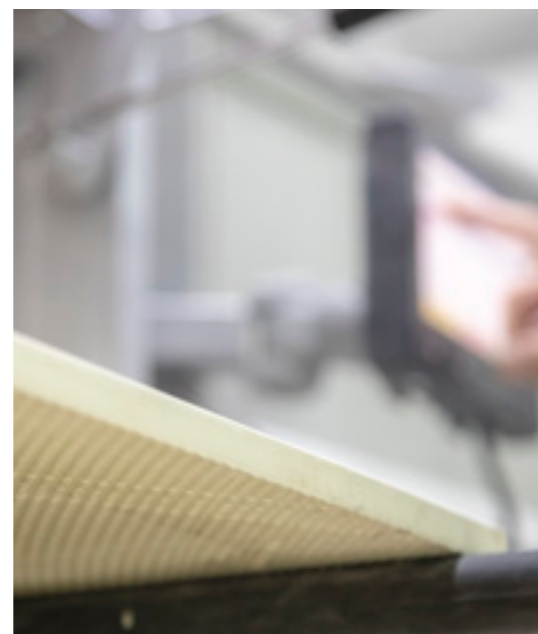
Negli anni, il Gruppo ha tracciato un percorso di continua evoluzione e si posiziona oggi tra le realtà più all'avanguardia del settore. Uno dei principali fattori del successo di Panariagroup è **l'interminabile attività di Ricerca e Sviluppo** volta a individuare nuove metodologie produttive e linee 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 un'innovazione costante, capace di reinterpretare e fare evolvere questa tecnologia al servizio di utilizzi sempre più ambiziosi. 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.

Il grès porcellanato laminato di Panariagroup si distingue anche per le sue **elevate prestazioni ambientali**, se comparato con il grès porcellanato standard a spessore 10 mm: un'ulteriore dimostrazione concreta dell'impegno del Gruppo nella costante ricerca di prodotti ecosostenibili.



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

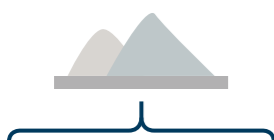
- **sottili, leggere** e adatte alle ristrutturazioni
- **facili** da lavorare, movimentare e posare
- **flessibili** (raggio di curvatura minimo fino a 5 metri)
- perfettamente **planari**
- **affidabili**, grazie all'esperienza di fornitura del prodotto in tutto il mondo da oltre 10 anni
- disponibili 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

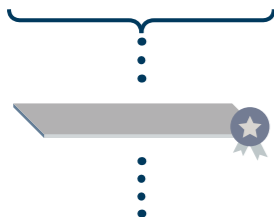
1

MATERIE PRIME
PREGIATE



IMPASTI 3 VOLTE
PIÙ PREZIOSI
RISPETTO
A QUELLI
TRADIZIONALI

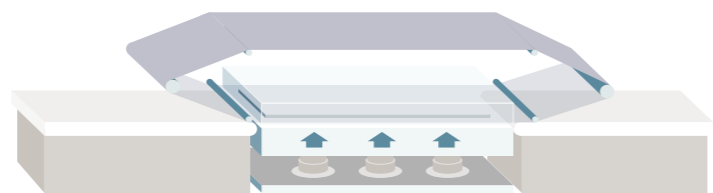
SOLO
INGREDIENTI
DI QUALITÀ,
SENZA UTILIZZO
DI SCARTI



MASSIMI STANDARD
IN QUALITÀ
E PRESTAZIONI

2

PROCESSO DI PRESSATURA UNICO
SU NASTRO

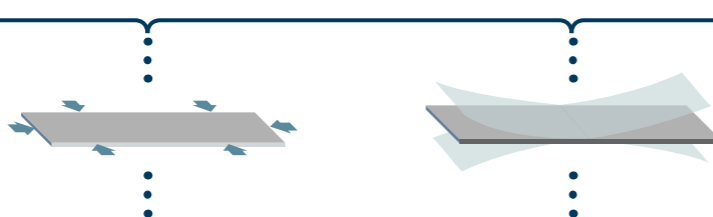


MATERIALE
PRESSATO PER
OLTRE 1 MINUTO
SU LASTRA FERMA

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

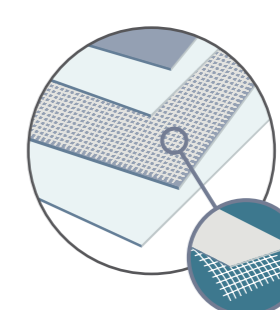
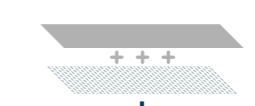


ECCELLENZA NELLA
RESA ESTETICA DEI MATERIALI

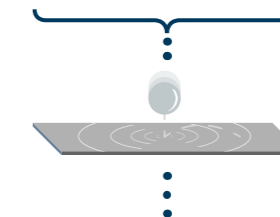
4

APPLICAZIONE DEL
RINFORZO IN FIBRA DI VETRO

Disponibile su un'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 con
un grès porcellanato di 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 2010, 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 2019 circa 3.400.000 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, 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), **ma 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 stesso.

PROTECT® è garantito dalla partnership con Microban®, azienda leader mondiale nella tecnologia antibatterica che può contare partnership con centinaia di brand; 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 migliorare 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 tra 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**.

Inoltre, nel 2019 si è iniziato a sviluppare il **lancio di una nuova linea di prodotti** che avrà il proprio debutto commerciale solo nel 2020. Si tratta di **Maxa Ceramic Slabs**, una gamma di grandi lastre ad alto spessore (12 mm) e a formato 160x320, orientate al segmento dei complementi di arredo.

PROTECT®

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 il 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 0,43% del fatturato totale (dato 2018¹¹). 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, prima nel settore ceramico, Panariagroup ha sviluppato, 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/tablet e un sistema web per la gestione di dati e processi. Il servizio ha avuto un ottimo successo: nel 2019 sono state gestite più di 1.300 istanze ed è in vista una sua estensione alle Business Unit portoghese e americana.

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), l'accurata formazione del proprio personale e incontri di training specifici, sia in sede sia presso i Clienti: **nel 2019 sono state circa 1.000 le persone che hanno visitato lo stabilimento del grès porcellanato laminato di Fiorano, 1.084 quelle che hanno usufruito di sessioni di approfondimento tecnico sulle lastre ceramiche presso la sede aziendale, e oltre 800 fuori sede in Italia e all'estero**.

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



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

Organizzazioni verticali che puntano a coprire capillarmente i mercati e la distribuzione retail sono

affiancate da strutture trasversali che operano in maniera dedicata per aree geografiche o per servire target particolarmente strategici, come i grandi progetti internazionali, il Contract e i buyer aziendali.




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 particolari target su scala mondiale.

11. Alla data di pubblicazione del presente documento, i dati relativi al 2019 sono in corso di elaborazione.

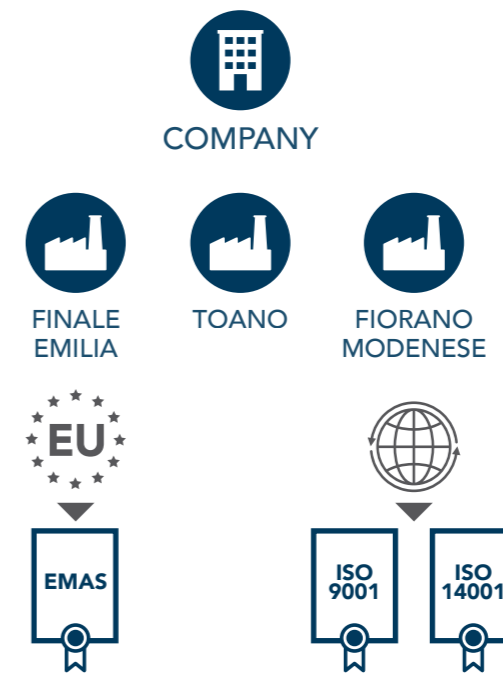
4.5 CERTIFICAZIONI DI SISTEMA

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 al 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

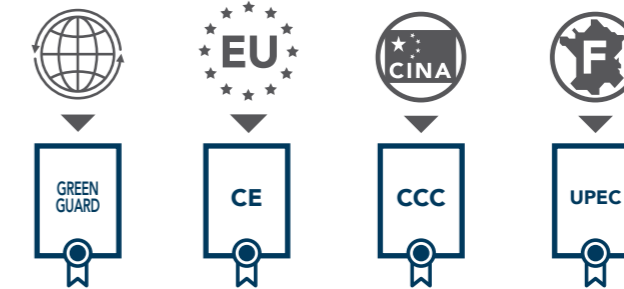
4.6 CERTIFICAZIONI DI **PRODOTTO**

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.**

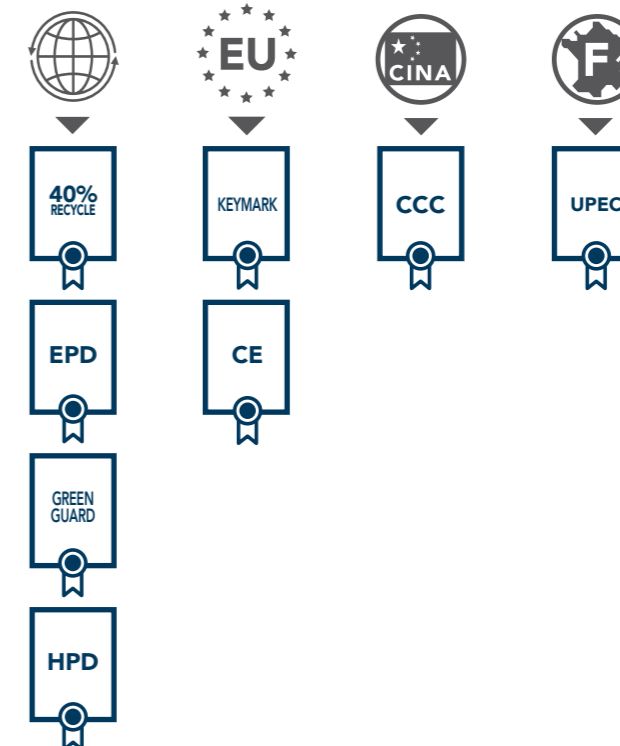
CERTIFICAZIONE	DESCRIZIONE	CAMPO DI APPLICAZIONE	CAMP		
			IT	PT	US
	UPEC è una Certificazione di prodotto rilasciata dall'Istituto francese CSTB, che verifica l'idoneità tecnica dei prodotti in relazione al tipo di destinazione d'uso.	FRANCIA	●	●	
	La marcatura CE è la Certificazione di sicurezza del 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	●	●	
	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	●		●
	Tutte le collezioni Panariagroup hanno ottenuto la Certificazione GREENGUARD GOLD, ossia lo standard di UL con i limiti più stringenti di emissioni di VOC, e sono perciò in grado di assicurare la migliore salubrità alle persone che vivono e che abitano gli ambienti. Per questo, possono essere impiegate in contesti come scuole e strutture sanitarie, frequentate da soggetti sensibili come i bambini e gli anziani. GREENGUARD GOLD è una certificazione ampiamente riconosciuta e richiesta dai programmi di edilizia sostenibile e dai regolamenti di progettazione e costruzione in tutto il mondo, come il LEED (internazionale) e il BREEAM (UK).	WORLDWIDE	●	●	●
HPD	Panariagroup ha adottato l'Open Standard HPD (Health Product Declaration), riconosciuto da USGBC LEED, nato per promuovere l'attenzione verso persone e consumatori tramite la rendicontazione delle caratteristiche del prodotto e le informazioni sui rischi per la salute di tutti i soggetti coinvolti nel progetto.	WORLDWIDE	●		●
	È un'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



FOCUS ON

LA RISTRUTTURAZIONE SOSTENIBILE

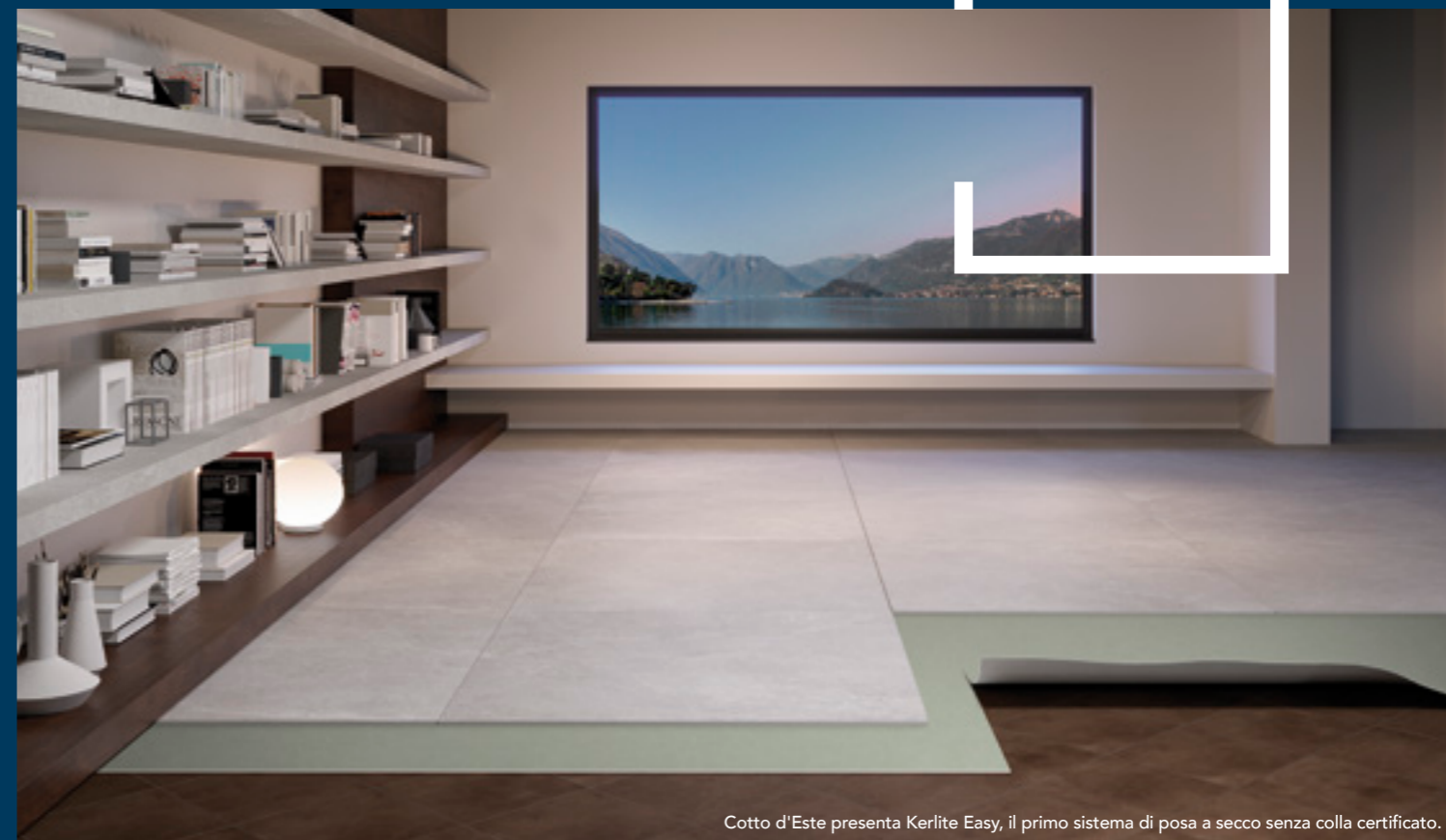
Sempre di più l'architettura moderna e la crescente sensibilità dei consumatori richiedono soluzioni che minimizzino gli impatti delle attività di rinnovamento degli spazi.

In piena logica di economia circolare, risulta sempre più importante puntare su **un'innovazione che riduca al minimo scarti e rifiuti, e permetta allo stesso tempo di utilizzare prodotti con una comprovata matrice di sostenibilità.**

Panariagroup è stato il **primo Gruppo ceramico a introdurre l'innovazione delle lastre**

ultrasottili in grès porcellanato laminato, che oltre a essere un prodotto rivoluzionario per peculiarità tecniche e versatilità di applicazione, è in grado di offrire **una risposta eccezionale alla domanda di ristrutturazioni facili, veloci e senza l'impatto delle opere di demolizione.**

Le lastre infatti possono essere applicate in **sovrapposizione ai pavimenti pre-esistenti**, consentendo così di evitare interventi murari: dunque niente polvere, rifiuti e detriti, rendendo possibile **cambiare le superfici di uno spazio con grande rapidità e risparmio di costi.**



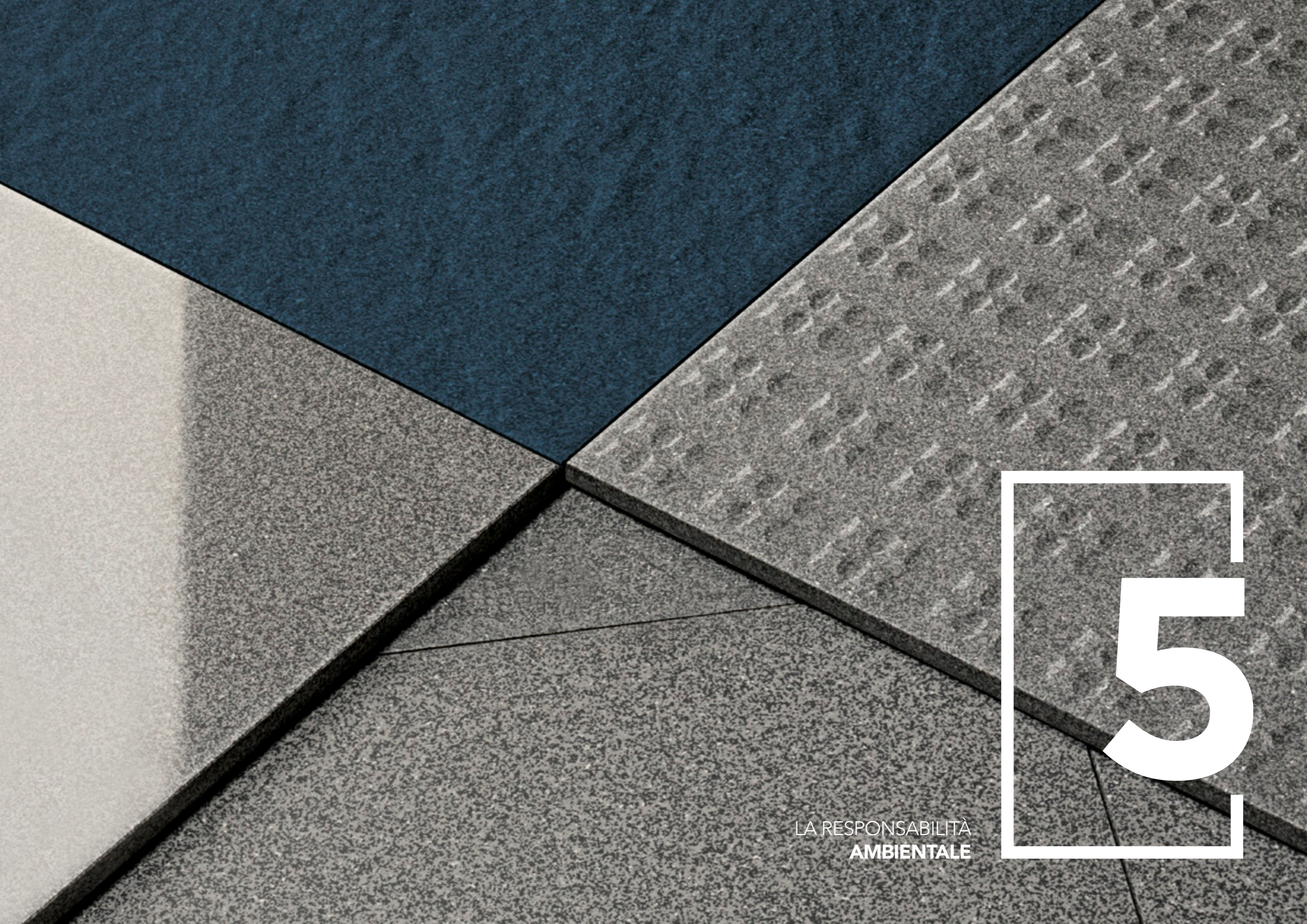
Cotto d'Este presenta Kerlite Easy, il primo sistema di posa a secco senza colla certificato.

In termini di sostenibilità, si tratta di un vantaggio straordinario, considerando tra l'altro l'elevato impatto che gli scarti di natura edilizia hanno in generale nella produzione complessiva di rifiuti, come peraltro evidenziato da numerose ricerche, anche prodotte dalla stessa Commissione Europea.

Tutto questo senza dimenticare le **grandi caratteristiche di sostenibilità del grès porcellanato laminato**, che nell'ambito del proprio ciclo produttivo consente importanti riduzioni nel consumo di energia, di acqua, di materie prime, nelle emissioni e nell'impatto dei trasporti. Occorre inoltre considerare anche la quota di

materiale riciclato da altri processi produttivi, che è presente nel materiale ceramico Panariagroup e che può arrivare fino al 40%.

Imminente poi per Panariagroup un'ulteriore innovazione legata alla ripavimentazione sostenibile, ossia il lancio di **un nuovo progetto di posa a secco** senza colla - vd immagine sopra - che offrirà la possibilità non solo di posare le lastre ceramiche in sovrapposizione ai pavimenti esistenti, ma di farlo **senza incollare i nuovi materiali**, e dunque con anche la possibilità di **sostituire e recuperare il materiale stesso** (preservando inoltre il pavimento pre-esistente).



LA RESPONSABILITÀ
AMBIENTALE

5

5.1 LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Da sempre all'avanguardia nel coniugare in modo sapiente bellezza, qualità e sostenibilità, Panariagroup quotidianamente si impegna per ridurre al minimo l'impatto ambientale degli stabilimenti, dimostrando la sua eccellenza nella salvaguardia dell'ecosistema e nella ricerca dei migliori comfort abitativi. **Un impegno fondamentale e imprescindibile, soprattutto per chi 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 ad 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.**

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.



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

A dimostrazione del ruolo centrale che riveste la sostenibilità ambientale per il Gruppo, tutti i siti produttivi in Europa, altamente automatizzati e integrati, hanno conseguito le Certificazioni ISO 14001 e EMAS per il Sistema di Gestione Ambientale. La Dichiarazione EMAS contiene le performance ambientali e gli obiettivi di miglioramento prefissati, ed è pubblicata annualmente sui siti internet aziendali per gli stabilimenti produttivi italiani e portoghesi. Inoltre, Panariagroup predispone annualmente il Report AIA, come previsto dall'Autorizzazione Integrata Ambientale, per i siti produttivi italiani, contenente dati relativi alla performance ambientale e specifici indici di prestazione. Le materie prime impiegate nei processi produttivi degli 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 dai 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 alle piastrelle di ceramica tramite la partecipazione a commissioni tecniche istituite da Confindustria Ceramica o, a livello internazionale, attraverso la partecipazione a comitati ISO.

FOCUS ON

L'ACQUA, UN BENE PREZIOSO DA SALVAGUARDARE



Panariagroup cura con la massima attenzione tutte le variabili a impatto ambientale. Tra queste, una delle più delicate è sicuramente l'acqua, sulla quale le iniziative dell'azienda sono molteplici e in continuo aumento.

Innanzitutto, la produzione ceramica di Panariagroup è a basso impatto idrico, con appena **0,02 m³ di acqua utilizzata per ogni metro quadrato di materiale prodotto**. Da considerare poi che i materiali più innovativi realizzati da Panariagroup, ovvero **le lastre sottili in grès porcellanato laminato, prevedono un ulteriore abbattimento dei consumi di acqua fino all'80%**, dando ulteriore prova delle straordinarie performance ambientali di questa tecnologia.

La valutazione di questi impatti idrici estremamente ridotti va sicuramente effettuata anche tenendo conto del paragone con altre merceologie, che hanno intensità ben più elevate (basti citare, ad esempio, la produzione della carne, del caffè o della maglieria). A questo occorre aggiungere che la **totalità delle acque utilizzate nel ciclo produttivo da Panariagroup viene recuperata, depurata e riutilizzata**, sia nel processo di produzione che nelle attività di pulizia degli impianti. Questo consente una riduzione del consumo di acqua lungo tutto il ciclo produttivo, che può arrivare fino all'80%.

Ma Panariagroup è voluta andare oltre e si è impegnata, nel 2019, in un ambizioso progetto di riconversione sul consumo di acqua da parte dei

dipendenti. Presso tutte le sedi delle Business Unit italiana e portoghese, infatti, sono stati installati **erogatori di acqua depurata e potabile** che hanno consentito di **dismettere completamente l'utilizzo delle bottigliette usa e getta**, che non solo rappresentavano una potenziale fonte di spreco idrico, ma anche un ingente consumo di plastica. I dipendenti Panariagroup e Gres Panaria Portugal hanno potuto così continuare a rifornirsi di acqua nell'orario di lavoro, ma utilizzando contenitori propri, oppure la borraccia

e i bicchieri riutilizzabili omaggiati dall'azienda. A questo si è affiancata una campagna di sensibilizzazione anche sui target commerciali, con la realizzazione di una borraccia termica come gadget promozionale, che è stata distribuita in occasione della fiera Cersaie 2019, associata a una campagna digital #buildresponsibly attraverso la quale sono stati veicolati i principali messaggi di sostenibilità dei prodotti e dei processi dell'azienda.



5.2

LA GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI

Panariagroup ha scelto di schierarsi in difesa del pianeta. Lo ha fatto e continua a farlo ogni giorno con azioni concrete, attraverso investimenti in tecnologie più evolute e scelte produttive che rispondono a logiche di ecosostenibilità. Perché in fondo, pur essendo il risultato di un processo industriale complesso e tecnologicamente avanzato, **la ceramica resta un prodotto naturale.** Una ricetta semplice, fatta di pochi elementi essenziali come terra, acqua e fuoco, che 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. In questo modo si riduce, 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 da raggiungere al fine di migliorare sempre più le

proprie 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
- Quarzo
- Allumina
- Pigmenti naturali
- Fritte

MATERIE PRIME

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



- Argilla
- Sabbia
- Feldspato
- Pigmenti colorati

ADDITIVI AUSILIARI

I principali additivi ausiliari sono:



- Agenti leganti
- Agenti fluidificanti

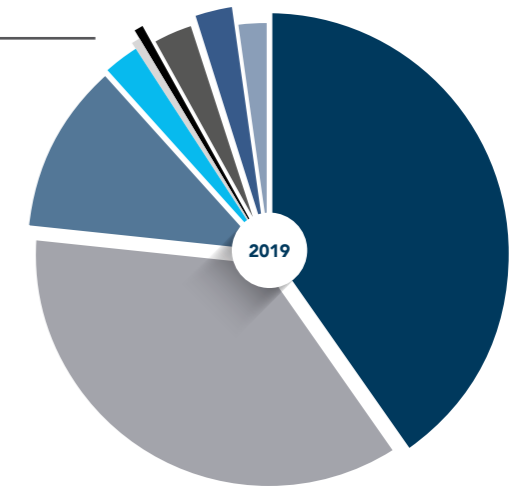


Nel grafico presentato di seguito, sono raffigurate **le principali materie prime utilizzate dal Gruppo nel 2019**. Dal grafico, si può notare come

gran parte degli acquisti siano rappresentati da argille e feldspati. Nel 2019, il Gruppo ha ridotto a zero l'acquisto di atomizzati.

MATERIE PRIME UTILIZZATE NEL 2019

- **40,43%** Argille
- **36,28%** Feldspati
- **11,78%** Sabbia
- **2,59%** Smalti e coloranti
- **0,31%** Zirconio/sbiancanti
- **0,63%** Additivi
- **3,14%** Cotto macinato
- **2,63%** Imballaggi
- **2,21%** Altro



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.

Nella Business Unit italiana, **per quanto riguarda gli imballaggi ceramici, la totalità del legno viene acquistata da fornitori certificati PEFC o FSC**, circa **il 70% della carta acquistata proviene da riciclo e la plastica utilizzata contiene una percentuale pari al 35% di materiale riciclato**. 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.

Relativamente al perimetro estero, la Business Unit americana utilizza quasi 800 tonnellate di cartoni ondulati per gli imballaggi certificati PEFC o FSC, una quantità che rappresenta più del 20% 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 che 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 insieme ai fornitori.

Un aspetto molto interessante dal punto di vista delle prestazioni ambientali è il riciclo degli scarti, che riguarda sia quelli crudi sia quelli cotti derivanti dalle diverse fasi di produzione. Gli scarti crudi possono derivare dalle fasi di atomizzazione, pressatura e smaltatura, mentre gli scarti cotti possono essere prodotti dalle fasi di scelta e rettifica/lappatura. **In tutti gli stabilimenti del Gruppo, il 100% degli scarti crudi è recuperato nel processo produttivo.** Negli stabilimenti situati in Italia e Stati Uniti, 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 un'elevata resistenza nel tempo e possono durare quanto l'edificio in cui sono stati 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 2019, il Gruppo ha consumato complessivamente 3.157.091 GJ di energia, un dato in aumento dell'1% rispetto all'anno precedente, di cui 1.976 GJ provenienti da fonti rinnovabili e 3.155.115 GJ da fonti non rinnovabili. Rispetto al 2018, si sono registrati degli aumenti poco significativi in relazione all'acquisto di energia elettrica, ai consumi di carburante per mezzi industriali e gas naturale,

e una leggera diminuzione dei consumi di GPL. I dati trovano diretto riscontro nelle azioni di efficientamento portate avanti da Panariagroup nel corso degli anni, che hanno permesso di consolidare un'efficienza operativa tale da mantenere costanti le performance energetiche del Gruppo, il quale **conferma la propria attenzione nei confronti del monitoraggio e della minimizzazione degli impatti ambientali, in particolar modo legati al consumo energetico e alle emissioni.**

ANNO DI RIFERIMENTO	INTENSITÀ ENERGETICA ¹² (GJ/m ²)
2018	0,139
2019	0,139

ANNO DI RIFERIMENTO	INTENSITÀ EMISSIVA ¹² (tCO ₂ e/m ²)	
	SCOPE 1 + SCOPE 2 (LOCATION BASED)	SCOPE 1 + SCOPE 2 (MARKET BASED)
2018	0,009	0,010
2019	0,009	0,010



12. Si veda nota 4, a p. 12, del presente documento.

197 tCO₂

Emissioni evitate nel 2019 grazie agli impianti fotovoltaici di Fiorano Modenese, Finale Emilia e Sassuolo

3.157.091 GJ

Energia totale utilizzata dal Gruppo nel 2019

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 italiani e portoghesi 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, ogni sito produttivo dell'azienda è stato 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.



152.797 tCO₂e

Emissioni dirette nel 2019 (150.484 tCO₂e nel 2018)

58.849 tCO₂

Emissioni indirette Location based nel 2019 (55.596 tCO₂ nel 2018)

65.108 tCO₂e

Emissioni indirette Market based nel 2019 (68.311 tCO₂e nel 2018)

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 197 tonnellate di CO₂¹³ nel 2019**, un dato in aumento del 3% rispetto al 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, che comporta 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 rivestimento (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.

Panariagroup, nel corso del 2019, ha eseguito per i propri stabilimenti italiani la diagnosi energetica al fine di adempiere agli obblighi previsti dal D.Lgs. n.102/2014.

La diagnosi energetica è la procedura sistemica volta a fornire un'adeguata conoscenza del profilo di consumo energetico di un impianto industriale, a individuare e quantificare le opportunità di risparmio energetico sotto il profilo costi-benefici e a riferire in merito ai risultati. La diagnosi, oltre a essere un servizio obbligatorio per i soggetti coinvolti, risulta utile al committente per determinare le raccomandazioni relative alla riduzione dei consumi energetici e ha l'obiettivo di verificare la presenza e la fattibilità tecnico-economica di interventi che riducano tali consumi.

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 ad effetto serra, al leggero aumento dei consumi di gas naturale e di carburante per mezzi industriali, con un dato relativo ai consumi di GPL pressoché invariato, è corrisposto un lieve aumento delle emissioni dirette di gas ad effetto serra nel 2019, rispetto al 2018, a differenza delle emissioni indirette di gas serra, associate all'acquisto di energia elettrica, che hanno invece visto una diminuzione. Il calcolo delle emissioni di Scope 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 (ad esempio, l'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").

Rispetto al 2018, i dati relativi alle emissioni dirette e indirette del Gruppo sono rimasti pressoché costanti e dimostrano **un'efficienza consolidata all'interno delle dinamiche operative di Panariagroup.**

Inoltre, in relazione alle 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 atmosfera¹⁴.**

13. Le emissioni di CO₂e evitate sono state calcolate con metodo "Location based" (Fonte: TERNA, Confronti Internazionali, 2017, con fattore di emissione gCO₂/kWh relativo all'Italia).

14. Valori ottenuti dall'elaborazione dei dati EMAS Panariagroup e dei 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).

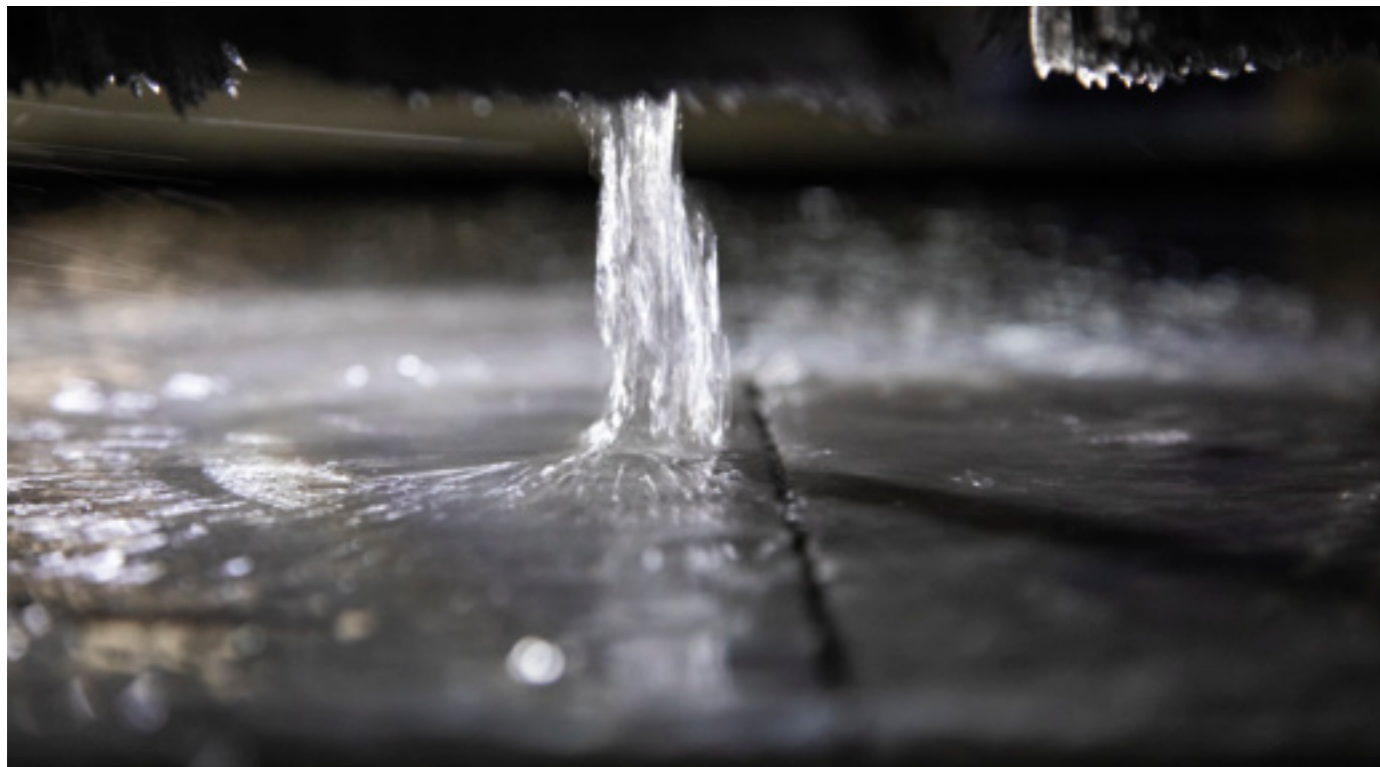
5.6 ACQUA

L'acqua costituisce una componente essenziale per il ciclo produttivo ceramico e, negli stabilimenti di Panariagroup, il suo utilizzo 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. Negli stabilimenti produttivi, l'approvvigionamento avviene attraverso il prelievo di acque sotterranee contenute nei pozzi. L'acqua potabile, proveniente dalle reti acquedottistiche, viene utilizzata principalmente per servizi civili, sia nei centri logistici che negli stabilimenti produttivi.

L'acqua usata nelle fasi produttive viene interamente riutilizzata; questo fattore consente al Gruppo di non avere scarichi idrici derivanti dalla produzione.

Anche in relazione alla gestione delle risorse idriche, **il Gruppo si dimostra sempre attento alla minimizzazione degli impatti ambientali derivanti dalle attività produttive e ha mantenuto un prelievo idrico piuttosto stabile rispetto all'anno precedente.**

Nel 2019, il prelievo idrico totale dei siti produttivi è stato pari a poco più di 450 megalitri, un dato in aumento dell'1% rispetto al 2018, come messo in evidenza nei dati riportati nella sezione "Allegati" del presente documento.



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

A partire dal 2019, **Panariagroup monitora la localizzazione dei propri stabilimenti produttivi in relazione alle aree a stress idrico**, ovvero alle porzioni di territorio caratterizzate dall'incapacità di soddisfare la domanda idrica, sia umana che ecologica. La condizione di stress idrico può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua. Per l'identificazione delle aree potenzialmente esposte al rischio idrico, in linea con quanto suggerito dagli standard di rendicontazione GRI, **il Gruppo si è avvalso dello strumento "Aqueduct Water Risk Atlas"**, sviluppato dal World Resources Institute. A seguito delle analisi condotte, si segnala che **tutti i 6 stabilimenti produttivi di Panariagroup non sono situati in aree caratterizzate da stress idrico.**

Panariagroup ha inoltre identificato e valutato gli aspetti ambientali e fattori di rischio, compresi quelli correlati alle risorse idriche, **utilizzando un apposito indice - Indice di significatività - secondo una metodologia messa a punto dall'azienda** e riportata all'interno delle Dichiarazioni Ambientali EMAS predisposte annualmente dal Gruppo per i siti produttivi europei. L'impegno dell'azienda è quello di monitorare costantemente le performance ambientali legate, tra le altre cose, all'Indice di significatività, in un'ottica di continuo miglioramento.

Infine, 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 necessaria 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 per le 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), che 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 dello stesso - richiedono un fabbisogno di acqua di circa l'80% in meno rispetto alle piastrelle in grès porcellanato.

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 2019, ha prodotto 70.694 tonnellate di rifiuti, di cui 243 tonnellate rappresentano rifiuti pericolosi (lo 0,34% sul totale).

RIFIUTI¹⁵

	2019			
	ITALIA	PORTOGALLO	STATI UNITI	TOTALE
RECUPERO (t)	51.293	15.029	300	66.622
DI CUI PERICOLOSI (t)	64	7,9	-	72
SMALTIMENTO (t)	1.072	0,4	3.000	4.072
DI CUI PERICOLOSI (t)	171	0,4	-	171
TOTALE (t)	52.365	15.029	3.300	70.694
DI CUI PERICOLOSI (t)	235	8,3	-	243
PERCENTUALE DI RIFIUTI PERICOLOSI SUL TOTALE	0,45%	0,06%	0,0%	0,34%

La maggior parte dei rifiuti prodotti sono destinati al recupero, per una quantità complessiva di circa 66.622 tonnellate (che rappresenta più del 94% del totale), e solo una piccola parte viene invece destinata allo smaltimento. Tutti i dati sulla gestione dei rifiuti vengono riportati nella sezione "Allegati" del presente documento.

Rispetto ai dati riportati nel 2018, si segnala che la Business Unit portoghese ha continuato a registrare una forte diminuzione nei rifiuti destinati allo smaltimento.

Panariagroup, in linea generale, ha registrato nel corso degli ultimi anni una diminuzione rilevante in relazione ai quantitativi di rifiuti prodotti, grazie all'alto tasso di materiali recuperati e all'efficientamento dell'utilizzo delle materie prime lungo tutte le fasi produttive.

0,34%

Rifiuti pericolosi rispetto al totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2019 (0,28% nel 2018)

70.694 t

Rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2019 (69.031 t nel 2018)

94,2%

Rifiuti avviati a recupero rispetto al totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo nel 2019 (94,5% nel 2018)

Per quanto riguarda la produzione di fanghi da depurazione, una delle principali voci nell'elenco dei rifiuti prodotti dagli stabilimenti produttivi, è stato portato a compimento un intervento impiantistico di importante rilevanza dal punto di vista ambientale presso i siti di Finale Emilia e Toano. 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 tali e 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.

15. Il dettaglio sulla tipologia di smaltimento non è attualmente disponibile. Nei prossimi anni il Gruppo svilupperà ulteriormente il proprio processo di raccolta dati, per disporre dell'informazione nelle prossime edizioni del Bilancio di Sostenibilità.

5.8 IMBALLAGGI

Da parte del Gruppo è stata posta da tempo una **forte attenzione alla riduzione degli impatti ambientali nel sistema di imballaggio**, sia in termini di cura nell'acquisto di materiale

riciclato, sia di efficientamento delle risorse nel processo di packaging, grazie **all'introduzione di macchine di inscatolamento automatico** in linea di scelta, all'interno del processo produttivo.

NEL CORSO DEL 2019 LA BUSINESS UNIT ITALIANA HA ACQUISTATO:

79%

● **Plastica riciclata per uso industriale, contro il 72% del 2018, il 57% del 2017 e il 40% del 2016**

70%

● **Carta e cartone riciclati utilizzati per gli imballaggi dei prodotti**

100%

● **Legno per lo stoccaggio e la movimentazione dei materiali da fornitori certificati PEFC o FSC**



A partire dall'inizio del 2020, inoltre, è prevista per gli imballaggi dei prodotti in grande formato l'eliminazione del coperchio in truciolare, con conseguenti ulteriori benefici nella limitazione del consumo di legno.

Panariagroup in più si impegna per il **recupero dei materiali di scarto che vengono nuovamente riutilizzati dal mercato.**

Inoltre, negli ultimi anni l'azienda si è appunto 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: il macchinario, infatti, realizza la forma del packaging avvolgendo il prodotto, regolandone quindi di conseguenza la misura. Questa tecnologia consente **una riduzione fino al 50% di cartone utilizzato rispetto ai sistemi tradizionali usati in precedenza.**

LA RESPONSABILITÀ
SOCIALE

6

6.1 LE NOSTRE PERSONE

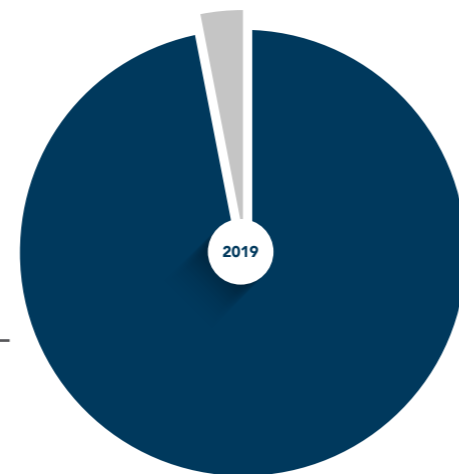
Uno dei valori fondanti di Panariagroup è quello di mettere sempre **la persona e la qualità della vita al centro dell'attenzione**, operando nel massimo rispetto di chi lavora con il Gruppo. Sono proprio le persone, il loro benessere, la loro crescita e il loro sviluppo professionale a essere il fulcro del successo di Panariagroup. Nella gestione dei suoi dipendenti, **il Gruppo promuove una cultura aziendale che sia in grado di attrarre i migliori talenti**, migliorare le abilità delle persone e la loro capacità di lavorare in gruppo, riconoscere e premiare le loro

performance, con l'obiettivo finale di contribuire alla loro soddisfazione professionale e personale.

Nel garantire l'applicazione di questi principi, **Panariagroup 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, dove possibile offrendo opportunità lavorative che si adattino alle esigenze personali e professionali degli stessi.

DIPENDENTI DEL GRUPPO PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE AL 31.12.2019

- **97%** Indeterminato
- **3%** Determinato



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

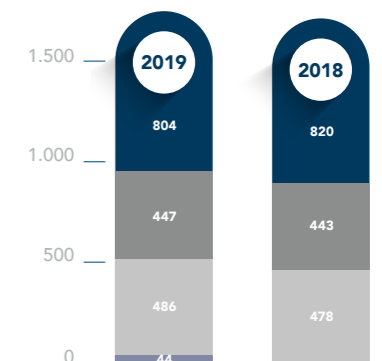
In un complesso contesto economico, Panariagroup ha deciso, fino ad oggi, di mantenere stabile il livello occupazionale e solido il rapporto con le comunità locali in cui opera, evitando il ricorso all'outsourcing dei processi produttivi. La stabilità nei rapporti con i dipendenti è infatti un elemento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

la crescita economica del Gruppo. Al 31 dicembre 2019, Panariagroup ha impiegato 1.781 dipendenti, con **un saldo positivo di 40 nuove risorse rispetto all'anno precedente**, anche grazie all'entrata nel perimetro di consolidamento della Business Unit indiana.

DIPENDENTI DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE¹⁶

Incremento di 40 unità rispetto all'anno precedente

- Italia
- Portogallo
- Stati Uniti
- India



Alla luce di una forza lavoro in leggera crescita per il Gruppo, tra il 2018 e il 2019 il turnover è rimasto pressoché stabile, mentre **sono aumentati i dipendenti in entrata**, in particolare negli Stati Uniti.

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. **Il Gruppo 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.

¹⁶ I dati riportati all'interno del grafico includono, a partire dal 2019, i dipendenti della Business Unit indiana.

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

In particolare, negli Stati Uniti sono state adottate la "non-discrimination policy" e la "anti-harassment policy", oltre a essere stato implementato un sistema di comunicazione di eventuali questioni/casi legati 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 2019, così come nel 2018, il Gruppo non ha rilevato episodi di discriminazione basati su razza, colore, sesso, religione, opinione politica, discendenza nazionale od origine sociale.

Panariagroup promuove una politica di work-life balance e di accesso ai sistemi di flessibilità lavorativa in caso di maternità/paternità. 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 2019 si sono registrati 16 congedi parentali, di cui 7 per gli uomini e 9 per le donne. Il tasso di rientro dal congedo per l'anno 2019 è stato del 91%, 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 al 100% per gli uomini e all'82% per le



donne – complessivamente all'88% per l'intero Gruppo. In Italia, **Panariagroup ha posto particolare attenzione alle richieste di part time prevalentemente destinate ad assecondare esigenze familiari.** Al 31.12.2019, i contratti part time in essere in Italia riguardano 54 persone, con un aumento dell'8% rispetto al 2018.

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 2019, per la Business Unit italiana, è proseguito l'impegno nei confronti del personale commerciale attraverso un sistema premiante in grado di incentivare il raggiungimento

di specifici risultati e target economici. È importante segnalare che **Panariagroup rispetta il diritto di contrattazione collettiva dei dipendenti** in ottemperanza alle Convenzioni dell'International Labour Organization e sempre nel rispetto della legislazione locale. Nel 2019, il Gruppo registra un grado di copertura da contrattazione collettiva pari al 70%. In particolare, in Italia sono stati sviluppati nel tempo dei contratti aziendali integrativi che prevedono delle condizioni lavorative migliori rispetto a quelle garantite a livello nazionale.

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

LE NUOVE INIZIATIVE DI **ASCOLTO DEI DIPENDENTI**



Panariagroup è da sempre impegnata per sviluppare un approccio responsabile nel modo di fare business, consapevole che la sostenibilità costituisca la chiave di volta per decifrare le dinamiche del presente, tenendo costantemente lo sguardo rivolto al futuro.

Si tratta di un impegno fondamentale per l'azienda, che viene sostenuto e alimentato anche e soprattutto dall'ascolto e dal confronto costante con i principali gruppi portatori di interesse. Tra questi, **le persone che lavorano in Panariagroup rappresentano un punto fondamentale per il successo dell'azienda.**

Comprendere le leve motivazionali dei collaboratori permette di prendere migliori decisioni strategiche e di crescere ulteriormente.

Per questo motivo, il Gruppo ha lanciato nel corso dell'anno **un'importante iniziativa di ascolto del personale**, sviluppata in due fasi progettuali differenti: la prima fase ha visto il coinvolgimento di più di 200 persone, tra dirigenti e impiegati, attraverso un questionario su piattaforma online dedicata. L'obiettivo dell'attività è stato molteplice e ha permesso al

Gruppo di raccogliere le percezioni del personale in relazione ad aspetti quali l'ambiente e gli spazi di lavoro, la comunicazione interna, le relazioni con l'organizzazione e interne, il benessere in generale sul luogo di lavoro.

La seconda fase si è concretizzata nell'organizzazione di 3 Focus Group, che hanno coinvolto dirigenti e impiegati in maniera diretta e interattiva attraverso modalità di dialogo libero e spontaneo, grazie anche alla moderazione di un soggetto terzo indipendente. Tramite quest'ultima fase, il Gruppo è stato in grado di raccogliere ambiti di sviluppo considerati prioritari, approfondire elementi positivi e negativi emersi dal questionario, e raccogliere eventuali idee per lo sviluppo di iniziative e attività migliorative.

C'è stata grande partecipazione da parte della community Panariagroup, con un tasso di rispondenti dell'86%. Da segnalare anche l'alto grado di engagement verso l'azienda, visto che l'89% dei dipendenti si è dichiarato soddisfatto di lavorare per Panariagroup.

Ottima infine la conoscenza rilevata circa l'impegno

dell'azienda sulla sostenibilità, con il 97% dei partecipanti alla survey che ha dichiarato di conoscere il Bilancio di Sostenibilità che il Gruppo predispone annualmente.

La survey, che ha consentito all'azienda di raccogliere preziose informazioni su aree di lavoro specifiche che saranno oggetto di sviluppo nei prossimi mesi, è stata limitata, in una prima fase, ad alcune aree aziendali della Business Unit italiana; ma nell'ambito del proprio percorso di sostenibilità, Panariagroup intende

estendere in futuro questa modalità di ascolto anche alle altre aree e alle altre società del Gruppo.

L'iniziativa dunque ha ulteriormente rafforzato l'area di stakeholder engagement verso i dipendenti, che già dal 2018 aveva visto nascere alcune **iniziative specifiche di comunicazione interna** (totem informativi, newsletter di aggiornamento – di cui è stata peraltro rilasciata la seconda edizione nel 2019), oltre a una specifica **campagna di educazione a un comportamento ambientale corretto negli uffici.**



6.1.1 FORMAZIONE E SVILUPPO

La formazione e lo sviluppo dei dipendenti è una tematica che sia il Gruppo sia i suoi stakeholder considerano come rilevante. La crescita formativa e lo sviluppo professionale sono infatti aspetti fondamentali per Panariagroup, 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.

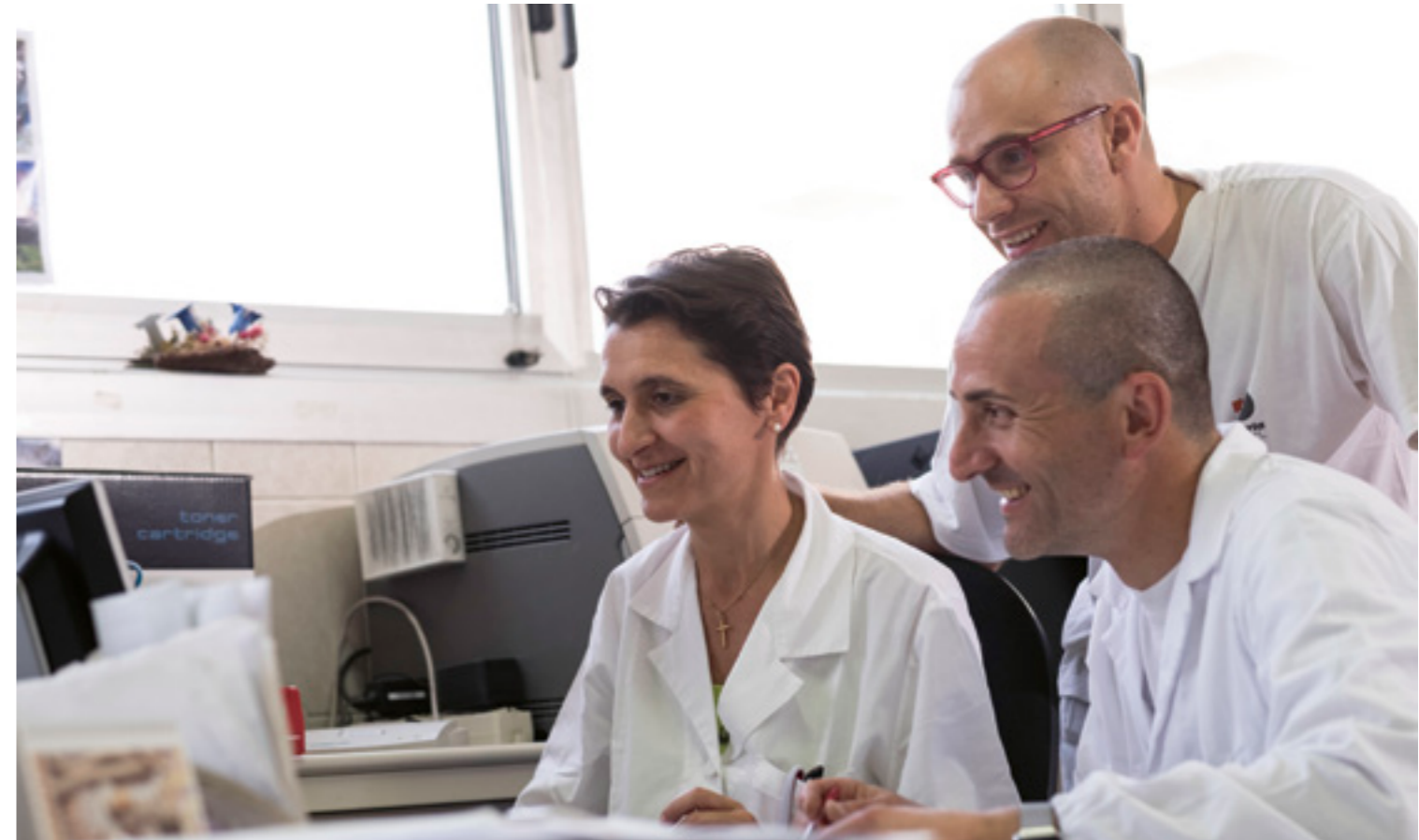
Lo svolgimento di attività formative non è avvertito dal Gruppo come un mero obbligo legale, ma anche come un bisogno attuale dell'organizzazione aziendale. Per questa ragione, **le società del Gruppo analizzano su base annuale le esigenze specifiche dei lavoratori, al fine di garantire l'erogazione 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 dai responsabili delle varie aree, quali principali conoscitori delle esigenze specifiche sia dei dipendenti stessi, sia della preparazione richiesta nelle attività di loro competenza.

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

Nello specifico, negli stabilimenti degli Stati Uniti 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, e training specifici per l'utilizzo di macchinari di lavorazione con l'obiettivo di diminuire gli incidenti e gli eventuali danni provocati dal loro non corretto utilizzo. La Business Unit americana dedica inoltre un'attenzione particolare alle nuove risorse, verso le quali nel 2019 sono state erogate più di 2.000 ore in corsi di formazione relativi alle competenze tecniche necessarie per lo svolgimento delle mansioni lavorative. La società mette a loro disposizione anche corsi di orientamento, attraverso i quali i nuovi dipendenti possono entrare a contatto con il nuovo contesto organizzativo, ricevendo informazioni sull'evoluzione storica dell'azienda e sulle politiche, sulle procedure e sui benefit in essere. Infine, continua l'impegno della Business Unit statunitense nei confronti delle tematiche ambientali e relative alla salute e sicurezza sul lavoro, attraverso

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.



l'erogazione di più di 2.500 ore in training specifici finalizzati, tra le altre cose, alla sensibilizzazione dei dipendenti verso la riduzione degli impatti ambientali.

In merito alla Business Unit portoghese, 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. Nel corso del 2018, inoltre, in Portogallo è stata avviata l'elaborazione di un importante piano di gestione e sviluppo delle competenze, che troverà il suo completamento nel 2020. Il sistema di gestione delle competenze è un processo dinamico che descrive la combinazione di conoscenze, abilità e attitudini necessarie a ottenere elevate performance lavorative. Il modello implementato da Gres Panaria Portugal, inizialmente per lo stabilimento produttivo di Aveiro, identifica per ciascun reparto le competenze specifiche richieste, intese come l'insieme di procedure standard che l'operatore deve essere in grado di saper svolgere in autonomia per eseguire correttamente le attività. A ogni dipendente viene

dunque assegnato un livello che può assumere dei valori da 0 (*training period*) a 5 (*leadership skills*). La valutazione del livello di competenza conseguito è svolta su base annuale e prevede la supervisione del responsabile del reparto con il supporto di una figura dell'area Qualità, Ambiente e Sicurezza. Il sistema di gestione e sviluppo delle competenze permette di attuare processi di recruiting e selezione più mirati, identificare in maniera più accurata le esigenze formative dei dipendenti, integrare i processi di valutazione delle performance, facilitare il confronto tra i diversi profili di competenza e identificare i dipendenti con capacità di leadership. L'obiettivo della Business Unit portoghese è di estendere il progetto allo stabilimento di Ílhavo.

Per quanto riguarda la Business Unit italiana, si è provveduto nel 2019 a due iniziative di formazione e aggiornamento specifiche. La prima ha visto coinvolta la rete commerciale interna, che è stata partecipe di un programma di formazione sulla vendita con elementi a sostegno della differenziazione dell'offerta e di una sua più efficace veicolazione su tutta la filiera distributiva. La seconda ha visto l'istituzione dei "Management

6.1.2

SALUTE E SICUREZZA

DEI DIPENDENTI

Meeting”, incontri periodici della community dei manager di Panariagroup che si ritrovano per condividere risultati e strategie aziendali, oltre che testimonianze di importanti relatori esterni.

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

In tal senso, nel 2019, in Portogallo sono proseguiti i 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 AIDA¹⁷, la Business Unit portoghese 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.

Nel 2019 poi, sono proseguite le iniziative di informazione riguardo il tema della Sostenibilità verso i dipendenti, attraverso incontri dedicati e l'invio, tramite e-mail, di una newsletter periodica.

Le ore totali di formazione erogate dal Gruppo nel corso del 2019 sono state pari a 17.301, di cui 10.704 per gli uomini e 6.597 per le donne, con una media pro capite di Gruppo pari a 10. I dati, trainati da trend positivi in tutte le Business Unit, fanno registrare un aumento particolarmente importante rispetto al 2018, a dimostrazione dell'importanza che la tematica riveste per Panariagroup e di come il Gruppo continui a credere nella crescita e nello sviluppo professionale delle sue persone: un impegno, questo, ormai radicato nella cultura d'impresa dell'azienda.

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 collegati al fatturato. Negli Stati Uniti questo sistema è già stato ampiamente avviato.

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, al 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 la sicurezza dei lavoratori;
- riunioni periodiche per la prevenzione e la protezione dai rischi legati alla salute e alla sicurezza, nonché incontri periodici tra RSPP e RLSSA volti a mantenere costantemente informati i principali responsabili all'interno degli stabilimenti;
- un 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 Margres e Love Tiles hanno implementato un sistema integrato Qualità, Ambiente, Salute e Sicurezza,

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

- rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza e la salute sul lavoro (L. 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 (Dir. n. 2001/45/CE);
- incontri di analisi delle attività, che includono aspetti di sicurezza e di salute;
- ginnastica al lavoro per la prevenzione delle lesioni muscoloscheletriche;
- servizi medici e infermieristici al lavoro (L. 3/2014);
- procedura per il controllo dei fornitori di servizi esterni per quanto riguarda gli aspetti sociali, 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 a 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 di raccogliere segnalazioni per migliorare l'ambiente di lavoro e la sicurezza dei luoghi.

17. Associação Industrial do Distrito de Aveiro.



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

Inoltre, la Business Unit americana offre ai propri dipendenti un programma gratuito di assistenza, che può aiutare ad affrontare il benessere mentale e fisico, e ha messo a disposizione 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. Tutti i dipendenti sponsorizzano annualmente fiere di health&wellness in loco a Lawrenceburg, e i lavoratori presso il centro di distribuzione e lo stabilimento hanno accesso a prezzi agevolati per l'iscrizione a una palestra locale. In tema di formazione, viene predisposto un piano annuale su aspetti legati alla salute e alla sicurezza, e lo stesso viene impartito a tutti i dipendenti, compresi i nuovi assunti. Gli addetti alla manutenzione ricevono una formazione aggiuntiva e i dipendenti che durante l'attività lavorativa usano un respiratore ricevono una specifica formazione su come indossare il kit.

Si segnala infine, per quanto riguarda il perimetro americano, che a partire dal 2020 sarà formalizzato un "Safety Team" con l'obiettivo di agevolare la partecipazione dei lavoratori e la consultazione degli stessi nell'ambito dello sviluppo, dell'implementazione

e della valutazione del sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro, e al fine di fornire l'accesso e comunicare informazioni rilevanti in materia di salute e sicurezza. Il team si incontrerà circa una volta al mese.

Il Gruppo tiene costantemente sotto controllo gli indici di infortunio operando in maniera decisa sulla sensibilizzazione del personale, attraverso attività di formazione e informazione interna in merito agli aspetti di sicurezza sul lavoro, e attraverso opportune fasi di addestramento dei dipendenti neoassunti (periodi di affiancamento mirato con personale esperto, adeguato utilizzo dei dispositivi di protezione individuale, consegna di apposita documentazione in materia).

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 alla sicurezza e all'igiene nei luoghi di lavoro in tempi ridotti.

Salute e sicurezza sono fattori che il Gruppo

considera con attenzione anche al momento della progettazione dei suoi prodotti.

La progettazione e lo sviluppo di ogni prodotto di Panariagroup sono infatti attività condotte da tecnici di laboratorio qualificati, secondo le modalità specificate all'interno di un'apposita procedura interna, che prevede, in corrispondenza dell'utilizzo di una nuova materia prima, **la richiesta al fornitore della relativa scheda di sicurezza indicante le caratteristiche tossicologiche del materiale in questione.** Tutte le schede di sicurezza sono controllate e verificate prima del ricevimento del materiale, e vengono archiviate presso lo stesso laboratorio per eventuali consultazioni.

Il processo che permette di realizzare il nuovo prodotto viene attentamente valutato, **controllando che le attività legate alle diverse fasi del ciclo di produzione non abbiano impatti di carattere negativo nei confronti dell'ambiente e che non comportino particolari rischi per la salute e la 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.

28,2

● Tasso di infortuni sul lavoro registrabili – dipendenti

61,6

● Tasso di infortuni sul lavoro registrabili – collaboratori esterni¹⁸

18. Si veda nota 5, a p. 12, del presente documento.

FOCUS ON

LE INIZIATIVE DI SALUTE E BENESSERE

Tutte le Business Unit di Panariagroup stanno perseguendo in modo crescente iniziative di **attenzione e cura per la salute e il benessere dei dipendenti**: dalle iniziative di supporto medico, a quelle legate al benessere fisico e psicologico individuale, fino all'organizzazione di attività sportive.

In Italia, ad esempio, per tutti i dipendenti è stata messa a disposizione per il secondo anno consecutivo la possibilità di accedere gratuitamente alla vaccinazione influenzale. A questa attività è stata affiancata, nel 2019, anche la possibilità di beneficiare di una consulenza nutrizionale per un check-up, con consigli e suggerimenti per una buona e sana alimentazione.

Il tutto unitamente alla prosecuzione del programma standard di controlli medici per i dipendenti.

Negli Stati Uniti invece, sono due le iniziative di rilievo: l'Employee Health Program, progettato per aumentare la consapevolezza su salute e cambiamenti positivi nello stile di vita, tra cui la perdita di peso, lo smettere di fumare, la gestione delle condizioni psicofisiche e altro ancora. Il programma offre ai dipendenti l'opportunità di conoscere il proprio stato di salute e i modi per poterlo migliorare, durante tutto l'anno e oltre. I dipendenti di Florida Tile possono anche consultare un medico professionista in caso di necessità.

Viene inoltre realizzata una newsletter mensile che fornisce informazioni circa le convenzioni per i dipendenti e per una vita più sana.

L'altra iniziativa è la Health and Wellness Fair, che consente ai dipendenti di entrare in contatto diretto con aziende fornitrici di servizi per la salute e il benessere.



Infine, sono diverse le iniziative realizzate su questi temi dalla Business Unit portoghese. Vengono tenute sessioni di ginnastica a supporto delle attività lavorative e si rendono disponibili sedute presso un centro massaggi e trattamenti terapeutici professionali.

Nella nuova caffetteria, inoltre, vengono tenuti corsi di pilates e risoterapia per il benessere psicofisico dei dipendenti, ai quali l'azienda mette anche a disposizione la fornitura gratuita di frutta.

La Business Unit portoghese è molto attiva anche nelle competizioni sportive, alcune di queste

tenute in relazione ad associazioni solidali, altre invece realizzate ai massimi livelli dello sport amatoriale. Ne sono un esempio, per il ciclismo, l'organizzazione della corsa Gran Fondo del Douro e la sponsorizzazione della squadra ciclistica Love Tiles.

Sul fronte ciclistico, inoltre, Panariagroup ha confermato anche nel 2019 la partecipazione con una propria formazione alla Maratona Dles Dolomites-Enel, una delle gare amatoriali più importanti al mondo.

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 con minore capacità di acquisto.

Negli Stati Uniti, 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: ad esempio, sono state organizzate giornate dedicate alla vicinanza ai malati di cancro, dove i dipendenti Florida Tile hanno contribuito cucinando per loro e per gli incaricati all'assistenza.

Il Gruppo Panariagroup, inoltre, è da sempre impegnato 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.

241.000 euro

Donazioni in denaro o prodotto destinate dal Gruppo nel 2019 per le comunità locali

6.3

GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Il Gruppo Panariagroup mira a potenziare le relazioni con i propri fornitori, con l'obiettivo di costruire insieme un sistema improntato verso la sostenibilità lungo tutta la sua catena 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 anche 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.

Nel corso del 2019, in linea con l'obiettivo dichiarato nel Bilancio di Sostenibilità 2018, il Gruppo ha sviluppato un processo di analisi della propria catena di fornitura sulla base di criteri ambientali, sociali e di governance, segmentando in cluster i propri fornitori sulla base di diverse variabili in grado di identificare il loro profilo di rischio potenziale e la loro importanza strategica per Panariagroup. Tale processo è stato sviluppato, inizialmente, con riferimento al perimetro italiano. Il Gruppo ha così identificato i fornitori che maggiormente espongono l'azienda a rischi di natura indiretta e su tali fornitori, per il 2020, si impegna ad avviare un sistema omogeneo di valutazione e

monitoraggio dei presidi adottati in relazione ad aspetti ambientali, sociali, di governance e relativi alla qualità. Essendo un percorso in fase di sviluppo e che troverà il proprio completamento nel 2020, nel corso del 2019 non sono state effettuate valutazioni di fornitori e nuovi fornitori sulla base di criteri di sostenibilità (sociali e ambientali).

I fornitori del Gruppo¹⁹ sono prevalentemente suddivisi in "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, di servizi manutentivi e di trasporto, e di 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.

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

19. 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 di tutto il perimetro.

Non meno importante è l'attenzione ai seguenti aspetti:

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

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 Modello di Organizzazione e Gestione 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 perché considerati principali fornitori di Panariagroup, sia per la loro tipologia di lavorazione

che, trattandosi di attività estrattive, genera 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'estrazione 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" del presente documento, viene rappresentata la spesa concentrata sui fornitori locali²⁰, che per il 2019 è stata pari al 91%, in linea rispetto all'anno precedente.

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 problematiche legate all'attività estrattiva o a tensioni internazionali (conflitti, variazione del costo dei trasporti per andamenti del petrolio, valute, ...). Anche per questi motivi, **i tecnici e i laboratori del Gruppo Panariagroup lavorano costantemente alla ricerca di materie prime alternative.** La composizione dell'impasto e le modalità di trasporto a esso 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".



20. Sono stati considerati come "fornitori locali" quei fornitori aventi la sede legale nel territorio nazionale in cui opera ogni singola Business Unit.

FOCUS ON

UN CONCORSO DI IDEE SULLA SOSTENIBILITÀ PER I DIPENDENTI



Il forte impegno nei confronti della sostenibilità per Panariagroup, oltre all'innovazione di prodotto, abbraccia l'intero agire dell'azienda.

Il Gruppo ha infatti istituito nel 2019 la prima edizione del "Premio Sostenibilità", rivolto ai dipendenti della Business Unit italiana che sono stati premiati selezionando le migliori idee volte a rendere l'azienda sempre più sostenibile.

L'iniziativa, che rientra tra gli impegni concreti che Panariagroup ha assunto nel proprio Bilancio di Sostenibilità, è una delle tante e numerose attività che l'azienda sta mettendo in campo per essere sempre più vicina all'ambiente e alle persone, a partire da quelle che contribuiscono al suo successo ogni giorno. L'azienda ha dunque promosso, nell'autunno 2019, un

concorso interno di idee sostenibili nell'ambito di tre aree distinte:

- idee per il miglioramento del prodotto e del processo produttivo e logistico;
- idee per il miglioramento della vita in azienda;
- idee per il sostegno alle comunità locali e al territorio.

La prima edizione del concorso ha visto una buona risposta da parte dei dipendenti, con la raccolta di oltre 80 articolati progetti e un grande coinvolgimento da parte di tutti. I 3 vincitori hanno avuto la possibilità di scegliere tra opzioni che prevedevano buoni spesa, acquisto di libri, pacchetti wellness, corsi di formazione, acquisto

di elettrodomestici, e-bikes e diverse altre soluzioni. Nella sfera del miglioramento dei processi di produzione, il progetto vincitore propone di sviluppare in maniera dettagliata un'idea per il recupero dei fanghi filtropressati da levigatura, basato su uno studio approfondito relativo al recupero dei materiali da derivazione del processo industriale.

Per il miglioramento della vita aziendale, il progetto vincitore intende promuovere la formazione di una community interna per lo scambio di beni materiali e di servizi tra colleghi, individuando l'impresa come il luogo ideale per la ricostruzione del senso di comunità e per ricominciare a creare relazioni in un sistema di riciclo sostenibile.

Per quanto concerne il sostegno alle comunità locali, il progetto vincitore ha ideato una modalità di recupero di materiale ceramico inutilizzato aprendo le porte del Gruppo a un Istituto scolastico, per formare gli alunni con nozioni riguardo alla posa della ceramica e chiedere ai ragazzi di mettersi alla prova utilizzando superfici ceramiche per progetti di decorazione degli ambienti scolastici.

Si è trattato dunque di un altro passo importante in termini di **coinvolgimento della community interna di Panariagroup, che sempre di più può così riconoscersi nella strategia aziendale di Sostenibilità e dare un contributo concreto.**







ALLEGATI

7.1

DATI AMBIENTALI

Per il 2019, il perimetro dei dati ambientali fa riferimento alle società del Gruppo che gestiscono siti produttivi. Sono invece escluse le società con sole sedi commerciali e Montanari Ceramiche S.r.l., punto vendita al dettaglio di materiale ceramico, in quanto considerate non rilevanti al fine di assicurare la comprensione dell'attività d'impresa del Gruppo e dell'impatto dallo stesso prodotto. Inoltre, per il 2019 è stato deciso di procedere con la rendicontazione dei dati relativi al prelievo idrico e agli scarichi di acqua utilizzando il nuovo Standard GRI 303,

pubblicato dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2018 in sostituzione della versione finora utilizzata, risalente al 2016. A fini comparativi, i dati relativi al 2018 sono stati quindi riesposti rispetto a quelli pubblicati nel precedente Bilancio di Sostenibilità, considerando nel prelievo idrico anche l'acqua in entrata derivante dalle materie prime, come previsto dal nuovo Standard 303. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2018, disponibile nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

CONSUMI ENERGETICI

CONSUMI ENERGETICI TOTALI

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo totale di energia (GJ)	1.750.793	925.767	455.694	3.132.254	1.682.621	933.267	541.202	3.157.091
di cui:								
da fonti rinnovabili (GJ)	1.921	-	-	1.921	1.976	-	-	1.976
da fonti non rinnovabili (GJ)	1.748.872	925.767	455.694	3.130.333	1.680.645	933.267	541.202	3.155.115
Intensità energetica (GJ/m ²) ²¹	0,147	0,135	0,122	0,139	0,142	0,136	0,136	0,139

ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI E CONSUMATA

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Produzione energia elettrica da fonti rinnovabili (kWh)	533.607	-	-	533.607	548.844	-	-	548.844
Produzione energia elettrica da fonti rinnovabili (GJ)	1.921	-	-	1.921	1.976	-	-	1.976
Emissioni evitate CO ₂ e (t) - Location based	192	-	-	192	197	-	-	197

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Energia elettrica acquistata (kWh)	77.951.414	46.673.706	29.812.800	154.437.920	77.132.495	46.672.550	30.955.200	154.760.245
Energia elettrica acquistata (GJ)	280.625	168.025	107.326	555.977	277.677	168.021	111.439	557.137
Emissioni di CO ₂ (t) - Location based	28.063	14.982	12.551	55.596	27.691	18.436	12.723	58.849
Emissioni di CO ₂ e (t) - Market based	37.417	18.343	12.551	68.311	37.564	14.749	13.032	65.344

CONSUMI DI GAS NATURALE

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo di GNL (Sm ³)	40.085.019	20.812.267	9.539.084	70.436.370	38.523.585	21.147.261	11.934.957	71.605.803
Consumo di GNL (GJ)	1.454.485	755.173	346.126	2.555.784	1.378.898	756.937	427.195	2.563.030
Emissioni di CO ₂ e (t)	82.035	42.593	19.522	144.149	78.223	42.940	24.234	145.398

CONSUMI DI GPL

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Consumo di GPL (m ³)	-	628	24	652	-	612	19	631
Consumo di GPL (GJ)	-	67	3	70	-	65	2	67
Emissioni di CO ₂ e (t)	-	4,3	0,2	4,5	-	4	0,1	4,3

CONSUMI DI CARBURANTE PER MEZZI INDUSTRIALI

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Gasolio (l)	383.445	69.691	56.781	509.917	388.953	71.824	65.938	526.715
Gasolio (GJ)	13.762	2.501	2.038	18.301	13.960	2.578	2.367	18.904
Benzina (l)	-	-	6.155	6.155	-	-	2.166	2.166
Benzina (GJ)	-	-	202	202	-	-	70	70
Emissioni gasolio CO ₂ e (t)	1.007	183	149	1.340	1.009	186	171	1.366
Emissioni benzina CO ₂ e (t)	-	-	14	14	-	-	5	5
Emissioni TOT di CO ₂ e (t)	1.007	183	163	1.353	1.009	186	176	1.371

CONSUMI DI CARBURANTE PER FLOTTA AUTO²²

	2019			
	IT	PT	US	TOTALE
Gasolio (l)	278.651	157.882	-	436.533
Gasolio (GJ)	10.001	5.666	-	15.667
Benzina (l)	3.394	-	4.023	7.417
Benzina (GJ)	110	-	130	240
Emissioni gasolio CO ₂ e (t)	723	410	-	1.132
Emissioni benzina CO ₂ e (t)	7,5	-	0,4	8
Emissioni TOT di CO ₂ e (t)	730	410	0,4	1.140

21. Si veda nota 4, a p. 12, del presente documento.

22. Il Gruppo rendiconta i consumi di carburante relativi alla flotta auto a partire dal FY 2019.

EMISSIONI

EMISSIONI TOTALI DI CO₂e

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Emissioni dirette – Scope 1 (t) Energia	83.042	42.780	19.685	145.507	79.963	43.540	24.411	147.914
Emissioni dirette – Scope 1 (t) Processo di lavorazione materie prime ²³	354	4.537	86	4.977	766	3.901	217	4.883
Emissioni dirette – Scope 1 (t) Totale	83.396	47.317	19.771	150.484	80.729	47.441	24.628	152.797
Emissioni indirette – Scope 2 (t) Location based ²⁴	28.063	14.982	12.551	55.596	27.691	18.436	12.723	58.849
Emissioni indirette – Scope 2 (t) Market based ²⁴	37.417	18.343	12.551	68.311	37.327	14.749	13.032	65.108
Intensità emissiva ²¹ totale – Scope 1+2 Location based (tCO ₂ e/m ²)	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,010	0,009	0,009
Intensità emissiva ²¹ totale – Scope 1+2 Market based (tCO ₂ e/m ²)	0,010	0,010	0,009	0,010	0,010	0,009	0,009	0,010

NO_x, SO_x E ALTRE EMISSIONI INQUINANTI

	2018	2019
	t/ANNO	t/ANNO
NO _x	134	96
SO _x	47	19
Inquinanti organici persistenti (POP)	-	-
Composti organici volatili (VOC)	55	72
Inquinanti atmosferici pericolosi (HAP)	3	3
Particolato (PM)	67	44
Altre categorie standard di emissioni identificate nella normativa applicabile	38	37

FATTORI DI EMISSIONE

Fattori di emissione	2019					
	Energia elettrica (gCO ₂ e/kWh) – Location based ²⁴	Energia elettrica (gCO ₂ e/kWh) – Market based	Gas naturale (tCO ₂ e/Smc)	GPL (tCO ₂ e/t)	Gasolio (tCO ₂ e/t)	Benzina (tCO ₂ e/t)
Italia	359	487				
Portogallo	395	316	0,002	2,94	3,088	2,998
Stati Uniti	411	421				
Fonte	TERNA, Confronti Internazionali, 2017	European Residual Mix 2018 per Italia e Portogallo; TERNA, Confronti Internazionali, 2017 per Stati Uniti	DEFRA 2019	DEFRA 2019	DEFRA 2019	DEFRA 2019

23. Il dato relativo alle emissioni dirette di Scope 1 generate dal processo di cottura delle materie prime tiene in considerazione i carbonati contenuti all'interno dell'argilla, del feldspato, della sabbia e dello zirconio/agenti sbiancanti. Il dato, per la Business Unit americana, è stimato sulla base dei parametri europei già utilizzati per le Business Unit italiana e portoghese.

24. I fattori di emissione riportati da TERNA, Confronti Internazionali versioni 2016 e 2017, sono espressi in tonnellate di CO₂; tuttavia le percentuali di metano e protossido di azoto hanno un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂e), come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

FATTORI DI EMISSIONE

Fattori di emissione	2018					
	Energia elettrica (gCO ₂ e/kWh) – Location based ²⁴	Energia elettrica (gCO ₂ e/kWh) – Market based	Gas naturale (tCO ₂ e/Smc)	GPL (tCO ₂ e/t)	Gasolio (tCO ₂ e/t)	Benzina (tCO ₂ e/t)
Italia	360	480				
Portogallo	321	393	0,00205	2,937	3,132	3,002
Stati Uniti	421	421				
Fonte	TERNA, Confronti Internazionali, 2016	European Residual Mix 2017 per Italia e Portogallo; TERNA, Confronti Internazionali, 2016 per Stati Uniti	DEFRA 2018	DEFRA 2018	DEFRA 2018	DEFRA 2018

FATTORI DI CONVERSIONE IN GJ

POTERE CALORIFICO INFERIORE DEI COMBUSTIBILI	2018	2019
	PCI	PCI
Gas naturale (GJ/Smc)	0,036	0,036
GPL (GJ/t)	45,92	45,91
Gasolio (GJ/t)	42,79	42,72
Benzina (GJ/t)	43,92	43,86
Fonte	DEFRA 2018	DEFRA 2019

ACQUA E SCARICHI IDRICI

PRELIEVO IDRICO

FONTE DEL PRELIEVO (ML)	2018		2019	
	TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO	TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO
ITALIA				
Acque di superficie	-	-	-	-
Acque sotterranee	180	-	181	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	180	-	181	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Acqua prodotta	33	-	33	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	33	-	33	-
Risorse idriche di terze parti	11	-	16	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	11	-	16	-
di cui acque di superficie	-	-	-	-
di cui acque sotterranee	11	-	16	-
di cui acqua prodotta	-	-	-	-
Prelievo idrico totale	224	-	230	-
PORTOGALLO				
Acque di superficie	-	-	-	-
Acque sotterranee	162	-	160	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	162	-	160	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Acqua prodotta	20	-	18	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	20	-	18	-
Risorse idriche di terze parti	5	-	6	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
di cui acque di superficie	-	-	-	-
di cui acque sotterranee	5	-	6	-
di cui acqua prodotta	-	-	-	-
Prelievo idrico totale	187	-	184	-
STATI UNITI				
Acque di superficie	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
Risorse idriche di terze parti	37	-	37	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	37	-	37	-
di cui acque di superficie	37	-	37	-
di cui acque sotterranee	-	-	-	-
di cui acqua prodotta	-	-	-	-
Prelievo idrico totale	37	-	37	-
TOTALE GRUPPO				
Acque di superficie	-	-	-	-
Acque sotterranee	342	-	341	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	342	-	341	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Acqua prodotta	53	-	51	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	53	-	51	-
Risorse idriche di terze parti	53	-	58	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	53	-	58	-
di cui acque di superficie	37	-	37	-
di cui acque sotterranee	16	-	21	-
di cui acqua prodotta	-	-	-	-
Prelievo idrico totale	448	-	450	-

SCARICO IDRICO

LUOGO DI SCARICO (ML)	2018		2019	
	TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO	TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO
ITALIA				
Acque di superficie	-	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Risorse idriche di terze parti	10	-	14	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	10	-	14	-
di cui acque di superficie	-	-	-	-
di cui acque sotterranee	10	-	14	-
Scarico idrico totale	10	-	14	-
PORTOGALLO				
Acque di superficie	8	-	8	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	8	-	8	-
Acque sotterranee	33	-	23	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	33	-	23	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Risorse idriche di terze parti	5	-	6	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	5	-	6	-
di cui acque di superficie	-	-	-	-
di cui acque sotterranee	5	-	6	-
Scarico idrico totale	46	-	37	-
STATI UNITI				
Acque di superficie	-	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Risorse idriche di terze parti	13	-	18	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	13	-	18	-
di cui acque di superficie	13	-	18	-
di cui acque sotterranee	-	-	-	-
Scarico idrico totale	13	-	18	-
TOTALE GRUPPO				
Acque di superficie	8	-	8	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	8	-	8	-
Acque sotterranee	33	-	23	-
di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	33	-	23	-
Acqua di mare	-	-	-	-
Risorse idriche di terze parti	28	-	37	-
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	28	-	37	-
di cui acque di superficie	13	-	18	-
di cui acque sotterranee	15	-	19	-
Scarico idrico totale	69	-	68	-

RIFIUTI

RIFIUTI PER MODALITÀ DI TRATTAMENTO²⁵

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Recupero (t)	49.446	15.471	287	65.204	51.293	15.028	300	66.622
di cui pericolosi (t)	42	19	-	61	64	7,9	0	72
Smaltimento (t)	798	6	3.023	3.827	1.072	0,4	3.000	4.072
di cui pericolosi (t)	125	6	-	131	171	0,4	0	172
Totale rifiuti prodotti (t)	50.244	15.447	3.310	69.031	52.365	15.029	3.300	70.694
Percentuale di rifiuti pericolosi sul totale	0,33%	0,16%	0,00%	0,28%	0,45%	0,06%	0,00%	0,34%

PRODUZIONE

SUPERFICIE E PESO DELLE PIASTRELLE PRODOTTE

	2018				2019			
	IT	PT	US	TOTALE	IT	PT	US	TOTALE
Superficie piastrelle prodotte (m ²)	11.905.150	6.851.384	3.729.993	22.486.526	11.880.819	6.886.752	3.984.214	22.751.785
Tonnellate di piastrelle prodotte (t)	284.956	138.654	74.599	498.209	280.541	143.969	79.684	504.195

25. Si veda nota 15, a p. 112, del presente documento.

7.2

DATI SULLE RISORSE UMANE

Per il 2019 è stato deciso di procedere con la rendicontazione dei dati relativi agli infortuni utilizzando il nuovo Standard GRI 403, pubblicato dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2018 in sostituzione della versione finora utilizzata, risalente al 2016. A fini comparativi, i dati relativi al 2018 sono stati quindi riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente

DNF, escludendo gli infortuni verificatisi nel tragitto casa-lavoro non organizzati dal Gruppo, come previsto dal nuovo Standard 403. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2018, disponibile nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

CONSISTENZA DEL PERSONALE

CONSISTENZA DELLA FORZA LAVORO PER PAESE, GENERE E TIPOLOGIA CONTRATTUALE AL 31 DICEMBRE

	2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
ITALIA	601	309	910	589	300	889
Dipendenti	540	280	820	529	275	804
Somministrati	61	29	90	60	24	84
Apprendisti	-	-	-	-	-	-
Stagisti/tirocinanti	-	-	-	-	1	1
PORTOGALLO	401	139	540	418	139	557
Dipendenti	321	122	443	321	126	447
Somministrati	80	16	96	97	11	108
Apprendisti	-	-	-	-	-	-
Stagisti/tirocinanti	-	1	1	-	2	2
STATI UNITI	345	148	493	346	148	494
Dipendenti	333	145	478	340	146	486
Somministrati	12	3	15	6	2	8
Apprendisti	-	-	-	-	-	-
Stagisti/tirocinanti	-	-	-	-	-	-
INDIA				42	5	47
Dipendenti				40	4	44
Somministrati				2	1	3
Apprendisti				-	-	-
Stagisti/tirocinanti				-	-	-
TOTALE GRUPPO	1.347	596	1.943	1.395	592	1.987
Dipendenti	1.194	547	1.741	1.230	551	1.781
Somministrati	153	48	201	165	38	203
Apprendisti	-	-	-	-	-	-
Stagisti/tirocinanti	-	1	1	-	3	3

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

	2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
ITALIA	540	280	820	529	275	804
Indeterminato	524	275	799	524	273	797
Determinato	16	5	21	5	2	7
PORTOGALLO	321	122	443	321	126	447
Indeterminato	273	107	380	288	112	400
Determinato	48	15	63	33	14	47
STATI UNITI	333	145	478	340	146	486
Indeterminato	333	144	477	340	146	486
Determinato	-	1	1	-	-	-
INDIA				40	4	44
Indeterminato				40	4	44
Determinato				-	-	-
TOTALE GRUPPO	1.194	547	1.741	1.230	551	1.781
Indeterminato	1.130	526	1.656	1.192	535	1.727
Determinato	64	21	85	38	16	54

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

	2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
ITALIA	540	280	820	529	275	804
Full time	532	238	770	521	229	750
Part time	8	42	50	8	46	54
PORTOGALLO	321	122	443	321	126	447
Full time	321	122	443	321	126	447
Part time	-	-	-	-	-	-
STATI UNITI	333	145	478	340	146	486
Full time	331	145	476	339	145	484
Part time	2	-	2	1	1	2
INDIA				40	4	44
Full time				40	4	44
Part time				-	-	-
TOTALE GRUPPO	1.194	547	1.741	1.230	551	1.781
Full time	1.184	505	1.689	1.221	504	1.725
Part time	10	42	52	9	47	56

CONSISTENZA DEL PERSONALE PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE AL 31 DICEMBRE

	2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
ITALIA	540	280	820	529	275	804
Senior manager	37	-	37	34	-	34
Impiegati	174	108	282	170	106	276
Operai	329	172	501	325	169	494
PORTOGALLO	321	122	443	321	126	447
Senior manager	11	3	14	11	3	14
Impiegati	40	53	93	45	57	102
Operai	270	66	336	265	66	331
STATI UNITI	333	145	478	340	146	486
Senior manager	19	7	26	17	7	24
Impiegati	107	108	215	106	108	214
Operai	207	30	237	217	31	248
INDIA				40	4	44
Senior manager				3	-	3
Impiegati				26	4	30
Operai				11	-	11
TOTALE GRUPPO	1.194	547	1.741	1.230	551	1.781
Senior manager	67	10	77	65	10	75
Impiegati	321	269	590	347	275	622
Operai	806	268	1.074	818	266	1.084

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

	2018				2019			
	<30	30-50	>50	TOTALE	<30	30-50	>50	TOTALE
ITALIA	31	488	301	820	37	445	322	804
Senior manager	-	18	19	37	-	17	17	34
Impiegati	11	197	74	282	14	183	79	276
Operai	20	273	208	501	23	245	226	494
PORTOGALLO	44	273	126	443	44	252	151	447
Senior manager	-	11	3	14	-	10	4	14
Impiegati	11	66	16	93	11	67	24	102
Operai	33	196	107	336	33	175	123	331
STATI UNITI	72	252	154	478	80	250	156	486
Senior manager	-	14	12	26	-	15	9	24
Impiegati	24	117	74	215	26	108	80	214
Operai	48	121	68	237	54	127	67	248
INDIA					5	36	3	44
Senior manager					-	1	2	3
Impiegati					3	26	1	30
Operai					2	9	-	11
TOTALE GRUPPO	147	1.013	581	1.741	166	983	632	1.781
Senior manager	-	43	34	77	-	43	32	75
Impiegati	46	380	164	590	54	384	184	622
Operai	101	590	383	1.074	112	556	416	1.084

CONSISTENZA DEL PERSONALE APPARTENENTE A CATEGORIE PROTETTE PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31 DICEMBRE²⁶

	2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
ITALIA	21	11	32	25	14	39
Senior manager	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	2	3	2	2	4
Operai	22	10	32	23	12	35
PORTOGALLO	-	-	-	-	-	-
Senior manager	-	-	-	-	-	-
Impiegati	-	-	-	-	-	-
Operai	-	-	-	-	-	-
STATI UNITI	3	-	3	2	1	3
Senior manager	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	-	1	1	1	2
Operai	2	-	2	1	-	1
INDIA	-	-	-	-	-	-
Senior manager	-	-	-	-	-	-
Impiegati	-	-	-	-	-	-
Operai	-	-	-	-	-	-
TOTALE GRUPPO	26	12	38	27	15	42
Senior manager	-	-	-	-	-	-
Impiegati	2	2	4	3	3	6
Operai	24	10	34	24	12	36

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31 DICEMBRE 2019, PER GENERE E FASCIA D'ETÀ

	GENERE	<30	30-50	>50
Emilio Mussini	M			●
Andrea Mussini	M			●
Silvia Mussini	F			●
Giuliano Mussini	M			●
Paolo Mussini	M			●
Giuliano Pini	M			●
Sonia Bonfiglioli	F			●
Daniele Prodi	M			●
Tiziana Ferrari	F		●	
Francesca Bazoli	F			●
Uomini - 60%				
Donne - 40%				
30-50 anni - 10%				
>50 anni - 90%				

26. La definizione di "categoria protetta" è quella prevista dalle legislazioni locali di ogni singolo Paese. Per il computo delle categorie protette statunitensi sono stati considerati solo i dipendenti in stato di "disability", in modo da uniformare maggiormente il dato rispetto alle legislazioni nazionali nei Paesi in cui sono presenti le altre Business Unit del Gruppo.

PERSONALE IN ENTRATA PER GENERE E FASCE D'ETÀ²⁷

	2018				2019			
	UOMINI	DONNE	TOTALE	TURNOVER IN ENTRATA (%)	UOMINI	DONNE	TOTALE	TURNOVER IN ENTRATA (%)
ITALIA	42	9	51		19	7	26	
Età <30 anni	14	3	17	54,8%	8	2	10	27,0%
Età 30-50 anni	28	5	33	6,8%	10	4	14	3,1%
Età >50 anni	-	1	1	0,3%	1	1	2	0,6%
Turnover in entrata (%)	7,8%	3,2%	6,2%		3,6%	2,5%	3,2%	
PORTOGALLO	38	12	50		22	10	32	
Età <30 anni	14	6	20	45,5%	12	1	13	29,5%
Età 30-50 anni	21	6	27	9,9%	10	9	19	7,5%
Età >50 anni	3	-	3	2,4%	-	-	-	0,0%
Turnover in entrata (%)	11,8%	9,8%	11,3%		6,9%	7,9%	7,2%	
STATI UNITI	113	43	156		148	60	208	
Età <30 anni	40	17	57	79,2%	56	21	77	96,3%
Età 30-50 anni	56	21	77	30,6%	78	33	111	44,4%
Età >50 anni	17	5	22	14,3%	14	6	20	12,8%
Turnover in entrata (%)	33,9%	29,7%	32,6%		43,5%	41,1%	42,8%	
INDIA					22	2	24	
Età <30 anni					3	-	3	60,0%
Età 30-50 anni					16	2	18	50,0%
Età >50 anni					3	-	3	100,0%
Turnover in entrata (%)					55,0%	50,0%	54,5%	
TOTALE GRUPPO	193	64	257		211	79	290	
Età <30 anni	68	26	94	63,9%	79	24	103	62,0%
Età 30-50 anni	105	32	137	13,5%	114	48	162	16,5%
Età >50 anni	20	6	26	4,5%	18	7	25	4,0%
Turnover in entrata (%)²⁸	16,2%	11,7%	14,8%		17,2%	14,3%	16,3%	

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

28. 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 USCITA PER GENERE E FASCE D'ETÀ²⁹

	2018			2019			TURNOVER IN USCITA (%)		TURNOVER IN USCITA (%)
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE			
ITALIA	17	8	25	30	12	42			
Età <30 anni	1	2	3	2	1	3	9,7%	8,1%	
Età 30-50 anni	6	3	9	14	4	18	1,8%	4,0%	
Età >50 anni	10	3	13	14	7	21	4,3%	6,5%	
Turnover in uscita (%)	3,1%	2,9%	3,0%	5,7%	4,4%	5,2%			
PORTOGALLO	23	9	32	22	6	28			
Età <30 anni	5	3	8	6	1	7	18,2%	15,9%	
Età 30-50 anni	13	5	18	11	4	15	6,6%	6,0%	
Età >50 anni	5	1	6	5	1	6	4,8%	4,0%	
Turnover in uscita (%)	7,2%	7,4%	7,2%	6,9%	4,8%	6,3%			
STATI UNITI	132	56	188	142	58	200			
Età <30 anni	35	12	47	39	17	56	65,3%	70,0%	
Età 30-50 anni	79	28	107	77	34	111	42,5%	44,4%	
Età >50 anni	18	16	34	26	7	33	22,1%	21,2%	
Turnover in uscita (%)	39,6%	38,6%	39,3%	41,8%	39,7%	41,2%	41,2%		
INDIA				27	1	28			
Età <30 anni				1	1	2		40,0%	
Età 30-50 anni				23	-	23		63,9%	
Età >50 anni				3	-	3		100,0%	
Turnover in uscita (%)				67,5%	25,0%	63,6%			
TOTALE GRUPPO	172	73	245	221	77	298			
Età <30 anni	41	17	58	48	20	68	39,5%	41,0%	
Età 30-50 anni	98	36	134	125	42	167	13,2%	17,0%	
Età >50 anni	33	20	53	48	15	63	9,1%	10,0%	
Turnover in uscita (%)³⁰	14,4%	13,3%	14,1%	18,0%	14,0%	16,7%			

CONGEDO PARENTALE
CONGEDO PARENTALE ANNO 2018

	IT			PT			US			IN		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	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%			
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 2017	-	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%			

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

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

CONGEDO PARENTALE ANNO 2019

	IT			PT			US			IN		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2019	-	3	3	7	3	10	-	3	3	-	-	-
di cui status al 31.12.2019												
ancora in congedo	-	-	-	3	2	5	-	-	-	-	-	-
rientrati e ancora impiegati	-	3	3	4	1	5	-	2	2	-	-	-
di cui dimessi	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-
Tasso di rientro al lavoro al 31.12.2019	-	100%	100%	100%	100%	100%	-	67%	67%	-	-	-
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%	-	-	-
Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2018	-	6	6	5	2	7	-	3	3	-	-	-
di cui status al 31.12.2019												
ancora in congedo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
rientrati e ancora impiegati	-	6	6	5	2	7	-	1	1	-	-	-
di cui dimessi	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-
Tasso di retention al 31.12.2019	-	100%	100%	100%	100%	100%	-	33%	33%	-	-	-

FORMAZIONE PROFESSIONALE
NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE

	2018						2019					
	UOMINI		DONNE		TOTALE		UOMINI		DONNE		TOTALE	
	Ore	Media	Ore	Media	Ore	Media	Ore	Media	Ore	Media	Ore	Media
ITALIA												
Senior manager	153	4	-	-	153	4	237	7	-	-	237	7
Impiegati	432	2	110	1	542	2	626	4	435	4	1.061	4
Operai	1.184	4	526	3	1.710	3	1.366	4	416	2	1.782	4
Totale	1.769	3	636	2	2.404	3	2.229	4	851	3	3.080	4
PORTOGALLO												
Senior manager	141	13	206	69	347	25	273	25	316	105	588	42
Impiegati	604	15	2.725	51	3.329	36	710	16	3.339	59	4.049	40
Operai	1.430	5	379	6	1.808	5	1.725	7	210	3	1.935	6
Totale	2.174	7	3.309	27	5.483	12	2.707	8	3.865	31	6.572	15
STATI UNITI												
Senior manager	18	1	5	1	23	1	32	2	12	2	44	2
Impiegati	249	2	161	1	410	2	534	5	494	5	1.028	5
Operai	1.205	6	211	7	1.416	6	5.200	24	1.345	43	6.545	26
Totale	1.471	4	377	3	1.848	4	5.766	17	1.851	13	7.617	16
INDIA												
Senior manager	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	2	0,1	-	-	2	0,07	-	-	-	-	-	-
Operai	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	2	0,1	-	-	2	0,05	-	-	-	-	-	-
TOTALE GRUPPO												
Senior manager	311	5	211	21	522	7	542	8	328	33	869	12
Impiegati	1.284	4	2.996	11	4.280	7	1.872	5	4.283	16	6.155	10
Operai	3.819	5	1.115	4	4.934	5	8.291	10	1.986	7	10.277	9
Totale	5.414	5	4.321	8	9.735	6	10.704	9	6.597	12	17.301	10

SALUTE E SICUREZZA

INFORTUNI SUL LAVORO E TIPOLOGIA - DIPENDENTI

	2018				2019					
	IT	PT	US	IN	GRUPPO	IT	PT	US	IN	GRUPPO
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi ³¹ (escludendo i decessi)	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	47	34	25	-	106	36	25	28	-	89
Ore lavorate	1.280.687	802.613	970.106	-	3.053.406	1.265.520	838.526	956.024	97.245	3.157.315
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro ³²	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro ³¹ (escludendo i decessi)	-	-	-	-	-	-	1,2	-	-	0,3
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili ³³	36,7	42,4	25,8	-	34,7	28,4	29,8	29,3	-	28,2
Lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni	25	7	7	-	39	13	9	10	-	32
Distorsioni, lussazioni, fratture e stiramenti	22	27	18	-	67	23	15	18	-	56
Amputazioni	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
TOTALE	47	34	25	-	106	36	25	28	-	89

INFORTUNI SUL LAVORO E TIPOLOGIA - COLLABORATORI ESTERNI³⁴

	2018				2019					
	IT	PT	US	IN	GRUPPO	IT	PT	US	IN	GRUPPO
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi ³¹ (escludendo i decessi)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	13	13	-	-	26	2	19	-	-	21
Ore lavorate	135.628	185.500	21.263	-	342.392	134.558	180.596	25.511	-	340.665
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro ³²	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro ³¹ (escludendo i decessi)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili ³³	95,9	70,1	-	-	75,9	14,9	105,2	-	-	61,6
Lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni	6	3	-	-	9	1	11	-	-	12
Distorsioni, lussazioni, fratture e stiramenti	7	10	-	-	17	1	8	-	-	9
Amputazioni	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALE	13	13	-	-	26	2	19	-	-	21

31. Con "infortunio sul lavoro grave" si fa riferimento a un infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno tale per cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

32. Il tasso è calcolato come segue: numero decessi dovuti a infortuni sul lavoro/ore lavorate*1.000.000.

33. Il tasso è calcolato come segue: numero infortuni sul lavoro registrabili/ore lavorate*1.000.000.

34. I dati relativi alla Salute e Sicurezza dei collaboratori esterni includono la sola categoria dei somministrati e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti del Gruppo Panariagroup e/o sotto il controllo del Gruppo Panariagroup, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui il Gruppo Panariagroup non esercita un controllo diretto.

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE

MANAGEMENT ASSUNTO LOCALMENTE³⁵

	2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
ITALIA						
Senior manager	37	-	37	34	-	34
di cui assunti localmente	37	-	37	34	-	34
% management assunto localmente	100%	-	100%	100%	-	100%
PORTOGALLO						
Senior manager	11	3	14	11	3	14
di cui assunti localmente	11	3	14	11	3	14
% management assunto localmente	100%	100%	100%	100%	100%	100%
STATI UNITI						
Senior manager	19	7	26	17	7	24
di cui assunti localmente	14	6	20	13	6	19
% management assunto localmente	74%	86%	77%	76%	86%	79%
INDIA						
Senior manager	-	-	-	3	-	3
di cui assunti localmente	-	-	-	3	-	3
% management assunto localmente	-	-	-	100%	-	100%
TOTALE GRUPPO						
Senior manager	67	10	77	65	10	75
di cui assunti localmente	62	9	71	61	9	70
% management assunto localmente	93%	90%	92%	94%	90%	93%

CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA AL 31 DICEMBRE³⁶

	2018				2019					
	IT	PT	US	IN	GRUPPO	IT	PT	US	IN	GRUPPO
Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	820	438	-	-	1.258	804	447	-	-	1.251
Percentuale	100%	99%	0%	-	72%	100%	99%	0%	0%	70%

35. Nella definizione di "management assunto localmente", come "locale" è stato considerato il management avente cittadinanza nel territorio nazionale dove è sita ciascuna Business Unit del Gruppo.

36. Negli Stati Uniti e in India non sono in vigore accordi di contrattazione collettiva.

SALARIO STANDARD IN ENTRATA

RAPPORTI TRA IL SALARIO STANDARD DI UN NEOASSUNTO PER GENERE E IL SALARIO MINIMO LOCALE

	2018							
	IT		PT		US ³⁷		IN	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Rapporto tra il livello standard di entrata e il salario minimo locale, per genere	1,0	1,0	1,0	1,0	1,6	1,6		

	2019							
	IT		PT		US		IN	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Rapporto tra il livello standard di entrata e il salario minimo locale, per genere	1,0	1,0	1,0	1,0	1,8	1,8	1,2	1,2

7.3 DATI SULLA CATENA DI FORNITURA

Per il 2019, il perimetro dei dati relativi alla catena di fornitura fa riferimento alle società del Gruppo che gestiscono siti produttivi. Sono invece escluse le società con sole sedi commerciali e Montanari Ceramiche S.r.l.,

punto vendita al dettaglio di materiale ceramico, in quanto considerate non rilevanti al fine di assicurare la comprensione dell'attività d'impresa del Gruppo e dell'impatto dallo stesso prodotto.

FORNITORI LOCALI

SPESA PER FORNITORI LOCALI (IN MILIONI DI EURO)

	2018				2019			
	IT	PT	US	GRUPPO	IT	PT	US	GRUPPO
Spesa fornitori locali ³⁸	127	48	65	240	131	51	63	245
Totale acquisti	132	56	76	264	143	57	70	270
% spesa fornitori locali su totale acquisti	96%	86%	86%	91%	91%	91%	90%	91%

MATERIALI UTILIZZATI

MATERIALI UTILIZZATI PER PESO (t)

	2018				2019			
	IT	PT	US	GRUPPO	IT	PT	US	GRUPPO
Argille	137.088	90.313	31.088	258.489	131.441	99.515	39.780	270.736
Feldspati	129.740	69.262	38.351	237.353	124.351	72.120	46.487	242.958
Sabbia	58.677	9.066	8.209	75.952	58.579	10.990	9.321	78.891
Smalti e coloranti	9.601	5.463	1.513	16.578	10.105	5.584	1.654	17.342
Atomizzati	-	-	-	-	-	-	-	-
Zirconio/sbiancanti	914	333	177	1.424	1.422	452	175	2.048
Additivi	2.525	1.062	576	4.164	2.465	1.124	624	4.213
Cotto macinato	17.766	1.279	-	19.045	18.447	2.596	-	21.043
Imballaggi	12.392	896	3.533	16.821	12.727	1.186	3.718	17.631
Altro	2.954	8.890	4.093	15.937	3.784	9.462	1.562	14.808
TOTALE	371.657	186.565	87.541	645.763	363.321	203.028	103.321	669.670

37. Si segnala che, per un miglioramento del sistema di rendicontazione della Business Unit americana, i dati 2018 relativi al rapporto tra il livello standard di entrata e il salario minimo locale sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2018, disponibile nella sezione Sostenibilità del sito www.panariagroup.it.

38. Nella definizione di "spesa per fornitori locali", come "fornitori locali" sono stati considerati quei fornitori aventi la sede legale nel territorio nazionale in cui opera ogni singola Business Unit. Il valore monetario per fornitore locale è calcolato al netto delle intercompany e dell'IVA per tutti i Paesi di riferimento.

INDICE DEI CONTENUTI
GRI

8

8.0

INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE
GRI 102: GENERAL STANDARD DISCLOSURE (2016)			
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE			
102-1	Nome dell'organizzazione	46	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	46-49; 78-79	
102-3	Luogo della sede principale	46	
102-4	Aree geografiche di operatività	46-49	
102-5	Assetto proprietario e forma giuridica	52-54	
102-6	Mercati serviti	46-49	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	42-43 Il market cap di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. al 30.12.2019 è pari a 69,76 milioni di euro	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	147-148	
102-9	Catena di fornitura	133-135	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	16-17	
102-11	Principio di precauzione	55-59	
102-12	Iniziativa esterne	30-31	
102-13	Adesione ad associazioni	132	
STRATEGIA			
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	6	
ETICA E INTEGRITÀ			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	60-61	
GOVERNANCE			
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	53	
102-19	Autorità delegata per le tematiche economiche, ambientali e sociali	53-54	
102-22	Composizione del più alto Organo di governo e dei suoi comitati	52-54	
102-23	Presidente del più alto Organo di governo	52	
102-26	Ruolo del più alto Organo di governo nella definizione di finalità, valori e strategie	52-53	
102-30	Efficacia dei processi di gestione del rischio	55-59	

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE
102-32	Ruolo del più alto Organo di governo nel processo di reporting di sostenibilità	52	
102-35	Politiche retributive		Si veda sezione 1 della "Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti": Politica in materia di remunerazione
102-36	Processo per determinare la retribuzione		Si veda sezione 1 della "Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti": Politica in materia di remunerazione
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER			
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	21	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	121; 157	
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	20-22	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	22-23	
102-44	Tematiche materiali e rilevanti emerse dal coinvolgimento	24-26	
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE			
102-45	Società incluse nel Bilancio consolidato	16	
102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro delle tematiche materiali	16-17; 24-27	
102-47	Elenco delle tematiche materiali	26-27	
102-48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	16-17	
102-49	Cambiamenti significativi nel report	16-17	
102-50	Periodo di rendicontazione	16	
102-51	Data del report più recente	29 marzo 2019	
102-52	Periodicità di rendicontazione	Annuale	
102-53	Contatti per chiedere informazioni riguardanti il report	17	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	16	
102-55	Indice dei contenuti GRI	162-167	
102-56	Assurance esterna	170-172	
TOPIC-SPECIFIC STANDARDS			
TEMATICA MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	34; 38; 62-71; 121	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	62-71; 121	

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE (2016)			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	66-67	
GRI 202: PRESENZA SUL MERCATO (2016)			
202-1	Rapporti tra il salario standard di un neoassunto per genere e il salario minimo locale	158	
202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	157	
TEMATICA MATERIALE: INTEGRITÀ E CONFORMITÀ			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	37; 58; 60-61	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	58; 60-61	
GRI 205: ANTICORRUZIONE (2016)			
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	61	
GRI 206: COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE (2016)			
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	61	
GRI 307: COMPLIANCE AMBIENTALE (2016)			
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	61	
GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA (2016)			
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	61	
TEMATICA MATERIALE: GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	36; 39; 102-103; 133-136	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	102-103; 133-136	
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO (2016)			
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	159	
GRI 301: MATERIALI (2016)			
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	159	
GRI 308: VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DI CRITERI AMBIENTALI (2016)			
308-1	Percentuale di nuovi fornitori valutati sulla base di criteri ambientali	133	
GRI 414: VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DI CRITERI SOCIALI (2016)			
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	133	

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE
TEMATICA MATERIALE: GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE E DELLE EMISSIONI			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	35; 39; 106-109	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	106-109	
GRI 302: ENERGIA (2016)			
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	106-108; 140-141	
302-3	Intensità energetica	12-13; 106; 140	
GRI 305: EMISSIONI (2016)			
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	109; 142	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	109; 142	
305-4	Intensità emissiva	12-13; 106; 142	
305-7	Ossidi di azoto (NO _x), ossidi di zolfo (SO _x) e altre emissioni significative	142	
TEMATICA MATERIALE: GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	110-111	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	110-111	
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI (2018)			
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	110-111	
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	110-111	
303-3	Prelievo idrico	144	
303-4	Scarico idrico	145	
TEMATICA MATERIALE: GESTIONE DEI RIFIUTI E DEGLI SCARICHI IDRICI			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	112-113	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	112-113	
GRI 306: SCARICHI IDRICI E RIFIUTI (2016)			
306-2	Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento	146	
TEMATICA MATERIALE: BENESSERE E RESPONSABILITÀ VERSO I DIPENDENTI			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	36; 39; 116-123	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	116-123	

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE
GRI 401: OCCUPAZIONE (2016)			
401-1	Nuove assunzioni e turnover	151-152	
401-3	Congedo parentale	153-154	
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2016)			
405-1	Diversità negli Organi di governo e tra i dipendenti	149-150	
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE (2016)			
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	120	
TEMATICA MATERIALE: SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	127-131	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	127-131	
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (2018)			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	127	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	127-129	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	127-128	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	127	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	128-129	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	128-131	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	127	
403-9	Infortuni sul lavoro	156	
TEMATICA MATERIALE: FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	124-126	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	124-126	
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE (2016)			
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	126; 155	
TEMATICA MATERIALE: QUALITÀ E DESIGN DEL PRODOTTO			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	35; 76-77	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	35; 76-77	

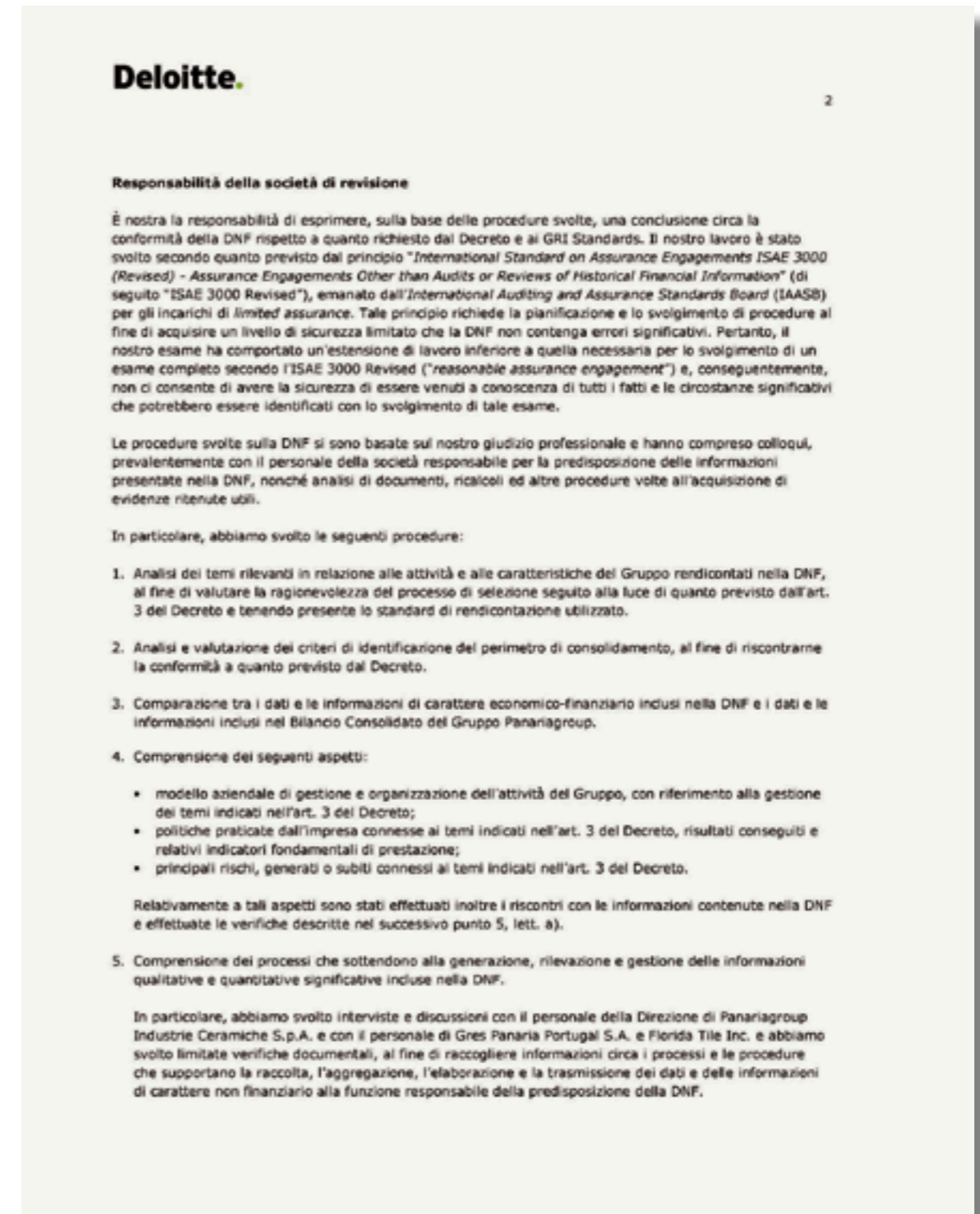
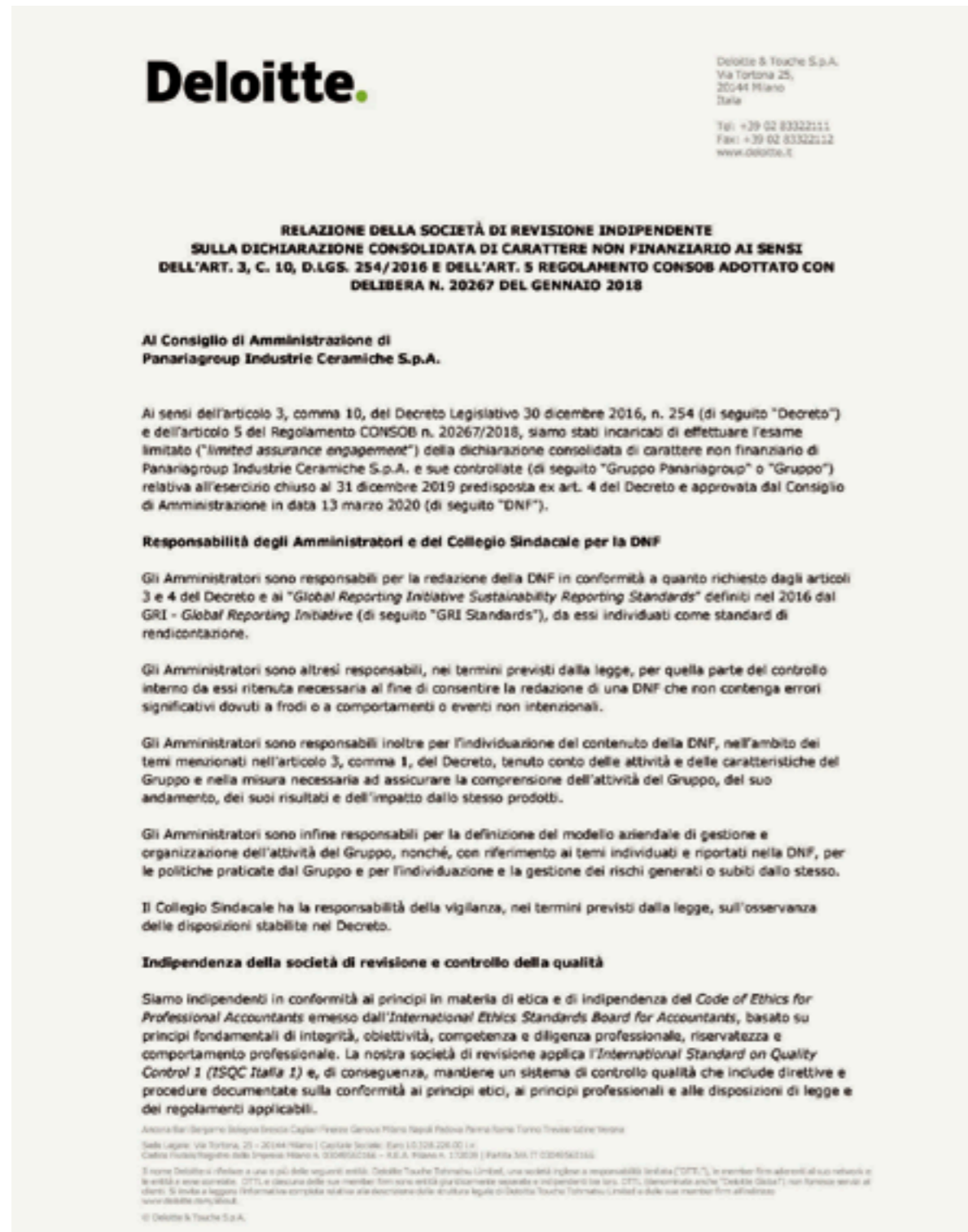
GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI (2016)			
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	61	
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA (2016)			
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	61	
TEMATICA MATERIALE: TUTELA DEI BRAND E DELLA REPUTAZIONE			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	50-51; 60-61	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	50-51; 60-61	
TEMATICA MATERIALE: SODDISFAZIONE DEL CLIENTE			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	39; 86-87	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	39; 86-87	
TEMATICA MATERIALE: INNOVAZIONE SOSTENIBILE			
GRI 103: GESTIONE DELLA TEMATICA (2016)			
103-1	Spiegazione della tematica materiale e del relativo perimetro	26-28	
103-2	Modalità di gestione e sue componenti	34; 38; 72-73; 80-85	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	34; 38; 72-73; 80-85	



RELAZIONE
DELLA SOCIETÀ
DI REVISIONE
INDIPENDENTE

9

9.0 RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE



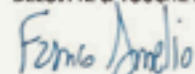
Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- 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 e sito produttivo di Fiorano Modenese per Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A., sede e sito produttivo di Aveiro per Gres Panaria Portugal S.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 2019 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, 31 marzo 2020



La nostra
responsabilità

LA RISPOSTA DI
PANARIAGROUP
**ALLA GESTIONE
DELL'EMERGENZA
COVID-19**

LA NOSTRA RESPONSABILITÀ

Nel percorso di crescita sostenibile intrapreso da Panariagroup, gli stakeholder ricoprono un ruolo fondamentale. Con la redazione del presente documento, **Panariagroup intende rinnovare il proprio impegno nel promuovere una comunicazione responsabile e trasparente nei confronti dei suoi portatori di interesse**, condividendo le azioni implementate dal Gruppo per rispondere all'emergenza sanitaria dovuta alla diffusione nel mondo del SARS-CoV-2, nonché gli impatti generati e le prospettive per il futuro.

EXECUTIVE SUMMARY

- **Panariagroup ha gestito il contesto di emergenza sanitaria mettendo al centro le sue persone, la loro salute e sicurezza e quella delle loro famiglie.** Il Gruppo si è adoperato, fin da subito, per la creazione di comitati ad hoc e la stesura di protocolli di sicurezza che prevedessero garanzie più rigide rispetto a quanto previsto dagli accordi con le istituzioni e le parti sociali, sia nella fase iniziale di lockdown che in quella successiva.
- La necessità di **garantire la continuità del business** ha rappresentato una sfida che il Gruppo ha saputo affrontare con impegno e determinazione, tramite **una comunicazione, sia interna che esterna, trasparente e costante, l'estensione delle modalità di smart working e la piena disponibilità nel fornire ai propri dipendenti tutti gli strumenti e i dispositivi necessari per la continuità operativa**, condizioni queste che hanno permesso al proprio personale di svolgere il lavoro nella maniera più agevole possibile.
- **Panariagroup è andata oltre a quanto richiesto dal contesto di riferimento** e, in linea con i principi e valori adottati, ha dimostrato **una continua vicinanza nei confronti delle proprie persone**. È con questo animo infatti che il Gruppo ha messo in campo iniziative straordinarie, come la creazione di un Fondo di Solidarietà a favore dei dipendenti maggiormente colpiti dalle misure di cassa integrazione, l'organizzazione di una raccolta di beni di prima necessità e il supporto al personale con particolari necessità familiari.
- Con la volontà di agire e di volgere lo sguardo al domani, **il Gruppo ha risposto al contesto emergenziale con un atteggiamento proattivo e coraggioso**, concentrandosi sulla sicurezza, sulla solidarietà e sulla riorganizzazione tempestiva delle attività in un'ottica di business continuity.

1.0 IL NOSTRO GRUPPO E LO SCENARIO INTERNAZIONALE DELLA CRISI

Le difficoltà indotte dalla diffusione nel mondo del SARS-CoV-2 rappresentano con ogni probabilità **la peggiore crisi, economica e sociale, verificatasi a livello globale dopo la Seconda guerra mondiale.** Le restrizioni adottate dai governi alla circolazione delle persone, dei beni e dei prodotti, e le misure di contenimento come la chiusura delle fabbriche produttive non essenziali, hanno avuto e stanno avendo tuttora un forte impatto sulla comunità, sugli individui e sul sistema economico in generale.

Panariagroup è una realtà multinazionale, che ha le proprie radici in Italia ma già dagli inizi degli anni 2000 ha iniziato una espansione territoriale anche

verso l'estero. Un processo di internazionalizzazione avviato con lungimiranza e che ha dapprima visto l'azienda operare alcune acquisizioni strategiche in Portogallo, per poi conquistare un solido presidio diretto negli USA su un mercato decisivo come quello nordamericano. Oggi la realtà di Panariagroup è costituita da 6 stabilimenti (3 in Italia, 2 in Portogallo e 1 negli USA), oltre ad avere il controllo di una azienda in India per la copertura del mercato locale. L'azienda produce ogni anno circa 23 milioni di mq di piastrelle in ceramica, che distribuisce ad oltre 10.000 clienti in più di 130 paesi nel mondo.

In Panariagroup operano complessivamente quasi 1.800 dipendenti.

Panariagroup, dunque, è particolarmente attenta alle dinamiche internazionali e ha da sempre fondato il proprio successo economico sul garantire la prosperità economica dei territori in cui opera, non solo in Italia ma anche all'estero, nel distretto di Aveiro in Portogallo e a Lawrenceburg in Kentucky, tramite il mantenimento dei livelli occupazionali, la promozione dei rapporti con le comunità locali e la creazione di valore condiviso.

L'emergenza COVID-19 ha rappresentato un contesto del tutto nuovo e inatteso, che ha posto le aziende dinanzi a importanti scelte di natura strategica: Panariagroup si è fin da subito adoperata per fornire **una risposta tempestiva e tangibile al contesto emergenziale, rafforzando il proprio modello di resilienza** per proteggere il progetto imprenditoriale e la sicurezza dei dipendenti, in una logica votata al benessere delle persone, alla qualità e all'eccellenza.



Italia, Portogallo e USA

i paesi in cui sono situati gli stabilimenti produttivi del Gruppo



Oltre 1000 dipendenti

del Gruppo sono stati coinvolti dalle misure di contenimento del virus adottate negli stabilimenti e nell'area logistica



Oltre 200 dipendenti

del Gruppo hanno convertito la propria operatività durante l'emergenza sanitaria grazie allo smart working

2.0 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO DELL'EMERGENZA SANITARIA

A inizio luglio 2020, l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha segnalato più di 11 milioni di casi di COVID-19 a livello globale, con scenari diversificati a seconda delle aree geografiche di riferimento.

L'Italia è stato il primo paese occidentale a dover fronteggiare l'epidemia da Coronavirus e rimane ad oggi uno dei Paesi più colpiti al mondo.

L'emergenza sanitaria e le misure volte al suo contenimento, in particolare l'introduzione del lockdown previsto dal Dpcm del 9 marzo e la chiusura di tutte le attività produttive non essenziali prevista dal Dpcm dell'11 marzo, hanno inevitabilmente avuto un impatto negativo sulla società e sul sistema economico, che si stima potrebbe subire una contrazione del PIL pari al 12,8%, nel 2020¹.



Più di 11 milioni
Di casi COVID-19 al mondo a inizio luglio 2020



USA
Il Paese più colpito al mondo a fine giugno 2020, sia per numero di casi sia di decessi da COVID-19



-12,8%
Stima della contrazione del PIL reale in Italia nel 2020



Oltre 30 mila
Il saldo negativo delle imprese italiane attive, nel primo trimestre 2020²



-8,0%
Stima della contrazione del PIL reale in Portogallo nel 2020



Quasi il 70% delle imprese portoghesi ha segnalato di aver riscontrato un impatto negativo sul fatturato a causa del COVID-19⁴



-8,0%
Stima della contrazione del PIL reale negli USA nel 2020



Il 43% degli statunitensi ha dichiarato di aver subito un impatto significativo sul proprio reddito personale⁵

Gli altri paesi hanno monitorato costantemente l'evolversi della situazione, potendo contare su un certo vantaggio temporale e disponendo dei primi risultati in merito all'efficacia delle misure messe in atto dal governo italiano. In particolare, in Portogallo, il governo ha disposto il lockdown sin dai primi casi da coronavirus ed è riuscito ad arginare l'emergenza con danni relativamente minori rispetto ad altri paesi. Nonostante una gestione efficiente dello scenario emergenziale, si stima che il

PIL del Portogallo potrebbe subire una contrazione dell'8%, nel 2020³.

Infine gli USA, anche a causa di un iniziale scetticismo rispetto ai potenziali pericoli della diffusione del virus, detengono attualmente il numero più elevato al mondo di contagi e decessi da coronavirus. Anche nel territorio americano, la diffusione del COVID-19 si stima che causerà una contrazione del PIL pari all'8% nel 2020¹.

Date di inizio lockdown



1. IMF, World Economic Outlook Update, June 2020, giugno 2020.
2. Unioncamere - InfoCamere, Natalità e mortalità delle imprese italiane registrate presso le Camere di Commercio - I trimestre 2020, aprile 2020.
3. IMF, World Economic Outlook, April 2020, aprile 2020.
4. Instituto Nacional de Estatística - Banco de Portugal, Inquérito Rápido e Excepcional às Empresas - COVID-19, 1.ª quinzena de junho, giugno 2020.
5. McKinsey, survey globale sull'impatto del COVID-19 sul reddito personale, maggio 2020.
6. Gli Stati federati degli USA hanno preso misure diversificate in relazione al contesto specifico di ciascuna area. La data sopra riportata fa riferimento al primo lockdown sul territorio statunitense (Stato della California).

3.0 LA GESTIONE DELL'EMERGENZA

Alla luce di un contesto emergenziale inizialmente incerto e fortemente mutabile, **il Gruppo si è sin da subito adoperato per attivare un modello efficace e tempestivo, in grado di dare una risposta concreta e possibilmente anticipatoria alla diffusione del COVID-19.**

LA RISPOSTA DI PANARIAGROUP

Creazione di comitati ad hoc e stesura di protocolli aziendali per la gestione della crisi.

I protocolli e le linee guida del Gruppo sono stati redatti sulla base di quelli condivisi da ciascun governo per il contrasto e il contenimento della diffusione del COVID-19 negli ambienti di lavoro.

Nella redazione di tali direttive il Gruppo ha applicato ulteriori misure di precauzione, al fine di tutelare ulteriormente la salute e la sicurezza del proprio personale e dei partner commerciali di Panariagroup. I protocolli contengono, tra le altre cose, chiare disposizioni in merito a:

-  Gestione degli ingressi in azienda e delle procedure di accesso dei fornitori
-  Pulizia giornaliera e sanificazione periodica dei locali
-  Precauzioni igieniche personali
-  Utilizzo dei Dispositivi di Protezione Individuale
-  Gestione degli spazi comuni
-  Gestione dell'organizzazione aziendale (smart working e orario flessibile)
-  Gestione degli spostamenti, riunioni ed eventi interni
-  Gestione dell'ospite
-  Sorveglianza sanitaria del medico competente
-  Gestione della persona sintomatica in azienda

Il modello di Panariagroup si è basato sulla creazione di comitati specifici incaricati di monitorare e gestire la crisi, e la stesura di protocolli aziendali recanti le misure per il contrasto e il contenimento del virus.

3.1 IL MOMENTO DEL LOCKDOWN

In ottemperanza alle disposizioni di lockdown previste dai governi, il Gruppo ha dovuto arrestare la propria attività produttiva, dapprima a fine marzo nei 3 stabilimenti italiani, e successivamente nella prima metà di aprile nei 2 stabilimenti portoghesi. L'attività produttiva è invece proseguita regolarmente nello stabilimento di Lawrenceburg, in Kentucky, un territorio che ha subito un impatto relativamente contenuto se confrontato con lo scenario complessivo degli USA; lo stato del Kentucky, infatti, a metà giugno ha fatto registrare circa 12 mila casi di COVID-19, a fronte di un dato totale statunitense che nello stesso periodo ha

superato i 2 milioni di casi. Il proseguimento dell'attività produttiva in America è stata inoltre resa possibile dall'inclusione dell'azienda, da parte del governatore del Kentucky, all'interno della lista degli operatori ritenuti essenziali per il sistema economico.

La decisione di sospendere la produzione negli stabilimenti europei ha fatto seguito, oltre che al rispetto delle disposizioni governative, ad una serie di rigorose disposizioni già attuate dall'azienda per la tutela della salute e della sicurezza dei propri dipendenti negli ambienti di lavoro, un tema a cui il Gruppo ha sempre dedicato una particolare attenzione. Un grande sacrificio, una risposta in termini di flessibilità, prendendo atto realisticamente anche di una situazione economica esterna che andava momentaneamente rallentando.

Contestualmente alla sospensione dell'attività produttiva e alla conseguente attivazione della cassa integrazione per molti degli impiegati e operai, **Panariagroup si è impegnata a garantire la**



Uno dei totem informativi distribuiti nelle sedi italiane del Gruppo

-  **Safety First**
L'impegno del Gruppo nei confronti dei propri dipendenti
-  **Stop della produzione**
Negli stabilimenti produttivi italiani e portoghesi
-  **Continuità operativa**
Comunicazione chiara e costante e digitalizzazione del lavoro

continuità operativa fornendo, da un lato, una chiara e costante comunicazione sugli scenari in evoluzione, e dall'altro **attivando i necessari presidi per mettere il proprio personale nelle condizioni di lavorare nella maniera più agevole possibile tramite le soluzioni di smart working**, modalità di lavoro già attuata dalla Business Unit americana da diversi anni.

In linea con i propri principi, **Panariagroup si è da sempre impegnata ad assicurare la trasparenza della gestione aziendale, della comunicazione e dell'informazione.**

In questo senso, durante tutta la durata del contesto emergenziale e in particolar modo nelle prime fasi, la comunicazione ha assunto un ruolo fondamentale nel tenere una linea diretta tra il Gruppo e i suoi interlocutori, sia interni che esterni.

Nei confronti dei propri dipendenti, Panariagroup ha tempestivamente organizzato, ancor prima della sospensione dell'attività produttiva, **un sistema comunicativo volto a fornire informazioni utili sulla natura del SARS-CoV-2, monitorare lo sviluppo continuo degli scenari e garantire una chiara identificazione del contesto di riferimento.** Tramite e-mail, contenuti video, presenza di informazioni all'interno delle bacheche aziendali e dei totem informativi, il Gruppo ha avuto la premura di informare con immediatezza tutti i

propri dipendenti, anche in merito ai protocolli adottati dall'azienda e aggiornati di volta in volta. Nelle prime comunicazioni sono state descritte le misure precauzionali messe in atto dal Gruppo, molte delle quali più stringenti delle raccomandazioni governative e implementate in via cautelativa per la salute e sicurezza delle proprie persone, tra le quali la sospensione dei viaggi di lavoro, la limitazione delle visite da parte dei fornitori e dei clienti, il supporto al personale che, a causa della sospensione delle attività scolastiche, avesse particolari esigenze in termini di flessibilità dell'orario lavorativo e la condivisione delle raccomandazioni fornite periodicamente da ciascuna autorità nazionale competente.

A queste prime comunicazioni ne sono seguite ulteriori con una frequenza più che settimanale, che hanno fornito informazioni puntuali sull'organizzazione del lavoro in ottica di continuità operativa; il Gruppo ha quindi dato chiare disposizioni in merito all'utilizzo delle ferie pregresse, al sistema di turnazione all'interno dei reparti/uffici, alla gestione degli spazi comuni quali ad esempio gli spogliatoi e i bagni e all'organizzazione delle riunioni e degli incontri diretti, da svolgersi solo se essenziali e rispettando precisi limiti temporali e di distanziamento fisico.

Allo stesso modo, Panariagroup ha assicurato una comunicazione chiara e trasparente anche nei

Tempestività e capillarità
Le caratteristiche del sistema comunicativo
adoperato dal Gruppo



La notizia del Fondo di Solidarietà ripresa dai media



confronti dei propri interlocutori esterni, quali i fornitori e gli ospiti, verso i quali sono stati condivisi i protocolli aziendali adottati dall'azienda e specifici per la loro casistica, i clienti, che sono stati informati dello scenario aziendale tramite e-mail, canali on-line (web e social) e comunicati stampa, e gli shareholder, nei confronti dei quali Panariagroup ha seguito le linee guida di Borsa Italiana e CONSOB, facendo un chiaro ed esplicito riferimento alla situazione di riferimento e alle possibili ripercussioni sul business.

Se da un lato la comunicazione ha ricoperto un ruolo fondamentale nel garantire una corretta gestione dei flussi informativi, sia interni che esterni, dall'altro lato **Panariagroup si è impegnata per dare un forte impulso al processo di digitalizzazione del lavoro, che ha presupposto una grande sforzo in termini di sistemi informativi per mettere tutti i dipendenti nelle condizioni di lavorare senza disagi.**

Il Gruppo ha esteso la modalità di smart working a tutti i dipendenti non ancora provvisti e, laddove fosse necessario, ha assicurato la presenza di almeno

una figura considerata "chiave" in ogni funzione, compatibilmente con le ordinanze in vigore. Contestualmente all'estensione delle modalità di lavoro flessibile, Panariagroup ha fornito ai dipendenti, qualora ne fossero sprovvisti, laptop e accesso alle reti internet, dimostrando proattività e tempestività decisionale, e garantendo allo stesso momento un'efficiente continuità operativa. Il Gruppo ha inoltre installato, su tutti i device, applicativi in grado di assicurare l'operatività a distanza e la tutela del patrimonio informativo aziendale.

Nella convinzione che la tutela della sicurezza dei propri dipendenti significhi anche supportare la loro serenità e quella delle loro famiglie, Panariagroup ha poi deciso, in Italia e in Portogallo, i paesi in cui il Gruppo è stato maggiormente colpito dal lockdown e in cui sono state attivate le misure della cassa integrazione, **di realizzare un'iniziativa a sostegno del personale maggiormente penalizzato dalla riduzione delle attività lavorative.**

È stato infatti creato un **Fondo di Solidarietà** a cui sono stati invitati a contribuire, su base volontaria, tutte

le figure dirigenziali, che hanno avuto la possibilità di devolvere una percentuale del proprio stipendio a favore dei dipendenti che hanno visto la propria retribuzione ridursi a causa del ricorso alla cassa integrazione. L'intero importo raccolto sarà redistribuito nei prossimi mesi, con modalità diverse tra il perimetro italiano e quello portoghese, agli operai e agli impiegati in proporzione alle ore di cassa integrazione effettuate.

È con orgoglio che Panariagroup ha riscontrato l'adesione entusiasta del gruppo dirigente nel contribuire a questa azione di solidarietà concreta per

dare un sostegno ai colleghi in una fase così delicata, a dimostrazione dei valori di responsabilità sociale secondo cui operano quotidianamente le persone del Gruppo. In Portogallo inoltre, Panariagroup ha rafforzato il sostegno ai propri dipendenti attraverso **la creazione di una raccolta di beni di prima necessità**, tra cui prodotti alimentari non deperibili e prodotti per l'igiene personale e della casa, messi a disposizione delle famiglie dei dipendenti con maggiori difficoltà economiche. Tutti i dipendenti portoghesi hanno avuto la possibilità di partecipare all'iniziativa, sia in qualità di donatori sia di beneficiari.



Vicini alle persone

Il Gruppo ha messo a disposizione PC e fornito connessioni internet ai dipendenti che ne fossero sprovvisti



Oltre 40.000 ore

Di smart working effettuato tra marzo e aprile 2020 nella Business Unit italiana



Unità e collaborazione

In Italia e in Portogallo, il Gruppo ha creato un Fondo di Solidarietà per supportare i dipendenti maggiormente colpiti



La forza della coesione

In Portogallo, il Gruppo ha creato una raccolta di beni di prima necessità a favore dei dipendenti con maggiori difficoltà economiche

3.2 LA GESTIONE DELLA **RIPARTENZA**

Ad inizio maggio 2020 Panariagroup ha ripreso la propria attività in tutte le sue funzioni, sia in Italia che in Portogallo.

Gli stabilimenti produttivi, precedentemente chiusi per il rispetto delle misure governative di lockdown, hanno ripreso il loro regolare servizio con una ridotta attività produttiva, mentre gli uffici logistici e spedizioni, così come altre aree essenziali per garantire la business continuity del Gruppo, non hanno mai interrotto la propria operatività.

La gestione del rientro presso gli uffici e gli

stabilimenti produttivi è stata condotta con il medesimo spirito con cui è stata organizzata l'iniziale risposta del Gruppo al contesto emergenziale: chiarezza e proattività. Ancora una volta, Panariagroup si è infatti impegnata nel creare un sistema capace di garantire la ripresa dell'attività lavorativa nel pieno rispetto della salute e sicurezza del proprio personale e in particolare degli individui identificati come maggiormente a rischio. In tal senso, il Gruppo ha predisposto un aggiornamento dei propri protocolli aziendali e comunicato, sia internamente che esternamente, le disposizioni in essi contenute.



Va rimarcato come nella stesura dei protocolli di sicurezza, Panariagroup sia andata oltre quanto previsto dagli accordi con le istituzioni e le parti sociali, con misure di tutela, protezione e garanzia ancora più rigide e scrupolose.

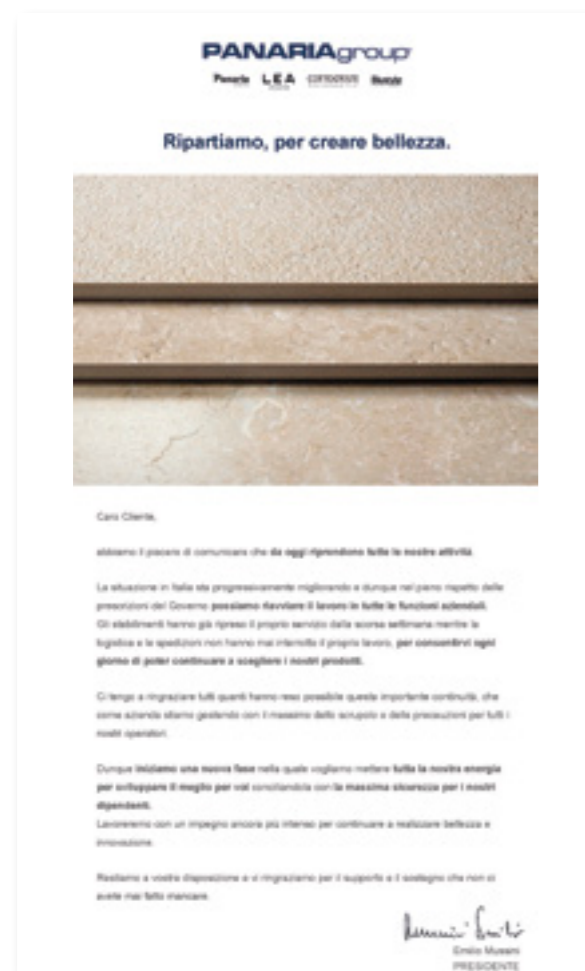
Un primo aspetto per garantire la salute e la sicurezza dei propri dipendenti è stata l'organizzazione degli ingressi in azienda, sia presso gli uffici che presso gli stabilimenti produttivi. In quest'ottica, il Gruppo ha disposto il divieto di ingresso a tutti coloro che fossero sottoposti alle misure di quarantena per

disposizioni delle Autorità sanitarie, fossero stati informati di essere entrati in contatto con persone risultate positive al COVID-19 o accusassero sintomi direttamente riconducibili al virus. Panariagroup ha poi messo in campo un grande sforzo per organizzare, presso tutti gli stabilimenti produttivi, diversi punti di accesso e di uscita e, in accordo con le rappresentanze sindacali, ha predisposto una modifica degli orari relativi ai cambi di turno, al fine di evitare eventuali situazioni di affollamento. Presso i propri uffici invece, Panariagroup ha rinnovato il ricorso alla modalità di smart working e ha riorganizzato gli spazi lavorativi prevedendo l'utilizzo di barriere in plexiglas, un'organizzazione più efficiente delle scrivanie e, laddove possibile, la suddivisione delle persone in diversi uffici. I dipendenti sono stati inoltre informati sulle misure precauzionali da seguire all'interno delle aree comuni, quali ad esempio le sale ristoro e servizi.

L'organizzazione degli ingressi in azienda è stata inoltre disciplinata e comunicata a tutti i fornitori e agli ospiti, che come i dipendenti sono tenuti a prendere visione dei protocolli aziendali in vigore. Per l'accesso dei fornitori esterni sono state individuate procedure di ingresso, transito e uscita, mediante modalità, percorsi e tempistiche predefinite, al fine di ridurre le occasioni di contatto con il personale in forza nei reparti/uffici coinvolti. Nei confronti degli ospiti invece, il Gruppo ha predisposto la limitazione delle visite allo stretto necessario.

Oltre ad una riorganizzazione della gestione degli accessi e degli spazi di lavoro, al fine di garantire un ambiente salubre e consono alla ripresa dell'attività lavorativa, Panariagroup si è poi impegnata nella riorganizzazione delle pulizie standard di tutti gli ambienti di lavoro, che sono state intensificate e, negli

La comunicazione inviata ai clienti per informare sulla ripresa delle attività



Panariagroup riparte
Ad inizio maggio riprende l'operatività
in tutte le sue funzioni, con un'attività
produttiva ridotta

stabilimenti produttivi, rimodulate in concomitanza dei cambi di turno. I servizi igienici, le sale ristoro, gli uffici e le maniglie delle porte vengono igienizzati quotidianamente da ditte specializzate. In ogni ufficio sono stati posizionati uno o più contenitori di disinfettanti per superfici con panni di carta monouso e sono state date raccomandazioni ai propri dipendenti circa l'igienizzazione, da effettuare almeno due volte al giorno, della propria postazione e dei propri strumenti di lavoro, così come suggerimenti sulla ventilazione degli ambienti lavorativi. Così come previsto dalle raccomandazioni sanitarie nazionali, il Gruppo si è inoltre adoperato per assicurare la sanificazione periodica dei locali, degli ambienti, delle postazioni di lavoro e delle aree comuni, garantendo la sanificazione sia negli uffici, sia nei reparti produttivi.

Panariagroup si è impegnata sin da subito a distribuire giornalmente mascherine, guanti e occhiali al proprio personale, rendendo obbligatorio l'utilizzo della mascherina all'interno degli uffici, fatta eccezione per il caso in cui in ufficio si stia da soli, quando si è alla propria postazione di lavoro con più persone e le postazioni sono a più di due metri di distanza e protette da barriere in plexiglas e con impianto di condizionamento spento e quando si ci trova

all'aperto a più di due metri di distanza da altre persone. Viene tenuta formale registrazione della consegna dei dispositivi ai dipendenti tramite il coordinamento con i capi reparto/ufficio o, come in alcuni casi, tramite sistemi di prelievo automatici con formale registrazione attraverso lettura del badge personale identificativo. Nel caso in cui un dipendente smarrisca la propria mascherina o la stessa si rompa, Panariagroup garantisce comunque l'erogazione di un nuovo dispositivo. In Portogallo, contestualmente alla fornitura delle mascherine chirurgiche, i dipendenti sono stati formati sui corretti metodi per il suo utilizzo, mantenimento e rimozione.

Nel caso in cui ad una persona presente in azienda insorgano sintomi riconducibili alle casistiche del COVID-19, Panariagroup ha previsto degli scenari specifici da seguire, sia interni nel caso di dipendenti, che esterni nel caso di fornitori e ospiti, con il fine di attuare con immediatezza gli interventi correttivi secondo le indicazioni governative di riferimento.

Qualora una persona presente all'interno degli uffici o degli stabilimenti produttivi dovesse sviluppare febbre e sintomi di infezione respiratoria come ad esempio la tosse, Panariagroup procederà al suo isolamento in base alle disposizioni dell'autorità sanitaria. La persona

verrà quindi tempestivamente allontanata dal luogo di lavoro per garantire la sicurezza dei colleghi e la salubrità dell'ambiente di lavoro. Nel caso in cui una persona presente in azienda sia risultata positiva al COVID-19, il Gruppo si impegna a collaborare con le autorità sanitarie per definire gli eventuali contatti stretti della persona identificata come positiva. In questo modo Panariagroup permetterà alle autorità di mettere in opera le opportune misure di quarantena.

Infine, nella consapevolezza che l'emergenza COVID-19 stia mettendo a dura prova anche la

componente psicologica delle persone, che come le aziende si sono ritrovate in una situazione del tutto inedita nella sua drammaticità, Panariagroup ha da sempre mantenuto un dialogo costante con tutti i suoi dipendenti, volto al supporto e alla comprensione di eventuali esigenze personali individuali e/o familiari. In Portogallo, ad esempio, a fronte di un significativo aumento delle ore lavorative da remoto, sono stati condivisi suggerimenti e raccomandazioni su come assicurare un corretto equilibrio mentale e fisico, oltre che una lista di numeri utili a cui far riferimento nel caso di necessità.



Una delle comunicazioni apposte nelle sedi Panariagroup per informare sui protocolli di sicurezza



Stabilimenti produttivi

Riorganizzazione dei punti di accesso e di uscita e rimodulazione dei cambi di turno



Uffici

Rinnovo della modalità di smart working e riorganizzazione degli spazi lavorativi



Lavorare, senza rischi

Il Gruppo garantisce la pulizia giornaliera e la sanificazione periodica degli ambienti lavorativi



Gestione dei sintomatici

Il Gruppo ha previsto specifici scenari per attivare misure di protezione e interventi correttivi



Supporto e ascolto

Panariagroup garantisce un dialogo costante per tutelare il benessere dei propri dipendenti

4.0

LA NOSTRA RESILIENZA E LO SGUARDO AL DOMANI

L'emergenza da nuovo coronavirus ha messo in luce la fragilità del nostro sistema economico e sociale, e ci ha posto dinanzi la necessità di promuovere modelli di sviluppo più resilienti, maggiormente focalizzati sul benessere delle persone e sul rafforzamento del senso di comunità.

Panariagroup ha saputo reagire con velocità e decisione, con chi ha nel proprio DNA la capacità di lottare e resistere. Una capacità che deriva da quasi 50 anni di storia, che ha attraversato fasi esaltanti come momenti purtroppo drammatici (come un'altra grande emergenza quale è stata il terremoto in Emilia nel 2012), tutti sempre affrontati con un grande spirito di resilienza.

La resilienza si riferisce alla capacità di preservare la continuità dinanzi agli shock e alle avversità, adattandosi e trasformandosi in ottica di sostenibilità.

Una sostenibilità che è parte del nostro modello imprenditoriale e della nostra cultura, e che anche in questa emergenza COVID-19 ci ha visti mettere al centro la persona e la continuità del business. **Dunque responsabilità sociale ed economica, attenzione ai nostri dipendenti, alla loro salute, alle loro famiglie.**

Con la volontà di andare oltre, di non subire la situazione ma di affrontarla con coraggio, prendendoci impegni importanti sulla sicurezza, sulla solidarietà, sulla riorganizzazione delle attività.

Abbiamo voluto fare più di quanto ci era richiesto, abbiamo voluto mettere in campo iniziative speciali, come il Fondo di Solidarietà che ha visto il gruppo dirigente della Business Unit Italia e Portogallo compatto nel devolvere parte della propria retribuzione a favore dei colleghi colpiti dalla cassa integrazione.

Questo è stato il nostro modo di affrontare questa crisi, **insieme a tutti i nostri collaboratori, che ringraziamo per la passione, l'impegno, la serietà e l'attaccamento all'azienda** che hanno manifestato anche in questi mesi difficili.

Panariagroup vuole essere sempre di più motore reale di un progetto condiviso di sviluppo e proseguirà con tenacia questa ambizione, adattandosi e rispondendo a scenari sociali, economici e ambientali in costante mutamento, e continuando ad elevare la propria responsabilità a nuovi livelli.



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.leaceramiche.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

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

Panariagroup India Industrie Ceramiche Pvt Ltd.
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, Hufon+Crow, Daniele Domenicali,
Luigi Ottani

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



PANARIAgroup®