



Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario 2018



Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario redatta ai sensi del D. Lgs. 254/2016

Documento approvato dal Consiglio di Amministrazione di Bialetti Industrie S.p.A. in data 5 aprile 2019
Il documento è disponibile nel sito internet www.bialettiindustrie.com, sezione Sostenibilità.

100 ANNI *DI VALORI*

100 YEARS OF VALUES



Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario 2018



Indice

Lettera del Presidente	pag. 4
Premessa	pag. 6
Nota metodologica	pag. 7
Profilo del Gruppo	pag. 10
Materialità e Stakeholder Engagement	pag. 37
Sostenibilità di prodotto e processo	pag. 42
Sostenibilità economica	pag. 53
Sostenibilità ambientale	pag. 56
Sostenibilità sociale	pag. 67
Appendice	pag. 97





Lettera del Presidente



Il 2018 è stato un anno particolarmente impegnativo per il gruppo Bialetti.

La situazione di tensione finanziaria ha determinato ritardi nell'approvvigionamento, nella produzione e nelle consegne di prodotti destinati alla vendita.

Il Management è stato impegnato nella definizione del nuovo piano industriale e nel presidio dei rischi di natura finanziaria.

I valori della responsabilità sociale sono rimasti al centro della condotta del gruppo. Il rispetto dei criteri di sviluppo socio-ambientale "sostenibile", attraverso una produzione che si dimostra rigorosa sia in fatto di qualità che di impegno per la salvaguardia del territorio naturale e del contesto culturale in cui viviamo, hanno guidato la definizione del piano industriale 2018-2023.

Auspichiamo che il nuovo anno ci consenta di superare questa particolare situazione, affinché si possa dedicare più attenzione ai bisogni e alle aspettative di tutti gli interlocutori coinvolti nelle attività (dipendenti, fornitori, azionisti, clienti e consumatori) di modo che siano anche maggiormente coinvolti nella definizione degli obiettivi di sostenibilità del Gruppo.

Francesco Ranzoni
Presidente





Bialetti è
N°1
nelle caffettiere*



3 Moka Express

vendute ogni minuto
sold every minute



2 Milioni

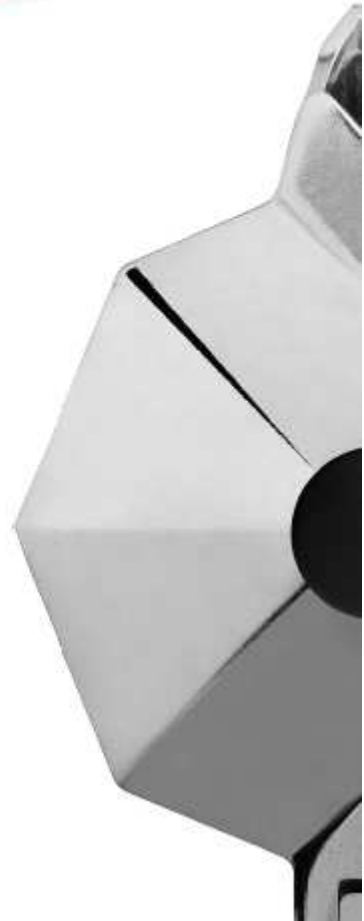
di Moka Express vendute ogni anno
of Moka Express sold each year



150Mila

follower nel mondo
followers worldwide

*FONTE DATI NIELSEN, VENDITE AL VALORE, AT. GIUL. 2018, TOTALE ITALIA
*SOURCE DATA NIELSEN, VALUES SALES, JAN. 2018



Premessa

L'anno 2018 è stato influenzato - oltre che da un calo delle vendite conseguente alla generale contrazione dei consumi - dalla situazione di tensione finanziaria che ha determinato ritardi nell'approvvigionamento, nella produzione e nelle consegne di prodotti destinati alla vendita e al sostenimento di costi straordinari di logistica. La situazione critica complessiva ha impattato anche sulla impossibilità di attivarsi in termini di raccolta di informazioni come previsto dalla DNF dello scorso anno e come riportato successivamente in relazione.

Alla luce dell'andamento del Gruppo, dell'evoluzione delle posizioni debitorie e delle iniziative assunte da alcuni creditori del Gruppo, nel mese di giugno 2018 il management aveva avviato trattative con potenziali soggetti finanziatori, interessati a dar corso ad un'operazione di sostegno finanziario e di rafforzamento patrimoniale di Bialetti.

In data 11 ottobre 2018, Bialetti ha reso noto di aver sottoscritto un term sheet con Och-Ziff Capital Investments LLC (nel seguito denominato OZ), volto a disciplinare i termini e condizioni di un'operazione di investimento di OZ che prevede la messa a disposizione a favore di Bialetti di risorse finanziarie da parte di OZ per l'importo complessivo di Euro 40 milioni.

In sintesi l'operazione di investimento in Bialetti prevede:

- (i) l'emissione e la sottoscrizione di prestiti obbligazionari per complessivi Euro 35 milioni;
- (ii) la partecipazione dell'investitore alla patrimonializzazione della Società per complessivi massimi Euro 5 milioni, finalizzata al raggiungimento di una partecipazione pari al 25% del capitale sociale di Bialetti.

In data 8 febbraio 2019 il Consiglio di Amministrazione di Bialetti ha approvato il piano industriale, economico e finanziario 2018-2023 funzionale alla sottoscrizione e omologa dell'accordo di ristrutturazione dell'indebitamento della società ai sensi dell'art. 182**bis** L.F. Il Piano prevede una maggior presidio del *business* sulla promozione e vendita dei prodotti a maggior marginalità e in particolare:

- maggior presidio sul mondo caffè, mediante l'introduzione di nuovi prodotti con l'obiettivo di penetrare il mercato delle macchine espresso;
- rafforzamento del brand con consistenti investimenti di marketing;
- razionalizzazione del canale retail tramite la chiusura di alcuni punti vendita non performanti;
- realizzazione di importanti saving operativi.

In data 28 febbraio 2019 Bialetti ha depositato presso il Tribunale di Brescia il ricorso ai sensi dell'art. 182-*bis*, primo comma, L.F., per l'omologazione degli Accordi di Ristrutturazione.



Nota metodologica

1. Riferimenti utilizzati
2. Perimetro di rendicontazione

1. Riferimenti utilizzati

La presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del gruppo Bialetti (di seguito “**Bialetti**” o la “**Società**” o il “**Gruppo**”) è stata predisposta in conformità alle disposizioni del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 e costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura (di seguito la “**Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario**” o “**DNF**”).

Il presente documento relaziona, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto della stessa in merito ai temi ritenuti rilevanti e previsti dall’articolo 3 e dall’articolo 4 del D. Lgs. 254/16 con riferimento al periodo che va dall’1 gennaio 2018 al 31 dicembre 2018 e agli anni 2017 e 2016.

Bialetti - con il supporto di una società specializzata e con il coinvolgimento di un gruppo di lavoro interno formato da dirigenti e responsabili aziendali referenti per tutte le società del gruppo - ha definito la propria politica di responsabilità sociale d’impresa sviluppandola su quattro pilastri, con relativi Key performace indicators (di seguito KPIs): Sostenibilità del business, Sostenibilità del prodotto e processo, Sostenibilità ambientale e Sostenibilità sociale.

La Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è stata predisposta utilizzando come riferimento tecnico-metodologico i GRI Sustainability Standards emessi dal “Global Reporting Initiative” nel 2016 (di seguito “**GRI Standards**”).

L’opzione scelta da Bialetti ai fini della redazione del presente documento secondo i GRI Standards è “*in accordance – Core*”.



2. Perimetro di rendicontazione

I dati quantitativi inseriti nella DNF riguardano le seguenti società:

- Bialetti Industrie S.p.A.: che opera a livello nazionale ed internazionale per la produzione e commercializzazione di tutti i prodotti a marchio Bialetti, Aeternum e Rondine;
- Bialetti Store S.r.l.: attiva nella commercializzazione dei prodotti del Gruppo attraverso negozi monomarca all'interno di strutture "Outlet Village", Centri Commerciali e Centri città;
- Bialetti Stainless Steel S.r.l.: società con sede in Romania che svolge la produzione di caffettiere in alluminio.
- Cem Bialetti A.S.: società con sede in Turchia, leader nel mercato locale e in medio oriente nella produzione e commercializzazione di strumenti da cottura in alluminio antiaderente, ceramici e smaltati.

Fanno inoltre parte del Gruppo le seguenti società, che sono state considerate ai fini della determinazione di alcuni indicatori riguardanti i livelli occupazionali:

- Bialetti France S.a.r.l. (già Bialetti Girmi France s.a.): responsabile nell'ambito del Gruppo della commercializzazione dei prodotti nel mercato francese;
- Bialetti Houseware Ningbo: Società cinese dedicata allo sviluppo commerciale nel Far East, oltre che alla gestione di tutti gli acquisti del Gruppo in Cina;
- Bialetti Store France E.u.r.l.: società francese attiva nella commercializzazione dei prodotti del Gruppo attraverso negozi monomarca situati in Francia;
- Bialetti Store Spain S.l.: società di diritto spagnolo che si occupa della commercializzazione di prodotti del Gruppo in Spagna;
- Bialetti Store Austria GmbH: società di diritto austriaco attiva nella commercializzazione dei prodotti del Gruppo in Austria.

In alcuni casi le informazioni e i dati relativi alle performance sono riferite solo ad alcune società; in tal caso nel documento viene riferito lo specifico perimetro di rendicontazione.

I dati e le informazioni economico-finanziarie contenuti nella DNF si riferiscono a tutte le società appartenenti al Gruppo Bialetti al 31/12/2018 consolidate con il metodo integrale nel Bilancio Consolidato al 31 Dicembre 2018.

Il presente documento è stato sottoposto a giudizio di conformità secondo i criteri indicati dal principio ISA3000 REVISED da parte della società di revisione PKF.






Profilo del gruppo

1. Chi siamo
2. Prodotti e marchi
3. Modello di business
4. Prodotti e marchi
5. Storia
6. Struttura del gruppo e assetto azionario
7. Strategia per la sostenibilità
8. Governance e gestione dei rischi



1. Chi siamo

NUMERI CHIAVE DEL GRUPPO BIALETTI 	126 milioni di euro	7%
	Fatturato di gruppo nel 2018	% riduzione consumi energetici
	169	16%
	Punti vendita monomarca al 31 dicembre 2018	% riduzione consumi di gas
	1.361	17%
	Numeri di dipendenti di gruppo al 31 dicembre 2018	% riduzioni emissioni dirette in atmosfera
	127	72%
	Numero di brevetti	% di organico femminile

Il design, l'innovazione di prodotto, la produzione e la commercializzazione degli strumenti da cottura e delle caffettiere connotano le attività del Gruppo, a cui fanno capo marchi di lunga tradizione e particolare notorietà quali Bialetti, Aeternum e Rondine nonché uno dei marchi più noti nel mercato turco, CEM.

Il Gruppo dispone di 317 marchi, detiene 127 brevetti per l'invenzione, 11 modelli di utilità e 212 modelli ornamentali e disegni industriali. Dedicando importanti risorse interne ed esterne alla ricerca e allo sviluppo di nuovi prodotti e tecnologie, attraverso una struttura flessibile e ad una serie di consolidate collaborazioni con professionisti, istituti di design, università e centri di ricerca. Il Gruppo si distingue per le più avanzate tecniche di produzione e per la forte presenza commerciale in Italia e all'estero.



2. Prodotti e marchi

Il Gruppo è operativo nei segmenti di attività relativi al Mondo Caffè e al Mondo Casa e si articola come di seguito:

Mondo Caffè

	Linea di prodotto	Descrizione
	Moka e altre caffettiere	<i>Business</i> tradizionale della Società
	Macchine espresso a sistema chiuso	Macchine da caffè per sistemi chiusi
	Capsule Bialetti e caffè macinato	Capsule Bialetti e caffè macinato
	Capsule compatibili	Capsule compatibili con altri sistemi chiusi (Nespresso, Dolce Gusto)
	Macchine a sistema aperto	Macchine espresso Bialetti a sistema aperto (Mokona, Tazzissima)

Il segmento Mondo Caffè è costituito da prodotti relativi all'area "Moka e Coffemaker" e all'area "Espresso".

Moka e Coffee Maker: si tratta di prodotti tradizionali deputati alla preparazione del caffè "Moka", ossia caffettiere a gas, caffettiere elettriche e relativi accessori.

Nel comparto delle caffettiere non elettriche il Gruppo è tra i principali operatori italiani e opera prevalentemente con il marchio Bialetti, oltre che con una serie di marchi secondari e prodotti private label a completamento della propria offerta.

L'offerta del Gruppo è articolata su n. 31 linee di caffettiere in alluminio e acciaio.

La produzione del 2018 è stata di circa 5 milioni di pezzi, in linea con il numero dello scorso anno. La produzione interna delle caffettiere in alluminio in parte viene svolta internamente presso lo stabilimento di Ploiesti (Romania), in parte affidata a fornitori italiani situati nell'alto Piemonte, e per la restante parte a fornitori asiatici comprendendo anche quelle in acciaio; l'attività di questi fornitori viene costantemente monitorata dal Gruppo.



Il marchio Bialetti gode di un rilevante grado di riconoscibilità sul mercato nazionale e rappresenta la tradizione del ‘made in Italy di qualità’ dei prodotti per preparare il caffè moka. Il prodotto icona a marchio Bialetti nel segmento Moka e coffee makers è la caffettiera in alluminio Moka Express, inventata nel 1933 da Alfonso Bialetti, che ha rivoluzionato il rito di preparare il caffè in Italia, sostituendosi alla vecchia caffettiera ad infusione la “napoletana” e inaugurando la modalità di preparazione del caffè per estrazione espressa. Moka Express, fatte salve alcune lievi modifiche estetiche intervenute negli ultimi anni, rappresenta ancora oggi uno dei prodotti di punta dell’offerta di caffettiere a marchio Bialetti ed è distribuita nelle dimensioni da 1 a 18 tazze di caffè. A partire dai primi anni ‘90, l’offerta a marchio Bialetti si è ampliata progressivamente fino a comprendere una vasta gamma di caffettiere sia in alluminio sia in acciaio. Le caffettiere in alluminio costituiscono il comparto più rappresentativo dell’offerta a marchio Bialetti, sia in termini di ricavi sia per ampiezza della gamma di prodotti, volta a soddisfare le differenti esigenze del mercato e penetrare in nicchie specifiche.

Il Gruppo propone anche caffettiere elettriche e accessori inerenti il “Mondo caffè” quali tazzine in porcellana e in vetro, palette in ceramica, scaldatazzine con piastra riscaldante in acciaio, sottobicchieri, porta capsule e bicchierini.

Espresso: si tratta di macchine per caffè espresso “a sistema chiuso”, vale a dire che utilizzano esclusivamente il caffè porzionato in capsule di alluminio prodotte e commercializzate dal Gruppo e macchine per caffè espresso a “sistema aperto”.

La produzione delle macchine della linea “Espresso” è interamente affidata a fornitori selezionati dal Gruppo nel mercato asiatico. Dalla fine del 2010, il Gruppo produce e commercializza la propria linea di caffè porzionato in capsule di alluminio, con dosi di 7 gr, denominata “I Caffè d’Italia”. La linea è composta da varie miscele ispirate ai gusti della tradizione italiana studiate e interpretate da Bialetti per riportare ad ognuno il proprio modo di vivere il caffè. La linea si compone di 10 tipologie differenti e viene distribuita, oltre che tramite i canali dei negozi monomarca e l’e-shop on line, anche dalla grande distribuzione organizzata. Da ottobre 2012, la linea viene prodotta presso lo stabilimento di Coccaglio (BS), dove dal 2014 è stato installato anche il processo di tostatura che consente la lavorazione del caffè crudo (pulizia, prima miscelazione e tostatura) e la lavorazione del caffè tostato (seconda miscelazione, degassaggio e macinatura) per il successivo incapsulamento. Dal 2016 sono inoltre presenti nell’assortimento Bialetti anche capsule compatibili con macchine a marchio Nespresso (*il marchio non è di proprietà di Bialetti Industrie S.p.A. né di azienda ad essa collegata*).



	Linea di prodotto	Descrizione
	Cookware Bialetti	Prodotti da cucina a marchio Bialetti
	Altro Cookware	Prodotti da cucina a marchio Aeternum e CEM
	Altro	Piccoli elettrodomestici, prodotti <i>non core</i> (es. accessori da cucina) e <i>royalties</i>

Mondo Casa

Il segmento Mondo Casa è costituito da prodotti relativi all'area "Cookware" e all'area "PED".

Cookware

Nel comparto degli strumenti da cottura il Gruppo è tra i principali operatori italiani e vanta, in particolare, un ruolo di leadership in Italia nella produzione e commercializzazione di strumenti da cottura in alluminio antiaderente destinati alla grande distribuzione organizzata.

Il Gruppo commercializza i propri prodotti principalmente con i marchi Bialetti, Aeternum, Rondine e CEM, nonché, a completamento dell'offerta, con una serie di marchi secondari, utilizzati in specifici mercati geografici. L'offerta del Gruppo è articolata su diverse linee di prodotto che includono strumenti da cottura in alluminio e in acciaio e accessori in silicone.

La produzione degli strumenti di cottura a marchio Aeternum e Rondine viene svolta in parte direttamente dal Gruppo presso lo stabilimento turco di Izmit e in parte viene affidata a fornitori selezionati sul mercato cinese.

Gli strumenti di cottura a marchio Bialetti si posizionano nella fascia medio alta di mercato, quelli a marchio Aeternum si posizionano nella fascia media di mercato mentre quelli a marchio Rondine sono posizionati nella fascia medio-bassa di mercato e vengono commercializzati trasversalmente al pubblico dei consumatori attraverso la grande distribuzione organizzata, i negozi al dettaglio e i negozi specializzati.

La produzione a marchio Rondine è per i maggiori volumi realizzata nello stabilimento del Gruppo situato in Turchia.

L'offerta a marchio CEM comprende una vasta gamma di strumenti da cottura in alluminio antiaderente, destinati sia al mercato turco sia ai mercati esteri. La produzione a marchio CEM viene svolta direttamente dal Gruppo presso lo stabilimento sito a Izmit (Turchia).



PED

Bialetti è presente anche nell'ambito degli elettrodomestici con la linea di piccoli elettrodomestici offerti nei negozi Bialetti Store.

Di seguito indichiamo i tratti distintivi dei marchi del Gruppo:

MARCHIO	CATEGORIE DI PRODOTTO
	Caffettiere in alluminio e in acciaio (incluse quelle elettriche), strumenti da cottura in alluminio e in acciaio, piccoli elettrodomestici, accessori per la pasticceria, caffè e tisane in capsule
	Strumenti da cottura e accessori per cucina
	Strumenti da cottura in alluminio antiaderente
	Strumenti da cottura in alluminio antiaderente, ceramici e smaltati.

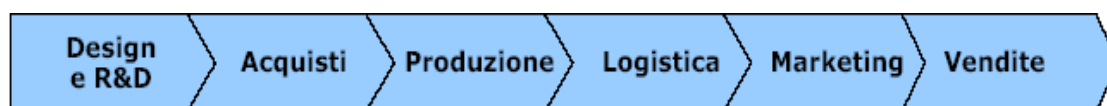


3. Modello di business

Il Gruppo svolge attività di produzione e commercializzazione di strumenti da cottura (in alluminio e in acciaio), accessori da cucina, caffettiere non elettriche (in alluminio e in acciaio), caffè porzionato in capsule e tè e infusi in capsula e commercializza piccoli elettrodomestici per la preparazione e cottura degli alimenti, incluse le macchine elettriche per la preparazione del caffè espresso (a “sistema chiuso” e a “sistema aperto”).

I prodotti offerti dal Gruppo sono ideati, realizzati e commercializzati secondo un modello organizzativo integrato che copre tutte le fasi del processo produttivo e distributivo e che coniuga l'esigenza di controllare l'intera filiera produttiva, in modo da assicurare la qualità del prodotto e la sua conformità agli *standard* stabiliti dal Gruppo, con quella di rendere efficienti le fasi di produzione e distribuzione per il soddisfacimento del consumatore.

Le principali fasi che costituiscono il modello di business riguardano:



Design e R&D

I prodotti contraddistinti dai marchi del Gruppo si caratterizzano per un rilevante grado di innovazione. Il Gruppo pone costantemente attenzione al miglioramento del proprio processo produttivo.

Acquisti

Il Gruppo pianifica a livello centrale il fabbisogno di materie prime, materiali e servizi e le relative necessità di approvvigionamento. Il Gruppo attribuisce una significativa importanza alla pianificazione e gestione degli acquisti, sia per quanto riguarda la selezione dei fornitori di materie prime, semilavorati e prodotti finiti e l'ottenimento delle migliori condizioni sul mercato nazionale ed internazionale, in termini economici e in termini di qualità dei prodotti, sia come momento fondamentale del processo produttivo per mantenere i parametri di qualità e di eccellenza che contraddistinguono i prodotti.

Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario - 2018



Produzione

A partire dal 2011, il Gruppo ha razionalizzato l'attività produttiva interna, procedendo a riconversioni degli stabilimenti di proprietà ed esternalizzando la produzione di determinati prodotti a soggetti esterni al Gruppo.

Le attività produttive sono concentrate negli stabilimenti di:

- Coccaglio: produzione di capsule in alluminio.
- Ploiesti (Romania): produzione della componentistica di base e prodotti finiti per caffettiere in alluminio. Le fasi finali della produzione ed i processi produttivi ad alto valore aggiunto sono completati presso le linee di assemblaggio di Ornavasso.
- Izmit (Turchia): produzione di strumenti di cottura in alluminio antiaderente, ceramici e smaltati sia finiti sia semilavorati.

Il Gruppo affida a fornitori esterni con i quali intrattiene rapporti consolidati alcune fasi della produzione degli strumenti da cottura in alluminio (es.: finitura), per soddisfare eventuali picchi di domanda e alcune fasi della produzione delle caffettiere in alluminio che necessitano di particolare specializzazione. La produzione di una parte degli strumenti da cottura e delle caffettiere in acciaio inox, caffettiere elettriche e macchine espresso viene affidata a fornitori localizzati sui mercati asiatici.

Logistica

Le attività di logistica del Gruppo riguardano prevalentemente:

- la gestione delle materie prime e dei semilavorati (con attività di ricezione e movimentazione), finalizzata ad assicurare il rifornimento dei reparti produttivi;
- la gestione dello stoccaggio e del flusso interno dei prodotti finiti;
- la gestione dei flussi di prodotti finiti in uscita.

Tali attività son affidate a un *partner* unico, al fine di assicurare flessibilità e capacità di adattamento alle richieste del mercato.

Marketing

Nel rispetto delle diversità di ciascun marchio, il Gruppo svolge a livello centralizzato le attività a significativo contenuto strategico, quali la messa a punto di modelli e strumenti di *marketing*, nonché le principali attività generatrici di efficienza in termini di riduzione dei costi, quali l'acquisto di spazi pubblicitari o il coordinamento della presenza del Gruppo alle fiere nazionali e internazionali di settore.



Il Gruppo opera attraverso una struttura flessibile che si avvale di un ufficio interno e della collaborazione di società esterne specializzate nella consulenza *marketing* e di comunicazione.

Vendite

L'organizzazione distributiva del Gruppo si sviluppa attraverso una struttura interna e una rete esterna di agenti e intermediari ed è volta a consentire al Gruppo di consolidare i rapporti con i principali clienti nei diversi canali di vendita al pubblico dei consumatori (Canale *Retail*, grande distribuzione organizzata, negozi al dettaglio, negozi specializzati) e nei principali mercati geografici nei quali il Gruppo compete: Italia, Europa, Nord-America ed Estremo Oriente.

La struttura commerciale del Gruppo copre tutti i principali mercati geografici internazionali con oltre 70 Paesi. Nel corso dell'anno chiuso al 31 dicembre 2018, il Gruppo ha realizzato il 79% dei propri ricavi in Italia (73% nell'esercizio 2017), mentre i ricavi generati nei mercati esteri rappresentano il restante 21% (27% nell'esercizio 2017).





4. Storia

È il 1933 quando Alfonso Bialetti inventa Moka Express: da questa intuizione nasce la storia di Bialetti, un marchio che ha trasformato l'arte di preparare il caffè in un gesto talmente semplice e naturale da diventare un rito irrinunciabile in ogni casa italiana.

Da quasi 100 anni, Bialetti racconta i valori della tradizione italiana puntando sull'attenzione per il design, sulla cura per i dettagli, sulla qualità e affidabilità. Testimone di un'epoca e di una cultura che hanno contribuito a diffondere nel mondo l'originalità e la carica innovativa del design italiano, Bialetti ha rivoluzionato il piacere di preparare il caffè, e forte della sua expertise continua ad evolversi e a rinnovare i propri prodotti.

Ancora oggi è testimonial di esperienza e volontà nell'aggiungere valore e bellezza alla quotidianità in cucina con prodotti di rigorosa funzionalità, di grande tecnica e affidabilità, con un design moderno e una qualità di assoluta eccellenza. Dalle caffettiere ai piccoli

elettrodomestici, dal pentolame al mondo dell'espresso, la firma Bialetti continua ad essere sinonimo di piacere autentico, competenza e passione.

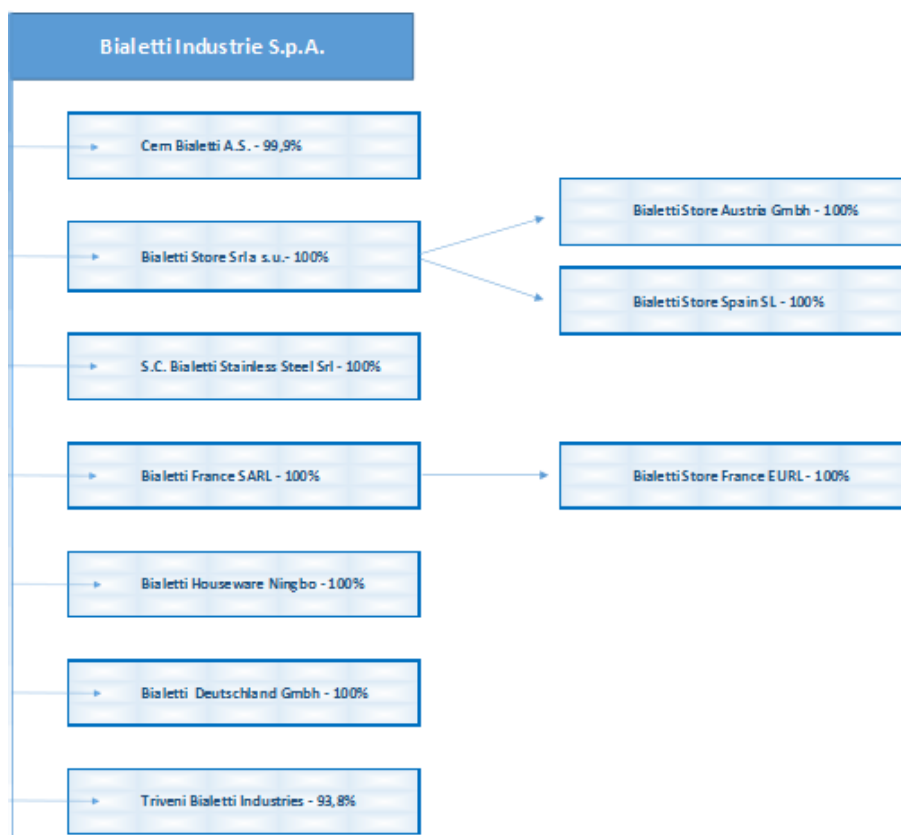




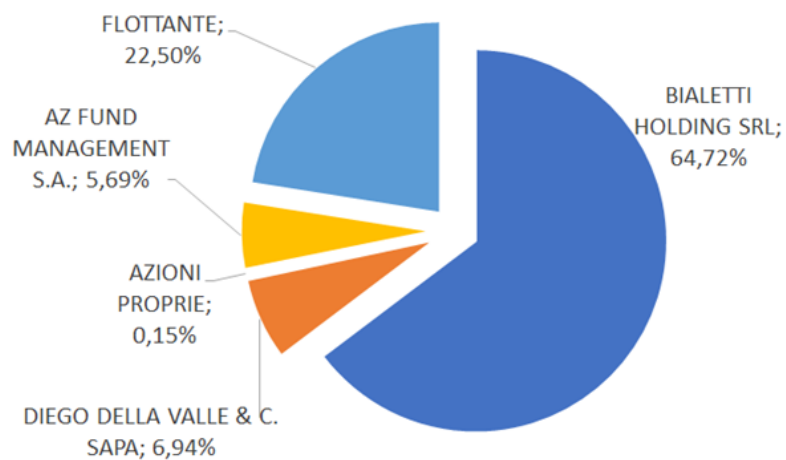
È l'anno di nascita della Bialetti. Alfonso Bialetti apre a Crusinallo (Verbania) un'officina per semilavorati in alluminio.	1919
Nasce la caffettiera Moka Express.	1933
Francesco Ranzoni fonda Rondine a Coccaglio (Brescia).	1947
L'"Omino con i baffi" compare per la prima volta sugli schermi televisivi.	1958
Rondine acquisisce una partecipazione del capitale sociale dell'Alfonso Bialetti & C..	1993
Le due realtà, Rondine e Alfonso Bialetti & C., si uniscono.	1998
Nasce Bialetti Industrie Spa.	2002
Avviene l'acquisizione di Girmi.	2005
Il Gruppo acquisisce Aeternum.	2006
Lancio Mokona.	2006
Bialetti Industrie diventa una società quotata sul MTA di Borsa Italiana. È inoltre l'anno dell'acquisizione di Cem.	2007
Rilancio Aeternum.	2009
Nascono "I Caffè d'Italia" per uno stile di vita moderno.	2010
Nasce "Dolce Chef".	2013
Nasce "Cuore".	2014
Nasce "Moka Induction".	2016
Bialetti festeggia 100 anni.	2019



5. Struttura del gruppo e assetto azionario



Principali azionisti di Bialetti Industrie S.p.A.



6. Strategia per la sostenibilità

Mission

Il Gruppo Bialetti produce e commercializza prodotti rivolti al mondo della preparazione del caffè (caffettiere elettriche e non - caffè porzionato in capsule o in polvere oltre che tè e infusi in capsule) e strumenti da cottura e accessori da cucina.



Vision

L'obiettivo è quello di essere una delle realtà industriali più importanti in Italia, nel settore del casalingo, e tra i principali operatori nei mercati internazionali.

Qualità, durata nel tempo, design e sicurezza dei prodotti, nell'ambito di un percorso strategico di responsabilità sociale e ambientale, hanno garantito da sempre all'azienda una posizione di leadership nel business dell'Houseware e del PED.

Valori

Attenzione ai bisogni dei consumatori e clienti, sviluppo e produzione di nuovi prodotti, impegno sociale, rispetto etico verso ogni interlocutore interno e esterno, salvaguardia dell'ambiente e attenzione al territorio circostante sono i valori che ispirano l'agire quotidiano del Gruppo Bialetti.

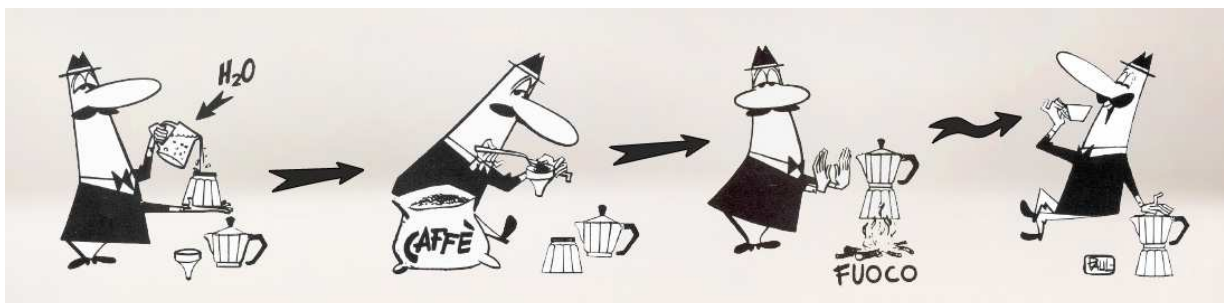
“La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per Bialetti. All'esterno essa favorisce l'approvazione sociale, l'attrazione delle migliori risorse umane, la soddisfazione del mercato e degli enti con i quali opera, l'equilibrio con i fornitori e l'affidabilità verso i terzi in genere.

All'interno essa consente di prendere ed attuare le decisioni senza contrasti e di organizzare il lavoro limitando i controlli burocratici.” *Fonte: Codice Etico di Bialetti Industrie S.p.A.*



I fattori distintivi del Gruppo sono rappresentati da

- *tradizione e riconoscibilità dei principali marchi del Gruppo;*
- *ampia gamma di prodotti offerti nei principali segmenti di attività;*
- *significativa capacità produttiva interna*, caratterizzata da sistemi industriali automatizzati e altamente specializzati e costante monitoraggio delle attività produttive esternalizzate;
- *forte presenza commerciale in Italia e all'estero*, caratterizzata da rapporti commerciali consolidati e di lungo periodo con una selezionata rete di distributori multimarca;
- *forte caratterizzazione di italianità* dell'azienda, dei marchi e dei prodotti che realizza e che ne fanno uno dei principali protagonisti del cosiddetto 'made in Italy di qualità'.



La responsabilità sociale d'impresa costituisce per Bialetti Industrie un cardine della propria strategia aziendale. Quest'ultima può essere sintetizzata nella **costante ricerca della qualità, non solo del prodotto finito e delle sue performance, ma dell'intera filiera produttiva.**

Per il Gruppo Bialetti tutto concorre al progetto di **"qualità d'impresa"** e di **"responsabilità sociale"**, specialmente il fattore umano, gli elementi di coesione con il territorio, il rispetto dell'ambiente con

l'utilizzo di tecnologie volte a risparmiare ed ottimizzare l'uso di materiali.

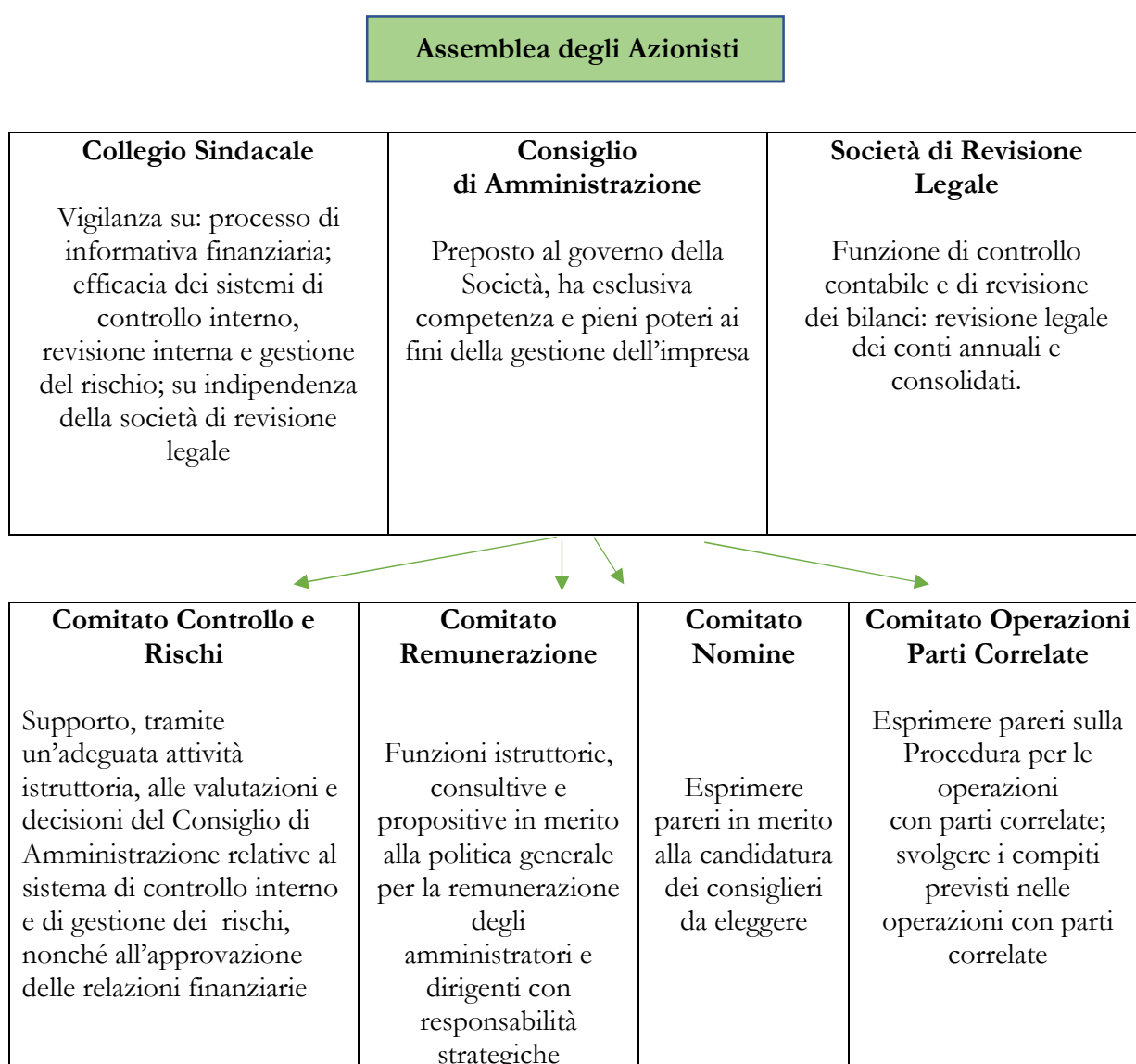


7. Governance e gestione dei rischi

Bialetti Industrie S.p.A. adotta un Sistema di Amministrazione e Controllo di tipo tradizionale ed aderisce al Codice di Autodisciplina promosso da Borsa Italiana S.p.A. nella versione emessa nel luglio 2018.

Per ulteriori dettagli si rinvia alla relazione sul Governo Societario, pubblicata nel sito internet www.bialettigroup.com, sezione Investor Relations/Corporate Governance.

Sistema di Amministrazione e Controllo di Bialetti



Consiglio di Amministrazione e Comitati

Alla data di chiusura dell'anno 2018 gli amministratori in carica erano:

Francesco Ranzoni
Presidente e Amministratore Delegato
Roberto Ranzoni
Amministratore
Antonia Maria Negri-Clementi
Amministratore Indipendente
Elena Crespi
Amministratore Indipendente
Ciro Aniello Timpani
Amministratore Indipendente

In data 17 gennaio 2019 il consigliere Antonia Maria Negri-Clementi ha rassegnato le dimissioni dalla carica di Amministrazione.

In data 8 febbraio 2019 il Consiglio di Amministrazione ha nominato il consigliere Anna Luisa Spadari e, preso atto delle dimissioni del consigliere Roberto Ranzoni, ha nominato Egidio Cozzi alla carica di consigliere, conferendogli i poteri di Amministratore Delegato.

Alla data di approvazione della Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, gli amministratori in carica sono:

Francesco Ranzoni
Presidente
Egidio Cozzi
Amministratore Delegato
Anna Luisa Spadari
Amministratore Indipendente
Elena Crespi
Amministratore Indipendente
Ciro Aniello Timpani
Amministratore Indipendente

Con l'approvazione del Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2018 scade il consiglio di amministrazione attualmente in carica e l'assemblea degli azionisti sarà chiamata alla nomina di nuovo consiglio.

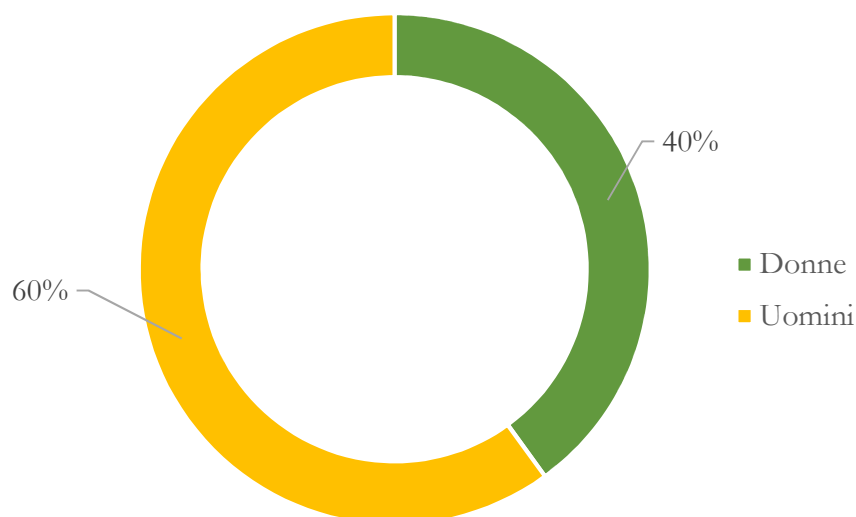


Con riferimento alle funzioni espletate dal Consiglio, si segnala che sono riservate all'esclusiva competenza del Consiglio le seguenti materie, che possono avere un impatto rilevante per la sostenibilità del business:

- a) Esame e approvazione dei piani strategici, industriali e finanziari della Società e del gruppo di cui essa è a capo;
- b) Definizione della natura e del livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici;
- c) Valutazione dell'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- d) Deliberazioni in merito alle operazioni di Bialetti e delle sue controllate che hanno significativo rilievo strategico, economico, patrimoniale o finanziario.

Composizione del Consiglio di Amministrazione per genere

Al 31 dicembre 2018

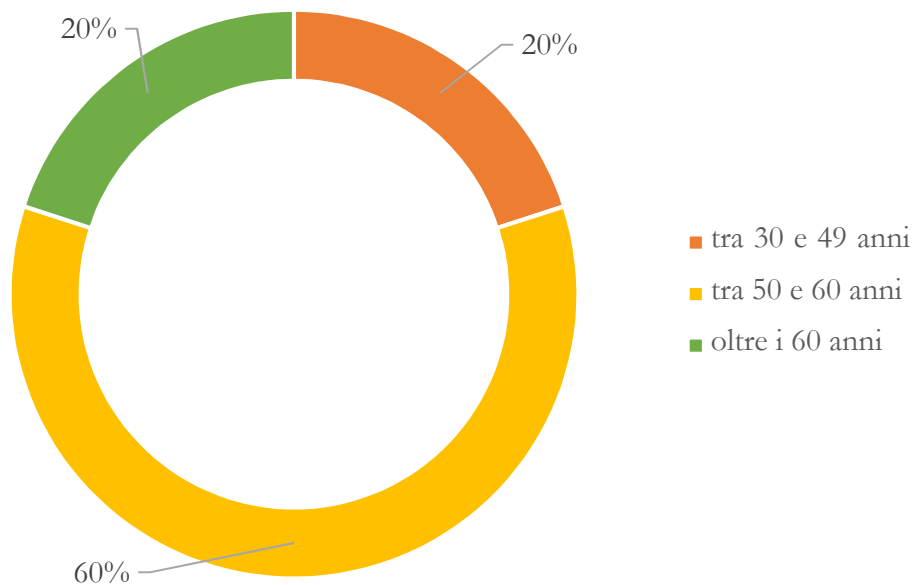


La nomina del Consiglio di Amministrazione in Essere è stata fatta in compliance all'art. 147-ter del TUF



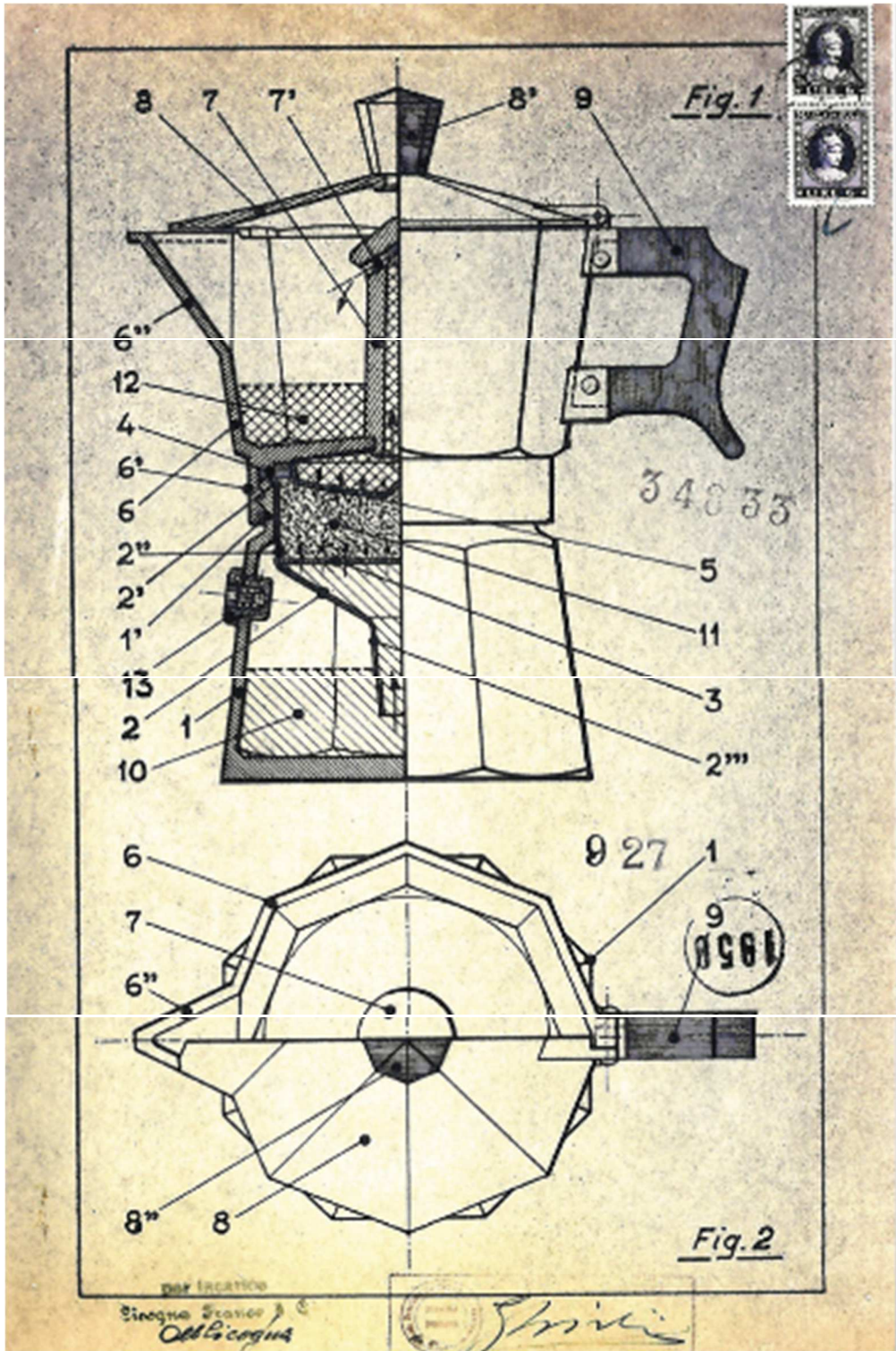
Composizione del Consiglio di Amministrazione per fasce di età

Al 31 dicembre 2018



Numero di riunioni	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Consiglio di Amministrazione	17	6	6
Comitato Controllo e Rischi	6	3	4
Comitato Remunerazione	4	2	3
Comitato per le Nomine	2	0	0





Il sistema di controllo interno

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi di Bialetti Industrie è l'insieme degli strumenti, delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative aziendali volte a consentire, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione.

Le linee di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e le modalità di coordinamento tra i soggetti in esso coinvolti sono definite dal Consiglio di Amministrazione che ne valuta almeno annualmente l'adeguatezza e l'efficacia affidando all'Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi il compito di istituire e mantenere un efficace sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Il piano di audit del 2018 è stato focalizzato in particolare sul presidio dei rischi finanziari.

La funzione di Internal Audit di Gruppo nel corso del 2018 ha svolto le sue attività di verifica sul sistema di controllo interno ed ha assicurato il supporto agli Organismi di Vigilanza delle società del Gruppo e al Collegio Sindacale.

La funzione di Internal Audit ritiene che il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi in essere sia sostanzialmente adeguato, efficace ed effettivamente funzionante rispetto alle caratteristiche dell'impresa ed al profilo di rischio assunto, e nello stesso tempo, sia idoneo a contribuire al miglioramento della gestione aziendale nel suo complesso.

Gli interventi effettuati nel corso del 2018 sono stati 8, e hanno trattato le seguenti tematiche: anagrafiche fornitori e clienti, IT, area crediti, Legal Privacy, adeguamento gap SI, ciclo attivo store, con un'attenzione particolare all'effettiva implementazione di ogni aspetto trattato.



Modello organizzativo 231, Codice etico e Anticorruzione

Modello organizzativo 231

Al fine di assicurare, per quanto possibile, la prevenzione della commissione dei reati contemplati nel Decreto, il Consiglio di Amministrazione di Bialetti Industrie S.p.A. ha adottato sin dal 2008 un Modello di organizzazione e gestione. Il Modello vigente è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione del 14 novembre 2017.

Il Modello 231 fa parte di una più ampia politica aziendale di Bialetti Industrie S.p.A., attenta al rispetto dei principi etici di gestione che ha portato alla redazione del Codice Etico, anch'esso redatto ai sensi del succitato Decreto.

Uno specifico sistema sanzionatorio, articolato in funzione delle diverse tipologie di soggetti è previsto in caso di violazione delle prescrizioni del Modello.

Il Modello si applica alle società italiane del gruppo Bialetti Industrie.

Un apposito Organismo di Vigilanza, di nomina consiliare, ha il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello e di curarne il relativo aggiornamento.

All'Organismo di Vigilanza possono essere segnalate eventuali violazioni del Modello 231 o del Codice Etico o richieste ulteriori di informazioni, a mezzo posta, alla sede di Bialetti Industrie S.p.A., all'attenzione dell'Organismo di Vigilanza oppure tramite invio di email all'indirizzo:

odvbialettiindustrie@bialettigroup.com.

Codice etico

Il Codice Etico contiene l'indicazione di alcuni principi ai quali si ritiene debbano uniformarsi i comportamenti dei dipendenti, amministratori, collaboratori, clienti e fornitori e, in generale, di tutti coloro che entrano in contatto con il gruppo Bialetti Industrie. Il Codice Etico vigente è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione in data 14 novembre 2017.

Di seguito si riporta una sintesi delle attività svolte dall'Organismo di Vigilanza nel corso del 2018.

06 aprile 2018 – audizione nuovo HR Director e Business General Manager, con recepimento del nuovo Organigramma aziendale.

05 giugno 2018 – coordinamento con Sindaci e Società di Revisione. L'incontro è stato indetto dall'OdV a seguito del Comunicato dell'11 maggio 2018 contenente la pubblicazione della relazione della società di revisione e della relazione del collegio sindacale al bilancio di esercizio chiuso al 31 Dicembre 2017 e delle successive notizie apparse sulla stampa.

18 giugno 2018 – Incontro del Comitato Controllo e Rischi, consigliere indipendente di Bialetti Industrie S.p.A., avente ad oggetto la relazione dell'attività della funzione Internal Auditing.

06 settembre 2018 – aggiornamento Investor Relations, audit processo commerciale e flussi informativi OdV: la dott.ssa Valentini Ambrosini, Investor relator del gruppo, ha informato l'OdV dell'iter previsto per l'approvazione della relazione semestrale.



Anticorruzione e Rispetto dei diritti umani

Bialetti Industrie ha formalizzato procedure e presidi di controllo per prevenire possibili fenomeni di corruzione, con particolare riferimento ai seguenti aspetti:

- Selezione e gestione degli agenti
- Negoziazione, stipulazione ed esecuzione di contratti con terze parti per l'approvvigionamento di beni/servizi e consulenze
- Attività amministrativo contabili e gestione dei flussi finanziari
- Selezione, negoziazione, stipula ed esecuzione di contratti di vendita di beni e prodotti alimentari a marchio proprio o marchio di terzi a soggetti privati
- Gestione degli omaggi a scopo di promozione dell'immagine della Società
- Gestione dei rapporti infragruppo
- Autorizzazione e gestione delle spese effettuate dal personale dipendente della Società

Il Consiglio di Amministrazione del 14 novembre 2017 ha approvato l'aggiornamento del Modello 231 e del Codice Etico, disciplinando in particolare i seguenti principi:

“**Correttezza:** intesa come volontà di evitare di approfittare di lacune contrattuali o di eventi imprevisti per sfruttare la posizione di debolezza nella quale la controparte si è venuta a trovare nonché di mettere in atto tutte le misure necessarie per contrastare la corruzione.”

“**Bialetti condanna tutte le pratiche di corruzione**, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni dirette e/o indirette di vantaggi personali.

Non è ammessa alcuna forma di offerta, dazione promessa di denaro o di beni o benefici futuri (ad es. denaro, oggetti, prestazioni, favori) di qualsiasi natura a/da terzi (con particolare riferimento a funzionari pubblici italiani ed esteri, loro parenti e affini) che possa essere, anche solo indirettamente, interpretata come eccedente le normali manifestazioni di cortesia ammesse nella prassi commerciale, o comunque mirate ad ottenere trattamenti di favore nella conduzione degli affari.”

Bialetti Industrie S.p.A. ha adottato altresì una procedura che regola la ricezione di doni, omaggi o inviti da parte di terzi.

Negli anni 2017 e 2018 non si segnalano casi di corruzione, né di violazione di diritti umani.



Modello di gestione dei rischi

Il management di Bialetti valuta attentamente il rapporto rischi/opportunità canalizzando le risorse verso il miglior equilibrio in coerenza con la “soglia di rischio” che viene definita accettabile. I rischi sono identificati sia a livello di Gruppo sia a livello locale (Paesi di presenza del Gruppo). I rischi sono quindi ordinati per priorità in considerazione degli obiettivi del Gruppo e delle singole Società controllate ed in relazione alla combinazione di probabilità e impatto dei relativi rischi residui.

Rischi esterni Rischi connessi alle condizioni generali dell'economia Rischi connessi all'alta competitività nei settori in cui il Gruppo opera Rischi relativi alle vendite e agli approvvigionamenti sui mercati internazionali e all'esposizione a condizioni locali mutevoli	Rischi interni Rischi legati all'organizzazione e processi Rischi connessi ai rapporti con i dipendenti e rischi connessi al management
Rischi finanziari Rischio di valuta Rischio di tasso di interesse Rischio di credito Rischio di prezzo Rischio di liquidità	Rischi di compliance Rischi legati alla violazione di leggi e/o regolamenti (statuto, codice etico, codice di autodisciplina) Rischi ambientali, relativi alla gestione dei rifiuti, delle emissioni in atmosfera, della sicurezza sul lavoro

La funzione di internal audit predispose un piano di lavoro integrato, per individuare gli interventi da effettuare sulla base delle segnalazioni del management, dell'Amministratore delegato e del Presidente del Comitato Controllo e Rischi, oltre che dei risultati degli audit precedenti.

Il piano, che viene poi sottoposto al Comitato Controllo e Rischi e approvato dal Consiglio di Amministrazione, viene aggiornato su base annuale. L'attività include il processo di monitoraggio della effettiva esecuzione delle raccomandazioni emesse negli interventi di verifica (follow-up).



La funzione di internal audit riferisce con cadenza almeno semestrale al Comitato Controllo e Rischi in merito ai risultati delle attività di audit, e supporta il Comitato nelle verifiche e valutazioni relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Sempre con cadenza almeno semestrale, riferisce al Collegio Sindacale in merito alle attività svolte ed alle valutazioni effettuate sul sistema dei controlli e di gestione dei rischi. In questa sede il Collegio Sindacale viene sistematicamente informato dei risultati degli audit eseguiti, con particolare riguardo ai principali rilievi emersi e alle relative azioni di miglioramento concordate con il management.

Nel 2018 il piano di attività è stato portato a termine regolarmente.

La funzione Internal Audit ha accesso diretto a tutte le informazioni utili per lo svolgimento del proprio incarico. Inoltre, anche attraverso la partecipazione ai lavori del Comitato Controllo e Rischi e dell'Organismo di Vigilanza, riceve e valuta le ulteriori informazioni aggiuntive, nonché assiste il Comitato Controllo e Rischi nel processo di valutazione del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.





Tradizione

Qualità



Design



Lunga durata

"QUATTRO SOLDI"-1969
Sì, sì... sembra facile fare un buon caffè!...

ma anche la MOKA EXPRESS BIALETTI ha i suoi segreti!

- regola n° **1** Usarla ogni giorno: più la si usa, più buono viene il caffè.
 - regola n° **2** Macinare ben bene un caffè di ottima qualità e lasciarlo soffice nel misurino.
 - regola n° **3** Riempire la caldaietta solo fino al limite segnato e far bollire a fuoco basso, tenendo alzato il coperchietto (il condensamento di vapore rovina il caffè).
- e... Gran finale!** Non farlo «salire» tutto: togliere la Moka Express dal fuoco quando è piena solo per tre quarti. Attendere che si riempia completamente senza fiamma e poi servire: così si che berrete un super caffè!



è difficile bere in casa un caffè come al bar: per questo la vera, unica caffettiera MOKA EXPRESS Bialetti è venduta solo in cassaforte sigillata!

"LA DONNA"-1960
AAATTENZIONE



SEMBRA FACILE fare un regalo utile... ma, per fortuna, c'è la caffettiera MOKA EXPRESS



SEMBRA FACILE fare un buon caffè... ma ci vuole esperienza, cura e la vera MOKA EXPRESS. La vera Moka Express, quella che Voi volete, quella che fa il caffè così buono, è stata talmente imitata che per distinguerla, per farla riconoscere, senza alcun equivoco, ho deciso di farmi riprodurre sopra. Perciò accertatevi che su una delle facciate ci sia io: l'Omino con i baffi.

REGALATELA A VOSTRA MOGLIE
REGALATELA AI VOSTRI AMICI

caffettiera MOKA EXPRESS

in vendita a lire: 1200 (da 1 tazza) 1350 (da 3 tazze) 1700 (da 6 tazze) 2750 (da 9 tazze) 3900 (da 12 tazze)





Stakeholder Engagement e Materialità

1. Stakeholder engagement
2. Analisi di Materialità



1. Stakeholder engagement

Il Gruppo Bialetti ha aggiornato l'analisi di materialità delle tematiche di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo.

L'analisi è avvenuta in conformità a quanto previsto dai GRI Standards, pur tenendo conto della particolare situazione di criticità finanziaria affrontata dal Gruppo nel corso del 2018, così come illustrata nelle premesse del presente documento.



Si evidenzia in particolare che, considerate le priorità del management in merito alla gestione aziendale e al presidio dei rischi di natura finanziaria, non è stata attuata una significativa attività di stakeholder engagement ai fini dell'analisi di materialità.

Il Gruppo, pur avendo la consapevolezza dell'importanza di tale coinvolgimento, si assume l'impegno a definire per l'anno 2019 le azioni di coinvolgimento come indicato nella Carta degli impegni per la Sostenibilità.



Gli stakeholder del Gruppo Bialetti: principali canali di ascolto e strumenti di comunicazione

Clienti e consumatori

Customer care
Social Network
Rete vendita diretta/negozi monarca Bialetti

Fornitori

Visite tecniche periodiche
Attività di valutazione
Incontri istituzionali
Definizione e condivisione di standard
Training dedicati
Piani di miglioramento
Condivisione del Codice Etico

Comunità locali

Incontri con rappresentanti delle associazioni, delle organizzazioni della comunità locale
Associazioni di categoria
Enti pubblici locali
Scuole ed Università

Azionisti

Assemblea degli Azionisti
Comunicazioni e informazioni price-sensitive
Dialogo quotidiano (incontri, telefono, e-mail)
Sito web istituzionale



Media

Interviste con i vertici aziendali
Conferenze Stampa ed eventi
Media plan
Dialogo costante
Sito web istituzionale

Risorse umane

Programmi di formazione
Condivisione del Codice Etico
Incontri con la popolazione aziendale per la condivisione dei risultati e degli obiettivi futuri aziendali
Incontri per sensibilizzare e informare su tematiche legate alla salute e al benessere
Intranet aziendale
Academy Bialetti Store

Organizzazioni sindacali

Incontri con le rappresentanze sindacali per informazione periodica
Incontri negoziali su tematiche aziendali

In considerazione di quanto indicato in premessa, il Gruppo nel corso del 2018 ha rivolto una particolare attenzione alla comunicazione al mercato, ai dipendenti e ai fornitori della propria situazione finanziaria.



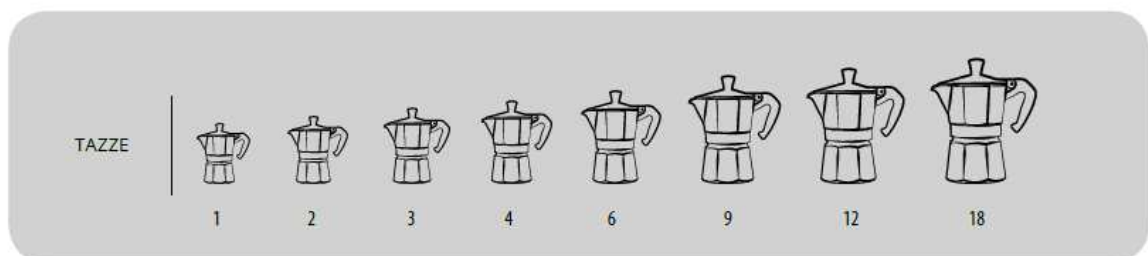
2. Analisi di Materialità

Il processo di analisi di materialità ha previsto le seguenti fasi:

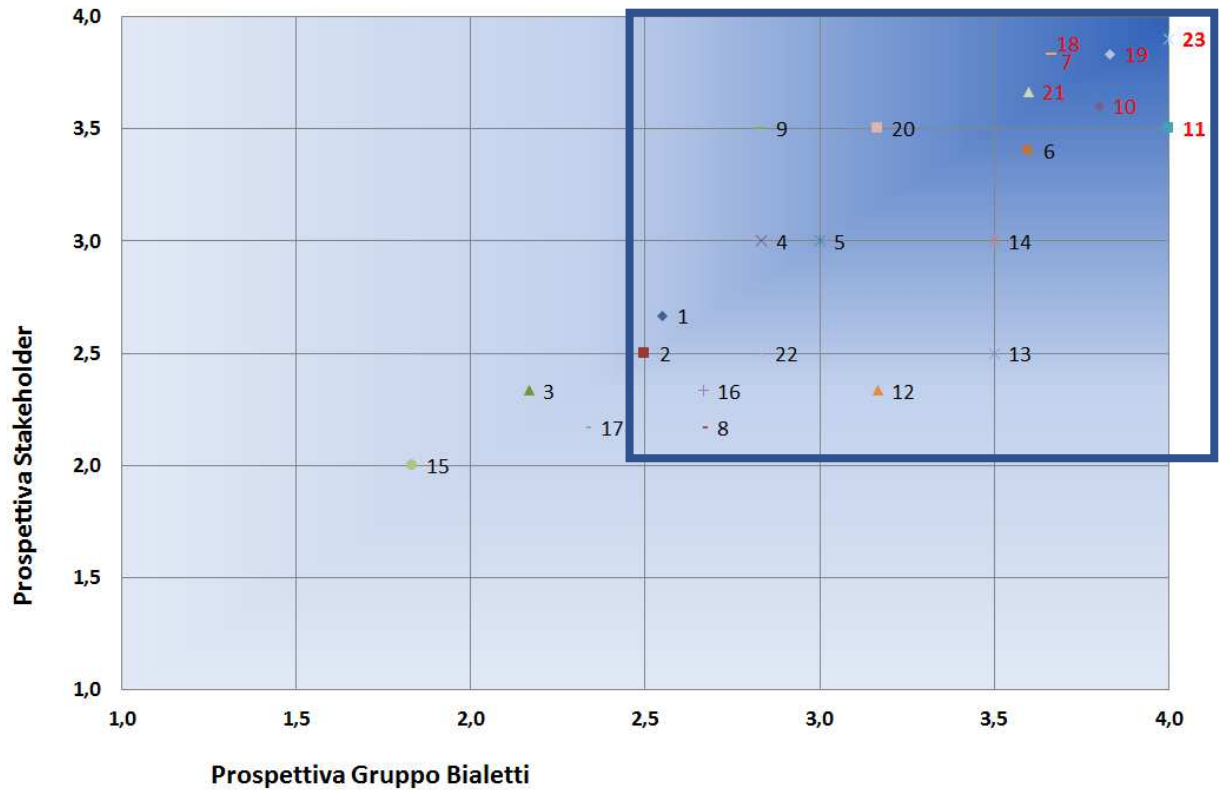
- l'identificazione di tutti i potenziali aspetti materiali per il Gruppo Bialetti attraverso l'analisi di documentazione aziendale (Codice Etico, Relazione Finanziaria Annuale, Relazione sul Governo Societario, ecc.) e di documenti esterni relativi allo scenario macroeconomico e all'andamento del settore di riferimento;
- la valutazione - da parte dei referenti delle funzioni interne di Bialetti - della rilevanza di ciascuna tematica per gli stakeholder e per il gruppo Bialetti, attribuendo una votazione su una scala da 1 a 4;
- la presentazione dell'analisi al Consiglio di Amministrazione.

Si confermano le 23 tematiche individuate nella precedente analisi, con la maggiore rilevanza per il Gruppo Bialetti e per i suoi stakeholder attribuita a: innovazione di prodotto, conformità a leggi e regolamenti, salute e sicurezza sul lavoro, soddisfazione dei clienti, salute e sicurezza dei consumatori.

A fronte delle criticità aziendali manifestatesi nel corso del 2018 la matrice di materialità è stata elaborata mantenendo immutate le rilevanze attribuite alle varie tematiche emerse dall'analisi effettuata per il 2017, in quanto si è valutato che non ci siano stati accadimenti tali da influenzare sostanzialmente le valutazioni dello scorso anno, ad eccezione dell'attribuzione di una valutazione di maggior rilevanza per i temi che riguardano "Performance economico-finanziaria" e "Relazioni industriali (organizzazioni sindacali)" in coerenza con la situazione del Gruppo così come esposta nella Premessa.



Matrice di Materialità



- 1 Materiali
- 2 Energia
- 3 Acqua
- 4 Emissioni
- 5 Gestione dei rifiuti
- 6 Innovazione di prodotto
- 7 Conformità a leggi e regolamenti
- 8 Gestione catena di fornitura
- 9 Gestione reclami
- 10 Relazioni industriali (organizzazioni sindacali)
- 11 Salute e Sicurezza sul lavoro

- 12 Formazione e istruzione
- 13 Diversità e pari opportunità
- 14 Diritti umani
- 15 Relazioni con le comunità locali
- 16 Lotta alla corruzione
- 17 Comportamenti anti-competitivi
- 18 Soddisfazione dei clienti
- 19 Salute e sicurezza dei consumatori
- 20 Etichettatura prodotti e servizi
- 21 Marketing e comunicazione
- 22 Corporate Governance
- 23 Performance economico-finanziaria





Sostenibilità di prodotto e processo

1. L'approccio alla qualità del prodotto e del processo
2. Il controllo della qualità
3. La produzione e le certificazioni
4. Il caffè Bio
5. Le capsule riciclabili
6. Innovazione e ricerca

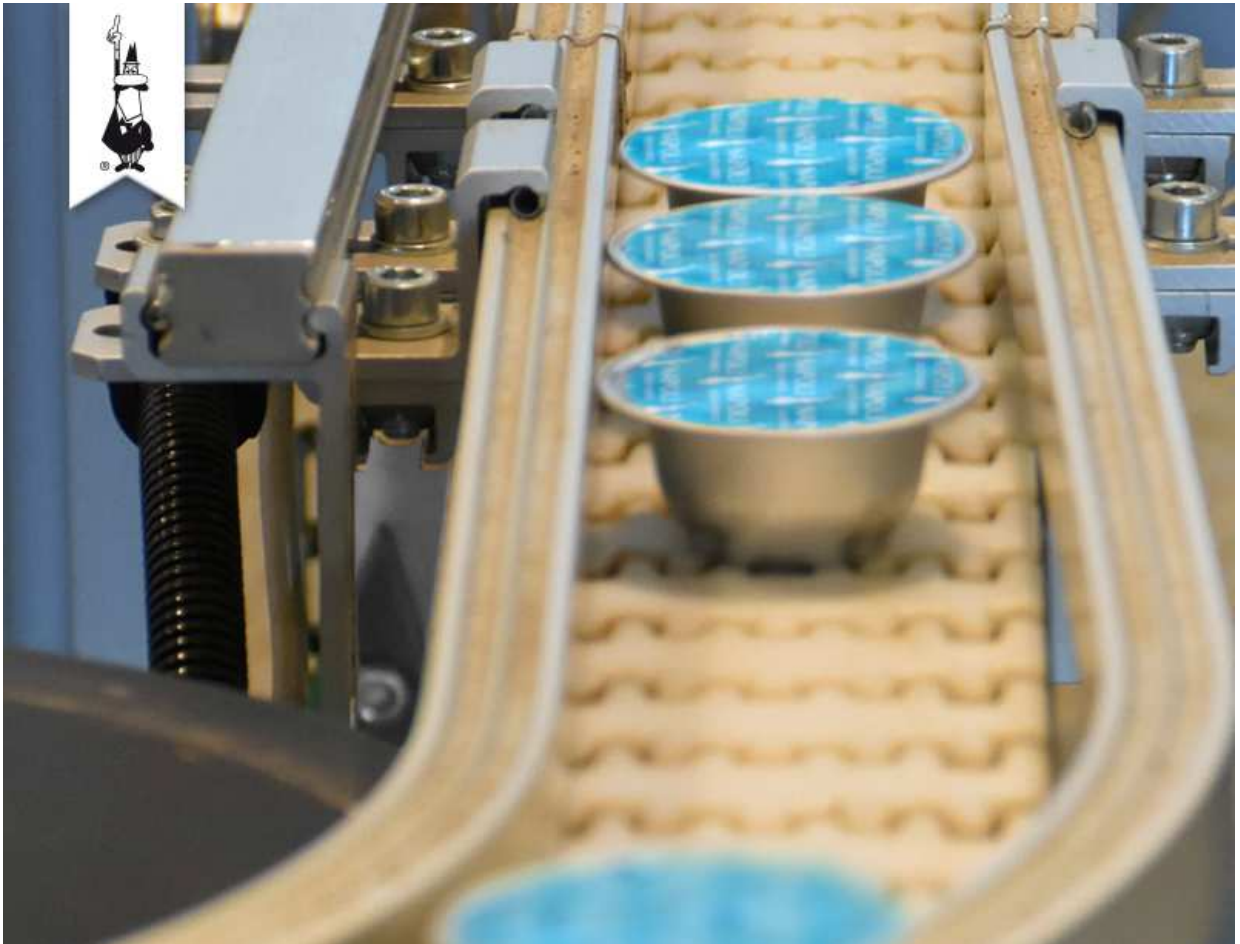


1. L'approccio alla qualità del prodotto e del processo

La responsabilità sociale d'impresa costituisce per il gruppo Bialetti un cardine della propria strategia aziendale. Quest'ultima può essere sintetizzata nella costante ricerca della qualità, non solo del prodotto finito e delle sue performance, ma dell'intera filiera produttiva. Un prodotto di qualità richiede attenzione anche a valori che vanno oltre gli aspetti tecnici.

Le parole chiave per sintetizzare l'approccio del Gruppo Bialetti alla qualità di prodotto e processo sono:

- Prodotti di innovazione
- Eccellenza e sostenibilità del brand
- Controlli di prodotto e processo.



I prodotti offerti dal Gruppo sono ideati, realizzati e commercializzati secondo un modello organizzativo integrato che copre tutte le fasi del processo produttivo e distributivo e che coniuga l'esigenza di controllare l'intera filiera produttiva, in modo da assicurare la qualità del prodotto e la sua

conformità agli *standard* stabiliti dal Gruppo, con quella di rendere efficienti le fasi di produzione e distribuzione per il soddisfacimento del consumatore.

Il Gruppo pone costantemente attenzione al miglioramento del proprio processo produttivo.



2. Il controllo della qualità

Bialetti Industrie attua una politica di controllo del processo e prodotto sia per i prodotti realizzati nei propri siti produttivi in Italia, Romania e Turchia che per i prodotti finiti acquistati da fornitori nazionali ed esteri, applicando gli stessi standard al fine di raggiungere il livello qualitativo espressione del brand.

All'interno della struttura dell'azienda la Direzione qualità è una funzione Corporate che determina i valori e gli strumenti necessari nonché le logiche di controllo per tutte le categorie di prodotto e location produttive.

Bialetti Industrie si avvale di un protocollo interno aziendale, le cui linee guida sono di seguito riportate:

- Audit di processo fornitore: attuato sia per i prodotti finiti che per i semilavorati impiegati nei propri siti produttivi;
- Audit di prodotto: ogni articolo di fornitura è soggetto ad ispezione / test prima del rilascio alla spedizione in accordo a precise check list sviluppate dalla funzione Corporate;
- Audit di processo negli stabilimenti produttivi del gruppo: sono definite procedure di controllo atte alla verifica della conformità di processo produttivo e al rilascio finale del prodotto finito.
- Incoming inspection: ogni articolo, di qualsivoglia classe merceologica, è oggetto di verifica durante la fase di accettazione dell'articolo stesso.

Nel 2018 le ispezioni eseguite presso le fabbriche dei fornitori per il rilascio dei lotti sono state 521 di cui il 36% ha riguardato gli strumenti di cottura, il 26% le caffettiere, il 10% i complementi per la tavola, il 6% i piccoli elettrodomestici e il 22% le macchine da caffè elettriche. L'86% degli audit condotti si sono conclusi positivamente.

Nel 2017 le ispezioni eseguite presso le fabbriche dei fornitori per il rilascio dei lotti sono state 849 di cui il 31% ha riguardo gli strumenti di cottura, il 19% le caffettiere, il 26% i complementi per la tavola, l'11% i piccoli elettrodomestici e il 12% le macchine da caffè elettriche. L'86% degli audit condotti si sono conclusi positivamente.

Nel corso del 2016 sono state effettuate n. 965 ispezioni nell'ambito del processo di vendor rating dei fornitori dell'area far east, di cui il 28% ha riguardo gli strumenti di cottura, il 22% le caffettiere, il 19% i complementi per la tavola, il 16% i piccoli elettrodomestici e il 15% le macchine da caffè elettriche. L'87% delle ispezioni condotte si è conclusa con esito positivo.





3. La produzione e le certificazioni

Il Gruppo Bialetti svolge l'attività produttiva nei seguenti siti produttivi:

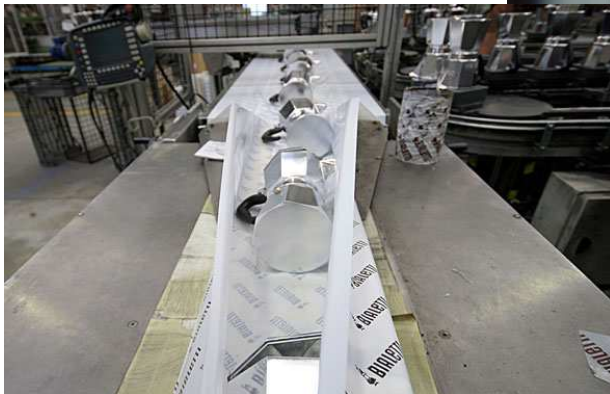
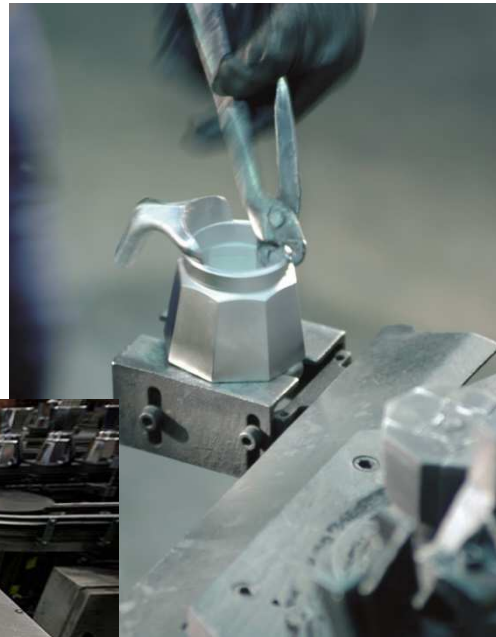
Nello stabilimento di Coccaglio (BS) si concentra la produzione del caffè porzionato in capsule e in polvere, di tè ed infusi in capsule e l'attività di tostatura del caffè crudo. In tale modo Bialetti può gestire in autonomia il processo industriale che, dall'acquisto della materia prima (caffè verde in chicchi), alla tostatura e alla lavorazione del caffè tostato, porta al successivo confezionamento delle capsule di caffè. Ciò le consente pertanto di

essere indipendente dai fornitori di caffè già macinato e in miscela, di disporre del *know how* specifico della tostatura, acquisendo flessibilità nello sviluppo di nuove miscele. La strategia di integrazione a monte nella catena produttiva del caffè consente inoltre di beneficiare di economie di scala e di avere un maggior controllo della *supply chain*.



Nello stabilimento di Ploiesti in Romania, si produce la componentistica di base e i prodotti finiti per le caffettiere in alluminio, mentre le fasi finali della produzione ed i

processi produttivi ad alto valore aggiunto sono svolte da fornitori terzi selezionati dal Gruppo sul territorio italiano e in particolare nell'alto Piemonte.



Nello **stabilimento di Izmit in Turchia** si concentra la produzione degli strumenti di cottura in alluminio antiaderente, ceramici e smaltati, sia finiti sia semilavorati a marchio *CEM*, *Bialetti* e *Aeternum* (escluse le pentole a pressione).

Il Gruppo è in possesso della certificazione UNI EN ISO 9001:2000

L'impianto di tostatura, macinatura e di confezionamento di Bialetti è stato inoltre certificato idoneo per la produzione di caffè biologico dall'ente BIOAGRICERT.

4. Il caffè Bio

Nel 2015 Bialetti ha avviato il percorso finalizzato alla realizzazione di capsule di caffè bio destinate ad essere utilizzate nelle macchine da caffè Bialetti.

Il caffè da agricoltura biologica di Bialetti è coltivato come accadeva fino a meta Novecento, senza disboscare o togliere foglie per ottenere più chicchi di caffè.

Per la coltivazione sono usati i concimi naturali e per evitare attacchi di insetti nocivi, sono utilizzati altri insetti e sostanze vegetali, animali e minerali.

Inoltre i coltivatori e raccoglitori sono molto attenti nel verificare sempre le caratteristiche dei chicchi, eventuali difetti, le muffe, l'umidità ed altre caratteristiche.

Per l'acquisto dei chicchi di caffè verde Bialetti si affida ad un fornitore qualificato il quale raccoglie da cooperative locali in Honduras e Indonesia la materia prima. Tale fornitore certifica altresì l'assenza di pesticidi.

Bialetti effettua una ulteriore verifica di assenza di pesticidi al termine del ciclo di tostatura e confezionamento che avviene a Coccaglio, mentre l'ente certificatore Bioagricert effettua controlli annuali su campioni di capsule di caffè bio presenti sugli scaffali dei punti vendita.

Con la scelta di utilizzare caffè biologico, Bialetti sposa l'attenzione per l'ambiente al gusto unico e di alta qualità delle sue selezioni.



BIOLOGICO

VELLUTATO
VELVETY - VELOUTÉ - SAMTIG - ATERCIOPELADO

INTENSITÀ 11
INTENSITY - INTENSITÉ - INTENSITAT - INTENSIDAD

Il **CAFFÈ BIOLOGICO** è la garanzia del rispetto dell'ambiente nelle zone di produzione e di trasformazione e la limitazione dell'uso di composti chimici potenzialmente dannosi. Da qui nasce una miscela dal gusto vellutato e dal corpo intenso, dalle spiccate note di caramello e mandorle.



5. Le capsule riciclabili

“Materie prime di altissima qualità e una tostatura lenta per creare una selezione completa delle migliori miscele di Caffè d'Italia, the e infusi. Capsule perfettamente dosate e 100% riciclabili ne esaltano le caratteristiche per permettere ad ogni chicco e ad ogni foglia di esprimere il proprio corpo, aroma e gusto e soddisfare anche le richieste più esigenti. “

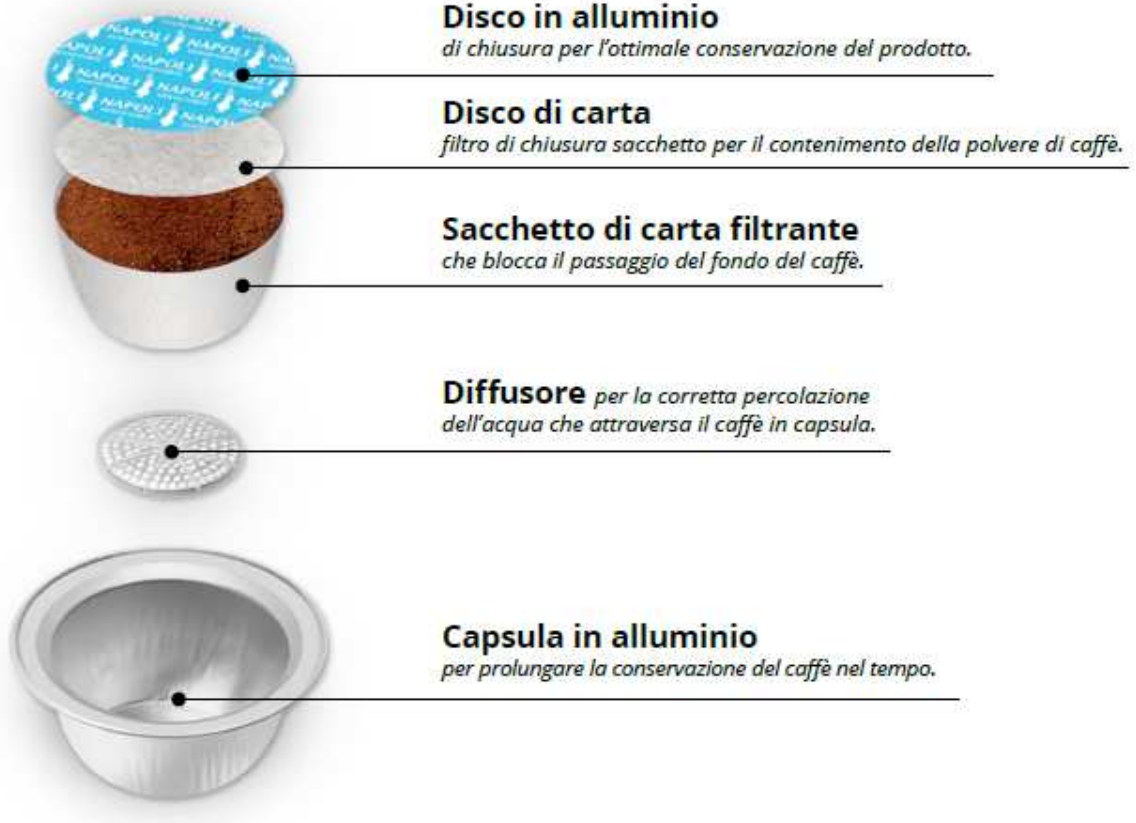
Le capsule Bialetti sono realizzate in alluminio, materiale ideale per mantenere e conservare l'aroma del caffè nel tempo perché garantisce la conservazione del sapore, del calore, della struttura, delle caratteristiche nutrizionali dei cibi, e garantisce la migliore protezione in assoluto dalla contaminazione e dall'inquinamento attraverso l'effetto barriera, che blocca la penetrazione di ossigeno, umidità, luce, raggi ultravioletti, oli e grassi, microorganismi e odori.

Contengono 7 grammi di caffè, come raccomandato per l'autentico espresso italiano e sono

100% riciclabili, poiché composte da elementi separabili e riciclabili, per rispettare maggiormente l'ambiente, come l'alluminio che è completamente riciclabile.

La struttura della capsula è stata studiata per ottimizzare l'estrazione con tutte le macchine da espresso Bialetti. La carta filtro permette di ottimizzare la percolazione dell'acqua e quindi l'estrazione del caffè risulta ottimale impedendo il passaggio di eventuali polveri fini in tazza.





6. Innovazione e ricerca

L'attività di ricerca e sviluppo del Gruppo Bialetti è incentrata su tre principali obiettivi:

- (i) differenziazione dei propri prodotti;
- (ii) cura del *design* dei prodotti;
- (iii) innovazione dei processi produttivi e sperimentazione di nuove tecnologie e peculiari materiali.

L'attività di ricerca e sviluppo del Gruppo è gestita attraverso una struttura flessibile e viene svolta internamente, attraverso un ufficio centralizzato localizzato a Coccaglio (BS) che si avvale di collaborazioni esterne con professionisti del settore, istituti di *design*, università e centri di ricerca.





Sostenibilità economica

1. L'andamento economico finanziario del Gruppo Bialetti
2. Il valore aggiunto economico



1. L'andamento economico finanziario del Gruppo Bialetti

Si riportano i principali indicatori economici e finanziari del Gruppo Bialetti relativi agli anni 2018, 2017 e 2016, approvati dal Consiglio di Amministrazione di Bialetti Industrie S.p.A. precisando che alla data di deposito della Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, l'attività di revisione contabile è ancora in corso.

Per ulteriori informazioni, si rinvia alla Relazione finanziaria consolidata al 31 dicembre 2018 che verrà pubblicata sul sito internet www.bialettigroup.com nella sezione Investor Relations / Bilanci e relazioni.

<i>migliaia di euro</i>	Esercizio chiuso al 31.12.2018	Esercizio chiuso al 31.12.2017*	Esercizio chiuso al 31.12.2017	Esercizio chiuso al 31.12.2016**
Ricavi *	126.254	166.986	176.759	179.837
Risultato operativo lordo - Ebitda	(27.361)	16.121	16.121	23.810
Risultato operativo - Ebit	(38.643)	5.994	5.994	17.247
Risultato prima delle imposte	(47.254)	(5.243)	(5.243)	8.926
Risultato attribuibile al gruppo	(48.539)	(5.251)	(5.251)	2.703
Capitale immobilizzato	45.556	55.343	55.343	51.186
Capitale circolante	7.272	40.573	40.573	44.054
Attività possedute per la vendita	-	-	-	3.683
Capitale investito	52.828	95.916	95.916	98.923
Patrimonio netto	(39.670)	8.836	8.836	14.275
Patrimonio netto di terzi	194	195	195	(42)
TFR, altri fondi	4.459	5.150	5.150	4.823
Passività possedute per la vendita	-	-	-	4.480
Altre passività non correnti	8.582	3.528	3.528	2.631
Indebitamento finanziario netto	79.263	78.298	78.298	72.756

* Si segnala che il primo gennaio 2018 è entrati in vigore un nuovo principio contabile internazionale, l'IFRS 15, "ricavi provenienti da contratti con i clienti".

Bialetti ha deciso di applicare l'IFRS 15 anche retrospettivamente rielaborando i bilanci comparativi del 2017 al fine di rendere confrontabili i dati relativi ai due esercizi. Per effetto dell'applicazione di tale principio i ricavi di vendita subiscono una riduzione dovuta alla riclassifica di componenti negative di reddito precedentemente esposte tra i costi per servizi. Tale riclassifica non ha, quindi, avuto alcun impatto sul margine operativo lordo.

In particolare, l'applicazione del nuovo principio non ha avuto impatti per i contratti con i clienti nei quali la vendita di beni è l'unica obbligazione ("at a point of time") e il riconoscimento dei ricavi avviene nel momento in cui il controllo dell'attività è stato trasferito al cliente, generalmente riconosciuto nel momento della consegna del bene. Le garanzie previste nei contratti sono inoltre di tipo generale e non estese e, di conseguenza, il Gruppo ritiene che le stesse continueranno ad essere contabilizzate in accordo con lo IAS 37. Si segnala, tuttavia, che con riferimento ai costi da clienti derivanti da rapporti continuativi con la grande distribuzione organizzata presentati nei costi operativi nel bilancio al 31 dicembre 2017, in ottemperanza al principio contabile attualmente in vigore, dal primo gennaio 2018 sono presentati a riduzione dei ricavi. I valori al 31 dicembre 2017 recepiscono gli effetti dell'applicazione del Principio



Contabile IFRS 15. Tale applicazione ha determinato una riduzione della voce "Ricavi" per Euro 9.856 migliaia ed una conseguente riduzione della voce "Costi per servizi" per pari importo.

** I valori relativi all'anno 2016 non tengono in considerazione quanto richiesto dal principio IFRS 15 sopra esposto.

2. Il valore aggiunto economico

Il valore economico generato e distribuito rappresenta la capacità di un gruppo di creare ricchezza e di ripartire la stessa tra i propri stakeholder.

Nel 2018 il valore economico generato dal Gruppo Bialetti è stato pari a 113,6 milioni di euro (168,7 milioni di euro nel 2017; 184,5 milioni di euro nel 2016)

Il valore economico distribuito dal Gruppo ammonta nel 2018 a 162,1 milioni di euro (173,7 milioni di euro nel 2017; 181,8 milioni di euro nel 2016).

La seguente tabella rappresenta i rapporti tra il Gruppo Bialetti ed il sistema socio-economico con cui interagisce, con particolare riferimento ai seguenti principali stakeholder:

- Fornitori: remunerazione derivante dall'acquisto di materie prime, prodotti finiti e servizi;
- Collaboratori: remunerazione dei collaboratori (dipendenti e non);
- Finanziatori: remunerazione del debito;
- Pubblica Amministrazione: pagamento di tasse e tributi (incluse le imposte differite).

<i>migliaia di euro</i>	Anno 2018	Anno 2017*	Anno 2017	Anno 2016**
Valore economico direttamente generato	113.596	168.726	178.582	184.464
Ricavi*	126.254	166.986	176.842	179.837
Altri proventi	1.643	7.179	7.179	7.105
Proventi finanziari	196	159	159	1.545
Svalutazione crediti	(9.800)	(2.220)	(2.220)	(905)
Differenze di cambio	(4.697)	(3.378)	(3.378)	(2.480)
Proventi/oneri derivanti dalla vendita di attività materiali e immateriali	-	-	-	(638)
Valore economico distribuito	162.135	173.740	183.596	181.761
Valore economico distribuito a dipendenti e collaboratori	38.149	37.869	37.869	35.351
Valore economico distribuito ai fornitori del capitale*	106.358	115.768	125.624	127.677
Valore economico distribuito alla Pubblica Amministrazione	2.202	307	307	6.038
Valore economico distribuito ai finanziatori	4.110	9.642	9.642	6.100
Valore economico distribuito alla collettività (contributi associativi)	34	27	27	32
Ammortamenti	11.282	10.127	10.127	6.563
Valore economico trattenuto dal Gruppo	(48.539)	(5.014)	(5.014)	2.703

* Si segnala che il primo gennaio 2018 è entrati in vigore un nuovo principio contabile internazionale, l'IFRS 15, "ricavi provenienti da contratti con i clienti".





Sostenibilità ambientale

1. L'impegno per l'ambiente
2. Materiali
3. Energia
4. Acqua
5. Emissioni in atmosfera
6. Rifiuti
7. Trasporti e logistica



1. L'impegno per l'ambiente

Il Gruppo Bialetti opera in conformità alle normative nazionali e locali dei singoli paesi in cui è presente al fine anche di preservare l'ambiente in considerazione del fatto che lo stesso rappresenta un patrimonio per le comunità e per le generazioni future.

In particolare nel sito produttivo in Coccaglio, che dispone dell'autorizzazione unica ambientale, è attivo un impianto di ossidazione post combustore che consente di ridurre le emissioni in atmosfera di monossido di carbonio a livelli notevolmente inferiori ai limiti richiesti dall'Arpa.

In data 16 gennaio 2015, il Comune di Coccaglio ha rilasciato l'AUA (Autorizzazione Unica Ambientale) n. 35 relativa all'attività produttiva svolta nell'impianto di Coccaglio.

Anche in Romania, ove avviene la lavorazione dell'alluminio per le caffettiere, il Gruppo si è impegnato al fine di ridurre le emissioni in atmosfera di monossido di carbonio, attraverso il potenziamento nel 2017 dell'impianto di abbattimento dei fumi.

Nel corso del 2018 sono stati sostituiti presso il sito produttivo di Coccaglio (BS) tutti i corpi illuminanti dell'impianto d'illuminazione industriale, con nuove tecnologie a led, funzionali al raggiungimento del risparmio energetico e alla riduzione delle emissioni di gas serra.

Nel 2018 le spese e investimenti per la tutela ambientale sostenute dal Gruppo sono ammontate a Euro 111,1 mila relativi alla sostituzione dei corpi illuminanti a led ed Euro 62,3 mila relativi alle spese per trattamento e smaltimento rifiuti di Bialetti Industrie S.p.A.

Nel 2017 le spese e investimenti per la tutela ambientale sostenute dal Gruppo sono ammontate a Euro 183,4 mila (di cui Euro 51,8 mila relativi alle spese per trattamento e smaltimento rifiuti di Bialetti Industrie e Euro 131,6 mila relativi a Bialetti Store). Nel 2016 il gruppo ha sostenuto spese per Euro 60.000 relativi all'impianto di ossidazione post combustione per la riduzione di monossido di carbonio installato in Italia e Euro 50.602 relativi alle spese per trattamento e smaltimento rifiuti, servizi esterni per gestione ambientale di Bialetti Industrie.

Nel triennio 2016 - 2018 il gruppo Bialetti non ha ricevuto multe significative e/o sanzioni non monetarie per il mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.



2. Materiali

Il Gruppo pianifica a livello centrale il fabbisogno di materie prime, materiali e servizi e le relative necessità di approvvigionamento, che vengono canalizzate attraverso l'ufficio acquisti. Il Gruppo attribuisce una significativa importanza alla pianificazione e gestione degli acquisti, sia per quanto riguarda la selezione dei fornitori di materie prime, semilavorati e prodotti finiti che per l'ottenimento delle migliori condizioni sul mercato nazionale ed

internazionale, in termini economici e in termini di qualità dei prodotti, sia come momento fondamentale del processo produttivo per mantenere i parametri di qualità e di eccellenza che contraddistinguono i prodotti del Gruppo.

I principali materiali utilizzati consistono in alluminio, dischi di alluminio, caffè, tea e infusi.

3. Energia

Il Gruppo Bialetti ha tra i suoi obiettivi il miglioramento continuo delle performance ambientali ed energetiche, monitorate costantemente per singoli fattori di impatto, riguardanti i consumi elettrici e i consumi termici.

<i>KWh</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Consumi elettrici	11.088.643	11.976.203	12.775.724

I fattori di conversione utilizzati nel calcolo degli indicatori energetici fanno riferimento alle unità di misura quali: Kilowattora (Kwh) per consumi di energia elettrica, metri cubi (m3) per consumi di gas naturale ed acqua, anidride carbonica (tonnellate di CO2 equivalente), correlate sia alle emissioni dirette, sia indirette.

I dati relativi ai consumi energetici si riferiscono al sito produttivo in Italia, al sito produttivo in Romania e a quello in Turchia, e ai consumi energetici dei negozi monomarca con sede in Italia. I consumi elettrici, rappresentati esclusivamente da fonti non rinnovabili, sono funzionali all'operatività degli impianti produttivi delle linee di confezionamento e dei servizi ausiliari, quali per esempio la generazione di aria compressa e le attività di ufficio. La riduzione dei consumi del 2018 rispetto al 2017, pari al 7%, è conseguente sia al ridimensionamento del sito produttivo in Turchia che ai minori volumi produttivi realizzati negli altri impianti del gruppo in conseguenza della situazione di tensione finanziaria descritta in premessa.



<i>metri cubi</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Consumi di gas	1.468.550	1.752.939	1.782.642

I consumi termici sono rappresentati esclusivamente da gas naturale e sono funzionali all'operatività degli impianti produttivi, in particolare alla conduzione della linea di tostatura dello stabilimento sito in Coccaglio (BS), e per la generazione di calore per forni di fusione alluminio negli impianti in Romania e Turchia. I consumi sono proporzionali al processo e ai quantitativi di materia prima lavorata.

Il valore dei consumi è direttamente proporzionale all'andamento produttivo e per quanto riguarda il gas per riscaldamento alla situazione climatica durante il periodo invernale.

La riduzione dei consumi del 2018 rispetto al 2017, pari all'16%, è conseguente al minor consumo della società controllata turca.

4. Acqua

La maggior parte dei consumi idrici della capogruppo Bialetti Industrie S.p.A. si riferiscono al sistema idrico sanitario, mentre per gli impianti siti in Romania e Turchia il maggior prelievo idrico si riferisce al processo produttivo.

<i>metri cubi</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Consumi idrici	59.221	66.999	57.811

La riduzione dei consumi idrici del 2018 rispetto al 2017, pari all'11%, è conseguente a una riduzione del consumo idrico in Turchia per effetto del minor carico lavorativo degli impianti.

L'acqua scaricata in Italia converge direttamente in fognatura essendo prevalentemente di natura idrico sanitaria.

Per quanto riguarda i siti produttivi in Turchia e Romania, l'acqua utilizzata anche durante il processo produttivo, prima di essere scaricata in fognatura, viene trattata e depurata attraverso un depuratore, al fine di assicurare il rispetto dei limiti di legge.



<i>metri cubi</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Scarichi idrici	39.820	38.155	38.872

5. Emissioni in atmosfera

Le emissioni generate dall'attività produttiva sita in Coccaglio sono correlate all'impianto di caffè crudo e tostatura del caffè; si tratta di polveri ed emissioni di ossidi di azoto e carbonio organico totale prodotti dalla torrefazione del caffè.

Bialetti Industrie garantisce un controllo costante, almeno annuale, delle emissioni derivanti dagli impianti stessi e trasmette i relativi risultati alla Provincia di Brescia e al Comune di Coccaglio. I valori 2018 e 2017 di Bialetti sono risultati ampiamente al di sotto di tali limite di legge, come certificato da un ente terzo.

L'eventuale produzione di polveri derivante dal trasporto del caffè è gestita in modo efficiente grazie alle macchine attraverso cui il caffè transita, dotate tutte di aspirazione e filtro per la sedimentazione delle polveri, così come i silos di magazzino e di carico.

Nel gruppo Bialetti sono presenti pochissime apparecchiature (pompe di calore, impianti di condizionamento e impianti refrigeranti) che per il corretto funzionamento richiedono l'impiego di gas refrigeranti contenenti sostanze potenzialmente lesive per lo stato di azono (HCFC).

Tali impianti sono seguiti da ordinaria manutenzione affidata a ditte specializzate, nel 2018 e nel 2017 non sono registrate perdite di gas refrigerante.

<i>tonnellate di CO2</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Emissioni dirette	3.056	3.679	3.774

Le emissioni dirette, prodotte dai combustibili, si riferiscono agli impianti produttivi, al riscaldamento e alle percorrenze della flotta di auto aziendali. La riduzione delle emissioni rispetto al



2017 è correlata ai minori volumi produttivi delle società del gruppo, in conseguenza della situazione di tensione finanziaria descritta in Premessa.

<i>tonnellate di CO2</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Emissioni indirette	3.295	3.772	4.024

Le emissioni indirette da consumo energetico sono associate all'utilizzo di energia elettrica. La riduzione delle emissioni indirette rispetto al 2017 è conseguente ai minori livelli produttivi delle società del Gruppo.

Le emissioni di tonnellate CO2 equivalente indicate nella tabella sopra riportata - espresse in termini assoluti - fanno riferimento alla produzione di caffè in Coccaglio, di alluminio in Romania e pentole in Turchia.

I dati di cui sopra riguardano i siti produttivi in quanto in % sono quelli con maggiore incidenza sulla totalità dei consumi rispetto agli store i cui valori a confronto non sono rilevanti.







6. Rifiuti

Il Gruppo Bialetti è impegnato a sviluppare la gestione responsabile e sostenibile dei rifiuti durante tutto il loro ciclo di vita, al fine di ridurre al minimo gli impatti sulla salute e sull'ambiente, sviluppando così una economia circolare a beneficio dell'intera società.

La gestione dei rifiuti del gruppo è controllata in tutte le fasi, da quelle amministrative e quelle produttive, comprese quelle relative al trasporto e allo smaltimento.

Il Gruppo ha implementato varie procedure per migliorare la gestione dei rifiuti, quali l'identificazione delle diverse tipologie, la dislocazione negli stabilimenti e negli uffici di contenitori dedicati.



<i>Kg</i>	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016
Rifiuti	844.221	703.540	769.795

L'incremento dei rifiuti del 2018 rispetto al 2017 è conseguente al trasloco del sito produttivo turco avvenuto nel corso dei mesi di Gennaio e Febbraio 2018, una parte di rifiuti straordinari legati alla dismissione e chiusura del vecchio impianto produttivo e una parte di rifiuti straordinari legati all'apertura del nuovo stabilimento di produzione.

I dati relativi ai rifiuti si riferiscono a rifiuti non pericolosi dei siti produttivi di Italia e Romania e rappresentano scarti di produzione, rifiuti generati dalle attività amministrative e rifiuti solidi urbani.

Bialetti è costantemente impegnata nella riduzione della quantità di rifiuti generati attraverso l'ottimizzazione dei processi e la progressiva adozione di più efficaci modalità gestionali per la razionalizzazione delle aree di deposito temporaneo.





7. Trasporti e logistica

Le attività di logistica del Gruppo riguardano prevalentemente:

- la gestione delle materie prime e dei semilavorati (con attività di ricezione e movimentazione), finalizzata ad assicurare il rifornimento dei reparti produttivi;
- la gestione dello stoccaggio e del flusso interno dei prodotti finiti;
- la gestione dei flussi di prodotti finiti in uscita.

Il Gruppo ha ottimizzato la funzione della logistica grazie all'affidamento a un *partner* unico della cura delle attività di logistica in uscita (gestione dello stoccaggio e del flusso interno dei prodotti finiti; gestione flussi in uscita), al fine di assicurare flessibilità e capacità di adattamento alle richieste del mercato.

La gestione delle materie prime e dei semilavorati è invece svolta internamente dal Gruppo.

La gestione del magazzino dei prodotti finiti e dei relativi ordini è resa efficace anche attraverso la mappatura in radiofrequenza, che consente la piena tracciabilità degli articoli mediante codici a barre.





Sostenibilità sociale

1. Risorse Umane
2. Fornitori
3. Clienti e mercati serviti
4. Relazioni con il Mondo Accademico e la Comunità locale



1. Risorse Umane

L'impegno per le Risorse Umane

Il Gruppo Bialetti crede nel valore del capitale umano e si impegna nel creare e mantenere un ambiente di lavoro sano, orientato allo sviluppo delle conoscenze e competenze dei propri dipendenti.

Bialetti può affermare con sicurezza che le persone costituiscono il cuore dell'Azienda. Per questo motivo il Gruppo Bialetti ritiene fondamentale disporre di un organico preparato, capace di esprimere una professionalità e dare un valore aggiunto in grado di affrontare e vincere le nuove sfide imposte dal mercato. Il Gruppo Bialetti riconosce la centralità delle risorse umane e l'importanza di basare la collaborazione sui principi di trasparenza, lealtà e fiducia, applicando i comportamenti dettati dal proprio Codice Etico. Il gruppo attua una politica di gestione e sviluppo delle risorse umane che si fonda sul rispetto dei diritti dei lavoratori e sulla loro piena valorizzazione, incentivandone la crescita professionale e lo sviluppo della carriera. Persegue, per questo, la piena realizzazione professionale facendo leva su un sistema di gestione del personale integrato, costituito dai processi definiti nel piano strategico aziendale. L'azienda inoltre per il 2018 ha inserito dei sistemi premianti a breve e lungo termine sui risultati di gruppo per poter incentivare la partecipazione attiva e la passione all'attività lavorativa.

Raggiungere gli obiettivi strategici è un lavoro di squadra, che richiede il contributo di ogni singolo collaboratore.

Per poter coinvolgere e valorizzare al meglio le risorse a disposizione, sono state identificate un gruppo di competenze, che rappresentano la chiave del successo aziendale e che devono essere sviluppate dai collaboratori ad ogni livello e in tutte le funzioni.

Si tratta dei BTI, Bialetti Talent Indicators.



Il team Risorse Umane, quindi, si dedica alla risorsa più preziosa dell'Azienda, da cui derivano la creatività, l'innovazione, la qualità, in una parola l'eccellenza del Gruppo Bialetti: le Persone. Opera da vero e proprio partner di business affiancando i manager nella gestione dei processi più complessi e nelle sfide provenienti dal mercato.

Investe grandi energie nell'attrarre e valorizzare i migliori talenti, preparandoli ad affrontare l'evoluzione del mercato e a contribuire alle strategie del Gruppo.

Ricerca e seleziona nuove risorse, definendo iniziative di Employer Branding originali e attrattive ed utilizzando strumenti di Recruiting sempre attuali. Cura l'inserimento e lo sviluppo progressivo dei talenti, predisponendo percorsi di carriera ad hoc, implementando Training innovativi e definendo politiche di gestione del personale efficaci e competitive.

Offre un ambiente di lavoro sano e sicuro, meritocratico e stimolante dove le diversità sono valorizzate e dove ogni persona è messa nella condizione di meglio esprimere le proprie capacità, potenzialità e il proprio talento.

Il Codice Etico di Bialetti stabilisce che “le persone sono il fattore indispensabile per l'esistenza, lo sviluppo e il successo di ogni impresa. Bialetti, pertanto, pone particolare attenzione alla valorizzazione, alla tutela ed allo sviluppo delle capacità e delle competenze di tutti i propri dipendenti, affinché essi possano esprimere al massimo livello il proprio potenziale e la propria professionalità e, conseguentemente, contribuire al raggiungimento degli obiettivi del Gruppo nel rispetto degli impegni di responsabilità sociale e ambientale definiti dal management.

Bialetti offre a tutte le persone pari opportunità di lavoro, in funzione delle rispettive caratteristiche professionali e delle capacità di rendimento, senza alcuna discriminazione, condannando ogni comportamento delittuoso contro la personalità individuale ed impegnandosi ad adottare le misure di vigilanza più opportune a questo fine”.



Organico: caratteristiche dinamiche

Al 31 dicembre 2018 l'organico complessivo è costituito da 1.361 persone, di cui 1.128 risorse con contratto a tempo indeterminato, 211 risorse con contratto a tempo determinato e 22 risorse con contratto di apprendistato professionalizzante (1.586 persone al 31 dicembre 2017, di cui 1.334 risorse con contratto a tempo indeterminato, 233 risorse con contratto a tempo determinato e 19 risorse con contratto di apprendistato professionalizzante). La riduzione del personale è strettamente correlata all'andamento negativo generale, si è andati a effettuare una razionalizzazione delle risorse soprattutto all'interno dei punti vendita.

La forza lavoro al 31 dicembre 2018 è suddivisa tra Italia per il 65% ed estero per il 35%. La suddivisione interna ai singoli stati per % di forza lavoro è la seguente: Romania (50%), Turchia (20%), Francia (25%), Spagna, Austria e Cina (5%).

La categoria professionale che registra il maggior numero di dipendenti è quella degli impiegati, in linea con il modello di business di Bialetti caratterizzato negli ultimi anni un forte consolidamento dell'area retail (il 57% della popolazione aziendale è impiegata nei negozi monomarca Bialetti). Il costo del personale dell'anno 2018 è pari a 38,1 milioni di euro (37,9 milioni di euro nel 2017). L'incremento è correlato al processo di razionalizzazione della divisione retail iniziato nell'anno.

Dipendenti per genere e area geografica

Anno 2018	Uomo	Donna	Totale
Italia	176	709	885
Turchia	84	16	100
Romania	78	171	249
Francia	33	76	109
Spagna	2	6	8
Cina	4	1	5
Austria	2	3	5
Totale 2018	379	982	1.361

Anno 2017	Uomo	Donna	Totale
Italia	191	827	1.018
Turchia	117	21	138
Romania	95	167	262
Francia	45	84	129



Spagna	4	22	26
Cina	5	1	6
Austria	2	5	7
Totale 2017	459	1.127	1.586

Anno 2016	Uomo	Donna	Totale
Italia	193	792	985
Turchia	136	28	164
Romania	112	173	285
Francia	30	43	73
Spagna	5	22	27
Cina	5	2	7
Austria	0	0	0
Totale 2016	481	1.060	1.541



Principali indicatori	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016	Variazione% 2018/2017
Organico di Gruppo	1.361	1.586	1.541	-14%
Tempo indeterminato	1.128	1.334	1.355	-15%
Tempo determinato	211	233	170	-9%
Contratto di apprendistato (<i>D. Lgs 81/2015</i>)	22	19	16	16%
Presenza femminile nel Gruppo	982	1.127	1.060	-13%
Italia	709	827	792	-14%
Eestero	273	300	268	-9%
Tempo determinato	173	202	154	-14%
Tempo indeterminato	809	925	906	-13%
Organico per qualifica				
Dirigenti	15	25	19	-48%
Quadri	36	29	27	-10%
Impiegati	936	1.101	995	-14%
Operai	374	431	500	-13%
Organico per tipologia di contratto				
Contratto Metalmeccanico	526	580	641	-9%
Contratto terziario e commercio	830	1.000	893	-17%
China Labor Contract	5	6	7	-17%



Principali indicatori	Anno 2018	Anno 2017	Anno 2016	Variazione% 2018/2017
Turnover del personale				
Cessazioni	843	475	281	77%
Uomo	220	135	56	63%
Donna	623	340	225	83%
Fino a 30 anni	311	151	110	106%
30-50 anni	484	289	159	67%
Oltre 50 anni	48	35	12	37%
Italia	445	300	248	48%
Esteri	398	175	33	127%
Turnover del personale				
Assunzioni	618	520	515	19%
Uomo	135	113	95	19%
Donna	483	407	420	19%
Fino a 30 anni	303	242	260	25%
30-50 anni	287	271	246	6%
Oltre i 50 anni	28	7	9	300%
Italia	310	336	396	-8%
Esteri	308	184	119	67%
Risorse full time	633	723	772	-12%
% su totale organico	47%	46%	50%	
Risorse part time	728	863	769	-16%
% su totale organico	53%	54%	50%	



Diversità e pari opportunità

Il Codice Etico di Bialetti trova fondamento, tra l'altro, nel “principio dell'uguaglianza, intesa come volontà di garantire pari opportunità senza alcuna discriminazione basata sulle opinioni politiche, sindacali, religiose ovvero in base alla razza, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute e in genere qualsiasi caratteristica intima della persona umana in ottemperanza a quanto sancito dall'art. 3 della Costituzione”.

Bialetti, nel rispetto di tutte le leggi, regolamenti e politiche aziendali in vigore, si impegna a:

- selezionare, assumere, retribuire, formare e valutare le persone in base a criteri di merito, di competenza e professionalità, senza alcuna discriminazione politica, sindacale, religiosa, razziale, di lingua e di sesso come sancito dall'art. 3 della Costituzione;
- assicurare un ambiente di lavoro in cui i rapporti tra colleghi siano improntati alla lealtà, correttezza, collaborazione, rispetto reciproco e fiducia;
- offrire condizioni di lavoro adeguate dal punto di vista della sicurezza e della salute, nonché rispettose della personalità morale di tutti;
- contrastare qualsiasi forma d'intimidazione, ostilità, isolamento, indebita interferenza, condizionamento o molestia, di natura sessuale o di qualunque altro tipo o genere;
- garantire che, in una cornice di reciproci diritti e doveri, siano assicurate al lavoratore la possibilità di esprimere la propria personalità ed una ragionevole protezione della sua sfera di riservatezza nelle relazioni personali e professionali;
- intervenire in caso di atteggiamenti non conformi ai principi sopra esposti.

Genere

Al 31 dicembre 2018 le donne impiegate nel Gruppo sono 982, pari al 72% dell'organico (al 31 dicembre 2017: donne impiegate nel Gruppo n.1.127, pari al 71% dell'organico).

Nell'anno 2018 le donne impiegate nel gruppo rappresentano il 31% dei dirigenti, il 35% dei quadri, l'82% degli impiegati e il 53% degli operai (nell'anno 2017: le donne impiegate nel gruppo rappresentavano il 36% dei dirigenti, il 34% dei quadri, l'82% degli impiegati e il 47% degli operai).

Dipendenti per genere e qualifica

Anno 2018	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	10	5	15
Quadri	21	15	36
Impiegati	172	764	936
Operai	176	198	373
Totale 2018	379	982	1.361



Anno 2017	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	16	9	25
Quadri	19	10	29
Impiegati	196	905	1.101
Operai	228	203	431
Totale 2017	459	1.127	1.586

Anno 2016	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	13	6	19
Quadri	17	10	27
Impiegati	174	821	995
Operai	277	223	500
Totale 2016	481	1.060	1.541

Dipendenti per genere e area Geografica

Anno 2018	Uomo	Donna	Totale
Italia	176	709	885
Esteri	203	273	476
Totale 2018	379	982	1.361

Anno 2017	Uomo	Donna	Totale
Italia	191	827	1.018
Esteri	268	300	568
Totale 2017	459	1.127	1.586

Anno 2016	Uomo	Donna	Totale
Italia	193	792	985
Esteri	288	268	556
Totale 2016	481	1.060	1.541



Il rapporto del salario effettivo per l'anno 2018 tra donna e uomo per inquadramento è pari a 0,83. La tabella sottostante riporta la remunerazione tra donna e uomo all'interno delle categorie di inquadramento, relative alle società Bialetti Industrie S.p.A., Bialetti Store S.r.l. . Per quanto concerne le società estere non è stato possibile produrre il dato.

Qualifica	Rapporto remunerazione Donna/Uomo Anno 2018	Rapporto remunerazione Donna/Uomo Anno 2017	Rapporto remunerazione Donna/Uomo Anno 2016
Dirigenti	0,65	0,66	0,66
Quadri	1,03	0,95	0,97
Impiegati	0,78	0,70	0,70
Operai	0,86	0,82	0,80

Nel corso del 2018, il tasso di rientro medio, inteso come percentuale di dipendenti ancora in forza dopo 12 mesi dal rientro dal congedo parentale, è pari al 65% per l'Italia e al 100% per l'Estero (nel 2017 il tasso di rientro medio è stato del 100%). Tale dato, nel dettaglio, si riferisce alle società Bialetti Industrie SpA, Bialetti Store Srl a s.u. e CEM Bialetti (tale dato non include la società Bialetti Stainless Steel).

Società	Numero dipendenti in congedo parentale	Percentuale di rientro al lavoro
Anno 2018		
Bialetti Industrie S.p.A	3	100%
Bialetti Store S.r.l. a socio unico	145	65%
Cem Bialetti	3	100%
Anno 2017		
Bialetti Industrie S.p.A	7	100%
Bialetti Store S.r.l. a socio unico	118	100%
Cem Bialetti	4	100%
Anno 2016		
Bialetti Industrie S.p.A	7	100%
Bialetti Store S.r.l. a socio unico	74	100%
Cem Bialetti	4	100%



Età e anzianità aziendale

Nell'anno 2018, la maggioranza dei dipendenti (39%) del Gruppo Bialetti ha un'età compresa tra i 30 e i 40 anni, mentre il 27% ha un'età inclusa tra i 20 e i 30 anni. Ciò significa che oltre il 66% delle risorse ha un'età inferiore ai 40 anni, a dimostrazione del fatto che il Gruppo Bialetti investe con determinazione crescente nei giovani talenti.

Di seguito i dati nel dettaglio:

Fasce d'età	Percentuale anno 2018	Percentuale anno 2017	Percentuale anno 2016
20-29 anni	27%	32%	29%
30-39 anni	39%	44%	38%
40-49 anni	26%	20%	24%
50-60 anni	8%	4%	8%
Oltre i 60 anni	1%	0%	1%

Per quanto riguarda l'anzianità aziendale, nell'anno 2018 il 18% dei dipendenti è entrato in Azienda nel corso d'anno mentre il 21% delle risorse è nel Gruppo da più di 8 anni (nell'anno 2017 il 26% dei dipendenti era entrato in azienda nel corso d'anno, un dato direttamente correlato alla espansione del Gruppo nel mondo retail, mentre il 19% delle risorse era nel Gruppo da più di 8 anni).

Di seguito i dipendenti divisi per fasce relative all'anzianità aziendale:

Anzianità aziendale	Percentuale anno 2018	Percentuale anno 2017	Percentuale anno 2016
Meno di 1 anno	18%	26%	33%
1-2 anni	18%	18%	20%
2-4 anni	27%	23%	14%
4-8 anni	17%	14%	12%
Più di 8 anni	21%	19%	21%



Organico suddiviso per fasce d'età

Qualifica	Età dipendenti					Totale
	20-30 anni	30-40 anni	40-50 anni	50-60 anni	più di 60 anni	
Anno 2018						
Dirigenti	0	5	6	2	0	13
Quadri	0	7	14	5	0	26
Impiegati	300	417	187	41	4	949
Operai	52	111	150	57	3	373
Totale	352	540	357	105	7	1.361

Anno 2017						
Dirigenti	0	9	9	7	0	25
Quadri	0	9	16	4	0	29
Impiegati	396	498	172	35	0	1.101
Operai	117	173	120	21	0	431
Totale	513	689	317	67	0	1.586

Anno 2016						
Dirigenti	0	5	8	6	0	19
Quadri	1	10	13	3	0	27
Impiegati	379	430	153	32	1	995
Operai	76	140	192	78	14	500



Organico suddiviso per anzianità aziendale

Qualifica	Anzianità aziendale					Totale
	meno di 1 anno	1-2 anni	2-4 anni	4-8 anni	più di 8 anni	
Anno 2018						
Dirigenti	1	1	2	4	5	13
Quadri	1	3	8	4	10	26
Impiegati	203	166	304	154	122	949
Operai	37	66	60	65	145	373
Totale	242	236	374	227	282	1.361
Anno 2017						
Dirigenti	0	3	5	9	8	25
Quadri	3	6	5	7	8	29
Impiegati	327	238	293	140	103	1.101
Operai	85	48	60	62	176	431
Totale	415	295	363	218	295	1.586
Anno 2016						
Dirigenti	2	2	5	3	7	19
Quadri	5	4	3	7	8	27
Impiegati	377	249	142	124	103	995
Operai	125	56	70	47	202	500
Totale	509	311	220	181	320	1.541



Turnover

Nel corso del 2018 sono state assunte all'interno del Gruppo 618 persone. Il decremento in valore assoluto del personale (differenza complessiva tra assunzioni e dimissioni/licenziamenti) è esclusiva conseguenza della razionalizzazione della divisione retail iniziata nel corso dell'anno 2018 per fronteggiare la difficoltà economico finanziaria delle società del gruppo.

Il 79% delle persone assunte nel 2018 è rappresentato da persone di sesso femminile (78% nel 2017).

Nel corso dell'anno 2018, le persone che hanno lasciato il Gruppo sono state 843.

La seguente tabella contiene i dati circa assunzioni, cessazioni e turnover del triennio 2016-2018 ripartite tra Italia ed estero.

Società	Assunzioni	Cessazioni
Anno 2018		
Italia	312	445
Esteri	306	398
Totale	618	843
Anno 2017		
Italia	336	300
Esteri	184	175
Totale	520	475
Anno 2016		
Italia	396	248
Esteri	119	33
Totale	515	281

La seguente tabella contiene i dati circa le assunzioni del triennio 2016-2018, ripartite per genere ed età.



	Assunzioni			totale
	fino a 30 anni	30-50 anni	oltre 50 anni	
Anno 2018				
Uomo	76	55	4	135
Donna	227	232	24	483
Totale	303	287	28	618
Anno 2017				
Uomo	56	57	-	113
Donna	186	214	7	407
Totale	242	271	7	520
Anno 2016				
Uomo	53	42	2	97
Donna	207	204	7	418
Totale	260	246	9	515

La seguente tabella contiene i dati circa le cessazioni del triennio 2016-2018, ripartire per genere ed età.

	Cessazioni			totale
	fino a 30 anni	30-50 anni	oltre 50 anni	
Anno 2018				
Uomo	88	116	16	220
Donna	223	368	32	623
Totale	311	484	48	843
Anno 2017				
Uomo	34	80	21	135
Donna	117	209	14	340
Totale	151	289	35	475
Anno 2016				
Uomo	12	41	7	60
Donna	98	118	5	221
Totale	110	159	12	281



Organico appartenente a categorie protette

Al 31 dicembre 2018, l'organico appartenente a categorie protette del Gruppo Bialetti è pari a 30 dipendenti (incremento del 3,4% rispetto al 2017), come rappresentato in tabella.

Categorie protette	Uomo	Donna	Totale
Anno 2018			
Bialetti Store S.r.l. a socio unico	1	16	17
Bialetti Industrie S.p.A.	6	5	11
Cem Bialetti	2	0	2
Totale	9	21	30
Anno 2017			
Bialetti Store S.r.l. a socio unico	2	12	14
Bialetti Industrie S.p.A.	5	6	11
Cem Bialetti	4	0	4
Totale	11	18	29
Anno 2016			
Bialetti Store S.r.l. a socio unico	1	7	8
Bialetti Industrie S.p.A.	6	6	12
Cem Bialetti	5	0	5
Totale	12	13	25



Formazione

La formazione svolge un ruolo chiave nel processo di valorizzazione delle persone. È infatti un importante strumento per sviluppare e consolidare le competenze individuali e al tempo stesso per diffondere i valori e la strategia del Gruppo.

Nell'anno 2018, per le realtà italiane di Bialetti Industrie S.p.A. e Bialetti Store S.r.l. a s.u. sono state complessivamente erogate 1.963 ore di formazione e addestramento, con il coinvolgimento di 618 partecipanti e con un investimento di 13.799 euro.

Circa il 30% delle ore di formazione erogate corrisponde a formazione obbligatoria in materia di Salute, Sicurezza e ambiente, mentre il restante 70% si è concentrato a rispondere ad esigenze formative ad hoc. In particolare, la parte più rilevante si è focalizzata sulle seguenti attività:

- Sviluppare le competenze tecniche sul prodotto Caffè e Macchine Caffè Espresso;
- Continuare la formazione sulle tecniche di vendita nell'ambito del progetto Academy di Bialetti Store;
- Concludere il piano formativo e informativo previsto dal D.Lgs. 231/2001 per il personale di Bialetti Store. La formazione è stata erogata in modalità e-learning per Responsabili dei Punti Vendita che, a sua volta, hanno trasmesso le informazioni ai collaboratori (Addetti alla Vendita).

ore formazione	anno 2018	anno 2017	anno 2016
Formazione generale specifica HACCP, ASPP-RSPP	592	7.572	-
Formazione commerciale	9	-	-
Formazione Tecnica Prodotto	482	-	-
Formazione Trasversale Apprendistato	440	-	-
Lingue straniere	19	744	561
Formazione call center	-	384	-
Formazione obbligatoria	-	476	280
Academy Bialetti Store	98	3.351	4.626
Primo soccorso, antincendio, HACCP	-	-	3.886
D. Lgs 231/2001	323	-	199



I dipendenti coinvolti in attività formative nell'anno 2018 sono stati per il 96,5% impiegati 91% nel 2017) per lo 0,4% quadri (3% nel 2017) e per il 3,1% apprendisti impiegati. Nel 2017 sono stati coinvolti nella formazione anche il 4% degli operai che nel 2018 non sono stati interessati ad attività formative.

numero ore	Uomo	Donna	Totale
Anno 2018			
Dirigenti	0	0	0
Quadri	3	2	5
Impiegati	85	514	599
Operai	4	10	14
Totale	92	526	618

Anno 2017

Dirigenti	28	79	107
Quadri	282	127	408
Impiegati	2.086	9.382	11.468
Operai	149	396	545
Totale	2.544	9.983	12.527

Anno 2016

Dirigenti	65	77	142
Quadri	231	140	371
Impiegati	1.877	6.995	8.872
Operai	110	57	167
Totale	2.283	7.269	9.552



Academy Bialetti Store

Academy Bialetti Store, nata nel 2016, è una “accademia di formazione interna” rivolta agli Area Manager e ai responsabili dei punti vendita monomarca Bialetti.

La finalità dell’iniziativa è quella di migliorare l’immagine percepita del Brand, la qualità del servizio offerto ai clienti e i risultati di business, oltre che accrescere il senso di appartenenza all’Azienda.

Nello specifico, Academy Bialetti Store punta al potenziamento delle capacità gestionali, di leadership, di *people management* e di vendita.

A tale scopo è stato costituito in una prima fase un gruppo di formatori interni con il supporto di una società esterna di consulenza specializzata ed è stato redatto il Manuale di Vendita Bialetti consegnato a tutti gli addetti alla vendita.

Nel 2017 sono stati coinvolti 220 addetti per un totale di 3.351 ore di formazione.

Nel 2018 il progetto si è focalizzato sulla formazione sul Manuale di vendita e sulle tecniche di vendita dedicata al personale di nuovo inserimento presso i negozi monomarca.

Salute e sicurezza sul lavoro

Il Codice Etico di Bialetti stabilisce che la società “crede che la piena compatibilità delle proprie attività con la salute, la sicurezza dei lavoratori, il territorio, le risorse naturali e l’ambiente circostante costituisca condizione primaria sia per l’accettabilità dei propri impianti e delle proprie attività operative sia per il raggiungimento dei propri obiettivi di sviluppo.

Bialetti pertanto si impegna costantemente affinché l’operatività aziendale di tutte le Società del Gruppo si svolga nel totale rispetto della salute, della sicurezza dei dipendenti e dei terzi, nonché dell’ambiente inteso nel senso più ampio, considerando con attenzione tali fattori sin dalla predisposizione dei budget operativi e degli investimenti, annuali e pluriennali e promuovendo l’adozione di tecnologie volte alla salvaguardia ambientale ed all’efficienza energetica.

Bialetti nel suo essere impresa socialmente responsabile vuole:

- porre al primo posto tra le proprie priorità la sicurezza, la tutela della salute delle persone, il rispetto dell’ambiente e delle risorse naturali ed avere su questi argomenti un dialogo continuo, franco e costruttivo con i propri interlocutori;



- rispettare la legislazione vigente, eventualmente integrandola anche con proprie normative interne ove necessario e/od opportuno, ovunque eserciti delle attività ed a qualunque livello di responsabilità;
- impegnarsi perché le persone sviluppino la cultura della sicurezza, tramite formazione, informazione, dialogo ed un impegno responsabile e continuo in cui leadership ed esempio del management mirino all'eccellenza;
- privilegiare, nella scelta dei propri partner, soggetti che operino secondo i medesimi principi;
- promuovere ed attuare ogni ragionevole iniziativa finalizzata a minimizzare i rischi ed a rimuovere le cause che possano mettere a repentaglio la sicurezza e la salute di tutte le persone presenti nel territorio ove sono situate le proprie realtà operative;
- sviluppare una continua opera di informazione, sensibilizzazione e formazione affinché i principi di tutela della salute, della sicurezza e dell'ambiente si consolidino a tutti i livelli aziendali quale patrimonio condiviso.”

La tabella seguente contiene i dati infortunistici di Bialetti Industrie, Bialetti Store e CEM Bialetti. Relativamente al tasso di assenteismo, è esclusa la società Bialetti Stainless Steel.

Negli anni 2018, 2017 e 2016 non ci sono stati decessi.

indici infortunistici di Gruppo	anno 2018	anno 2017	anno 2016
Indice di infortuni Gruppo ¹	18,91	11,98	17,52
Indice frequenza infortuni Gruppo ²	2,09	2,64	3,89
Indice frequenza infortuni Gruppo ³	10,49	13,20	19,46
Indice giornate di lavoro perse ⁴	45,11	35,16	60,06
Tasso assenteismo Gruppo ⁵	15.093,87	13.108,47	13.516,79
Numero infortuni sul lavoro Gruppo ⁶	26	19,00	27,00

(1) Rapporto tra il numero di infortuni e il numero totale dei dipendenti moltiplicata per 1.000

(2) Rapporto tra il numero di infortuni con astensione dal lavoro e le ore lavorate nell'anno, moltiplicato per 200.000 (50 settimane lavorative per 40 ore per 100 dipendenti (Fonte ILO, come richiesto da GRI). Utilizzando tale fattore il tasso è correlato al numero di impiegati e non al totale delle ore.



(3) Per agevolare il confronto con altre fonti, si riporta un secondo indice di frequenza infortuni calcolato utilizzando un fattore di moltiplicazione pari a 1.000.000.

(4) Rapporto tra le giornate non lavorate per infortunio e le ore lavorate nell'anno, moltiplicato per 200.000 (Fonte ILO come richiesto dalle linee guida GRI).

(5) Rapporto tra il totale delle ore effettive di malattia, infortunio, sciopero e assenze non retribuite e il totale delle ore lavorative, moltiplicato per il coefficiente 200.000 (Fonte ILO come richiesto dalle linee guida GRI).

(6) Sono considerate tutte le tipologie di infortunio, anche quelli non gravi che non comportano assenza prolungata da lavoro.

n. di infortuni	Uomo	Donna	Totale
Anno 2018			
Italia	2	10	12
Estero	8	6	14
Totale	10	16	26

Anno 2017			
Italia	1	11	12
Estero	4	3	7
Totale	5	14	19

Anno 2016			
Italia	3	10	13
Estero	14	-	14
Totale	17	10	27

Ore di Malattia

numero ore di malattia	Italia	Estero	Totale
Anno 2018			
Dirigenti	572	0	572
Quadri	160	0	160
Impiegati	23.126	4.265	27.391
Operai	3.015	19.139	22.154
Totale	26.873	23.404	50.277



Anno 2017

Dirigenti	24	45	69
Quadri	216	-	216
Impiegati	16.710	263	16.973
Operai	1.197	6.780	7.977
Totale	18.147	7.088	25.235

Anno 2016

Dirigenti	45	-	45
Quadri	304	-	304
Impiegati	12.465	1.176	13.641
Operai	2.215	20.248	22.463
Totale	15.029	21.424	36.453

numero ore malattia	Uomo	Donna	Totale
----------------------------	-------------	--------------	---------------

Anno 2018

Italia	5.915	20.965	26.880
Esteri	5.637	17.767	23.404
Totale	11.552	38.732	50.284

Anno 2017

Italia	2.174	15.973	18.147
Esteri	5.760	1.328	7.088
Totale	7.934	17.301	25.235

Anno 2016

Italia	2.970	12.054	15.024
Esteri	6.536	14.888	21.424
Totale	9.506	26.942	36.448



Sistema retributivo e di incentivazione

Il sistema premiante è diviso in Short Term Incentive Plan e Long Term Incentive Plan.

Con riferimento all'esercizio 2018 il Consiglio di Amministrazione del 27 aprile 2018, su proposta del Comitato per la Remunerazione riunitosi in pari data, ha approvato lo STI per l'esercizio 2018, dandone successivamente comunicazione ai dipendenti destinatari. In particolare, il STI 2018 prevedeva l'attribuzione di un compenso variabile subordinatamente al raggiungimento di un obiettivo di Ebitda consolidato di Gruppo per l'esercizio 2018. In data 5 aprile 2019 il Consiglio di Amministrazione, nel contesto dell'approvazione del progetto di bilancio di esercizio e del bilancio consolidato al 31 dicembre 2018, ha verificato il mancato raggiungimento dell'obiettivo di Ebitda consolidato di Gruppo per il 2018 e, su proposta del Comitato per la Remunerazione riunitosi in pari data, ha pertanto deliberato di non erogare gli incentivi variabili di cui allo STI 2018.

Per l'anno 2019 il sistema premiante prevede sempre un Gate di sistema pari all'Ebitda consolidato di Gruppo. Al raggiungimento di tale Ebitda i dipendenti possono ricevere il 100% del loro premio; nel caso in cui l'Ebitda di Gruppo non venga raggiunto i dipendenti possono concorrere al 50% del loro premio al raggiungimento degli obiettivi individuali.

Per quanto riguarda il LTI, si è concluso con l'approvazione del progetto di bilancio di Bialetti al 31 dicembre 2017 quello relativo al periodo 2014-2017, per il quale il Consiglio di Amministrazione del 27 aprile 2018 ha verificato il mancato raggiungimento degli obiettivi previsti dal piano per il 2017 e, pertanto, ha deliberato di non attribuire alcun premio per l'anno in considerazione.

Con le retribuzioni del mese di aprile 2018 è stato erogato il saldo di quanto maturato per il periodo 2014-2016 (50% per il Direttore Generale e 62,5% per il Group Chief Financial Officer).

E' in fase di studio l'adozione di un nuovo piano di incentivazione a lungo termine in favore dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche legato al raggiungimento dei obiettivi di cui al piano industriale del Gruppo per il periodo 2018 – 2023. All'interno di questo sistema è stato approvato un piano di retention per garantire la stabilità dell'assetto strategico aziendale. Il piano di retention prevede l'erogazione di una quota fissa nel mese di giugno 2021 a condizione che i dirigenti siano in forza e non dimissionari al 31 maggio 2021. I destinatari di tale piano non parteciperanno ai sistemi STI per tutto il periodo 2018 – 2023.

Per un'informativa più dettagliata si rinvia alla Relazione sulla Remunerazione degli anni 2018, 2017 e 2016 disponibili sul sito www.bialettigroup.com, sezione Investor Relations, Corporate Governance.



2. Fornitori

Il Gruppo pianifica a livello centrale il fabbisogno di materie prime, materiali e servizi e le relative necessità di approvvigionamento, che vengono canalizzate attraverso l'ufficio acquisti. Il Gruppo attribuisce una significativa importanza alla pianificazione e gestione degli acquisti, sia per quanto riguarda la selezione dei fornitori di materie prime, semilavorati e prodotti finiti e l'ottenimento delle migliori condizioni sul mercato nazionale ed internazionale, in termini economici e in termini di qualità dei prodotti, sia come momento fondamentale del processo produttivo per mantenere i parametri di qualità e di eccellenza che contraddistinguono i prodotti del Gruppo.

Il Gruppo affida a fornitori esterni con i quali intrattiene rapporti consolidati: *(i)* alcune fasi della produzione degli strumenti da cottura in alluminio (es.: finitura), per soddisfare eventuali picchi di domanda; *(ii)* alcune fasi della produzione delle caffettiere in alluminio che necessitano di particolare specializzazione (es.: smerigliatura, brillantatura e verniciatura). La produzione di una parte degli strumenti da cottura e delle caffettiere in acciaio inox, caffettiere elettriche e macchine espresso viene affidata a fornitori localizzati sui mercati asiatici.

Bialetti Industrie attua una politica di determinazione del parco fornitori in accordo con il proprio codice etico.

Bialetti considera i propri fornitori una primaria fonte di successo competitivo; nello specifico il rapporto con i fornitori deve essere ispirato ai principi di legalità, correttezza, trasparenza e imparzialità sostenibilità, integrità e riservatezza.

In linea con i principi suindicati, Bialetti si avvale di meccanismi di scelta dei fornitori volti a garantire pari opportunità ad ognuno di essi, attraverso l'impiego di criteri di valutazione ispirati ai principi anzidetti.

Nell'ambito della gestione dei processi di acquisto viene richiesto di:



- indirizzare verso il miglior interesse del Gruppo un'oggettiva attività di selezione e qualifica tecnica, finanziaria, organizzativa ed etica dei potenziali fornitori;
- prevedere e stimolare regolari attività di controllo sulla qualità dei beni e servizi acquistati e sui tempi di consegna;
- gestire con correttezza gli eventuali casi di non conformità dei beni e/o servizi ricevuti rispetto agli standard contrattuali, ed in generale i casi di mancato rispetto degli obblighi contrattuali da parte dei fornitori;
- richiedere a tutti i fornitori il rispetto di tutte le normative di volta in volta specificamente rilevanti, con particolare riferimento al tema della sicurezza e della tutela ambientale;
- richiedere a tutti i fornitori di attenersi ai principi del Codice Etico, segnalando qualsiasi comportamento di un fornitore che appaia contrario con esso.

3. Clienti e mercati serviti

L'organizzazione distributiva del Gruppo si sviluppa attraverso una struttura interna e una rete esterna di agenti e intermediari ed è volta a consentire al Gruppo di consolidare i rapporti con i principali clienti nei diversi canali di vendita al pubblico dei consumatori (Canale *Retail*, grande distribuzione organizzata, negozi al dettaglio, negozi specializzati) e nei principali mercati geografici nei quali il Gruppo compete: Italia, Europa, Nord-America ed Estremo Oriente.

In Italia, il Gruppo distribuisce i propri prodotti attraverso i seguenti canali di vendita, indicati in ordine di rilevanza: (i) il canale dei negozi al dettaglio, che comprende anche i negozi monomarca gestiti direttamente dal Gruppo del Canale *Retail*, (ii) il canale della grande distribuzione organizzata; (iii) il Canale promozionale; (iv) il Canale dei grossisti e il Canale dei mercatoni; e (v) una serie altri canali minori che comprendono la distribuzione specializzata, i centri assistenza, il canale *e-commerce*.

Ai normali canali di vendita sul territorio, si sono affiancate le attività di *customer service* e di *e-commerce* attraverso la piattaforma *internet*. Tramite il sito *bialettishop.it* Bialetti è in grado di gestire le vendite *online* dei prodotti del Gruppo.

Il Gruppo presta attività di assistenza post-vendita, svolta internamente mediante una struttura che si avvale di una rete di centri di assistenza esterni dislocati su tutto il territorio nazionale.

L'attività di *marketing* consente di comunicare sul mercato i valori espressi dai marchi del Gruppo. Nel rispetto delle diversità di ciascun marchio, il Gruppo svolge a livello centralizzato (i) le attività a significativo contenuto strategico, quali la messa a punto di modelli e strumenti di *marketing*, nonché



(ii) le principali attività generatrici di efficienza in termini di riduzione dei costi, quali l'acquisto di spazi pubblicitari o il coordinamento della presenza del Gruppo alle fiere nazionali e internazionali di settore.

Il Gruppo opera attraverso una struttura flessibile che si avvale di un ufficio interno e della collaborazione di società esterne specializzate nella consulenza *marketing* e di comunicazione.

In particolare il Gruppo opera attraverso:

- comunicazione pubblicitaria con campagne stampa televisive e su carta stampata;
- fiere di settore legate al mondo della casa (es: Homi – Milano; Ambiente - Francoforte; *International Home and Houseware Show* - Chicago);
- attività promozionali rivolte sia ai clienti del Gruppo sia ai consumatori (es: promozione sul punto vendita);
- attività di relazioni pubbliche e ufficio stampa, di prodotto e istituzionale.

L'attenzione del gruppo alle richieste e ai gusti dei consumatori, spinge ogni anno Bialetti a offrire nuove miscele di caffè in grado di soddisfare gusti differenti; un vero e proprio viaggio sensoriale attraverso le eccellenze dell'espresso all'italiana in cui ciascuno può ritrovare il gusto e l'aroma che più gli appartengono.

Nella tabella che segue viene evidenziata la ripartizione per area geografica della voce "Ricavi".

Si segnala che la rilevante riduzione in tutti i paesi e canali di distribuzione è conseguente alla generale contrazione dei consumi registratasi sul mercato interno ed estero nonché alla situazione di tensione finanziaria che ha determinato ritardi nell'approvvigionamento, nella produzione e nelle consegne di prodotti destinati alla vendita sia nel canale retail che nel canale tradizionale, lasciando invariati significativi quantitativi di ordini di vendita già acquisiti in quest'ultimo canale

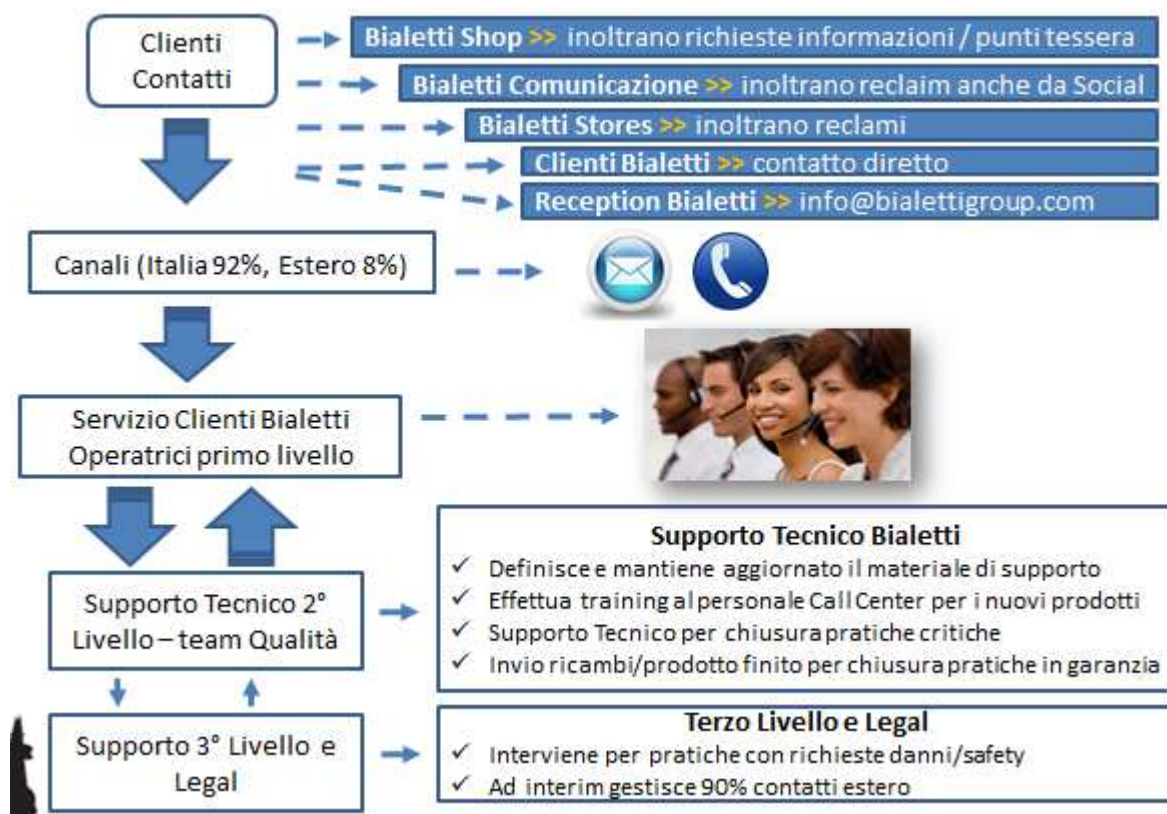
FATTURATO DEL GRUPPO PER AREA GEOGRAFICA

<i>(milioni di Euro)</i>	Esercizio chiuso al 31 dicembre		Variazione	Variazione
	2018	2017	Assoluta	%
Italia	100,8	122,7	(21,9)	(17,8%)
Europa	16,2	33,5	(17,4)	(51,8%)
Nord America	4,8	4,8	0,0	0,1%
Resto del mondo	4,5	6,0	(1,5)	(25,1%)
Totale Ricavi	126,3	167,0	(40,8)	(24,4%)



Il customer service

E' proseguito nel 2018 il processo che Bialetti Industrie ha intrapreso nel 2017 della strada di internalizzare il Call Center con l'obiettivo di presidiare direttamente il rapporto con i clienti. La focalizzazione del team di lavoro, sotto la Direzione Qualità, ha permesso una costruzione di una mappa delle chiamate a cui far corrispondere in maniera efficiente ed efficace la posizione dell'azienda nell'ottica dell'unico obiettivo: la soddisfazione del cliente finale.



Le richieste di informazioni e le eventuali lamentele provenienti dai consumatori e dai clienti sono inoltre gestite in modo personalizzato e approfondito: tramite un processo di categorizzazione dei reclami, le problematiche sono verificate in collaborazione con la Direzione Qualità, così da dare al consumatore e al cliente risposte esaustive e puntuali.



Tipologia di contatto	anno 2018	anno 2017	anno 2016
Telefonate ricevute	3.869	20.102	31.923
Mail ricevute	9.963	31.768	30.963
Moderazione tecnica social network	970	---	---
Totale contatti	14.802	51.870	62.886



4. Mondo accademico e comunità locali

Bialetti Industrie collabora da anni con Università e Centri di Ricerca. L'obiettivo dell'innovazione continua passa anche attraverso studi congiunti con centri di eccellenza sul territorio nazionale.

I progetti affrontati nel corso degli anni 2018 e 2017 si focalizzano su tematiche relative a:

- Efficienza energetica dei prodotti
- Salute e benessere del consumatore

In particolare le università con cui collabora Bialetti sono:

Università di Brescia: progetti incentrati sulle abitudini alimentari delle differenti tipologia di consumatori per la migliore ottimizzazione funzionale di alcuni apparecchi.

Politecnico di Torino: collaborazione nella determinazione di sistemi energetici ottimizzati in termini di fonti di calore.



Politecnico di Milano: studi di materiali e analisi di valutazione di processi industriali per l'ottimizzazione degli stessi.

Università di Palermo: collaborazione relativa (i) ad uno studio nutraceutico di determinati composti biofunzionali ottenuti da agrumi di Sicilia finalizzata a realizzare una nuova linea di tisane in capsule Bialetti arricchite di composti salutistici validati dall'Università di Palermo e (ii) allo studio di nuovi materiali biodegradabili e/o compostabili per ridurre l'impatto ambientale legato allo smaltimento delle capsule tradizionali.



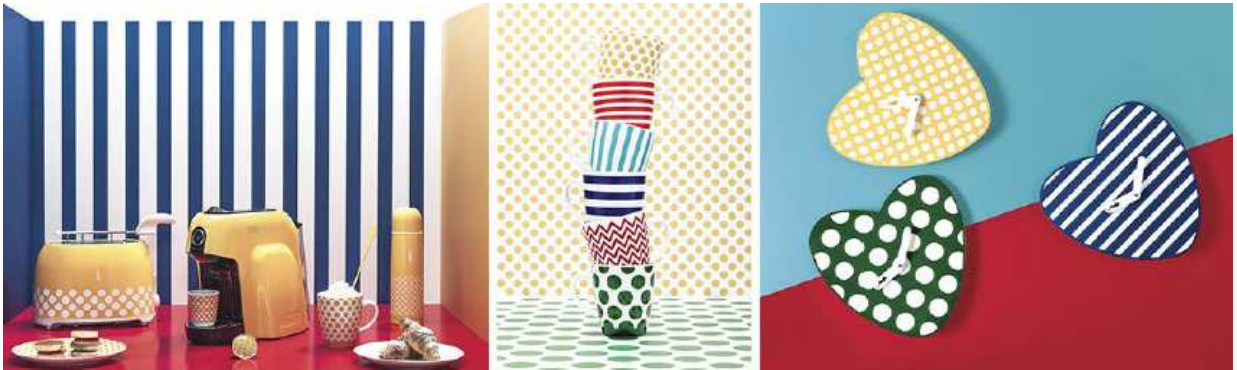
I progetti con gli studenti

Il Gruppo Bialetti collabora con le migliori Università e *Business School* con le quali ha rapporti consolidati, offrendo la possibilità di percorsi di stage per studenti o neolaureati, sviluppo di progetti, partecipazione a gruppi di lavoro e visite presso le sedi operative.

Gli stage curriculari durante l'anno 2018 sono stati n. 3 ed hanno riguardato l'inserimento di studenti nelle seguenti aree: Information Technology, Graphic Design e Sales (rispetto a n.1 nel 2017).

Nel 2018 sono stati inseriti n. 5 neo-laureati tramite stage extra-curriculari nelle seguenti aree: Research & Development, Finance, Human Resources, Supply Chain.





Appendice

1. Glossario
2. Carta degli Impegni per la Sostenibilità
3. GRI Content Index
4. Attestazione di Conformità
5. Contatti



1. Glossario

Si riporta di seguito un elenco dei termini tecnici utilizzati all'interno del Bilancio di Sostenibilità. Tali termini, salvo diversamente specificato, hanno il significato di seguito indicato.

Canale *Retail*

Canale di vendita costituito dai negozi monomarca, distribuiti sul territorio italiano, gestiti direttamente dal Gruppo tramite Bialetti Store e operativi all'interno di centri commerciali, *outlet* e nei centri città.

Cookware

Insieme degli strumenti di cottura e degli accessori da cucina realizzato con differenti materiali (plastica, ceramica, vetro, legno, porcellana e metallo).

EBITDA

Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. L'EBITDA è definito come utile netto dell'esercizio al lordo degli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali ed immateriali, dei proventi e perdite da società collegate, dei proventi e degli oneri finanziari e delle imposte. L'EBITDA è una misura definita ed utilizzata dal Gruppo per monitorare e valutare l'andamento operativo del Gruppo, ma non è definita nell'ambito dagli IFRS; pertanto non deve essere considerata una misura alternativa per la valutazione dell'andamento del risultato operativo del Gruppo. La Società ritiene che l'EBITDA sia un importante parametro per la misurazione della *performance* del Gruppo in quanto permette di analizzare la marginalità dello stesso eliminando gli effetti derivanti dalla volatilità originata dalle politiche di ammortamento e da elementi economici non ricorrenti. Poiché l'EBITDA non è una misura la cui determinazione è regolamentata dai principi contabili di



riferimento per la predisposizione dei bilanci consolidati del Gruppo, il criterio applicato per la determinazione dell'EBITDA potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi, e pertanto potrebbe non essere comparabile.

Grande distribuzione organizzata	Canale di vendita al pubblico dei consumatori rappresentato dalla c.d. distribuzione moderna, che si caratterizza per le grandi superfici di vendita (es.: ipermercati e supermercati). Si tratta di un canale che si posiziona nella fascia media di mercato.
<i>Houseware</i>	Insieme dell'oggettistica per la casa realizzata con differenti materiali (plastica, ceramica, vetro, legno, porcellana e metallo), che comprende, in particolare, gli strumenti da cottura, le caffettiere non elettriche e gli accessori da cucina.
<i>'made in Italy di qualità'</i>	Caratterizzazione dei marchi che contraddistinguono prodotti concepiti e prevalentemente realizzati in Italia, che coniugano la costante spinta all'innovazione con la specializzazione produttiva del territorio.
Macchine a sistema aperto	Macchine Espresso per la preparazione di caffè in cui è possibile utilizzare la capsula di caffè "I Caffè d'Italia" a marchio <i>Bialetti</i> o il caffè in polvere di qualsiasi produttore.
Macchine a sistema chiuso	Macchine Espresso per la preparazione di caffè in cui è possibile utilizzare solamente la capsula di caffè "I Caffè d'Italia" a marchio <i>Bialetti</i> .
<i>Mondo Caffè</i>	<i>Business unit</i> del Gruppo che comprende le attività di produzione e commercializzazione di prodotti correlati alla preparazione del caffè (<i>moka</i> , caffettiere elettriche e non, macchine per espresso, caffè porzionato in capsule o in polvere, oltre che tè e infusi in capsule).



<i>Mondo Casa</i>	<i>Business unit</i> del Gruppo che comprende le attività di produzione e commercializzazione di strumenti da cottura, accessori da cucina e piccoli elettrodomestici.
Negozi al dettaglio	Canale di vendita al pubblico dei consumatori rappresentato da piccoli negozi di casalinghi non specializzati e caratterizzato da un assortimento limitato (es.: bazar). Si tratta di un canale che si posiziona nella fascia medio-bassa di mercato.
Negozi specializzati	Canale di vendita al pubblico dei consumatori rappresentato da catene di negozi monomarca e di negozi multimarca che si caratterizzano per l'ampio assortimento. Tra i negozi multimarca si distinguono: i c.d. <i>department store</i> ; le catene di negozi specializzati nel settore e i negozi indipendenti specializzati in articoli per la lista nozze e la casa. Si tratta di un canale che si posiziona nella fascia alta/medio-alta di mercato.
PED	Insieme dei piccoli elettrodomestici, incluse tutte le tipologie di caffettiere elettriche (tipo <i>moka</i> o espresso).
Prodotto icona	Prodotto che, all'interno del portafoglio prodotti del Gruppo, è ritenuto dalla Società identificativo delle qualità del marchio che contraddistinguono tale prodotto.
Referenza	Articolo individuato singolarmente a catalogo.
<i>Restyling</i>	Miglioramento dell'estetica e dell'immagine di prodotto.
<i>Retail</i>	Attività di vendita al dettaglio.



2. Carta degli Impegni per la Sostenibilità

Il management aveva definito un piano di implementazione di azioni e obiettivi da realizzarsi entro il 2018 al fine rendere l'azione del gruppo sempre più efficace al fine di massimizzare i risultati positivi delle azioni sulla società e l'ambiente.

In considerazioni della situazione in cui il Gruppo si è trovato ad operare, così come meglio illustrata in Premessa, si è ritenuto necessario prendere atto delle azioni e obiettivi non implementati e di ridefinire gli impegni per l'anno 2019, come da tabella seguente:

Area	Obiettivi / Azioni	Scadenza
<i>Governance</i>	Approvazione Carta dei Valori	Scadenza originaria: 2018 Azione non implementata e valutata non prioritaria per il 2019
	Istituzione Network per la Sostenibilità	Scadenza originaria: 2018 Azione non implementata e valutata non prioritaria per il 2019
	Aggiornamento Modello Organizzativo 231 di Bialetti Store	Scadenza originaria: 2018 Azione non implementata e riprogrammata per il 2019
	Implementazione policy e modello di gestione whistleblowing	Scadenza originaria: 2018 Azione non implementata e riprogrammata per il 2019
	Adeguamento normativa privacy	Scadenza originaria: 2018 Azione implementata
<i>Stakeholder Engagement</i>	Implementazione strumenti di engagement per le diverse categorie di stakeholder	Scadenza originaria: 2018 Azione non implementata e riprogrammata per il 2019



3. GRI Content Index

La tabella seguente riporta l'elenco dei contenuti previsti dai GRI Standards, rendicontati nella presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.

In particolare è riportato il riferimento al titolo del paragrafo in cui è trattato il singolo GRI all'interno della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ove viene fornita, oppure – nel caso di informazione non contenuta nel corpo del testo - è riportata la descrizione qualitativa e/o quantitativa dell'indicatore stesso, o la motivazione dell'assenza dell'informazione relativa.

Con riferimento alle "Specific Standard Disclosures" in ragione delle problematiche interne più volte riportate all'interno del documento e dettagliate in premessa, nel corso del 2018 non è stato possibile raccogliere alcuna informazione che potesse andare a dare una puntuale rappresentazione dei Seguenti GRI:

200 - Economics Topics

GRI 201.2; GRI 201.3; GRI 201.4; GRI 202.2; GRI 203.2; GRI 205.1; GRI 205.3; GRI 301.2; GRI 301.3

200 - Environmental Topics

GRI 302.2; GRI 302.4; GRI 302.5; GRI 303.2; GRI 303.3; GRI 303.4; GRI 303.5; GRI 304.1; GRI 304.2; GRI 304.3; GRI 304.4; GRI 305.4; GRI 305.5; GRI 305.7.

Si precisa in ogni caso che in merito i temi del GRI 201.4 la società non ha ricevuto finanziamenti dalla PA; e in merito i temi del GRI 205.3 che non si sono verificati episodi di corruzione, con conseguenti azioni di contrasto da parte della società.



UNIVERSAL STANDARD

Universal standards	Paragrafo di riferimento o descrizione
<i>GRI 102: General Disclosures</i>	
<i>102-1: Name of the organization</i>	Si rimanda al paragrafo “Perimetro di rendicontazione”
<i>102-2: Activities, brands, products and services</i>	Si rimanda al paragrafo “Prodotti e Marchi”
<i>102-3: Location of headquarters</i>	Si rimanda al paragrafo “Perimetro di rendicontazione”
<i>102-4: Location of operation</i>	Si rimanda al paragrafo “Perimetro di rendicontazione”
<i>102-5: Ownership and legal form</i>	Si rimanda al paragrafo “Struttura del gruppo e assetto azionario”
<i>102-6: Markets served</i>	Si rimanda al paragrafo “Vendite” e “Clienti e mercati serviti”
<i>102-7: Scale of the organization</i>	Si rimanda ai paragrafi: “L’andamento economico finanziario del Gruppo Bialetti”, “Organico: caratteristiche e dinamiche” e “Prodotti e Marchi”
<i>102-8: Information on employees and other workers</i>	Si rimanda al paragrafo “Organico: caratteristiche e dinamiche”
<i>102-9: Supply chain</i>	Si rimanda al paragrafo “Fornitori”
<i>102-10: Significant changes to the organization and its supply chain</i>	Si rimanda al paragrafo “Premessa”
<i>102-11: Precautionary Principle or approach</i>	Si rimanda al paragrafo “L’impegno per l’ambiente”
<i>102-12: External initiative</i>	Non presente
<i>102-13: Membership of associations</i>	Si rimanda al paragrafo “Gli stakeholder del Gruppo Bialetti: principali canali di ascolto e strumenti di comunicazione”
<i>102-14: Statement from senior decision maker</i>	Si rimanda alla “Lettera del Presidente”



<i>102-16: Values, principles, standards, and norm of behaviour</i>	Si rimanda al paragrafo “Strategia per la sostenibilità”
<i>102-18: Governance structure</i>	Si rimanda al paragrafo “Governance e gestione dei rischi”
<i>102-40: List of stakeholder groups</i>	Si rimanda al paragrafo “Gli stakeholder del Gruppo Bialetti: principali canali di ascolto e strumenti di comunicazione”
<i>102-41: Collective bargaining agreements</i>	Si rimanda al paragrafo “Organico: caratteristiche e dinamiche”
<i>102-42: Identifying and selecting stakeholders</i>	Si rimanda al paragrafo “Gli stakeholder del Gruppo Bialetti: principali canali di ascolto e strumenti di comunicazione”
<i>102-43: Approach to stakeholder engagement</i>	Mancato coinvolgimento nel 2018 a causa degli eventi aziendali riportati in "Premessa"
<i>102-44: Key topics and concerns raised</i>	Si rimanda al paragrafo “Analisi di materialità”
<i>102-45: Entities included in the consolidated financial statements</i>	Si rimanda al paragrafo “Perimetro di rendicontazione”
<i>102-46: Defining report content and topic Boundaries</i>	Si rimanda al paragrafo “Analisi di materialità”
<i>102-47: List of material topics</i>	Si rimanda al paragrafo “Analisi di materialità”
<i>102-48: Restatements of information</i>	Non presenti variazioni/restatement rispetto alla Dichiarazione Consolidata non finanziaria dell’anno 2017
<i>102-49: Changes in reporting</i>	Si rimanda al paragrafo “Analisi di materialità”
<i>102-50: Reporting period</i>	Si rinvia al paragrafo “Riferimenti utilizzati” e “Perimetro di rendicontazione”
<i>102-51: Date of most recent report</i>	La precedente della Dichiarazione Consolidata non finanziaria riguarda il 2017
<i>102-52: Reporting cycle</i>	Si rinvia al paragrafo “Riferimenti utilizzati”
<i>102-53: Contact point for questions regarding the report</i>	Si rinvia al paragrafo “Contatti”
<i>102-54: Claims for reporting in accordance with the GRI Standards</i>	Si rinvia al paragrafo “Contatti”
<i>102-55: GRI content index</i>	Si fa riferimento alla presente tabella
<i>102-56: External assurance</i>	Si rinvia al paragrafo “Attestazione di conformità”

GRI 103: Management Approach

<i>103-1: Explanation of the material topic and its Boundary</i>	Si rinvia ai paragrafi “Strategia per la Sostenibilità” e “Analisi di materialità”
--	--



103-2: <i>The management approach and its components</i>	Si rinvia al paragrafo “Strategia per la Sostenibilità”
103-3: <i>Evaluation of the management approach</i>	Si rinvia al paragrafo “Strategia per la Sostenibilità”

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

Specific Standards Disclosure	Paragrafo di riferimento o descrizione
200: ECONOMIC TOPICS	
GRI 201: Economic performance	
201-1: <i>Direct economic value generated and distributed</i>	Si rinvia al paragrafo “Il valore aggiunto economico”
GRI 202: Market Presence	
202-1: <i>Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage</i>	Si rinvia al paragrafo “Genere”
GRI 203: Indirect Economic Impacts	
203-1: <i>Infrastructure investments and services supported</i>	Nel 2018 non sono stati realizzati importanti investimenti materiali
GRI 204: Procurement Practices	
204-1: <i>Proportion of spending on local suppliers</i>	Si rinvia al paragrafo "Fornitori" per la generalità, tuttavia non è stato inserito un indicatore specifico.
GRI 205: Anti-corruption	
205-2: <i>Communications and training about anti-corruption policies and procedures</i>	Si rinvia al paragrafo “Modello organizzativo 231, Codice etico e anticorruzione”
GRI 206: Anti-competitive Behavior	
206-1: <i>Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices</i>	Non si è verificato nel 2018 e 2017 alcun comportamento anti-competitivo che ha interessato le società del gruppo Bialetti

Specific Standards Disclosure	Paragrafo di riferimento o descrizione
300: ENVIRONMENTAL TOPICS	
GRI 301: Materials	
301-1: <i>Materials used by weight or volume</i>	Non rilevato per il 2018
GRI 302: Energy	



302-1: <i>Energy consumption within the organization</i>	Si rinvia al paragrafo “Energia”
302-3: <i>Energy intensity</i>	Non Presente
GRI 303: Water	
303-1: <i>Water withdrawal by source</i>	Si rinvia al paragrafo “Acqua”
GRI 305: Emissions	
305-1: <i>Direct (Scope 1) GHG emissions</i>	Si rinvia al paragrafo “Emissioni in atmosfera”
305-2: <i>Energy indirect (Scope 2) GHG emissions</i>	Si rinvia al paragrafo “Emissioni in atmosfera”
305-3: <i>Other indirect (Scope 3) GHG emissions</i>	Si rinvia al paragrafo “Emissioni in atmosfera”
305-6: <i>Emissions of ozone-depleting substances (ODS)</i>	Si rinvia al paragrafo “Emissioni in atmosfera”
GRI 306: Effluents and Waste	
306-1: <i>Water discharge by quality and destination</i>	Si rinvia al paragrafo “Acqua”
306-2: <i>Waste by type and disposal method</i>	Si rinvia al paragrafo “Rifiuti”
306-3: <i>Significant spills</i>	Si rinvia al paragrafo “Rifiuti”
GRI 307: Environmental Compliance	
307-1: <i>Non-compliance with environmental and regulations</i>	Si rinvia al paragrafo “L’impegno per l’ambiente”
GRI 308: Supplier Environmental Assessment	
308-1: <i>New suppliers that were screened using environmental criteria</i>	Non sono state effettuate valutazioni di nuovi fornitori usando “environmental criteria”

Specific Standards Disclosure	Paragrafo di riferimento o descrizione
400: SOCIAL TOPICS	
GRI 401: Employment	
401-1: <i>New employee hires and employee turnover</i>	Si rinvia al paragrafo “Turnover”
401-3: <i>Parental leave</i>	Si rinvia al paragrafo “Genere”
GRI 402: Labor/Management Relations	
402-1: <i>Minimum notice periods regarding operational change</i>	Tutte le società del Gruppo rispettano le previsioni normative relative ai periodi di preavviso.
GRI 403: Occupational Health and Safety	
403-2: <i>Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absent</i>	



4. Attestazione di Conformità



GRUPPO BIALETTI INDUSTRIE

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULLA
DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO**

ai sensi

**DELL'ARTICOLO 3, COMMA 10, DEL D. Lgs. 30 DICEMBRE 2016 n.254 E
DELL'ARTICOLO 5 DEL REGOLAMENTO CONSOB N.20267**

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO ai sensi dell'ARTICOLO 3, COMMA 10, del D. Lgs. 30 DICEMBRE 2016 n.254 e dell'ARTICOLO 5 del REGOLAMENTO CONSOB N.20267

Al Consiglio di Amministrazione della Bialetti Industrie S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n.254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della Bialetti Industrie S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018, predisposta ai sensi dell'articolo 4 del Decreto ed approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 5 aprile 2019 (di seguito anche la "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale del Gruppo Bialetti per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e alle linee guida "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*" definite nel 2013 dal Global Reporting Initiative (GRI) - "*Linee Guida GRI G4*", indicati nel paragrafo "Nota Metodologica" della DNF, da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.



Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants*, emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dalle "Linee Guida GRI G4", con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nel paragrafo "Nota Metodologica della DNF". Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" ("*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

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

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



5. Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Bialetti Industrie S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

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

- a livello di capogruppo:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su una base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le società del Gruppo, ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Bialetti Industrie al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dalle Linee Guida GRI G4, con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nel paragrafo "Nota Metodologica" della DNF.

Richiamo di informativa

Un efficace sistema di controllo interno societario che consenta di fornire agli *stakeholders* adeguate informazioni sull'efficace gestione dei temi, delle procedure e dei rischi rilevanti per la società da includere nella DNF, come previsto dal D. Lgs. 254/2016, deve essere garantito anche dopo che recentemente gli Amministratori, come esposto nelle premesse della DNF, hanno approvato il piano industriale, economico e finanziario 2018-2023, funzionale alla sottoscrizione e omologa dell'accordo di ristrutturazione dell'indebitamento della società ai sensi dell'art. 182**bis** L.F., successivamente depositato presso il Tribunale di Brescia in data 28 febbraio 2019. Ciò in quanto, data la situazione attuale in cui versa il Gruppo, la conformità dell'informativa resa nella DNF è risultata in qualche caso difficoltosa.

Le nostre conclusioni non sono espresse con rilievi in relazione a tale aspetto.

Altri aspetti

La DNF per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017, i cui dati sono presentati ai fini comparativi, è stata sottoposta ad un esame limitato da parte di altro revisore che in data 27 aprile 2018 ha espresso su tale DNF una conclusione senza rilievi.

Milano, 29 aprile 2019

PKF Italia S.p.A.



Michele Riva
(Socio)

5. Contatti

Per commenti, richieste, pareri e spunti di miglioramento sulle attività di sostenibilità del Gruppo Bialetti e sulle informazioni contenute nel presente Bilancio di Sostenibilità potete contattare

BIALETTI INDUSTRIE S.p.A.

Via Fogliano n. 1 - 25030 Coccaglio (BS)

Email: sostenibilita@bialettigroup.com



La presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Bialetti Industrie S.p.A. in data 5 aprile 2019.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Francesco Ranzoni

