



# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2017



# **BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2017**





FREE LIVES



*Caratteristica di un materiale trasparente è l'essere attraversato dalla luce. Tutto ciò che viene attraversato dalla luce è di per se stesso simbolo di pulizia e chiarezza.*

*Nel suo valore simbolico è segno di un pensiero facilmente riconoscibile, pur nella complessità delle sue sfumature e dei necessari distinguo.*

*La possibilità di comprensione di un pensiero, progetto o sfida è proporzionata alla sua esposizione "trasparente" e ne determina la fattiva partecipazione da parte di tutti i soggetti coinvolti. Lo sguardo che attraversa un elemento trasparente è naturalmente portato a "guardare oltre" senza fermarsi al contingente, ma è spinto ad una visione che guida il pensiero e le scelte verso altre mete e confini. Anche il valore simbolico della trasparenza di un cielo terso, acque cristalline e aria pulita si coniuga ad un approccio ecologico ed etico di rispetto dell'ambiente.*

*Nelle opere il vetro è il materiale scelto per eccellenza perché permette visioni che nessun altro materiale consente e presenta al tempo stesso caratteristiche di lucentezza difficilmente corruttibile.*

*Il vetro spinge lo sguardo dell'osservatore all'interno della massa a coglierne sfumature e dettagli. La comprensione del rappresentato è proporzionale alla sua trasparenza.*

Nives Marcassoli

---

**ANCHE IL VALORE SIMBOLICO DELLA TRASPARENZA DI UN CIELO TERSO, ACQUE CRISTALLINE E ARIA PULITA SI CONIUGA AD UN APPROCCIO ECOLOGICO ED ETICO DI RISPETTO DELL'AMBIENTE.**



Con queste parole Nives Marcassoli, artista contemporanea che fonde pittura, disegno e vetrofusione nelle sue opere ha accettato l'invito di RadiciGroup a selezionare alcune immagini dei suoi lavori per accompagnare i capitoli del Bilancio nel segno della trasparenza che, come l'artista sottolinea, è elemento essenziale per raccontare, capire, guardare oltre le apparenze, coinvolgere.

**PER SAPERNE DI PIÙ:**  
[www.nivesmarcassoli.com](http://www.nivesmarcassoli.com)



**LE OPERE PRESENTI NEL BILANCIO:**

FEELINGS	PAG. 3
CAREZZA	PAG. 9
ENERGIA	PAG. 33
GIOVINEZZA	PAG. 45
DIALOGO	PAG. 61
VITA	PAG. 75
WAVES	PAG. 91
EQUILIBRI	PAG. 97
SETA	PAG. 103
DELICATE CHIFFON	PAG. 169

**Grafica**  
MultiMedia

**Stampa**  
Arte Grafica Saini



# INDICE

LA NOSTRA VISION, LA NOSTRA MISSION, I NOSTRI VALORI	10
LA POLITICA DI GRUPPO PER LA QUALITÀ, L'AMBIENTE, LA SALUTE E LA SICUREZZA	12
LA LETTERA DEL PRESIDENTE	14
I PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE	16
RADICIGROUP	22
LE PERSONE DI RADICIGROUP	34
L'ANDAMENTO DEI BUSINESS	46
FORNITORI, CLIENTI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA: GLI STAKEHOLDER DI MERCATO	62
GLI ALTRI STAKEHOLDER DI RADICIGROUP	76
LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DI RADICIGROUP	92
L'ANALISI DI MATERIALITÀ	98
GLI ASPETTI MATERIALI	104
HANNO DATO VOCE AL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	170
LA LETTERA DI VALIDAZIONE	172
IL "GRI CONTENT INDEX"	175



CAPREZZA



DISCLOSURE  
102-16

## LA NOSTRA VISION

“Essere tra i più importanti gruppi chimici nella filiera della poliammide, delle fibre sintetiche e dei tecnopolimeri.”

## LA NOSTRA MISSION

“Promuovere lo sviluppo dei business nel rispetto dei valori e della cultura del nostro Gruppo.

Perseguire la nostra Vision attraverso la valorizzazione e l'ottimizzazione delle nostre risorse, attraverso alleanze, ricercando sempre nuovi mercati, anche di nicchia.

Sviluppare nuovi prodotti ed applicazioni nel segno della sostenibilità.”

## I NOSTRI VALORI

La centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale.

L'efficienza e l'efficacia dei sistemi gestionali per migliorare l'impresa.

La correttezza e la trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme vigenti.

L'attenzione ai bisogni e alle aspettative degli interlocutori per migliorare il clima di appartenenza e soddisfazione.

L'affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti, della collettività e dell'ambiente.

La responsabilità di impresa verso Lavoratori, luoghi e fabbriche.



## DAL CODICE ETICO DI RADICIGROUP

“Il successo di un’impresa si basa sempre su valori come trasparenza, credibilità e lealtà, principi che rappresentano il patrimonio fondamentale e irrinunciabile di una società: la sua reputazione.” (...)

## DAL CODICE DI CONDOTTA DEI FORNITORI DI RADICIGROUP

“La sostenibilità costituisce un elemento chiave dei valori di RadiciGroup ed è parte integrante della strategia di business. Si tratta di un obiettivo complesso e ambizioso che RadiciGroup desidera raggiungere insieme a tutti i suoi Stakeholder, condividendo difficoltà e soluzioni, ma anche processi di crescita comune e miglioramento continuo.”

## DAL CODICE ETICO DI RADICI CHIMICA

“Le nuove sfide dello sviluppo sostenibile e la necessità di considerare gli interessi di tutti gli Stakeholder rafforzano l’importanza di definire con chiarezza i valori e gli obiettivi che RadiciGroup identifica, condivide e assume per costruire un futuro migliore per tutti.” comune e miglioramento continuo.”

## DALL’ “EMPLOYEE HANDBOOK” DI RADICI PLASTICS SUZHOU

“Ciascun dipendente costituisce una risorsa preziosa per l’Azienda. Quest’ultima sposa il concetto di rispetto reciproco e si impegna a sostenere l’iniziativa individuale. Promuove inoltre i principi di collaborazione corretta e concorrenza leale.

I Dipendenti sono incoraggiati ad esprimere liberamente il proprio potenziale e le proprie risorse intellettive mentre partecipano all’operatività, all’innovazione e al rinnovamento dell’Azienda”.

DISCLOSURE  
102-16

Centralità della persona, affidabilità, correttezza, trasparenza, sono tra gli elementi distintivi di RadiciGroup. L'agire del Gruppo si fonda da sempre su valori e comportamenti orientati a tutelare e promuovere la salute dei e nei luoghi di lavoro, la sicurezza, il rispetto dell'ambiente, per uno sviluppo che sia concretamente sostenibile.

Attraverso il miglioramento continuo delle proprie attività, della trasparenza comunicativa, dei prodotti e dei servizi forniti in termini di qualità e di prestazioni in utilizzo, RadiciGroup si pone quale obiettivo principale la soddisfazione dei propri Stakeholder: Clienti, Azionisti, Dipendenti e Comunità locali in cui opera.

Tali presupposti non possono prescindere dalla diligente osservanza delle normative di tutela dell'ambiente, della salute e sicurezza dei Lavoratori e della prevenzione degli eventi dannosi a carico dei prodotti e dei processi produttivi. A tal scopo RadiciGroup adotta per le proprie aziende Sistemi di Gestione per Qualità, Ambiente ed Energia, Salute e Sicurezza, opportunamente certificati da Organismi riconosciuti e basati su procedure ben definite e comprese a tutti i livelli organizzativi. A ciò si aggiunge un'azione di miglioramento continuo di questi Sistemi, in conformità con i progressi tecnici, le conoscenze scientifiche e le richieste del mercato.

Per assicurare la Qualità dei prodotti e dei servizi forniti, il Gruppo si avvale di strumenti - come la metodologia Six Sigma - che consentono di generare processi robusti e affidabili, in grado di ridurre o prevenire l'insorgere di non conformità e soddisfare le richieste più esigenti. In tema Ambiente, RadiciGroup persegue da tempo il miglioramento continuo delle

# LA POLITICA DI GRUPPO PER LA QUALITÀ, L'AMBIENTE, LA SALUTE E LA SICUREZZA

proprie prestazioni con risultati visibili e misurabili, investendo e impiegando risorse umane e tecnologiche per controllare e ridurre i propri impatti ambientali e promuovendo l'impegno ambientale anche presso i propri Clienti e Fornitori. Tutto questo considerando l'intera filiera produttiva, misurando l'impronta ambientale dei principali prodotti e servizi valutando, ove possibile, l'applicazione di principi ispirati all'eco-design e ad un'economia circolare.

La Direzione, consapevole del fatto che la Sicurezza e la Salute dei Lavoratori sono elementi prioritari e di centrale importanza, assicura gli standard di sicurezza previsti dalle norme vigenti in materia, ne verifica regolarmente il rispetto e l'efficacia, perseguendo l'obiettivo di aumentare la prevenzione e il controllo per ridurre il rischio di incidenti. Promuove inoltre un rapporto trasparente e collaborativo con le Autorità e le Comunità locali.

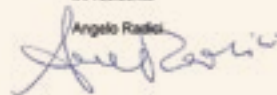
Per uno Sviluppo Sostenibile, RadiciGroup si impegna a fornire una rendicontazione periodica della propria Corporate Social Responsibility (CSR), conforme alle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI), il più accreditato standard internazionale di reporting su sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Per stimolare nei propri collaboratori il senso di responsabilità verso tutti questi aspetti, per sensibilizzarli affinché possano operare in conformità ai principi che guidano il Gruppo, RadiciGroup investe in formazione continua su tale fronte. La presente Politica di Gruppo viene integrata dalle Politiche delle singole aziende nonché dagli orientamenti riportati annualmente nel Bilancio di Sostenibilità.

**Marzo 2017**

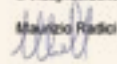
Il Presidente

Angelo Radici



Il Vicepresidente

Maurizio Radici



---

**L'AGIRE DEL GRUPPO SI FONDA DA SEMPRE SU VALORI E COMPORTAMENTI ORIENTATI A TUTELARE E PROMUOVERE LA SALUTE DEI E NEI LUOGHI DI LAVORO, LA SICUREZZA, IL RISPETTO DELL'AMBIENTE, PER UNO SVILUPPO CHE SIA CONCRETAMENTE SOSTENIBILE.**

**DISCLOSURE**  
**102-14**

Ogni anno è per me motivo di orgoglio introdurre il Bilancio di Sostenibilità di RadiciGroup, frutto dell'impegno di più di tremila persone che, in ogni parte del mondo, rendono viva la nostra idea di un sistema competitivo, che agisce nel rispetto delle persone e dell'ambiente.

I dati dell'edizione 2017 ci presentano un Gruppo solido e dalla situazione economica ottima, pur operando in scenari molto diversificati, alcuni dei quali caratterizzati da forti elementi di incertezza.

Dopo le eccellenti performance ambientali degli anni scorsi, grazie agli importanti investimenti fatti in tutti i siti, i trend legati ad emissioni, energia, uso delle materie prime si mantengono positivi, seppur con risultati meno eclatanti. Oggi il lavoro di mitigazione si concentra soprattutto su aspetti particolari, avendo già affrontato con successo i principali elementi responsabili di impatto nei nostri impianti produttivi.

Sono particolarmente contento di presentare anche i dati relativi ai Lavoratori del nostro Gruppo, che cresce in termini di risorse umane, non solo dal punto di vista numerico, ma anche, e soprattutto, dal punto di vista della professionalità.

Le ore di formazione mostrano infatti una continua crescita. In particolare, il nostro impegnativo progetto di consapevolezza e training in tema di sicurezza ha portato frutti. Gli andamenti legati agli infortuni mostrano chiaramente l'efficacia del percorso che abbiamo intrapreso.

Dopo i notevoli passi avanti compiuti in tutti questi ambiti, le sfide future restano comunque molte e appassionanti. La più grande di tutte sarà legata alla circolarità dell'economia, riciclo e riciclabilità e all'uso efficiente delle risorse, soprattutto a fronte di volumi produttivi

# LA LETTERA DEL PRESIDENTE



che auspicio in costante crescita come negli ultimi anni. Una particolare attenzione sarà sicuramente da riservare alle emissioni, a fronte di uno scenario legislativo sempre più restrittivo. Non mancheranno poi le sfide legate all'energia. Mi piacerebbe potissimo sperimentare nuove vie, soprattutto nell'ambito delle fonti rinnovabili, creando un mix di diverse fonti in grado di garantirci sempre elevati livelli di energia verde.

Dal punto di vista delle persone, sono fermamente convinto che dovremo lavorare sempre più al coinvolgimento strutturato e continuativo dei nostri Stakeholder, andando oltre i confini del sistema RadiciGroup, a valle, verso i nostri settori di riferimento e verso i consumatori finali.

Vorrei che spiegassimo loro il valore dello sviluppo sostenibile attraverso un approccio scientifico, non basato su emozioni o impressioni, ma su dati misurati e verificati.

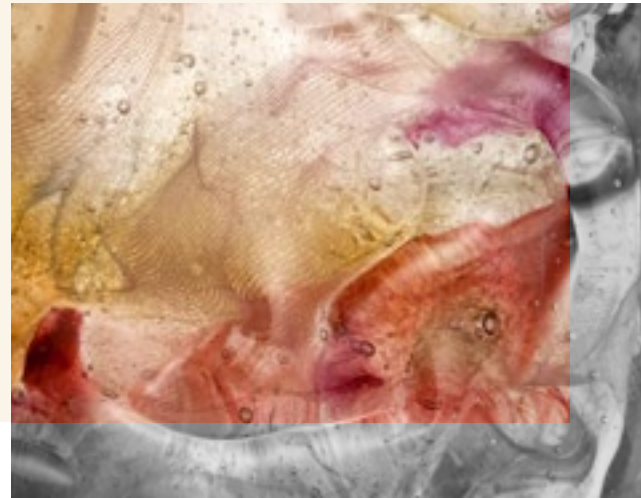
Per quanto riguarda i Dipendenti del Gruppo, vorrei sottolineare che non dovremo mai abbassare la guardia sulla sicurezza, al contrario. L'attenzione, la formazione, la motivazione dei nostri Lavoratori dovranno rimanere centrali, soprattutto a fronte delle evoluzioni tecnologiche e organizzative che il futuro porterà con sé. Il nostro impegno particolare sarà quello di accompagnare sempre la crescita professionale delle nostre persone e guidarle attraverso i cambiamenti.

Da due anni ormai la mia Famiglia ed io sosteniamo, con grandi soddisfazioni, l'Atalanta, la squadra di Bergamo, la nostra città. Permettetemi allora una metafora calcistica finale. Bilancio dopo Bilancio si gioca la partita di RadiciGroup verso la sostenibilità. Sappiamo bene che possiamo andare incontro a match difficili, a rigori immeritati o addirittura ad autogol. Non fermiamoci, abbiamo novanta minuti a disposizione, una strategia efficace e i migliori giocatori possibili... restiamo affamati di vittoria!

**Angelo Radici**  
*Presidente di RadiciGroup*

---

**L'ATTENZIONE, LA FORMAZIONE,  
LA MOTIVAZIONE DEI NOSTRI  
LAVORATORI DOVRANNO RIMANERE  
CENTRALI, SOPRATTUTTO A  
FRONTE DELLE EVOLUZIONI  
TECNOLOGICHE E ORGANIZZATIVE  
CHE IL FUTURO PORTERÀ CON SÉ.**



# I PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE

## GRI 101: FOUNDATION

### DISCLOSURE 102-1

Il presente documento costituisce il Bilancio di Sostenibilità di Radici Partecipazioni S.p.A. e delle sue Consociate, collettivamente indicate come “RadiciGroup” o “il Gruppo” nel testo. È realizzato in conformità con il modello di rendicontazione GRI Standards - Core Option.

Hanno fornito i propri dati per l’edizione corrente i seguenti 22 siti produttivi e la holding:

### DISCLOSURE 102-45 102-46 102-54

CORDONSED SA	Argentina
LOGIT Sro	Rep. Ceca
NOYFIL SA	Svizzera
NOYFIL S.p.A.	2 sedi, Italia
RADICI CHEMIEFASER GmbH	Germania
RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GmbH	Germania
RADICI CHIMICA S.p.A.	Italia
RADICI FIL S.p.A.	Italia
RADICI NOVACIPS S.p.A.	2 sedi, Italia
RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.	Italia
RADICI PLASTICS GmbH	Germania
Radici PLASTICS BV	Olanda
RADICI PLASTICS Ltda	Brasile
RADICI PLASTICS MEXICO S. de R.L. de C.V	Messico
RADICI PLASTICS SOUZHOU Co. Ltd.	Cina
RADICI PLASTICS USA Inc.	USA
RADICI YARN S.p.A.	2 sedi, Italia
RADICIFIBRAS Ltda	Brasile
SC YARNEA Srl	Romania
TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.	Italia

L’edizione corrente ha visto l’ingresso nel perimetro di rendicontazione dell’azienda Radici Plastics BV di recente acquisizione.



Come di consueto, la holding ha fornito unicamente i dati relativi al proprio personale essendo gli impatti ambientali estremamente limitati.

Le aziende sopra elencate costituiscono oltre il 98% del fatturato di RadiciGroup. Rimangono escluse le società commerciali e quelle non incluse nel perimetro di business chimica, plastica e fibre sintetiche.

I principi di rendicontazione enunciati qui di seguito sono alla base di questo Bilancio. Costituiscono le premesse che avvalorano l'intenzione del Gruppo di realizzare un documento rappresentativo della propria strategia di sostenibilità, degli obiettivi raggiunti e di quelli ancora da raggiungere.

Sono importanti strumenti che, una volta applicati, permettono di condividere risultati e aspettative con gli Stakeholder, secondo una modalità trasparente, equilibrata, aperta al confronto.

## **INCLUSIVITÀ DEGLI STAKEHOLDER**

RadiciGroup ha proceduto ad una mappatura dei propri Stakeholder, come descritto nel dettaglio nel capitolo a loro dedicato, e ne ha considerato le legittime aspettative, descritte nella tabella "Mappatura degli Stakeholder, delle legittime aspettative e dei rischi" *Tabella 19*.

Tali aspettative hanno influenzato sia le politiche che la determinazione degli aspetti materiali del Gruppo, ed hanno spinto RadiciGroup ad investire sempre più in una comunicazione trasparente, mirata ed efficace, come illustrato dagli esempi riportati nella parte dedicata al coinvolgimento.

**DISCLOSURE**  
**102-40**

In questo bilancio di Sostenibilità sono state considerate le seguenti categorie di Stakeholder:

**Stakeholder Interni**

Azionisti  
Lavoratori  
Aziende di RadiciGroup

**Stakeholder Esterni**

Clienti  
Fornitori  
Concorrenti  
Istituti Bancari e Assicurativi  
Associazioni di Categoria  
Rappresentanze Sindacali  
Comunità locali  
Scuole e mondo accademico  
Organismi di controllo e normatori  
Media  
Community  
Ambiente

**DISCLOSURE**  
**102-44**

Attraverso il Bilancio, ed in particolare attraverso la parte di rendicontazione riguardante gli aspetti ambientali, RadiciGroup intende soddisfare l'esigenza di risposte da parte degli Stakeholder relativamente, ad esempio, all'uso delle risorse e alle emissioni.

## CONTESTO DI SOSTENIBILITÀ

Il contesto di sostenibilità costituisce la base sulla quale tutte le informazioni di questo documento sono fornite. Ciascun aspetto materiale è inserito in una strategia di ampio respiro.

A questo si affianca una analisi del contesto di RadiciGroup che restituisce anche una dimensione locale alle strategie e agli obiettivi.

## MATERIALITÀ

La Mission, la Vision, i Valori fondativi, l'analisi del contesto e delle legittime aspettative degli Stakeholder hanno guidato il Gruppo nella determinazione dei propri aspetti materiali. L'accurato processo di identificazione di tali aspetti, descritto alla voce "La matrice di materialità", e guidato da una Procedura Corporate dedicata, ha



**ATTRAVERSO IL BILANCIO, ED IN PARTICOLARE ATTRAVERSO LA PARTE DI RENDICONTAZIONE RIGUARDANTE GLI ASPETTI AMBIENTALI, RADICIGROUP INTENDE SODDISFARE L'ESIGENZA DI RISPOSTE DA PARTE DEGLI STAKEHOLDER RELATIVAMENTE, AD ESEMPIO, ALL'USO DELLE RISORSE E ALLE EMISSIONI.**

consentito di far emergere con chiarezza le tematiche sulle quali RadiciGroup ha convogliato le proprie strategie e le proprie risorse in tema di sostenibilità.

## **COMPLETEZZA, ACCURATEZZA, EQUILIBRIO**

Questo Bilancio di Sostenibilità offre una rendicontazione relativa a tutti gli aspetti materiali, validi per la totalità delle aziende che hanno fornito i propri dati, relativi all'anno 2017 e ai due anni precedenti. Tali aziende costituiscono la totalità del fatturato di RadiciGroup, garantendo al report un'autentica rappresentatività degli aspetti sociali, economici ed ambientali rilevanti.

La raccolta dei dati numerici è stata effettuata in forma disaggregata. Ciascun sito produttivo ha fornito i propri risultati, aggregati poi a livello centrale per la rendicontazione. Quest'ultima, per offrire una reale indicazione dell'andamento del Gruppo, riporta trend a tre anni. Laddove vengono citati trend a sei anni i dati possono essere reperiti nelle precedenti edizioni del bilancio di sostenibilità pubblicati nell'area "sostenibilità" sul sito di RadiciGroup.

Risultati ed aspetti sono illustrati con trasparenza ed equilibrio nei numeri e nei commenti anche laddove non siano positivi. Le metodiche di calcolo e le unità di misura sono state indicate ove opportuno, così come è stata fatta menzione di eventuali stime. Il margine di errore è stato valutato come inferiore al 2%.

**DISCLOSURE**  
**102-48**  
**102-49**

## **CONFRONTABILITÀ**

Il presente Bilancio è realizzato secondo il modello GRI Standards: Core Option. Le edizioni precedenti erano realizzate secondo il modello GRI 3.1 o GRI 4 Core Option. Questo fatto non consente la immediata e diretta confrontabilità del documento con i precedenti. Inoltre è variato nel 2017 il perimetro di rendicontazione che è mutato parallelamente all'espansione di RadiciGroup.

In ogni caso, l'indicazione di andamenti a tre anni per tutti gli indicatori numerici, anche quelli la cui formulazione è variata al variare dei modelli di rendicontazione, permette agli Stakeholder di avere un'idea dell'evoluzione del Gruppo. Omissioni di dati o eventuali scostamenti di rilievo rispetto a quanto indicato nelle precedenti versioni del Bilancio sono comunque opportunamente indicati e spiegati. Analogamente sono indicate eventuali correzioni retroattive.

**L'ENTE DI CERTIFICAZIONE HA VERIFICATO L'ACCURATEZZA E AFFIDABILITÀ SIA DEI DATI PRIMARI CHE DEI DATI AGGREGATI, LA COERENZA E VERIDICITÀ DELLE AFFERMAZIONI FORMULATE E LA RISPONDEZZA COMPLESSIVA DEL DOCUMENTO AL MODELLO INDICATO.**

## CHIAREZZA

La formulazione dei testi e la presenza di numerose tabelle nel Bilancio sono pensate per semplificarne la lettura e la comprensione.

Al testo in edizione completa, disponibile in italiano e inglese, si affiancano numerose versioni ridotte, chiamate "Pillole di Bilancio" che ne raccontano in varie lingue e in forma estremamente succinta, con grafica e brevi testi, gli elementi salienti.

La "pillola", in particolare, sono rivolte alla maggior parte degli Stakeholder, interessati a conoscere il progetto di sostenibilità di RadiciGroup, pur disponendo di tempo e conoscenze tecniche limitate.

La diffusione del Bilancio attraverso i numerosi canali tradizionali e social di cui si avvale il Gruppo garantisce al documento un ampio spettro comunicativo, in grado di toccare potenzialmente tutti gli Stakeholder.

## AFFIDABILITÀ

I processi decisionali alla base di quanto raccontato nel Bilancio sono illustrati o documentati nel testo, con particolare riferimento alla procedura corporate PR 8 MODALITÀ DI GESTIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE. In ottica di rendicontazione sostenibile, la procedura si concentra in particolare su:

- Definizione del contesto di RadiciGroup.
- Mappatura degli Stakeholder e delle loro legittime aspettative.
- Identificazione degli aspetti materiali.

### DISCLOSURE 102-56

Inoltre il Bilancio è asseverato dall'ente di certificazione indipendente CERTIQUALITY come rispondente al modello di rendicontazione GRI Standards: Core Option.

L'ente di certificazione ha verificato l'accuratezza e affidabilità sia dei dati primari che dei dati aggregati, la coerenza e veridicità delle affermazioni formulate e la rispondenza complessiva del documento al modello indicato.

Per quanto concerne i dati economico finanziari presentati nell'indicatore DISCLOSURE 201-1, essi sono assoggettati a revisione contabile volontaria da parte di Deloitte&Touche nell'ambito della più generale revisione del Bilancio consolidato di Radici Partecipazioni S.p.A.

**DISCLOSURE**

**102-50**

**102-51**

**102-52**

## **TEMPESTIVITÀ**

La pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità di RadiciGroup è annuale, sin dal 2004. Il presente report fa riferimento a dati e circostanze relativi all'anno solare 2017 (DISCLOSURE 102-50) e, come di consueto, viene reso pubblico ad un anno di distanza circa dalla precedente versione, pubblicata a settembre 2017.

Eventuali dati e informazioni non riferiti all'anno 2017 sono opportunamente indicati, e sono riportati per garantire al bilancio un maggior aggiornamento.

**DISCLOSURE**

**102-11**

## **CAUTELA**

RadiciGroup è fortemente consapevole dei potenziali rischi legati all'ambiente e alle persone derivanti dalle sue attività. Per questa ragione rende oggettivo e misurabile il principio di cautela, con la presenza della certificazione ambientale ISO 14001 e della certificazione OHSAS 18001 in tutte le principali aziende del Gruppo, e ciò costituisce la miglior garanzia che venga condotta una attenta valutazione dei rischi nei siti, e che opportune azioni di prevenzione e mitigazione siano sempre attuate.



# RADICIGROUP

## DISCLOSURE

102-2

102-4

102-6

Con circa 3.000 Dipendenti, un fatturato consolidato di 1.147 milioni di euro nel 2017 e un network di unità produttive e sedi commerciali dislocate tra Europa, Nord e Sud America e Asia, RadiciGroup è oggi leader mondiale nella produzione di intermedi chimici del nylon, polimeri di poliammide, tecnopolimeri, fibre sintetiche e non tessuti. Un gruppo business to business in espansione, che ha il proprio quartier generale ed i siti produttivi storici in Italia, ma che può contare da tempo su know how, risorse e organizzazione globali.

RadiciGroup opera attraverso tre aree di Business.

Grazie all'Area Specialty Chemicals, RadiciGroup è uno dei più qualificati produttori mondiali di poliammidi, in particolare di poliammide 6 e poliammide 66, e di intermedi chimici come l'acido adipico, l'acido nitrico e l'esametildiammina. Innovazione tecnologica volta a migliorare ed ottimizzare i processi tradizionali, competenze tecniche e capacità di risposta alle esigenze di un mercato tradizionalmente soggetto a ciclicità sono i tratti salienti di questo comparto del Gruppo.

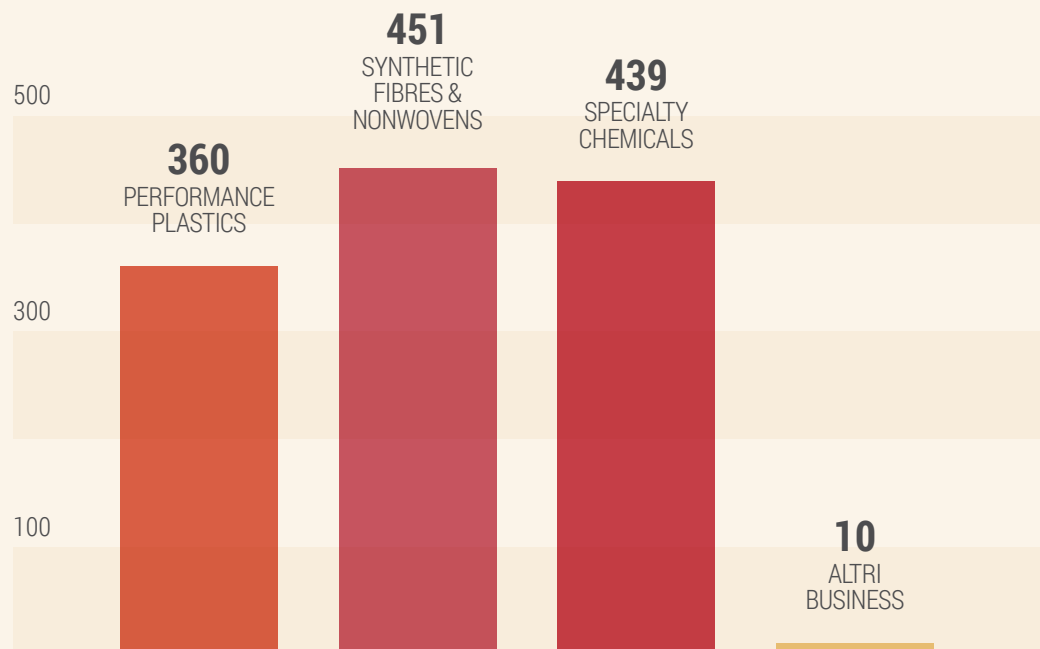
L'Area Performance Plastics, specializzata nella produzione di tecnopolimeri principalmente a base nylon e poliestere, per parte sua, è caratterizzata da elevati livelli qualitativi e da prodotti con caratteristiche fisico-meccaniche speciali in virtù di mercati ad elevata specializzazione, di una struttura di R&D all'avanguardia cui si affiancano flessibilità produttiva e una rete distributiva globale.

L'Area Synthetic Fibres and Nonwovens, comparto storico di RadiciGroup, è infine leader nella produzione di una vastissima gamma di filati di nylon e poliestere, destinati al settore dell'abbigliamento e dell'arredamento nonché al settore auto, disponibili con numerosi finissaggi e additivazioni. Alle produzioni principali si affiancano la produzione di fiocco di nylon, fibre acriliche, filati per erba sintetica a base poliolefinica e nontessuti spunbonded.

DISCLOSURE  
102-7

## I NUMERI CHIAVE DEL GRUPPO

FATTURATO CONSOLIDATO DI RADICIGROUP 2017  
**1.147 MILIONI DI EURO**



**FATTURATO CONSOLIDATO PER AREA DI BUSINESS**  
(Milioni di euro)



## I PRODOTTI ED I SETTORI DI APPLICAZIONE

DISCLOSURE  
102-2  
102-6

I prodotti del Gruppo, tutti riciclabili, sono sviluppati per impieghi nell'ambito dei seguenti settori principali:

### PRODOTTI PER L'ABBIGLIAMENTO

- Filati grezzi e tinti per abbigliamento esterno, intimo, calzetteria, costumi da bagno.
- Non-tessuti per abbigliamento protettivo monouso e usi igienico sanitari.
- Tecnopolimeri per accessori e finiture d'abbigliamento.

### PRODOTTI PER IL SETTORE ARREDAMENTO-EDILIZIA

- Filati grezzi e tinti per tende, rivestimenti tessili, tappeti e moquette.
- Tecnopolimeri per mobili e componenti, accessori interno casa.
- Filati per erba sintetica per usi decorativi interni ed esterni sia per il mercato residenziale che per quello contract.
- Non-tessuti per edilizia, isolamento tetto, barriera al vapore, impermeabilizzazione, filtrazione, arredamento, tovagliati e articoli monouso.

### PRODOTTI PER L'AUTO

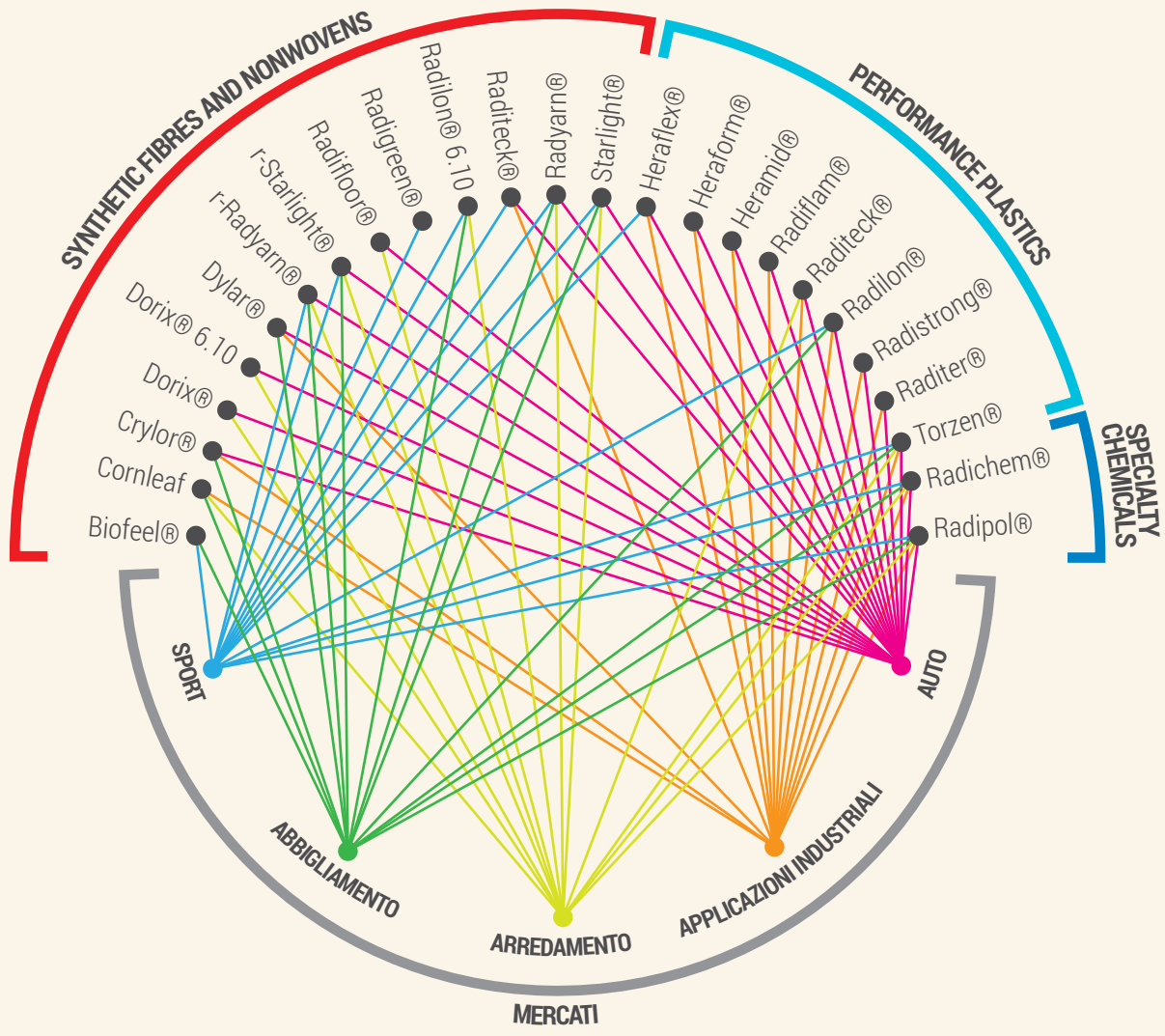
- Tecnopolimeri per applicazioni sotto-cofano e interno auto.
- Filati grezzi e tinti per interni auto, sedili, tappeti.
- Filati per tessuti airbag e rinforzo di pneumatici.
- Non-tessuti per interni auto, sistemi di insonorizzazione, protezione auto, involucro airbag.

### PRODOTTI PER IL SETTORE INDUSTRIALE

- Acido adipico e altri intermedi chimici per polimeri poliammidici, poliuretani, plastificanti, adesivi, solventi, altri prodotti chimici.
- Tecnopolimeri per il settore elettrico /elettronico e per numerose applicazioni tecniche e industriali.
- Filati per usi tecnici e speciali.
- Non-tessuti per filtrazione e usi industriali speciali.

### PRODOTTI PER IL SETTORE SPORTIVO

- Filati grezzi e tinti per abbigliamento sportivo, accessori e attrezzature.
- Filati per erba sintetica destinati ad ambienti sportivi.
- Tecnopolimeri per attrezzature e accessori per lo sport, ambienti sportivi.



DISCLOSURE  
102-4

**IL PROCESSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DI RADICIGROUP È IN ATTO DA TEMPO E SI  
CONCRETIZZA ATTRAVERSO UN NUMERO  
SEMPRE CRESCENTE DI PAESI NEI QUALI  
LE AZIENDE O LA RETE DISTRIBUTIVA  
DI GRUPPO SONO PRESENTI.**

## UNA PRESENZA GLOBALE

### ASIA

#### Cina

Shanghai  
Suzhou

#### India

Nuova Delhi

### AMERICA

#### Argentina

Buenos Aires  
Rio Grande

#### Brasile

Araçariquama  
São José dos  
Campos

#### Messico

Ocotlán

#### USA

Wadsworth

### EUROPA

#### Francia

Saint Priest

#### Italia

Andalo Valtellino  
Ardesio  
Casnigo  
Chignolo d'Isola  
Gandino  
Novara  
Villa d'Ogna

#### Germania

Hamburg  
Lüneburg  
Selbitz  
Tröglitz

#### Olanda

Born

#### Regno Unito

Londra

#### Repubblica Ceca

Podborany

#### Romania

Savinesti

#### Spagna

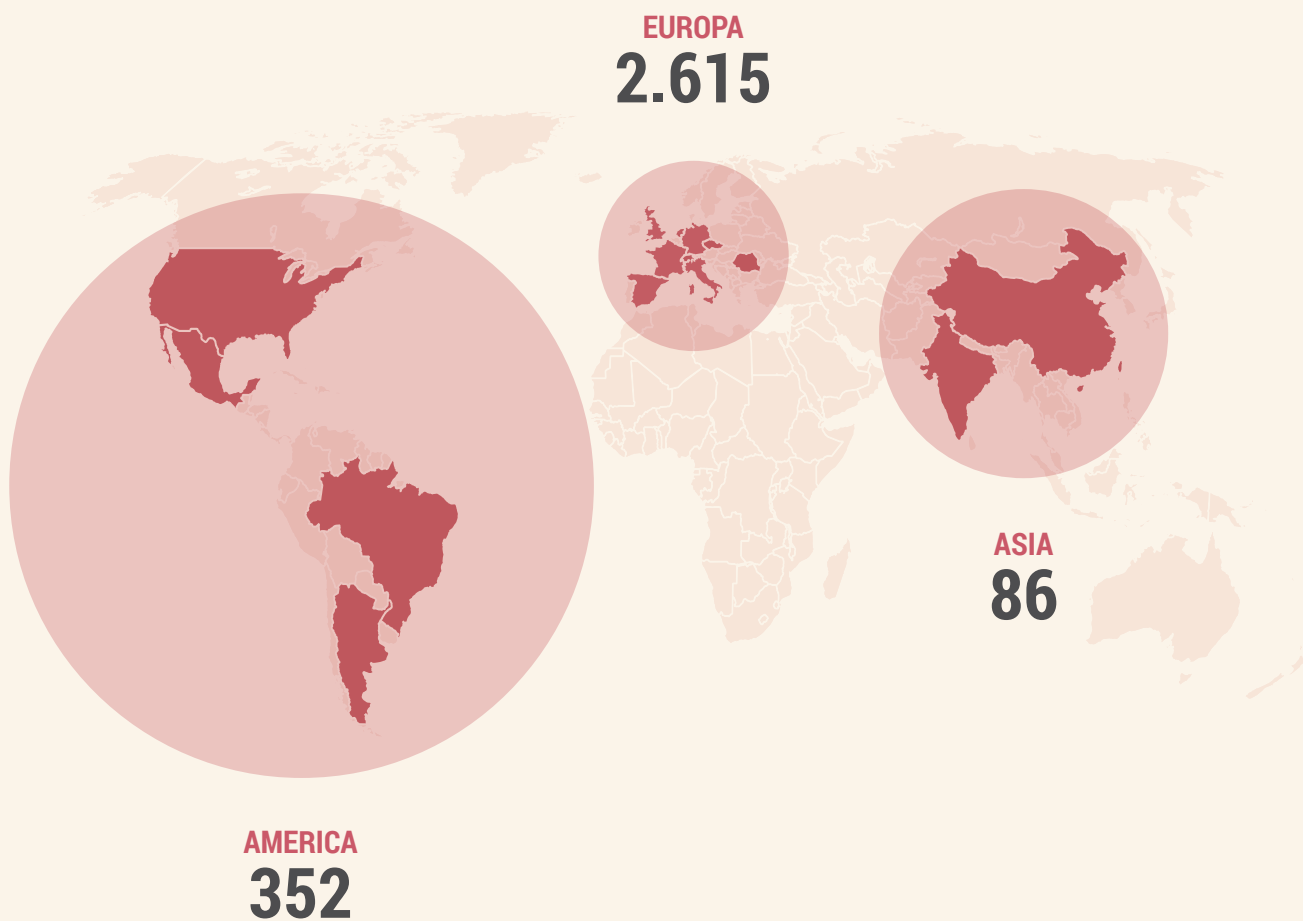
Barcelona

#### Svizzera

Stabio

#### Ungheria

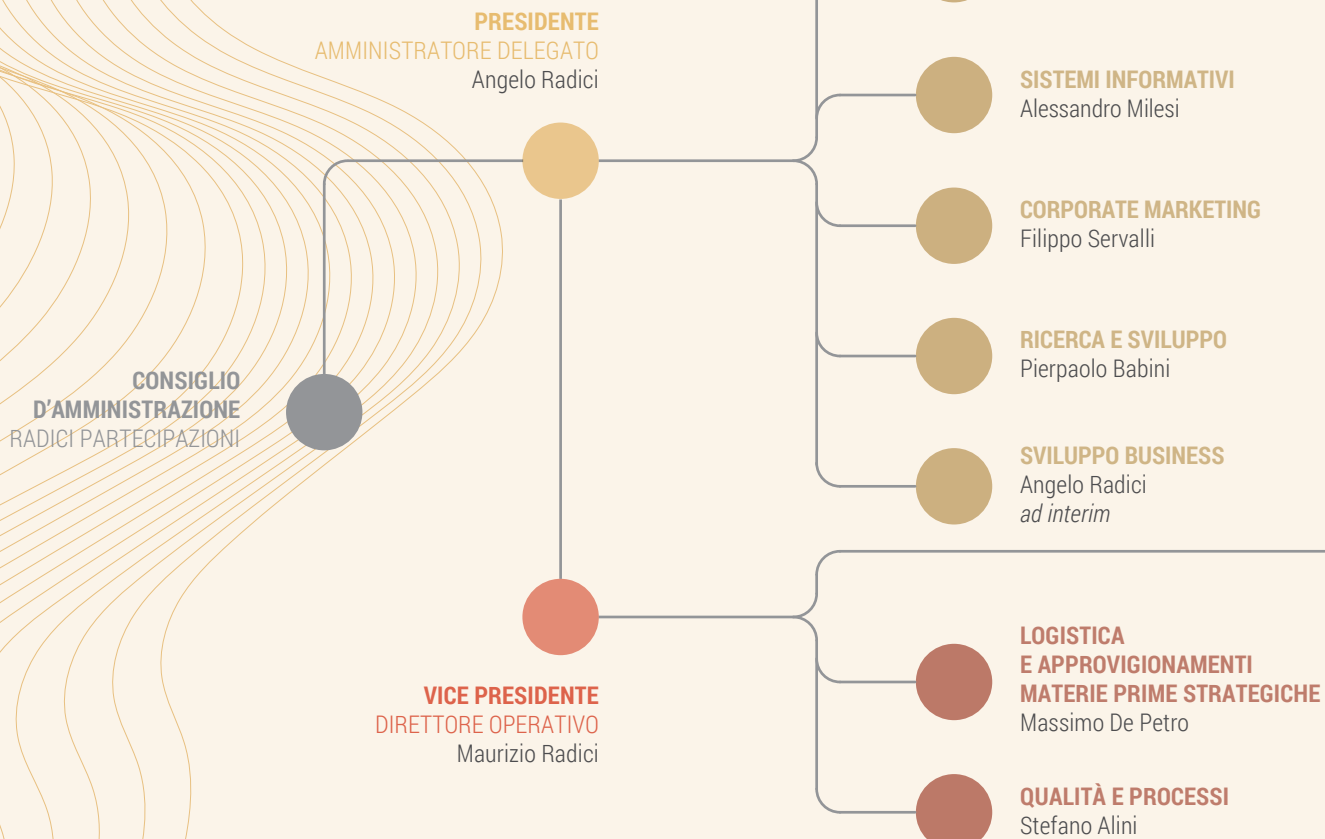
Szentgotthard



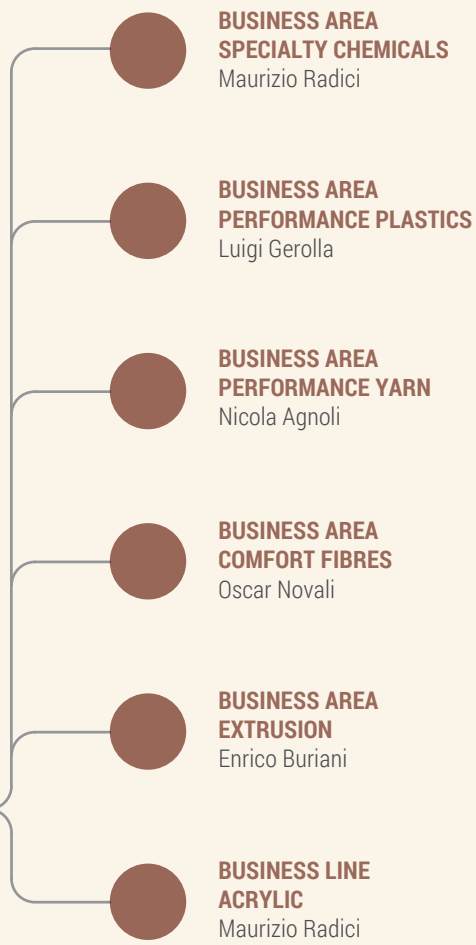
\*DIPENDENTI DI RADICIGROUP

DISCLOSURE  
102-5  
102-18  
102-22  
102-23

## LA STRUTTURA DEL GRUPPO ORGANIGRAMMA







**CDA Radici Partecipazioni**

Angelo Radici  
Maurizio Radici  
Paolo Radici  
Luigi Gerolla  
Alessandro Manzoni  
Edoardo Lanzavecchia  
Pecuvio Rondini



**Comitato Etico**

**Presidente:**

Alessandro Manzoni

**Membri:**

Carlo Sante Paganessi  
Francesco Pezzotta  
Aldo Piceni  
Filippo Servalli



**Fondatori**

Pietro Radici  
Gianni Radici



**Azionisti**

Radicifin S.a.p.A. di Paolo  
Partecipazioni S.r.l. Unip.  
Angelo Radici Partecipazioni S.r.l.  
Unip.  
Maurizio Radici Partecipazioni S.r.l.  
Unip.



**Collegio Sindacale**

**Presidente:**

Aldo Piceni

**Membri:**

Marco Baschenis  
Matteo Perazzi



**Radici Partecipazioni S.p.A.**

**Presidente:**

Angelo Radici

**Vice Presidente:**

Maurizio Radici

**DISCLOSURE**  
**102-5**  
**102-23**

Il modello organizzativo scelto da RadiciGroup è basato sul diretto controllo della gestione da parte della Famiglia Radici che possiede l'intero pacchetto azionario del Gruppo e ne formula le strategie di concerto con il Consiglio di Amministrazione.

Angelo, Maurizio e Paolo Radici, nelle loro funzioni di Presidente, Vice Presidente e Consigliere seguono quotidianamente ed operativamente l'andamento dei Business. Il coinvolgimento degli Azionisti nella gestione del Gruppo avviene attraverso il controllo diretto esercitato sulle funzioni Corporate e sulle Aree di Business (si veda a tal proposito l'organigramma) e attraverso tutti i sistemi di coinvolgimento dell'Alta Direzione previsti dai sistemi di gestione Integrata.

La holding Radici Partecipazioni S.p.A. dirige e coordina l'attività di tutte le società partecipate di RadiciGroup nei settori della chimica, delle materie plastiche, delle fibre sintetiche e dei non tessuti secondo le linee guida espresse dal CDA. Eroga inoltre alcuni servizi centralizzati per le società partecipate attraverso le funzioni corporate (si veda l'organigramma). Radici Partecipazioni è controllata interamente dalla Holding Radicifin S.A.p.A.

Gli organi di cui la holding si avvale per l'amministrazione ed il controllo sono il Consiglio di Amministrazione, con funzioni strategiche e amministrative, ed il Collegio Sindacale. Quest'ultimo è composto da 3 membri, in carica per 3 anni con funzioni di controllo sull'amministrazione. Il CDA, in carica per 1 anno, è composto da 7 membri. Ne fanno parte gli Azionisti di maggioranza insieme a consiglieri che portano la propria expertise specifica in materia economico-finanziaria, amministrativa e legale.

Le attività produttive e commerciali del Gruppo sono affidate alle realtà operative che, su mandato del CDA, attuano il business plan del Gruppo. Definite a seconda della tipologia produttiva o della tecnologia di processo, le business area sono guidate ciascuna da un manager designato dal CDA di Radici Partecipazioni. I Business Area Manager talvolta rivestono anche il ruolo di consigliere delegato delle rispettive aziende, con limiti di ordinaria amministrazione.

Attraverso incontri periodici di allineamento, i BA Manager si confrontano con il CDA e la proprietà sui risultati ottenuti dalle diverse aziende, sulle problematiche e sulle opportunità che man mano emergono nei rispettivi business.

## IL COMITATO ETICO, IL GRUPPO DI COORDINAMENTO GRI E I TEAM DI SOSTENIBILITÀ

Diversi organi affiancano i vertici del Gruppo per quanto riguarda i temi della sostenibilità: il Comitato Etico, il Gruppo di Coordinamento GRI, i team che presidiano la sostenibilità di processo e di prodotto nelle aziende.

Il Comitato Etico di RadiciGroup si compone dei rappresentanti delle seguenti funzioni:

- un Consigliere in rappresentanza del Consiglio di Amministrazione della Holding che assume la presidenza del Comitato;
- il Presidente del collegio sindacale della Holding;
- i responsabili delle funzioni aziendali Human Resources, Legale-Crediti, Marketing e Sostenibilità.

Il Comitato rivolge la propria attenzione in particolare all'applicazione del Codice Etico nelle diverse realtà e, di concerto con il Gruppo GRI, segue i temi della sostenibilità.

Il Gruppo di Coordinamento GRI è composto da uno o più rappresentanti per ciascuna area di business. Ne fanno parte professionalità diverse che spaziano dalla qualità al marketing, dalla sostenibilità alle risorse umane, alla gestione della supply chain. Il gruppo si occupa di progetti per l'implementazione delle molte tematiche di sostenibilità che il modello GRI anno dopo anno suggerisce. Ha inoltre l'incarico di identificare gli aspetti materiali sottoposti poi al vaglio dei vertici aziendali, di redigere il Bilancio di Sostenibilità e di curarne la diffusione.

Nel 2017 il Gruppo di Coordinamento GRI ha seguito in particolare l'affinamento della modellizzazione del contesto del Gruppo, la revisione della mappatura degli Stakeholder, la definizione di un sistema maggiormente legato alle realtà operative per quanto riguarda l'analisi degli aspetti materiali.

Numerosi sono poi i team che si occupano di sostenibilità di prodotto, a livello di singole aziende, di area di business o trasversali a più aree del Gruppo. Interessanti sono stati nel 2017 i progetti legati alle microplastiche, all'economia circolare e al riciclo e alla misurazione degli impatti dei diversi prodotti. Alcuni dei progetti su cui hanno lavorato i team sono raccontati nella parte del Bilancio legata alla sostenibilità di prodotto, uno degli aspetti emersi dall'analisi di materialità.





ENERGIA





# LE PERSONE DI RADICIGROUP

## DISCLOSURE 102-8: INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI E SU ALTRE TIPOLOGIE DI LAVORATORI

Nel 2017 la forza lavoro di RadiciGroup è cresciuta grazie ad acquisizioni societarie e assunzioni. Queste ultime hanno riguardato in particolare giovani, chiamati ad apportare il loro bagaglio di know how in linea con le attuali esigenze del mercato e in grado di produrre una utile contaminazione con le competenze storiche del Gruppo. Una parte della selezione e dell'inserimento del personale neoassunto di produzione è stata effettuata in collaborazione con agenzie per il lavoro del territorio per individuare le figure più idonee rispetto alle esigenze aziendali, con la prospettiva, nella maggior parte dei casi, di un futuro inserimento in azienda.

Tabella 1 I LAVORATORI DI RADICIGROUP

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Totale Dipendenti*	2.156	2.165	<b>2.227</b>	811	799	<b>826</b>	2.967	2.964	<b>3.053</b>
n	Totale Lavoratori*	2.198	2.250	<b>2.345</b>	818	817	<b>842</b>	3.016	3.067	<b>3.187</b>

\* al 31/12/2017

Considerando infatti i Dipendenti, pur restando prevalente una fascia di età intermedia (30-50 anni), si rafforza la categoria al di sotto dei 30 anni (si vedano i grafici sotto riportati) soprattutto nelle aziende Europee ed Americane. Anche in funzione dell'innalzamento progressivo dell'età pensionabile, resta importante la fascia di Lavoratori ultracinquantenni, le cui competenze rimangono aggiornate grazie a piani di formazione continua rendicontati a seguire nel Bilancio.

Tabella 2 I LAVORATORI DI RADICIGROUP PER FASCIA DI ETÀ

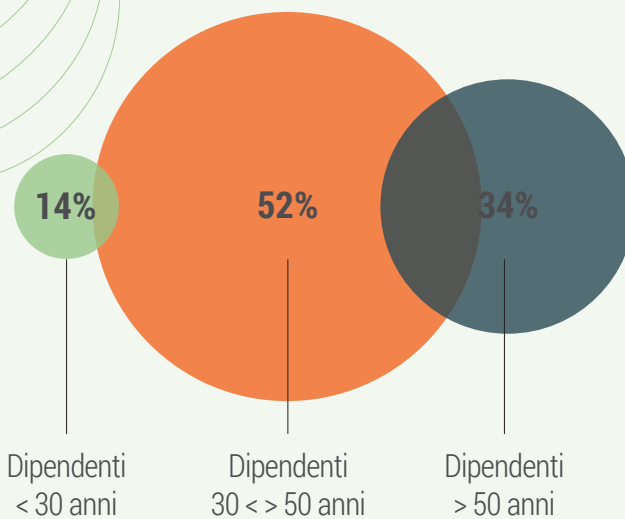
		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Dipendenti < 30 anni	200	219	<b>272</b>	104	111	<b>165</b>	304	330	<b>437</b>
n	Dipendenti 30 <-> 50 anni	1.258	1.185	<b>1.130</b>	542	511	<b>454</b>	1.800	1.696	<b>1.584</b>
n	Dipendenti > 50 anni	698	761	<b>825</b>	165	177	<b>207</b>	863	938	<b>1.032</b>

Tabella 3

**I LAVORATORI DI RADICIGROUP PER FASCIA DI ETÀ E AREA GEOGRAFICA**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
<b>ITALIA</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	56	51	<b>58</b>	19	21	<b>24</b>	75	72	<b>82</b>
n	Dipendenti 30 <> 50 anni	744	685	<b>632</b>	192	185	<b>174</b>	936	870	<b>806</b>
n	Dipendenti > 50 anni	453	510	<b>560</b>	83	88	<b>100</b>	536	598	<b>660</b>
n	<b>Totale</b>	1.253	1.246	<b>1.250</b>	294	294	<b>298</b>	1.547	1.540	<b>1.548</b>
<b>RESTO D'EUROPA</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	63	72	<b>122</b>	56	58	<b>109</b>	119	130	<b>231</b>
n	Dipendenti 30 <> 50 anni	339	330	<b>296</b>	306	282	<b>238</b>	645	612	<b>534</b>
n	Dipendenti > 50 anni	189	189	<b>206</b>	71	79	<b>96</b>	260	268	<b>302</b>
n	<b>Totale</b>	591	591	<b>624</b>	433	419	<b>433</b>	1.024	1.010	<b>1.067</b>
<b>ASIA</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	20	31	<b>20</b>	9	14	<b>14</b>	29	45	<b>34</b>
n	Dipendenti 30 <> 50 anni	20	20	<b>44</b>	2	3	<b>7</b>	22	23	<b>51</b>
n	Dipendenti > 50 anni	1	1	<b>1</b>	1	1	<b>0</b>	2	2	<b>1</b>
n	<b>Totale</b>	41	52	<b>65</b>	12	18	<b>21</b>	53	70	<b>86</b>
<b>AMERICA</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	61	65	<b>72</b>	20	18	<b>18</b>	81	83	<b>90</b>
n	Dipendenti 30 <> 50 anni	155	150	<b>158</b>	42	41	<b>35</b>	197	191	<b>193</b>
n	Dipendenti > 50 anni	55	61	<b>58</b>	10	9	<b>11</b>	65	70	<b>69</b>
n	<b>Totale</b>	271	276	<b>288</b>	72	68	<b>64</b>	343	344	<b>352</b>
n	<b>TOTALE DIPENDENTI</b>	2.156	2.165	<b>2.227</b>	811	799	<b>826</b>	2.967	2.964	<b>3.053</b>

## DIPENDENTI PER FASCIA DI ETÀ – 2017



## PERCENTUALE DIPENDENTI PER FASCIA DI ETÀ E PER AREA GEOGRAFICA

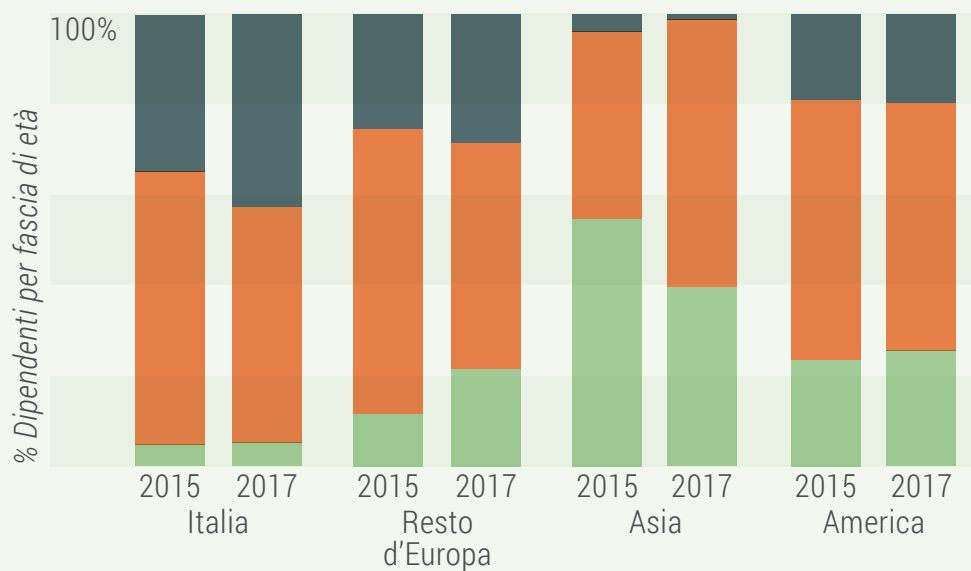


Tabella 4

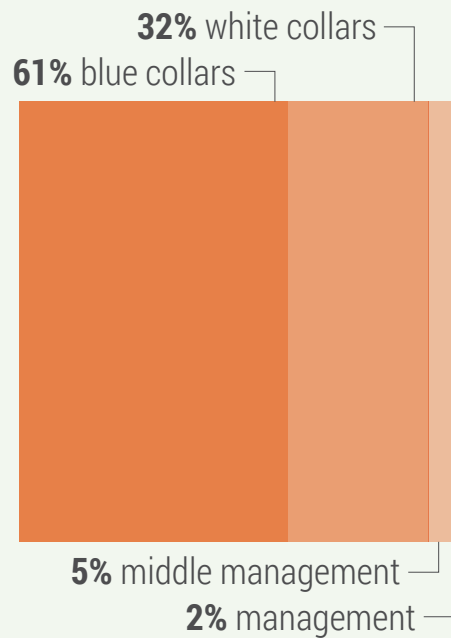
**DIPENDENTI PER FASCIA DI ETÀ E GENERE**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
<b>MANAGEMENT</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
n	Dipendenti 30 <-> 50 anni	43	33	29	10	13	11	53	46	40
n	Dipendenti > 50 anni	27	40	33	2	4	5	29	44	38
n	<b>Totale</b>	70	73	62	12	17	16	82	90	78
<b>MIDDLE MANAGEMENT</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	5	0	1	1	1	2	6	1	3
n	Dipendenti 30 <-> 50 anni	80	85	75	30	30	29	110	115	104
n	Dipendenti > 50 anni	52	39	48	8	10	11	60	49	59
n	<b>Totale</b>	137	124	124	39	41	42	176	165	166
<b>WHITE COLLARS</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	22	32	26	36	40	43	58	72	69
n	Dipendenti 30 <-> 50 anni	202	198	201	168	172	167	370	370	368
n	Dipendenti > 50 anni	100	128	153	40	41	56	140	169	209
n	<b>Totale</b>	324	358	380	244	253	266	568	611	646
<b>BLUE COLLARS</b>										
n	Dipendenti < 30 anni	173	187	245	67	70	120	240	257	365
n	Dipendenti 30 <-> 50 anni	933	869	825	334	296	247	1267	1165	1072
n	Dipendenti > 50 anni	519	554	591	115	122	135	634	676	726
n	<b>Totale</b>	1.625	1.610	1.661	516	488	502	2.141	2.098	2.163
n	<b>TOTALE DIPENDENTI</b>	2.156	2.165	2.227	811	799	826	2.967	2.964	3.053

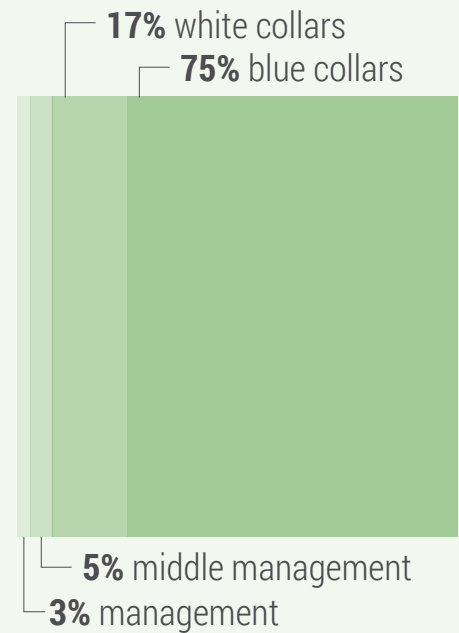
Tabella 5 I DIPENDENTI PER CATEGORIA E GENERE 2017

	DONNE		UOMINI	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Management	16	1,9%	62	2,8%
Middle management	42	5,1%	124	5,6%
White collars	266	32,2%	380	17,1%
Blue collars	502	60,8%	1.661	74,6%
<b>Totale Dipendenti</b>	<b>826</b>	<b>100%</b>	<b>2.227</b>	<b>100%</b>

**SUDDIVISIONE DONNE  
PER CATEGORIA  
2017**



**SUDDIVISIONE UOMINI  
PER CATEGORIA  
2017**



La collocazione geografica dei Dipendenti è il risultato di un processo di internazionalizzazione iniziato negli anni '90 con una specifica filosofia: la valorizzazione della cultura imprenditoriale di ogni paese. Oggi RadiciGroup è sempre più una realtà globale che vede una presenza sostanzialmente paritetica di Lavoratori italiani (51% della forza lavoro) e di Lavoratori provenienti dalle altre parti del mondo. Si tratta di una condizione che pone numerose sfide per garantire a tutte le persone del Gruppo le medesime tutele ed opportunità di crescita adeguandole però ai diversi contesti culturali.

**GRI 102-8:**  
**TOTALE FORZA LAVORO**  
**PER TIPOLOGIA DI**  
**IMPIEGO, CONTRATTO,**  
**AREA GEOGRAFICA**  
**E GENERE**

Tabella 6 **FORZA LAVORO PER AREA GEOGRAFICA\***

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Italia	1.287	1.297	<b>1.342</b>	300	301	<b>312</b>	1.587	1.598	<b>1.654</b>
n	Resto d'Europa	596	597	<b>633</b>	433	429	<b>443</b>	1.029	1.026	<b>1.076</b>
n	Asia	44	60	<b>67</b>	13	18	<b>21</b>	57	78	<b>88</b>
n	America	271	296	<b>303</b>	72	69	<b>66</b>	343	365	<b>369</b>
n	<b>Totale</b>	<b>2.198</b>	<b>2.250</b>	<b>2.345</b>	<b>818</b>	<b>817</b>	<b>842</b>	<b>3.016</b>	<b>3.067</b>	<b>3.187</b>

\*la forza lavoro comprende: i Lavoratori interinali e i Lavoratori dipendenti

Tabella 7 **DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Italia	1.253	1.246	<b>1.250</b>	294	294	<b>298</b>	1.547	1.540	<b>1.548</b>
n	Resto d'Europa	591	591	<b>624</b>	433	419	<b>443</b>	1.024	1.010	<b>1.067</b>
n	Asia	41	52	<b>65</b>	12	18	<b>21</b>	53	70	<b>86</b>
n	America	271	276	<b>288</b>	72	68	<b>64</b>	343	344	<b>352</b>
n	<b>Totale</b>	<b>2.156</b>	<b>2.165</b>	<b>2.227</b>	<b>811</b>	<b>799</b>	<b>826</b>	<b>2.967</b>	<b>2.964</b>	<b>3.053</b>

Tabella 8 **LAVORATORI INTERINALI IN RAPPORTO ALLA FORZA LAVORO**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
%	Lavoratori interinali in rapporto alla forza lavoro	1,9%	3,8%	<b>5,0%</b>	0,9%	2,2%	<b>1,9%</b>	1,6%	3,4%	<b>4,2%</b>
n		42	85	<b>118</b>	7	18	<b>16</b>	49	103	<b>134</b>

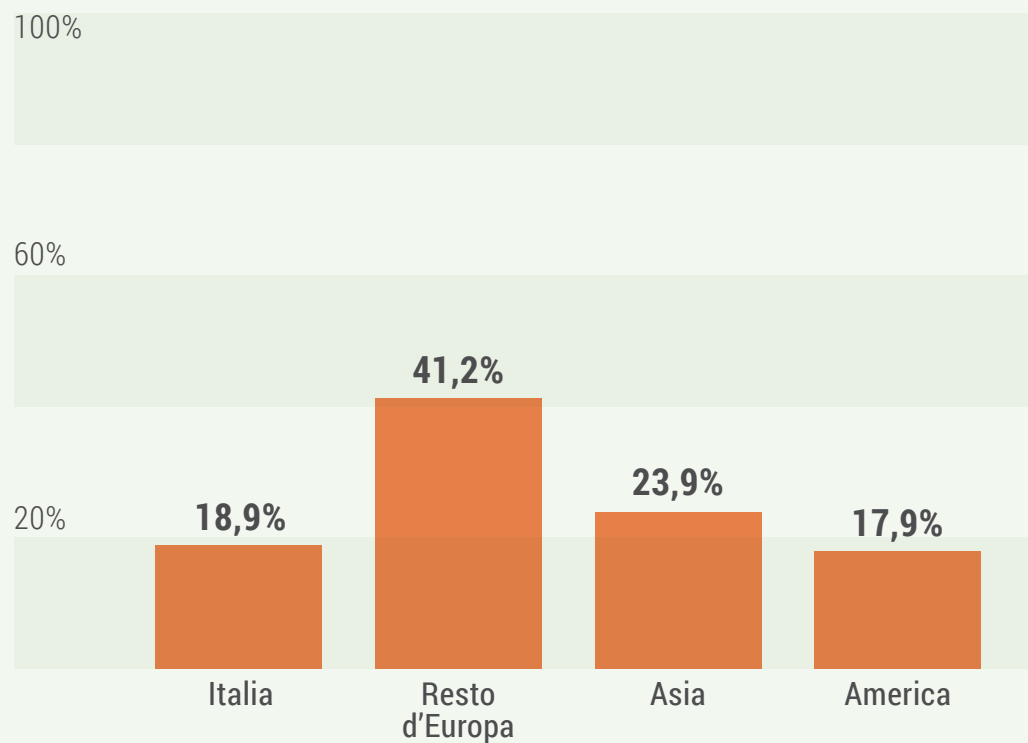


Tabella 9 **PERCENTUALE DELLA FORZA LAVORO FEMMINILE PER AREA GEOGRAFICA\***

		2015	2016	2017
%	Europa (Italia + Resto d'Europa)	28,0%	27,8%	<b>27,7%</b>
%	Italia	18,9%	18,8%	<b>18,9%</b>
%	Resto d'Europa	42,1%	41,8%	<b>41,2%</b>
%	Asia	22,8%	23,1%	<b>23,9%</b>
%	America	21,0%	18,9%	<b>17,9%</b>

\*la forza lavoro comprende: le Lavoratrici interinali e le Lavoratrici dipendenti

**PERCENTUALE DELLA FORZA LAVORO FEMMINILE PER AREA GEOGRAFICA\* 2017**



Importante forma di tutela dei Lavoratori è la contrattazione: presso RadiciGroup si riscontra un elevato livello di contrattazione collettiva, nazionale o aziendale, che nel 2017 è stato pari all'87,4%. Alla totalità dei Dipendenti italiani di RadiciGroup viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) dei vari settori di riferimento. Nelle sedi europee si applicano, in prevalenza, contratti aziendali. In alternativa, la legislazione di tutela dei Lavoratori e il mercato del lavoro di ogni paese indicano gli standard contrattuali e salariali cui attenersi.

La tipologia di contratti in essere è prova dell'importanza da sempre attribuita dal Gruppo alla continuità del rapporto di lavoro, con un 91% di contratti a tempo indeterminato, in lieve decrescita (-3% circa) nel triennio.

**GRI 102-8:**  
**DIPENDENTI PER GENERE**  
**E TIPOLOGIA DI IMPIEGO**  
**E DI CONTRATTO**

Tabella 10 **FORZA LAVORO E DIPENDENTI PER GENERE E TIPOLOGIA DI IMPIEGO E DI CONTRATTO**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Tempo Indeterminato	2.066	2.064	2.065	737	728	719	2.803	2.792	2.784
n	Tempo Determinato	90	101	162	74	71	107	164	172	269
%	<b>Tempo indeterminato su totale dei Dipendenti</b>	<b>95,8%</b>	<b>95,3%</b>	<b>92,7%</b>	<b>90,9%</b>	<b>91,1%</b>	<b>87,0%</b>	<b>94,5%</b>	<b>94,2%</b>	<b>91,2%</b>
n	Full Time (indeterminato)	2.044	2.025	2.036	636	628	613	2.680	2.653	2.649
n	Part Time (indeterminato)	22	39	29	101	100	106	123	139	135
%	<b>Full Time (indeterminato) su totale dei Dipendenti</b>	<b>98,9%</b>	<b>98,1%</b>	<b>98,6%</b>	<b>86,3%</b>	<b>86,3%</b>	<b>85,3%</b>	<b>95,6%</b>	<b>95,0%</b>	<b>95,2%</b>
n	Full Time (determinato + indeterminato)	2.134	2.126	2.198	710	699	720	2.844	2.825	2.918
n	Part Time (determinato + indeterminato)	22	39	29	101	100	106	123	139	135
%	<b>Full Time su totale dei Dipendenti</b>	<b>99,0%</b>	<b>98,2%</b>	<b>98,7%</b>	<b>87,5%</b>	<b>87,5%</b>	<b>87,2%</b>	<b>95,9%</b>	<b>95,3%</b>	<b>95,6%</b>

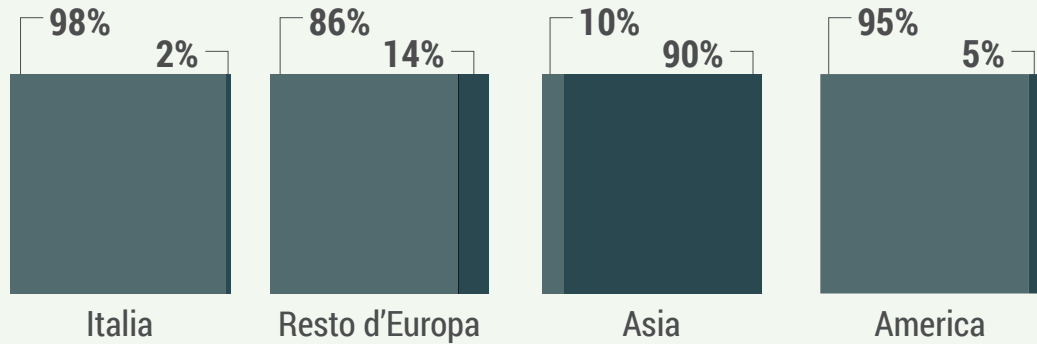
Tabella 11 **DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO PER AREA GEOGRAFICA**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Italia	1.241	1.239	<b>1.230</b>	286	285	<b>289</b>	1.527	1.524	<b>1.519</b>
n	Resto d'Europa	557	551	<b>553</b>	378	375	<b>367</b>	935	926	<b>920</b>
n	Asia	2	5	<b>7</b>	1	1	<b>2</b>	3	6	<b>9</b>
n	America	266	269	<b>275</b>	72	67	<b>61</b>	338	336	<b>336</b>

Tabella 12 **DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E AREA GEOGRAFICA 2017**

		TOTALE DIPENDENTI	TEMPO INDETERMINATO	TEMPO DETERMINATO	% TEMPO INDETERMINATO
n	Italia	1.548	1.519	29	98%
n	Resto d'Europa	1.067	920	147	86%
n	Asia	86	9	77	10%
n	America	352	336	16	95%

**PERCENTUALE TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO  
PER AREA GEOGRAFICA – 2017**



■ Tempo indeterminato    ■ Tempo determinato

Tabella 13 **PERCENTUALE PART TIME PERSONALE FEMMINILE SU TOTALE PERSONALE PART TIME**

	2015	2016	2017
%	82,1	71,9	78,5

Tabella 14 **DIPENDENTI PART TIME PER AREA GEOGRAFICA**

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
n	Italia	16	16	14	79	75	82	95	91	96
n	Resto d'Europa	6	23	15	20	23	23	26	46	38
n	Asia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
n	America	0	0	0	2	2	1	2	2	1

Tabella 15 **DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E AREA GEOGRAFICA 2017**

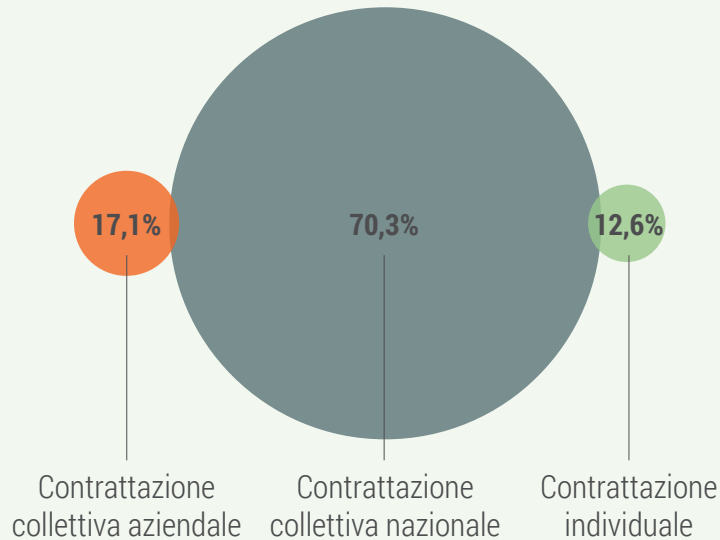
		DIPENDENTI	PART TIME	FULL TIME	% PART TIME
n	Italia	1.548	96	1.452	6,2%
n	Resto d'Europa	1.067	38	1.029	3,6%
n	Asia	86	0	86	0,0%
n	America	352	1	351	0,3%

**GRI 102-41:**  
**PERCENTUALE DI**  
**DIPENDENTI COPERTI**  
**DA CONTRATTAZIONE**  
**COLLETTIVA**

Tabella 16 **TIPOLOGIA DI CONTRATTAZIONE**

		2015	2016	2017
n	Contrattazione collettiva nazionale	2.229	2.121	2.146
n	Contrattazione collettiva aziendale	124	504	521
n	Contrattazione individuale	614	339	386
n	Totale Dipendenti	2.967	2.964	3.053
%	Percentuale contrattazione individuale	20,7	11,4	12,6
%	Percentuale contrattazione collettiva	79,3	88,6	87,4

**GRI 102-41 PERCENTUALE DI DIPENDENTI  
 COPERTI DA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA**







GIOVINEZZA





# L'ANDAMENTO DEI BUSINESS

Testi tratti dalla Relazione degli Amministratori sull'andamento della gestione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2017.

## DISCLOSURE

102-2

102-6

102-7

Il Gruppo continua da tempo a perseguire la strategia di focalizzazione nei suoi core business strategici, la chimica del nylon, i tecnopolimeri e le fibre sintetiche. L'obiettivo è quello di migliorare la posizione competitiva sul mercato raggiungendo un sostanziale equilibrio fra le aree geografiche in cui opera, con lo scopo di essere meno dipendente dall'andamento dei singoli mercati e di rafforzare il cash-flow destinato sia a ridurre l'indebitamento, sia a finanziare nuove iniziative nei business strategici.

Il bilancio consolidato al 31 dicembre 2017 ha evidenziato risultati ampiamente soddisfacenti con un valore prodotto di 1.110.580 migliaia di Euro, un margine operativo lordo di 161.553 migliaia di euro e un reddito operativo di 119.709 migliaia di euro. L'utile dell'esercizio, al netto degli ammortamenti e delle svalutazioni, è stato di 81.837 migliaia Euro. I risultati del primo trimestre 2018 sono buoni: il fatturato si è attestato in aumento sia rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente (+5%) sia rispetto al budget (+5%) laddove i margini sono positivi e confermano il trend del 2017.



**SPECIALTY  
CHEMICALS**

**SYNTHETIC FIBRES  
& NONWOVENS**

**PERFORMANCE  
PLASTICS**

**PERFORMANCE  
YARN**

**COMFORT  
FIBRES**

**EXTRUSION  
YARN**

## BUSINESS AREA SPECIALTY CHEMICAL

**I RISULTATI DELLA BA HANNO EVIDENZIATO  
ANDAMENTI POSITIVI DELLE VENDITE  
RISPETTO AL 2016 SIA IN TERMINI DI  
VOLUMI CHE DI PREZZI MEDI NELLE  
DUE PRINCIPALI AREE DI PRODOTTO:  
I POLIMERI E L'ACIDO ADIPICO.**

L'Area Specialty Chemicals è presente nel settore degli intermedi e dei polimeri per l'industria plastica, mediante la produzione di Acido Adipico, destinato alle produzioni di Poliammide 6.6, di poliuretani e di plastificanti. La Poliammide 6.6 e relativi copolimeri sono ampiamente utilizzati nel settore tessile e in quello dei compound, dello stampaggio e dell'estrusione. L'introduzione nella gamma dei prodotti dei polimeri a catena lunga PA6.10 e PA 6.12 ha trovato spazio favorevole nei mercati dei compound, dello stampaggio ad iniezione dei manufatti industriali e ancora nell'industria tessile. In un contesto di incremento della capacità produttiva mondiale, l'Area Specialty Chemicals ha mantenuto la sua posizione concorrenziale tra i produttori mondiali di Acido Adipico, grazie ai due impianti produttivi ubicati a Novara e a Zeitz; inoltre risulta tra i pochi produttori europei con processo integrato per il polimero.

I risultati della BA hanno evidenziato andamenti positivi delle vendite rispetto al 2016 sia in termini di volumi che di prezzi medi nelle due principali aree di prodotto: i Polimeri e l'Acido Adipico. Il fatturato della BA è dunque superiore del 35% rispetto al 2016, sostenuto proprio dai prezzi medi di vendita, che hanno accompagnato l'andamento del costo delle principali materie prime, ma che soprattutto hanno beneficiato della domanda di mercato a livelli elevati. Il margine di contribuzione si è mantenuto positivo, in aumento rispetto all'esercizio precedente e ha permesso un'ottima copertura dei costi di struttura e degli ammortamenti.

Per quanto riguarda la posizione di mercato, la Business Area ha conservato il proprio livello relativo nei confronti dei principali concorrenti, facendo valere la capacità di fornitura ai Clienti anche in condizione di limitazione di offerta generale e mantenendo quali propri punti di forza il servizio di consegna ai Clienti e la garanzia di qualità dei prodotti.

L'andamento economico della Business Area nel primo trimestre 2018 si è mantenuto molto positivo. La domanda si mantiene ai livelli elevati dell'anno precedente, i siti produttivi stanno sfruttando al massimo la capacità produttiva, riuscendo a migliorare anche la produzione media mensile rispetto al 2017. Il fatturato è in crescita (+11%) rispetto allo stesso periodo del 2017 e il margine operativo lordo è significativo e superiore rispetto alle aspettative.

# BUSINESS AREA PERFORMANCE PLASTICS

**I BUONI LIVELLI DI QUALITÀ E L'INTEGRAZIONE RAGGIUNTI DALLE SOCIETÀ INSIEME AI VANTAGGI COMPETITIVI CREATI NEGLI ANNI SONO GLI ELEMENTI DI UNA STRATEGIA CHE NELL'ULTIMO TRIENNIO HA PREMIATO GLI SFORZI DELL'AREA. L'INTERA STRUTTURA, È OGGI INTERAMENTE ORIENTATA AL CLIENTE AFFINCHÉ POSSA OTTENERE UN SERVIZIO SEMPRE PIÙ COMPLETO E, SOPRATTUTTO, UNA GAMMA SEMPRE MAGGIORE DI PRODOTTI.**

L'Area Performance Plastics è attiva nella lavorazione della poliammide 6.6 acquistata dall'Area Chimica e della poliammide 6 acquistata quasi interamente dall'area Performance Yarn grazie alla filiera integrata di RadiciGroup.

I polimeri di poliammide vengono compoundati e additivati con colori, fibra di vetro ed elastomeri, ottenendo un'ampia gamma di prodotti ad elevate performance. Clienti dell'area Materie Plastiche sono le aziende di estrusione e stampaggio, mentre i settori di utilizzo finale sono quello elettrico ed elettronico, il settore dell'auto tradizionale e della e-mobility, dell'arredamento e degli elettrodomestici. Nel corso dell'esercizio 2017 la BA Performance Plastics ha dovuto confrontarsi con le mutate condizioni di mercato delle materie prime. I prezzi di queste ultime sono cresciuti sensibilmente in tutte le aree dove sono collocati i siti della BA, seppur in proporzioni diverse a seconda dei paesi, causando inevitabilmente una contrazione dei margini. Nello stesso tempo però i volumi di vendita sono sensibilmente migliorati e la messa a regime dell'"operazione Invista" datata ottobre 2016 ha consentito di realizzare una importante crescita di fatturato (+21%) e un risultato in termini di margini operativo lordo in linea con le aspettative di budget.

Nel corso del 2017, infatti, il sito olandese Radici Plastics BV ha prodotto i materiali Torzen ex-Invista e nello stesso tempo supportato gli altri siti europei della BA nei momenti di maggior saturazione. Nel sito americano di Radici Plastics USA è stato inoltre completato il trasferimento degli assets acquisiti da Invista. Quale considerazione generale, l'operazione conclusa con Invista ha aperto nuovi scenari ed offerto importanti opportunità di crescita alla BA.

Nel mese di giugno è entrata in funzione una nuova linea produttiva in Germania: investimento di notevole importanza per far fronte alla costante crescita dei volumi di vendita in Europa. Sempre nello stesso piano di incremento di capacità produttiva si inseriscono le due nuove linee produttive (una in sostituzione di una vecchia) che verranno installate nel corso del 2018 nel sito di Villa d'Ogna.

I buoni livelli di qualità e l'integrazione raggiunti dalle società insieme ai vantaggi competitivi creati negli anni sono gli elementi di una

strategia che nell'ultimo triennio ha premiato gli sforzi dell'Area. L'intera struttura, è oggi interamente orientata al cliente affinché possa ottenere un servizio sempre più completo e, soprattutto, una gamma sempre maggiore di prodotti.

Nel primo trimestre 2018 la BA ha registrato una performance in crescita rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. I volumi di vendita sono cresciuti del 7,7% e il fatturato del 12%. L'incidenza del costo delle materie prime sul fatturato è ancora in crescita, ma l'aumento dei volumi e il contenimento dei costi fissi, consentono di raggiungere un risultato reddituale superiore a quello dell'esercizio precedente.

## BUSINESS SYNTHETIC FIBRES & NONWOVENS

Le seguenti Business Lines sono parte di quest'Area di business:

Tabella 17

Comfort Fibres	B.L. POLYAMIDE
	B.L. POLYAMIDE BRASILE
	B.L. POLYESTER
	B.L. ACRYLIC
Performance Yarn	B.L. FLOOR COVERING&INDUSTRIAL
Extrusion Yarn	B.L. SPUNBOND (Dylar®)
	B.L. SPECIALTY (Radigreen®)

### BA COMFORT FIBRES

La Business Area raccoglie numerose aziende del Gruppo ed è attiva nel settore della produzione di polimero e fiocco di PA6, filati in poliammide 6 e 6.6 e 6.10, nonché filati di poliestere vergine e riciclato, principalmente rivolti al mercato dell'abbigliamento, dell'arredamento e degli interni auto.

#### BUSINESS LINE POLYAMIDE

I principali settori di riferimento per questa Business Line sono:

- Maglieria indemagliabile e tessuti elastici.
- Tessitura.

---

**NEL 2017 LA BUSINESS LINE POLYAMIDE HA VENDUTO I PROPRI PRODOTTI, DESTINATI AI DIVERSI IMPIEGHI, SECONDO UNA RIPARTIZIONE GEOGRAFICA CHE VEDE LA NETTA PREVALENZA DEI MERCATI ITALIANO ED EUROPEO SUL RESTO DEL MONDO. SI TRATTA DI MERCATI DIFFICILI, CHE RICHIEDONO PRODOTTI AD ELEVATE PERFORMANCE E AD ALTO GRADO DI CUSTOMIZZAZIONE.**

- Calzetteria femminile e maschile.
- Maglieria circolare, nastri e bende.
- Fibre discontinue (fiocco) per abbigliamento e tessuti non tessuti.
- Fibre discontinue (fiocco) per pavimentazione tessile.

Nel 2017 la Business Line Polyamide ha venduto i propri prodotti, destinati ai diversi impieghi, secondo una ripartizione geografica che vede la netta prevalenza dei mercati italiano ed europeo sul resto del mondo. Si tratta di mercati difficili, che richiedono prodotti ad elevate performance e ad alto grado di customizzazione.

Nel corso dell'anno tali mercati hanno raggiunto una certa stabilità della domanda e la crescita economica globale e regionale, registrata nel 2017, ha avuto un impatto moderato sulla crescita dei settori di riferimento, pur con qualche eccezione positiva.

L'andamento delle vendite è stato marcatamente differente tra il primo e il secondo semestre del 2017. Il primo è stato caratterizzato da una domanda superiore alle attese per poi regredire, nella seconda parte dell'anno, alla dimensione dei livelli consueti e previsti. Le principali ragioni di tale fenomeno sono state:

- il continuo aumento dei prezzi delle materie principali che hanno indotto molti Clienti a stoccare prodotti;
- l'improvvisa ripresa della domanda asiatica, cinese in particolare, che ha ridotto le disponibilità di acquisto di prodotti di importazione;
- l'inattesa crescita di domanda da parte delle principali catene di distribuzione abbigliamento europee.

Quale considerazione generale, le vendite, se confrontate al 2016, sono state nel complesso superiori con incrementi significativi sia in valore che in volume.

Visto il marcato aumento delle materie prime principali nel primo semestre 2017, si è cercato di intraprendere una serie di azioni commerciali finalizzate al trasferimento di tali aumenti di costo ai prezzi di vendita dei prodotti. Nel secondo semestre 2017 si sono manifestati anche gli effetti della forte rivalutazione dell'Euro sul dollaro americano che ha reso più competitivo, quindi aggressivo, l'import dalle aree asiatiche senza, come contropartita, rendere più competitiva la BA nelle vendite in aree geografiche la cui divisa di riferimento è il dollaro americano. Inoltre il marcato differenziale di costo di alcune materie prime principali registrato tra Europa e Asia ha aumentato la competitività dei concorrenti orientali.



In tale contesto sono state rafforzate le azioni di riposizionamento delle vendite e la diversificazione dei prodotti, al fine di contenere la fisiologica contrazione della domanda di commodities e, più in generale, sviluppare articoli di maggior valore, meno attaccabili dalla concorrenza.

La parte finale del 2017 ha mostrato una certa debolezza della domanda, accompagnata da stabilità nell'andamento dei prezzi delle materie prime principali anche se sono attesi rincari, su tutti i fronti, nel corso del 2018.

Il margine operativo lordo della BA è risultato prossimo a quanto registrato nell'esercizio precedente. Ciò, commisurato all'andamento dei costi delle materie prime e alla situazione del mercato, riflette complessive buone performance commerciali, di prodotto e di gestione. Inoltre, la BA, coerente con le scelte fatte, si pone l'obiettivo di conservare il proprio posizionamento nel mercato mantenendo gli attuali soddisfacenti livelli di utilizzo degli impianti e attuando politiche rispettose di un buon equilibrio tra prezzo-margine e servizio. In aggiunta a ciò, quali specifici obiettivi 2018, l'area di business intende perseguire il rafforzamento dello sviluppo di prodotti con maggiore valore ed elevate barriere concorrenziali e la generazione di un buon livello di marginalità, anche attraverso un costante monitoraggio dei costi e un'incisiva azione di ottimizzazione delle performance.

#### **BUSINESS LINE POLYAMIDE BRASILE**

I principali settori di riferimento per questa Business Line sono:

- Maglieria e maglieria indemagliabile (tessuti elasticizzati).
- Testurizzazione.

Il 2017 ha registrato un leggero recupero dell'attività economica brasiliana con un PIL del 1%, dopo due anni di forte recessione.

I principali fattori della crescita sono stati:

1. Miglioramento della bilancia commerciale che ha chiuso con il dato positivo di 67 miliardi di dollari;
2. Produzione agricola record con 240 milioni di tonnellate di granaglie (soia, mais e grano) per buona parte destinate all'esportazione;
3. Nella prima parte dell'anno una buona stabilità di governo che ha permesso il varo di alcune importanti riforme e di una buona legge di programmazione economica che ha introdotto tagli ai costi della macchina statale;
4. Controllo dell'inflazione e riduzione dei tassi di interesse sui prestiti.



In tale contesto anche la BA nel 2017 ha mostrato un miglioramento dei ricavi (+10%) e del margine operativo lordo.

Le previsioni sull'economia brasiliana per il 2018 sono incoraggianti, sebbene ancora incerte, e potenzialmente molto condizionabili dall'evolversi della situazione politica. Nonostante segnali e previsioni positive, l'incertezza politica, la vastità della platea di politici indagati e condannati nell'ambito della azione della Magistratura e Polizia Federale fanno sì che la fiducia degli investitori continui ad essere ai minimi.

---

**IL 2017 HA REGISTRATO UN LEGGERO RECUPERO DELL'ATTIVITÀ ECONOMICA BRASILIANA CON UN PIL DEL 1%, DOPO DUE ANNI DI FORTE RECESSIONE. IN TALE CONTESTO ANCHE LA BA NEL 2017 HA MOSTRATO UN MIGLIORAMENTO DEI RICAVI (+10%) E DEL MARGINE OPERATIVO LORDO.**

In tale contesto la BA vede la propria performance condizionata anche dal forte aumento del costo delle materie prime, acuito dallo sfavorevole cambio con l'Euro, in un mercato che ha come moneta di riferimento il dollaro. Alla luce di questo fatto, si prevede di rafforzare l'azione di parziale modifica del mix di vendita al fine di migliorare sensibilmente la marginalità e soprattutto fare da traino alla vendita di prodotti standard. La grande attenzione alla gestione dei costi, alle rese produttive e alla qualità dei prodotti faranno da corollario alle azioni commerciali sopra illustrate al fine di massimizzare la competitività dell'organizzazione e puntare ad ottenere un risultato positivo anche nel 2018.

#### **BUSINESS LINE POLYESTER**

I settori di mercato di riferimento per la questa Business Line sono principalmente:

- Maglieria indemagiabile.
- Tessitura.
- Testurizzazione.
- Tessuti tecnici.
- Arredamento.
- Interni auto.

Nel 2017 la Business Line Polyester ha venduto i propri prodotti, destinati ai diversi impieghi, secondo la una ripartizione geografica che vede la netta prevalenza dei mercati italiano ed europeo sul resto del mondo. Si tratta di mercati difficili, che richiedono prodotti ad elevate performance e ad alto grado di customizzazione.

Per quanto riguarda lo scenario, valgono per questo comparto del Gruppo le medesime considerazioni espresse in precedenza per la Business Line Polyamide. In tale contesto le vendite, se comparate a quelle del 2016, sono state nel complesso superiori e sono stati registrati incrementi significativi sia in valore che in volume.

In particolare, considerato il marcato aumento delle materie prime nel primo semestre 2017, si sono intraprese azioni commerciali finalizzate al trasferimento degli aumenti di costo sui prezzi di vendita dei prodotti. Tuttavia, come noto, sussiste sempre un ritardo tra il verificarsi dei due effetti e ciò ha avuto un impatto leggermente negativo sui risultati economico-finanziari del periodo.

Analogamente a quanto si è verificato per la Business Line Polyamide, nel secondo semestre 2017 si sono manifestati anche gli effetti della forte rivalutazione dell'Euro sul dollaro americano che ha reso più competitivo, quindi aggressivo, l'import dall'Asia senza però rendere più competitive le vendite nelle aree in la cui divisa di riferimento è il dollaro stesso.

La BA non è ad oggi in grado di produrre e vendere, in modo competitivo, prodotti classificabili come "commodities", di normale appannaggio dei produttori asiatici, per cui si è adeguatamente posizionata in quelle nicchie di mercato ("specialties") che, per tipologia di articoli e di servizio richiesti, non solo risultano difficilmente attaccabili da concorrenti orientali, ma offrono opportunità di ricavo in linea con gli elevati costi di produzione europei.

Tale processo continuerà anche nel corso dei prossimi anni. Parallelamente a ciò, è intenzione della Business Line rafforzare e allargare la collaborazione con altre società del Gruppo, in particolare con le società appartenenti alla Business Line Polyamide – operanti nel settore tessile affine – al fine di rendere l'azione commerciale, di marketing, produttiva e l'organizzazione complessiva ancora più competitive offrendo livelli di servizio e innovazione ancor più elevati. Il margine operativo lordo della BA è risultato in linea con quello registrato nell'esercizio precedente. Ciò, commisurato al particolare andamento dei costi delle materie prime e alla situazione di mercato, riflette complessive buone performance commerciali, di prodotto e di gestione.

Dopo una parte finale del 2017 con una domanda contenuta, all'avvio del nuovo esercizio si è registrata una moderata crescita ed il primo semestre del 2018 è risultato in linea sia con i risultati di fatturato e margine espressi nel 2017 che con le previsioni di budget 2018. La Business Line, coerente con le proprie scelte commerciali e gestionali, si pone anche nel 2018 l'obiettivo di conservare un opportuno posizionamento di mercato mantenendo, al tempo stesso, i consueti livelli di utilizzo degli impianti e rafforzando ulteriormente politiche commerciali attente all'equilibrio tra prezzo/margine e servizio.

### **BUSINESS LINE ACRYLIC**

La Business Line Acrylic che ha la sua sede in Argentina è legata alla trasformazione e commercializzazione di fibra acrilica prevalentemente destinata all'abbigliamento.

Anche nel 2017 l'economia argentina è stata caratterizzata da un contesto generale di debolezza, con tassi d'inflazione molto elevati. Il potere d'acquisto è ulteriormente diminuito, con effetti negativi sulla domanda interna. Il sistema produttivo ha risentito pesantemente della maggior competitività dei produttori dei paesi limitrofi, in particolare di Brasile e Cile. Produrre in Argentina è diventato estremamente oneroso, fatto che trova eco anche nella produzione tessile, calata di circa il 6,7% nel 2017 principalmente a causa delle maggiori importazioni di prodotti intermedi e semilavorati (aumentate di oltre il 33% rispetto al 2016).

Per quanto riguarda Cordonsed, soprattutto grazie a una profonda razionalizzazione dei costi di produzione realizzata negli ultimi due anni, al miglioramento della logistica e dell'assistenza post vendita, unitamente al recupero di alcuni Clienti, la società è riuscita a mantenere quasi invariate rispetto al 2016 le vendite di top e di fiocco. Per quanto riguarda le vendite di filati, grazie all'acquisto di nuove macchine e al revamping di quelle già esistenti, la capacità produttiva installata è quasi raddoppiata, permettendo di seguire il trend di mercato che va verso un aumento dei consumi di filati a discapito delle vendite di top; la vendita di filati su base annua è crescita del 47% con buoni effetti sulla redditività dell'azienda.


Il primo trimestre del 2018 è stato caratterizzato da vendite di top in calo e da una forte crescita del costo delle materie, mentre continua il trend positivo delle vendite di filati. Obiettivo strategico dell'azienda per il 2018 è principalmente lo sviluppo di nuovi prodotti che rispondano maggiormente alle necessità e richieste del mercato e dei Clienti, puntando sulla qualità piuttosto che sui prezzi di vendita.

### **BA PERFORMANCE YARN**

L'Area raggruppa le società legate alla produzione, trasformazione e commercializzazione di filati di nylon 6 e 66 per tappeti, pavimentazione tessile, interni auto, airbag ed usi tecnici.

Il 2017 ha visto un rafforzamento della crescita interna e mondiale dell'economia che ha favorito le esportazioni della BA e dei propri Clienti in Europa e nel resto del mondo; in particolare la crescita europea si è dimostrata solida ed ha coinvolto tutti i paesi. La risalita





del cambio euro/dollaro dai minimi di inizio 2017 è il riflesso della crescita europea, i livelli alti raggiunti verso la fine dell'anno, se dovessero perdurare anche nel 2018, potrebbero però influenzare negativamente le esportazioni della BA al di fuori dell'Europa.

Nonostante il livello favorevole del prezzo del petrolio, mediamente collocato intorno ai 50 dollari, nel primo semestre le principali materie prime nella filiera delle poliammidi hanno subito fortissimi aumenti per effetto delle recenti razionalizzazioni dell'offerta europea che hanno portato a situazioni di "shortage" ed a improvvise impennate dei prezzi.

Nel corso del 2017, nei principali mercati di riferimento della BA, il buon andamento dell'economia, connesso con una maggiore fiducia dei consumatori, ha però positivamente influenzato gli acquisti nei vari settori in cui opera la Business Area. Per quanto riguarda le vendite, il 2017 ha confermato la posizione di leadership nel settore auto, grazie ai filati colorati tinti in massa di poliammide 6 utilizzati per la pavimentazione tessile di automobili appartenenti ai segmenti "premium" e SUV.

Anche le vendite nel settore dei filati di poliammide 6.6 ad alta tenacità hanno beneficiato del momento favorevole dell'industria automobilistica.

Per quanto riguarda i filati BCF per la pavimentazione tessile domestica e commerciale, le vendite nel 2017 sono state in linea con le previsioni e stabili rispetto al 2016, anche in questi mercati cresce l'interesse per i filati colorati tinti in massa.

Infine per quanto riguarda i polimeri la domanda nel periodo si è confermata molto buona ma negativamente condizionata dal contingentamento dei volumi di caprolattame, la materia prima necessaria per la produzione della poliammide 6.

Per il 2018 a meno di sempre possibili forti cambiamenti del quadro macroeconomico e geopolitico, lo scenario prevede una buona stabilità della crescita economica in Europa. Il migliorato potere di acquisto dei consumatori fa ben sperare per la domanda dei prodotti della BA, in particolare si intravedono margini di miglioramento nei settori dei filati BCF per l'arredamento e dei polimeri speciali per l'estrusione di film per il packaging alimentare. Nel settore auto, dopo 4 anni di costante crescita delle immatricolazioni in Europa, una maggiore prudenza s'impone ed infatti le previsioni per il 2018 dei principali centri studio non vanno oltre l'1 - 2% di crescita.





## BA EXTRUSION YARN

La Business Area è rappresentata da Tessiture Pietro Radici S.p.A. che svolge la sua attività nell'ambito della produzione e commercializzazione in due aree diverse di prodotto: il tessuto-non-tessuto "Dylar®" in polipropilene, ed il filato per erba sintetica "Radigreen®" prevalentemente, in polietilene ed in polipropilene.

Tessiture Pietro Radici, nel suo complesso, ha registrato nel 2017 un fatturato lordo sostanzialmente in linea con quello conseguito nell'esercizio precedente e superiore a quanto previsto a budget. Il risultato in termini di marginalità è però stato inferiore, in considerazione dell'aumento dei costi fissi. In particolare, si è incrementato il costo del lavoro a seguito dell'inserimento di nuovi operatori per l'area Dylar Spunbond, per un opportuno addestramento in prospettiva dell'avviamento della nuova linea produttiva installata a fine 2017, e di tecnici di manutenzione per supportare i lavori di installazione relativi al nuovo investimento. Sono contemporaneamente anche cresciuti i costi di R&D relativi allo sviluppo di non-tessuti innovativi da realizzare con la nuova linea, e ad un progetto di efficientamento energetico per l'illuminazione del reparto magazzino.

### DYLAR®

Il 2017 è stato caratterizzato da una miglior resa industriale rispetto all'anno precedente, cui si sono affiancati volumi di vendita leggermente superiori. I prezzi della materia prima (polipropilene) hanno fatto registrare un aumento, i prezzi di vendita hanno rispecchiato l'andamento delle materie prime anche se, a livello di prezzo medio, il recupero dell'aumento delle materie prime è stato effettuato solo in parte, a causa di un diverso mix produttivo.

In particolare, è stata incrementata la percentuale di vendite nel settore agricoltura, per un opportuno sviluppo della presenza commerciale in un mercato appetibile per i volumi addizionali che sono disponibili a partire dalla fine del primo trimestre 2018 grazie alla nuova linea.

È proseguita anche la ricerca di nuovi sbocchi attraverso sistematiche indagini di marketing, seguite da visite e campionature presso Clienti appartenenti a settori industriali diversi da quello dell'isolamento edilizio, settore questo ormai consolidato per la Società.

I primi tre mesi del 2018 hanno confermato il buon andamento dell'area di business, anche se, rispetto a quanto previsto a budget, i volumi venduti sono inferiori a causa del ritardo sull'avviamento

della nuova linea rispetto alle ipotesi iniziali. Anche la marginalità lorda è, seppur in misura limitata, inferiore a quanto previsto a causa di prezzi medi di vendita che hanno recuperato solo parzialmente l'aumento delle materie prime.

#### **RADIGREEN®**

L'esercizio 2017 è stato caratterizzato da una resa industriale lievemente inferiore rispetto all'anno precedente e da una riduzione dei volumi totali di vendita. Il prezzo di acquisto medio del polietilene è risultato essere in linea con il 2016 laddove il polipropilene ha fatto registrare un aumento. I prezzi di vendita si sono mantenuti pressoché costanti in tutte le famiglie di prodotti, con un conseguente decremento di marginalità rispetto al 2016 a causa dell'aumento dei prezzi del polipropilene.

Nei primi tre mesi del 2018, l'andamento delle vendite ha sostanzialmente confermato le previsioni di budget, anche se la marginalità è risultata decisamente minore rispetto a quella attesa, per effetto di una resa industriale inferiore e di prezzi medi di vendita che sono stati rivisti nell'ambito del quadro competitivo di mercato. Tuttavia, a differenza dell'area Dylar Spunbond, come accaduto negli anni precedenti, per quest'area di business le dinamiche del mercato, sia in termini di prezzo sia in termini di domanda, rendono complessa l'analisi di breve e di medio/lungo periodo, non consentendo di avere la visibilità dell'andamento fino al termine dell'esercizio.

In conclusione:

- nell'area Dylar® Spunbond si confermano i risultati positivi registrati negli ultimi esercizi;
- nell'area Radigreen® persistono le problematiche di mercato registrate nell'ultimo quinquennio, parzialmente compensate dalla politica di progressiva eliminazione dei prodotti meno profittevoli e dal mantenimento di una posizione significativa negli Stati Uniti, dove i prezzi di mercato consentono una marginalità superiore a quella derivante dalla vendita di prodotti equivalenti in Europa.







# DIALOGO



# FORNITORI, CLIENTI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA: GLI STAKEHOLDER DI MERCATO

62

Nessuna realtà può pensare di esistere in una dimensione autoreferenziale, senza confrontarsi ogni giorno con il proprio contesto. Strategici per l'andamento del Gruppo, gli Stakeholder legati al mercato sono vicinissimi all'attività day by day delle aziende attraverso la catena di fornitura e produzione, oppure attraverso i contesti collettivi nei quali i player industriali si incontrano e si confrontano.

Attraverso la comprensione del ruolo di questi Stakeholder e della loro relazione quotidiana con il Gruppo è possibile comprendere meglio RadiciGroup stesso con le sue peculiarità.

## LA SUPPLY CHAIN

DISCLOSURE  
102-9  
102-10

La supply chain di RadiciGroup è estremamente complessa poiché è fedele specchio della realtà del Gruppo, che con gli oltre venti siti produttivi raccontati in questo Bilancio, spazia nei settori della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche con un amplissimo portafoglio di prodotti, molti dei quali a limitato impatto ambientale.

La catena di fornitura di RadiciGroup si focalizza essenzialmente



**RADICIGROUP FAVORIRÀ PROCESSI TRASPARENTI E CORRETTI PER LA SELEZIONE DEI FORNITORI. I FORNITORI VERRANNO VALUTATI PER LA QUALITÀ, I PREZZI DEI PROPRI PRODOTTI O SERVIZI E VERRANNO TRATTATI EQUAMENTE.**

in Europa, Asia e Americhe, laddove sono collocati gli impianti. La tipologia di Fornitori va dai grandi player della chimica mondiale (Fornitori di materie prime strategiche) ai Fornitori di dimensioni medie e di carattere nazionale, ad esempio per le utilities o i servizi di trasporto di cui si servono i siti produttivi. A livello locale, per gli approvvigionamenti legati al buon funzionamento quotidiano delle aziende, i supplier possono essere anche molto piccoli, per una precisa scelta che privilegia realtà territoriali, talvolta addirittura a gestione familiare, per prestazioni relative alla manutenzione ordinaria degli impianti, alla pulizia, alla gestione degli spazi mensa e degli spazi di aggregazione nei siti.

Come riportato nel proprio “Codice di Condotta del Fornitori”, preparato nel 2016 e oggi a disposizione sul sito web di RadiciGroup [WWW.RADICIGROUP.COM/IT/SOSTENIBILITA/PRINCIPI-ETICI/CODICI-CONDOTTA](http://WWW.RADICIGROUP.COM/IT/SOSTENIBILITA/PRINCIPI-ETICI/CODICI-CONDOTTA) il principio alla base del criterio di selezione dei supplier, quale che sia la tipologia di servizio fornito, è la trasparenza.

*“RadiciGroup favorirà processi trasparenti e corretti per la selezione dei Fornitori. I Fornitori verranno valutati per la qualità, i prezzi dei propri prodotti o servizi e verranno trattati equamente”.*

Insieme ai requisiti sopra indicati, altri elementi sono considerati altrettanto rilevanti ai fini della scelta dei supplier. Laddove nel Codice è diffusamente trattato il rispetto dei Diritti Umani, dei diritti dei Lavoratori, della salute e della sicurezza, nonché dell’ambiente, RadiciGroup

*“invita (...) tutti i suoi Fornitori a condividere e attuare i principi espressi nel presente Codice di Condotta, il cui rispetto costituirà una componente sempre più rilevante nella selezione e la valutazione dei supplier.”*

*Coerentemente con la struttura della catena di fornitura, due sono le funzioni aziendali preposte alla sua gestione: la funzione “Materie Prime Strategiche” e la funzione “Logistica&Approvvigionamento”.*

## **LA FUNZIONE “MATERIE PRIME STRATEGICHE”**

Secondo la procedura di holding “PR 04 Approvvigionamento Materie Prime Strategiche”, obiettivo dell’omonima funzione è quello di definire le modalità di acquisto, la regolarità nella fornitura e le migliori condizioni di mercato per gli approvvigionamenti di caprolattame, fenolo, olone, ammoniaca, adiponitrile, oppure degli intermedi del polietilene o dei polimeri di poliestere, definiti come “materie prime strategiche (...) i cui costi e volumi incidono in

maniera preponderante sui costi variabili del prodotto finito.”  
Di fatto, la gran parte dei prodotti del Gruppo non potrebbe esistere senza questi materiali di input. I Fornitori di materie prime strategiche sono circa 70, operanti a livello mondiale, e sono legati al Gruppo da accordi quadro. Essi coprono il 70% circa della spesa in approvvigionamenti del Gruppo.

## LA FUNZIONE “LOGISTICA&APPROVVIGIONAMENTO”

Compito della funzione “Logistica&Approvvigionamento” è la definizione degli elementi strategici ed operativi della propria porzione della catena di fornitura, ottimizzandone gli aspetti logistici, qualitativi, economici, relativamente a tutti gli acquisti di beni o servizi che esulano dalla definizione di materie prime strategiche. Particolare rilevanza hanno per questa funzione, ad esempio, gli approvvigionamenti di materiali necessari per l’imballo dei prodotti del Gruppo e la definizione di accordi quadro per i trasporti in un’ottica di “omogeneizzazione e ottimizzazione” come indicato nella procedura corporate “PR 05 Logistica e Approvvigionamento”.

Qui di seguito si riporta una suddivisione dei Fornitori del Gruppo in relazione al fatturato ed alla collocazione geografica:

### ***RIPARTIZIONE DELLE TIPOLOGIE DI FORNITORI DI RADICIGROUP IN BASE AL FATTURATO 2017***

MATERIE PRIME STRATEGICHE	compreso fra 550 e 630 milioni di euro
IMBALLI + TRASPORTI	circa 60 milioni di euro
MANUTENZIONI + UTILITIES	circa 112 milioni di euro
ALTRI BENI O SERVIZI	circa 51 milioni di euro

### ***RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI DI RADICIGROUP IN BASE AL FATTURATO 2017***

EUROPA	circa 85% fatturato*
ASIA	circa 10% fatturato
AMERICHE	circa 5% fatturato

*\*Di cui una ventina di Fornitori chiave con fatturato superiore a 10 milioni di euro.*

In considerazione della complessità di gestione di una catena di fornitura globale per RadiciGroup, per l’intera supply chain è costantemente in atto un monitoraggio del mercato e dell’assetto organizzativo dei Fornitori. Questo lavoro fa sì che il rischio di gravi disservizi legati ad eventuali mancate forniture o alla repentina

variazione dei prezzi delle materie prime sia costantemente mantenuto sotto controllo.

**DISCLOSURE**  
**102-10**

Nell'anno di rendicontazione non si sono verificati fenomeni di rilievo relativamente all'assetto societario dei supplier, con particolare riferimento ai Fornitori di materie prime strategiche, che hanno onorato i propri impegni contrattuali e garantito con regolarità l'approvvigionamento delle aziende del Gruppo.

## **LA SOSTENIBILITÀ NELLA SUPPLY CHAIN**

*“Il rapporto di RadiciGroup con i propri Fornitori, Stakeholder estremamente importanti, è basato sui principi di legalità, trasparenza, correttezza, fiducia e collaborazione.”*

*“Il Codice di Condotta dei Fornitori vuole dare corpo proprio ad una cooperazione sempre più stretta al fine di rafforzare tali principi costruendo insieme una catena di approvvigionamento attenta non solo alla qualità dei prodotti o servizi, ma anche all'ambiente e alle condizioni sociali e lavorative in cui vengono concepiti e realizzati i prodotti o servizi oggetto di fornitura.”*

Nessuno dei Fornitori di RadiciGroup per la tipologia di attività esercitate e la collocazione geografica prevalentemente europea, può definirsi “labour intensive”, ovvero ad alta intensità di manodopera.

Tuttavia, grande attenzione è posta dal Gruppo alla sensibilizzazione dei Fornitori sul tema dei diritti del Lavoratori, come riportato nella già citata premessa e nel corpo del Codice di Condotta dei Fornitori. Quest'ultimo è stato inviato ai Fornitori tra la fine del 2016 e i primi mesi del 2017, invio avvenuto a mezzo posta elettronica sia da parte degli uffici corporate che da parte degli uffici di logistica ed approvvigionamento dei singoli siti. Sono stati contattati circa 350 supplier cui il Codice è stato spedito, accompagnato da una lettera che ne spiegava le finalità, da leggersi in ottica di collaborazione alla costruzione di una catena di fornitura sempre più sostenibile. Proprio alla luce di questa collaborazione è stato anche indicato un indirizzo di posta elettronica affinché i Fornitori potessero liberamente indicare eventuali difformità di comportamento rispetto ai valori espressi nel Codice da parte di Dipendenti di RadiciGroup.

Contestualmente all'invio, sono stati anche raccolti circa 60 codici inviati volontariamente dai Fornitori. Una analisi generale dei temi contenuti in questi documenti rivela una grande attenzione all'integrità della persona, alla tutela ambientale, al rispetto della



legislazione e alla trasparenza nei rapporti interni ed esterni alle diverse aziende. Il tutto indipendentemente dalla dimensione o collocazione geografica del Fornitore.

Con la pubblicazione di questo Codice di Condotta dei Fornitori, che si aggiunge agli altri documenti di carattere etico, RadiciGroup ha inteso esporre pubblicamente il proprio impegno per la costruzione di una supply chain sostenibile. Ha inteso anche rispondere alle crescenti esigenze, manifestate dai Fornitori e dal mercato, di informazioni relative all'approccio nei confronti dei diritti dei Lavoratori.

Quale ulteriore elemento di studio della supply chain, nel 2017 è stata condotta anche una indagine interna relativa ai Clienti, ai Competitor e ai Fornitori chiave del Gruppo, analisi che aveva l'obiettivo di appurarne l'impegno sui temi della sostenibilità attraverso evidenze e commitment pubblici (presenza di Bilanci di Sostenibilità, pubblicazione regolare di dati ambientali, presenza nei rispettivi siti web di sezioni legate alla sostenibilità ambientale e sociale).

Anche in questo caso il risultato dell'analisi è stato largamente positivo e rassicura RadiciGroup circa l'impegno dei propri supplier. Circa il 70% dei 20 Fornitori presi in considerazione si è rivelato attento al tema della sostenibilità attraverso la pubblicazione di un Bilancio di Sostenibilità, frequentemente secondo il modello GRI, oppure attraverso l'ampio spazio sui rispettivi siti web riservato a dati e andamenti in tema di salute, ambiente, sicurezza e diritti dei Lavoratori.

## I CLIENTI

RadiciGroup si caratterizza per una rete Clienti diffusa a livello mondiale, servita sia attraverso un'attività produttiva internazionalizzata (in particolare per l'Area Performance Plastics) con impianti nei maggiori mercati mondiali, sia attraverso un network distributivo globale. La clientela RadiciGroup è estremamente articolata e complessa, essendo molto diversificati i settori di attività e i mercati di sbocco.

Trattandosi di un gruppo che opera nel settore Business to Business, i Clienti sono a loro volta aziende trasformatrici di dimensioni variabili. Nell'Area fibre si ha una rilevante presenza di aziende di dimensioni medie e medio-piccole, nelle aree materie plastiche e chimica si rileva una maggiore incidenza di imprese medie e grandi.

L'analisi annuale che il Gruppo effettua relativamente alle aspettative degli Stakeholder evidenzia da tempo, nel caso dei Clienti, la

necessità di un lavoro di ricerca e progettazione congiunte per realizzare prodotti di elevato valore aggiunto, un fattore qualificante che si aggiunge alla quotidiana fornitura di materiali da parte delle aziende del Gruppo. L'attività nelle Aree di Business è caratterizzata infatti da un sistematico lavoro di R&D guidato innanzitutto dal mercato, costantemente "affamato" di nuovi prodotti o desideroso di migliorare le caratteristiche prestazionali dei prodotti esistenti.

Numerosi sono stati i progetti di ricerca e sviluppo, spesso trasversali alle diverse aziende, che nel 2017 hanno visto RadiciGroup in prima linea. Le direttrici che hanno orientato il lavoro di R&D sono state spesso ispirate alla sostenibilità ambientale, come si può cogliere dai principali progetti del 2017:

- Monomeri per poliammide derivati da fonti rinnovabili.
- Poliammidi da fonti rinnovabili e loro derivati nel settore delle fibre e delle materie plastiche.
- Poliammidi a catena lunga o "long chain polyamides" nella BA Performance Plastics.
- Materiali destinati alla sostituzione metalli (Metal Replacement) dedicati al settore auto.
- Fiocco in poliammide per applicazioni tecniche.
- Copoliammidi e poliammidi semiaromatiche.


67

#### **SI RINNOVA UNA TRADIZIONE: LA BUSINESS AREA RADICIGROUP PERFORMANCE PLASTICS PREMIATA PER L'ECCELLENZA DEI PROPRI PRODOTTI.**

Dopo i numerosi premi ricevuti nel tempo, Radici Novacips Spa, società appartenente alla Business Area RadiciGroup Performance Plastics, anche nell'aprile 2017 ha ottenuto un riconoscimento che ne evidenzia l'affidabilità, la capacità di innovare, la vicinanza al cliente e la dimensione globale.

Si è trattato del prestigioso premio "*Supplier of the Year 2016*" promosso da STIHL, importante azienda cliente produttrice di motoseghe e altri attrezzi per l'esterno tra cui decespugliatori, tosaerba, soffiatori.

Nello scenario attuale Radici Novacips riveste un ruolo chiave nello sviluppo di nuove soluzioni in ambito plastico ed è partner strategico dei propri Clienti, come ha sottolineato STIHL. L'azienda tedesca ha poi motivato la propria scelta indicando che il premio vuole essere un riconoscimento per l'entusiasmo, la pazienza e la forte motivazione di RadiciGroup nella fornitura di tecnopolimeri innovativi e di qualità



A riprova della corretta strategia di R&D e di relazione con i Clienti posta in campo, gli andamenti di tutte le aree di Business riportati in questo Bilancio danno evidenza della crescita del Gruppo. In considerazione però di uno scenario internazionale che pone numerose criticità, analogamente a quanto avviene per i Fornitori, un attento lavoro di monitoraggio dell'andamento del mercato e della performance dei Clienti è stato effettuato da RadiciGroup anche nel 2017. Il rischio di credito, legato a possibili insolvenze, è stato gestito come di consueto dalla funzione di Credit Management della holding Radici Partecipazioni S.p.A., la quale effettua costantemente analisi di solvibilità preventive insieme ad una sorveglianza continua del flusso dei pagamenti, come evidenziato anche a seguire, nella tabella relativa alla "Mappatura degli Stakeholder, delle legittime aspettative e dei rischi" **Tabella 19**. A questo si aggiunge inoltre ogni anno la stipula di polizze assicurative su una significativa quota parte dei crediti commerciali.

#### **I CLIENTI DI RADICIGROUP E LA SOSTENIBILITÀ**

L'analisi interna già citata nel caso dei Fornitori ha mostrato, anche nel caso dei Clienti, una grande attenzione, superiore addirittura rispetto ai supplier, al tema della sostenibilità. L'83% dei key-customer del Gruppo pubblica infatti un report o rendiconta con costanza il proprio impegno in tema sociale e ambientale.

Non si è trattato dell'unica fonte di informazioni a disposizione del Gruppo. Fedele al proprio impegno contenuto nel Codice di Condotta dei Clienti:

*"In ottica di miglioramento continuo, RadiciGroup si impegna a condurre regolari indagini di Customer Satisfaction presso i Clienti, e a intraprendere azioni di miglioramento a seguito di quanto evidenziato dall'indagine."*

RadiciGroup ha utilizzato quanto emerso dell'analisi di soddisfazione dei Clienti per comprendere anche il grado di consapevolezza e coinvolgimento di questi ultimi in ottica di sostenibilità. La Customer Satisfaction biennale condotta nel 2016 aveva infatti denotato la rilevanza attribuita alla sostenibilità, con una percentuale pari al 65% degli intervistati che aveva definito la sostenibilità di prodotto come "molto importante" o "estremamente importante". Il campione, composto da più di 400 Clienti chiave in tutte le aree del Gruppo, aveva identificato nei prodotti riciclabili (27% degli intervistati) e nell'energia da fonte rinnovabile (26% degli intervistati) i cardini di un sistema produttivo virtuoso. Il 52% del campione aveva infine attribuito un alto punteggio anche alla misurazione delle performance, in particolare attraverso i sistemi PEF e OEF che quantificano rispettivamente

l'impronta ambientale di prodotto e di organizzazione.

Si tratta naturalmente di input molto forti per il Gruppo che, nei confronti dei Clienti, ha rafforzato la propria campagna di comunicazione e engagement su numerose tematiche.

In particolare tra il 2016 e il 2017, analogamente a quanto fatto per i Fornitori, è stato elaborato un Codice di Condotta specifico, a disposizione sul sito del Gruppo in sette diverse lingue [WWW.RADICIGROUP.COM/IT/SOSTENIBILITA/PRINCIPI-ETICI/CODICI-CONDOTTA-CLIENTI](http://WWW.RADICIGROUP.COM/IT/SOSTENIBILITA/PRINCIPI-ETICI/CODICI-CONDOTTA-CLIENTI)  
Diffuso nella primavera 2017 a mezzo della newsletter del Gruppo, il più importante strumento di comunicazione corporate oltre al sito web, il Codice ha potenzialmente raggiunto i Clienti in ogni parte del mondo.

I temi della trasparenza e della sicurezza, ad esempio, hanno trovato ampio spazio in questo documento nel quale RadiciGroup ha enunciato in primo luogo il proprio impegno, invitando successivamente i Clienti ad impegnarsi in modo analogo.

*“RadiciGroup non pratica né tollera alcun tipo di corruzione, estorsione o appropriazione indebita.*

*Alla luce di tale considerazione, I Clienti s'impegnano a non offrire tangenti o altri incentivi illegali ai Dipendenti di RadiciGroup, e nemmeno omaggi o altri benefit personali sempre che questi ultimi non siano di tale natura o strettamente connessi con la buona educazione da non potere essere interpretati come finalizzati ad ottenere un trattamento di favore.*

*RadiciGroup si impegna, da parte sua, a non richiedere, in forma diretta o indiretta, né accettare tali incentivi illegali o regalie”.*

*“RadiciGroup si impegna a rispettare i regolamenti nazionali in materia di qualità, salute, sicurezza e ambiente, nonché ad ottenere, conservare e aggiornare tutti i necessari permessi, licenze e registrazioni relative ai propri prodotti e processi.*

*Di contro, i Clienti applicheranno tali buone prassi in materia di qualità, salute, sicurezza lungo l'intera catena di approvvigionamento.”*

In tema di prodotto, ampio spazio è stato riservato da RadiciGroup alla collaborazione con i Clienti in ottica di sostenibilità. A partire dalla Matrice di Materialità, che vede la sostenibilità di prodotto come aspetto rilevante, passando poi alle parti del Bilancio dedicate alla Ricerca e Sviluppo già menzionate, alle case history relative alla produzione di capi di abbigliamento o oggetti mono-materiale per terminare con la

rendicontazione sulla misurazione degli impatti di prodotto grazie agli studi sul ciclo di vita (LCA), alle Dichiarazioni Ambientali di Prodotto (EPD) o all' Impronta Ambientale di Prodotto (PEF).

**DISCLOSURE**  
**102-13**

## LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Insieme ai propri Clienti, Fornitori e Concorrenti, RadiciGroup è attore sul mercato anche attraverso le Associazioni di Categoria delle quali è parte. Numerose le ragioni della partecipazione a un così grande numero di organizzazioni, molte delle quali a carattere internazionale. In primo luogo la necessità di un confronto aperto, diretto e franco con tutti i player di mercato, anche con i concorrenti. In secondo luogo, la volontà di partecipare allo scambio di conoscenze ed esperienze che sempre si produce in questi contesti, scambio importante per la crescita e la salvaguardia sia delle singole aziende, che di interi comparti industriali. Grazie alla vita associativa, infine, è condivisa e dunque maggiormente efficace l'azione di presenza e influenza anche in contesti internazionali, relativamente ad alcune tematiche di rilievo per i diversi settori di riferimento, non ultima la sostenibilità ambientale.

L'attività nelle associazioni e la contestuale adesione ai loro codici di condotta sono indicazione chiara non solo della volontà di RadiciGroup di essere parte attiva dello scenario insieme a tutti i propri interlocutori, ma anche del rispetto dei principi del libero mercato e della attività della concorrenza.

Qui di seguito l'elenco delle principali associazioni di cui è parte RadiciGroup, con la specifica menzione delle associazioni nelle quali i rappresentanti del Gruppo ricoprono ruoli decisionali.

*Tabella 18*

*SOCIETÀ DI RADICIGROUP  
ISCRITTA NEL 2017*

*ELENCO 2017 DELLE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DI CUI  
È MEMBRO RADICIGROUP*

NOYFIL Sa	Camera di commercio, dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Canton Ticino
NOYFIL SPA	Confindustria
RADICI CHEMIEFASER	IHK: Industrie- und Handelskammern VTB: Verband der Bayerischen textil und Bekleidungsindustrie
RADICI FIL - Logit	Camere di Commercio Italo-ceca
RADICI FIL SpA	Confindustria Federchimica con Assofibre

RADICI NOVACIPS GmbH	Chemie Wirtschaftsfoerd. GmbH
	Comitato Elettrotecnico Italiano
RADICI NOVACIPS SpA	Confindustria
	Federchimica
	Plastics Europe AISBL (BE)
	Plastics Europe (IT)
	PROPLAST
	TMP
RADICI PARTECIPAZIONI SpA	UNIPLAST
	AICQ
	CIRFS
	Confindustria
	EPCA
	Tessile e Salute
RADICI PLASTICS USA	TEX CLUB TECH
	Association of Plastics Industry
	OMA – Ohio Manufacturer’s Association
RADICICHIMICA GmbH	Wadsworth Chamber of Commerce
	IHK
RADICICHIMICA SpA	NORDOSTCHEMIE
	Federchimica
	AIN – Ass. Industriali Novaresi
	CEFIC
	Federchimica
	IBIS – Consorzio per la Chimica Sostenibile
RADICIYARN	SPRING
	Confindustria
TESSITURE PIETRO RADICI SpA	Confindustria
	EDANA
	ESTO AISBL
	STC
YARNEA	Camera di Commercio e Industria di Neamt
	Federazione Patronale del Tessile



Si segnalano in particolare:

- RESPONSIBLE CARE ITALIA: il Gruppo detiene la vice-presidenza.
- ASSOFIBRE: il Gruppo detiene la Presidenza.
- Associazione Tessile e Salute e TEXCLUBTEC: in entrambe queste associazioni RadiciGroup partecipa al Consiglio Direttivo.
- ESTO: RadiciGroup è membro del Consiglio di Gestione e del team sul filo per erba sintetica. È inoltre fondatore e detiene la presidenza del gruppo Environment.
- CIRFS: il Gruppo mantiene da tempo i propri rappresentanti nel CDA, nel comitato ambientale ECOLIS/ENERGY, nel Comitato di Ricerca e Sviluppo e nel Comitato Tecnico. Inoltre RadiciGroup ha la presidenza del Comitato Statistico e del Comitato Economico.

Di speciale importanza ai fini della sostenibilità sono state le attività in seno alle seguenti organizzazioni che hanno affrontato alcuni dei temi più attuali del mercato in tema di sostenibilità:

- PLASTICS EUROPE, RadiciGroup è parte del “LIFE CYCLE THINKING AND SUSTAINABILITY” team, dedicato al pensiero in termini di ciclo di vita del prodotto e all’eco-efficienza dei processi e dei prodotti. Nel 2017 il team ha adottato il sistema PEF (Product Environmental Footprint) quale sistema di misurazione degli impatti per quanto riguarda le poliammidi.
- Per quanto riguarda invece PLASTICS EUROPE Italia, RadiciGroup ha partecipato ai lavori del team “MARINE LITTER”, ovvero ha affrontato la difficile questione della dispersione delle materie plastiche nelle acque attraverso azioni per rafforzare la cultura del riuso e il riciclo, per ridurre la dispersione dei rifiuti e per un più efficiente utilizzo generale delle risorse.
- ESTO, RadiciGroup ha dato vita tra il 2017 e il 2018 al gruppo ENVIRONMENT. Obiettivo specifico di questo team, che agisce in sinergia con gli altri gruppi dell’associazione, è la ricerca di soluzioni “green” per l’intero ciclo di vita delle superfici in erba sintetica. Dalla concezione e realizzazione di ogni singolo componente (filo, intaso, strati antishock e drenanti) al riciclo delle superfici installate, passando attraverso la rigorosa misurazione degli impatti di ogni fase.
- SPRING - CLUSTER TECNOLOGICO NAZIONALE PER LA CHIMICA VERDE: Anche nel 2017 il Gruppo ha lavorato nel contesto di questa associazione per sviluppare progetti bio-industriali nel segno di una chimica sostenibile dal punto di vista sociale, ambientale ed economico.

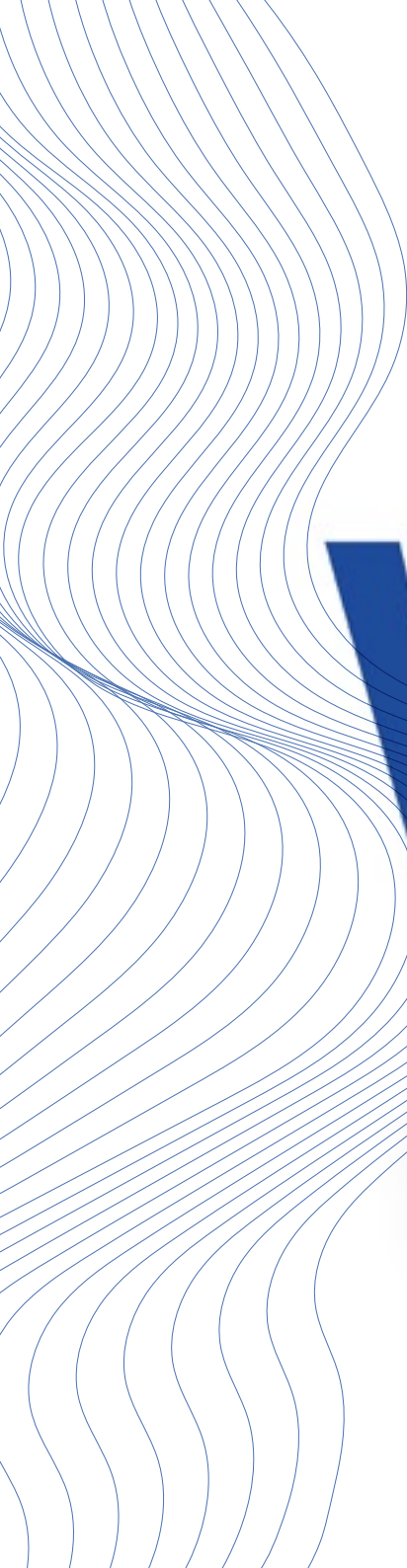
- CONFINDUSTRIA: l'adesione è stata rilevante non solo dal punto di vista della promozione delle attività industriali propriamente dette, ma anche dal punto di vista della collaborazione per un sempre più proficuo scambio tra imprese e società. Importante in questo contesto è stata la relazione con il mondo della scuola, attraverso alcuni progetti che hanno visto RadiciGroup premiato da Confindustria per l'eccellenza dei propri piani di alternanza scuola-lavoro. Analogamente, riconoscimenti sono stati attribuiti a singoli Lavoratori di RadiciGroup sempre da Confindustria, che ha inteso così valorizzarne il percorso, le qualità umane e professionali, i risultati raggiunti e la dedizione all'azienda.

**DISCLOSURE**  
**102-12**

Dal 2015 RadiciGroup ha aderito infine all' "Appello delle Imprese e delle Organizzazioni della Green Economy" per un efficace accordo internazionale sul clima, sostenendo l'attuazione, a livello nazionale italiano, di significative misure di mitigazione degli impatti, di politiche per la crescita delle energie rinnovabili, di modelli di gestione del suolo più sostenibili.







# **GLI ALTRI STAKEHOLDER DI RADICIGROUP**

Insieme ai Lavoratori, ai Clienti, ai Fornitori, alla Associazioni di Categoria, numerosi altri sono gli interlocutori sociali del Gruppo. Ogni anno per tutti viene condotta una analisi volta alla comprensione dei bisogni e delle legittime aspettative, dei rischi nel non rispondere a tali bisogni e delle opportunità che potrebbero invece derivare da una risposta pronta alle istanze sollevate dai portatori di interesse.

Nel 2017, la revisione della mappatura degli Stakeholder 2016 è stata fatta in seno al gruppo di lavoro corporate che segue i temi della sostenibilità, in relazione ai nuovi bisogni emergenti e alla trasformazione dei contesti aziendali. La mappatura è stata anche sottoposta all'attenzione dei Business Area Manager o dei primi livelli delle diverse aziende per verificarne ulteriormente la rispondenza con la realtà del Gruppo. Una utile sinergia ha condotto dunque alla "contaminazione" tra il modello corporate e le esigenze delle diverse realtà produttive.

I risultati emersi costituiscono l'aggiornamento della tabella riguardante la "MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER, DELLE RELATIVE ASPETTIVE E DEI RISCHI" già riportata nel Bilancio di Sostenibilità 2016. Non è variato il numero degli Stakeholder, sono stati però modificati alcuni elementi sulla base delle osservazioni ricevute dalle singole BA.

La mappatura costituisce una visione succinta e globale della posizione di RadiciGroup. È stata fondamentale, insieme all'analisi del contesto del Gruppo, per realizzare la matrice degli aspetti materiali descritta a seguire. È stata inoltre la linea guida per le attività di dialogo e engagement con gli interlocutori sociali. Alcune di queste attività sono descritte in dettaglio in diverse parti del Bilancio e sono facilmente riconducibili sia alla mappatura qui riportata che all'elemento materiale che le ha ispirate attraverso la tabella "GLI ASPETTI MATERIALI".



DISCLOSURE *Tabella 19*

102-40

102-42

102-43

## MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER, DELLE LEGITTIME ASPETTATIVE E DEI RISCHI

STAKEHOLDER

LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER

RISPOSTE DI RADICIGROUP

### AZIONISTI

- Remunerazione del capitale investito
- Profittabilità del business
- Incremento valore intangibile

- Piani Strategici e relativi Budget
- Sistemi di Gestione
- Acquisizioni
- Riorganizzazioni

### LAVORATORI

- Etica del rapporto di lavoro
- Stabilità del rapporto di lavoro
- Salute e sicurezza
- Giusta remunerazione
- Percorso di carriera
- Formazione

- Rispetto delle cogenze
- Codice Etico di RadiciGroup
- Politiche e procedure dei sistemi di gestione volontari (QSA)
- Piani di formazione e assessment (valutazione competenze e prestazioni)
- Piani di successione
- Piani di valutazione

### AZIENDE DEL GRUPPO

- Prodotti e/o servizi conformi alle aspettative
- Correttezza e trasparenza dei rapporti
- Collaborazione e rafforzamento della filera

- Linee Guida e Procedure
- Assistenza e consulenza
- Creazione di Network
- Sinergie
- Condivisione delle conoscenze

### CLIENTI

- Prodotti e/o servizi conformi alle aspettative
- Correttezza e trasparenza dei rapporti
- Collaborazione e assiduità del rapporto
- R&D congiunti
- Consulenza sui bisogni del mercato finale, sul problem solving globale e sugli obblighi di conformità

- Definizione chiara delle specifiche
- Politiche di costanza e miglioramento della Qualità
- Attuazione di principi correttezza del Codice Etico
- Team dedicati a progetti congiunti
- Risorse dedicate e professionalmente competenti

**RISCHI PER RADICIGROUP****MITIGAZIONE DEL RISCHIO****OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP****MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO**

- Rischi legati al Mercato (RS)
- Rischi Finanziari (RF)
- Rischio Reputazionale (RR)

- Azioni di Prevenzione e Risposta ai Rischi
- Attività di Controlling
- Politica di MKT e Comunicazione

- Continuità e profittabilità del business

- Coinvolgimento strategico e operativo quotidiano
- Attività di reporting e incontri programmatici
- Comunicazione

- Demotivazione (RR + RO + RF)
- Disimpegno (RO)
- Assenteismo (RO)
- Corruzione (RR + RF + RP)
- Frode (RR + RF + RP)
- Rischio reputazionale (RR)

- Codice Etico
- Politiche di RadiciGroup sulle Risorse Umane
- Adozione sistemi di gestione volontari (QSA)
- MBO e Benefit
- Gestione carriere
- Engagement
- Attività formative

- Fidelizzazione
- Motivazione
- Efficienza

- Piani di formazione, di sviluppo e di valutazione
- Comunicazione interna
- Engagement
- Eventi ad hoc
- MBO e Benefit
- WHP

- Disallineamento tra le politiche della Holding e le politiche delle consociate (RO)
- Rischio Reputazionale (RR)

- Sistema di Gestione integrati
- Progetti e gruppi di lavoro trasversali
- Attività di Coordinamento

- Sinergie
- Ottimizzazioni
- Opportunità di business

- Network e incontri di business
- Team trasversali
- Condivisione delle conoscenze
- Comunicazione

- Reclami (RO)
- Non solvibilità (RF)
- Perdita del Cliente (RO + RF)
- Inefficace strategia di approccio con il cliente (RO)
- Rischio Reputazionale (RR)
- Ritardi o inappropriata degli sviluppi di R&D (RO)
- Rischio di Filiera per scomparsa mercato e/o sostituzione di prodotto (RO)

- Gestione e assistenza tecnica
- Gestione dei reclami
- Gestione creditizia
- Attività di Controlling
- Attività di Marketing (strategico e operativo)
- Attività di R&D
- Attività CRM
- Fidelizzazione Clienti
- Ricerca nuovi Clienti
- Attività di Customer Satisfaction
- Monitoraggio delle filiere
- Monitoraggio dei processi di produzione e replacement

- Leadership di mercato
- Reputazione
- Fidelizzazione
- Continuità e profittabilità del business
- Conquista di nuovi mercati

- Network e incontri di business
- Condivisione delle conoscenze
- Partnership e sviluppi congiunti
- Comunicazione
- Eventi ad hoc e fiere

**STAKEHOLDER****LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER****RISPOSTE DI RADICIGROUP****RISCHI PER RADICIGROUP****CONCORRENTI**

- Correttezza e trasparenza dei rapporti
- Concorrenza leale
- Azioni congiunte nella tutela degli interessi comuni

- Applicazione del codice del Codice Etico
- Attuazione di Vision, Mission e Valori di RadiciGroup
- Partecipazione attiva a programmi e progetti di filiere/settore

- Perdita quote di mercato (RO + RF)
- Inefficace strategia congiunta di MKT-R&D e sistemi di gestione (RO)
- Rischio Reputazionale (RR)
- Inefficace strategia comunicativa (RO)

**FORNITORI**

- Equo valore (prezzo)
- Stabilità della relazione
- Correttezza e trasparenza dei rapporti
- Solvibilità di RadiciGroup
- Sviluppo congiunto di progetti / attività

- Codice condotta Fornitori
- Procedure di approvvigionamento
- Condizioni generali di acquisto
- Applicazione dei capitolati di acquisto

- Prodotti e servizi non conformi (RO)
- Non garanzia della Business Continuity (RP)
- Corruzione (RR + RF + RP)
- Frode (RR + RF + RP)
- Abuso delle proprietà intellettuali di RadiciGroup (RP)
- Mancato rispetto dei requisiti cogenti (RR + RP)
- Mancato rispetto del codice di condotta dei Fornitori (RR + RP)
- Rischio Reputazionale (RR)

**ISTITUTI BANCARI E ASSICURATIVI**

- Profitto
- Stabilità della relazione
- Correttezza e trasparenza nei rapporti
- Solvibilità di RadiciGroup

- Politiche, piani economico / finanziari accorti a breve e medio termine
- Rendicontazione economico / finanziaria chiara e conforme alla legislazione
- Certificazione bilanci da parte terza
- Politiche di riduzione dell'indebitamento

- Aumento dei tassi di interesse (RF)
- Mancato finanziamento (RF)
- Fallimento Istituto Finanziario (RF)

**RAPPRESENTANZE SINDACALI**

- Libertà di associazione
- Dialogo
- Fiducia
- Collaborazione
- Comunicazione

- Rispetto delle Cogenze
- Codice Etico di RadiciGroup
- Presenza Organizzazioni Sindacali
- Incontri periodici con le rappresentanze Sindacali

- Scioperi (RO)
- Rischio reputazionale (RR)
- Azioni legali (RO + RF + RR)

**COMUNITÀ LOCALI**

- Tutela ambiente e sicurezza
- Politiche occupazionali attente al territorio (risorse locali, con disabilità, giovani, ecc.)
- Sostegno economico e sociale
- Trasparenza e comunicazione
- Leadership per la formazione delle risorse locali

- Politiche ambientali responsabili a medio e lungo termine
- Politiche occupazionali attente alle risorse del territorio
- Bilancio di Sostenibilità e comunicazione costante
- Marketing Sociale e Filantropico

- Rischi ambientali (RP)
- Rischi di salute e sicurezza (RP)
- Riduzione occupazione sul territorio (RP)
- Rischio degrado contesto sociale (RP)
- Rischio reputazionale (RR)

## MITIGAZIONE DEL RISCHIO

## OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP

## MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

- Attività di Marketing strategico e operativo
- Adesione ad organizzazioni di settore e/o categoria
- Monitoraggio delle attività interne
- Attività CRM

- Collaborazione attraverso le associazioni di categoria per la salvaguardia del mercato
- Innovazioni di settore
- Reputazione

- Network e incontri di business
- Incontri associativi
- Comunicazione

- Analisi di Business Risk
- Attività di Controlling
- Codice condotta Fornitori
- Procedure di approvvigionamento e capitolati di acquisto
- Attività di vigilanza

- Reputazione
- Business continuity
- Sinergia
- Sviluppo

- Network e incontri di business
- Condivisione delle conoscenze
- Partnership
- Sottoscrizione Codice di condotta
- Comunicazione

- Collaborazione diretta e continua con gli Istituti bancari
- Politiche e piani volti a rafforzare la solidità patrimoniale e reputazionale di RadiciGroup
- Attività di Controlling
- Attività di reperimento finanziamenti con i migliori tassi
- Attenta vigilanza sugli Istituti bancari

- Reputazione
- Fiducia
- Business continuity

- Network e incontri di business
- Condivisione delle informazioni
- Partnership
- Comunicazione

- Concertazione
- Progetti congiunti
- Azioni legali

- Reputazione
- Clima aziendale

- Concertazione
- Sviluppo di progetti condivisi

- Rispetto delle Cogenze
- Politiche di RadiciGroup for Sustainability e sistemi di gestione integrata
- Attuazione delle politiche occupazionali di RadiciGroup
- Coltivazioni relazione con il territorio (es. Fabbriche aperte)

- Reputazione
- Supporto reciproco
- Bacino professionale locale

- Comunicazione
- Eventi ad hoc
- Attività previste dal Bilancio di Sostenibilità

**STAKEHOLDER****LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER****RISPOSTE DI RADICIGROUP****RISCHI PER RADICIGROUP****ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**

- Collaborazione
- Fiducia
- Input di innovazione

- Dialogo e partecipazione
- Trasparenza e comunicazione
- Formazione e informazione
- Condivisione delle conoscenze ed esperienze

- Rischio di subire decisioni non condivise (RO)
- Impoverimento del network e perdita di capacità di lobbying (RR)
- Rischio reputazionale (es. organizzazioni di attivisti) (RR)

**MEDIA**

- Chiarezza
- Trasparenza
- Relazione costante
- Fiducia reciproca

- Politiche di Marketing di RadiciGroup
- Politiche di comunicazione coerenti

- Rischio reputazionale per mancata informazione o per diffusione di informazioni forvianti (RR)

**SCUOLE E MONDO ACCADEMICO**

- Condivisione della conoscenza
- Opportunità occupazionali
- Sostegno

- Stage
- Giornate formative
- Sponsorship

- Disallineamento delle competenze offerte vs competenze richieste da RadiciGroup (RO)
- Rischio Reputazionale (RR)

**COMMUNITY**

- Un mondo migliore
- Soddisfacimento dei propri bisogni

- Sviluppo Sostenibile

- Rischi legati al Mercato (RS)
- Rischio Reputazionale (RR)

**AMBIENTE**

- Continuità
- Protezione
- Rispetto
- Equilibrio

- Sviluppo Sostenibile

- Mancanza Materia Prima (RO)
- Eventi catastrofici (RP)
- Eventi accidentali (RO)

**ORGANISMI DI CONTROLLO E VIGILANZA**

- Rispetto delle cogenze e degli obblighi di conformità

- Rispetto delle cogenze e degli obblighi di conformità

- Sanzioni (RO)
- Sequestro e chiusura impianti (RO + RR)
- Sentenze e condanne (RO)
- Rischio Reputazionale (RR)

**\* LEGENDA**

RR - RISCHIO REPUTAZIONALE

RO - RISCHIO OPERATIVO

RP - RISCHIO PURO

RS - RISCHIO STRATEGICO

RF - RISCHIO FINANZIARIO

### MITIGAZIONE DEL RISCHIO

### OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP

### MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

- Presenza attiva rappresentante RadiciGroup nelle associazioni nel ruolo di influencer
- Comunicazione trasparente dei risultati di Sostenibilità: GRI, PCR, EPD, LCA, ecc.

- Reputazione
- Attività di relazione e influenza

- Partecipazione alle attività e ai processi decisionali
- Comunicazione

- Attività costante delle funzioni corporate e di BU dedicate alla comunicazione verso i media

- Reputazione

- Attività di ufficio stampa
- Presenza attiva nei social media
- Coinvolgimento nelle iniziative

- Rapporti consolidati con Scuole e Atenei
- Progetti congiunti e piani formativi

- Reputazione
- Bacino di competenze e professionalità

- Attività ad hoc
- Career day
- Collaborazione (formazione e selezione dei profili)
- Comunicazione

- Attenzione
- Conoscenza

- Innovazione
- Nuovi mercati

- Comunicazione
- Dialogo
- Network e incontri di business
- Politiche previste dal Bilancio di Sostenibilità

- Rispetto cogenze
- Attività di prevenzione
- Piani e azioni volontarie di tutela e salvaguardia

- Business Continuity
- Nuovi Mercati

- Buone Pratiche socio ambientali
- Politiche previste dal Bilancio di Sostenibilità

- Adozione dei Sistemi di gestione Certificati
- Attività di prevenzione
- Formazione
- Modello organizzativo 231

- Business Continuity
- Miglioramento continuo dei sistemi di gestione
- Saving
- Solidità reputazionale
- Innovazione

- Comunicazione
- Condivisione e collaborazione
- Trasparenza delle informazioni



## LA COMUNICAZIONE E L'ENGAGEMENT DEGLI STAKEHOLDER

DISCLOSURE  
102-44

Elemento imprescindibile delle attività di engagement presentate nella tabella è l'impegno per una comunicazione trasparente e continuativa che merita qui un approfondimento, poiché accomuna tutte le categorie di interlocutori sociali ed è il principale strumento attraverso il quale si concretizza il lavoro di coinvolgimento. I numerosi temi affrontati attraverso il lavoro qui di seguito illustrato hanno spesso incontrato l'esigenza degli Stakeholder di approfondire alcune tematiche concernenti la sostenibilità, ad esempio la moda sostenibile, la chimica verde o gli impatti dei materiali sintetici.

A partire dal 2017 è in atto un importante progetto volto a rinnovare la mappatura degli Stakeholder e a stabilire, per ciascuna categoria che verrà considerata prioritaria, un piano di coinvolgimento strutturato, di medio termine. Una misurazione delle interazioni e dell'engagement verrà effettuata, a partire dal 2018, non solo per provare l'efficacia delle azioni di RadiciGroup, ma anche, e soprattutto, per rendere più incisiva e continuativa la raccolta delle esigenze degli interlocutori sociali del Gruppo. Quest'ultima fase troverà una sua concretizzazione dal 2019.

### I MEDIA

Una politica di comunicazione seria, attenta sia all'affidabilità dei contenuti che alla tempestività dell'informazione, da sempre qualifica il Gruppo nei suoi rapporti con i media. I numeri dell'ufficio stampa sono costantemente in crescita parallelamente all'importanza che RadiciGroup riveste come player di mercato.

Sono passati dai 300 del 2016 ai 400 del 2017 gli interlocutori del settore materie plastiche regolarmente in contatto con il Gruppo. Analogamente, sono aumentate anche le testate del settore delle fibre grazie ad un monitoraggio attento di quotidiani e riviste e ad un capillare lavoro di coinvolgimento dei giornalisti.

Con i suoi circa 60 comunicati e note stampa nel 2017, il Gruppo ha aggiornato con cadenza settimanale i propri Stakeholder, in primo luogo il mondo della stampa, e contestualmente i circa 10.000 destinatari registrati alla newsletter del Gruppo, tra cui Clienti, Fornitori e Dipendenti. In alcune occasioni sono stati predisposti articoli publiredazionali per informare su particolari iniziative in tema di innovazione e sostenibilità.

Numerose sono state le attività che, tra il 2017 e l'inizio del 2018, hanno concretizzato la volontà di RadiciGroup di collaborare in

maniera costruttiva con i media, a partire da un aggiornamento della mailing list della stampa di settore e di quella della stampa generalista e locale. A questo si affiancheranno nel corso del 2018 altre liste di contatti specifiche, legate ai settori di riferimento del Gruppo, per raggiungere tempestivamente target mirati. In ultimo, l'attivazione del servizio di rassegna stampa avvenuta nel 2018 consentirà una verifica quotidiana dell'efficacia della comunicazione di Gruppo. Ulteriori iniziative nel corso del 2018 per rafforzare le relazioni con i media e gli Stakeholder riguardano l'organizzazione di eventi stampa al fine di creare occasioni di incontro su temi al centro della strategia del business di RadiciGroup.

### **I SOCIAL MEDIA**

Anche nel 2017 il ruolo dei social media è stato fondamentale per comunicare con tutti gli interlocutori del Gruppo, in particolare gli Stakeholder legati al business e ai territori. L'ampia eco che questi canali sono in grado di garantire alle notizie e l'interattività che promuovono attraverso i commenti, le condivisioni e i "mi piace" ne fanno uno strumento di ascolto e dialogo privilegiato per il Gruppo.

#### ***Twitter e Twitter for Sustainability***

Entrambi i canali hanno visto una crescita dei "follower" del Gruppo. Nel caso di Twitter for Sustainability, ampio spazio è stato dedicato nel 2017 al riciclo, all'economia circolare, alla chimica a limitato impatto, al tessile sostenibile promuovendo iniziative non solo di RadiciGroup, ma di tutti gli Stakeholder legati a questi temi (Clienti, Associazioni di categoria, Istituti di ricerca) per creare consapevolezza ed engagement.

*Tabella 20*

<b>CANALE</b>	<b>MESE</b>	<b>FOLLOWER</b>
<b>TWITTER</b>	Dicembre 2017	1634
	Dicembre 2016	1421
	Dicembre 2015	1073
<b>TWITTER FOR SUSTAINABILITY</b>	Dicembre 2017	469
	Dicembre 2016	327
	Dicembre 2015	336

#### ***Facebook World e Facebook Italia***

Entrambi i profili del Gruppo hanno visto un buon aumento dei follower e delle interazioni, a riprova del crescente interesse nei confronti delle attività del Gruppo.

Facebook World, canale legato al business, ha promosso nel 2017 le iniziative italiane del Gruppo, le partecipazioni ai convegni, le fiere e gli eventi.

Facebook Italia ha portato avanti invece la propria missione di creare engagement nei Dipendenti e nelle comunità locali, attraverso numerosi post dedicati ai momenti aggregativi riservati ai Lavoratori (camminate aziendali, appuntamenti sportivi e formativi). Ha inoltre proseguito con la promozione degli eventi territoriali più interessanti. Questo servizio è stato esteso nel 2017 anche al territorio di Novara. Ora, seguendo il canale Facebook Italia, è possibile per le persone di RadiciGroup, i loro familiari, gli abitanti delle comunità locali avere una panoramica completa e aggiornata in tempo reale di numerose iniziative musicali, turistiche, culturali volte a valorizzare il territorio e a diffonderne la conoscenza presso gli abitanti.

Tabella 21

<b>CANALE</b>	<b>MESE</b>	<b>FOLLOWER</b>
<b>FACEBOOK WORLD</b>	Dicembre 2017	759
	Dicembre 2016	481
<b>FACEBOOK ITALIA</b>	Dicembre 2017	1.069
	Dicembre 2016	838

### **LinkedIn**

LinkedIn è il social media maggiormente legato al mondo del business. Nato principalmente per attività di ricerca e offerta di lavoro, si è evoluto sempre più come strumento di comunicazione utile per la funzione di marketing al fine di raggiungere interlocutori mirati nel mondo del business e per la funzione vendita per individuare potenziali contatti e nuovi settori. RadiciGroup utilizza questo strumento dal 2012 proprio al fine di veicolare in maniera più efficace la propria comunicazione, di ottenere sempre più partecipazione da parte degli Stakeholder coinvolti e di approfondire la conoscenza di settori ad elevato potenziale strategico.

Tabella 22

<b>CANALE</b>	<b>MESE</b>	<b>FOLLOWER</b>
<b>LINKEDIN</b>	Dicembre 2017	12.413
	Dicembre 2016	10.506

## **LINKEDIN E IL MARKETING DI SETTORE: UNA NUOVA FRONTIERA PER CONOSCERE IL MERCATO**

Un innovativo progetto è stato condotto nel 2017 attraverso LinkedIn relativamente ad alcuni settori nei quali trovano applicazione i prodotti di RadiciGroup, in particolare il mondo dello sport e il mondo dell'auto.

È stata preparata una approfondita mappatura delle aziende e degli influenzatori di questi settori presenti on line. Tramite LinkedIn sono stati mappati anche i singoli contatti che ricoprivano ruoli decisionali. Inoltre sono stati studiati tutti i componenti e gli accessori promossi da queste aziende nel mercato europeo e americano e le modalità comunicative usate.

Un aspetto di rilievo emerso dall'analisi è stata l'attenzione al tema della sostenibilità che nel settore sportivo, e nel segmento outdoor in particolare, ha visto oltre il 60% delle aziende analizzate mostrarsi interessate al tema e/o proporre ai consumatori articoli sostenibili.

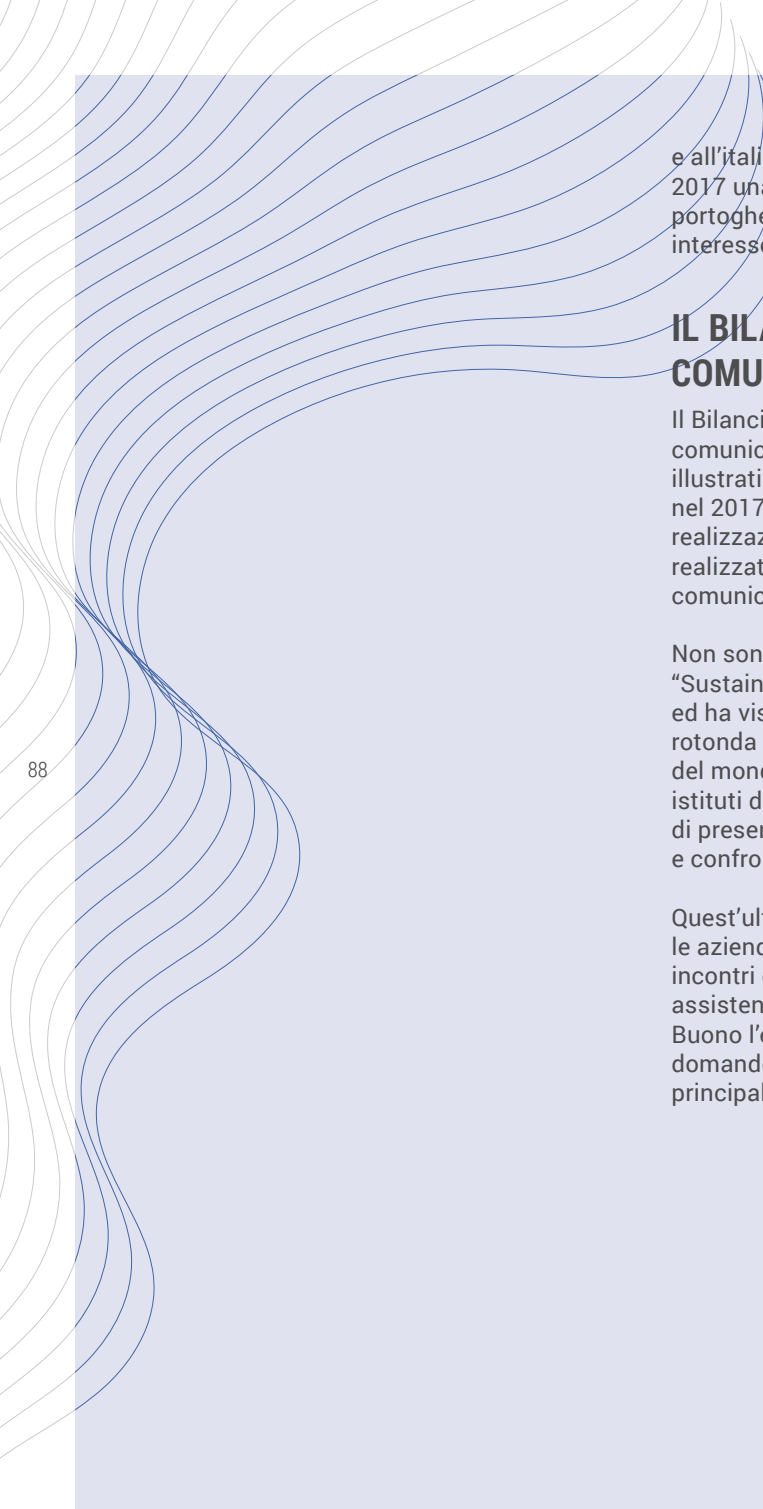
Il progetto di analisi dei settori di riferimento è proseguito anche nel 2018, con l'estensione all'abbigliamento, all'arredamento e all'auto. Obiettivo finale, oltre alla conoscenza dei player da un punto di vista dei social media, anche l'utilizzo dei contatti per campagne di brand awareness verso i Clienti dei Clienti e gli influenzatori dei diversi settori.

87

## **IL SITO WEB**

Il sito web istituzionale è un veicolo di comunicazione completo e strutturato cui tutti gli Stakeholder possono fare ricorso per avere informazioni sul Gruppo. Si tratta di uno strumento non solo a disposizione degli Stakeholder esterni, ma anche dei Lavoratori che possono rimanere aggiornati, ciascuno nella propria lingua di riferimento, su quanto accade nel Gruppo. Nel 2017, in particolare, la sezione sostenibilità del sito è stata arricchita con nuovi contenuti, a partire dai Codici di Condotta Clienti e Fornitori, e con un'interfaccia grafica più facilmente accessibile.

I dati di accesso al sito, costantemente monitorati, comprovano un interesse estremamente elevato con accessi da più di 168.500 account nel 2017, in crescita del 29% rispetto al 2016 ed in gran parte nuovi (74%). Una analisi del target di utilizzatori ha evidenziato come prevalente la fascia di età stimata compresa tra i 25 e i 55 anni, un pubblico business in linea con gli obiettivi del Gruppo, e prevalentemente maschile (65% degli utenti). La bontà della scelta di realizzare una versione del sito in diverse lingue - oltre all'inglese



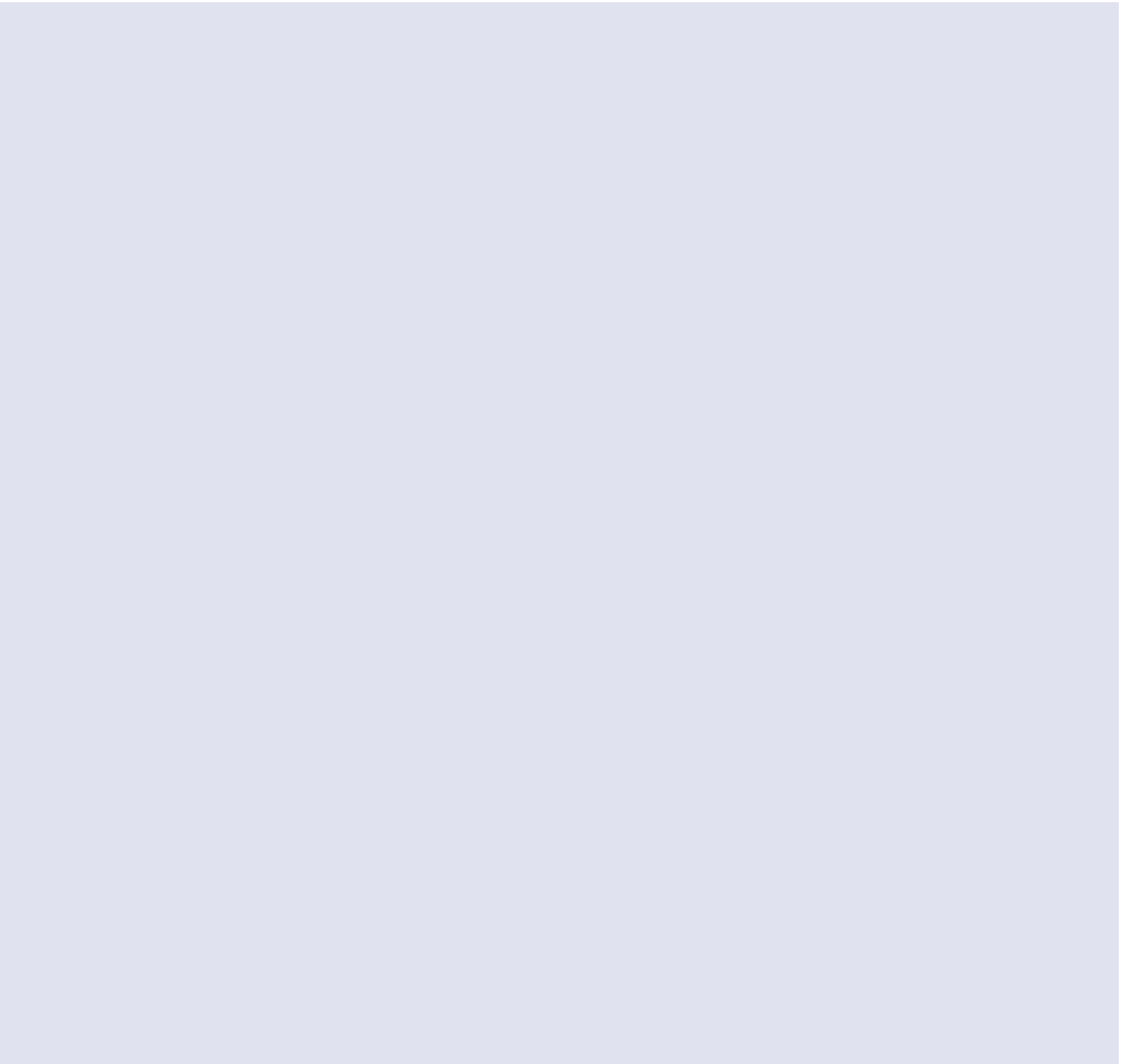
e all'italiano - a beneficio di Clienti e Dipendenti, ha trovato nei dati 2017 una ulteriore conferma. Gli accessi alle sezioni in cinese, portoghese e tedesco hanno evidenziato infatti andamenti, ed interesse, crescenti.

## **IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ E LA COMUNICAZIONE**

Il Bilancio di sostenibilità è oggetto privilegiato del lavoro di comunicazione del Gruppo. Tutti gli strumenti tradizionali e social illustrati in precedenza sono stati utilizzati per la sua diffusione nel 2017. In particolare, oltre alla pubblicazione on line e alla realizzazione delle consuete versioni ridotte o “pillole”, sono stati realizzati post o brevi news di approfondimento sui contenuti chiave, comunicazioni diffuse attraverso tutti i canali di Gruppo.

Non sono stati trascurati eventi di presentazione, a partire dal “Sustainability Day”. Questa iniziativa si è svolta a ottobre 2017 ed ha visto la presentazione ufficiale del report 2016 ad una tavola rotonda multi Stakeholder. Presenti, oltre a RadiciGroup, esponenti del mondo sindacale, del mondo delle imprese e rappresentanti degli istituti di certificazione. Si è trattato della prima esperienza pubblica di presentazione del Report e di una costruttiva occasione di dialogo e confronto a partire dai contenuti del Bilancio.

Quest'ultimo è stato inoltre illustrato nei suoi elementi chiave in tutte le aziende italiane e in alcuni siti europei di RadiciGroup attraverso incontri che hanno visto coinvolto il personale commerciale e di assistenza tecnica, il personale di marketing e il personale di reparto. Buono l'engagement registrato, concretizzatosi attraverso le molte domande che i partecipanti hanno posto sull'impegno del Gruppo principalmente in tema di sostenibilità ambientale.









# LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DI RADICIGROUP

La definizione della strategia di RadiciGroup in ottica di sostenibilità trova le sue basi in quanto enunciato nella Vision, nella Mission, nei Valori societari, nella Politica per la Qualità, l'Ambiente, la Salute e la Sicurezza e nel piano di business complessivo del Gruppo. Tale strategia è attuata mediante un approccio multifunzionale che vede coinvolti i vertici di RadiciGroup, il Gruppo di Coordinamento GRI, i team coinvolti nei diversi progetti legati alla sostenibilità.

Essa tiene conto, in primo luogo, del contesto interno ed esterno del Gruppo, dell'interazione tra le diverse aziende e tra queste ultime ed il mercato, dell'incessante scambio tra i diversi Stakeholder le cui aspettative sono già state illustrate. La consapevolezza che si ottiene dall'analisi combinata di tutti questi fattori è fondamentale, poiché diviene la base per azioni destinate a influenzare positivamente il contesto stesso, creando così un circolo virtuoso di analisi e miglioramento continuo.

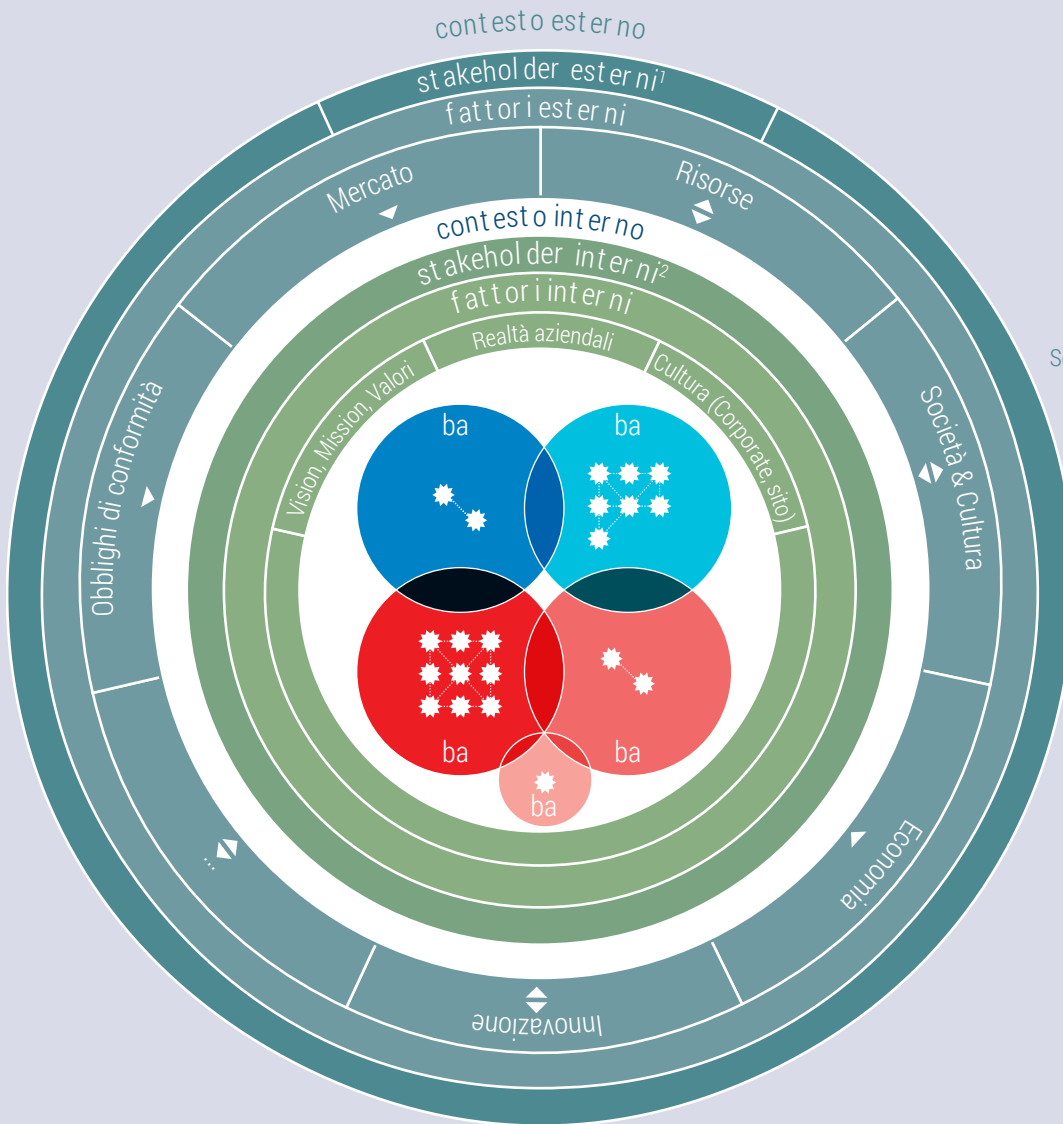
## IL CONTESTO DI RADICIGROUP

L'analisi del contesto di RadiciGroup, è stata già ampiamente descritta nel Bilancio di Sostenibilità 2016, cui si rimanda per un maggiore dettaglio

[WWW.RADICIGROUP.COM/IT/DOCUMENTAZIONE/CORPORATE/BILANCIO](http://WWW.RADICIGROUP.COM/IT/DOCUMENTAZIONE/CORPORATE/BILANCIO)

L'uso del contesto è stato fondamentale anche nel 2017 per la definizione degli aspetti materiali grazie anche alla validazione del modello da parte delle diverse aree di business. L'immagine qui di seguito rappresenta il mondo di RadiciGroup insieme ai fattori endogeni ed esogeni che lo caratterizzano. La lettura del contesto aiuta a capire la complessità degli equilibri dinamici che reggono il Gruppo.





- <sup>1</sup>stakeholder esterni:
- Ambiente
  - Associazioni di Categoria
  - Clienti
  - Concorrenti
  - Comunità locali
  - Community
  - Fornitori
  - Istituti Bancari
  - Media
  - Organismi di controllo
  - Rappresentanze sindacali
  - Scuole e mondo accademico

- <sup>2</sup>stakeholder interni:
- Azionisti
  - Lavoratori
  - Aziende del Gruppo

- BA:
- Specialty Chemicals ●
  - Performance Plastics ●
  - Comfort Fibres ●
  - Extrusion Yarn ●
  - Performance Yarn ●
  - Sito produttivo ★

## **L' ANALISI DEI RISCHI ECONOMICO-FINANZIARI**

Insieme all'analisi del contesto e all'analisi dei rischi legata al rapporto con gli Stakeholder, come ogni anno, anche nel 2017 è stato condotto dalla funzione Corporate Amministrazione Finanza e Controllo anche uno studio ad hoc volto ad evidenziare le incertezze dello scenario economico-finanziario che possono condizionare l'attività di RadiciGroup. La breve panoramica di questi rischi qui di seguito presentata può essere interessante per meglio comprendere il Gruppo e le sue dinamiche.

### **RISCHI DI MERCATO**

Il Gruppo risulta esposto al rischio di mercato legato alla concorrenza e alle fluttuazioni dei volumi e dei prezzi. Per fronteggiare tali eventualità ha effettuato anche nel 2017 un monitoraggio continuo del mercato al fine di cogliere con tempestività i segnali che possono giungere sia in termini di situazioni potenzialmente rischiose che in termini di opportunità.

### **RISCHI FINANZIARI**

RadiciGroup è esposto ad alcuni rischi finanziari connessi alla sua operatività in relazione ai quali la vigilanza da parte della funzione centralizzata di Finance, Credit Management e Procurement è continua. Questo al fine di valutare anticipatamente potenziali scenari negativi ed intraprendere opportune azioni di mitigazione. In particolare, il Gruppo si è trovato nel 2017 a monitorare i seguenti rischi potenziali:

- rischio di credito (già descritto nella parte relativa ai Clienti);
- rischio di liquidità;
- rischio di tasso di interesse;
- rischio di tasso di cambio.

### **RISCHIO LIQUIDITÀ**

Il rischio di liquidità si può manifestare con l'incapacità di reperire, a condizioni economiche favorevoli, le risorse finanziarie necessarie per l'operatività e lo sviluppo delle attività industriali e commerciali. Presso RadiciGroup sono state da tempo adottate politiche volte a ottimizzare la gestione delle risorse finanziarie e ridurre il rischio di liquidità, ad esempio attraverso il mantenimento di un adeguato livello di disponibilità, l'ottenimento di idonee linee di credito e il controllo sistematico delle condizioni di liquidità, ponendo particolare attenzione all'incasso dei crediti.

### **RISCHIO DI TASSO DI INTERESSE**

Il Gruppo utilizza risorse finanziarie esterne sotto forma di debito.

Variazioni nei tassi di interesse di mercato influenzano il costo delle forme di finanziamento incidendo sul livello degli oneri finanziari netti. Il rischio di tasso di interesse si ricollega ad alcuni finanziamenti a medio-lungo termine negoziati a tassi variabili ed è costantemente mantenuto sotto controllo con il supporto della funzione centralizzata di Corporate Finance.

#### **RISCHIO TASSO DI CAMBIO**

Il Gruppo è esposto al rischio di tasso di cambio in quanto effettua acquisti o vendite al di fuori dell'area euro. In talune situazioni, le connesse attività e passività finanziarie che si generano da vendite o acquisti in valuta (principalmente dollari e sterline) vengono compensati grazie all'utilizzo di contratti a termine e grazie ad anticipi in valuta, con il supporto delle competenze fornite dalla funzione Amministrazione, Finanza e Controllo.

Tale studio integra il processo di definizione degli aspetti materiali. A seguito di questa analisi, è emerso che l'organizzazione nel suo complesso non presenta situazioni particolarmente rischiose né interne né esterne e gli aspetti illustrati possono essere classificati come rilevanti ma non strategici, seppur oggetto di accurato monitoraggio continuo.





**EQUILIBRI**



# L'ANALISI DI MATERIALITÀ

98

La modalità operativa adottata per l'analisi degli aspetti materiali al cuore del Bilancio è una applicazione concreta dei principi recentemente introdotti dalle nuove norme relative ai sistemi di gestione e si propone di creare una sinergia concettuale e operativa tra i sistemi di gestione presenti nel Gruppo ed il modello GRI. A tale analisi è dedicata una sezione specifica all'interno della procedura PR 8: Modalità di Gestione per lo Sviluppo Sostenibile sottoscritta dal Presidente di RadiciGroup. Intrapresa secondo questa modalità nel 2016, l'attività di analisi viene man mano sottoposta a Riesame di Direzione nei suoi aspetti principali, affinata e rendicontata nei diversi Bilanci di Sostenibilità. La linea guida è stata sviluppata dalla Holding e testata dalle società operative, che hanno contribuito in maniera fattiva al miglioramento continuo del modello proposto con l'obiettivo di renderlo sempre più robusto.

L'analisi si compone di quattro fasi che devono garantirne la riproducibilità, la correttezza e la completezza. Step iniziali sono quelli della Identificazione degli aspetti materiali e della relativa Valutazione, che trovano applicazione nell'analisi del contesto di RadiciGroup, nella individuazione degli aspetti comuni a tutte le Aree di business e nella contestuale attribuzione di un grado di rilevanza. Le successive fasi di Programmazione e Verifica corrispondono invece ai piani di miglioramento e alla valutazione che ne viene effettuata.



Per entrare maggiormente nel dettaglio, la fase di Identificazione ha visto la definizione del modello del contesto di RadiciGroup con i relativi fattori e la identificazione delle principali interazioni tra la realtà interna e la realtà esterna al Gruppo (IMMAGINE vedi cerchi contesto a pag. 93). A ciò si è affiancata la mappatura degli Stakeholder e delle legittime aspettative (TABELLA aspettative Stakeholder a pag. 78) ed una valutazione specifica e qualitativa dei rischi economico-finanziari a cura della funzione centralizzata Amministrazione Finanza e Controllo.

La fase di Valutazione ha applicato una analisi dei punti di forza e punti di debolezza di ogni fattore/sotto fattore menzionato in riferimento agli Stakeholder ed alle loro legittime aspettative ed in relazione ai possibili rischi e/o opportunità associati al presidio (o meno) di ciascuna tematica. È stato dunque:

- Attribuito un voto da 1 a 4 per definire il livello di importanza a fronte delle opportunità che si sono presentate a RadiciGroup nel rispondere proattivamente alle legittime aspettative degli Stakeholder.
- Attribuito un voto da 1 a 4 per definire il livello di importanza del rischio corso da RadiciGroup nel non soddisfare le legittime aspettative elencate.



- Determinato il grado di materialità degli aspetti secondo una griglia definita usando i seguenti criteri di significatività:

Punteggio 1 = **NON IMPORTANTE**

Punteggio 2 = **POCO IMPORTANTE**

Punteggio 3 = **IMPORTANTE**

Punteggio 4 = **MOLTO IMPORTANTE**

A seconda della collocazione del risultato all'interno della tabella qui di fianco riportata a titolo esemplificativo, si sono ottenuti 3 livelli di rilevanza:

- ASPETTI RILEVANTI E STRATEGICI (ovvero MATERIALI) = Ambiti di interesse e di intervento critici sia per RadiciGroup sia per gli Stakeholder, che necessitano di essere presi in considerazione da parte della Direzione in quanto strategici.
- ASPETTI RILEVANTI MA NON STRATEGICI = Ambiti rilevanti per la performance aziendale e gli Stakeholder, ma non centrali per la strategia di business (alcune tematiche possono essere considerate in vista di future strategie, soprattutto quelle su cui sta crescendo l'attenzione degli Stakeholder).
- Aspetti NON RILEVANTI = Ambiti poco prioritari per RadiciGroup e gli Stakeholder, ma che devono essere comunque monitorati.

<b>RISCHIO</b>	4	<b>A</b>	<b>A</b>	<b>A</b>	<b>A</b>
	3	<b>B</b>	<b>B</b>	<b>B</b>	<b>A</b>
	2	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>
	1	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>
		1	2	3	4
		<b>OPPORTUNITÀ</b>			

Le fasi di Programmazione e Verifica hanno visto quindi l'adozione o il consolidamento, sulla base degli aspetti rilevanti, di strategie e piani di miglioramento, rendicontati in questo Bilancio nelle parti relative all'approccio alla sostenibilità di RadiciGroup, misurati dagli indicatori qualitativi e quantitativi previsti dal modello GRI e supportati dalle attività di coinvolgimento degli Stakeholder e dalle numerose case history presentate in questo report. Ciascun aspetto materiale è parte integrante, in modo trasversale, dei diversi processi che garantiscono il funzionamento delle aziende.









# GLI ASPETTI MATERIALI

DISCLOSURE  
102-46  
102-47

Coerentemente con la volontà di adottare strategie di sostenibilità non legate ai singoli siti, ma valide per l'intero Gruppo, sono stati considerati nel presente Bilancio di Sostenibilità unicamente gli aspetti rilevanti comuni a tutte le aree di Business di RadiciGroup.

Lo schema seguente riassume gli aspetti materiali identificati e li lega alla strategia e all'operatività di RadiciGroup nel segno di una sempre maggiore compenetrazione tra gli elementi etici della sostenibilità e l'operatività quotidiana. Gli aspetti individuati dall'analisi talvolta sono trasversali a più disclosures citate nel modello GRI Standards. Per chiarezza, contestualmente agli aspetti materiali sono state citate le corrispettive disclosures.

Tabella 23

## ASPETTO MATERIALE

## APPROCCIO RADICIGROUP

Creazione di valore aggiunto nel rispetto delle persone e dell'ambiente, condiviso con gli Stakeholder (ECONOMIC PERFORMANCE, ENERGY, EMISSIONS, PUBLIC POLICY, LOCAL COMMUNITIES)

Creare valore aggiunto usando al meglio le risorse.

Operare in trasparenza nei confronti di tutti gli Stakeholder.

Redistribuire tale valore con speciale attenzione ai Dipendenti.

Investire con costanza a supporto delle BA tenendo in speciale considerazione la salvaguardia dell'occupazione a livello locale.

Effettuare investimenti per riqualificare le aziende e migliorare l'ambiente di lavoro.

Non dimenticare le proprie radici nelle comunità locali.

<i>DISCLOSURE, INDICI, CASE HISTORY A SUPPORTO</i>	<i>STAKEHOLDER COINVOLTI</i>	<i>MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO</i>	<i>OBIETTIVI</i>
<p>DISCLOSURE 201-1 DISCLOSURE 302-3 DISCLOSURE 305-4 DISCLOSURE 413-1 DISCLOSURE 415-1</p> <p>Sezione del bilancio dedicata all'andamento dei business.</p> <p>Rendicontazione sugli aspetti di comunicazione.</p> <p>Case History "LinkedIn e il marketing di settore: una nuova frontiera per conoscere il mercato".</p> <p>Rendicontazione su Liberalità e Sponsorship.</p> <p>Case History "Logit e il territorio, un sodalizio che continua".</p> <p>Case History "Giornata nerazzurra in casa RadiciGroup: temporary store Atalanta e autografi dei giocatori per i Dipendenti".</p>	Tutti gli Stakeholder di RadiciGroup	GENERAL DISCLOSURES 102-43 e 102-44	<p>Creazione di valore aggiunto utilizzando in maniera sempre più efficace le risorse (investimenti di efficientamento impianti e mitigazione degli impatti).</p> <p>Realizzazione di un piano strutturato di engagement degli Stakeholder.</p>

## ASPETTO MATERIALE

## APPROCCIO RADICIGROUP

## DISCLOSURE, INDICI, CASE HISTORY A SUPPORTO

Leadership nei principali settori di riferimento (arredamento, abbigliamento, auto, beni industriali) con processi e prodotti ad elevate performance e ad impatto sempre più limitato.  
(MATERIALS, ENERGY, WATER / EMISSIONS, EFFLUENTS AND WASTE)

Attività di Ricerca e Sviluppo legata ai bisogni di sostenibilità espressi dal mercato.

Misurazione e Mitigazione degli Impatti tramite investimenti e BAT.

DISCLOSURE 201-1  
DISCLOSURE 301-1  
DISCLOSURE 306-2  
DISCLOSURE 302-1  
DISCLOSURE 302-3 e relative estensioni a rifiuti, acqua ed emissioni  
DISCLOSURE 305-1  
DISCLOSURE 305-2  
DISCLOSURE 305-7  
DISCLOSURE 303-1  
DISCLOSURE 303-3  
DISCLOSURE 306-1

Case history "Il giorno della civetta... Noyfil si fa casa per i rapaci in pericolo di estinzione".

Case History "Leffe, filati RadiciGroup all'avanguardia per il campo in erba sintetica a Km 0 dell'oratorio".

Case History "Recupero: una scelta strategica che la misurazione degli impatti ambientali conferma essere vincente".

Leadership nei principali settori di riferimento (arredamento, abbigliamento, auto, beni industriali) con processi e prodotti ad elevate performance e ad impatto sempre più limitato.  
(CUSTOMER HEALTH AND SAFETY, MARKETING AND LABELLING)

R&D in ottica di economia circolare (ecodesign, prodotti riciclabili, strategie di riciclo).

Studi di LCA.

PEF

EPD sul prodotto.

Certificazioni e etichettatura di prodotto.

Rendicontazione relativa all'attività di Ricerca e Sviluppo.

Panoramica prodotti a limitato impatto di RadiciGroup.

Studi sul tema delle microplastiche.

Impegno con le associazioni di categoria sui temi del riciclo e dell'impatto ambientale dei prodotti.

Case history "Quindici progetti, un unico materiale: il nylon".

Case history "Si rinnova una tradizione: la Business Area RadiciGroup Performance Plastics premiata per l'eccellenza dei propri prodotti".

Sistemi di gestione integrata volti al miglioramento continuo.

Tabella delle Certificazioni.

Case History "Qualità e Processi del Gruppo: nel triennio 2016-2018 è stato lanciato il progetto formativo per auditor all'avanguardia".

**STAKEHOLDER  
COINVOLTI**

**MODALITÀ DI  
COINVOLGIMENTO**

**OBIETTIVI**

Tutti gli Stakeholder  
di RadiciGroup

General Disclosures 102-43 e  
102-44 ed in particolare:  
partnership e sviluppi congiunti  
con i Clienti.

Attività ad hoc con università e  
centri di ricerca.

Attività di Customer Sati-  
sfaction.

Proseguire nella politica di Interventi di efficientamento impianti con investimenti destinati alle BAT e al miglioramento dell'impatto ambientale.

Tutti gli Stakeholder  
di RadiciGroup

General Disclosures 102-43 e  
102-44 ed in particolare:  
partnership e sviluppi congiunti  
con i Clienti.

Attività ad hoc con università e  
centri di ricerca.

Partecipazione alle attività e  
ai processi decisionali delle  
associazioni di categoria.

Continuare con le attività di ricerca per prodotti a limitato impatto.

Trasmettere le conoscenze acquisite agli Stakeholder: Clienti (anche dei mercati a valle), Fornitori, associazioni categoria, scuole e mondo accademico, community.

Tutti gli Stakeholder  
Interni di RadiciGroup

Proseguire nel lavoro di diffusione di sistemi di gestione integrata.

Aggiornamento e formazione costanti di coloro che si occupano di tali sistemi in tutto il Gruppo.



**ASPETTO MATERIALE**

**APPROCCIO RADICIGROUP**

**DISCLOSURE, INDICI, CASE HISTORY A SUPPORTO**

Tutela sempre maggiore della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro (OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY)

DISCLOSURE 403-2.

Case History "Uno spettacolo per raccontare la sicurezza: Ocjo... la sicurezza è di scena".

Case history "Occhiali antinfortunistici personalizzati con lenti graduate: sicurezza e comfort per i Dipendenti di Noyfil".

Formazione e l'addestramento costanti delle Persone di RadiciGroup (EMPLOYMENT, DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY)

Salvaguarda e accrescimento del know how, soprattutto attraverso l'introduzione di nuove competenze tecniche e tecnologiche.

DISCLOSURE 404-1

Il progetto Education.

Case History "Gli Allievi dell'Accademia della Guardia di Finanza in visita a RadiciGroup".

Case History "Istruzione e formazione: RadiciGroup premia le proprie eccellenze".

**STAKEHOLDER  
COINVOLTI**

**MODALITÀ DI  
COINVOLGIMENTO**

**OBIETTIVI**

Tutti gli Stakeholder  
interni di RadiciGroup

Comunicazione  
Progetto RadiciGroup for  
Safety.

Proseguimento del lavoro di promozione della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro attraverso la formazione, la sensibilizzazione, il monitoraggio costante dei dati relativi alla sicurezza.

Tutti gli Stakeholder  
interni di RadiciGroup,  
Le Scuole e il Mondo  
Accademico

Progetti formativi.  
Progetto Education del Gruppo.

Progetti formativi volti a formare in maniera sempre più adeguata le persone e a guidarle nei cambiamenti professionali ed organizzativi.

# CREAZIONE DI VALORE AGGIUNTO NEL RISPETTO DELLE PERSONE E DELL'AMBIENTE, CONDIVISO CON GLI STAKEHOLDER

(ECONOMIC PERFORMANCE - PUBLIC POLICY)

DIRECT ECONOMIC VALUE GENERATED AND DISTRIBUTED, ENERGY INTENSITY

## MANAGEMENT APPROACH

103-1

103-2

103-3

La creazione di valore aggiunto, ovvero la capacità di un'azienda di produrre ricchezza per poi distribuirla ai suoi Stakeholder, è essenziale per la crescita di qualsiasi realtà industriale.

Da sempre è elemento centrale per RadiciGroup che attraverso la redistribuzione agli Stakeholder concretizza il proprio concetto di sostenibilità economica. In questo Report è presentata nel dettaglio la percentuale di redistribuzione del valore aggiunto pari a 258.860.287 euro ai diversi soggetti, in ottica di trasparenza. Nel 2017 la porzione maggiore, più del 50%, è stata destinata ai Dipendenti a mezzo delle retribuzioni, elemento chiave per attrarre, motivare e mantenere i migliori talenti. La centralità dei Lavoratori e la salvaguardia dell'occupazione a livello locale hanno trovato dunque anche nei dati economici qui presentati un importante riscontro.

Rilevanti nel panorama del Gruppo sono stati inoltre gli investimenti a supporto delle Business Areas. Tecnologia all'avanguardia per il mantenimento della competitività, riqualificazione delle aziende e miglioramento degli ambienti di lavoro sono reputati elementi chiave per le performance di RadiciGroup.

La parte di valore aggiunto destinata al pagamento delle imposte, presentata nel dettaglio a seguire, testimonia il pieno rispetto degli obblighi legislativi. Inoltre, la limitata percentuale di valore aggiunto destinata alla remunerazione dei finanziatori è un chiaro indice dell'eccellente stato di salute patrimoniale di RadiciGroup.

Come di consueto, anche le comunità locali e i territori di riferimento di RadiciGroup nel 2017 hanno beneficiato del supporto tangibile delle aziende del Gruppo, come illustrato dettagliatamente nella parte di Bilancio dedicata alle liberalità e alle sponsorship.

Le sfide future del Gruppo saranno indubbiamente legate al mantenimento della posizione di leadership nel mercato facendo sempre più della sostenibilità l'elemento cardine della strategia e dell'operatività. La disclosure 302-3, che mette in relazione l'uso dell'energia al valore aggiunto (e le estensioni del concetto fatte per acqua ed emissioni) mostrano chiaramente come una realtà industriale possa essere profittevole utilizzando sempre meno risorse grazie ad una strategia fatta di investimenti, efficientamenti, capacità di cogliere con tempestività le sfide tecnologiche.

Tabella 24 PROSPETTO STANDARD DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

VOCI		31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
<b>A)</b>	<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>993.769.060</b>	<b>946.065.498</b>	<b>1.164.318.842</b>
1	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.011.118.534	945.147.279	1.146.294.145
2	Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	(17.534.599)	690.516	17.814.922
3	Variazione dei lavori in corso su ordinazione	-	-	-
4	Incrementi immobilizzazioni per i lavori interni	185.125	227.703	209.775
5	Altri ricavi e proventi			
<b>B)</b>	<b>COSTI INTERMEDI DELLA GESTIONE</b>	<b>770.772.971</b>	<b>704.765.147</b>	<b>867.422.758</b>
6	Costi per acquisto di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	576.061.208	531.064.736	691.480.119
7	Costi per servizi	179.927.810	171.424.093	175.835.802
8	Costi per godimento beni di terzi	5.117.266	3.986.722	5.401.205
9	Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	769.270	(4.316.132)	(7.591.811)
10	Accantonamenti per rischi	300.567	163.374	361.174
11	Altri accantonamenti	299.199	845.395	76.341
12	Oneri diversi di gestione	8.297.650	1.596.959	1.859.929
	<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO (A-B)</b>	<b>222.996.089</b>	<b>241.300.351</b>	<b>296.896.084</b>
	+/- Componenti accessori e straordinari	523.339	4.431.631	3.755.696
	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>223.519.428</b>	<b>245.731.982</b>	<b>300.651.781</b>
	- Ammortamenti	40.034.852	38.805.292	41.791.493
	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>183.484.576</b>	<b>206.926.689</b>	<b>258.860.287</b>

Tabella 25 PROSPETTO STANDARD DI DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

VOCI	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
<b>A) REMUNERAZIONE DEL PERSONALE</b>	<b>130.196.142</b>	<b>133.767.454</b>	<b>139.538.473</b>
Personale non dipendente	7.397.897	6.332.576	6.622.828
Personale dipendente	122.798.245	127.434.878	132.915.644
a) remunerazioni dirette	97.595.292	101.559.121	106.367.081
b) remunerazioni indirette	25.202.953	25.875.757	26.548.563
<b>B) REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>	<b>16.404.674</b>	<b>19.185.700</b>	<b>34.177.994</b>
<b>a) Imposte correnti</b>	<b>20.781.715</b>	<b>19.982.948</b>	<b>30.229.218</b>
Imposte dirette	17.127.826	16.337.995	26.369.692
Imposte indirette	3.653.889	3.644.953	3.859.526
<b>b) Imposte differite</b>	<b>(3.973.424)</b>	<b>(230.889)</b>	<b>4.437.491</b>
<b>c) Sovvenzioni in c/esercizio</b>	<b>(403.618)</b>	<b>(566.360)</b>	<b>(488.715)</b>
<b>C) REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO</b>	<b>6.081.958</b>	<b>3.366.290</b>	<b>2.694.396</b>
Oneri per capitali a breve termine	6.081.958	3.366.290	2.694.396
Oneri passivi per capitali a lungo termine			
<b>D) REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO</b>	<b>4.020.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>12.991.285</b>
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)	4.020.000	9.000.000	12.991.285
<b>E) REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA</b>	<b>26.252.265</b>	<b>41.044.229</b>	<b>68.845.420</b>
+/- variazioni di riserve	26.252.265	41.044.229	68.845.420
<b>F) LIBERALITÀ ESTERNE</b>	<b>529.538</b>	<b>563.016</b>	<b>612.720</b>
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>183.484.576</b>	<b>206.926.689</b>	<b>258.860.287</b>

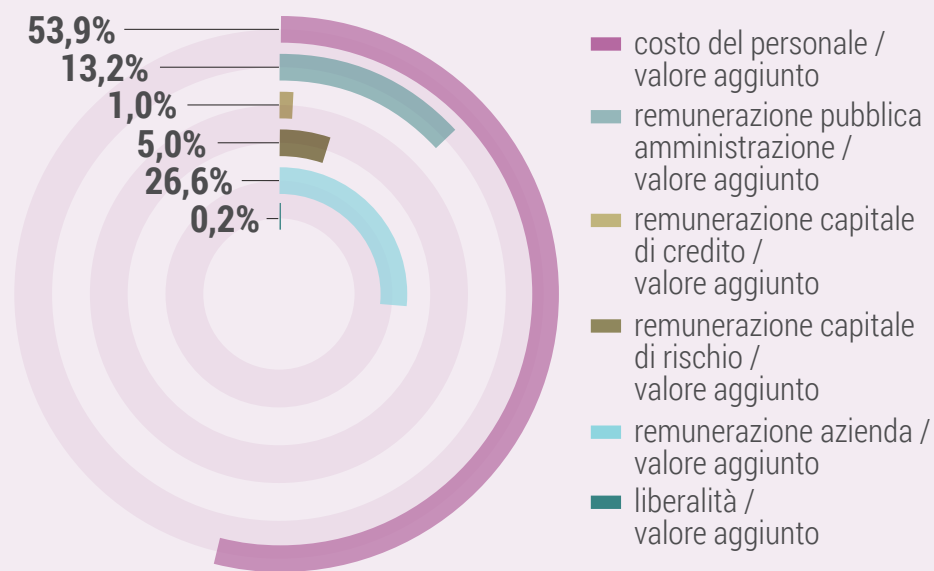
*I prospetti seguono il modello GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale*

[WWW.GRUPPOBILANCIOSOCIALE.ORG](http://WWW.GRUPPOBILANCIOSOCIALE.ORG)

*I dati si riferiscono al Bilancio consolidato Radici Partecipazioni S.p.A. Come noto, nel Bilancio consolidato i flussi economici derivanti da operazioni effettuate tra le imprese incluse nel consolidamento vengono eliminati. Il Bilancio è assoggettato a revisione contabile volontaria da parte di Deloitte&Touche e include, oltre alla capogruppo, le società italiane ed estere di cui Radici Partecipazioni detiene, direttamente o indirettamente, la maggioranza del capitale sociale e controlla la gestione ai sensi dell'art. 2359 del Codice Civile Italiano.*

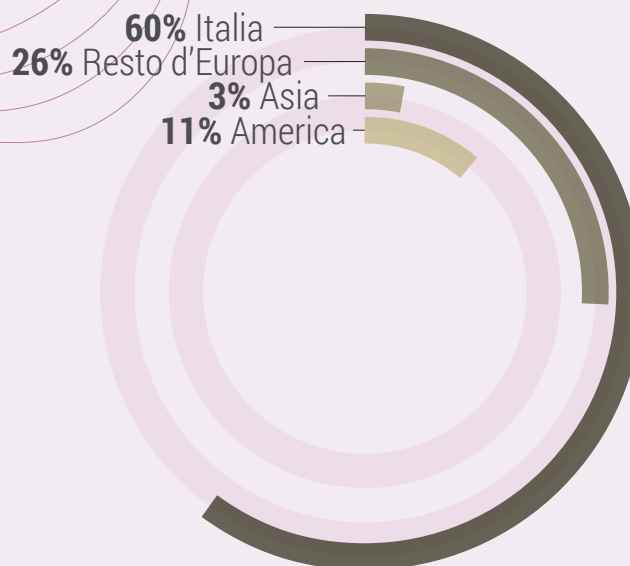
Tabella 26 **DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO**

%	COSTO DEL PERSONALE / VALORE AGGIUNTO	53,90%
%	REMUNERAZIONE PUBBLICA AMMINISTRAZIONE / VALORE AGGIUNTO	13,20%
%	REMUNERAZIONE CAPITALE DI CREDITO / VALORE AGGIUNTO	1,04%
%	REMUNERAZIONE CAPITALE DI RISCHIO / VALORE AGGIUNTO	5,02%
%	REMUNERAZIONE AZIENDA / VALORE AGGIUNTO	26,60%
%	LIBERALITÀ / VALORE AGGIUNTO	0,24%





## VALORE AGGIUNTO PER AREA GEOGRAFICA



La solidità patrimoniale di RadiciGroup, che negli ultimi anni è andata progressivamente rafforzandosi, è testimoniata nel 2017 anche dal rapporto tra i mezzi propri e i mezzi di terzi. Si tratta di una garanzia di affidabilità che, da un punto di vista di sostenibilità sociale, si traduce in un impegno per la continuità dell'occupazione in tutti i territori di riferimento del Gruppo.

*Tabella 27* RIPARTIZIONE MEZZI DI TERZI E MEZZI PROPRI

Mezzi di terzi	Euro/1000	165.632
Mezzi propri	Euro/1000	409.461
Totale capitale investito netto	Euro/1000	575.093

Importanti, nell'anno di rendicontazione, anche gli investimenti che hanno riguardato, tar gli altri, anche i seguenti ambiti:

- 177 milioni di euro: Investimenti a sostegno della competitività delle Aziende del Gruppo nel quinquennio 2013-2017. Di questi, 45 milioni specificamente investiti nel 2017 (ad inclusione degli gli investimenti ambientali sotto riportati di Euro 2,9 milioni nel 2017).
- 2,9 milioni di euro: Investimenti ambientali effettuati nel 2017 e destinati all'introduzione di Best Available Techniques, all'efficientamento energetico, all'abbattimento delle emissioni,

ad attività di ricerca e sviluppo per l'implementazione di processi e prodotti a limitato impatto.

- 2,9 milioni di euro: costi di gestione e protezione ambientale (quali costi di certificazioni, smaltimento rifiuti, trattamento acque) relativi alle società italiane.

Tabella 28 **IMPOSTE ANNO 2017 PER PAESE (esprese in Euro)**

	<i>PAESE</i>	<i>IMPOSTE</i>
€	ARGENTINA	64.517
€	GERMANIA	4.254.878
€	ROMANIA	432.941
€	REPUBBLICA CECA	54.736
€	UNGHERIA	8.810
€	SVIZZERA	11.154
€	ITALIA	18.690.362
€	CINA	1.363.006
€	MESSICO	-
€	LUSSEMBURGO	-
€	BRASILE	735.894
€	SPAGNA	-
€	INDIA	337.954
€	INGHILTERRA	11.130
€	OLANDA	20.150
€	USA	384.159
€	<b>TOTALE</b>	<b>26.369.692</b>

**DISCLOSURE**  
102-7

A fronte di 484.000 tonnellate di prodotti venduti nel 2017 da RadiciGroup, le politiche di sviluppo sostenibile in relazione alle risorse prelevate dall'ambiente trovano nella disclosure che segue, e nelle relative estensioni ad acqua, rifiuti, emissioni, una importante controprova. Questo indicatore esprime infatti la proporzione tra il prelievo di risorse e quanto RadiciGroup restituisce in termini di valore aggiunto. Nel caso del Gruppo, alla crescita del valore aggiunto degli ultimi anni si è affiancata, specularmente, una diminuzione nell'uso delle risorse, fatto che rende la proporzione assolutamente "virtuosa" e supporta il concetto, sempre espresso dal Gruppo, che è possibile per una realtà industriale essere profittevole in maniera responsabile e sostenibile.

**GRI 302-3:  
ENERGY INTENSITY**

**Tabella 29 INDICE ENERGIA PRIMARIA TOTALE RAPPORATA AL VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO**

		2015	2016	2017
GJ	Energia primaria totale (GRI302-1)	6.304.184	6.178.598	6.611.640
€	Valore aggiunto globale netto	183.484.576	206.279.587	258.860.287
GJ/€	Energia primaria totale (diretta + indiretta) rapportata al valore aggiunto globale netto	<b>0,034</b>	<b>0,030</b>	<b>0,026</b>

**GRI 305-4:  
GHG EMISSIONS  
INTENSITY**

**Tabella 30 INDICE EMISSIONI TOTALI RAPPORATE AL VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO**

		2015	2016	2017
tCO2 eq.	Emissioni totali in atmosfera (GRI 305-1 e 305-2)	530.942	489.829	521.637
€	Valore aggiunto globale netto	183.484.576	206.279.587	258.860.287
kgCO2eq/€	Emissioni totali in atmosfera (GRI 305-1 e 305-2) rapportate al valore aggiunto	<b>2,89</b>	<b>2,37</b>	<b>2,02</b>

**Tabella 31 INDICE RISORSE IDRICHE RAPPORATE AL VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO**

	INDICE	2015	2016	2017
m <sup>3</sup> /€	Risorse idriche (GRI 303-1) rapportate al valore aggiunto	0,48	0,43	0,35

**Tabella 32 INDICE RIFIUTI SOGGETTI A SMALTIMENTO SENZA RECUPERO RAPPORATI AL VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO**

	INDICE	2015	2016	2017
kg/€	Rifiuti soggetti a smaltimento senza recupero (GRI 306-2) rapportati al valore aggiunto	0,021	0,020	0,021

## LE RADICI NELLE COMUNITA' LOCALI

**DISCLOSURE  
413-1**

Un nome, un impegno quello della Famiglia Radici nei confronti del proprio territorio di origine e delle comunità locali in cui si trovano le aziende. Una tradizione iniziata da Gianni e Luciana Radici, profondi conoscitori dei bisogni occupazionali e sociali che nascevano intorno ai siti produttivi. Un commitment che continua anche oggi, grazie alla presenza concreta degli azionisti nel governo del Gruppo.

Come già indicato in precedenza, da molti anni RadiciGroup redistribuisce una quota del proprio valore aggiunto a favore di associazioni e iniziative non a fini di lucro, caratterizzate in primo luogo dalla territorialità, dal fatto di essere aggregative, dall'impegno a favore di coloro che sono nel disagio, dall'elevato valore culturale.

Nel 2017, dopo numerosi anni di attività filantropiche, si è operata nel Gruppo ed in particolare nell'ambito della funzione Corporate Marketing, che insieme agli Azionisti determina l'orientamento di queste attività, una profonda riflessione sul senso del supporto ai propri territori di riferimento. Da questa riflessione è nata una evoluzione che strettamente si lega all'evoluzione del ruolo dell'azienda nei confronti di tutti i suoi interlocutori sociali, chiamati ad essere sempre più parte attiva.

In quest'ottica RadiciGroup e le sue realtà si impegnano non solo a offrire supporto economico, ma anche a lavorare insieme alle organizzazioni. Si inquadrano in questo contesto alcune iniziative che sono state ideate nel 2017 e si sono concretizzate nel 2018 che hanno visto, ad esempio, la fornitura di divise sportive per il ciclismo, l'atletica, lo sci realizzate con filati RadiciGroup a tre società sportive. In una nuova logica "win win" queste società hanno ricevuto nuove divise mentre RadiciGroup otterrà preziose informazioni circa le prestazioni di questi capi grazie alla collaborazione attiva degli atleti che le testeranno.

Si è così passati da un concetto di "Marketing Filantropico" a un concetto di "Marketing Sociale orientato agli Stakeholder". In questa logica è rimasto comunque intatto l'intento di essere concretamente presenti al fianco di organizzazioni ed enti, laddove questi ultimi diventano attori e non semplici recettori. Contributi e liberalità si trasformano sempre più in progetti congiunti, ove possibile.

In questa nuova ottica è rimasta comunque in essere una parte importante di liberalità propriamente dette, soprattutto a favore di coloro che seguono persone in situazioni di disagio sociale ed economico per garantire, proprio grazie al sostegno del Gruppo, la continuità di progetti importanti. A questo si sono affiancate, nel 2017, alcune iniziative culturali volte specificamente alla riqualificazione del territorio.

117

### LOGIT E IL TERRITORIO, UN SODALIZIO CHE CONTINUA

Logit SRO, azienda di RadiciGroup attiva nell'ambito della lavorazione di filo di poliammide per pavimentazione tessile, anche nel 2017 ha rinnovato il proprio sodalizio con il territorio attraverso numerose iniziative che hanno interessato l'area di Podborany (Repubblica Ceca) ed i comuni limitrofi.

Attraverso il fondo specifico destinato alle attività locali, Logit ha sostenuto, ad esempio, la realizzazione di uno spazio dedicato alle attività ricreative e sportive di bambini e ragazzi. Si è trattato di un progetto nato su iniziativa delle famiglie del villaggio di Petrohrad che, in assenza di una struttura adeguata, hanno fatto richiesta alle autorità comunali di poter trasformare una parte dei giardini pubblici in area destinata al gioco e allo sport con il sostegno economico di Logit. L'azienda ha inoltre fattivamente contribuito all'acquisto di un kit di primo soccorso per permettere ai bambini della scuola primaria di Kryry un approccio con le attività di pronto soccorso e ha sostenuto l'addestramento di base di giovani vigili del fuoco attraverso un corso formativo specifico, destinato ai ragazzi. Non è mancata infine una speciale attenzione alla realtà storica di Podborany, attraverso il finanziamento dei restauri della chiesa di St. Jiljí. Importante

monumento gotico caduto in rovina da oltre un decennio, la chiesa si sta ora gradualmente trasformando in centro culturale. In particolare, Logit sta sostenendo la creazione di un museo delle vetrate con un grande soffitto in vetro decorato destinato ad attrarre flussi turistici crescenti.

### CONTRIBUTI E LIBERALITA' 2017

Attraverso il sistema di gestione on line predisposto nel 2016, il Gruppo mantiene efficacemente monitorate tutte le richieste di contributi che gli pervengono. Nell'anno oggetto di questo Bilancio sono giunte 73 richieste che rientravano a pieno titolo nei parametri di accettabilità. Ne sono state accettate 51 sulla base dei criteri di territorialità, valore aggregativo, sociale o culturale già illustrati in precedenza. Questi criteri sono stati esplicitati, in ottica di trasparenza, in accompagnamento al modulo elettronico di richiesta di sponsorizzazione.

Per saperne di più:

[WWW.RADICIGROUP.COM/IT/RADICI-CONNECT/SPONSORSHIP/INTRO](http://WWW.RADICIGROUP.COM/IT/RADICI-CONNECT/SPONSORSHIP/INTRO)

Tabella 33

	2015	2016	2017
Salute e Prevenzione, Associazioni Umanitarie	51.168	141.638	149.428
Territorio, Cultura e Formazione	195.670	96.378	76.987
Sport*	292.140	338.000	411.105
Totale	538.978	576.016	637.520
<b>Totale relativo a RadiciGroup**</b>	<b>529.538</b>	<b>563.016</b>	<b>601.520</b>

\*Il totale riferito allo sport non include la sponsorizzazione all'Atalanta BC.

\*\*I precedenti valori sono riferiti alle attività di RadiciGroup insieme a Geogreen, realtà produttiva appartenente alla famiglia Radici, ma non controllata dalla Holding Radici Partecipazioni S.p.A. La gestione delle liberalità e dei contributi è infatti comune.

Una particolare importanza ha avuto nel 2017 il settore dello sport. Da sempre il Gruppo sostiene numerose squadre dilettantistiche, ma di elevato livello. Lo Sci Club Radici Group, la squadra di atletica La Recastello RadiciGroup, il team della Pietro Radici Nuoto hanno ottenuto ottimi risultati grazie a giovani promettenti che hanno associato il marchio del Gruppo a brillanti performance.

Al panorama di attività sportive mancava però il calcio, ed in particolare l'Atalanta, squadra alla quale la Famiglia Radici e gran parte dei Dipendenti italiani sono tradizionalmente legati. Una importante iniziativa ha dunque visto associato RadiciGroup ai nerazzurri bergamaschi in qualità di sponsor principale per l'Europa League e la Tim Cup tra il 2017 e il 2018. Si è trattato di una vera e propria avventura dai risvolti insperati, cui i Dipendenti del Gruppo hanno potuto prendere parte attraverso un'iniziativa che li ha visti protagonisti insieme alla squadra.

## GIORNATA NERAZZURRA IN CASA RADICIGROUP: TEMPORARY STORE ATALANTA E AUTOGRAFI DEI GIOCATORI PER I DIPENDENTI

Main sponsor dell'Atalanta per l'avventura in Europa League e nella TIM Cup 2017-2018, RadiciGroup ha organizzato a Gandino, nella sede della holding, una vera e propria giornata nerazzurra: in esclusiva per i Dipendenti, RadiciGroup e Atalanta hanno allestito un temporary store in cui acquistare le maglie griffate con il marchio Radici a un prezzo speciale. Oltre 3.000 maglie sono state distribuite in questa occasione, a testimonianza del forte attaccamento dei Dipendenti all'azienda ma anche della fede calcistica per la squadra bergamasca.

Il tutto accompagnato dalla presenza di alcuni giocatori della squadra "Primavera" a disposizione per scattare foto e firmare autografi e dalla possibilità, grazie al personale di Atalanta, di personalizzare al momento le maglie acquistate.

È stata un'opportunità anche per far incontrare colleghi provenienti da diversi siti produttivi di tutta Italia, che hanno raggiunto la sede della holding e hanno potuto così, è il caso di dire, "fare squadra".

### DISCLOSURE 415-1

Nel novero dei contributi 2017 non figura alcun contributo economico diretto o indiretto ai partiti politici, conformemente al Codice Etico interno, sottoscritto dal Presidente di RadiciGroup ed aggiornato nel 2013, ed in particolare a quanto segue:

*"RadiciGroup non può erogare contributi diretti o indiretti sotto qualsiasi forma, né destinare fondi e finanziamenti a sostegno di soggetti pubblici (es. partiti politici, comitati), salvo quanto ammesso e previsto dalle leggi e regolamenti vigenti e preliminarmente approvato dal Consiglio di Amministrazione di Radici Partecipazioni S.p.A."*



## TUTELA SEMPRE MAGGIORE DELLA SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

MANAGEMENT APPROACH  
103-1

(OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY)

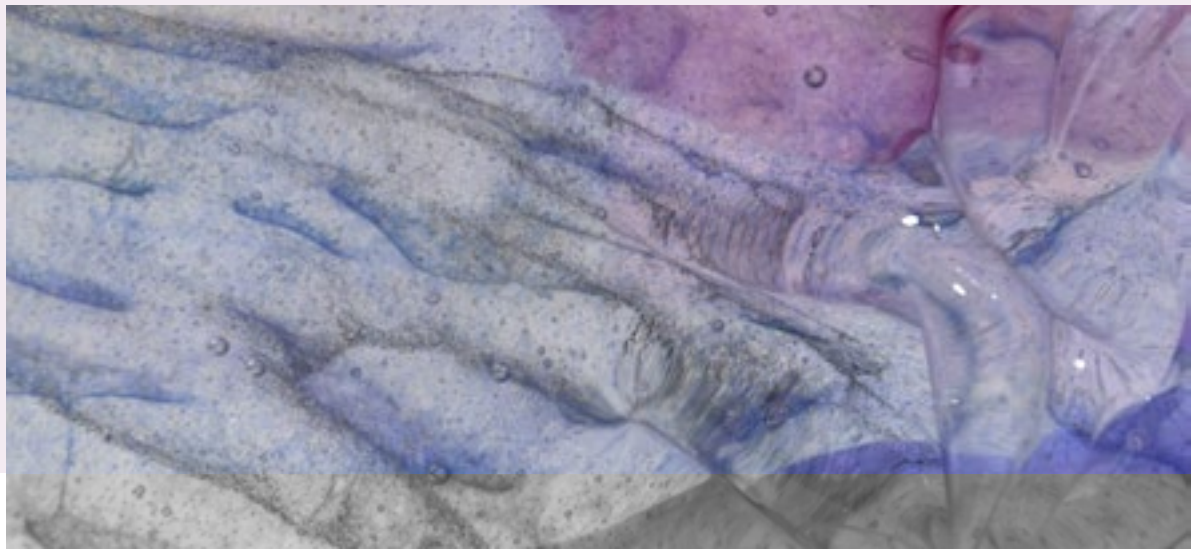
*La sicurezza è la cura per quanto si fa e per come lo si fa, nel rispetto di noi stessi innanzitutto, nel rispetto di quanti collaborano con noi, nel rispetto dei luoghi e degli strumenti attraverso cui si concretizza il lavoro.*

*La sicurezza è la consapevolezza della responsabilità e ancor più del contributo che ciascuno è chiamato a dare per rendere l'ambiente di lavoro quanto più possibile sano e privo di pericoli.*

Angelo Radici

*La Direzione, consapevole del fatto che la Sicurezza e la Salute dei Lavoratori sono elementi prioritari e di centrale importanza, assicura gli standard di sicurezza previsti dalle norme vigenti in materia, ne verifica regolarmente il rispetto e l'efficacia, perseguendo l'obiettivo di aumentare la prevenzione e il controllo per ridurre il rischio di incidenti. Promuove inoltre un rapporto trasparente e collaborativo con le Autorità e le Comunità Locali.*

Politica di Gruppo per la Qualità, la Salute, l'Ambiente e la Sicurezza



RadiciGroup attribuisce alla sicurezza un grado di massima importanza nella propria strategia e si impegna per coniugare le esigenze produttive degli stabilimenti con la tutela del benessere dei Lavoratori e delle Comunità Locali.

Per fare questo opera senza sosta per:

- Valutare, prevenire e mitigare i rischi attraverso organizzazioni aziendali ben strutturate, attente a cogliere situazioni potenzialmente pericolose e pronte ad agire con tempestività.
- Introdurre negli impianti le migliori tecnologie disponibili sul mercato non solo dal punto di vista produttivo, ma anche da punto di vista della salute e sicurezza.
- Far maturare la prospettiva di ogni Lavoratore, a partire dai vertici aziendali, relativamente all'apporto che ciascuno può dare per migliorare il clima di sicurezza.
- Trasmettere, in maniera formale ed informale, il valore della sicurezza quale elemento competitivo e distintivo sia all'interno che all'esterno di RadiciGroup.
- Comunicare in maniera trasparente e continuativa i propri andamenti in materia attraverso il Bilancio di Sostenibilità.

#### MANAGEMENT APPROACH

103-1

103-2

103-3

## IL PROGETTO RADICIGROUP FOR SAFETY

*Valutare i rischi, prevenirli, adottare misure per minimizzarli. Da tempo queste attività sono portate avanti con impegno in tutte le Aziende di RadiciGroup. Tuttavia quanto fatto fino ad oggi non è più sufficiente. È necessario passare non solo in linea teorica, ma di fatto, dalla gestione del rischio alla promozione attiva della sicurezza in ciascuna delle nostre Aziende.*

*Un impegno non delegabile, affidato a ciascuno di noi in prima persona.*

*Per questa ragione, insieme alla funzione Human Resources di RadiciGroup, abbiamo deciso di lanciare "RadiciGroup for Safety", una campagna speciale che mira ad operare alle radici della sicurezza. Un impegno per la formazione e la sensibilizzazione sull'apporto che ciascuno può e deve dare a questo tema.*

Angelo Radici

400 persone coinvolte, 60 dirigenti e 200 preposti, 8.800 ore di formazione. Con le parole del Presidente Angelo Radici e con questi numeri si presenta il progetto RadiciGroup for Safety, uno dei più importanti percorsi formativi mai intrapresi dal Gruppo. Obiettivo del progetto, iniziato nel 2016 e terminato nel 2017, quello di affinare e sviluppare competenze trasversali nel team di dirigenti e preposti con speciale riferimento alla cultura della salute e sicurezza. Si è trattato di un articolato percorso con esercitazioni ed attività esperienziali ed emozionali che ha coinvolto tutti i siti italiani di RadiciGroup, un sito in Svizzera e numerosi Stakeholder, tra cui Confindustria, il mondo sindacale ed alcuni istituti scolastici.

Il rafforzamento della “Safety Vision”, una vera e propria visione della sicurezza a tutto tondo che interessa la vita professionale, e personale, del Lavoratore, ha trovato una importante eco anche nei dati relativi agli infortuni riportati in questo Bilancio, soprattutto con riferimento ai siti italiani, direttamente interessati dal progetto (39% di infortuni in meno, in numero assoluto, nel triennio, un tasso di infortunio in calo del 42% e un indice di gravità dimezzato nel medesimo periodo).

Anche a livello dell'intero Gruppo gli infortuni sono diminuiti in valore assoluto passando da 85 a 70 (-18%) nel triennio 2015-2017. Mostrano significativi miglioramenti anche l'indice relativo alla gravità che, nel medesimo periodo, si dimezza sostanzialmente, passando da 122 a 53 giorni e l'indice relativo al tasso di infortunio che fa registrare un decremento superiore al 20%. In questo contesto l'assenteismo si mantiene sostanzialmente stabile. Nell'anno di rendicontazione non si sono verificati infortuni mortali. Si sono verificati 3 infortuni gravi, con prognosi iniziale pari o superiore ai 30 giorni e 67 infortuni non gravi, con prognosi iniziale inferiore ai 30 giorni. Si sono inoltre registrate 6 malattie professionali. A tal proposito va precisato che le malattie professionali vengono rendicontate nel Bilancio nell'anno di competenza alla conclusione dell'iter di accertamento da parte dell'ente preposto. Pertanto questo indicatore può essere soggetto a correzioni retroattive.

**GRI 403-2:**  
**TASSO DI INFORTUNI, MALATTIE PROFESSIONALI,**  
**GIORNI PERSI E ASSENTEISMO E NUMERO DI INFORTUNI**  
**MORTALI PER AREA GEOGRAFICA E GENERE\***

*\*Di seguito le regole seguite per la preparazione dei dati relativi a questa disclosure:*

- sono soggetti a questa disclosure tutti i Lavoratori dell'azienda
- le ore lavorate sono quelle di effettiva presenza (somma tra ore ordinarie ed ore straordinarie);
- si considera infortunio solo un evento che origina l'assenza di almeno un giorno oltre a quello dell'incidente;
- gli incidenti in itinere non sono considerati;
- i giorni di assenza sono i giorni totali di calendario che trascorrono dall'infortunio alla ripresa del lavoro, e non quelli lavorativi, escluso il giorno in cui l'infortunio è avvenuto.

Tabella 34 LAVORATORI\*

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	3.755.672	3.782.760	<b>3.939.357</b>	1.262.553	1.327.016	<b>1.323.441</b>	5.018.225	5.109.775	<b>5.262.798</b>
giorni	Totale giorni persi	2.689	1.661	<b>1.312</b>	376	305	<b>79</b>	3.065	1.966	<b>1.391</b>
n	Numero totale infortuni	73	67	<b>64</b>	12	15	<b>6</b>	85	82	<b>70</b>
n	Numero totale malattie professionali	5	3	<b>5</b>	0	0	<b>1</b>	5	3	<b>6</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	10	9	<b>8</b>	10	9	<b>10</b>	10	9	<b>9</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	225	216	<b>215</b>	214	217	<b>210</b>	222	216	<b>214</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	3,9	3,5	<b>3,2</b>	1,9	2,3	<b>0,9</b>	3,4	3,2	<b>2,7</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,27	0,16	<b>0,25</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,20	0,12	<b>0,23</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	143,2	87,8	<b>66,6</b>	59,6	46,0	<b>11,9</b>	122,2	77,0	<b>52,9</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	8.588	8.239	<b>7.440</b>	9.703	8.454	<b>9.891</b>	8.880	8.296	<b>8.076</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	2.156	2.165	<b>2.227</b>	811	799	<b>826</b>	2.967	2.964	<b>3.053</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	2.198	2.250	<b>2.345</b>	818	817	<b>842</b>	3.016	3.067	<b>3.187</b>
%	Assenza	4,3%	4,1%	<b>3,7%</b>	4,9%	4,2%	<b>4,9%</b>	4,4%	4,1%	<b>4,0%</b>

\*I Lavoratori comprendono i Lavoratori contrattuali, interinali e dipendenti

Tabella 35 DIPENDENTI

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	3.642.831	3.626.974	<b>3.719.776</b>	1.244.084	1.281.230	<b>1.290.606</b>	4.886.914	4.908.203	<b>5.010.382</b>
giorni	Totale giorni persi	2.672	1.637	<b>1.296</b>	376	305	<b>68</b>	3.048	1.942	<b>1.364</b>
n	Numero totale infortuni	70	66	<b>61</b>	12	15	<b>5</b>	82	81	<b>66</b>
n	Numero totale malattie professionali	5	3	<b>5</b>	0	0	<b>1</b>	5	3	<b>6</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	10	9	<b>8</b>	10	9	<b>11</b>	10	9	<b>9</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	223	216	<b>214</b>	214	215	<b>209</b>	220	216	<b>213</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	3,8	3,6	<b>3,3</b>	1,9	2,3	<b>0,8</b>	3,4	3,3	<b>2,6</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,27	0,17	<b>0,27</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,20	0,12	<b>0,24</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	146,7	90,3	<b>69,7</b>	60,4	47,6	<b>10,5</b>	124,7	79,1	<b>54,4</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	8.791	8.510	<b>7.728</b>	9.812	8.710	<b>10.059</b>	9.061	8.564	<b>8.347</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	2.156	2.165	<b>2.227</b>	811	799	<b>826</b>	2.967	2.964	<b>3.053</b>
%	Assenza	4,4%	4,3%	<b>3,9%</b>	4,9%	4,4%	<b>5,0%</b>	4,5%	4,3%	<b>4,2%</b>

Tabella 36 LAVORATORI INTERINALI

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	112.842	155.786	<b>219.581</b>	18.469	45.786	<b>32.836</b>	131.311	201.572	<b>252.416</b>
giorni	Totale giorni persi	17	24	<b>16</b>	0	0	<b>11</b>	17	24	<b>27</b>
n	Numero totale infortuni	3	1	<b>3</b>	0	0	<b>1</b>	3	1	<b>4</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	5,3	1,3	<b>2,7</b>	0,0	0,0	<b>6,1</b>	4,6	1,0	<b>3,2</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	30,1	30,8	<b>14,6</b>	0,0	0,0	<b>67,0</b>	25,9	23,8	<b>21,4</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	1.483	1.624	<b>2.302</b>	201	388	<b>2.442</b>	1.320	1.349	<b>2.319</b>
n	Totale Lavoratori interinali al 31/12	42	85	<b>118</b>	7	18	<b>16</b>	49	103	<b>134</b>
%	Assenza	0,7%	0,8%	<b>1,2%</b>	0,1%	0,2%	<b>1,2%</b>	0,7%	0,7%	<b>1,2%</b>

Tabella 37 DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA

		ITALIA			RESTO D'EUROPA		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	2.473.062	2.526.971	<b>2.590.246</b>	1.639.844	1.683.820	<b>1.757.779</b>
giorni	Totale giorni persi	1.338	930	<b>698</b>	518	437	<b>265</b>
n	Numero totale infortuni	51	40	<b>31</b>	20	21	<b>21</b>
n	Numero totale malattie professionali	5	3	<b>6</b>	0	0	<b>0</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	8	8	<b>7</b>	14	12	<b>13</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	204	206	<b>203</b>	223	222	<b>219</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	4,1	3,2	<b>2,4</b>	2,4	2,5	<b>2,4</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,40	0,24	<b>0,46</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	108,2	73,6	<b>53,9</b>	63,2	51,9	<b>30,2</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	7.846	7.858	<b>6.938</b>	12.693	10.600	<b>11.783</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	1.547	1.540	<b>1.548</b>	1.024	1.010	<b>1.067</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	1.587	1.598	<b>1.654</b>	1.029	1.026	<b>1.076</b>
%	Assenza	3,9%	3,9%	<b>3,5%</b>	6,3%	5,3%	<b>5,9%</b>

## UNO SPETTACOLO PER RACCONTARE LA SICUREZZA: OCJO... LA SICUREZZA È DI SCENA

A conclusione dell'impegnativo progetto RadiciGroup for Safety, nel 2017 il Gruppo ha organizzato sei repliche di "Ocjo... La sicurezza è di scena". Si è trattato di un format innovativo di training che ha affidato alla rappresentazione scenica il compito di veicolare il messaggio della sicurezza quale fattore di qualità della vita e del lavoro, trasformando i concetti espressi in emozione e narrazione. Grazie alla testimonianza dei due attori protagonisti, uno dei quali ha vissuto in prima persona il dramma dell'infortunio grave, il pubblico è stato invitato a compiere una riflessione sulla centralità della prevenzione e della puntuale applicazione delle norme nella propria attività quotidiana.

Proposto in giornate e fasce orarie diverse per permettere ai Lavoratori provenienti dai vari stabilimenti produttivi di scegliere l'opzione più favorevole, questa esibizione itinerante ha fatto tappa nel Gruppo dopo numerosi altri appuntamenti nelle scuole e nelle fabbriche d'Italia. Coinvolti nel progetto anche il top management del Gruppo, alcuni delegati delle istituzioni, delle rappresentanze sindacali e del mondo scolastico per sottolineare la trasversalità del tema.

Al termine dello spettacolo, come regalo simbolico alle Aziende che hanno preso parte al progetto, è stato donato uno specchio con le firme dei partecipanti, a sottolineare nuovamente il ruolo che ciascuna persona è chiamata a ricoprire per innalzare il livello di sicurezza nel proprio luogo di lavoro.

Tabella 37 DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA

		AMERICA			ASIA		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	775.387	738.167	<b>723.966</b>	129.932	160.817	<b>190.807</b>
giorni	Totale giorni persi	987	531	<b>376</b>	222	68	<b>52</b>
n	Numero totale infortuni	12	19	<b>13</b>	2	2	<b>5</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	6	6	<b>4</b>	6	4	<b>4</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	289	251	<b>245</b>	296	186	<b>217</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	3,1	5,1	<b>3,6</b>	3,1	2,5	<b>5,2</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	254,6	143,9	<b>103,9</b>	341,7	84,6	<b>54,5</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	4.309	4.587	<b>3.436</b>	3.758	4.541	<b>3.359</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	343	344	<b>352</b>	53	70	<b>86</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	343	365	<b>369</b>	57	78	<b>88</b>
%	Assenza	2,2%	2,3%	<b>1,7%</b>	1,9%	2,3%	<b>1,7%</b>



Tabella 38 **ITALIA – DIPENDENTI**

		UOMINI			DONNE			TOTALE		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	1.961.096	1.980.032	<b>1.987.305</b>	404.043	428.505	<b>429.380</b>	2.365.138	2.408.536	<b>2.416.684</b>
giorni	Totale giorni persi	1.225	880	<b>663</b>	96	26	<b>8</b>	1.321	906	<b>671</b>
n	Numero totale infortuni	41	36	<b>26</b>	7	3	<b>1</b>	48	39	<b>27</b>
n	Numero totale malattie professionali	5	3	<b>5</b>	0	0	<b>1</b>	5	3	<b>6</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	8	9	<b>7</b>	6	6	<b>5</b>	8	8	<b>7</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	200	200	<b>193</b>	181	187	<b>180</b>	196	197	<b>190</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	4,18	3,64	<b>2,62</b>	3,46	1,40	<b>0,47</b>	4,06	3,24	<b>2,23</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,5	0,3	<b>0,5</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,42	0,25	<b>0,50</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	124,9	88,9	<b>66,7</b>	47,5	12,1	<b>3,7</b>	111,7	75,2	<b>55,5</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	8.452	8.533	<b>7.553</b>	6.435	6.176	<b>5.767</b>	8.101	8.111	<b>7.234</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	1.253	1.246	<b>1.250</b>	294	294	<b>298</b>	1.547	1.540	<b>1.548</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	1.287	1.297	<b>1.342</b>	300	301	<b>312</b>	1.587	1.598	<b>1.654</b>
%	Assenza	4,2%	4,3%	<b>3,8%</b>	3,2%	3,1%	<b>2,9%</b>	4,1%	4,1%	<b>3,6%</b>

Tabella 38 **ITALIA – LAVORATORI INTERINALI**

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	93.096	100.651	<b>149.150</b>	14.828	17.784	<b>24.412</b>	107.924	118.435	<b>173.561</b>
giorni	Totale giorni persi	17	24	<b>16</b>	0	0	<b>11</b>	17	24	<b>27</b>
n	Numero totale infortuni	3	1	<b>3</b>	0	0	<b>1</b>	3	1	<b>4</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	6,44	1,99	<b>4,02</b>	0,00	0,00	<b>8,19</b>	5,56	1,69	<b>4,61</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	36,5	47,7	<b>21,5</b>	0,0	0,0	<b>90,1</b>	31,5	40,5	<b>31,1</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	1.808	2.457	<b>2.513</b>	260	1.076	<b>3.001</b>	1.621	2.266	<b>2.578</b>
n	Totale Lavoratori interinali al 31/12	34	51	<b>92</b>	6	7	<b>14</b>	40	58	<b>106</b>
%	Assenza	0,9%	1,2%	<b>1,3%</b>	0,1%	0,5%	<b>1,5%</b>	0,8%	1,1%	<b>1,3%</b>

Tabella 39 RESTO D'EUROPA – DIPENDENTI

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	980.884	990.243	<b>1.043.251</b>	658.960	670.913	<b>701.739</b>	1.639.844	1.661.156	<b>1.744.990</b>
giorni	Totale giorni persi	401	233	<b>229</b>	117	204	<b>36</b>	518	437	<b>265</b>
n	Numero totale infortuni	16	13	<b>18</b>	4	8	<b>3</b>	20	21	<b>21</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	13	11	<b>11</b>	15	13	<b>15</b>	14	12	<b>13</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	224	218	<b>217</b>	221	220	<b>217</b>	223	219	<b>217</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	3,26	2,63	<b>3,45</b>	1,21	2,38	<b>0,86</b>	2,44	2,53	<b>2,41</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	81,8	47,1	<b>43,9</b>	35,5	60,8	<b>10,3</b>	63,2	52,6	<b>30,4</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	11.981	10.053	<b>10.374</b>	13.687	11.673	<b>13.971</b>	12.693	10.733	<b>11.856</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	591	591	<b>624</b>	433	419	<b>443</b>	1.024	1.010	<b>1.067</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	596	597	<b>633</b>	433	429	<b>443</b>	1.029	1.026	<b>1.076</b>
%	Assenza	6,0%	5,0%	<b>5,2%</b>	6,8%	5,8%	<b>7,0%</b>	6,3%	5,4%	<b>5,9%</b>

Tabella 39 RESTO D'EUROPA – LAVORATORI INTERINALI

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	0	1.479	<b>12.517</b>	0	21.185	<b>272</b>	0	22.664	<b>12.789</b>
giorni	Totale giorni persi	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Numero totale infortuni	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	0	0	<b>574</b>	0	0	<b>25.641</b>	0	0	<b>1.182</b>
n	Totale Lavoratori interinali al 31/12	5	6	<b>9</b>	0	10	<b>0</b>	5	16	<b>9</b>
%	Assenza	0,0%	0,0%	<b>0,3%</b>	0,0%	0,0%	<b>12,8%</b>	0,0%	0,0%	<b>0,6%</b>

Tabella 40 AMERICA – DIPENDENTI

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	604.327	534.160	<b>542.046</b>	156.025	144.228	<b>124.640</b>	760.352	678.388	<b>666.686</b>
giorni	Totale giorni persi	824	456	<b>352</b>	163	75	<b>24</b>	987	531	<b>376</b>
n	Numero totale infortuni	11	15	<b>12</b>	1	4	<b>1</b>	12	19	<b>13</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	7	7	<b>4</b>	2	3	<b>5</b>	6	6	<b>4</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	291	246	<b>244</b>	283	275	<b>251</b>	289	251	<b>245</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	3,64	5,62	<b>4,43</b>	1,28	5,55	<b>1,60</b>	3,16	5,60	<b>3,90</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	272,7	170,7	<b>129,9</b>	208,9	104,0	<b>38,5</b>	259,6	156,5	<b>112,8</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	4.989	5.483	<b>3.643</b>	1.670	1.958	<b>3.720</b>	4.309	4.755	<b>3.657</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	271	276	<b>288</b>	72	68	<b>64</b>	343	344	<b>352</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	271	296	<b>303</b>	72	69	<b>66</b>	343	365	<b>369</b>
%	Assenza	2,5%	2,7%	<b>1,8%</b>	0,8%	1,0%	<b>1,9%</b>	2,2%	2,4%	<b>1,8%</b>

Tabella 40 AMERICA – LAVORATORI INTERINALI

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	13.482	52.962	<b>49.128</b>	1.553	6.817	<b>8.152</b>	15.035	59.779	<b>57.280</b>
giorni	Totale giorni persi	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Numero totale infortuni	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Totale Lavoratori interinali al 31/12	0	20	<b>15</b>	0	1	<b>2</b>	0	21	<b>17</b>
%	Assenza	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>

Tabella 41 ASIA – DIPENDENTI

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	96.524	122.539	<b>147.174</b>	25.056	37.584	<b>34.847</b>	121.580	160.123	<b>182.021</b>
giorni	Totale giorni persi	222	68	<b>52</b>	0	0	<b>0</b>	222	68	<b>52</b>
n	Numero totale infortuni	2	2	<b>5</b>	0	0	<b>0</b>	2	2	<b>5</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
giorni	Giorni medi di assenze del personale	6	5	<b>3</b>	3	3	<b>2</b>	6	4	<b>3</b>
giorni	Giorni medi lavorativi	286	190	<b>206</b>	249	173	<b>223</b>	278	186	<b>210</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	4,14	3,26	<b>6,79</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	3,29	2,50	<b>5,49</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	460,0	111,0	<b>70,7</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	365,2	84,9	<b>57,1</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	4.472	4.763	<b>3.150</b>	2.188	3.537	<b>1.396</b>	4.006	4.499	<b>2.705</b>
n	Totale Dipendenti al 31/12	41	52	<b>65</b>	12	18	<b>21</b>	53	70	<b>86</b>
n	Totale Forza Lavoro al 31/12	44	60	<b>67</b>	13	18	<b>21</b>	57	78	<b>88</b>
%	Assenza	2,2%	2,4%	<b>1,6%</b>	1,1%	1,8%	<b>0,7%</b>	2,0%	2,2%	<b>1,4%</b>

Tabella 41 ASIA – LAVORATORI INTERINALI

		UOMINI			DONNE			TUTTI		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ore	Totale ore lavorate	6.264	694	<b>8.786</b>	2.088	0	<b>0</b>	8.352	694	<b>8.786</b>
giorni	Totale giorni persi	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Numero totale infortuni	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n	Numero totale malattie professionali	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
n/200.000h	TI (TASSO INFORTUNI)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
n/200.000h	TMP (Tasso Malattie Professionali)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	IG (Indice di Gravità)	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
g/200.000h	TA (Tasso di Assenteismo)	0	18.182	<b>22.756</b>	0	0	<b>0</b>	0	18.182	<b>22.756</b>
n	Totale Lavoratori interinali al 31/12	3	8	<b>2</b>	1	0	<b>0</b>	4	8	<b>2</b>
%	Assenza	0,0%	9,1%	<b>11,4%</b>	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	9,1%	<b>11,4%</b>

## OCCHIALI ANTINFORTUNISTICI PERSONALIZZATI CON LENTI GRADUATE: SICUREZZA E COMFORT PER I DIPENDENTI DI NOYFIL

Tra il 2016 e il 2017, a seguito di alcuni episodi di infortunio, Noyfil SpA ha deciso di sperimentare per i propri Dipendenti, in particolare coloro che lavorano con macchine di testurizzazione ed hanno difetti visivi, occhiali protettivi con lenti graduate e montature modulabili a seconda delle esigenze personali. Dopo avere testato per gli operatori interessati un sovra occhiale, con esiti pressoché negativi poiché questa soluzione era scomoda e solo parzialmente efficace, ci si è orientati su occhiali antinfortunistici quasi “su misura”. Questo con lo scopo di garantire le condizioni di sicurezza del personale durante l'attività, favorendo al tempo stesso il comfort e l'ergonomia nell'utilizzo di questo dispositivo di protezione individuale. Gli occhiali sono stati resi disponibili in diversi modelli, scelti dai Lavoratori, con lenti bifocali, monofocali o progressive in accordo alle esigenze specifiche di ciascuno.

Il soddisfacimento da parte dell'azienda di un requisito cogente legato alla sicurezza ha incontrato qui il coinvolgimento diretto delle persone nella fase di selezione del tipo di occhiali antinfortunistici e fatto registrare un buon grado di soddisfazione tra gli utilizzatori. luogo di lavoro.

A corollario dell'impegno sulla salute e sicurezza, dal 2015 il progetto WHP (Workplace Health Promotion) ideato da ATS Bergamo e Regione Lombardia, interessa alcune Aziende italiane. Queste ultime, come raccontato in precedenti edizioni del Bilancio di Sostenibilità, sono chiamate a lavorare proattivamente insieme ai Dipendenti per porre in atto stili di vita corretti e salutaris anche in ambito lavorativo. Numerose e varie le iniziative WHP del 2017, ad esempio la creazione di sale break nella holding per favorire l'aggregazione e l'organizzazione di camminate o tornei di calcio e volley interaziendali. Non è mancata la formazione in aula, con il supporto di esperti, sul tema della dipendenza da alcol e gioco d'azzardo, o relativamente al tema della sicurezza stradale.

Per saperne di più:  
[RETEWHPBERGAMO.ORG/WHP](http://RETEWHPBERGAMO.ORG/WHP)

## FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO COSTANTI DELLE PERSONE DI RADICIGROUP

(EMPLOYMENT)

A fronte di un'età media dei Lavoratori in crescita e di uno scenario di mercato sempre più complesso, promuovere lo sviluppo delle competenze, il coinvolgimento e la valorizzazione delle persone è fondamentale per accrescere l'efficienza e la competitività delle Aziende del Gruppo. Una precisa strategia lega dunque la formazione continua all'operatività dei business per aggiornare le competenze dei Lavoratori ed accompagnarli nel percorso di evoluzione delle aziende.

MANAGEMENT APPROACH

103-1

103-2

103-3

Alla luce di queste considerazioni, questi sono stati, anche nel 2017, i capisaldi della strategia del Gruppo in tema di formazione:

- Mappare con accuratezza e costanza le competenze individuali per comprendere i punti di forza e di debolezza di ciascun Lavoratore in relazione alla sua mansione e alla continua evoluzione degli strumenti tecnologici.
- Individuare strumenti all'avanguardia, in grado di migliorare la qualità della formazione rispondendo agli obiettivi dell'azienda con un grado di consapevolezza e coinvolgimento sempre maggiore da parte dei Lavoratori.
- Salvaguardare e accrescere trasversalmente il know how individuale e collettivo dei Lavoratori, attraverso l'introduzione di nuove competenze tecniche e tecnologiche.
- Premiare l'impegno dei Dipendenti che scelgono di intraprendere un percorso scolastico parallelo all'attività lavorativa.
- Estendere il concetto di formazione anche al di fuori dei confini aziendali, coinvolgendo, ad esempio, gli istituti scolastici del territorio.

Nel triennio 2015-2017 le ore di formazione pro capite sono aumentate passando da 17 a 21 (+25%) a riprova dell'impegno tangibile di RadiciGroup. L'incremento ha interessato in particolare le aziende europee (+8 ore pro capite) e le categorie dei white e dei blue collars. Pur assistendo a un decremento per quanto riguarda le aziende in area America e Asia, le ore di formazione pro capite di queste ultime si mantengono nettamente superiori a quelle europee. Focalizzando l'attenzione sui siti italiani (+4 ore pro capite), un contributo importante è stato quello del progetto "RadiciGroup for Safety" già illustrato in questo Bilancio. La differenza tra uomini e donne per quanto riguarda le ore di formazione pro capite è in larga parte dovuta al fatto che tale formazione è rivolta soprattutto a personale di produzione, posizione ricoperta nel Gruppo prevalentemente da uomini.

131

**GRI 404-1:**  
**MEDIA DELLE ORE**  
**DI FORMAZIONE**  
**ANNUALI PER DIPENDENTE**  
**SUDDIVISE PER GENERE**  
**E CATEGORIA**

*Tabella 42*      **LA FORMAZIONE PER I DIPENDENTI**

		2015	2016	2017
ore	<b>Ore complessive di formazione</b>	<b>49.366</b>	<b>53.228</b>	<b>63.719</b>
ore	Management	2.318	2.855	1.858
ore	Middle management	2.421	4.523	4.529
ore	White collars	7.704	9.013	13.877
ore	Blue collars	36.923	36.837	43.455
n	<b>Totale Dipendenti</b>	<b>2.967</b>	<b>2.964</b>	<b>3.053</b>



*Tabella 43* **INDICE - ORE DI FORMAZIONE PRO CAPITE PER CATEGORIA**

		2015	2016	2017
ore	Management	28	32	24
ore	Middle management	14	29	29
ore	White collars	14	15	21
ore	Blue collars	17	18	20
<b>n</b>	<b>Ore formative/dipendente</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>21</b>

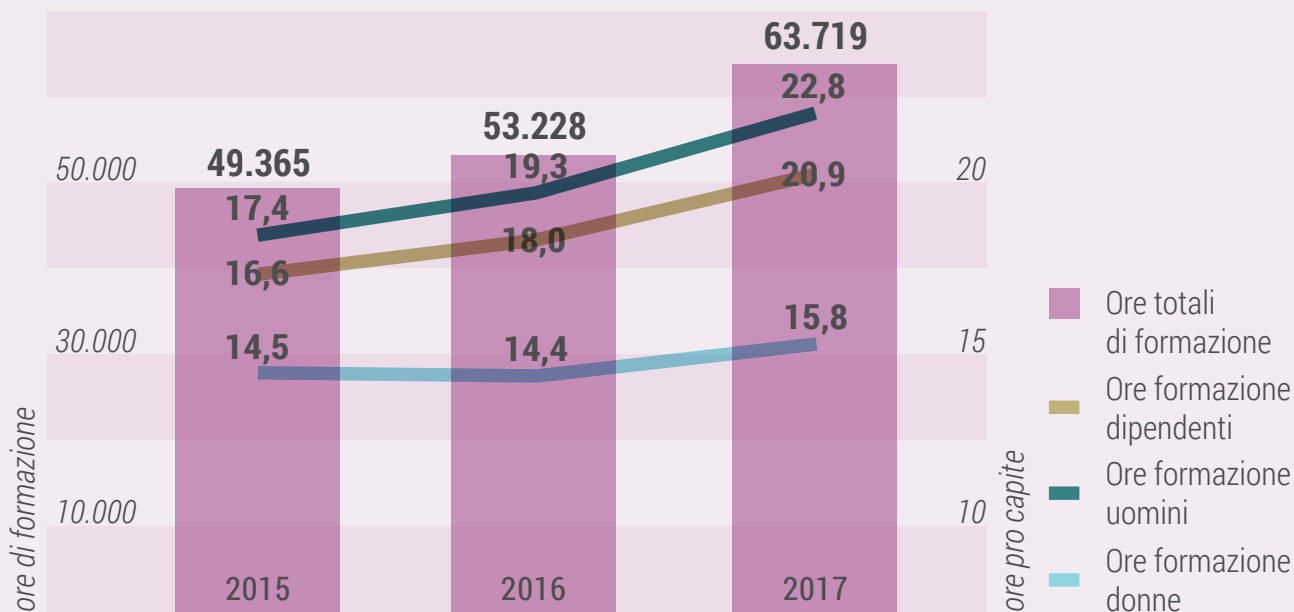
*Tabella 44* **ORE DI FORMAZIONE PRO CAPITE PER GENERE**

		2015	2016	2017
ore	Formazione donna	11.756	11.499	13.011
n	Dipendenti	811	799	826
<b>ore/dipendente</b>	<b>Ore/donna</b>	<b>14,5</b>	<b>14,4</b>	<b>15,8</b>
ore	Formazione uomo	37.610	41.729	50.708
n	Dipendenti	2.156	2.165	2.227
<b>ore/dipendente</b>	<b>Ore/uomo</b>	<b>17,4</b>	<b>19,3</b>	<b>22,8</b>

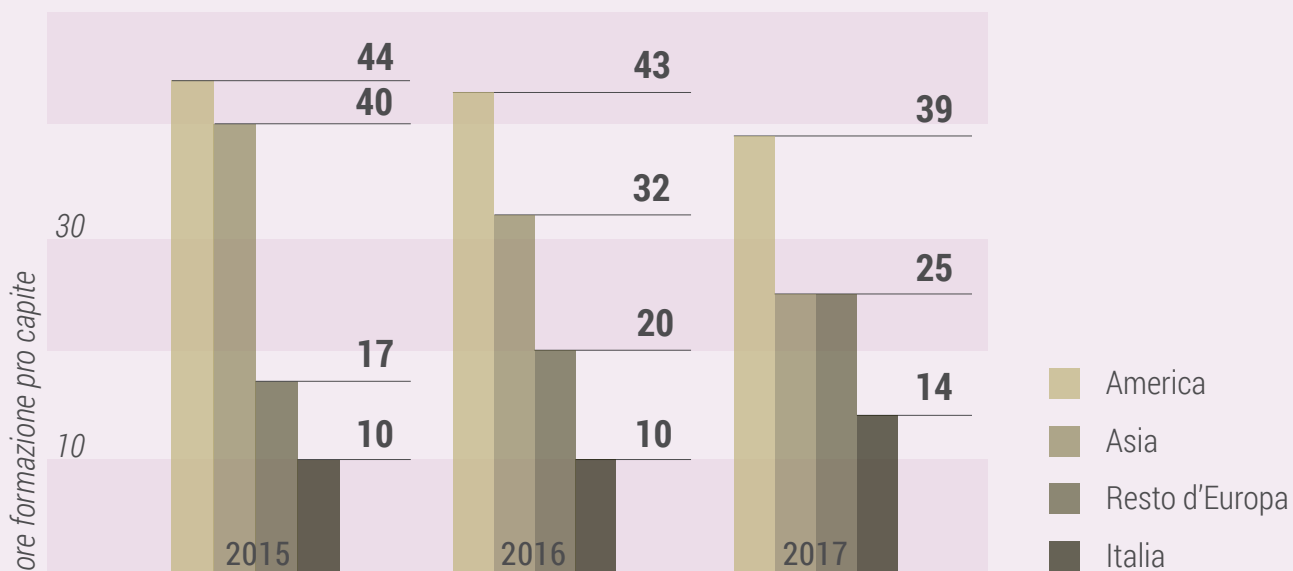
*Tabella 45* **INDICE - ORE DI FORMAZIONE PRO CAPITE PER AREA GEOGRAFICA**

		2015	2016	2017
ore/dipendente	Italia	10	10	14
ore/dipendente	Resto d'Europa	17	20	25
ore/dipendente	America	40	32	25
ore/dipendente	Asia	44	43	39

GRI 404-1 ORE DI FORMAZIONE NEL TRIENNIO 2015-2017



GRI 404-1 FORMAZIONE PRO CAPITE PER AREA GEOGRAFICA NEL TRIENNIO 2015-2017



## ISTRUZIONE E FORMAZIONE: RADICIGROUP PREMIA LE PROPRIE ECCELLENZE

Nell'ottobre 2017 sono state consegnate presso le sedi nazionali ed estere di RadiciGroup le Borse di Studio universitarie per i Dipendenti ed i loro figli. Circa 30 mila euro sono stati messi a disposizione per questa iniziativa che ha visto accogliere 34 domande provenienti da Italia, Europa, America e Asia, con assegnazione di importi differenti a seconda della tipologia di laurea, di indirizzo tecnico oppure di altro tipo.

Per i borsisti delle sedi italiane del Gruppo – dislocate nelle provincie di Bergamo, Novara e Sondrio – è stata organizzata anche una cerimonia di consegna ufficiale a Bergamo con una successiva serata al Teatro Sociale, per assistere ad uno spettacolo promosso dal Gruppo in collaborazione con la manifestazione BergamoScienza.

«La formazione è da sempre uno dei capisaldi di RadiciGroup – ha commentato Maurizio Radici, vicepresidente del Gruppo - e siamo particolarmente orgogliosi di aver premiato, oltre ai figli dei Dipendenti, anche alcuni nostri Lavoratori che, con grinta e determinazione, hanno raggiunto l'importante traguardo della Laurea parallelamente alla proficua attività in azienda».

## IL PROGETTO EDUCATION

Interessante interpretazione del concetto di formazione è il progetto Education che da alcuni anni vede le Aziende del Gruppo assumere il ruolo di “docenti” o “tutor” nei confronti degli studenti di alcuni istituti scolastici ed università del territorio affini per tipologia di percorso alle professionalità richieste dal Gruppo. Scopo del progetto è la costruzione di un rapporto di scambio proficuo tra le realtà aziendali e gli studenti. Alle prime è affidato il compito di aiutare i ragazzi a comprendere quali siano gli skill professionali più richiesti. Agli studenti, futuri potenziali Lavoratori di RadiciGroup, è invece chiesto di dare prova delle proprie competenze, sovente all'avanguardia ed in linea con le più recenti evoluzioni tecnologiche.

Il progetto Education, nel 2017, si è concretizzato attraverso diverse iniziative, tra cui numerose visite delle classi negli impianti del Gruppo ed altrettante lezioni tenute da personale RadiciGroup negli istituti o nelle facoltà universitarie. Inoltre, particolare rilievo hanno avuto gli stage che hanno interessato quasi tutti i siti italiani ed i progetti di alternanza scuola-lavoro. Quest'ultima è una modalità didattica che, attraverso l'esperienza pratica, aiuta a consolidare le conoscenze acquisite in aula, una soluzione particolarmente vicina al modo di concepire la formazione da parte del Gruppo. Ne è la prova il fatto che, nel 2017, il progetto “Poliammide di Classe”, nato dalla collaborazione tra l'Istituto Natta di Bergamo, RadiciGroup e Confindustria Bergamo sia stato premiato a livello nazionale per il suo carattere di eccellenza.

## GLI ALLIEVI DELL'ACCADEMIA DELLA GUARDIA DI FINANZA IN VISITA A RADICIGROUP

Nell'ambito del progetto Education, circa settanta Ufficiali, Allievi del terzo anno dell'Accademia della Guardia di Finanza di Bergamo, hanno fatto tappa nel mese di luglio 2017 presso Radici

Partecipazioni, la holding del Gruppo, e presso due stabilimenti produttivi. Obiettivo della visita, conoscere una importante realtà industriale del territorio e comprenderne i processi produttivi e gli aspetti organizzativi.

«Vi ringrazio per aver scelto RadiciGroup come sede della vostra “formazione sul campo” – ha detto nel suo messaggio di benvenuto il presidente di RadiciGroup Angelo Radici - Ci fa molto piacere avervi qui oggi, per potervi mostrare da vicino come lavoriamo e che cosa facciamo. Da sempre apriamo le porte dei nostri stabilimenti a tutti i nostri Stakeholder, e in particolare alle scuole, alle università, alle altre realtà del territorio. Con speciale attenzione ai giovani che rappresentano secondo noi il futuro delle nostre aziende».

Dopo una presentazione delle principali attività del Gruppo e un focus sul Bilancio di Sostenibilità, gli Ufficiali sono stati accompagnati negli impianti di RadiciFil a Casnigo e di Tessiture Pietro Radici a Gandino. Nel primo caso hanno potuto approfondire alcuni aspetti legati al processo produttivo dei polimeri e dei filati in nylon destinati alla realizzazione di tappetini auto, moquette o airbag.

Presso Tessiture Pietro Radici i ragazzi hanno approfondito invece alcuni aspetti legati alla produzione dei filati per erba sintetica e allo spunbond, il tessuto non tessuto utilizzato, ad esempio, nei settori dell'edilizia, dell'auto e dell'agricoltura.

## **LEADERSHIP NEI PRINCIPALI SETTORI DI RIFERIMENTO (ARREDAMENTO, ABBIGLIAMENTO, AUTO, BENI INDUSTRIALI) CON PROCESSI E PRODOTTI AD ELEVATE PERFORMANCE E AD IMPATTO SEMPRE PIÙ LIMITATO.**

135

**MANAGEMENT APPROACH**  
**103-1**

**(MATERIALS, ENERGY, WATER /EMISSIONS, EFFLUENTS AND WASTE)**

Il DNA di RadiciGroup è produttivo. Più di 20 siti in tutto il mondo lavorano incessantemente alla realizzazione o trasformazione di prodotti chimici, materie plastiche, fibre sintetiche. La leadership nei mercati di riferimento è la linfa vitale per lo sviluppo del Gruppo che opera in scenari altamente competitivi e che presentano un notevole grado di complessità, come descritto nella parte relativa agli andamenti dei vari business. Da circa un decennio il Gruppo ha fatto della sostenibilità un elemento di competitività che si affianca all'aspetto etico che ne ispira le strategie. Da tempo infatti il confronto con gli altri player di mercato avviene anche sulla base del valore, solo all'apparenza intangibile, della sostenibilità.

Il bilancio finale di tutte le attività produttive, che inevitabilmente utilizzano risorse, non può prescindere da un rigoroso monitoraggio, oggettivato da un consolidato sistema di misurazione e da una chiara volontà di gestione proattiva degli impatti. Questa strategia trova tre declinazioni: una legata ai processi ed al funzionamento dei siti, una legata ai sistemi di gestione integrata, ed una declinazione legata ai prodotti.

## I PROCESSI

Per quanto riguarda i processi, lo scenario attuale vede il Gruppo basare le proprie attività essenzialmente su materie prime da fonti non rinnovabili, provenienti dal petrolio. Il buon andamento delle aziende fa sì che l'esigenza di queste stesse materie e dell'energia necessaria per alimentare gli impianti sia in aumento. A questo si affianca anche una crescente attenzione a livello mondiale sull'uso delle risorse, sempre più costose e potenzialmente sempre più scarse.

L'intreccio di questi fattori fa sì che da tempo il Gruppo si orienti verso:

- La costruzione di un modello di business circolare che si concentra su prodotti riciclabili, ottimizza l'impiego delle risorse, conserva il valore all'interno della catena di produzione e riduce il quantitativo di rifiuti prodotti attraverso il riciclo.
- La misurazione rigorosa degli impatti, attraverso metodi scientifici e replicabili, per comprendere quali siano i processi sui quali concentrare gli sforzi.
- La mitigazione di questi stessi impatti in tutti i siti, con particolare attenzione ad acqua, energia, emissioni e rifiuti. Questo lavoro di mitigazione ha visto spesso la sinergia tra la riduzione dei consumi e la scelta delle opzioni in termini di fonti energetiche più "leggere" per l'ambiente.
- La gestione integrata Qualità, Sicurezza, Ambiente ed Energia delle aziende per creare organizzazioni che applichino insieme al principio della sostenibilità quello del miglioramento continuo, un connubio estremamente efficace per accelerare l'innovazione.

Tutte le disclosure e le case history a seguire supportano con dati e andamenti questi principi di RadiciGroup. Quale considerazione generale, è opportuno indicare che negli ultimi 10 anni si sono ottenuti risultati estremamente lusinghieri grazie all'introduzione di nuove tecnologie nei siti. Oggi, dopo i primi sensibili miglioramenti il lavoro di mitigazione va raggiungendo i propri limiti fisiologici e si concentra sempre maggiormente su aspetti minori, dopo aver affrontato con successo le cause degli impatti maggiori, come rendicontato nelle precedenti edizioni del report. Obiettivo – e sfida- generale del Gruppo - resta comunque il miglioramento continuo di tutte le performance ambientali.

**GRI 301-1:**  
**MATERIA USATA**  
**PER PESO**

## MATERIE USATE

Tabella 46 **MATERIE UTILIZZATE PER TIPOLOGIA**

		2015	2016	2017
t	Materie dirette*	434.602	434.023	<b>472.634</b>
t	Materie accessorie	1.915	2.184	<b>2.547</b>
t	Imballi	17.460	17.467	<b>18.483</b>
<b>t</b>	<b>TOTALE</b>	<b>453.977</b>	<b>453.674</b>	<b>493.664</b>

\*Rispetto a quanto riportato nelle edizioni precedenti del bilancio, è stata apportata qui una variazione media al ribasso del 4,5% circa per quanto riguarda il 2015 e 2016 a causa dell'erroneo doppio conteggio di materiale venduto e acquistato tra aziende del Gruppo.

Tabella 46

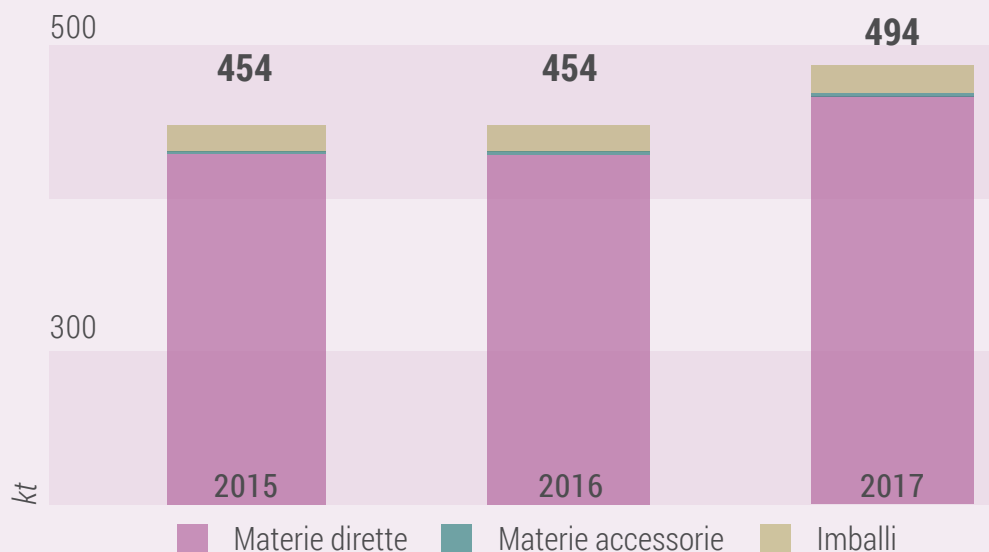
<b>MATERIE NON RINNOVABILI</b>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
t	Materie dirette non rinnovabili*	429.515	433.615	<b>471.277</b>
t	Materie accessorie non rinnovabili	1.915	2.184	<b>2.547</b>
t	Imballi non rinnovabili	3.803	4.056	<b>4.419</b>
<b>t</b>	<b>TOTALE MATERIE NON RINNOVABILI</b>	<b>435.233</b>	<b>439.855</b>	<b>478.243</b>
%	% degli imballi rinnovabili su totale imballi	78%	77%	76%
<b>MATERIE RINNOVABILI</b>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
t	Materie dirette rinnovabili	5.087	408	<b>1.357</b>
t	Materie accessorie rinnovabili	0	0	<b>0</b>
t	Imballi rinnovabili	13.657	13.411	<b>14.064</b>
<b>t</b>	<b>TOTALE MATERIE RINNOVABILI</b>	<b>18.744</b>	<b>13.819</b>	<b>15.421</b>

\*Rispetto a quanto riportato nelle edizioni precedenti del bilancio, è stata apportata qui una variazione media al ribasso del 4,5% circa per quanto riguarda il 2015 e 2016 a causa dell'erroneo doppio conteggio di materiale venduto e acquistato tra aziende del Gruppo.

L'eccellente performance di tutte le aziende del Gruppo, se da un lato ne conferma la posizione di preminenza sul mercato, dall'altro ha fatto aumentare, per tutte le categorie, il fabbisogno di materie prime che si pone dunque in relazione diretta con l'aumento generalizzato del volume prodotto e venduto. Pur trattandosi in larghissima parte di materiali non rinnovabili, sono interessanti i dati relativi agli imballi rinnovabili che si mantengono al 76%.

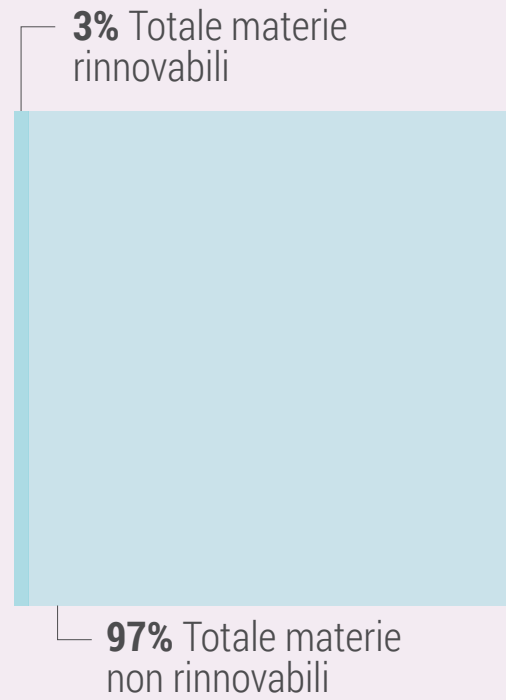
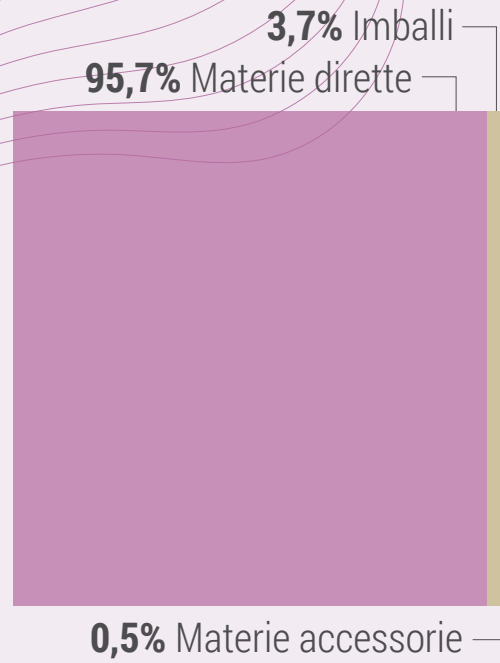
137

### GRI 301-1 **MATERIE USATE NEL TRIENNIO 2015-2017**



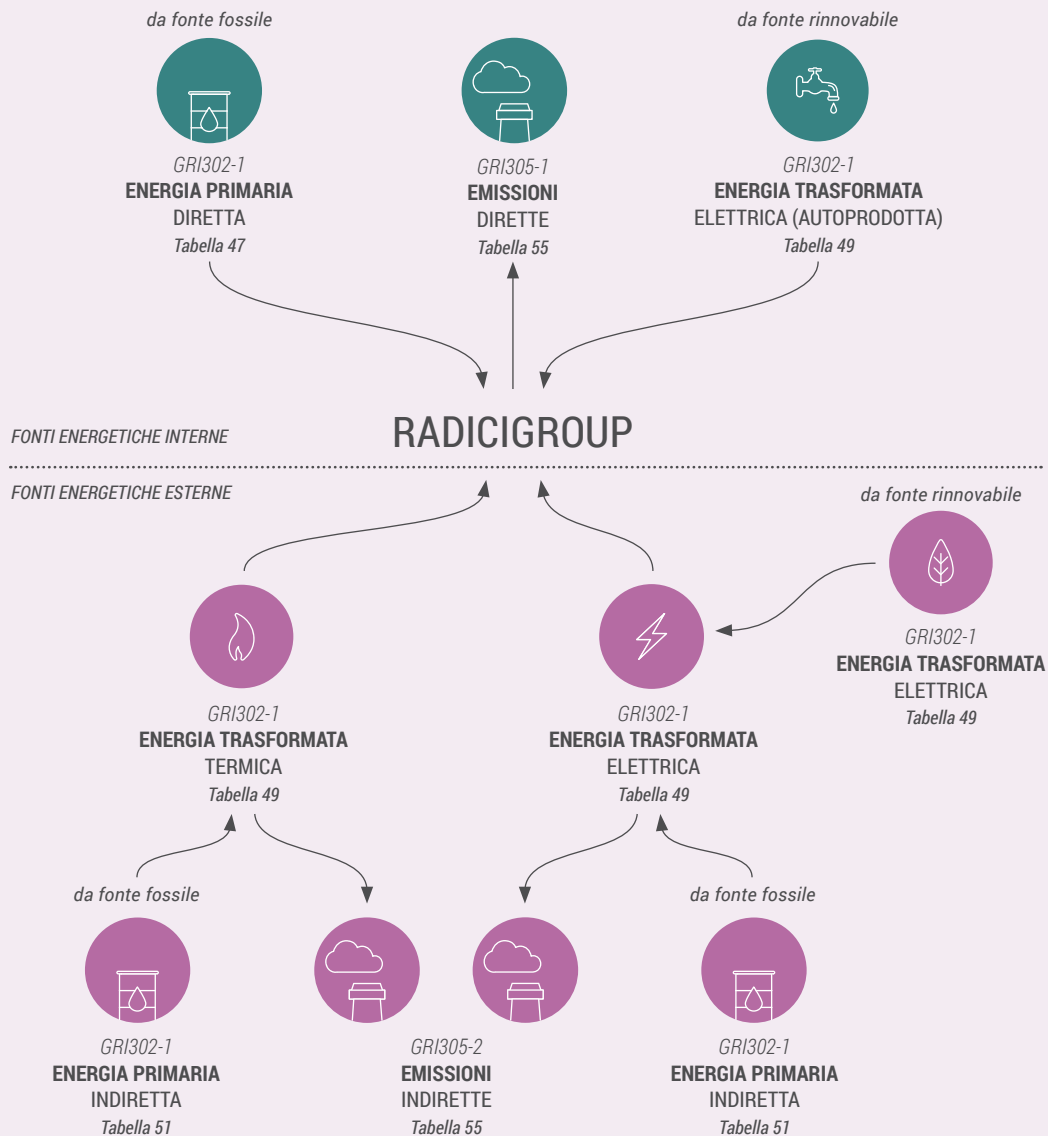


GRI 301-1 **MATERIE USATE – 2017**



**GRI 302-1:**  
**ENERGIA CONSUMATA**  
**DA RADICIGROUP**

# L'ENERGIA



**Tabella 47 TOTALE CONSUMO DI COMBUSTIBILI (CONSUMO ENERGIA PRIMARIA DIRETTA)**

		2015	2016	2017
GJ	da GAS NATURALE*	1.901.290	1.798.344	1.848.817
GJ	da GASOLIO	1.841	1.494	1.534
GJ	da GPL	2.975	5.363	5.853
GJ	da OLIO COMBUSTIBILE	778	822	1.104
<b>GJ</b>	<b>SUB TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA DA FONTI NON RINNOVABILI</b>	<b>1.906.884</b>	<b>1.806.023</b>	<b>1.857.308</b>
GJ	da BIO GAS	65.814	55.472	55.038
<b>GJ</b>	<b>SUB TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA DA FONTI RINNOVABILI</b>	<b>65.814</b>	<b>55.472</b>	<b>55.038</b>
<b>GJ</b>	<b>TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA</b>	<b>1.972.698</b>	<b>1.861.495</b>	<b>1.912.346</b>

\*per quanto riguarda il gas naturale, per passare da Nm<sup>3</sup> a GJ è stato utilizzato il fattore di conversione 39,01 (fonte mod. GRI 3.1) per tutte le aziende in osservanza del principio di cautela.

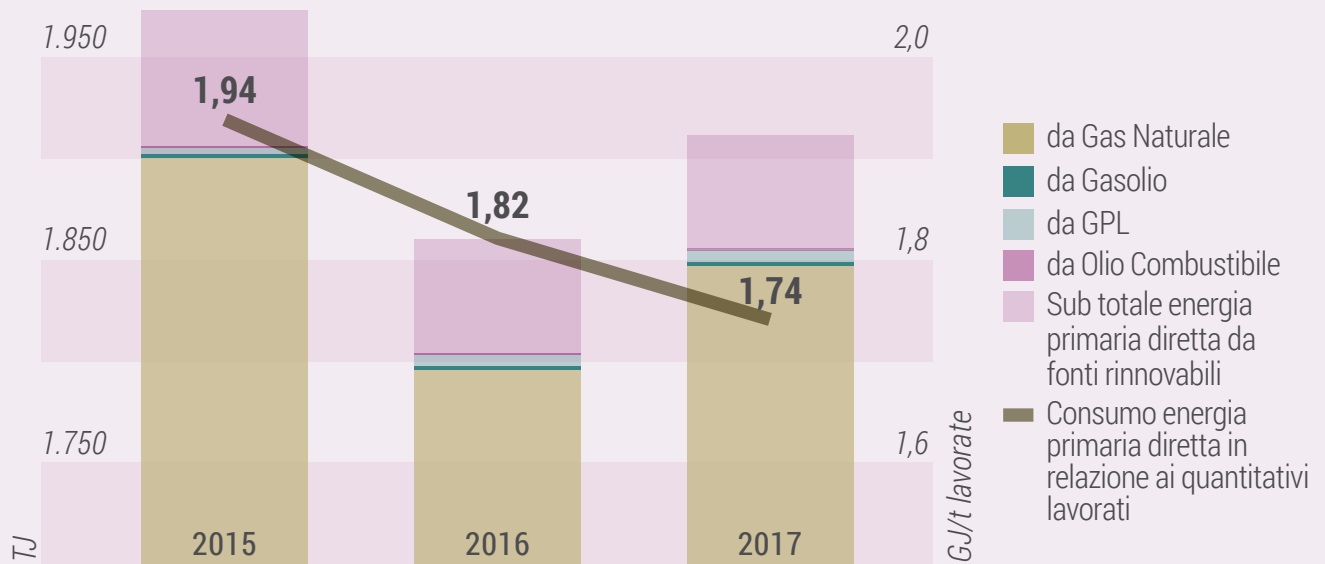
**Tabella 48 INDICE - CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI**

		2015	2016	2017
GJ/t	energia primaria diretta NON rinnovabile	1,94	1,82	1,74
GJ/t	energia primaria diretta totale (rinnovabile + non rinnovabile)	2,01	1,88	1,79

Dal punto di vista dei consumi di combustibile, anche il 2017 ha visto una riduzione per tonnellata lavorata, che è passata da 1,94 a 1,74 GJ mostrando un decremento pari al 10,5%. Considerando uno scenario di medio termine, 6 anni, la riduzione è stata pari al 41,2%. Dal punto di vista dei valori assoluti, il 2017 ha visto un leggero decremento, che si inquadra in uno scenario che, da un lato, vede il già menzionato aumento dei volumi prodotti e dall'altro un drastico lavoro di riduzione dei consumi che ha portato a diminuzioni complessive pari al 32,6% in 6 anni per quanto riguarda l'energia primaria non rinnovabile.

Il 99,5% dei combustibili non rinnovabili usati dalle aziende del Gruppo è costituito da gas naturale, la scelta a comprovato minor impatto. Il gas naturale corrisponde anche al 96,7% del totale combustibili, cui si affianca un 2,9% di bio gas. Nel triennio considerato ai fini di questo Bilancio, si nota anche un aumento del GPL utilizzato per alimentare i carrelli elevatori in sostituzione del diesel, anche se la maggior parte di questi mezzi sono alimentati a corrente elettrica. Il diesel viene ora mantenuto in essere prevalentemente quale soluzione per i gruppi di continuità.

GRI 302-1 **CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA (COMBUSTIBILE) NEL TRIENNIO 2015-2017**



GRI 302-1 **CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA – 2017**

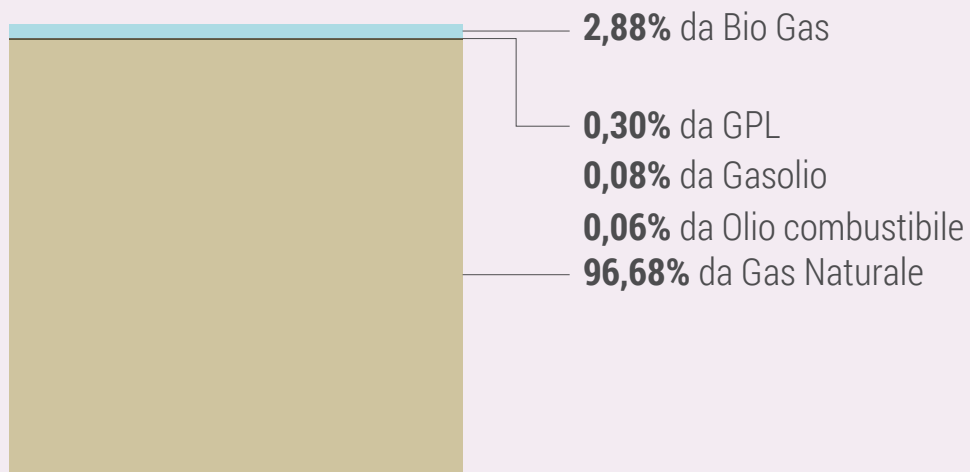


Tabella 49

**CONSUMO DI ENERGIA "TRASFORMATA" SUDDIVISO PER FONTE ENERGETICA PRIMARIA (ELETTRICA, VAPORE, RISCALDAMENTO, RAFFREDDAMENTO)**

		2015	2016	2017
<b>GJ</b>	<b>TOTALE ENERGIA TRASFORMATA</b>	<b>3.739.147</b>	<b>3.726.772</b>	<b>3.708.391</b>
	di cui			
	<b>CONSUMI ENERGIA ELETTRICA</b>			
<b>GJ</b>	<b>SUB TOTALE CONSUMO ENERGIA ELETTRICA</b>	<b>1.746.185</b>	<b>1.756.188</b>	<b>1.778.482</b>
<b>GJ</b>	<b>Consumo elettricità da fonti rinnovabili</b>	<b>846.878</b>	<b>905.296</b>	<b>715.908</b>
<b>GJ</b>	di cui autoprodotta (idroelettrico)	56.338	56.538	51.358
<b>%</b>	<b>Elettricità da fonti rinnovabili su tot energia elettrica consumata</b>	<b>48,5%</b>	<b>51,5%</b>	<b>40,3%</b>
<b>GJ</b>	<b>Consumo di elettricità da fonti non rinnovabili</b>	<b>899.308</b>	<b>850.892</b>	<b>1.062.574</b>
<b>GJ</b>	da Gas Naturale	479.298	420.352	633.698
<b>GJ</b>	da Carbone	238.398	271.938	262.005
<b>GJ</b>	da Olio Combustibile	15.554	17.821	17.971
<b>GJ</b>	da Nucleare	129.939	106.673	106.321
<b>GJ</b>	da altre fonti fossili	36.119	34.108	42.580
	<b>CONSUMO DI VAPORE</b>			
<b>GJ</b>	<b>SUB TOTALE CONSUMO DI VAPORE</b>	<b>1.992.962</b>	<b>1.970.584</b>	<b>1.929.909</b>
<b>GJ</b>	da Gas Naturale	1.992.962	1.970.584	1.929.909
	<b>CONSUMO DI RISCALDAMENTO</b>			
<b>GJ</b>	<b>SUB TOTALE CONSUMO RISCALDAMENTO</b>	-	-	-
<b>GJ</b>	da fonte non rinnovabile...	-	-	-
	<b>CONSUMO DI RAFFREDDAMENTO</b>			
<b>GJ</b>	<b>SUB TOTALE CONSUMO RAFFREDDAMENTO</b>	-	-	-
<b>GJ</b>	da fonte non rinnovabile...	-	-	-

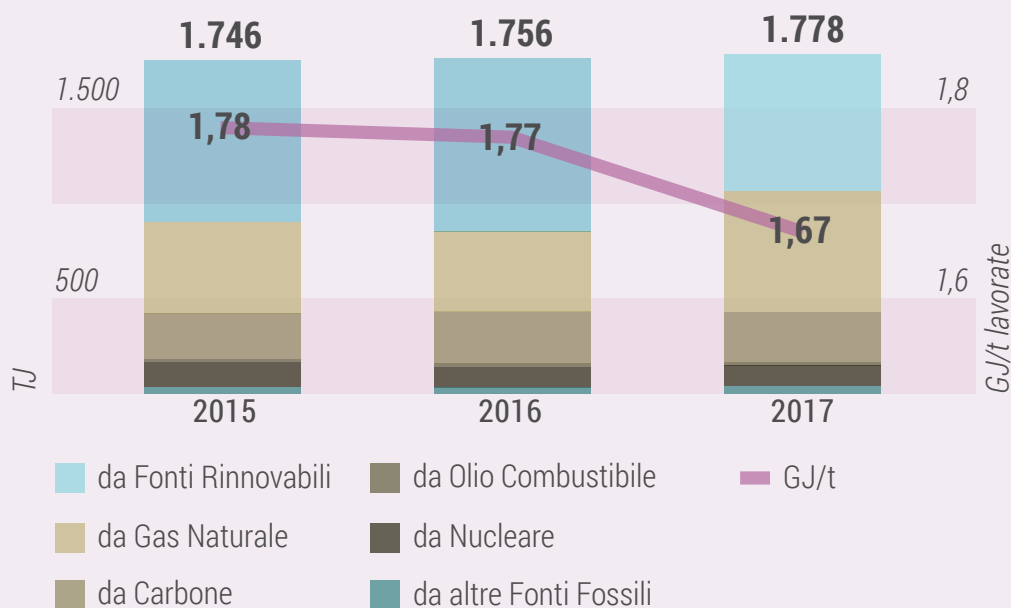
Tabella 50

**INDICE - CONSUMO DI ENERGIA INTERMEDIA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI (VALORE RIFERITO ALL'ENERGIA ELETTRICA)**

	2015	2016	2017
<b>GJ/t</b>	<b>1,78</b>	<b>1,77</b>	<b>1,67</b>

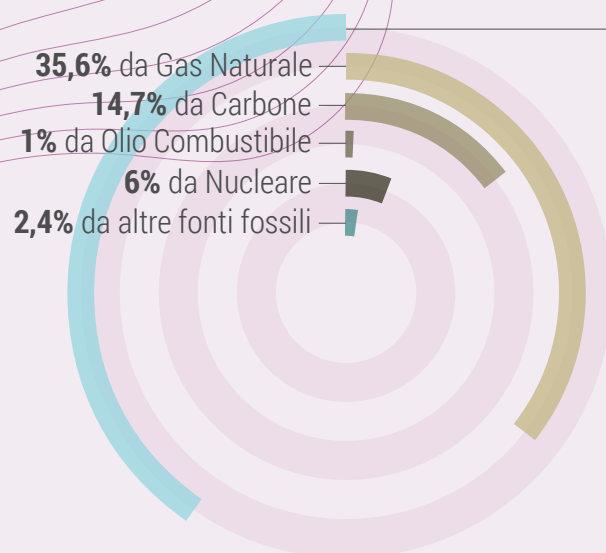
Molti siti del Gruppo, nella fattispecie quelli italiani, sono energivori, ovvero potenziali consumatori di grandi quantità di elettricità. In essi sono attive figure particolari, gli Energy Manager, il cui compito è la mappatura e l'ottimizzazione dei consumi. Grazie al loro operato e alla particolare sensibilità dei gestori di tutti gli impianti, nel triennio 2015-2017 lo scenario energetico di RadiciGroup si è mantenuto largamente positivo ed i consumi sono stati ottimizzati, ad esempio, con una riduzione dei GJ per tonnellata lavorata. Si è passati infatti da 1,78 GJ/t a 1,67 GJ/t con una riduzione del 6,4% (15,3 % nei sei anni). L'aumento che si registra invece in termini di valore assoluto è imputabile ai volumi prodotti in crescita, un fattore legato al buon andamento del Gruppo, che ha influenzato tutti gli indicatori 2017.

### GRI 302-1 MIX ENERGIA ELETTRICA NEL TRIENNIO 2015-2017



Spostando l'attenzione sul mix dell'energia elettrica, la minore quantità di energia da fonte rinnovabile è dovuta all'annata estremamente asciutta che ha visto le precipitazioni sull'Italia, principale utilizzatore dell'energia verde, ridotte drasticamente (-30% di precipitazioni in meno rispetto al periodo 1971-2000). Non è stato così possibile a Geogreen, fornitore partner di RadiciGroup, mettere a disposizione i consueti quantitativi di energia idroelettrica. Ciò nonostante, il mix è rimasto comunque favorevole, con una percentuale di rinnovabile del 40%.

## GRI 302-1 MIX ENERGIA ELETTRICA – 2017



# 40,3%

DEL MIX ENERGIA ELETTRICA  
DA FONTI RINNOVABILI

*di cui le aziende interamente o in massima parte alimentate con energia da fonte rinnovabile:*

Radici Novacips – Villa d'Ogna, Italia  
 Radici Novacips – Chignolo, Italia  
 Radici Plastics – Brasile  
 Radici Plastics – Germania  
 Radici Yarn – Ardesio, Italia  
 Radici Partecipazioni – Italia

*alimentata con energia verde per più dell'80%*

Radici Fibras – Brasile

*alimentata con energia verde per più del 70%*

Radici Yarn – Italia

*alimentate con energia verde al 100%*

Polimerizzazione Radici Yarn – Italia

Polimerizzazione Radici Fil – Italia

Tabella 51 TOTALE CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA + INDIRETTA NON RINNOVABILE

		2015	2016	2017
GJ	Da fonte fossile (non rinnovabile)	6.304.184	6.178.598	6.611.640

Tabella 52 TOTALE CONSUMO ENERGIA INDIRETTA DA FONTE FOSSILE

		2015	2016	2017
GJ	TOTALE	4.397.300	4.372.575	4.754.332



Tabella 53 **CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA + INDIRETTA DA FONTE FOSSILE**

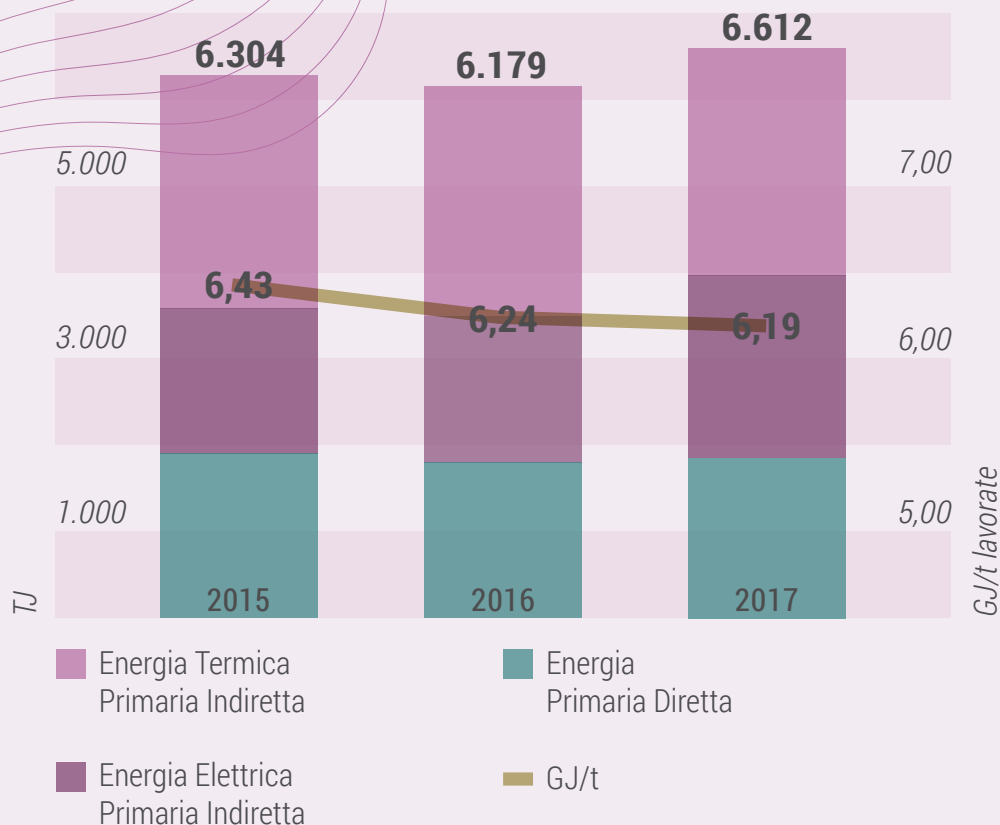
		2015	2016	2017
GJ	Totale consumi di combustibili non rinnovabili (Tab. 47)	1.906.884	1.806.023	1.857.308
GJ	Totale energia primaria indiretta non rinnovabile - Elettricità	1.689.821	1.703.863	2.118.438
GJ	Totale energia primaria indiretta non rinnovabile - Vapore	2.707.479	2.668.712	2.635.895
GJ	Totale energia primaria indiretta non rinnovabile - Riscaldamento	0	0	0
GJ	Totale energia primaria indiretta non rinnovabile - Raffreddamento	0	0	0

Tabella 54 **INDICE - CONSUMO TOTALE DI ENERGIA PRIMARIA DA FONTE FOSSILE IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI**

		2015	2016	2017
<b>GJ/t</b>	<b>Totale energia primaria (diretta + indiretta) da fonte fossile (Tab.51)</b>	<b>6,43</b>	<b>6,24</b>	<b>6,19</b>
<b>GJ/t</b>	<b>Totale energia primaria indiretta (Tab.52)</b>	<b>4,48</b>	<b>4,41</b>	<b>4,45</b>
GJ/t	Energia primaria indiretta - Elettricità	1,72	1,72	1,98
GJ/t	Energia primaria indiretta - Vapore	2,76	2,69	2,47
GJ/t	Energia primaria indiretta - Riscaldamento	0,00	0,00	0,00
GJ/t	Energia primaria indiretta - Raffreddamento	0,00	0,00	0,00

Valutando poi l'impiego di combustibili per la produzione di energia elettrica, nel triennio considerato i quantitativi da fonte fossile (non rinnovabile) sono rimasti sostanzialmente invariati, si è evidenziato solamente un leggero aumento in valore assoluto dovuto all'aumento della quantità lavorata. Dal punto di vista dell'indice che pone in relazione invece i consumi e le quantità lavorate, si è riscontrato un marcato miglioramento. Si è scesi infatti da 6,43 GJ/t a 6,19 GJ/t con una riduzione del 3,6% in 3 anni e del 22% in sei anni.

## IMPATTO GLOBALE DEL GRUPPO SULL'ENERGIA PRIMARIA NEL TRIENNIO 2015-2017



### RADICI YARN: INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ DI IMPIANTO, UN CONNUBIO VINCENTE

Nel periodo 2016-2017 Radici Yarn S.p.A., storica azienda di RadiciGroup attiva nell'ambito della produzione di polimeri e filati in nylon, ha intrapreso un importante progetto di ottimizzazione delle prestazioni e dei consumi del proprio circuito ad aria compressa. L'operazione è inquadrabile nelle operazioni di ammodernamento generale degli impianti che l'azienda porta avanti con gradualità e costanza, ed in particolare della sala compressori a servizio del circuito aria compressa 7barg al fine di garantirne la continuità, l'affidabilità e, non ultimo, un impatto ambientale più limitato.

Nell'attuare questo intervento è stata effettuata un'analisi dettagliata mirata ad individuare la soluzione più performante sia in termini di efficienza energetica che di flessibilità e continuità del servizio. Studiando attentamente i profili di fabbisogno di aria compressa, confrontando le performances dei diversi compressori disponibili sul mercato e analizzando le modalità di gestione della sala ante-intervento è stato selezionato ed installato un compressore a velocità variabile in grado di sopperire da solo ai fabbisogni dell'azienda che fino a quel momento aveva utilizzato più macchine in parallelo con una a minore efficienza globale.

Il bilancio annuo post-intervento ha consentito di stimare un calo del consumo specifico per questo circuito nell'ordine del 9,5%. Si tratta di un importante risultato che premia l'investimento dell'azienda non solo dal punto di vista del saving economico, ma anche da un punto di vista ambientale. Traducendo questo risparmio percentuale in valore assoluto si ottengono infatti circa 271.470 kWh/anno, ossia circa 51 tep, che equivalgono a circa 73 tonCO<sub>2</sub>/anno di mancate emissioni in atmosfera, pari alla CO<sub>2</sub> mediamente emessa da un'auto per percorrere più di 225.000 km (considerato coefficiente di emissione 0,323 kgCO<sub>2</sub>/km).

**GRI 305-1, 305-2:**  
**TOTALE EMISSIONI**  
**DIRETTE ED INDIRETTE**  
**DI GAS EFFETTO SERRA**

## LE EMISSIONI

Tabella 55

### EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA

		2015	2016	2017
t CO <sub>2</sub> eq.	Emissioni indirette da ENERGIA ELETTRICA	114.750	116.644	137.956
t CO <sub>2</sub> eq.	Emissioni indirette da VAPORE	150.861	148.701	146.872
t CO <sub>2</sub> eq.	Emissione indirette da RISCALDAMENTO	-	-	-
t CO <sub>2</sub> eq.	Emissioni indirette da RAFFREDDAMENTO	-	-	-
<b>t CO<sub>2</sub> eq.</b>	<b>EMISSIONI INDIRETTE (GRI 305-2)</b>	<b>265.611</b>	<b>265.345</b>	<b>284.828</b>
<b>t CO<sub>2</sub> eq.</b>	<b>EMISSIONI DIRETTE (GRI 305-1)*</b>	<b>265.331</b>	<b>224.484</b>	<b>236.809</b>
<b>t CO<sub>2</sub> eq.</b>	<b>TOTALE</b>	<b>530.942</b>	<b>489.829</b>	<b>521.637</b>

\*I valori riportati comprendono la CO<sub>2</sub> derivante dalla combustione e l'N<sub>2</sub>O derivante dalla produzione di acido adipico e nitrico.

**GRI 305-4:**  
**GHG EMISSIONS**  
**INTENSITY**

Tabella 56

### INDICE - EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

	2015	2016	2017
t CO <sub>2</sub> eq./t	0,541	0,494	0,489

Direttamente legato al tema dei consumi energetici quello delle emissioni. Un mix energetico più "leggero", che privilegia carburanti a basso impatto o fonti rinnovabili come fatto da RadiciGroup, contribuisce in larga parte al contenimento delle emissioni.

A ciò si è aggiunto il lavoro di abbattimento condotto dall'Area Specialty Chemicals con la riduzione drastica di Emissioni di N<sub>2</sub>O (protossido di azoto), che ha prodotto in passato risultati

eccellenti, soprattutto nel periodo 2011-2013 grazie ad investimenti seri per le BAT, le migliori tecnologie disponibili sul mercato.

Oggi i margini di miglioramento si sono fisiologicamente assottigliati e si giocano principalmente su una oculata composizione del mix energetico. Quale considerazione generale, nel triennio analizzato ai fini di questo Bilancio, la situazione delle emissioni si è dimostrata complessivamente stazionaria. Anche se meno evidenti, rimangono comunque in essere miglioramenti sulle emissioni dirette che si sono ridotte del 10,8% nei tre anni (del 52,8% in 6 anni e del 74,7% dal 2010, primo anno di rendicontazione secondo il modello GRI). È soddisfacente anche il rapporto tra emissioni e quantità lavorata che è passato 0,541 tCO<sub>2</sub>eq/t a 0,489 tCO<sub>2</sub>eq/t nei tre anni (nel 2010 il rapporto era di 1,16 tCO<sub>2</sub>eq/t lavorata).

### GRI 305-1 e GRI 305-2 **EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA NEL TRIENNIO 2015-2017**

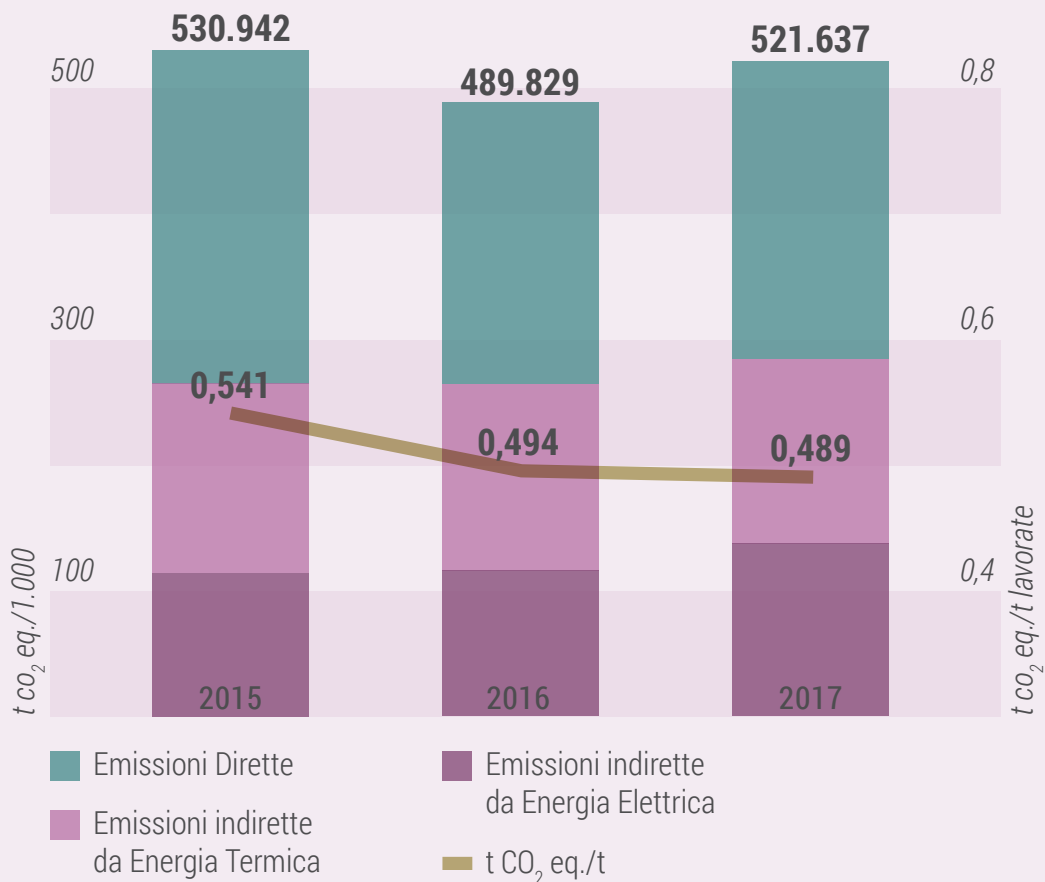


Tabella 57 BENCHMARK MIX NAZIONALI STANDARD E MIX RADICIGROUP (ENERGIA ELETTRICA)

		2015	2016	2017
t CO <sub>2</sub> eq.	Emissioni indirette da ENERGIA ELETTRICA MIX NAZIONALI STANDARD	175.703	178.411	182.703
t CO <sub>2</sub> eq.	Emissioni indirette da ENERGIA ELETTRICA MIX SELEZIONATO DA RADICIGROUP	114.750	116.644	137.956
<b>t CO<sub>2</sub> eq.</b>	<b>Differenza</b>	<b>60.953</b>	<b>61.766</b>	<b>44.747</b>
<b>%</b>	<b>Differenza</b>	<b>34,7%</b>	<b>34,6%</b>	<b>24,5%</b>

Di particolare interesse, poiché dimostra la grande attenzione che RadiciGroup pone nei confronti dell'ambiente, è il benchmark che mette in relazione i mix energetici standard disponibili a livello nazionale con con il mix selezionato invece dal Gruppo per le proprie attività. Le specifiche scelte operate dal Gruppo in favore dell'energia elettrica verde o dei carburanti a minore impatto hanno infatti consentito ai siti di emettere ben il 24,5% di gas a effetto serra in meno rispetto a quanto avrebbero fatto attenendosi ai mix energetici nazionali a loro disposizione. Questo valore percentuale è stato ricavato calcolando le emissioni sia in base al mix effettivo del Gruppo che in base ai mix dei singoli Paesi dove sono collocati gli impianti che rientrano nel perimetro di rendicontazione (fonte dati [WWW.IEA.ORG](http://WWW.IEA.ORG)).

**GRI 305-7:**  
**OSSIDO DI AZOTO (NOX),**  
**OSSIDO DI ZOLFO (SOX)**  
**E ALTRE EMISSIONI**  
**SIGNIFICATIVE**  
**PER TIPOLOGIA E PESO**

Tabella 58 QUALITÀ DELLE EMISSIONI

		2015	2016	2017
t	NOx	152	125	141
t	SOx	0	2	0
t	VOC	9	12	8
t	HAP	–	–	0,01
t	PM	8	11	8
t	Altre emissioni (monossido di carbonio)	12	17	16
<b>t</b>	<b>TOTALE</b>	<b>181</b>	<b>167</b>	<b>173</b>

## RADICI CHIMICA E I TRASPORTI: UNA SCELTA VINCENTE PER L'AMBIENTE

Radici Chimica Spa, la più grande azienda del Gruppo nonché uno dei principali player nel settore della chimica, lavora da tempo e con successo al controllo delle emissioni dirette, attraverso importanti investimenti per l'installazione di sistemi di abbattimento, senza trascurare però il tema delle emissioni indirette. Oltre alla scelta di un mix energetico favorevole all'ambiente, in linea con le scelte del Gruppo, il polo chimico, che ha la propria sede nell'area industriale di Novara, è attento anche al sistema dei trasporti, elemento chiave per alleggerire il proprio impatto.

Ogni giorno ingenti quantitativi di materie prime strategiche, essenziali per tutte le aziende di RadiciGroup, raggiungono Radici Chimica attraverso il treno, grazie ad uno scalo ferroviario dedicato, interno al sito. La percentuale di trasporto su rotaia, nettamente vantaggiosa dal punto di vista ambientale rispetto all'alternativa su gomma, è in crescita costante, e tra il 2015 e il 2017 è sempre stata superiore all'85%. Una scelta analoga è stata operata anche per quanto riguarda i prodotti che lasciano lo stabilimento. La gestione logistica si affida infatti sempre più al trasporto intermodale soprattutto per le consegne che superino i 300 km di distanza. Dal 2015, la crescita dell'intermodalità è stata sensibile e Radici Chimica è passata dal 20,71% di incidenza del trasporto intermodale sui quantitativi spediti complessivi al 26,48% nel 2017.

La scelta del partner giusto nel settore della logistica, che ha condiviso la visione dell'azienda mettendo a disposizione sistemi di trasporto all'avanguardia, ha consentito non solo di alleggerire gli impatti, ma anche di offrire un servizio migliore ai Clienti, in virtù della maggiore affidabilità delle consegne affidate al trasporto intermodale, più strutturato e dunque meno soggetto alle incognite legate alla viabilità che spesso interessano il trasporto su gomma.

#### **IL GIORNO DELLA CIVETTA... NOYFIL SI FA CASA PER I RAPACI IN PERICOLO DI ESTINZIONE**

Non solo acqua, energia ed emissioni costituiscono parte della politica ambientale del Gruppo. Dopo i progetti di salvaguardia della fauna ittica con il fornitore partner di energia idroelettrica Geogreen, dal 2017 RadiciGroup aderisce infatti anche ad un altro progetto di tutela della biodiversità attraverso la propria azienda svizzera di Stabio, Noyfil Sa, specializzata nella produzione e lavorazione di filati di poliestere.

Nell'ambito delle azioni di mitigazione degli impatti sulla biodiversità legati al collegamento ferroviario Mendrisio – Varese, Noyfil è stata contattata dalle Ferrovie Federali Svizzere e dall'Associazione Tratto Verde che hanno individuato nello stabile dell'azienda un possibile luogo idoneo per la posa di una cassetta appositamente concepita per la nidificazione della civetta. Questo rapace è da tempo inserito nella Lista Rossa degli animali minacciati di estinzione ed anche nel Mendrisiotto, l'area nella quale si trova questo sito del Gruppo, gli avvistamenti si sono fatti sempre più rari.

Aderendo all'iniziativa, Noyfil si è impegnata ad installare una cassetta per la nidificazione della civetta in un'area al riparo da sguardi indiscreti e possibili elementi di disturbo per una durata di 5-10 anni. In questo periodo, gli specialisti dell'Associazione provvederanno a monitorare la situazione ed a eseguire la manutenzione necessaria. Obiettivo dell'iniziativa, che Noyfil interpreta nel segno del proprio forte legame con il territorio, ritornare ad avere nidificazioni nella zona industriale di Stabio, dove nell'ambito dello stesso progetto sono state collocate altre 6 cassette nido.

**GRI 303-1:**  
**TOTALE RISORSE IDRICHE**  
**PER FONTE**

## RISORSE IDRICHE

Tabella 59 RISORSE IDRICHE PER FONTE

		2015	2016	2017
m <sup>3</sup>	da fiume / canale	76.171.511	76.431.778	80.720.167
m <sup>3</sup>	da sorgente	402.969	445.842	465.195
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>Acque di superficie</b>	<b>76.574.480</b>	<b>76.877.620</b>	<b>81.185.362</b>
m <sup>3</sup>	da pozzo	11.380.769	11.213.152	10.206.239
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>Acque dal sottosuolo</b>	<b>11.380.769</b>	<b>11.213.152</b>	<b>10.206.239</b>
m <sup>3</sup>	da acquedotto	121.449	131.486	171.911
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>Acque da acquedotto</b>	<b>121.449</b>	<b>131.486</b>	<b>171.911</b>
m <sup>3</sup>	da cisterna	0	0	0
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>Acque piovane</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
m <sup>3</sup>	Acque grigie da altre organizzazioni	0	0	0
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>Acque reflue</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>TOTALE</b>	<b>88.076.698</b>	<b>88.222.258</b>	<b>91.563.512</b>

Tabella 60 INDICE - RISORSE IDRICHE IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

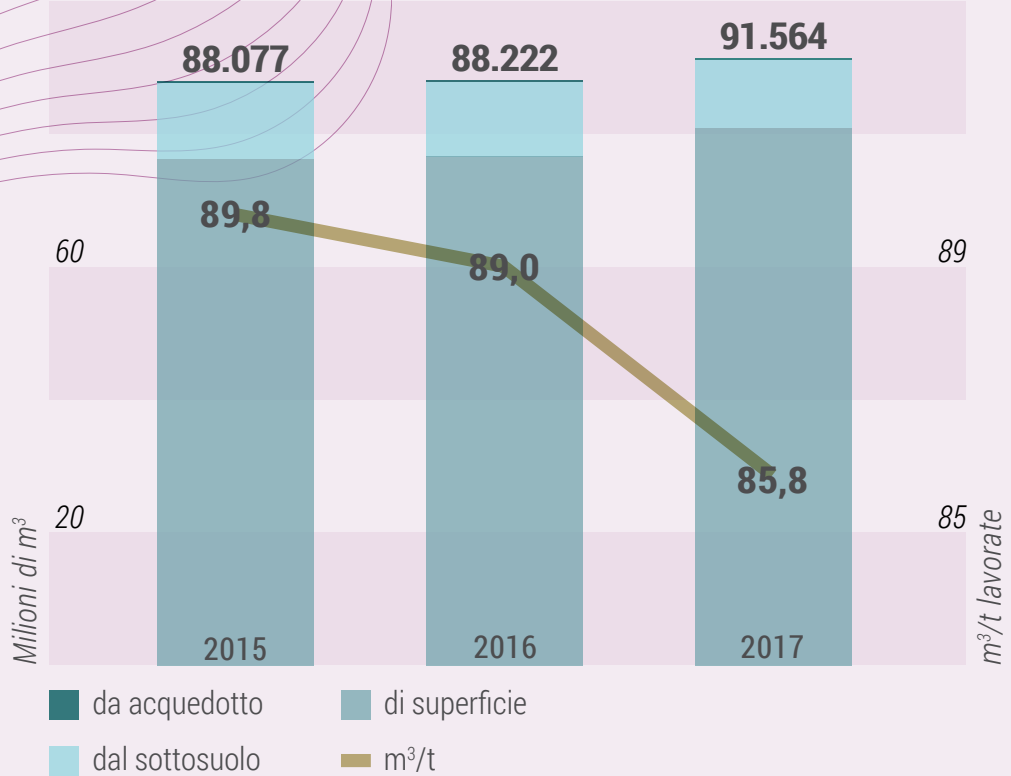
	2015	2016	2017
m <sup>3</sup> /t	89,77	89,03	85,76

Il tema dell'acqua è stato già trattato in precedenza, in relazione al suo ruolo chiave per la produzione di energia idroelettrica. Le risorse idriche sono fondamentali però anche per altri aspetti legati al funzionamento dei siti. Pur non entrando se non in minima parte nei prodotti, sono essenziali per il raffreddamento degli impianti. Le aziende del Gruppo si trovano in aree ricche di risorse idriche. RadiciGroup attinge la propria acqua prevalentemente da fiume o canale, e la tratta in conformità con la legislazione vigente nei diversi paesi in cui opera, restituendola poi integra all'ambiente.

Quale considerazione generale, laddove è aumentata nel 2017 in valore assoluto il volume d'acqua utilizzato, si è ridotto del 4,5% l'indice che misura la quantità per tonnellata lavorata che passa da 89,8 m<sup>3</sup>/t a 85,8 m<sup>3</sup>/t. Questo a riprova di un lavoro di razionalizzazione dei consumi condotto capillarmente nella consapevolezza che, nonostante l'abbondanza di risorse idriche a disposizione dei siti, è necessaria una elevata consapevolezza circa l'utilizzo oculato dell'acqua.



GRI 303-1 TOTALE RISORSE IDRICHE PER FONTE NEL TRIENNIO 2015-2017



**GRI 303-3:**  
PERCENTUALE E VOLUME  
TOTALE DI ACQUA  
RICICLATA E RIUTILIZZATA

Tabella 61

**ACQUA RICICLATA E RIUTILIZZATA**

		2015	2016	2017
m³	acqua prelevata	88.076.698	88.222.258	91.563.512
m³	acqua recuperata	55.776.506	58.834.609	57.995.089
m³	<b>acqua risparmiata</b>	<b>63%</b>	<b>67%</b>	<b>63%</b>
<b>ACQUA RISPARMIATA AD ESCLUSIONE DI RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND</b>				
m³	acqua prelevata	48.389.785	47.037.364	46.880.024
m³	acqua recuperata	55.776.506	58.834.609	57.995.089
m³	<b>acqua risparmiata</b>	<b>115%</b>	<b>125%</b>	<b>124%</b>

La situazione dei consumi idrici 2017 ha mostrato, dopo anni di andamenti favorevoli, alcuni chiaroscuri, legati in particolare alla flessione nella percentuale di riciclo, che passa dal 67% al 63% rispetto al 2016. Tale percentuale, include l'azienda tedesca Radici Chimica Deutschland GmbH che ricicla l'acqua al di fuori del proprio stabilimento. L'Azienda attinge infatti le risorse da un canale ad anello che subisce variazioni di volume limitate e legate alle condizioni climatiche (evaporazione-precipitazioni). Il riciclo è esterno al sito e non può rientrare nel conteggio relativo alla disclosure 303-3. Volendo escludere il sito tedesco, la percentuale di riciclo salirebbe al 124% nel 2017, sebbene con la flessione di un punto percentuale rispetto al 2016.

**GRI 306-1:  
SCARICO IDRICO  
PER DESTINAZIONE  
E QUALITÀ**

**Tabella 62 ACQUA RICICLATA E RIUTILIZZATA**

		2015	2016	2017
m <sup>3</sup>	In corso d'acqua superficiale	47.852.384	46.553.980	41.859.341
m <sup>3</sup>	In rete fognaria	234.593	302.466	360.138
m <sup>3</sup>	<b>TOTALE</b>	<b>48.086.977</b>	<b>46.856.446</b>	<b>42.219.479</b>
	di cui			
	<b>SCARICO IDRICO PER TIPOLOGIA</b>			
m <sup>3</sup>	Acqua scaricata direttamente	46.736.845	45.609.329	41.129.222
m <sup>3</sup>	Acqua trattata con depuratore interno	1.350.132	1.247.117	1.090.257
m <sup>3</sup>	<b>TOTALE</b>	<b>48.086.977</b>	<b>46.856.446</b>	<b>42.219.479</b>

**Tabella 63 INDICE - SCARICO IDRICO IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI**

	2015	2016	2017
m <sup>3</sup> /t	49,01	47,29	39,54

**Tabella 64 QUALITÀ DELLE ACQUE SCARICATE**

		2015	2016	2017
Kg	COD	1.412.379	1.548.314	1.577.728
Kg	Azoto Totale	962.532	1.076.151	1.206.893
Kg	Solidi Sospesi	23.474	13.180	19.138
Kg	Metalli*	7.961	7.158	8.405

\*I metalli comprendono: alluminio, cromo, ferro, nickel, rame, vanadio, zinco

**GRI 306-2:**  
**PESO TOTALE DEI RIFIUTI**  
**PER TIPOLOGIA**  
**E DESTINAZIONE**

## I RIFIUTI

Nel 2017 il trend dei rifiuti non pericolosi a recupero di materiale è aumentato per la decisione dell'headquarter italiano di classificare come "rifiuto" tutti gli scarti di produzione e lavorazione delle aree di business del Gruppo, gestiti fino al 2016 come sottoprodotti, uniformandosi alla più restrittiva interpretazione di "rifiuto".

*Tabella 65* **PESO TOTALE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE**

		2015	2016	2017
t	<b>Rifiuti pericolosi</b>	<b>2.263</b>	<b>2.153</b>	<b>3.121</b>
t	Rifiuti pericolosi destinati al recupero	262	378	331
t	Rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento	2.001	1.775	2.790
t	<b>Rifiuti non pericolosi</b>	<b>11.848</b>	<b>12.347</b>	<b>14.867</b>
t	Rifiuti non pericolosi destinati al recupero	10.047	10.088	12.150
t	Rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento	1.801	2.259	2.717
t	<b>TOTALE</b>	<b>14.111</b>	<b>14.500</b>	<b>17.988</b>
t	Rifiuti occasionali extraprocesso (Ristrutturazioni, manutenzioni, ecc.)	1.246	1.986	2.168
t	Rifiuti non pericolosi (ex sottoprodotti) destinati al recupero interno	2.628	3.345	5.477
t	Rifiuti di processo destinati a trattamenti esterni	10.237	9.169	10.343

*Tabella 66* **INDICE - PESO TOTALE DEI RIFIUTI DI PROCESSO IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI**

	2015	2016	2017
Kg/t	10,43	9,25	9,69

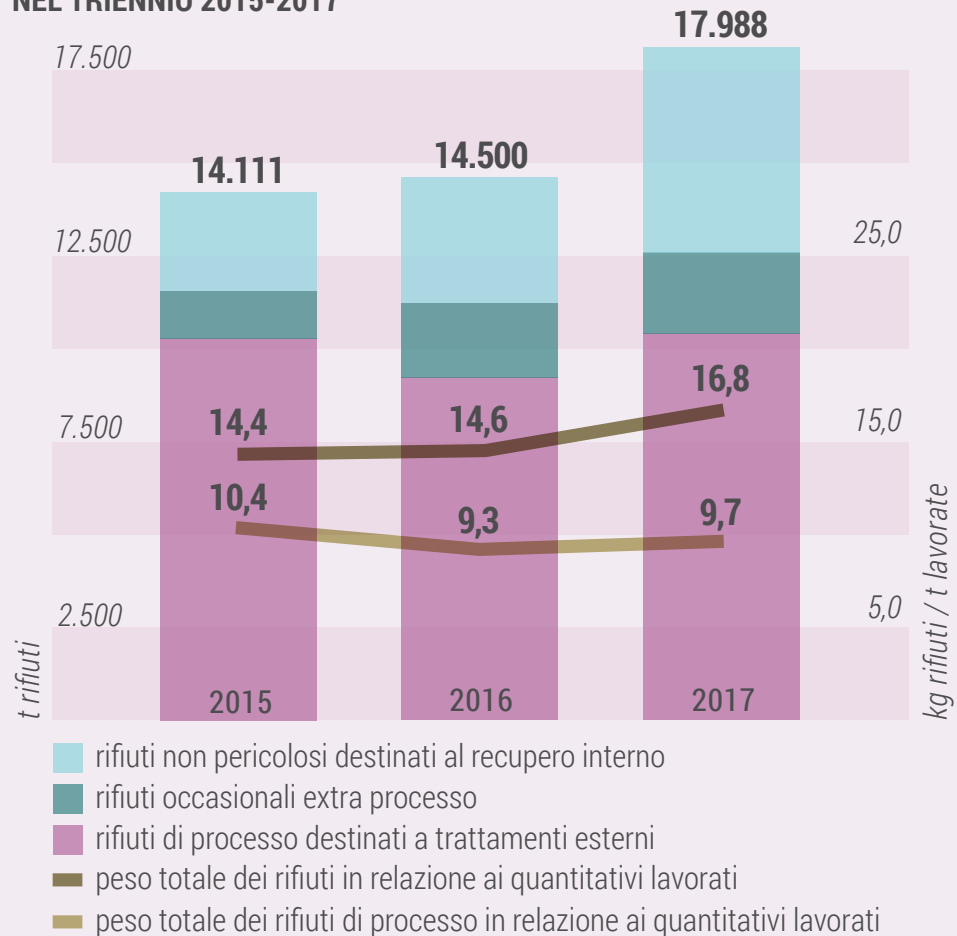
*Tabella 67* **INDICE - PESO TOTALE DEI RIFIUTI IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI**

	2015	2016	2017
Kg/t	14,38	14,63	16,85

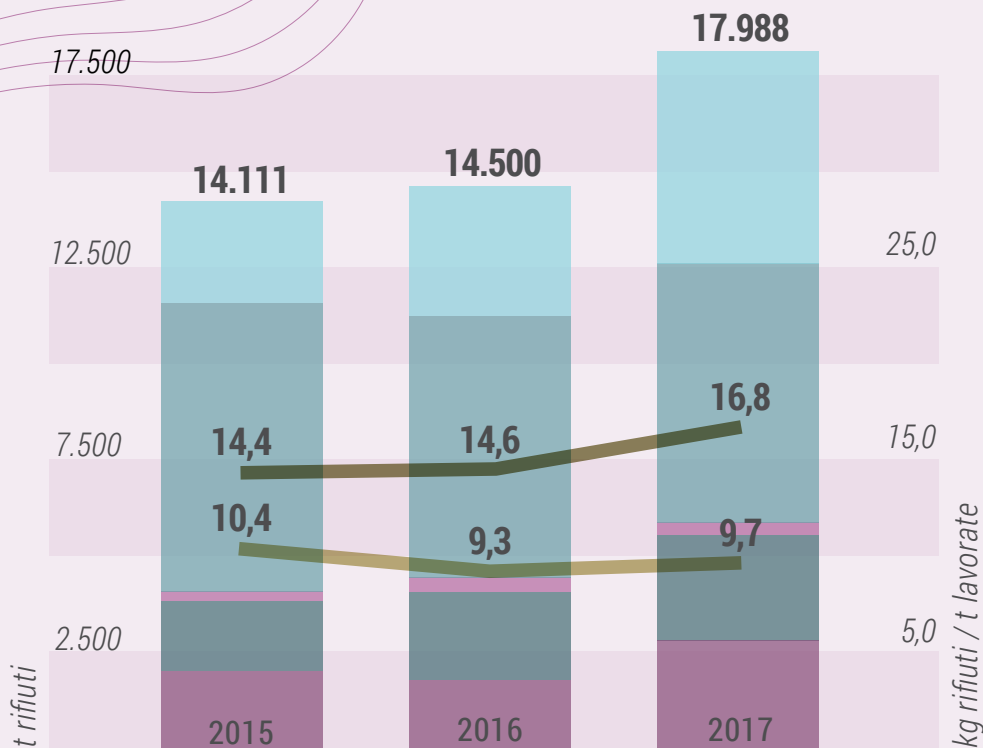
Per gestire in maniera virtuosa tali rifiuti, lo stabilimento di Radici Novacips ha ottenuto l'autorizzazione al trattamento di rifiuti plastici. Questo permette al Gruppo di anticipare lo spirito del pacchetto Economia Circolare dell'UE e di sviluppare prodotti ad elevate prestazioni partendo, indifferentemente, da sottoprodotti o da rifiuti. Le potenzialità applicative dei tecnopolimeri da riciclo sono amplificate da un particolare recupero "di qualità" che coinvolge tutti i siti di RadiciGroup. Questi ultimi sono chiamati, laddove non sia possibile eliminarli, a gestire con cura gli scarti (polimeri e fibre) affinché possano essere trasformati nel miglior compound

possibile in base alle loro caratteristiche di partenza. Il flusso di questi materiali destinati al riciclo è infatti attentamente separato per tipologia a monte, in funzione delle applicazioni cui sono destinati in fase di rilavorazione. Separazione accurata e controllo della filiera del recupero permettono di adottare il riciclo meccanico, un sistema poco energivoro e a limitato impatto come documentato da una Dichiarazione Ambientale di Prodotto (International EPD® System, Environmental Product Declaration n. S-P-00708) ad hoc realizzata allo scopo di descrivere in maniera analitica e certificata gli impatti ambientali del recupero di materiale realizzato dall'area Performance Plastics. Tra gli elementi considerati in EPD anche il fatto che la movimentazione, la conservazione, il riutilizzo dei rifiuti avvengano in modo conforme alla legislazione vigente.

### GRI 306-2 PESO TOTALE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE NEL TRIENNIO 2015-2017



GRI 306-2 **STRATIFICAZIONE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE NEL TRIENNIO 2015-2017**



■ rifiuti non pericolosi destinati al recupero interno

■ rifiuti non pericolosi destinati al recupero esterno

■ rifiuti pericolosi destinati al recupero

■ rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento

■ rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento

■ peso totale dei rifiuti in relazione ai quantitativi lavorati

■ peso totale dei rifiuti di processo in relazione ai quantitativi lavorati

## RECUPERO: UNA SCELTA STRATEGICA CHE LA MISURAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI CONFERMA ESSERE VINCENTE

La BA Performance Plastics è un compounder integrato, i cui punti di forza vanno ricercati nella integrazione stretta con tutta la filiera produttiva RadiciGroup di polimero e filati. Lo stabilimento di Chignolo d'Isola nasce infatti negli anni Ottanta allo scopo di recuperare gli scarti e i rifiuti plastici prodotti dalle aziende del Gruppo. Nel tempo, il favore crescente dei mercati di sbocco nei confronti dei materiali da recupero ha permesso di mettere a frutto l'esperienza e le tecnologie sviluppate nell'ottimizzazione del processo, che oggi è in grado di effettuare, anche contestualmente, operazioni di recupero di materia prima secondaria selezionata e di produzione di tecnopolimeri.

Integrazione e gestione totale della filiera RadiciGroup quindi, che ad oggi comprende il recupero di scarti e rifiuti plastici "a monte". Questi ultimi vengono selezionati, macinati da Fornitori qualificati ed estrusi nell'impianto di Chignolo d'Isola dove si producono gli articoli della gamma Heramid®, cui il materiale recuperato è interamente destinato.

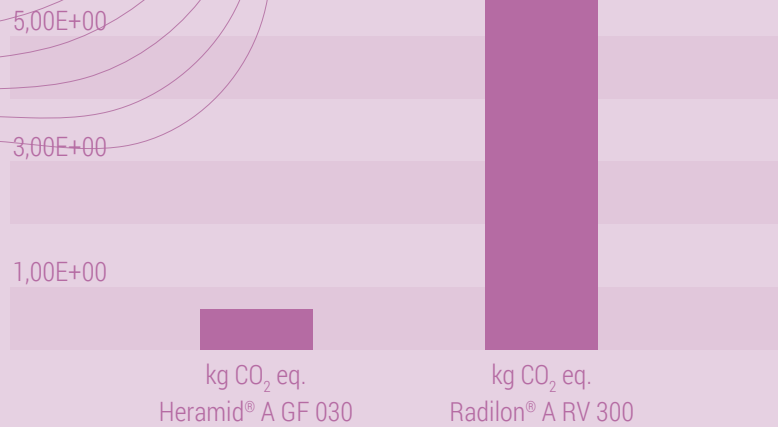
In questo stabilimento, che è certificato ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001, tutto il processo di recupero avviene con il massimo controllo di corretta gestione ambientale complessiva e con la massima attenzione alla salute e sicurezza dei Lavoratori.

Una scelta strategica che la Dichiarazione Ambientale di Prodotto certificata (EPD® n S-P-00708, [WWW.ENVIRONDEC.COM](http://WWW.ENVIRONDEC.COM)) dimostra essere saggia: ottenere un chilogrammo di poliammide da riciclo presso lo stabilimento di Chignolo, comporta il seguente impatto ambientale:

CATEGORIA D'IMPATTO	UNITÀ	TOTALE
Acidificazione	kg SO <sub>2</sub> eq.	1,99E-04
Eutrofizzazione	kg PO <sub>4</sub> eq.	7,49E-05
<b>Global warming (GWP100a)</b>	<b>kg CO<sub>2</sub> eq.</b>	<b>4,88E-02</b>
Ossidazione fotochimica	kg C <sub>2</sub> H <sub>4</sub> eq.	9,55E-06

Di nuovo, una Dichiarazione certificata per gli Heramid® (EPD® S-P-00707, [www.environdec.com](http://www.environdec.com)), evidenzia come, grazie a questo limitatissimo impatto, i tecnopolimeri formulati utilizzando materiali secondari ottenuti con il processo di recupero (gamma Heramid®) abbiano impatti molto più ridotti rispetto ai corrispettivi vergini (Radilon®) a fronte di caratteristiche tecniche comparabili, sebbene non esattamente equivalenti.

## Global Warming Potential



## I SISTEMI DI GESTIONE INTEGRATA

I sistemi di gestione integrata Qualità, Ambiente, Sicurezza ed Energia sono uno strumento fondamentale per il mantenimento della leadership del Gruppo e per la concretizzazione della volontà di rispondere alle esigenze del mercato attraverso prodotti di qualità, realizzati con processi che tutelano l'ambiente e le sue risorse. Il loro carattere di volontarietà ne sposa la serietà e il rigore, un'imprescindibile esigenza ormai per il mercato. Il meccanismo degli audit e le verifiche di parte terza conferiscono ai sistemi ulteriore affidabilità ed autorevolezza. Infine, gli obblighi di comunicazione che questi strumenti prevedono sono importanti veicoli di consapevolezza e di coinvolgimento degli Stakeholder esterni ed interni.

I sistemi di gestione sono da sempre per RadiciGroup uno strumento chiave per strutturare, gestire, verificare e migliorare i propri sforzi in tema di sostenibilità. Il biennio 2017-2018 ha visto il progressivo completamento del panorama delle certificazioni per le aziende insieme al passaggio di tutti i siti del Gruppo all'edizione 2015 della norma ISO 9001, legata alla gestione dei sistemi di qualità, e della norma ISO 14001, legata ai sistemi di gestione ambientale. Si è trattato di una evoluzione necessaria ed importante nel segno della volontà di mantenersi all'avanguardia, RadiciGroup ha anticipato le tempistiche di passaggio alle nuove edizioni, cui si è affiancato un percorso formativo ad hoc, volto a creare una sempre maggiore trasversalità tra le competenze degli auditor del Gruppo.

Infine, l'accurato lavoro di mappatura dei contesti aziendali operato nell'ambito del passaggio alle nuove edizioni delle norme da parte della Funzione Corporate Q&P è stato uno dei capisaldi nella formulazione della matrice di materialità presente in questo Bilancio poiché ha permesso di cogliere, sia in maniera analitica che sintetica, le caratteristiche di RadiciGroup.



## **QUALITÀ E PROCESSI DI GRUPPO: NEL TRIENNIO 2016-2018 È STATO LANCIATO IL PROGETTO FORMATIVO PER AUDITOR ALL'AVANGUARDIA (CORSI "40 ORE PER QUALIFICA AUDITOR")**

Un importante progetto formativo che ha preso corpo nell'ottobre 2016 e destinato a concludersi nel secondo semestre 2018 con l'obiettivo di aggiornare gli auditor di RadiciGroup per quanto riguarda i sistemi di gestione Qualità, Sicurezza e Ambiente e secondo quanto previsto dalla norma ISO 19011:2012 (Linee guida per audit di sistemi di gestione). I partecipanti hanno approfondito le proprie conoscenze grazie ad un percorso articolato in quattro moduli. Elemento comune, una formazione relativa proprio alla ISO 19011:2012 cui si sono affiancati approfondimenti specifici legati alla norma ISO 9001:2015 (sistemi di gestione per la qualità), alla norma ISO 14001:2015 (sistemi di gestione ambientale) e alla norma ISO 45001:2018 (Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro, destinata a sostituire lo standard OHSAS 18001), a seconda delle diverse esigenze degli auditor.

Duplici lo scopo di questo percorso della durata complessiva di 88 ore: un importante aggiornamento sulle incessanti evoluzioni normative nei diversi ambiti ed il raggiungimento di una base comune e condivisa di competenze di auditing tra i partecipanti. Con questo percorso RadiciGroup vuole formare un team di auditor di elevata professionalità in grado di svolgere in maniera trasversale un'attività volta a valutare omogeneamente lo stato di conformità ai diversi sistemi di gestione.

**CORPORATE**

RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.

EA 35

**SYNTHETIC FIBRES & NONWOVENS**

RADICI FIL S.p.A.

IAF 4 e 29



LOGIT Sro

IAF 4



RADICI YARN S.p.A. – Villa d'Ogna

IAF 4



RADICI YARN S.p.A. – Ardesio

IAF 4



SC YARNEA Srl

EA 04



RADICI CHEMIEFASER GmbH

EA 04



RADICIFIBRAS Ltda

EA 04



NOYFIL S.p.A. – Chignolo d'Isola

IAF 4



NOYFIL S.p.A. – Andalo Valtellino

IAF 4



NOYFIL SA

IAF 4



CORDONSED S.A.

TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.

IAF 04

**PERFORMANCE PLASTICS**

RADICI NOVACIPS S.p.A. – Villa d'Ogna

IAF 14



RADICI NOVACIPS S.p.A. – Chignolo d'Isola

IAF 14



RADICI PLASTICS GmbH

IAF 14



RADICI PLASTICS Ltda

EA 14



RADICI PLASTICS Co. Ltd.

EA 14



RADICI PLASTICS USA Inc.

IAF 14



RADICI PLASTICS MEXICO S. de R.L.

IAF 14



RADICI PLASTICS B.V.

EA 14

**SPECIALTY CHEMICALS**

RADICI CHIMICA NOVARA S.p.A.

IAF 12



RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GmbH

EA 12

*Dati aggiornati al primo semestre 2018*

ENTE DI CERTIFICAZIONE 9001    ENTE DI CERTIFICAZIONE 16949    ENTE DI CERTIFICAZIONE 14001    ENTE DI CERTIFICAZIONE 18001    ENTE DI CERTIFICAZIONE 50001

	ENTE DI CERTIFICAZIONE 9001	ENTE DI CERTIFICAZIONE 16949	ENTE DI CERTIFICAZIONE 14001	ENTE DI CERTIFICAZIONE 18001	ENTE DI CERTIFICAZIONE 50001
	Certiquality				
	Certiquality		Certiquality	Certiquality	Certiquality
	Certiquality		Certiquality	Certiquality	Certiquality
	Certiquality		Certiquality		
	SRAC Romania		SRAC Romania	SRAC Romania	
					DEKRA
	Fundaçao Vanzolini				
	Certiquality			Certiquality	
	Certiquality			Certiquality	
	Certiquality		Certiquality		
	Certiquality		Certiquality	Certiquality	
	Certiquality	Certiquality	Certiquality	Certiquality	
	Certiquality		Certiquality	Certiquality	
	TUV	TUV	TUV		TUV
	Bureau Veritas	Bureau Veritas	Bureau Veritas		
	TUV	TUV	Bureau Veritas		
	SQA	SQA			
	ABS Quality	ABS Quality			
	DQS	DQS	DQS		
	Certiquality		Certiquality	Certiquality	Certiquality
	DQS		DQS	DQS	DQS

✓ Certificato    ⚙️ Lavori in corso    ★ Nuovo (2017)    🌟 Nuovo (2018)

AZIENDA DI RADICIGROUP ETICHETTATURA ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Chimica S.p.A OEF / PEF (OEF001 e PEF001) Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Plastics USA Inc.ISO/IEC 17025:05 (0181.01) A2LA
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Chimica S.p.A AEON – ASTM D6866 <sup>1</sup> ASTM
AZIENDA DI RADICIGROUP ETICHETTATURA ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Novacips S.p.A PEF (PEF002) Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Novacips S.p.A EPD S-P-00554 <sup>2</sup> Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Novacips S.p.A EPD S-P-00707 <sup>3</sup> Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radici Novacips S.p.A EPD S-P-00708 <sup>4</sup> Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Noyfil SA UNI 11505 – r-STARLIGHT® (P2151) Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Noyfil S.p.A. (per 2 siti) UNI 11505 – r-RADYARN® (P2175) Certiquality
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE	Radicifil S.p.A. EPD S-P-00454 <sup>5</sup> Certiquality

<sup>1</sup> per RADIPOL® DC (PA 6.10) e RADIPOL® DX (PA 10.10)

<sup>2</sup> per RADILON® S (PA6) e RADILON® A (PA6.6)

<sup>3</sup> per HERAMID® A (PA6.6)

<sup>4</sup> per POLYAMIDE SCRAP RECOVERY SERVICE

<sup>5</sup> per Radifloor® (PA 6 e PA6.6)

## I PRODOTTI

Inutili sarebbero gli sforzi di sostenibilità di RadiciGroup senza una concretizzazione nel portafoglio prodotti. Obiettivo del Gruppo è quello di incrementare sempre maggiormente la propria offerta di articoli a limitato impatto e ad alto valore aggiunto, che coniughino performance e sostenibilità. Una scelta etica e strategica, inquadrata nel già citato contesto di economia circolare, sempre più fortemente sostenuta dalla domanda di mercato. Anche la customer satisfaction realizzata nel 2016 aveva posto in evidenza l'importanza della sostenibilità di prodotto per il 65% dei Clienti intervistati, particolarmente sensibili al tema della riciclabilità e dell'energia verde.

Tre sono stati nel 2017 i punti cardine della strategia del Gruppo in ottica di sostenibilità di prodotto:

- La Ricerca e Sviluppo in grado di aprire nuovi fronti, come illustrato nella parte relativa ai Clienti.
- La misurazione e comunicazione trasparente delle caratteristiche e degli impatti dei prodotti.
- La realizzazione concreta di polimeri, filati e materie plastiche sostenibili fin dal momento in cui vengono progettati.

### LA MISURAZIONE DEGLI IMPATTI

Misurare l'impatto ambientale della propria filiera produttiva da monte a valle, dal polimero ai tecnopolimeri sino alle fibre sintetiche e ai non tessuti in modo sistemico e rigoroso, fornendo informazioni basate su dati scientifici, verificate e comparabili. Questo è l'obiettivo che RadiciGroup si è posto a partire dal 2010, anno in cui sono stati ideati i primi studi di Life Cycle Assessment sui principali prodotti. Nel biennio successivo circa il 90% dei polimeri prodotti o acquistati da RadiciGroup sono stati sottoposti a LCA per verificarne gli impatti dall'estrazione delle materie prime sino ai cancelli delle aziende. Il Life Cycle Assessment è un metodo scientifico accettato in tutto il mondo. Attraverso questa scelta il Gruppo ha coniugato il rigore del sistema con la riconoscibilità del metodo in ogni paese in cui opera e si trovano i suoi mercati. Successivamente le aziende di RadiciGroup hanno utilizzato i dati così ottenuti attraverso:

- Le Impronte Ambientali di Prodotto o PEF (Product Environmental Footprint). Si tratta di una metodologia di calcolo dell'impronta ambientale introdotta dalla Commissione Europea e sperimentata in fase iniziale dall'area chimica in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente italiano e successivamente sviluppata anche dall'area fibre del Gruppo.
- Le dichiarazioni Ambientali di prodotto o EPD (ENVIRONMENTAL PRODUCT DECLARATION), preparate rispettando specifiche regole - PCR (PRODUCT CATEGORY RULES) e base per la verifica di parte terza proprio degli studi LCA sui prodotti. Gli EPD hanno interessato principalmente l'area delle materie plastiche e successivamente l'area fibre.

Per saperne di più sugli EPD di RadiciGroup:

[WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=10813](http://WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=10813)

[WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=10814](http://WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=10814)

[WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=9332](http://WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=9332)

[WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=10086](http://WWW.ENVIRONDEC.COM/DETAIL/?EPD=10086)

Insieme al lavoro di aggiornamento dei dati di EPD, oggi RadiciGroup sviluppa anche LCA non destinati alla diffusione pubblica, ma realizzati per monitorare internamente gli impatti oppure per elaborare valutazioni preventive e scientificamente comprovate sui prodotti, in un'ottica di ecodesign. Il Gruppo verifica infatti, grazie a questo sistema, quali possono essere le migliori formulazioni per coniugare performance e riciclabilità ad esempio, oppure per garantire ai materiali le prestazioni richieste dal mercato con il minor impatto ambientale in una fase pre-industriale, per giungere poi alla fase produttiva vera e propria con un bagaglio di preziose informazioni.

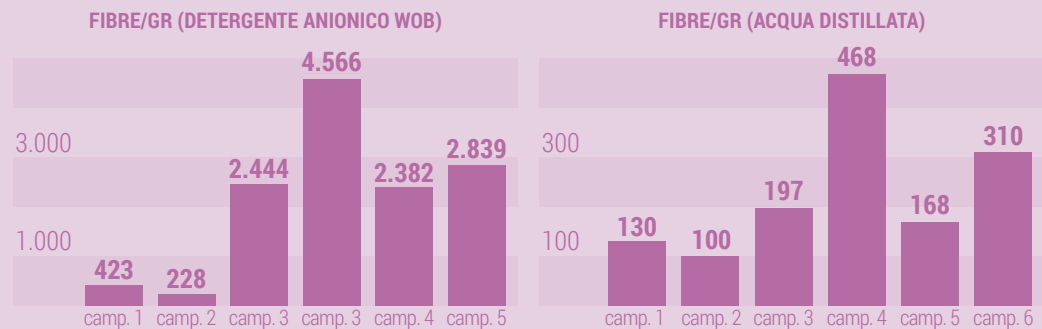
## LE MICROPLASTICHE: MISURAZIONE E UNA SOLUZIONE MULTI-STAKEHOLDER, LA VIA DI RADICIGROUP

Quello dell'impatto delle microplastiche sull'ecosistema marino è un tema complesso, molto sentito dall'opinione pubblica, allarmata dalle informazioni che i media diffondono quotidianamente. Si tratta di un fenomeno dai numerosi aspetti, uno dei quali legato alle micro o nano plastiche rilasciate dai processi di lavaggio di tessuti sintetici o misti. Un aspetto che RadiciGroup, produttore leader proprio di fibre sintetiche, sta affrontando attraverso una collaborazione con il CNR-ISMAC, l'Istituto per lo Studio delle Macromolecole del Consiglio Nazionale delle Ricerche, con il quale sono state predisposte nel 2017 una serie di prove preliminari su campioni dei filati di RadiciGroup Radyarn® (poliestere) e Radilon® (nylon).

Scopo dei test è stata la effettiva quantificazione del rilascio di frammenti di fibre sintetiche, qualificabili come microplastiche, in condizioni di simulazione di un lavaggio industriale di capi di abbigliamento. La misurazione del rilascio è stata effettuata filtrando la soluzione di lavaggio con l'aiuto di una membrana ed i risultati hanno permesso di comprendere quali siano i fattori scatenanti il fenomeno. I grafici riportati, relativi al poliestere, mostrano come l'azione del detergente risulti essere un fattore chiave in grado di accrescere fino a dieci volte la dispersione di microplastiche rispetto alla semplice acqua. Tale considerazione è complessivamente valida anche per il nylon.

### RadiciGroup/CNR Ismac: rilascio di microplastiche da fibra

TEST PRELIMINARE DI LABORATORIO LINETEST – ISO 105-C12. SOLIDITÀ DEL COLORE AL LAVAGGIO INDUSTRIALE FILO DI POLIESTERE RADYARN®



ISO 105-C12; TEMPERATURA 75°C; TEMPO 60 MIN; ISO 105-C12: STANDARD SOLIDITÀ DEL COLORE, PARTE C12 SOLIDITÀ DEL COLORE AL LAVAGGIO INDUSTRIALE. IL TEST SIMULA LO STRESS CAUSATO DA 5 A 10 LAVAGGI INDUSTRIALI.

In aggiunta, la tipologia di filo e le relative lavorazioni sono risultate essere estremamente importanti. Si è infatti riscontrato un rilascio mediamente quattro volte superiore da parte dei filati con fibra in fiocco (fili discontinui), dei fili continui testurizzati ad aria e dei fili continui in microfibrà (fili sottoposti a numerose lavorazioni) rispetto ai provini con fili testurizzati standard.

I risultati ottenuti hanno confermato l'intenzione di RadiciGroup di farsi promotore, a partire dal 2018, di un tavolo multi-Stakeholder insieme ai produttori di tessuti, di detersivi e di lavatrici per analizzare insieme quali soluzioni ciascuno dei partecipanti possa mettere in campo. Queste soluzioni permetteranno a RadiciGroup di aiutare i propri Clienti ed il mercato finale a scegliere, in funzione degli utilizzi specifici, i filati o le combinazioni di fibre più adatti a garantire le performance, ed insieme a garantire un ridotto impatto in termini di rilascio di microplastiche.

DISCLOSURE  
417-1

## LA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO

Le sostanze chimiche, i polimeri, le materie plastiche, i filati di RadiciGroup non sono destinati direttamente al consumatore finale ma sono utilizzati per ulteriori fasi di lavorazione da parte dei Clienti. In ogni caso, tutti i prodotti del Gruppo sono soggetti ad obblighi generali di sicurezza ed etichettatura come previsto dalla legislazione europea e dalla legislazione nazionale del paese in cui vengono fabbricati o commercializzati. In molti casi sono assoggettati anche a specifici capitoli o normative aggiuntive in materia di sicurezza e ambiente, su base volontaria, talvolta più restrittivi delle normative cogenti in vigore.

Ad esempio, i filati sintetici prodotti dal Gruppo sono nella maggior parte dei casi certificati secondo l'OEKO-TEX® Standard 100 che è un sistema di controllo e certificazione volontario per materie prime, semilavorati e prodotti tessili finiti che si prefigge come scopo la completa assenza di sostanze nocive. I controlli sulle sostanze nocive comprendono, oltre alle sostanze vietate per legge oppure il cui uso è regolamentato, sostanze chimiche nocive alla salute e all'ambiente. I controlli sono eseguiti esclusivamente da istituti di ricerca e controllo tessile autorizzati ed indipendenti.

Radici Chimica è in grado di fornire dichiarazioni che attestano l'assenza di specifiche sostanze pericolose per la salute e l'ambiente e l'idoneità della PA66 al contatto con gli alimenti. Anche se al momento l'azienda non possiede certificazioni di prodotto relative a tali aspetti, è in grado di fornire, per alcuni gradi di poliammide, test report per il contatto con gli alimenti, l'inflammabilità e l'assenza di alcune sostanze pericolose.

Per quanto riguarda i prodotti dell'area materie plastiche, viene emessa una scheda di sicurezza in accordo con le normative REACH se richiesto dal cliente, sebbene non vi sia obbligo legislativo. In particolare, per i prodotti dell'area materie plastiche viene rilasciata la dichiarazione REACH (assenza sostanze pericolose o SVHC) e, per la maggior parte, la dichiarazione RoHS relativa alla restrizione sull'uso di specifiche sostanze pericolose. I prodotti destinati al settore auto sono accompagnati da documentazione secondo quanto stabilito dalla norma ISO TS 16949. Anche in virtù della partecipazione attiva a tavoli tecnici delle associazioni di categoria, RadiciGroup è costantemente aggiornato sulle evoluzioni di norme, regolamenti e buone prassi potendosi con

ciò adeguare tempestivamente a qualunque evoluzione normativa o di mercato. Garantisce così ai propri Clienti una comunicazione tecnica di prodotto pienamente conforme alle aspettative di mercato, che tutela gli utilizzatori e l'ambiente.

**DISCLOSURE**  
**417-2**  
**417-3**

A riprova di quanto sopra, nel periodo considerato dal report nessuna società è incorsa in casi di mancato rispetto delle normative relative alla comunicazione o etichettatura di prodotto o in casi di mancato rispetto delle normative relative alle comunicazioni di marketing.

In aggiunta a questa comunicazione tecnica, sono state numerosissime nel 2017 le occasioni in cui il Gruppo ha presentato, attraverso altri strumenti, i propri prodotti: le newsletter e i post sui social media, le informazioni sul sito web, la presenza alle fiere e ai convegni. Per quanto riguarda queste informazioni a carattere più divulgativo, grande attenzione è stata posta nel mantenere uno standard elevato di correttezza, anche in considerazione del fatto che spesso il pubblico a cui sono rivolte non è in possesso di nozioni tecniche e dunque spesso non è in grado di riconoscere affermazioni scorrette o fuorvianti.

A tal proposito, il Gruppo si è da alcuni anni dotato di un codice di comunicazione interno "No green washing". Il Codice, che si ispira a riconosciuti documenti internazionali, in primo luogo la norma UNI ISO 14063:2010 sulla Comunicazione Ambientale, ha propriamente lo scopo di promuovere la trasparenza e la veridicità in qualsivoglia tipo di comunicazione riguardante, in particolare, la sostenibilità ambientale.

**MANAGEMENT APPROACH**  
**103-1**  
**103-2**  
**103-3**

**I PRODOTTI A LIMITATO IMPATTO DI RADICIGROUP**

I prodotti a limitato impatto sono il frutto di tutti gli sforzi di misurazione e mitigazione degli impatti nonché di eco-progettazione del Gruppo. Importante elemento sul quale RadiciGroup ha puntato nel 2017 è stato la riciclabilità. Si tratta di una caratteristica già intrinsecamente presente in tutti i suoi prodotti, ma che ha trovato una ulteriore declinazione nella strategia del Gruppo. RadiciGroup ha infatti lavorato attivamente per diffondere la conoscenza dei materiali e collaborato con i Clienti affinché i prodotti e le relative applicazioni trovino a fine vita una soluzione di riciclo adeguata dal punto di vista economico e ambientale. In questo contesto si inquadrano gli studi per la realizzazione, tra il 2017 e il 2018, di capi di abbigliamento o oggetti di arredamento monomateriale, oppure realizzati con materiali tra loro altamente compatibili, molto facilmente riciclabili meccanicamente a fine vita, senza ulteriori trasformazioni o lunghe operazioni di separazione delle diverse componenti.

Un particolare rilievo nell'ambito della sostenibilità di prodotto hanno avuto anche le strategie in tema di riciclo, che vedono le aziende del Gruppo mantenere un approccio diverso per nylon e poliestere, in virtù delle caratteristiche chimico-fisiche specifiche di questi due materiali.

Per quanto riguarda il nylon, core business di RadiciGroup, grazie all'integrazione dell'area Performance Plastics e dell'Area Synthetic Fibres & Nonwovens e con l'avallo dei dati di LCA, la scelta del Gruppo è quella di riciclare meccanicamente tutti gli scarti di polimero, fibre e materie plastiche trasformandoli in tecnopolimeri, secondo una logica già illustrata nella sezione relativa alla sostenibilità ambientale. La scelta del riciclo meccanico comporta infatti un utilizzo di energia di gran lunga inferiore rispetto all'opzione del riciclo chimico e permette l'ottenimento di materie



plastiche dalle elevate performance "ereditate" dalla formulazione iniziale, in grado di essere immediatamente usate in settori ad elevato contenuto tecnologico.

Per quanto riguarda il poliestere invece, la scelta è quella di un utilizzo di materiale da riciclo derivato da bottiglie, meccanicamente ridotte in scaglie e trasformate in polimero. Si tratta della soluzione tecnica ideale per valorizzare al meglio le proprietà del polimero riciclato, destinato a filati per il settore dell'abbigliamento, dell'arredamento e dell'auto.

A queste strategie si sono affiancate le tradizionali direttrici della sostenibilità di prodotto, qui di seguito presentate.



**Prodotti realizzati impiegando materie prime riciclate:** materiali che, in ottica di economia circolare, trovano una seconda vita dopo un processo di riciclo meccanico e si trasformano in polimeri ad elevate prestazioni.

**Heramid®:** tecnopolimeri di PA6 e PA6.6

**r-Starlight®:** filo tessile di poliestere

**r-Radyarn®:** filo tessile di poliestere



**Prodotti realizzati impiegando energia da fonte rinnovabile, principalmente idroelettrica.**

**Radipol®:** polimero di PA6, PA6.6 e PA6.10

**Radilon®:** tecnopolimeri di PA6 e PA6.6

**Heramid®:** tecnopolimeri di PA6 e PA6.6

**Radifloor®:** fili BCF di PA6 e PA6.6

**Radigreen®:** filo per erba sintetica in PA

**Radilon® staple fibre:** fiocco di PA6

**Radilon®:** filo tessile di PA6 e PA6.6



**Prodotti riciclabili, ovvero che offrono la possibilità, in uno scenario di circolarità, di tornare ad essere materia prima dopo un processo di riciclo.**

Tutti i prodotti



**Prodotti realizzati utilizzando biopolimeri derivati da materie prime rinnovabili non in competizione con le coltivazioni destinate all'alimentazione.**

**Radilon® D:** tecnopolimeri di PA6.10

**Radilon® 6.10:** filo tessile di PA6.10

**dorix® 6.10:** fiocco di PA6.10

**Biofeel®:** fili tessili bio-based

**Radifloor® 6.10:** fili BCF bio-based

**CornLeaf:** filo derivato da polimero a base di acido polilattico (PLA) Ingeo™



**Prodotti colorati impiegando la tecnologia di tintura in massa, risparmiando dunque acqua ed energia grazie all'aggiunta dei pigmenti di colorazione direttamente nella fase di estrusione dei polimeri.**

**Radifloor®:** fili BCF di PA6

**Radifloor® 6.10:** fili BCF bio-based

**dorix®:** fiocco di PA6

**Radilon® staple fibre:** fiocco di PA6

**Radilon®:** filo tessile di PA6 e PA6.6

**Radyarn®/Starlight®:** filo tessile di poliestere

**r-Radyarn®/r-Starlight®:** filo tessile di poliestere da polimero riciclato

**Biofeel®:** fili tessili bio-based

**CornLeaf:** filo derivato da polimero a base di acido polilattico (PLA) Ingeo™

Per saperne di più sulle caratteristiche ed applicazioni dei diversi prodotti:

[WWW.RADICIGROUP.COM/IT/DOCUMENTAZIONE/CORPORATE/TO-BE-GLOCAL](http://WWW.RADICIGROUP.COM/IT/DOCUMENTAZIONE/CORPORATE/TO-BE-GLOCAL)

## QUINDICI PROGETTI, UN UNICO MATERIALE: IL NYLON

Grazie al suo know-how, RadiciGroup è da tempo protagonista di progetti innovativi che affiancano alla performance dei prodotti una dimensione estetica ed una dimensione ambientale particolari. Da questa visione, ed in particolare dal concetto di riciclabilità, nasce la collaborazione con il Politecnico di Milano per “100% Nylon – Radici Nylon Dream”, un laboratorio di idee che si è svolto a fine 2016 e ha trovato sviluppi nel 2017 presso il Politecnico di Milano, come attività curricolare per gli studenti del corso di Design del Prodotto per l’Innovazione.

Il risultato di questo workshop, che ha visto coinvolti ragazzi, designer e docenti, sono stati ben 15 progetti, da articoli per l’illuminazione a utensili da cucina, da sedute a oggetti per lo sport, accomunati dal fatto di essere interamente in nylon e pensati in ottica di eco-design. Questo significa che sono stati progettati utilizzando un materiale con caratteristiche tali da essere adatte sia all’uso primario che ad un riciclo meccanico post-consumo sostenibile da un punto di vista ambientale ed economico.

Proprio in questa direzione RadiciGroup collabora già da tempo anche con i propri Clienti nella definizione delle formulazioni che rendono un manufatto facilmente riciclabile per ottenere altri prodotti a fine vita. L’obiettivo è fare in modo che sempre più si diffonda la consapevolezza dei vantaggi dell’ecodesign e che, sia nell’ambito tessile che nell’ambito delle materie plastiche, si acquisisca una sempre più forte consapevolezza dei minori impatti energetici del riciclo meccanico.

167

## LEFFE, FILATI RADICIGROUP ALL’AVANGUARDIA PER IL CAMPO IN ERBA SINTETICA (A KM 0) DELL’ORATORIO

Una filiera completamente Made in Italy e virtualmente a chilometri zero è stata messa a disposizione di una delle comunità più vicine geograficamente ed affettivamente a RadiciGroup: la Valgandino. È stato infatti inaugurato nell’autunno 2017 il nuovo campo in erba sintetica dell’Oratorio di Leffe, intitolato a Gianni e Luciana Radici, profondamente legati al loro territorio di origine.

Firmato da RadiciGroup il filato utilizzato per l’erba sintetica, interamente riciclabile a fine vita e realizzato da Tessiture Pietro Radici, azienda del Gruppo con oltre 75 anni di esperienza nel mondo tessile. Quest’ultima ha fornito la materia prima a Safitex Turf, la ditta locale incaricata di realizzare e posare l’intero tappeto.

Per questo campo è stato selezionato un filo innovativo e all’avanguardia. Si tratta di Radigreen® Propeller, le cui caratteristiche permettono di mantenere la superficie di gioco uniforme nel tempo. Tutti i filati Radigreen® infatti, prima di essere immessi su mercato, devono superare test rigorosi per assicurarne la resistenza ai raggi UV, agli agenti atmosferici e all’usura nel lungo periodo. Il filo utilizzato a Leffe è in possesso delle certificazioni FIFA e della Lega Nazionale Dilettanti ed è stato già impiegato per le superfici utilizzate da alcuni team professionistici. Certamente una scelta di ottimo auspicio per le squadre amatoriali che si cimenteranno sul campo di Leffe







**DELICATE  
CHESTION**

# HANNO DATO VOCE AL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

## **DISCLOSURE** **102-43**

Un importante gruppo di persone collabora alla realizzazione del Bilancio, in ogni paese in cui il Gruppo si trova. Con impegno e dedizione, i GRI team di sito diventano promotori di questo documento attraverso il fondamentale lavoro di raccolta dati e informazioni presso le rispettive aziende. In questa maniera contribuiscono a rendere concreta e partecipata la costruzione del Bilancio di Sostenibilità.

### **RADICI CHIMICA S.P.A.**

Stefano Alini, Rita Barbaini, Ottavio Calia, Antonella Castelli, Maurizio Cerina, Marco Erbetta, Pio Gazzini, Laura Grassini, Fabrizio Mastandrea, Antonella Zaffaroni, Cristian Zanchi.

### **RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GMBH**

Pamela Fleischer, Susan Krause, Jens Metzner.

### **RADICIFIBRAS LTDA**

Simone Bispo, Mauro Corsellini, Bernardo Elias, Marco Mascetti, Alessandra Ramos, Eivaldo Santos, Gilberto Souza, Rafael Sousa, Katia Sutil.

### **CORDONSED**

Andrea Longhi.

### **RADICI FIL S.P.A. – LOGIT SRO**

Nicola Agnoli, Arturo Andreoni, Matteo Bettinaglio, Martin Chlup, Marco Guerini, Riccardo Guerini, Marco Gualteroni, Andrea Visciglio.

### **RADICI NOVACIPS S.P.A. - RADICI PLASTICS USA INC. - RADICI PLASTICS LTDA - RADICI PLASTICS GMBH - RADICI PLASTICS SUZHOU CO LTD. - RADICI PLASTICS MEXICO S. DE R.L. DE C.V.**

Cesar Almiray, Claudio Belotti, Roberta Beltrami, Brian Boyle, Calamina Francesco, Alessandro Calabrese, Giuseppe Cattaneo, Susanna Caprotti, Birgit Crinius, Paulo Freitas, Gan Lin, Elisa Gelmi, Luigi Gerolla, Hans Golsteijn, Simone Grandi, Job Huizinga, Gritt Hultsch, Rachel Ma, Michael Mertens, Guillermo Meza, Nicole Pan, Nicolangelo Peduto, Fabio Pandolfi, Elisa Pelliccioli, Federico Percassi, Sergio Plascencia, Giancarlo Poloni, Silvia Schween, Shelly Ray, Dave Rischer, Pieter Schouten, Alberto Sessolo, Juliana Souza, David Stahleker, Randy Steele.

**RADICI YARN S.P.A. - SC YARNEA SRL - RADICI CHEMIEFASER GMBH**

Giovanni Algeri, Pierluigi Arrighetti, Roxana Ciobanu, Claudia Ciurcan, Mauro Corsellini, Gerhard Pfeiffer, Antonella Imberti, Oscar Novali, Giorgio Ongaro, Monica Paganoni, Gabriel Paduraru.

**NOYFIL S.P.A. - NOYFIL SA**

Claudio Colombo, M. Giuditta Dentella, Daniele Dossi, Alberto Giana, Erika Lo Basso, Camilla Lorenzi, Franco Maretoli, Mariagrazia Tateo.

**TESSITURE PIETRO RADICI S.P.A.**

Matteo Bettinaglio, Enrico Buriani, Ottavio Calia, Zaira Locatelli, Paola Panzeri, Giorgio Pezzoli.

**RADICI PARTECIPAZIONI S.P.A.**

Maria Teresa Betti, Marisa Carrara, Alessandra Cassera, Paola Corbani, Massimo De Petro, Marzia Gritti, Silvia Meloncelli, Maddalena Orsini, Antonio Rottigni, Filippo Servalli.

**GEOENERGIE**

Alessandro Bonarini, Stefano Savoldelli.

**GRUPPO DI COORDINAMENTO GRI**

Giovanni Algeri, Arturo Andreoni, Maria Teresa Betti, Massimo De Petro, Pio Gazzini, Marzia Gritti, Francesco Calamina, Mauro Corsellini, Silvia Meloncelli, Paola Panzeri, Antonio Rottigni, Mariagrazia Tateo.

**SPONSOR**

Filippo Servalli

# LA LETTERA DI VALIDAZIONE

**DISCLOSURE**  
**102-56**



Certiquality S.r.l.  
via G. Giardino, 4  
20123 Milano

www.certiquality.it  
T +39 02 8569171  
F +39 02 86445295  
certiquality@certiquality.it

C.F. n° PI 04591610961  
Reg. Imp. MI 04591610961  
R.E.A. MI 1759238  
Cap. Soc. € 1.000.000 i.v.

## VERIFICA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ ANNO 2017 RADICI GROUP

### Scopo

Certiquality S.r.l. ha ricevuto da Radici Partecipazioni S.p.A. l'incarico di verificare il Bilancio di Sostenibilità di Radici Group relativo all'anno 2017, al fine di valutarne la congruenza con le linee guida GRI (Global Reporting Initiative) Standards, con riferimento al livello di applicazione "core", che prevede l'informativa standard ridotta e la quantificazione di almeno un indicatore di performance per ciascun aspetto identificato come rilevante (o "materiale"). La presente lettera descrive le attività svolte, riporta i risultati della verifica e le raccomandazioni per il miglioramento.

La verifica è stata effettuata con riferimento ai "GRI Standards" pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative, e ha riguardato in particolare:

- la verifica dei principi di definizione del contenuto del report (inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità, completezza);
- la corretta definizione del perimetro del report;
- la verifica dei principi di garanzia della qualità del report (equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza, affidabilità del sistema di gestione dei dati e delle informazioni);
- la rispondenza dei contenuti del Bilancio a quelli previsti dalle linee guida GRI Standards per il livello di applicazione "core".

La verifica è stata condotta nel rispetto delle procedure adottate da Certiquality per gli audit in conformità alla norma UNI-EN ISO 19011:2012.

### Metodi

L'attività si è svolta secondo le seguenti modalità operative:

- analisi del documento "Bilancio di Sostenibilità Radici Group 2017", con particolare riferimento ai principi e ai contenuti previsti dalle linee guida GRI (definizione del perimetro del report, informativa standard e indicatori di performance);
- colloqui con le funzioni coinvolte, direttamente o indirettamente, nella redazione del documento e nel processo di gestione dei dati e delle informazioni (dalla raccolta alle successive elaborazioni);
- esame di documenti e registrazioni presenti presso la sede operativa di Radici Partecipazioni S.p.A. di Gandino e presso un campione rappresentativo degli stabilimenti produttivi compresi nel perimetro del Bilancio: Cordonsed Argentina (Call c/o Radici Group Gandino); Radici Chimica Novara; Radici Chimica Deutschland GmbH (Call c/o Radici Chimica Novara); Radici Novacaps Chignolo d'Isola; Radici Plastics Mexico (Call c/o Radici Novacaps Chignolo d'Isola); Radici Yarn Ardesio. L'analisi ha riguardato sia le procedure adottate per la raccolta, archiviazione ed elaborazione dei dati, sia gli aspetti tecnico-normativi delle attività svolte.

I dati di tipo economico-finanziario sono ricavati dal bilancio consolidato di Radici Partecipazioni S.p.A., già sottoposto a revisione contabile volontaria (come da lettera Deloitte & Touche del 30/05/2018), e non sono dunque stati ulteriormente verificati.

Le attività di verifica relative alla gestione dei dati e delle informazioni contenuti nel Bilancio si sono svolte a campione, avendo cura di garantire un'adeguata copertura di tutti gli aspetti trattati nel documento.

**IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ È VALIDATO DA PARTE TERZA DALLA SOCIETÀ DI CERTIFICAZIONE CERTIQUALITY COME CONFORME AL MODELLO DI RENDICONTAZIONE "GLOBAL REPORTING INITIATIVE" – GRI STANDARDS CORE OPTION.**





Certiquality S.r.l.  
via G. Giardino, 4  
20123 Milano

www.certiquality.it  
T +39 02 8649171  
F +39 02 86445295  
certiquality@certiquality.it

C.F. e P.I. 04591610961  
Reg. Imp. MI 04591610961  
R.E.A. MI 1759238  
Cap. Soc. € 1.000.000 i.v.

### Risultati e raccomandazioni

Il "Bilancio di Sostenibilità Radici Group" relativo all'anno 2017 è la prima edizione realizzata secondo gli Standards del Global Reporting Initiative.

Il documento fornisce un quadro complessivamente esaustivo del rapporto delle aziende del gruppo con il contesto nel quale operano. Gli indicatori di performance di tipo numerico sono rappresentati sui 3 anni 2015-2017, con alcuni riferimenti nel testo al più ampio periodo 2012-2017, al fine di consentire una valutazione degli andamenti delle prestazioni dall'avvio del progetto GRI. Le informazioni sono riportate in modo chiaro ed equilibrato e il linguaggio utilizzato, integrato ove necessario da alcune note di chiarimento, ne consente la comprensione anche a un pubblico non strettamente tecnico.

Per quanto riguarda il perimetro del rapporto non risultano esclusioni significative rispetto al perimetro di consolidamento del bilancio economico finanziario di Radici Partecipazioni S.p.A.; l'esclusione degli aspetti ambientali relativi alla sede amministrativa del gruppo e l'esclusione di tutti gli aspetti relativi alle unità commerciali, dichiarata all'interno del rapporto, non è rilevante nell'ambito del gruppo, e risulta dunque del tutto giustificata.

Rispetto alla scorsa edizione risulta migliorata la rendicontazione dell'approccio gestionale alle varie problematiche trattate, che risultano ora meglio contestualizzate. È inoltre migliorata la corrispondenza di alcuni degli indicatori rappresentati con i requisiti delle linee guida di riferimento. Le azioni realizzate o in corso per il coinvolgimento degli stakeholder dimostrano l'impegno della direzione alla diffusione dei valori della sostenibilità all'interno e all'esterno dell'organizzazione, testimoniato anche dalle politiche di gruppo e aziendali e dalle numerose iniziative in corso. Anche il notevole grado di coinvolgimento di rappresentanti delle singole aziende nel gruppo di lavoro GRI è indice della volontà di garantire un'adeguata diffusione della cultura della sostenibilità in tutte le unità operative. Per contro, nonostante le ulteriori attività di coinvolgimento degli stakeholder svolte nell'ultimo anno, non sempre risulta evidente il legame tra l'esito di tali attività e l'individuazione degli aspetti rilevanti ("materiali") considerati nel documento.

Il sistema di raccolta ed elaborazione dei dati è sufficientemente strutturato e documentato, e il percorso di calcolo risulta generalmente chiaro e ripercorribile, salvo rare eccezioni.


Dalle verifiche effettuate si confermano alcuni margini di miglioramento, in particolare:

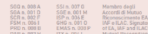
- evidenziare in modo più chiaro il legame tra gli aspetti risultati materiali in base alle analisi aziendali e al coinvolgimento degli stakeholder e quelli elencati nelle linee guida GRI;
- approfondire maggiormente alcune delle questioni che risultano rilevanti sulla base dei dati e delle informazioni riportati all'interno del documento (es. parità di genere, utilizzo di materie prime derivanti da recupero di scarti prodotti da aziende del gruppo);
- evidenziare maggiormente, ove opportuno, le specificità dei vari contesti locali, approfondendo il dettaglio geografico relativo ad alcuni dei temi trattati (es. ripartizione del valore aggiunto).

### Conclusioni

La verifica del "Bilancio di Sostenibilità Radici Group" relativo al 2017 non ha evidenziato carenze significative per quanto riguarda il rispetto dei principi delle linee guida GRI Standards e i contenuti in termini di informazioni e indicatori di performance, pur con alcuni margini di miglioramento. Dalle verifiche effettuate non sono emersi elementi tali da far ritenere che il Bilancio non sia conforme al livello di applicazione "core".

27 luglio 2018

  
Certiquality S.r.l.  
Il Direttore Generale  
Umberto Chiminzazzo



IL "BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ" RADICI GROUP RELATIVO ALL'ANNO 2017 È LA PRIMA EDIZIONE REALIZZATA SECONDO GLI STANDARDS DEL "GLOBAL REPORTING INITIATIVE".

# CONTATTI ED INDIRIZZI UTILI

**DISCLOSURE**  
**102-1**  
**102-3**  
**SEDE LEGALE (HOLDING)**  
Radici Partecipazioni S.p.A.  
Via Verdi 11  
24121 Bergamo, Italia

**DISCLOSURE**  
**102-53**  
**SEDE AMMINISTRATIVA (HOLDING)**  
Radici Partecipazioni S.p.A.  
Via Ugo Foscolo 152  
24024, Gandino (BG), Italia

**SEDE OPERATIVA (HOLDING)**  
Radici Partecipazioni S.p.A.  
Via Ca' Antonelli 55  
24024, Gandino (BG), Italia

Per saperne di più sul Bilancio di Sostenibilità:

**CORPORATE MARKETING & COMMUNICATION**  
Via Ca' Antonelli 55,  
24024 Gandino – Italia  
Tel: +39 035 71 54 11

[SUSTAINABILITY@RADICIGROUP.COM](mailto:SUSTAINABILITY@RADICIGROUP.COM)  
[WWW.RADICIGROUP.COM/IT/CORPORATE/RADICIGROUP/BROCHURE](http://WWW.RADICIGROUP.COM/IT/CORPORATE/RADICIGROUP/BROCHURE)

**ED ANCORA...**  
Seguici su



# IL GRI CONTENT INDEX

## DISCLOSURE 102-55

GRI STANDARD 2016	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONI
<b>GRI 102: GENERAL DISCLOSURE 2016</b>	102-1	Nome dell'organizzazione	16, 174
	102-2	Principali attività, marchi, prodotti e/o servizi	22, 24, 46
	102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	174
	102-4	Paesi nei quali opera l'organizzazione	22, 26
	102-5	Assetto proprietario e forma legale	28, 30
	102-6	Mercati serviti	22, 24, 46
	102-7	Dimensione dell'organizzazione	23, 46, 115
	102-8	Informazioni sui Dipendenti e su altre tipologie di Lavoratori	34 - 41
	102-9	Descrizione della catena di fornitura	62
	102-10	Cambiamenti significativi all'interno dell'organizzazione e della sua catena di fornitura	62, 65
	102-11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio precauzionale	21
	102-12	Iniziative esterne	73
	102-13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	70
	102-14	Dichiarazione da parte del più alto decisore	14, 15
	102-16	Valori, mission, principi rilevanti e codici di condotta	10 - 12
	102-18	Struttura di governance dell'organizzazione	28
102-23	Indicazioni relative al più alto organo di governo	28	
102-40	Lista dei gruppi di Stakeholder con cui l'organizzazione mantiene attività di coinvolgimento	18, 78 - 83	

<b>GRI STANDARD 2016</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 102: GENERAL DISCLOSURE 2016</b>	102-41	Accordi collettivi di contrattazione	43
	102-42	Principi per l'identificazione e selezione degli Stakeholder	78 - 83
	102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli Stakeholder	78 - 83, 170
	102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli Stakeholder	18, 84
	102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato	16
	102-46	Definizione del contenuto del Bilancio di Sostenibilità e dei confini dei temi	16, 104 - 109
	102-47	Lista dei temi materiali	104 - 109
	102-48	Descrizione delle modifiche effettuate sulle informazioni riportate nelle relazioni precedenti	19
	102-49	Cambiamenti significativi di obiettivo e perimetro	19
	102-50	Periodo di rendicontazione	21
	102-51	Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità più recente	21
	102-52	Periodicità della rendicontazione	21
	102-53	Contatti per richiedere informazioni relative al Bilancio di Sostenibilità	174
102-54	Scelta dell'opzione "in accordance" con gli standard GRI	16	
102-55	Indice GRI content index	175	
102-56	Verifica esterna del report	20, 172, 173	
<hr/>			
<b>ECONOMIC PERFORMANCE</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	110
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	110
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	110
<b>GRI 201: ECONOMIC PERFORMANCE 2016</b>	201-1	Direct economic value generated and distributed	111 - 115
<hr/>			
<b>MATERIALS</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	135, 136
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	135, 136
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	135, 136
<b>GRI 301: MATERIALS 2016</b>	301-1	Materials used by weight or volume	136

<i>ENERGY</i>	<i>DISCLOSURE</i>	<i>PAGINA</i>	<i>OMISSIONI</i>
<b>GRI 103:</b> MANAGEMENT APPROACH 2016	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	136
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	136
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	136
<b>GRI 302:</b> ENERGY 2016	302-1	Energy Consumption within the organization	139 - 146
	302-3	Energy Intensity	116
<i>WATER</i>	<i>DISCLOSURE</i>	<i>PAGINA</i>	<i>OMISSIONI</i>
<b>GRI 103:</b> MANAGEMENT APPROACH 2016	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	116, 143, 151
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	116, 143, 151
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	116, 143, 151
<b>GRI 303:</b> WATER 2016	303-1	Water withdrawal by source	151
	303-3	Water recycled and reused	152
<i>EMISSIONS</i>	<i>DISCLOSURE</i>	<i>PAGINA</i>	<i>OMISSIONI</i>
<b>GRI 103:</b> MANAGEMENT APPROACH 2016	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	135, 136
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	135, 136
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	135, 136
<b>GRI 305:</b> EMISSIONS 2016	305-1	Direct (SCOPE 1) GHG Emissions	147
	305-2	Energy indirect (Scope 2) Emissions	147
	305-4	GHG emissions intensity	116, 147
	305-7	Nitrogen oxides , sulfur oxides, and other significant air emissions	149
<i>EFFLUENTS AND WASTE</i>	<i>DISCLOSURE</i>	<i>PAGINA</i>	<i>OMISSIONI</i>
<b>GRI 103:</b> MANAGEMENT APPROACH 2016	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	116, 143, 151, 154
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	116, 143, 151, 154
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	116, 143, 151, 154
<b>GRI 306:</b> EFFLUENTS AND WASTE 2016	306-1	Water discharge by quality and destination	153
	306-2	Waste by type and disposal method	154 - 156

<b>OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	121
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	121
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	121
<b>GRI 403: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY 2016</b>	403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	122 - 130
<b>TRAINING AND EDUCATION</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	130
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	130
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	130
<b>GRI 404: TRAINING AND EDUCATION 2016</b>	404-1	Average hours of training per year per employee	131 - 133
<b>LOCAL COMMUNITIES</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	116
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	116
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	116
<b>GRI 413: LOCAL COMMUNITIES</b>	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	116 - 119
<b>PUBLIC POLICY</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	116
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	116
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	116
<b>GRI 415: PUBLIC POLICY 2016</b>	415-1	Political contributions	119

<b>MARKETING AND LABELLING DISCLOSURE</b>			<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 103:</b> <b>MANAGEMENT APPROACH</b> <b>2016</b>	103-1	Definizione del tema materiale e relativi confini	<b>162 - 165</b>	
	103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	<b>162 - 165</b>	
	103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	<b>162 - 165</b>	
<b>GRI 417:</b> <b>MARKETING AND</b> <b>LABELLING 2016</b>	417-1	Requirements for product and service information and labelling	<b>164</b>	
	417-2	Incidents of noncompliance concerning product and service information labelling	<b>165</b>	
	417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	<b>165</b>	
<b>ADDITIONAL DISCLOSURE INDEX</b>			<b>PAGINA</b>	<b>OMISSIONI</b>
<b>GRI 302:</b> <b>ENERGY 2016</b>	Tab 48	INDEX – primary direct energy consumption in relation to the quantities processed. INDICE – Consumo di energia primaria diretta in relazione ai quantitativi lavorati.	<b>140</b>	
	Tab 50	INDEX - intermediate energy consumption in relation to the quantities processed (value related to electrical energy) INDICE - consumo di energia intermedia in relazione ai quantitativi lavorati (valore riferito all'energia elettrica).	<b>142</b>	
	Tab 54	INDEX - total primary energy consumption from fossil sources in relation to quantities processed. INDICE - consumo totale di energia primaria da fonte fossile in relazione ai quantitativi lavorati.	<b>145</b>	
<b>GRI 303:</b> <b>WATER 2016</b>	Tab 31	INDEX - water resources (GRI 303-1 indicator) compared to the added value INDICE - Risorse idriche (GRI 303-1) rapportate al valore aggiunto.	<b>116</b>	
	Tab 60	INDEX - use of water resources in relation of the quantities processed. INDICE - uso risorse idriche in relazione ai quantitativi lavorati.	<b>151</b>	
<b>GRI 306:</b> <b>EFFLUENTS AND</b> <b>WASTE 2016</b>	Tab 32	INDEX - waste subject to disposal without recovery (GRI 306-2 indicator) compared to the added value. INDICE - Rifiuti soggetti a smaltimento senza recupero (GRI 306-2) rapportati al valore aggiunto.	<b>116</b>	
	Tab 63	INDEX - water discharge in relation to the quantities processed. INDICE - scarico idrico in relazione ai quantitativi lavorati.	<b>153</b>	
	Tab 66	INDEX - total weight of process waste in relation to quantities processed. INDICE - peso totale dei rifiuti di processo in relazione ai quantitativi prodotti.	<b>154</b>	
	Tab 67	INDEX - total weight of waste in relation to quantities processed. INDICE - peso totale dei rifiuti in relazione ai quantitativi lavorati.	<b>154</b>	
<b>GRI 404:</b> <b>TRAINING AND EDUCATION</b> <b>2016</b>	Tab 43	INDEX - hours of training per capita. INDICE - ore di formazione pro capite.	<b>132</b>	
	Tab 45	INDEX - hours of training per area. INDICE - ore di formazione per area geografica.	<b>132</b>	









[www.radicigroup.com](http://www.radicigroup.com)