



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2015

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2015

Grafica
MultiMedia

Stampa
GAMEDIT – Curno

INDICE

INFORMATIVA STANDARD	pag. 07
LA NOSTRA VISION, LA NOSTRA MISSION , I NOSTRI VALORI, IL NOSTRO CODICE ETICO	pag. 08
LE LINEE GUIDA DEL NOSTRO PROGETTO DI SOSTENIBILITÀ	pag. 10
LA LETTERA DEL PRESIDENTE	pag. 12
RADICIGROUP: CHI SIAMO	pag. 16
IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2015	pag. 28
CONTESTO MACROECONOMICO E STRATEGIE	pag. 56
INDICATORI SECONDO IL MODELLO GLOBAL REPORTING INITIATIVE	pag. 63
INDICATORI ECONOMICI	pag. 64
INDICATORI RELATIVI ALLE PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE	pag. 68
INDICATORI RELATIVI ALLA SOCIETÀ	pag. 80
INDICATORI RELATIVI AI DIRITTI UMANI	pag. 84
INDICATORI RELATIVI ALL'AMBIENTE	pag. 86
INDICATORI RELATIVI ALLA RESPONSABILITA' DI PRODOTTO	pag. 102
LETTERA DI VALIDAZIONE	pag. 115
TAVOLA DI REPERIMENTO INFORMATIVA STANDARD E INDICATORI GRI	pag. 118
HANNO DATO VOCE AL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	pag. 123
CONTATTI E INDIRIZZI UTILI	pag. 126

COME LEGGERE IL BILANCIO

Questo Bilancio di Sostenibilità è stato realizzato secondo il modello di rendicontazione Global Reporting Initiative – versione 4 “in accordance - core” (**STANDARD DISCLOSURES G4-32**) e secondo le linee guida espresse dalla Procedura di Radici Partecipazioni PR08 - MODALITÀ DI GESTIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE.

Al suo interno è possibile individuare alcuni percorsi tematici che possono essere considerati insieme o separatamente. Rispondono all’esigenza dei diversi fruitori del Bilancio di cogliere con maggiore immediatezza alcuni aspetti piuttosto che altri.

In particolare, è possibile trovare:



- **IL PERCORSO TECNICO:** racconta, passo dopo passo, la nascita di questo Bilancio, dall’analisi di rilevanza alla creazione della matrice di materialità.

Perché seguire questo percorso? Perché racconta quali aziende sono state coinvolte e quali principi sono stati seguiti per la scelta degli argomenti e per la presentazione e descrizione dei vari aspetti. Racconta dunque le caratteristiche “tecniche” di questo documento.



- **IL PERCORSO DEGLI STAKEHOLDER:** descrive come le diverse categorie di Portatori di Interesse (Stakeholder) sono state individuate, quali sono state le valutazioni delle loro legittime aspettative, come sono stati informati e coinvolti da RadiciGroup.

Perché seguire questo percorso? Per conoscere il lavoro che RadiciGroup svolge insieme ai Clienti, ai Fornitori, ai Dipendenti, alle Comunità Locali.



- **IL PERCORSO DEGLI INDICATORI:** racconta, in concreto, l’andamento delle Aziende di RadiciGroup in relazione ai temi sociali, ambientali, economici.

Perché seguire questo percorso? Per conoscere le performance del Gruppo in tema di impatti, di investimenti, di ricerca e sviluppo.

Ciascuno di questi percorsi è graficamente caratterizzato per facilitarne l’individuazione. E ancora nel Bilancio è possibile trovare:

BOX di ECCELLENZA

I Box di Eccellenza: descrivono risultati, attività, iniziative stimolanti delle singole Aziende.

CONOSCI TE STESSO

Traendo ispirazione dalla celebre esortazione adottata da Socrate, nasce l'impegno di RadiciGroup per una attenta analisi del proprio contesto operativo. Tutto questo al fine di identificare i punti di forza e di miglioramento, insieme a rischi ed opportunità connessi alla propria operatività ed in particolare al rapporto con gli Stakeholder, chiave di volta della creazione di valore tangibile ed intangibile per il Gruppo.

Il risultato del lavoro di approfondimento svolto nel 2015 ed in parte del 2016, raccontato attraverso questo Bilancio, restituisce un'immagine RadiciGroup in costante evoluzione, parallelamente ai propri molteplici contesti di riferimento.

**LO SPIRITO DI GIANNI RADICI:
NON SIAMO NOI A RICORDARE LUI,
MA È LUI A RICORDARE A NOI - NUMERI
ALLA MANO - CHI SIAMO, CHI SIAMO
STATI E CHI SIAMO IN ANIMO D'ESSERE.**

Si apre con questo incipit la raccolta di pensieri "99r + 1"... 99 radici + 1 anima che RadiciGroup ha voluto dedicare al suo fondatore.

I primi 33 pensieri sono legati alla storia del territorio d'origine di Gianni Radici. Seguono poi 33 riflessioni che vedono protagonista la storia di quel mondo industriale che Gianni, la sua famiglia e i suoi collaboratori hanno saputo creare. Infine, protagoniste delle ultime 33 radici comunicative del libro, sono le questioni legate al presente e le prospettive future del fare industria.

In occasione del decimo anniversario della scomparsa di Gianni Radici, RadiciGroup ha scelto testi ed immagini tratti da "99R + 1" per accompagnare il proprio Bilancio di Sostenibilità.

www.radicigroup.com/it/corporate/arte-cultura/arte



INFORMATIVA STANDARD

STANDARD DISCLOSURES G4-2 e 56

VISION, MISSION, VALORI

LA LETTERA DEL PRESIDENTE

RADICIGROUP: CHI SIAMO

CONTESTO MACROECONOMICO E STRATEGIE

INDICATORI ECONOMICI

SHAREHOLDER E STAKEHOLDER

RADICIGROUP FOR SUSTAINABILITY

LA NOSTRA VISION

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

LA NOSTRA MISSION

“Promuovere lo sviluppo dei business nel rispetto dei valori e della cultura del nostro Gruppo. Perseguire la nostra Vision attraverso la valorizzazione e l’ottimizzazione delle nostre risorse, attraverso alleanze, ricercando sempre nuovi mercati, anche di nicchia. Sviluppare nuovi prodotti ed applicazioni nel segno della sostenibilità.”

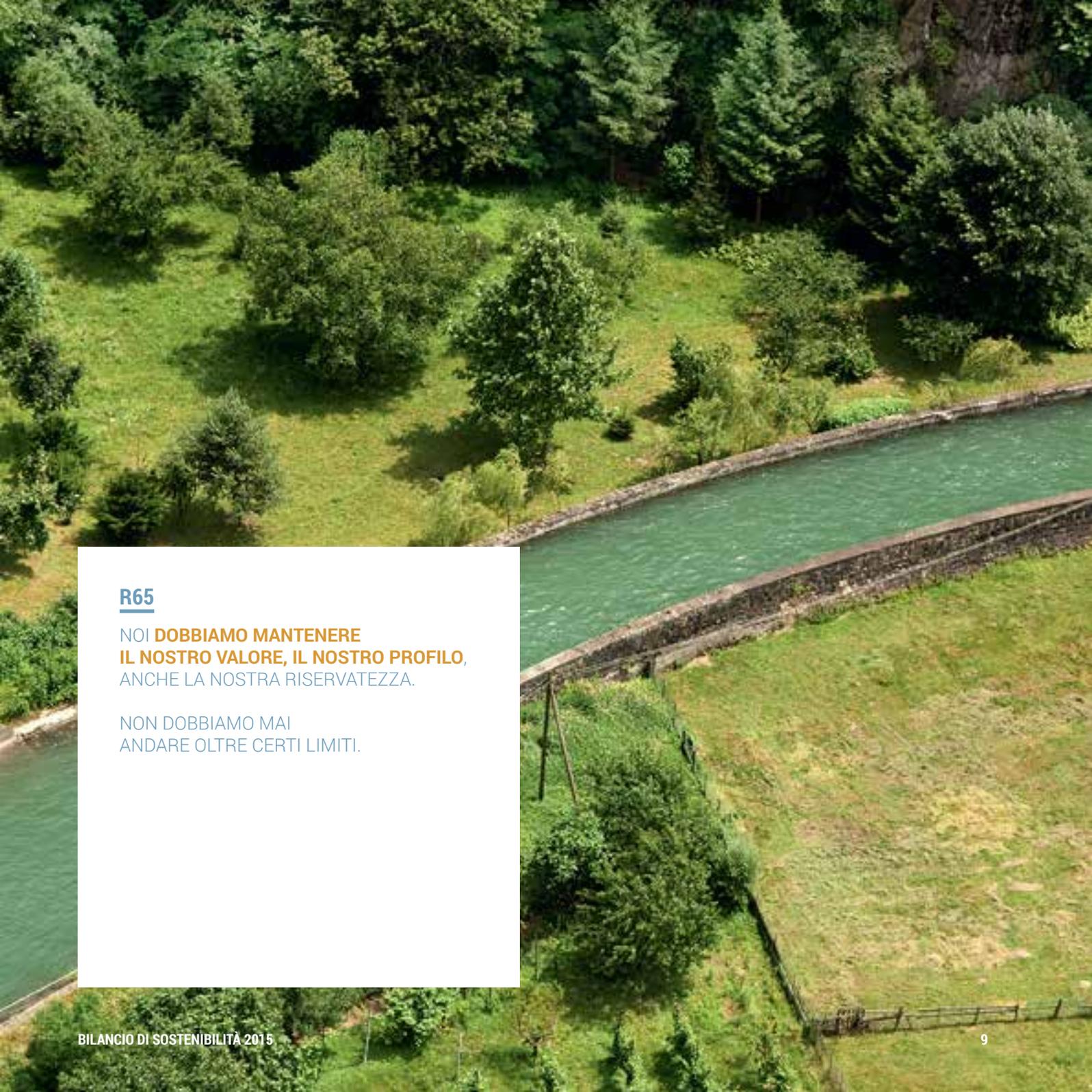
I NOSTRI VALORI

- La centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale.
- L’efficienza e l’efficacia dei sistemi gestionali per migliorare l’impresa.
- La correttezza e la trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme vigenti.
- L’attenzione ai bisogni e alle aspettative degli interlocutori per migliorare il clima di appartenenza e soddisfazione.
- L’affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti, della collettività e dell’ambiente.
- La responsabilità di impresa verso lavoratori, luoghi e fabbriche.

IL NOSTRO CODICE ETICO

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

(...) I principi ai quali si deve ispirare l’attività del RadiciGroup sono quelli di una rigorosa osservanza della legge, di una concorrenza leale, di rispetto degli interessi legittimi dei Clienti, dei Fornitori, dei Dipendenti, degli Azionisti, delle Istituzioni, della Collettività. Per la complessità delle situazioni in cui RadiciGroup si trova ad operare, ogni comportamento aziendale deve essere immediatamente riconducibile a questi principi.”



R65

NOI **DOBBIAMO MANTENERE
IL NOSTRO VALORE, IL NOSTRO PROFILO,**
ANCHE LA NOSTRA RISERVATEZZA.

NON DOBBIAMO MAI
ANDARE OLTRE CERTI LIMITI.

LE LINEE GUIDA DEL NOSTRO PROGETTO DI SOSTENIBILITA'

STANDARD DISCLOSURES G4-2

Un approccio globale alla sostenibilità che renda quest'ultima modello strategico e trasformi i sistemi di misurazione della sostenibilità in strumenti gestionali integrati nelle attività quotidiane di business.

⊕ Per saperne di più:

La lettera del Presidente - pag.12

Indicatori relativi al Prodotto - La Misurazione degli Impatti - (In particolare PR1) - pag.102

"I nostri prossimi impegni" – in calce a ciascun capitolo riguardante gli indicatori GRI

Investimenti in tema di sostenibilità ambientale e sociale. Una valutazione a medio termine delle attività di business e a lungo termine degli investimenti a carattere sociale.

⊕ Per saperne di più:

Indicatori Economici (EC) - pag.64

Indicatori Sociali (SO) - pag.80

Un lavoro di conoscenza e coinvolgimento degli Stakeholder per la costruzione di un contesto di sostenibilità comune e condiviso.

⊕ Per saperne di più: Mappatura degli Stakeholder e delle loro aspettative, progetti di coinvolgimento degli Stakeholder - pag. 33

La misurazione puntuale e rigorosa di indicatori ambientali, economici, sociali.

⊕ Per saperne di più:

Indicatori secondo il modello Global Reporting Initiative - pag.63

Strategie di prodotto che puntano sui biopolimeri, sul riciclo e sullo studio di prodotti ottenuti da fonti tradizionali ma a limitato impatto.

⊕ Per saperne di più:

I nostri Progetti di Ricerca e Sviluppo – pag. 102

I nostri Prodotti a limitato impatto – pag.110

Una modalità di produrre, di distribuire e recuperare basata su un modello di economia circolare. Un sistema pensato in chiave rigenerativa, dove i prodotti vengono già eco-progettati, dove rifiuti e residui vengono trasformati in risorse.

⊕ Per saperne di più:

I nostri Prodotti a limitato impatto – pag.110

Le tavole grafiche relative al riciclo (poliammide e poliestere). – pag.106-107

Indicatori relativi All'ambiente (EN) - Le Materie Prime e i Rifiuti – pag.86

Il Miglioramento continuo delle nostre prestazioni

⊕ Per saperne di più:"I nostri prossimi impegni" – in calce a ciascun capitolo riguardante gli indicatori GRI

Un processo di comunicazione del progetto di sostenibilità sempre più ampio e completo

⊕ Per saperne di più: Strumenti di comunicazione volti all'informazione e al coinvolgimento degli Stakeholder – pag.37



R93

C'È UN DEBITO ECOLOGICO TRA IL NORD E IL SUD DEL MONDO, DOVUTO ALL'USO SPROPORZIONATO DELLE RISORSE, DELLE MATERIE PRIME E SOPRATTUTTO DELL'ATMOSFERA NELLA QUALE SONO STATI RILASCIATI GAS NOCIVI CON CONSEGUENZE CHE ORA COLPISCONO TUTTO IL PIANETA:

IL RISCALDAMENTO PRODOTTO IN DUE SECOLI DI ENORME CONSUMO DA PARTE DI POCHI PAESI RICCHI HA OGGI RIPERCUSSIONI DEVASTANTI NEI LUOGHI PIÙ POVERI DELLA TERRA.



LA LETTERA DEL PRESIDENTE

STANDARD DISCLOSURES G4-1

Nel 2015 lo sviluppo dei business di RadiciGroup è stato accompagnato da risultati economico-finanziari positivi grazie alla continua attenzione all'efficienza operativa e finanziaria e alla accorta politica di gestione del nostro Gruppo.

La performance delle nostre Aree di Business è stata complessivamente buona, anche se non sono mancate le sfide in alcuni mercati in difficoltà che hanno messo alla prova le nostre capacità di reazione e adattamento.

In questo contesto si è rafforzato ancor più l'impegno di RadiciGroup in tema di sostenibilità, vero elemento strategico e leva di competitività.

Dal punto di vista ambientale, come ogni anno, abbiamo lavorato per la misurazione accurata e certificata dei nostri impatti attraverso progetti di PEF (Product Environmental Footprint) e EPD (Environmental Product Declaration). Tutto questo per intraprendere piani di mitigazione o addirittura di prevenzione di questi stessi impatti. Nel corso del 2015 alcuni progetti ci hanno visti infatti in prima linea per lo studio di prodotti ideati per poter essere facilmente riciclati o per avere impatti ambientali estremamente contenuti fin dalle materie prime.

A tal proposito, la Direttiva della Commissione Europea sull'Economia Circolare non ci ha trovati impreparati. La volontà di investire a medio termine in R&D di prodotto - in particolare per quanto riguarda i processi di riciclo e i bio polimeri in ottica di eco design - è il segnale dell'importante cambio di mentalità che da alcuni anni sta avvenendo nel nostro Gruppo e del progressivo radicamento del valore strategico ed economico della sostenibilità.

I riconoscimenti e le certificazioni volontarie ottenuti dalle nostre Aziende sono stati altresì la prova di un impegno misurabile e concreto che dura nel tempo e pone le basi per un avvenire sostenibile.

E ancora, l'attenzione alla sensibilità dell'opinione pubblica in merito alle liste volontarie di sostanze proibite e la ricerca di un dialogo con coloro che hanno espresso queste istanze sono state espressione di un atteggiamento aperto al confronto costruttivo e all'innovazione.

Consci del fatto che le basi per il futuro solido e sostenibile si costruiscono nel presente, nel 2015 abbiamo incrementato l'impegno per la formazione. Le ore di training nel nostro Gruppo sono state in crescita, in termini assoluti e pro capite. Si è trattato di un importante segnale della consapevolezza che un team di persone preparate e motivate è essenziale in vista delle sfide legate ai temi ambientali, ma non solo. La sicurezza, ad esempio, è e sarà una grande sfida per tutte le nostre Aziende.

Guardando insieme al futuro del nostro Gruppo, sono lieto di poter rilevare che nel 2015 sono state inserite nuove risorse con contratto a tempo indeterminato, a riprova della volontà di stabilire un rapporto di lungo termine con le nostre persone.

In tema di governance, si sono gettate le basi per alcuni importanti progetti destinati a prendere corpo nel 2016 e a orientare le nostre attività negli anni a venire. In particolare, il CDA di Radici Partecipazioni ha deliberato l'introduzione dei nuovi codici di condotta legati a Clienti e Fornitori e l'inizio di un percorso per il rinnovo del Codice Etico dei Dipendenti. Si tratterà di linee guida destinate ad essere parte viva dell'operatività di ogni Azienda, aiutando il Gruppo ad evolvere verso un rapporto di collaborazione sempre più stretta con i propri Stakeholder.

Per quanto riguarda questi ultimi, nel 2015 sono state avviate numerose attività per la conoscenza ed il dialogo, testimoniate da altrettanti progetti illustrati in questo Bilancio.

R77

2020, OBIETTIVO PROGRAMMATICO
DEL GRUPPO RADICI: **ESSERE LEADER NELLA
RICERCA, NELLO SVILUPPO E NELLA PRODUZIONE
DI MATERIALI SOSTENIBILI** DI NUOVA CONCEZI-
ONE, AD ALTO VALORE AGGIUNTO, NUOVA SINTESI
DI NATURA E SCIENZA, COME I BIO-POLIMERI DA
FONTI RINNOVABILI.

Inoltre, tra il 2015 e il 2016, la Holding Radici Partecipazioni si è certificata, prima tra le aziende del Gruppo, secondo la norma ISO 9001:2015. Le procedure della Holding, nelle quali ampio spazio è dedicato ai temi della sostenibilità, sono destinate ora a divenire linee guida per tutte le Aziende di RadiciGroup.

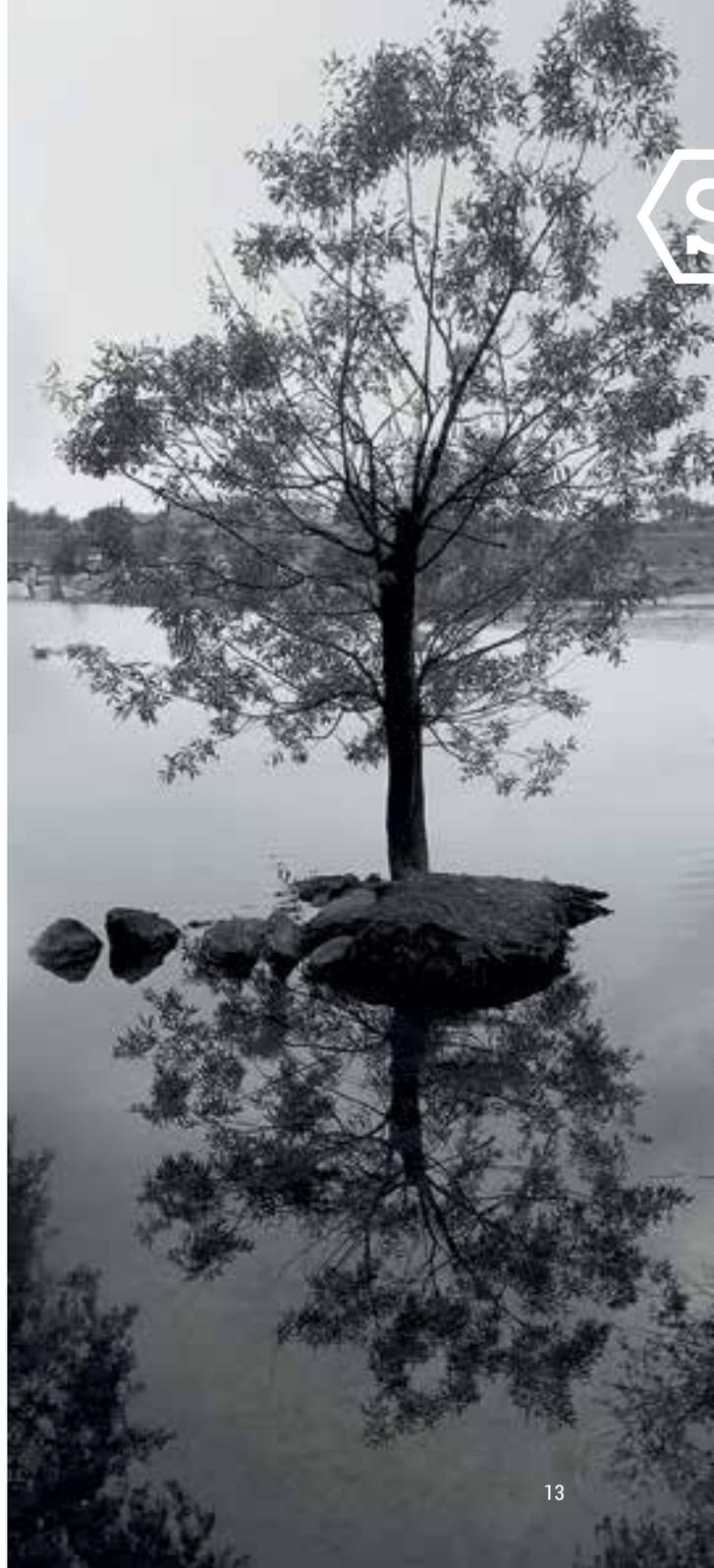
Infine, l'adozione dello standard di rendicontazione GRI-G4 e la revisione della matrice di materialità del 2014 sono state l'occasione per affrontare tematiche non considerate in precedenza. Uno stimolo importante a guardarci allo specchio identificando i punti di miglioramento su cui investire con convinzione e impegno, consci però dei nostri numerosi punti di forza.

Visti i molti risultati positivi raccontati in questo Bilancio e le sfide che ancora ci attendono, con questa frase del grande campione Michael Jordan "Il talento ti fa vincere una partita. L'intelligenza e il lavoro di squadra ti fanno vincere un campionato" desidero ringraziare la mia "squadra", le persone di RadiciGroup.

Alla loro intelligenza, tenacia e passione dobbiamo il successo del Gruppo.

A questo ringraziamento aggiungo anche un grazie ai Clienti, ai Fornitori, alle Comunità Locali, a tutti i nostri Stakeholder con i quali condividiamo il cammino verso la sostenibilità.

Angelo Radici
Presidente di RadiciGroup





POLITICA DI GRUPPO PER LA QUALITÀ, AMBIENTE, SALUTE E SICUREZZA

STANDARD DISCLOSURES G4-2 e 56

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

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

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

Per assicurare la Qualità dei prodotti e dei servizi forniti, il Gruppo si avvale di strumenti - come la metodologia Six Sigma - che consentono di generare processi robusti e affidabili, in grado di ridurre o prevenire l'insorgere di non conformità e soddisfare le richieste più esigenti. In tema Ambiente, RadiciGroup persegue da tempo il miglioramento continuo delle proprie prestazioni con risultati visibili e misurabili, investendo e impiegando risorse umane e tecnologiche per controllare e ridurre i propri impatti ambientali e promuovendo l'impegno ambientale

anche presso i propri Clienti e Fornitori. Tutto questo considerando l'intera filiera produttiva, misurando l'impronta ambientale dei principali prodotti e servizi secondo le linee guida europee della Product Environmental Footprint (PEF) e valutando, ove possibile, l'applicazione di principi ispirati all'eco-design e ad un'economia circolare.

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

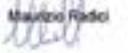
Per uno Sviluppo Sostenibile, RadiciGroup si impegna a fornire una rendicontazione periodica della propria Corporate Social Responsibility (CSR), conforme alle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI), il più accreditato standard internazionale di reporting su sostenibilità economica, ambientale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

Per stimolare nei propri collaboratori il senso di responsabilità verso tutti questi aspetti, per sensibilizzarli affinché possano operare in conformità ai principi che guidano il Gruppo, RadiciGroup investe in formazione continua su tale fronte.

La presente Politica di Gruppo viene integrata dalle Politiche delle singole aziende nonché dagli orientamenti riportati annualmente nel Bilancio di Sostenibilità.

Marzo 2016

Il Presidente
Angelo Radici


Il Vicepresidente
Mauro Radici




R92

UN VERO APPROCCIO ECOLOGICO
DIVENTA SEMPRE ANCHE UN APPROCCIO
SOCIALE.

OCCORRE ASCOLTARE TANTO IL GRIDO
DELLA TERRA QUANTO IL GRIDO DEI
POVERI.

**UNA NUOVA RELAZIONE CON LA NATURA
NON SARÀ POSSIBILE SENZA UN ESSERE
UMANO NUOVO.** NON C'È ECOLOGIA
SENZA UN'ADEGUATA ANTROPOLOGIA.



RADICIGROUP: CHI SIAMO

STANDARD DISCLOSURES G4-4

Gruppo industriale manifatturiero italiano con oltre 70 anni di storia, RadiciGroup è oggi leader mondiale nella produzione di una vasta gamma di intermedi chimici, polimeri di poliammide, tecnopolimeri, fibre sintetiche e non-tessuti.

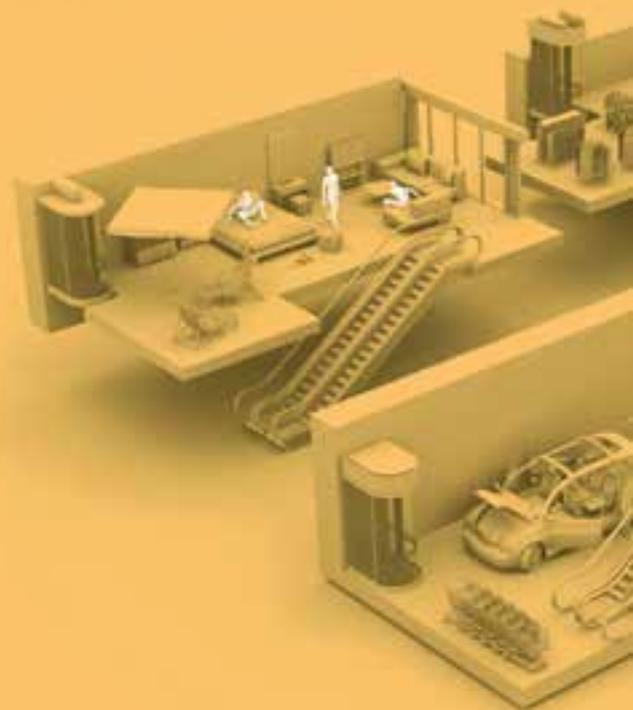
Prodotti realizzati grazie ad un know-how chimico d'ecceellenza e sviluppati per impieghi nell'ambito di molteplici settori industriali tra cui quelli dell'auto, dell'abbigliamento, dell'arredamento, dello sport. E ancora, l'elettrico/elettronico, i settori degli elettrodomestici, dei beni di consumo, dell'edilizia.

Caratteristica peculiare e punto di forza di RadiciGroup è l'integrazione nella filiera produttiva della poliammide. Un materiale, più comunemente conosciuto come nylon, che il Gruppo è in grado di produrre, lavorare e trasformare, offrendo così al mercato una vasta gamma di polimeri, tecnopolimeri, fibre sintetiche e non-tessuti. Integrazione nella filiera della poliammide, ma non solo.

RadiciGroup è oggi leader europeo nella produzione e lavorazione di fili di poliestere. In questo caso il controllo della propria catena produttiva parte dalla fase di filatura per arrivare sino a tutte le diverse fasi di lavorazione a valle del filo.

In ciascuna delle proprie macro Aree di Business - Specialty Chemicals, Performance Plastics e Synthetic Fibres & Nonwovens (Performance Yarn, Comfort Fibres, Extrusion Yarn) - RadiciGroup si impegna a garantire al Cliente prodotti e servizi contraddistinti da massime performance, innovazione, sostenibilità.

Un elemento quest'ultimo, che RadiciGroup sostanzia attraverso concretezza d'azione e coerenza.





I NOSTRI SETTORI

STANDARD DISCLOSURES G4-8

PRODOTTI PER LA CASA

Filati per tende, rivestimenti, tappeti e moquette.
Tecnopolimeri per il settore elettrico-elettronico e degli elettrodomestici.
Non-tessuti per l'edilizia, la filtrazione, l'arredamento e tovagliati monouso.

PRODOTTI PER L'ABBIGLIAMENTO

Filati per abiti, intimo, calzetteria, costumi da bagno.
Non-tessuti per abbigliamento protettivo monouso.

PRODOTTI PER IL SETTORE AUTO

Tecnopolimeri per interni auto e componenti del motore.
Filati e non-tessuti per interni, sedili ed airbag.

PRODOTTI PER IL SETTORE INDUSTRIALE

Filati e tecnopolimeri per applicazioni speciali nel settore industriale.

PRODOTTI PER IL SETTORE SPORTIVO

Filati per abbigliamento sportivo.
Filati per erba sintetica destinata ad ambienti sportivi, ricreativi e decorativi interni ed esterni.

Tecnopolimeri per applicazioni speciali.

R34

MIO PADRE PIETRO RADICI ERA UN UOMO SEMPLICE, FORTE, GENEROSO.

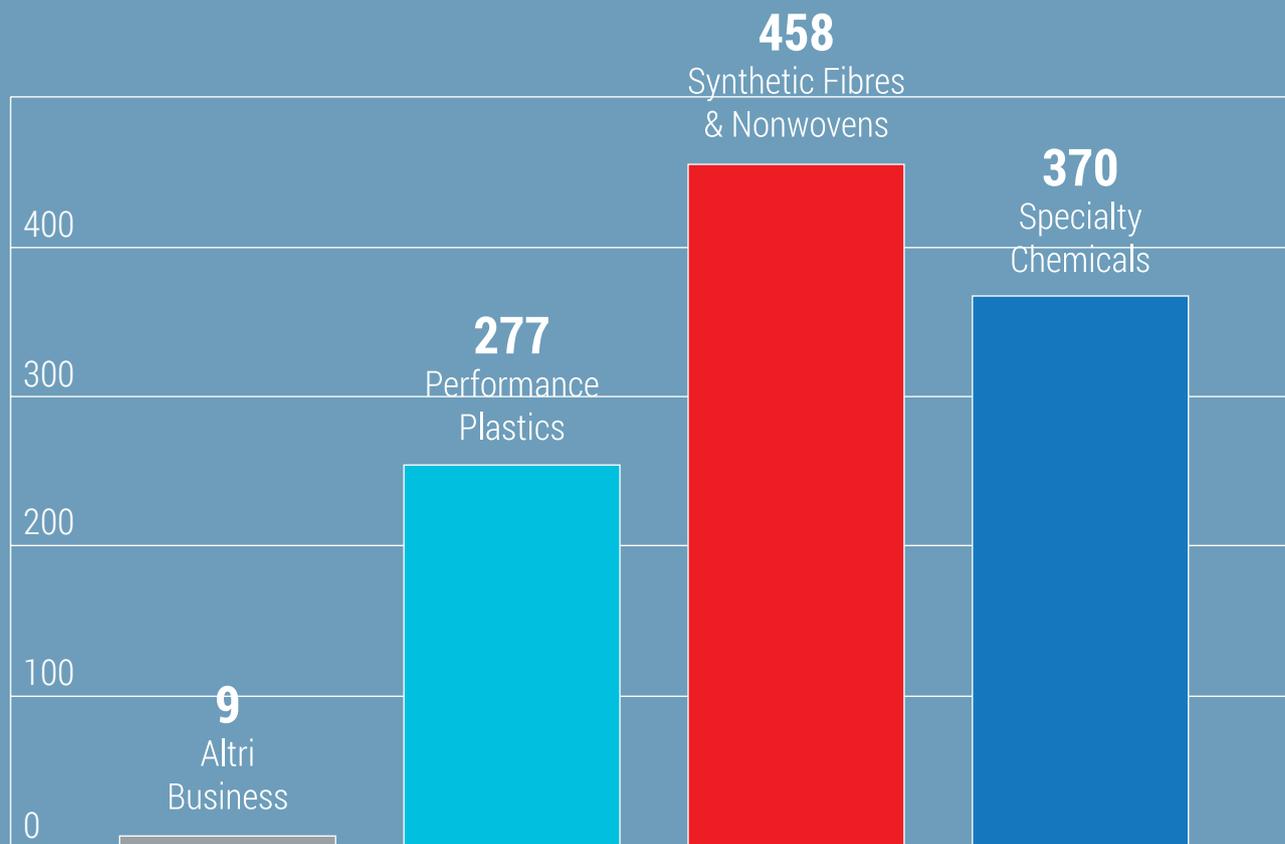
IL PRIMO MAGAZZINO A MONZA, POI A MILANO, POI UNO STABILIMENTO A LEFFE,
POI GLI ANNI DEL BOOM ECONOMICO, E IL TITOLO DI CAVALIERE DEL LAVORO.





I NOSTRI NUMERI CHIAVE

STANDARD DISCLOSURES G4-9



PERSONALE
2.967 DIPENDENTI

FATTURATO CONSOLIDATO
PER AREA DI BUSINESS 2015

(Milioni di Euro)

UNA PRESENZA GLOBALE

STANDARD DISCLOSURES G4-6



Nel corso del tempo RadiciGroup ha saputo fare della propria struttura un Gruppo industriale globale, creando un network di unità produttive e sedi commerciali dislocate tra Europa (Italia, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Ungheria, Romania, Svizzera, Regno Unito), Nord e Sud America (Stati Uniti, Messico, Argentina, Brasile), Asia (Cina, India).

ASIA

Cina

- Shanghai
- Suzhou

India

- Nuova Delhi

AMERICA

Argentina

- Buenos Aires
- Rio Grande

Brasile

- Araçariquama
- São José dos Campos

Messico

- Ocotlán

USA

- Wadsworth

EUROPA

Francia

- Saint Priest

Italia

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

Germania

- Hamburg
- Lüneburg
- Overath
- Reutlingen
- Selbitz
- Tröglitz
- Viernheim

Regno Unito

- Londra

Repubblica Ceca

- Podborany

Romania

- Savinesti

Spagna

- Barcellona

Svizzera

- Stabio

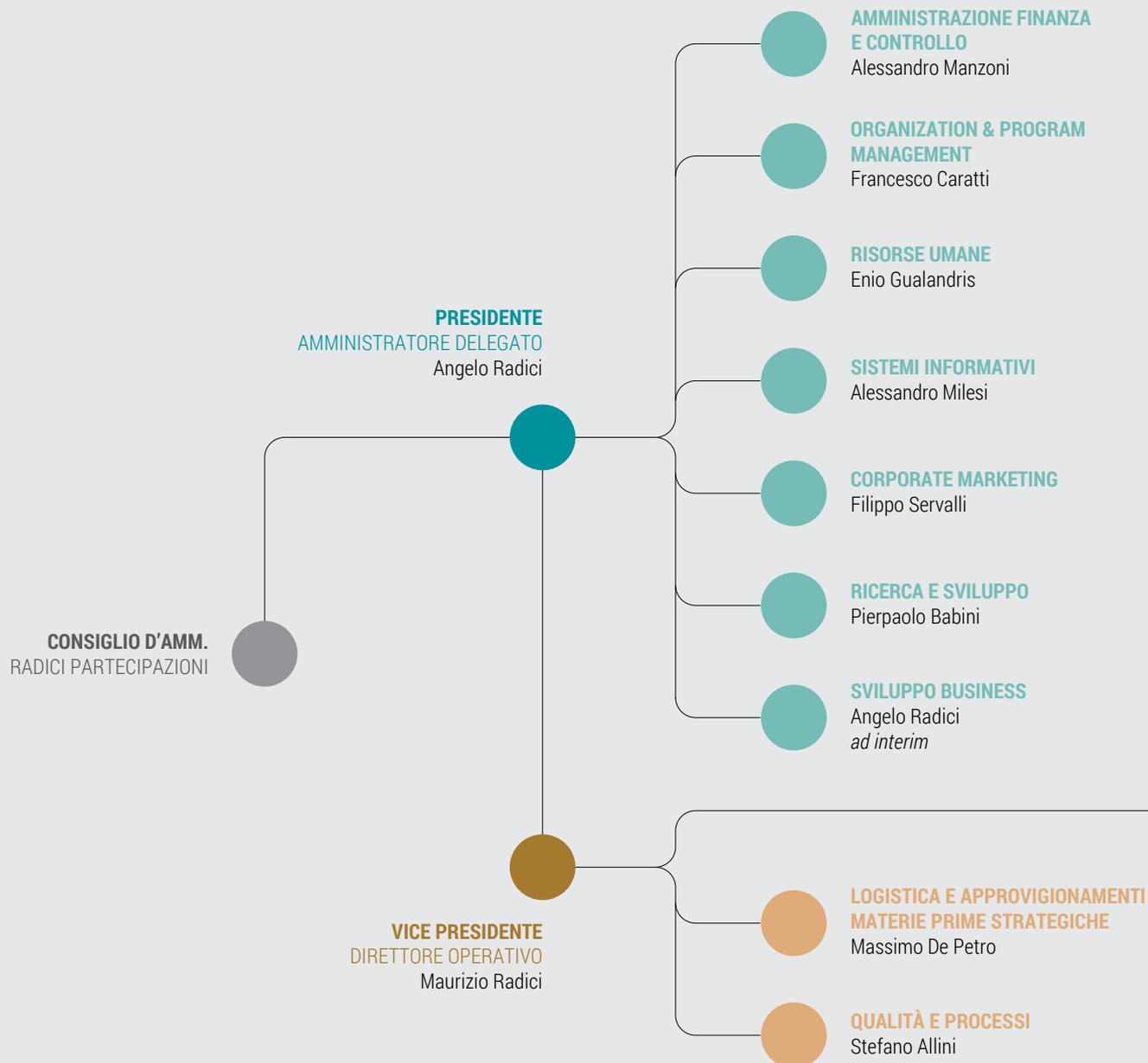
Ungheria

- Szentgotthard

- Sede Produttiva
- Sede Commerciale



ORGANIGRAMMA SOCIETARIO





**BUSINESS AREA
SPECIALTY CHEMICALS**

Stefano Loro

**BUSINESS AREA
PERFORMANCE PLASTICS**

Luigi Gerolla

**BUSINESS AREA
PERFORMANCE YARN**

Nicola Agnoli

**BUSINESS AREA
COMFORT FIBRES**

Oscar Novali

**BUSINESS AREA
EXTRUSION**

Enrico Buriani

**BUSINESS LINE
ACRYLIC**

Stefano Loro

● AREA CORPORATE

- Ricerca e Sviluppo Coordinato
- Individuazione e Allocazione delle Risorse Strategiche
- Servizi e Piattaforme Comuni
- Marketing e Comunicazione

● AREA OPERAZIONI

- Sviluppo nuovi Mercati e Prodotti
- Pianificazione delle Attività

● SVILUPPO MERCATI
E POTENZIALI MARGINI

● SVILUPPO ORGANIZZATIVO
E SISTEMI

● BUSINESS AREA



CDA Radici Partecipazioni

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



Comitato Etico

Presidente:
Alessandro Manzoni

Membri:
Enio Gualandris
Francesco Pezzotta
Aldo Piceni
Filippo Servalli



Fondatori

Pietro Radici
Gianni Radici



Azionisti

Paolo Partecipazioni Srl
Angelo Radici Partecipazioni Srl
Maurizio Radici Partecipazioni Srl



Collegio Sindacale

Presidente:
Aldo Piceni

Membri:
Marco Baschenis
Matteo Perazzi



Radici Partecipazioni S.p.A.

Presidente:
Angelo Radici

Vice Presidente:
Maurizio Radici



GLI SHAREHOLDER

STANDARD DISCLOSURES G4-7
STANDARD DISCLOSURES G4-34

RadiciGroup è un Gruppo a conduzione familiare. La famiglia Radici possiede l'intero pacchetto azionario del Gruppo e ne indirizza le scelte strategiche in collaborazione con il Consiglio di Amministrazione. Angelo, Maurizio e Paolo Radici, nelle loro funzioni di Presidente, Vice Presidente e Consigliere seguono quotidianamente ed operativamente l'andamento dei Business.

In particolare, al Presidente rispondono le funzioni Corporate Risorse Umane, Amministrazione Finanza e Controllo, Sistemi informativi, Organization & Program Management, Marketing, Ricerca e Sviluppo e Sviluppo Business. Al Vice Presidente rispondono le funzioni Corporate di Logistica e Approvvigionamenti e Materie Prime Strategiche, Qualità e Processi insieme alle diverse aree di business.

Il coinvolgimento degli Azionisti nella gestione del Gruppo è quotidiano. Nel 2015, in particolare, la sottoscrizione da parte del Presidente o del Vice Presidente di tutte le procedure della Holding, denota la partecipazione piena a tutte le attività.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

STANDARD DISCLOSURES G4-7

La Holding Radici Partecipazioni S.p.A. raggruppa le attività industriali di RadiciGroup nel campo delle fibre sintetiche e dei non-tessuti, della chimica e delle materie plastiche ed è controllata direttamente e indirettamente dalla Holding di Gruppo, Radicifin S.A.p.A.

I principali organi di governance di Radici Partecipazioni sono il Consiglio di Amministrazione, con funzioni amministrative, ed il Collegio Sindacale. Quest'ultimo è composto da tre membri, in carica per 3 anni con funzioni di controllo sull'amministrazione. Il CDA, in carica per 1 anno

e composto da 7 membri, è dotato dei più ampi poteri di gestione del Gruppo e lo rappresenta nei confronti di soggetti terzi. Ne fanno parte gli Azionisti di maggioranza insieme a consiglieri scelti sulla base della comprovata capacità ed esperienza, provenienti da diversi ambiti professionali interni o esterni al Gruppo. Attualmente i membri del CDA portano la propria expertise specifica in materia economico-finanziaria, amministrativa e legale.

Le Aree di Business del Gruppo sono invece coordinate ciascuna da un manager dall'elevato profilo gestionale e tecnico, designato dal CDA di Radici Partecipazioni, cui si affida lo sviluppo, la gestione e l'orientamento commerciale dell'Area. Dotati di autonomia decisionale ed operativa, i Business Area Manager talvolta rivestono anche il ruolo di consigliere delegato delle rispettive aziende, con limiti di ordinaria amministrazione.

Il ruolo dei Business Area Manager è essenziale nel farsi portavoce delle esigenze dei siti e delle aree presso il CDA. Quest'ultimo si avvale invece dei Business Area Manager per l'attuazione del Business Plan del Gruppo.

IL COMITATO ETICO

Garante e responsabile della diffusione ed applicazione del Codice Etico nonché promotore delle politiche di sostenibilità di RadiciGroup, il Comitato Etico si compone di:

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

Il Comitato Etico si avvale della collaborazione del Gruppo di Coordinamento GRI per progetti specifici legati alla diffusione del Codice Etico, alla definizione degli argomenti della Matrice di Materialità, a specifici progetti di Stakeholder Engagement affrontati a seguire in questo Bilancio.

LA GOVERNANCE IN TEMA DI SOSTENIBILITA'

STANDARD DISCLOSURES G4-35

A partire dal 2015, la procedura PR 08 - MODALITÀ DI GESTIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE", sottoscritta dal Vice Presidente di RadiciGroup, definisce in modo chiaro il ruolo che ciascuna delle persone che lavorano per il Gruppo è chiamata quotidianamente a svolgere in tema di sostenibilità.

In particolare,

Il Chief Executive Officer

Definisce le linee guida del progetto RadiciGroup for Sustainability su input del Gruppo GRI di coordinamento e di tutti i soggetti interessati, approva il Bilancio di Sostenibilità e ne indica gli elementi principali attraverso la "Lettera del Presidente".

Il Chief Operative Officer

Coordina i Business Area Manager nell'implementazione delle politiche di sostenibilità e nei piani di miglioramento in linea con le politiche complessive di Gruppo e con le politiche specifiche di Area di Business.

Il Business Area Manager

Definisce, sulla base della Politica generale di Gruppo e del Business Plan, i piani di Business Area e le politiche di sostenibilità per i propri siti e le supporta attraverso opportuni investimenti.

I Responsabili di funzione

Supportano i gruppi GRI nella raccolta delle informazioni, si confrontano con loro per la costruzione di attività e piani di miglioramento. Garantiscono l'affidabilità, la tracciabilità e la correttezza dei dati forniti dai loro processi.

Il Gruppo GRI di coordinamento

In aggiunta alla collaborazione con il Comitato Etico, coordina i Gruppi GRI delle consociate per fornire le regole per la raccolta omogenea dei dati relativi al Bilancio di Sostenibilità del quale cura la realizzazione e la diffusione. Raccoglie input per i piani di miglioramento che analizza e valuta in relazione alle politiche di RadiciGroup.

Al fine di accogliere una visione sempre più ampia e trasversale della realtà di RadiciGroup in questo Bilancio, nel 2015 il Gruppo di Coordinamento GRI si è ampliato con l'inserimento di una o più persone da ciascuna Area di Business del Gruppo.

Il Gruppo GRI di sito/Business Area

Raccoglie i dati per la rendicontazione secondo i criteri di coerenza, accuratezza e omogeneità richiesti dalle esigenze di "consolidamento" e dalle politiche di RadiciGroup. Studia progetti di miglioramento in stretta collaborazione con il Gruppo di coordinamento GRI, e attua, insieme ai Responsabili di Funzione, le azioni di miglioramento sostenibile previste dai piani aziendali e di RadiciGroup.

IL SISTEMA DI GESTIONE QUALITÀ SICUREZZA E AMBIENTE

Il sistema di gestione Qualità Sicurezza e Ambiente è uno dei pilastri della governance di sostenibilità del Gruppo. Ne è responsabile la Funzione Corporate Quality & Processes. Quest'ultima, direttamente coordinata dal Vice presidente di RadiciGroup, ha espresso nel marzo 2016 alcuni punti focali dell'impegno per la sostenibilità del Gruppo attraverso la POLITICA QUALITÀ AMBIENTE E SICUREZZA riportata in questo Bilancio.

LA CERTIFICAZIONE DELLA HOLDING

Come parte integrante dell'implementazione dei diversi aspetti contenuti nella politica, ed in particolare come espressione dell'impegno per la

"diligente osservanza delle normative di tutela dell'ambiente, della salute e sicurezza dei lavoratori e (del)la prevenzione degli eventi dannosi a carico dei prodotti e dei processi produttivi. A tal scopo RadiciGroup adotta per le proprie aziende Sistemi di





Gestione per Qualità, Ambiente ed Energia, Salute e Sicurezza, opportunamente certificati da Organismi riconosciuti e basati su procedure ben definite e comprese a tutti i livelli organizzativi. A ciò si aggiunge un'azione di miglioramento continuo di questi Sistemi, in conformità con i progressi tecnici, le conoscenze scientifiche e le richieste del mercato".

nel maggio 2016 è giunto a conclusione il percorso iniziato nel 2015 che ha portato alla certificazione ISO 9001:2015 della Holding Radici Partecipazioni S.p.A.

È la prima azienda di RadiciGroup ad aver ottenuto la certificazione secondo la nuova edizione della norma, recependo i più recenti requisiti richiesti relativi alla definizione del contesto operativo e all'analisi dei rischi.

Lo sviluppo di Procedure e Istruzioni Gestionali per le principali attività svolte dalle Funzioni Corporate costituisce un importante lavoro di auto analisi che ciascuna funzione ha operato in ottica di miglioramento dell'efficienza e razionalizzazione del flusso operativo. Sottoscritte dal Presidente o dal Vice Presidente di RadiciGroup, le procedure e il sistema gestionale cui danno vita rappresentano il punto di riferimento per la Holding e per tutte le Consociate. Sono inoltre, sia nella forma che nella sostanza, espressione di una sempre maggiore integrazione tra i sistemi normativi e il modello di rendicontazione scelto. Numerosi strumenti di mappatura ed analisi sono infatti nati in seno alle Procedure e sono riportati anche come parti integranti di questo Bilancio di Sostenibilità.

IL PERCORSO DELLE CERTIFICAZIONI DEL GRUPPO

A fianco del percorso della Holding, procede il percorso di certificazione dei diversi siti. In particolare, nel 2015, le nuove certificazioni denotano speciale attenzione ai temi dell'ambiente e dell'energia.

Nel 2015:

- Il 100% dei siti considerati per il Bilancio ha avuto almeno un sistema di gestione certificato o in fase di certificazione.

- L'85% di tali siti ha operato secondo la norma ISO 9001:2008.
- Il 47,6% dei lavoratori del Gruppo ha operato secondo la norma ISO 14001.
- Le Aziende Logit e Radici Fil sono state premiate con il Certificato di Eccellenza Certiquality per la presenza di efficaci sistemi di gestione integrati, dopo gli analoghi riconoscimenti attribuiti nel 2014 a Radici Chimica, Radici Novacips, Tessiture Pietro Radici.

Per saperne di più su RadiciGroup:

BILANCIO SOSTENIBILITÀ

<http://www.radicigroup.com/it/corporate/radicigroup/brochure>

SITO WEB e NEWS SU RADICIGROUP

<http://www.radicigroup.com/it>

TO BE GLOCAL, LIBRO BIANCO

<http://www.radicigroup.com/it/corporate/radicigroup/brochure>

POLITICA QUALITÀ AMBIENTE E SICUREZZA

<http://www.radicigroup.com/it/corporate/radicigroup/politica-qualita>

PROFILO LINKEDIN

<http://www.linkedin.com/company/radici-group>

PROFILI TWITTER

<https://twitter.com/RadiciGroup>

<https://twitter.com/RGSustainable>

<https://twitter.com/RGCulture>

PROFILO FACEBOOK MONDO

<https://www.facebook.com/radicigroup.world>

PROFILO FACEBOOK ITALIA

<https://www.facebook.com/radicigroup.italia>

PROFILO FACEBOOK REPUBBLICA CECA

<https://www.facebook.com/radicigroup.ceskarepublika>

PAGINA SLIDESHARE

<http://www.slideshare.net/radicigroup>

CANALE YOU TUBE

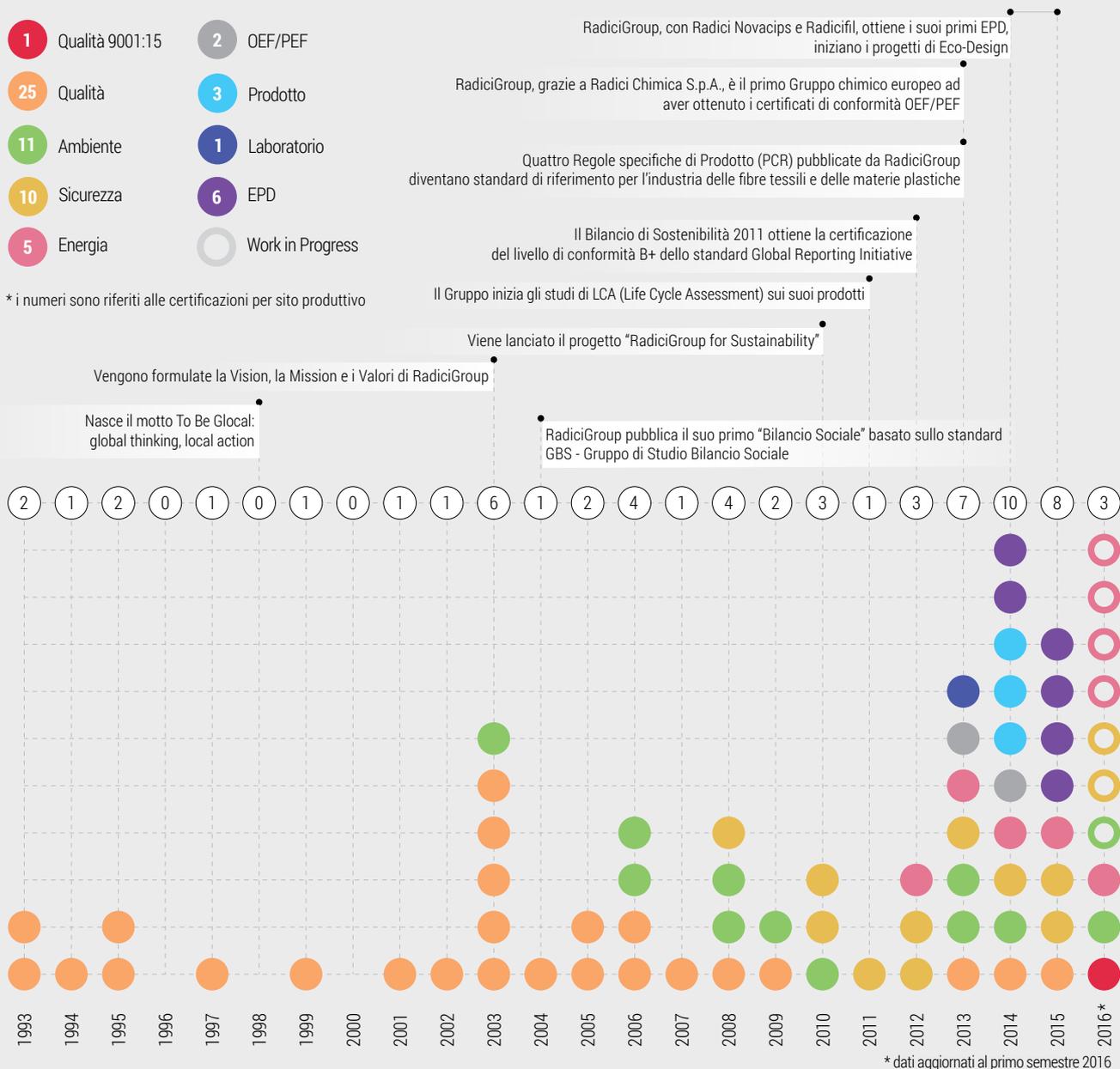
<https://www.youtube.com/user/RadiciGroup>

UNA STORIA DI SOSTENIBILITÀ*



- 1 Qualità 9001:15
- 25 Qualità
- 11 Ambiente
- 10 Sicurezza
- 5 Energia
- 2 OEF/PEF
- 3 Prodotto
- 1 Laboratorio
- 6 EPD
- Work in Progress

* i numeri sono riferiti alle certificazioni per sito produttivo



* dati aggiornati al primo semestre 2016



TABELLA CERTIFICAZIONI 2015

AZIENDA RADICIGROUP

codice settore ISO 9001:2015 ISO 9001:2008 ISO/TS 16949:2009 ISO 14001:2004 OHSAS 18001:2007 ISO 50001:2011

CORPORATE						
RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.	EA 35					
SYNTHETIC FIBRES & NONWOVENS						
RADICI FIL S.p.A.	EA 04					
LOGIT Sro	EA 04					
RADICI YARN S.p.A. – Villa d'Ogna	EA 04					
RADICI YARN S.p.A. – Ardesio	EA 04					
SC YARNEA Srl	EA 04					
RADICI CHEMIEFASER GmbH	EA 04					
NOYFIL S.p.A. – Chignolo d'Isola	EA 04					
NOYFIL S.p.A. – Andalo Valtellino	EA 04					
NOYFIL SA	EA 04					
RADICIFIBRAS Ltda	EA 04					
CORDONSED S.A.	EA 04					
TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.	EA 04					
PERFORMANCE PLASTICS						
RADICI NOVACIPS S.p.A. – Villa d'Ogna	EA 14					
RADICI NOVACIPS S.p.A. – Chignolo d'Isola	EA 14					
RADICI PLASTICS GmbH	EA 14					
RADICI PLASTICS Ltda	EA 14					
RADICI PLASTICS Co. Ltd.	EA 14					
RADICI PLASTICS USA Inc.	EA 14					
RADICI PLASTICS MEXICO S. de R.L.	EA 14					
SPECIALTY CHEMICALS						
RADICI CHIMICA NOVARA S.p.A.	EA 12					
RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GmbH	EA 12					



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

✔ *Certificato*
⚙️ *Lavori in corso*
★ *Nuovo (2015)*
✔ *Cambio ente certificazione*

AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Chimica S.p.A OEF / PEF Certiquality 2013
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Plastics USA Inc. ISO/IEC 17025:05 AZLA 2013
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Chimica S.p.A AEON – ASTM D6866* ASTM 2014
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Novacips S.p.A OEF / PEF Certiquality 2014
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Novacips S.p.A EPD Certiquality 2014
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Novacips S.p.A EPD S-P-00554 Envirodec 2014
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Noyfil SA UNI 11505 – R Starlight Certiquality 2014
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Noyfil S.p.A. UNI 11505 – R Radyarn Certiquality 2014
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radicifil S.p.A. EPD Certiquality 2015
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Novacips S.p.A EPD S-P-00707 Envirodec 2015
AZIENDA DI RADICIGROUP CERTIFICAZIONE ENTE DI CERTIFICAZIONE ANNO	Radici Novacips S.p.A EPD S-P-00708 Envirodec 2015

*per Radipol DC (PA 6.10) e Radipol DX (PA 10.10)



IL BILANCIO DI SOSTENIBILITA' 2015

STANDARD DISCLOSURES G4-3 e 7

- È IL BILANCIO DI RADICI PARTECIPAZIONI S.P.A. E DELLE SUE CONSOCIATE

STANDARD DISCLOSURES G4-28, 29 e 30

- HA UNA CADENZA ANNUALE (ultima edizione luglio 2015)
- SONO 21 LE AZIENDE CHE HANNO FORNITO I DATI PER ALIMENTARLO
- SONO PRESENTI 27 INDICATORI NUMERICI E NON
- ALLA SUA REALIZZAZIONE COLLABORANO PIÙ DI 70 PERSONE
- RIGUARDA I SEGUENTI STAKEHOLDER:
 - AZIONISTI
 - DIPENDENTI
 - CLIENTI
 - CONCORRENTI
 - FORNITORI
 - ISTITUTI BANCARI
 - RAPPRESENTANZE SINDACALI
 - COMUNITÀ LOCALI
 - ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
 - MEDIA
 - SCUOLE E MONDO ACCADEMICO
- ED IN PARTICOLARE I CIRCA 3000 DIPENDENTI DI RADICIGROUP

È VALIDATO DA PARTE TERZA DALLA SOCIETÀ DI CERTIFICAZIONE CERTIQUALITY COME CONFORME AL MODELLO DI RENDICONTAZIONE "GLOBAL REPORTING INITIATIVE" – VERSIONE 4 "IN ACCORDANCE - CORE"

STANDARD DISCLOSURES G4-32

PRINCIPI SEGUITI PER LA DEFINIZIONE DEI CONTENUTI DEL BILANCIO E PER LA LORO ENUNCIAZIONE

STANDARD DISCLOSURES G4-18

Un accurato lavoro di identificazione dei contenuti caratterizza ogni anno il Bilancio di Sostenibilità che risponde, nella forma e nei contenuti, ai seguenti criteri:

Materialità

La determinazione degli argomenti rilevanti “o materiali” per il Bilancio di Sostenibilità di RadiciGroup è avvenuta attraverso la Matrice di Materialità.

Alla matrice si sono aggiunti altri strumenti di determinazione degli aspetti materiali:

- L'analisi del contesto operativo e delle legittime aspettative degli Stakeholder.
- Il piano di miglioramento del precedente Report di Sostenibilità (edizione 2014 Bilancio di Sostenibilità).
- Gli indicatori di prestazione (KPI) relativi ai Sistemi di Gestione di RadiciGroup.
- Le indicazioni del CdA, del Comitato Etico e del Gruppo di Coordinamento GRI che, sulla base della storia, dei valori e delle politiche del Gruppo, hanno individuato ulteriori tematiche rilevanti sulle quali far convergere sforzi e progetti.

Contesto di sostenibilità

Ciascun argomento illustrato è stato inquadrato nel più ampio contesto di sostenibilità nel quale opera RadiciGroup. La Disclosure on Management Approach (DMA), in particolare, ha approfondito per ciascun macro-tema (ambiente, lavoro, condizioni sociali o economiche, prodotti e processi) obiettivi e strategie di sostenibilità posti in campo dal Gruppo.

Inclusività

Il principio di inclusività si è concretizzato in questo Bilancio, e prima ancora nell'operatività di RadiciGroup, attraverso il coinvolgimento di un sempre maggior numero di Stakeholder con progetti di engagement ad hoc, come raccontato nelle pagine a venire. Inoltre tutti gli indicatori presentati sono stati ritenuti applicabili per tutte le aziende oggetto di rendicontazione.

Accuratezza, chiarezza

Secondo quanto previsto dal modello di rendicontazione GRI, tutti gli indicatori numerici sono qui presentati con un andamento per lo meno triennale. Questo per favorire, da parte di chi legge, una valutazione dei reali trend espressi dagli indicatori. La presentazione di dati relativi a più anni consente inoltre di comprendere la variazione delle performance del Gruppo nel tempo.

L'introduzione di percorsi, schemi, parti grafiche e box di eccellenza per facilitare la lettura e la comprensione risponde alla volontà di rendere questo documento fruibile da un sempre maggior numero di persone.

Equilibrio e prudenza

I risultati ottenuti da RadiciGroup sono stati presentati in maniera obiettiva, avendo cura di non presentare una visione fuorviante o unicamente positiva di ogni aspetto. Laddove vi fosse un dubbio nel modo di esporre i dati, la versione meno favorevole a RadiciGroup è sempre stata scelta.

Completezza

STANDARD DISCLOSURES G4-17

Nel Bilancio di Sostenibilità 2015 della Holding Radici Partecipazioni S.p.A., comunemente indicata anche come RadiciGroup in questo documento, sono incluse le seguenti aziende:

- CORDONSED SA (Argentina)
- LOGIT Sro (Rep. Ceca)
- NOYFIL SA (Svizzera)
- NOYFIL S.p.A. (2 sedi, Italia)
- RADICI CHEMIEFASER GmbH (Germania)
- RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GmbH (Germania)
- RADICI CHIMICA S.p.A. (Italia)
- RADICI FIL S.p.A. (Italia)
- RADICI NOVACIPS S.p.A. (2 sedi, Italia)
- RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A. (Italia)
- RADICI PLASTICS GmbH (Germania)
- RADICI PLASTICS Ltda (Brasile)
- RADICI PLASTICS SOUZHOU Co. Ltd. (Cina)
- RADICI PLASTICS USA Inc. (USA)
- RADICI YARN S.p.A. (2 sedi, Italia)
- RADICIFIBRAS Ltda (Brasile)
- SC YARNEA Srl (Romania)
- TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A. (Italia)



Nessuna joint venture è presente ad oggi nel Gruppo. La Holding RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A. (Italia) ha contribuito per i dati relativi agli indicatori di carattere economico e sociale, ma non ambientale, trattandosi di una società non produttiva, il cui impatto è estremamente limitato. Non sono inoltre contenuti nel Bilancio dati relativi alle Società commerciali.

L'azienda Radici Plastics Mexico è stata acquisita nel corso del 2015 e non è stato possibile includerla. Sarà però considerata a pieno titolo a partire dall'edizione 2016.

Le società nell'elenco sopra riportato rappresentano sostanzialmente la totalità del fatturato di Radici Partecipazioni S.p.A.

Per quanto concerne l'utilizzo di energia elettrica da parte dei siti italiani, i relativi indicatori sono elaborati principalmente sulla base dei dati di GEOGREEN, fornitore - partner di RadiciGroup per l'energia, in particolare quella da fonte rinnovabile. Il Gruppo Geogreen appartiene alla famiglia Radici pur non essendo controllato dalla Holding Radici Partecipazioni (www.geogreen.it).

Comparabilità e tempestività

STANDARD DISCLOSURES G4-22 e 23

STANDARD DISCLOSURES G4-28

Il Bilancio di Sostenibilità di RadiciGroup, da oltre un decennio, viene pubblicato con regolarità ad ogni anno solare per garantire una informazione tempestiva ed utile agli Stakeholder. Il Bilancio contiene dati e informazioni riferiti all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015, ad eccezione di alcune informazioni riferite al 2016, opportunamente segnalate nel testo.

La comparabilità del Bilancio di Sostenibilità 2015, rispetto alle edizioni che lo hanno preceduto, non è piena. In occasione del passaggio al modello GRI-G4 sono state compiute (e spiegate nei testi di accompagnamento) modifiche ad alcuni degli indicatori rispetto alle edizioni precedenti.

I dati sono stati raccolti dalle singole aziende tramite i Responsabili dei Gruppi GRI di Sito, elaborati dal Gruppo GRI di Coordinamento e presentati in forma aggregata nel Report.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

STANDARD DISCLOSURES G4-19, 20 e 21

Nel 2014 RadiciGroup ha elaborato una prima matrice di materialità. Quest'ultima era basata su una valutazione delle tematiche rilevanti individuate dal Gruppo di coordinamento GRI, selezionate considerando la storia di RadiciGroup, la Vision, la Mission, i Valori nonché la tipologia produttiva delle aziende.

Questa prima matrice ha costituito la base di rendicontazione della precedente edizione del Bilancio. Alla base della matrice vi è la valutazione degli aspetti individuati, raggruppati in tre macro categorie (Ambientale, Sociale, Economica), e l'attribuzione di un valore all'impatto che essi esercitano sugli Stakeholder attraverso un punteggio da 1 (impatto scarsamente importante) a 4 (estremamente importante).

Al fine di aggiornare la Matrice e di renderla sempre più adeguata e vicina alla realtà di RadiciGroup, il Gruppo di Coordinamento GRI l'ha sottoposta nel 2015 agli Azionisti di Radici Partecipazioni, al Comitato Etico di RadiciGroup e alla funzione Human Resources di Gruppo.

Grazie alla media dei risultati ottenuti dopo le diverse valutazioni, la matrice è stata rimodulata e sono emerse, quali rilevanti con massima priorità (voto 16), le tematiche riportate nella *Tabella 1*, ratificate in ultimo dal CDA di Radici Partecipazioni, e destinate a divenire parte della strategia del Gruppo.

Il Gruppo di Coordinamento GRI è stato incaricato dal CDA di attivare le forme necessarie di coinvolgimento o "Engagement" dei diversi portatori di interesse identificati nella Matrice e di attivare tutte le modalità necessarie per aggiornare la matrice, sulla base degli interessi degli Stakeholder stessi.

Per ciascun tema nel 2015 si sono intrapresi a livello di Gruppo e nelle singole Aziende progetti volti al potenziamento e al supporto delle attività già presenti come verrà illustrato nel presente Bilancio.

Al Comitato Etico è stato dato mandato di verificare che questi progetti siano effettivamente realizzati.

Tabella 1

ASPETTO	STAKEHOLDER INTERNI INTERESSATI	STAKEHOLDER ESTERNI INTERESSATI
Valore economico generato e distribuito	Shareholder, Dipendenti	Istituti Bancari, Rappresentanze Sindacali, Comunità Locali, Concorrenti, Fornitori Clienti, Media, Scuole
Politiche occupazione interne	Shareholder, Dipendenti	Rappresentanze Sindacali, Comunità Locali, Media, Associazioni di categoria, Scuole
Emissioni in atmosfera	Shareholder, Dipendenti	Comunità Locali, Media, Associazioni di categoria
Consumo di energia elettrica	Shareholder, Dipendenti	Comunità Locali, Fornitori, Associazioni di categoria
Reclami	Shareholder, Dipendenti	Clienti, Istituti Bancari, Concorrenti

Gli altri strumenti di determinazione degli aspetti materiali, indicati in precedenza, hanno fatto inoltre emergere come rilevanti gli argomenti presentati nella [Tabella 2](#).

L'auto-valutazione del processo seguito per la determinazione delle tematiche ha posto in luce un coinvolgimento degli Stakeholder ancora limitato, ma decisamente maggiore rispetto all'edizione precedente. L'engagement è

stato oggetto di alcuni progetti specifici di miglioramento destinati a proseguire nel tempo.

Infine nel 2015 RadiciGroup si è attivato per conoscere in maniera più approfondita ed interpellare i propri interlocutori attraverso alcune azioni destinate a produrre una "contaminazione positiva" tra le sue istanze e le aspettative degli Stakeholder.

Tabella 2

ASPETTO	STAKEHOLDER INTERNI INTERESSATI	STAKEHOLDER ESTERNI INTERESSATI
Salute & Sicurezza nei luoghi di lavoro	Forza lavoro di RadiciGroup (<i>lavoratori contrattuali, interinali e dipendenti</i>) Shareholder	Rappresentanze Sindacali, Comunità locali
Sostenibilità della Supply Chain	Forza lavoro di RadiciGroup (<i>lavoratori contrattuali, interinali e dipendenti</i>)	Fornitori, Clienti
Processi e prodotti a limitato impatto	Forza lavoro di RadiciGroup (<i>lavoratori contrattuali, interinali e dipendenti</i>) Shareholder	Fornitori, Clienti, Comunità Locali



In particolare, nel 2015 si è operato per:

STANDARD DISCLOSURES G4-25

- Una mappatura del contesto operativo di RadiciGroup in relazione agli Stakeholder e alle loro legittime istanze.
- Uno studio delle opportunità e dei rischi legati ai rapporti che RadiciGroup intrattiene con i portatori di interesse.
- Una analisi degli strumenti di coinvolgimento ad oggi presenti.

Alle categorie di interlocutori presentati nell'edizione 2014 del Bilancio, selezionati in base alla storia e alla tipologia di business del Gruppo, sono stati aggiunti Concorrenti, Sindacati e Istituti Bancari.

Una auto analisi degli Stakeholder considerati fino al 2014 ha infatti spinto il Gruppo di Coordinamento GRI all'introduzione di queste categorie mancanti in ottica di una sempre maggiore completezza di rendicontazione e di un impegno crescente per l'inclusività di tutti gli interlocutori.

Tale mappatura è parte di un progetto condiviso tra la funzione Sostenibilità e la funzione Corporate Quality & Processes e costituisce una utile base di conoscenza sia per il Bilancio di Sostenibilità che per le nuove procedure di Radici Partecipazioni.

Si è inoltre lavorato per:

- Una mappatura specifica degli strumenti di comunicazione ad oggi presenti ed utilizzati per il coinvolgimento degli Stakeholder, incluse le due nuove categorie sopra indicate (CFR pag. 34 e seguenti). Anche questa mappatura rientra nei progetti congiunti di sostenibilità e certificazione sopra menzionati.
- Alcune azioni di comunicazione mirate, parte di un più ampio piano di engagement, delle quali sono stati valutati i risultati (CFR pag. 39).
- L'adozione dei Codici Etici legati a Clienti e Fornitori, le cui basi sono state poste nel 2015, destinati a dare vita a progetti congiunti per la creazione di una supply chain sostenibile.

Tutte queste attività, descritte anche qui di seguito, hanno per obiettivo l'incremento del grado di coinvolgimento degli Stakeholder, in maniera che siano sempre più informati e partecipi delle attività di RadiciGroup.

I NOSTRI STAKEHOLDER

STANDARD DISCLOSURES G4-24

- AZIONISTI
- DIPENDENTI
- CLIENTI
- CONCORRENTI
- FORNITORI
- ISTITUTI BANCARI
- RAPPRESENTANZE SINDACALI
- COMUNITA' LOCALI
- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
- MEDIA
- SCUOLE E MONDO ACCADEMICO

LA MAPPATURA DEL CONTESTO OPERATIVO DI RADICIGROUP IN RELAZIONE AGLI STAKEHOLDER

STANDARD DISCLOSURES G4-2, 14, 26 e 27

Una attenta analisi del proprio contesto operativo al fine di identificare punti di forza, punti di miglioramento, rischi ed opportunità connessi all'operatività ed in particolare al rapporto con gli Stakeholder, chiave di volta della creazione di valore tangibile ed intangibile. Da questo intento deriva la mappatura riportata nelle *Tabelle 3a-3b*, risultato di una analisi condotta nel 2015, che ha portato alla nascita di alcuni interessanti progetti di dialogo e coinvolgimento degli Stakeholder. I rischi sono legati alla mancata o incompleta risposta alle legittime aspettative degli Stakeholder sono indicati in ordine di probabilità di occorrenza secondo una valutazione interna compiuta dalla funzione Corporate Quality & Processes in collaborazione con la funzione Corporate Marketing. I rischi sono classificati come in *Tabella 4*.

Alla base di tutte le risposte di RadiciGroup a queste aspettative e alla base delle politiche di mitigazione del rischio vi è la costante valutazione delle prestazioni e il principio del miglioramento continuo sanciti dalla norma ISO 9001, illustrati nella procedura di Radici Partecipazioni PR09 e attuati quotidianamente nei business del Gruppo.



Tabella 3a - MAPPATURA DEL CONTESTO OPERATIVO DI RADICIGROUP IN RELAZIONE AGLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER	LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER	RISPOSTA DI RADICIGROUP	RISCHI PER RADICIGROUP*
AZIONISTI	Remunerazione del capitale investito Profittabilità del business Incremento valore intangibile	Piani Strategici e relativi Budget Sistemi di Gestione Acquisizioni Riorganizzazioni	Rischi legati al Mercato RS Scompensi Finanziari RF Rischio Reputazionale RR
DIPENDENTI	Etica del rapporto di lavoro Stabilità del rapporto di lavoro Salute e sicurezza Giusta remunerazione Percorso di carriera Formazione	Rispetto delle cogenze Codice Etico di RadiciGroup Politiche e procedure di RadiciGroup sui diversi temi (PR03)	Demotivazione RR + RO + RF Disimpegno RO Assenteismo RO Corruzione RR + RF + RP Frode RR + RF + RP
CLIENTI	Prodotti e/o servizi conformi alle aspettative Correttezza e trasparenza dei rapporti Collaborazione e vicinanza R&D congiunti	Definizione chiara delle specifiche Politiche di costanza e miglioramento della Qualità Attuazione di principi correttezza del Codice Etico Team dedicati a progetti congiunti Risorse dedicate	Reclami RO Non solvibilità RF Perdita del Cliente RO + RF Inefficace strategia congiunta di MKT-R&D RO
CONCORRENTI	Correttezza e trasparenza dei rapporti Concorrenza leale Sviluppo congiunto di settori applicativi.	Attuazione di principi correttezza del Codice Etico Attuazione di Vision, Mission e Valori di RadiciGroup Ricerca e sviluppo per prodotti e business più competitivi	Perdita quote di mercato RO + RF Inefficace strategia congiunta di MKT-R&D e sistemi di gestione RO
FORNITORI	Profitto Stabilità della relazione Correttezza e trasparenza dei rapporti Solvibilità di RadiciGroup	Codice Etico Fornitori Procedure di approvvigionamento (PR04 e PR05) Linee guida sui pagamenti	Prodotti e servizi non conformi RO Non garanzia della Business Continuity RP Corruzione RR + RF +RP Frode RR + RF + RP Abuso delle proprietà intellettuali di RadiciGroup RP Aspetti Etici: rispetti dei diritti umani, dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente RR + RP



Tabella 3a

STAKEHOLDER	MITIGAZIONE DEL RISCHIO	OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
AZIONISTI	Azioni di Prevenzione e Risposta ai Rischi (FC01) Attività di Controlling (FC01) Accorta Politica MKT e Comunicazione (PR10)	Continuità e profittabilità del business	Coinvolgimento strategico e operativo quotidiano Comunicazione
DIPENDENTI	Codice Etico Politiche di RadiciGroup sulle Risorse Umane (PR03) MBO e Benefit Gestione carriere Engagement Attività formative	Fidelizzazione Motivazione Efficienza	Comunicazione interna Engagement Eventi ad hoc MBO e Benefit WHP
CLIENTI	Gestione dei reclami Gestione fidi su tutti i Clienti Attività di Controlling Attività di Marketing strategico e operativo (PR10) Attività di R&D (PR07) Attività CRM Fidelizzazione Clienti Ricerca nuovi Clienti Attività di Customer Satisfaction	Leadership di mercato Reputazione Fidelizzazione Continuità e profittabilità del business Conquista di nuovi mercati	Network e incontri di business Condivisione delle conoscenze Partnership Comunicazione Eventi ad hoc e fiere
CONCORRENTI	Attività di Marketing strategico e operativo Attività di R&D Attività CRM Fidelizzazione Clienti Ricerca nuovi Clienti Attività di Customer Satisfaction	Collaborazione attraverso le associazioni di categoria per la salvaguardia del mercato Innovazioni di settore Reputazione	Network e incontri di business Incontri associativi Comunicazione
FORNITORI	Attività di Business Continuity Attività di Controlling Codice Etico Fornitori Procedure di approvvigionamento (PR04 e PR05) Attività di vigilanza	Reputazione Business continuity Sinergia Sviluppo	Network e incontri di business Condivisione delle conoscenze Partnership Sottoscrizione Codice etico Comunicazione

Tabella 3b

STAKEHOLDER	LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER	RISPOSTA DI RADICIGROUP	RISCHI PER RADICIGROUP*
ISTITUTI BANCARI	<p>Profitto</p> <p>Stabilità della relazione</p> <p>Correttezza e trasparenza nei rapporti</p> <p>Solvibilità di RadiciGroup</p>	<p>Politiche, piani economico / finanziari accorti a breve e medio termine</p> <p>Rendicontazione economico / finanziaria chiara e conforme alla legislazione</p> <p>Certificazione bilanci da parte terza</p> <p>Politiche di riduzione dell'indebitamento</p>	<p>Aumento dei tassi di interesse RF</p> <p>Mancato finanziamento RF</p> <p>Fallimento Istituto Finanziario RF</p>
RAPPRESENTANZE SINDACALI	<p>Libertà di associazione</p> <p>Dialogo</p> <p>Fiducia</p> <p>Collaborazione</p>	<p>Rispetto delle Cogenze</p> <p>Codice Etico di RadiciGroup</p> <p>Presenza Organizzazioni Sindacali</p>	<p>Scioperi RO</p> <p>Rischio reputazionale RR</p> <p>Azioni legali RO + RF + RR</p>
COMUNITÀ LOCALI	<p>Tutela ambiente e sicurezza</p> <p>Politiche occupazionali attente al territorio</p> <p>Sostegno economico e sociale</p> <p>Trasparenza e comunicazione</p>	<p>Politiche ambientali responsabili a medio e lungo termine</p> <p>Politiche occupazionali attente alle risorse del territorio (PR03)</p> <p>Bilancio di Sostenibilità e comunicazione costante (PR08)</p> <p>Marketing Sociale e Filantropico</p>	<p>Rischi ambientali RP</p> <p>Rischi di salute e sicurezza RP</p> <p>Riduzione occupazione sul territorio RP</p> <p>Rischio degrado contesto sociale RP</p> <p>Rischio reputazionale RR</p>
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	<p>Collaborazione</p> <p>Fiducia</p> <p>Input di innovazione</p>	<p>Dialogo e partecipazione</p> <p>Trasparenza e comunicazione</p> <p>Formazione e informazione</p> <p>Condivisione delle conoscenze ed esperienze</p>	<p>Rischio di subire decisioni non condivise RO</p> <p>Impoverimento del network e perdita di capacità di lobbying RR</p> <p>Rischio reputazionale (es. organizzazioni di attivisti) RR</p>
MEDIA	<p>Chiarezza</p> <p>Trasparenza</p> <p>Relazione costante</p> <p>Fiducia reciproca</p>	<p>Politiche di MKT e comunicazione di RadiciGroup (PR10)</p>	<p>Rischio reputazionale per mancata informazione o per diffusione di informazioni forvianti RR</p>
SCUOLE e MONDO ACCADEMICO	<p>Condivisione della conoscenza</p> <p>Opportunità occupazionali</p> <p>Sostegno</p>	<p>Stage</p> <p>Giornate formative</p> <p>Sponsorship</p>	<p>Disallineamento delle competenze offerte vs competenze richieste da RadiciGroup RO</p>



Tabella 3b

STAKEHOLDER	MITIGAZIONE DEL RISCHIO	OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
ISTITUTI BANCARI	<p>Collaborazione diretta e continua con gli Istituti bancari</p> <p>Politiche e piani volti a rafforzare la solidità patrimoniale e reputazionale di RadiciGroup (FC01)</p> <p>Attività di Controlling (FC01)</p> <p>Attività di reperimento finanziamenti con i migliori tassi (FC01)</p> <p>Attenta vigilanza sugli Istituti bancari</p>	<p>Reputazione</p> <p>Fiducia</p> <p>Business continuity</p>	<p>Network e incontri di business</p> <p>Condivisione delle informazioni</p> <p>Partnership</p> <p>Comunicazione</p>
RAPPRESENTANZE SINDACALI	<p>Concertazione</p> <p>Progetti congiunti</p> <p>Azioni legali</p>	<p>Reputazione</p> <p>Clima aziendale</p>	<p>Incontri e dialogo</p> <p>Concertazione</p> <p>Sviluppo di progetti condivisi</p> <p>Comunicazione</p>
COMUNITÀ LOCALI	<p>Rispetto delle Cogenze</p> <p>Politiche di RadiciGroup for Sustainability e sistemi di gestione integrata.</p> <p>Attuazione delle politiche occupazionali di RadiciGroup</p> <p>Coltivazioni relazione con il territorio (es. Fabbriche aperte)</p>	<p>Reputazione</p> <p>Supporto reciproco</p> <p>Bacino professionale locale</p>	<p>Comunicazione</p> <p>Eventi ad hoc</p> <p>Attività previste dal Bilancio di sostenibilità</p>
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	<p>Presenza attiva rappresentante RadiciGroup nelle associazioni nel ruolo di influencer.</p> <p>Comunicazione trasparente dei risultati di Sostenibilità: GRI, PCR, EPD, LCA, ecc</p>	<p>Reputazione</p> <p>Attività di lobby</p>	<p>Partecipazione alle attività e ai processi decisionali</p> <p>Comunicazione</p>
MEDIA	<p>Attività costante delle funzioni corporate e di BU dedicate alla comunicazione verso i media</p>	<p>Reputazione</p>	<p>Attività di ufficio stampa</p> <p>Presenza attiva nei social media</p> <p>Coinvolgimento nelle iniziative</p>
SCUOLE e MONDO ACCADEMICO	<p>Rapporti consolidati con Scuole e Atenei</p> <p>Progetti congiunti di R&D (PR07)</p> <p>Assunzione e formazione di stagisti e di neo laureati</p>	<p>Reputazione</p> <p>Bacino di competenze e professionalità</p>	<p>Attività ad hoc</p> <p>Career day</p> <p>Collaborazione (formazione e selezione dei profili)</p> <p>Comunicazione</p>



Tabella 4

DESCRIZIONE	CATEGORIA DI RISCHIO	CODICE CATEGORIA	ESEMPI
Rischi collegati ad eventi suscettibili di INCREMENTARE o di RIDURRE il valore dell'impresa (alias dare luogo ad un UTILE o una PERDITA). Può essere POSITIVO o NEGATIVO	Rischio STRATEGICO	RS	Budget di vendita, acquisto materia prima, ecc.
Rischi collegati ai soli eventi suscettibili a RIDURRE il valore dell'impresa (alias dare luogo ad una PERDITA)	Rischio OPERATIVO	RO	Processo, tecnologia, complessità norme e regolamenti, risorse umane, sistemi informatici e infrastrutture, sistemi di controllo e della qualità, responsabilità contrattuale (specifiche di prodotto, penali, ecc.)
Rischi collegati ai soli eventi suscettibili a RIDURRE il valore dell'impresa (alias dare luogo ad una PERDITA)	Rischio FINANZIARIO	RF	Fido, esposizione finanziaria, pagamenti, solvibilità, ecc.
Rischi collegati ai soli eventi suscettibili a RIDURRE il valore dell'impresa (alias dare luogo ad una PERDITA)	Rischio REPUTAZIONALE	RR	Capacità di stare sul mercato, fiducia, affidabilità, stima e capacità di garantire standard di prodotto, processi di comunicazione, MKT e CSR
Rischi collegati ai soli eventi suscettibili a RIDURRE il valore dell'impresa (alias dare luogo ad una PERDITA)	Rischio PURO	RP	Beni di proprietà, infortuni sul lavoro, continuità attività produttiva, eventi naturali, eventi socio-politici, atti illeciti, inquinamento ambientale, ecc.

LA MAPPATURA DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE VOLTI ALL'INFORMAZIONE E AL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

STANDARD DISCLOSURES G4-26 e 27

Ogni giorno le circa 3000 persone che costituiscono RadiciGroup comunicano incessantemente tra loro e con un numero di interlocutori esterni altrettanto elevato se non addirittura superiore.

Mantenere adeguato il livello di informazione, comunicazione e coinvolgimento nel Gruppo e verso l'esterno costituisce un impegno costante, che richiede una profonda conoscenza degli strumenti di comunicazione ed un loro continuo aggiornamento, per adeguarsi ad esigenze e sensibilità in costante mutamento.

Nelle *Tabelle 5a-5b* si può vedere una mappatura dei princi-

pali strumenti o canali di comunicazione e informazione ad oggi in uso nel Gruppo, associati alle diverse categorie di Portatori di Interesse.

RADICIGROUP SI RACCONTA IN MANIERA SEMPRE PIU' SOCIAL

Nel 2015 è stato principalmente il canale LinkedIn a caratterizzare la comunicazione social di RadiciGroup, anche grazie all'attivazione di una Show Case Page specifica per il tema della sostenibilità. Ecco alcuni dati relativi alla comunicazione via LinkedIn:

- 25 News di RadiciGroup riprese attraverso altrettanti post
- 28 post relativi a fiere ed eventi del Gruppo
- 10 post relativi a presentazioni, condivise anche tramite Slideshare, effettuate nel corso di convegni o iniziative cui hanno partecipato persone del Gruppo.

Anche il canale Twitter, con i suoi 465 tweet nel 2015 e più di 1500 follower (attraverso gli account RadiciGroup, RG for Sustainability e RG for Culture) è stato fedele testimone delle attività del Gruppo.



Tabella 5a - MAPPATURA DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE VOLTI ALL'INFORMAZIONE E AL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER	SITO WEB	INTRANET RADICIGROUP INSIDE	SOCIAL MEDIA	STRUMENTI UFFICIO STAMPA
AZIONISTI	Informazioni istituzionali e RadiciGroup News	Tutte le informazioni contenute nelle sezioni ospitate dal portale	Linkedin Twitter Slideshare YouTube	Comunicati stampa News Interviste Rassegna stampa
DIPENDENTI	Informazioni istituzionali e RadiciGroup News	Intranet About us (news di RadiciGroup), Library/Manual, Help Desk, Area Convenzioni, Aree tematiche dedicate alle varie funzioni. Area di lavoro Collaboration (projects + workspaces)	Linkedin Twitter Slideshare Youtube Facebook territoriale	Comunicati stampa Newsletter House Organ Rassegna stampa
CLIENTI	Codice Etico Informazioni istituzionali e di prodotto RadiciGroup News		Linkedin Facebook World Slideshare Youtube	Comunicati stampa Newsletter Campagne DEM
CONCORRENTI	Codice Etico Informazioni istituzionali e di prodotto RadiciGroup News		Linkedin Facebook World Slideshare Youtube	Comunicati stampa
FORNITORI	Codice Etico Informazioni istituzionali e di prodotto RadiciGroup News	Sezioni del portale condivise con i Fornitori in progetti specifici	Linkedin Facebook World	Newsletter

Tabella 5a

STAKEHOLDER	DOCUMENTAZIONE CORPORATE	EVENTI E FIERE	INDAGINI	BUSINESS MEETING
AZIONISTI	Bilancio consolidato Bilancio di Sostenibilità Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco 	Eventi aziendali e fiere di settore		Piani strategici & budget Riesame di Direzione BA meeting Customer Satisfaction survey Incontri progetto Sostenibilità Incontri Comitato Etico
DIPENDENTI	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità Incontri di presentazione della Documentazione istituzionale	Eventi aziendali rivolti al territorio (fabbriche aperte, borse di studio ed eventi culturali)	Survey sulle esigenze formative, indagini del progetto WHP (per le aziende aderenti)	Incontri di presentazione della documentazione istituzionale Incontri interfuzionali Incontri sindacali Incontri di formazione RadiciGroup Academy
CLIENTI	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità. Brochure di prodotto e schede tecniche	Eventi aziendali e fiere di settore, visite dei Clienti presso le sedi produttive di RadiciGroup	Customer satisfaction survey biennale	Meeting periodici con la forza vendita di RadiciGroup
CONCORRENTI	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità 	Fiere di settore ed eventi associazioni di categoria	Customer satisfaction survey biennale	Eventi associazioni di categoria
FORNITORI	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità 	Eventi aziendali e fiere di settore, visite dello staff di RadiciGroup presso le sedi produttive dei Fornitori	Indagine sui temi della sostenibilità ambientale e sociale	Meeting periodici con la funzione Purchasing & Logistics di RadiciGroup





Tabella 5b

STAKEHOLDER	SITO WEB	INTRANET RADICIGROUP INSIDE	SOCIAL MEDIA	STRUMENTI UFFICIO STAMPA
ISTITUTI BANCARI	Informazioni istituzionali e RadiciGroup News		Linkedin	News
RAPPRESENTANZE SINDACALI	Informazioni istituzionali e RadiciGroup News		Linkedin	News
COMUNITÀ LOCALI	Informazioni istituzionali, Informazioni riportate sulla Sezione Sponsorship e sulla Sezione Opportunità lavorative del sito web RadiciGroup News		Twitter Facebook territoriale	News, promozione a mezzo stampa, tv e radio
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	Informazioni istituzionali e RadiciGroup News		Linkedin Facebook Twitter	News
MEDIA	Informazioni istituzionali e RadiciGroup News		Twitter Slideshare Youtube	Comunicati stampa, House Organ, contenuti di approfondimento (profili aziendali, materiale fotografico, info prodotti, attività di pubbliche relazioni).
SCUOLE e MONDO ACCADEMICO	Informazioni istituzionali Informazioni riportate sulla Sezione Sponsorship e sulla Sezione Opportunità lavorative del sito web RadiciGroup News		Linkedin Facebook territoriale Slideshare	

Tabella 5b

STAKEHOLDER	DOCUMENTAZIONE CORPORATE	EVENTI E FIERE	INDAGINI	BUSINESS MEETING
ISTITUTI BANCARI	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità 			Meeting periodici con le funzioni di Amministrazione e Finanza di RadiciGroup
RAPPRESENTANZE SINDACALI	Bilancio consolidato Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità 	Eventi aziendali		Incontri periodici istituzionali (es. contrattazione di secondo livello, formazione finanziata, investimenti aziendali)
COMUNITÀ LOCALI	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità Pubblicazioni RG su vari supporti	Eventi aziendali rivolti al territorio (fabbriche aperte ed eventi culturali)		
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità Pubblicazioni RG su vari supporti	Eventi aziendali		Partecipazione di rappresentanti di RadiciGroup a comitati tecnici e scientifici, incontri di relazioni istituzionali
MEDIA	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità Pubblicazioni RG su vari supporti	Eventi aziendali e fiere di settore, conferenze stampa di presentazione prodotti o iniziative		Incontri di pubbliche relazioni, incontri in occasione di eventi aziendali, conferenze stampa
SCUOLE e MONDO ACCADEMICO	Brochure istituzionali: <ul style="list-style-type: none"> • To Be Glocal • Libro Bianco • Bilancio di Sostenibilità Pubblicazioni RG su vari supporti	Eventi aziendali mirati (career day, progetti di alternanza scuola lavoro)		Incontri RadiciGroup Academy, incontri di pianificazione attività congiunte (stage, alternanza scuola-lavoro, tesi di laurea)





LO STAKEHOLDER ENGAGEMENT

STANDARD DISCLOSURES G4-26 e 27

Non solo analisi però. Il 2015 e parte dell'anno 2016 sono stati caratterizzati dall'avvio di numerosi progetti di coinvolgimento degli Stakeholder che hanno concretizzato le attività generali di engagement descritte nella matrice relativa al contesto operativo del Gruppo.

TUTTI GLI STAKEHOLDER

La Promozione del Bilancio di Sostenibilità e delle Pillole di Bilancio

Il Bilancio di sostenibilità 2014, in forma completa o ridotta (Pillole di Bilancio), è stato presentato attraverso strumenti e canali comunicativi specifici per ciascuna categoria di Stakeholder, ovvero:

- Illustrazione del Bilancio attraverso incontri diretti con tutti i Dipendenti di Radici Partecipazioni e con lo Staff Commerciale, le Risorse Umane e le Rappresentanze Sindacali delle Aziende italiane (circa 160 persone);
- Invio del Bilancio in forma cartacea o elettronica a numerosi esponenti delle istituzioni, delle associazioni di categoria di cui è parte il Gruppo e degli Istituti Bancari;
- Promozione e diffusione attraverso i media tradizionali ed il sito web a mezzo dei comunicati stampa e della newsletter di RadiciGroup che raggiunge oltre 3000 utenti in Italia e all'estero, Clienti, Fornitori, concorrenti del Gruppo.
- Promozione del Bilancio attraverso i canali social LinkedIn e Twitter, con particolare attenzione alla promozione delle Pillole di Bilancio, la versione ridotta presentata per singole tavole tematiche.

Per agevolare la fruizione delle tematiche, e come segno di attenzione alle varie culture presenti nel Gruppo, tale versione ridotta per la prima volta è stata presentata nelle 6 principali lingue di riferimento di RadiciGroup (italiano, inglese, tedesco, portoghese, cinese, ceco).

Per saperne di più:

LINK ALLE PILLOLE DI BILANCIO

<http://www.radicigroup.com/it/documentazione/corporate/bilancio>

Dal punto di vista dei risultati, gli interlocutori diretti hanno espresso utili indicazioni e suggerimenti relativi al contenuto e alla forma del Bilancio, suggerimenti recepiti, laddove possibile, nell'edizione corrente.

A livello di reputazione ed immagine, la rassegna stampa ha testimoniato una forte attenzione all'impegno per la sostenibilità di RadiciGroup.

Per quanto riguarda il coinvolgimento attraverso i social media, le numerose interazioni attraverso i "mi piace", "condividi" e "commenta" che sono state fatte ai post relativi al Bilancio, ancora visibili sui profili social di RadiciGroup, indicano un buon livello di attenzione e interesse per questo documento.

Il Progetto Facebook World

A fine 2015 è stato lanciato il profilo Facebook (RadiciGroup World), realizzato in lingua inglese, voluto per la diffusione di notizie di business, eventi ed iniziative del Gruppo.

Il profilo, destinato a raccontare principalmente quanto accade nelle aziende del Gruppo dal punto di vista delle attività aziendali, è un importante strumento di coinvolgimento di tutti gli Stakeholder considerato il numero di utenti di Facebook nel mondo, oltre 1,6 miliardi nel 2016, e la dimestichezza d'uso con questo strumento ormai diffusa in ogni luogo e in ad ogni fascia di età.

Per saperne di più:

PROFILO FACEBOOK MONDO

<https://www.facebook.com/radicigroup.world/>

LE COMUNITA' LOCALI, I DIPENDENTI

Il Progetto Facebook territoriale

I primi due profili Facebook specifici per nazione (ad oggi RadiciGroup Italia e RadiciGroup Repubblica Ceca), sono

stati lanciati nel 2015 e realizzati nella lingua del luogo, per la diffusione di notizie legate agli eventi territoriali e per promozione di attività sociali, culturali o sportive di carattere locale.

Per la valenza di questi profili come elementi di scambio e dialogo con gli Stakeholder sono valide le medesime considerazioni espresse per il profilo Facebook World.

Per saperne di più:

PROFILO FACEBOOK ITALIA

<https://www.facebook.com/radicigroup.italia/>

PROFILO FACEBOOK REPUBBLICA CECA

<https://www.facebook.com/radicigroup.ceskarepublika/>

LE SCUOLE E IL MONDO ACCADEMICO

Il Progetto "Education 2015"

Il progetto Education contribuisce da tempo a rafforzare la reciproca conoscenza tra RadiciGroup e il mondo delle scuole. La domanda di competenze professionali si evolve continuamente, così come si rinnovano i programmi formativi scolastici.

Education 2015, attraverso numerose delle sue iniziative, ha valorizzato le esperienze che collegano l'imparare al fare e ha fornito conoscenze agli istituti delle comunità territoriali di riferimento per formare studenti più preparati che saranno un giorno potenziali risorse anche per le Aziende di RadiciGroup.

Gli obiettivi del progetto sono stati molteplici. Innanzitutto coinvolgere i ragazzi, con il loro bagaglio di conoscenze e strumenti di interazione innovativi, nelle attività aziendali creando un punto concreto di scambio di know-how. In secondo luogo fornire agli studenti occasioni di conoscenza diretta delle aziende e dei processi tecnologici che in esse si svolgono quotidianamente. Infine aiutarli, in preparazione alla vita lavorativa futura, a comprendere le dinamiche dell'organizzazione e della cultura di un'impresa.

Le attività e i risultati del progetto sono stati interessanti:

2 Career Day: Occasioni di incontro tra RadiciGroup e gli studenti delle facoltà bergamasche di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi, Giurisprudenza, Lingue, Letterature Straniere e Comunicazione, Scienze Umane e Sociali, Lettere e Filosofia ed Ingegneria.

2 Giornate organizzate da RadiciGroup nell'ambito del Festival Internazionale della Scienza "Bergamo-Scienza", occasioni per gli studenti di visitare aziende e laboratori del Gruppo e lavorare fianco a fianco dei tecnici alla scoperta del mondo della poliammide.

6 Progetti di Stage aziendali ospitati rispettivamente da Geogreen, Radici Fil, Radici Novacips e Radici Yarn che hanno visto coinvolti studenti delle scuole secondarie superiori, ciascuno affiancato da un tutor aziendale.

6 Interventi formativi effettuati da personale di RadiciGroup che si è recato presso scuole medie superiori ed università per supportare gli studenti nell'orientamento agli studi o alla ricerca della professione.

9 Visite agli impianti delle aziende italiane del Gruppo da parte di studenti e docenti delle scuole secondarie e università.

27 Borse di Studio ai figli dei Dipendenti delle aziende del Gruppo.

1820 studenti che hanno visitato Expo Milano nel 2015 grazie al supporto di RadiciGroup, nell'ambito del progetto "Expo: Adotta una scuola".





R95

OLTRE AL PATRIMONIO NATURALE,
**C'È UN PATRIMONIO STORICO,
ARTISTICO E CULTURALE, UGUALMENTE
MINACCIATO.**

LA SCOMPARSA DI UNA CULTURA
PUÒ ESSERE GRAVE COME O PIÙ DELLA
SCOMPARSA DI UNA SPECIE ANIMALE O
VEGETALE.

POLIAMMIDE DI CLASSE: UNA SPERIMENTAZIONE VINCENTE

Un progetto speciale ha visto coinvolti, tra il 2015 e l'inizio del 2016, RadiciGroup e l'Istituto Giulio Natta di Bergamo, con il supporto di Confindustria Bergamo.

Si è trattato di un programma di ricerca in alternanza scuola-lavoro, un vero e proprio "gemellaggio" tra le aziende Radici Novacips e Radici Yarn e gli studenti, accompagnati da alcuni docenti.

Dopo quattro mesi di lavoro presso i siti e nelle rispettive classi i ragazzi, - 8 studenti dell'articolazione Chimica e Materiali, 4 dell'articolazione Biotecnologie Ambientali e 4 legati al Liceo delle Scienze Applicate - hanno presentato le attività svolte nell'ambito di questo progetto sperimentale mirato ad analizzare e confrontare le poliammidi tradizionali, PA6 e PA6.6, con nuove poliammidi da fonti bio utilizzate per applicazioni in ambito tessile e per la produzione di articoli tecnici. Questo insieme ad un progetto di valutazione ambientale dell'impianto di depurazione delle acque.

L'iniziativa ha visto una partecipazione estremamente attiva da parte dei ragazzi e una notevole dose di autonomia da parte loro nel gestire il lavoro, nell'adottare un approccio logico di risoluzione dei problemi, nell'espone in modo analitico i risultati di ogni progetto.

Tutto questo ha contribuito alla valutazione positiva dell'esperienza formulata sia da parte delle aziende coinvolte che dall'Istituto Natta.

Il progetto è stato infine premiato durante l'evento "IO e Lode" promosso da Confindustria Bergamo, nell'ambito del concorso Industriamoci, ricevendo un " premio speciale: TOP PLAYER" per l'impegno e la qualità della progettazione sviluppata tra ITIS Natta e RadiciGroup, per l'integrazione tra studenti di diversi indirizzi (Indirizzo Ambientale, Indirizzo Chimico e liceo Scientifico delle Scienze Applicate) e per l'inclusione dei docenti nel percorso di formazione.

"Poliammide di Classe" costituisce dunque il primo step di un progetto a cui RadiciGroup farà seguire ulteriori nuove esperienze di alternanza scuola lavoro.

LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E I CONCORRENTI

STANDARD DISCLOSURES G4-16

La partecipazione alle Associazioni di Categoria è da sempre ritenuta estremamente importante da RadiciGroup per la condivisione di idee, informazioni, strategie e come forma di engagement degli operatori di settore.

Si tratta anche della principale occasione di dialogo e confronto positivo con i Concorrenti, al di fuori dell'arena competitiva e nel rispetto delle normative vigenti.

Nel contesto neutro della vita associativa, nasce la collaborazione per affrontare insieme le problematiche di settore e di mercato e promuoverne lo sviluppo all'interno dei contesti istituzionali. Nella maggior parte dei casi proprio in seno alle Associazioni si elaborano infatti politiche di influenza e tutela delle industrie di riferimento, con l'opportunità di elaborare anche strategie congiunte con settori sinergici.

Nell'anno di rendicontazione RadiciGroup è stato parte attiva di numerose Associazioni. *Tabella 6*

In particolare, i collaboratori di RadiciGroup hanno rivestito ruoli attivi nelle seguenti Associazioni:

ASSOFIBRE CIRFS ITALIA – L'associazione industriale italiana che raggruppa le aziende produttrici di fibre artificiali e sintetiche. La Presidenza è detenuta dal Vice Presidente di RadiciGroup Maurizio Radici.

ASSOCIAZIONE TESSILE E SALUTE – Nata nel 2001, l'Associazione è a fianco dei consumatori, dei produttori e delle organizzazioni che hanno a cuore la sicurezza del prodotto tessile e calzaturiero e la tutela del Made in Italy. Opera in sinergia con il Ministero della Salute per prevenire e combattere la diffusione sul mercato di prodotti nocivi per la salute degli utilizzatori. RadiciGroup partecipa al Consiglio Direttivo a partire dal 2015.



Tabella 6

ELENCO DELLE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DI CUI E' MEMBRO RADICIGROUP	SOCIETA' DI RADICIGROUP ISCRITTA NEL 2015
AIAS-SICUREZZA	RADICI NOVACIPS S.p.A.
AICQ	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
ASSOCIAZIONE TESSILE E SALUTE	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI NOVARA	RADICICHIMICA S.p.A.
ASSOFIBRE	RADICI FIL S.p.A.
CEFIC - EUROPEAN CHEMICAL INDUSTRY	RADICICHIMICA S.p.A.
CIRFS	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
CONSORZIO IBIS	RADICICHIMICA S.p.A.
CONFINDUSTRIA BERGAMO	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
EDANA	TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.
EPCA	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
ESTO	TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.
FEDERCHIMICA	RADICICHIMICA S.p.A.
FORAZ	RADICICHIMICA S.p.A.
IHK	RADICICHIMICA DEUTSCHLAND GmbH
M-VENA GmbH	RADICICHIMICA DEUTSCHLAND GmbH
NORDOSTCHEMIE	RADICICHIMICA DEUTSCHLAND GmbH
NYLON 6 PROMOTION GROUP	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
PLASTICS EUROPE	RADICI NOVACIPS S.p.A.
SPI	RADICI PLASTICS USA
SPRING	RADICICHIMICA S.p.A.
STC	TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.
TEX CLUB TEC	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
UNIPLAST-ENTE ITALIANO DI UNIFICAZIONE DELLE MATERIE PLASTICHE	RADICI NOVACIPS S.p.A.
UNI	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.

CIRFS – European Man-Made Fibres Association, l'Associazione Europea che rappresenta i produttori di fibre man made. RadiciGroup ha i propri rappresentanti nel Consiglio di Amministrazione, nel comitato ECOLIS/ENERGY, che si occupa di questioni ambientali ed energetiche, nonché nel Comitato di Ricerca e Sviluppo e nel Comitato Tecnico. Inoltre RadiciGroup ha la presidenza del Comitato Statistico e del Comitato Economico. Il compito di quest'ultimo, in particolare, è un lavoro trasversale di tutela degli interessi del settore e salvaguardia nei confronti della concorrenza.

ESTO – European Synthetic Turf Organisation, l'associazione internazionale nata per informare e promuovere l'uso dell'erba sintetica. Oltre a compiere attività informativa e promozionale, l'Esto è un'organizzazione non-profit di partecipazione collettiva che rappresenta l'intera filiera produttiva dell'erba sintetica ed è punto di riferimento per ricercatori, club, leghe, enti governativi del settore sportivo, uffici e consigli governativi locali e nazionali. RadiciGroup è membro del Consiglio di Gestione e del Gruppo di lavoro sul filo per erba sintetica.

CEFIC – European Chemical Industry Council, l'Associazione che raggruppa le aziende chimiche europee. Fortemente impegnato sui temi della sostenibilità, in particolare attraverso il progetto Responsible Care, il CEFIC segue da vicino le politiche dell'Unione Europea, facilitando il dialogo tra i vari attori della filiera chimica.

PLASTICS EUROPE – l'Associazione che si relaziona con i principali produttori di materie plastiche e raggruppa le aziende produttrici del 90% dei polimeri in Europa. RadiciGroup è membro attivo del Gruppo di lavoro "Life Cycle Thinking and Sustainability" team di dedicato al pensiero in termini di ciclo di vita del prodotto e all'eco-efficienza dei processi e dei prodotti. Missione specifica del Gruppo è quella di mettere a disposizione degli Stakeholder informazioni affidabili, credibili e scientificamente provate sui temi della sostenibilità. Il Gruppo partecipa inoltre alle attività del Comitato Economico.

Infine, una particolare importanza ha avuto nel 2015 il rapporto con organizzazioni che si sono fatte portavoce, nel settore del tessile in particolare, di istanze legate a

liste volontarie di prescrizione di sostanze chimiche. A tal proposito si veda il testo nella parte riservata agli indicatori di prodotto (PR).

RADICIGROUP ADERISCE ALL'APPELLO DELLE IMPRESE E DELLE ORGANIZZAZIONI DELLA GREEN ECONOMY PER UN EFFICACE ACCORDO INTERNAZIONALE SUL CLIMA. STANDARD DISCLOSURES G4-15

Nel mese di novembre 2015 RadiciGroup ha formalmente aderito ad un importante impegno, articolato in 7 punti, elaborato attraverso un ampio processo di consultazione nell'ambito degli Stati Generali della Green Economy.

Questi i capitoli dell'impegno che spazia dalla gestione ambientale alla concezione di un nuovo modello economico e produttivo:

1. PROMUOVERE UN EFFICACE ACCORDO INTERNAZIONALE E ATTUARE SIGNIFICATIVE MISURE NAZIONALI DI MITIGAZIONE E DI ADATTAMENTO.
2. ADOTTARE TARGET LEGALMENTE VINCOLANTI, IN LINEA CON L'OBIETTIVO DEI 2°C*, BASATI SU CRITERI DI EQUITÀ.
3. VARARE UNA RIFORMA DELLA FISCALITÀ ECOLOGICA, INTRODUCENDO UNA CARBON TAX ED ELIMINANDO I SUSSIDI DANNOSI PER L'AMBIENTE.
4. SFRUTTARE L'ENORME POTENZIALE DI EFFICIENZA ENERGETICA IN TUTTI I SETTORI: EDIFICI, TRASPORTI, AGRICOLTURA, INDUSTRIA E SERVIZI.
5. ACCELERARE L'USCITA DALLE FONTI FOSSILI E LA CRESCITA DELLE ENERGIE RINNOVABILI.
6. PROMUOVERE MODELLI DI GESTIONE DEL SUOLO PIÙ SOSTENIBILI, PUNTANDO SU UN RUOLO ATTIVO DELL'AGRICOLTURA PER LA MITIGAZIONE E L'ADATTAMENTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO.
7. PUNTARE SULL'ECO-INNOVAZIONE E SULL'ECONOMIA CIRCOLARE, FATTORI CHIAVE DELLA TRANSIZIONE.

L'Appello e la lista delle imprese firmatarie sono state consegnate al Ministro dell'Ambiente italiano, in vista della COP 21 di Parigi, come segno al tempo stesso formale e tangibile dell'impegno delle aziende italiane a favore del clima.

** l'obiettivo dei 2°C fa riferimento all'impegno di contenere l'aumento medio delle temperature entro i 2°C rispetto ai livelli pre-industriali.*



I FORNITORI E I CLIENTI: PROGETTI PER CREARE INSIEME UNA FILIERA SOSTENIBILE

Lavorare per un concetto di sostenibilità a 360° gradi è da tempo un obiettivo strategico di RadiciGroup. Lo è anche costruire una filiera sostenibile, a monte e a valle del Gruppo. Per raggiungere questo traguardo due sono i concetti chiave: conoscenza e collaborazione.

Conoscenza della propria realtà, dei Fornitori e del mondo dei Clienti. E ancora, dialogo costante e collaborazione con entrambe queste categorie di Stakeholder. Un lavoro speciale di conoscenza e coinvolgimento di questi Stakeholder è stato compiuto nel biennio 2015-2016.

Attraverso l'implementazione di procedure corporate, la vigilanza sui nuovi criteri di selezione dei supplier che tengono in conto gli aspetti di sostenibilità, la nascita dei Codici di Condotta dei Fornitori e dei Clienti, si va delineando con sempre maggiore chiarezza per RadiciGroup il percorso di una filiera sostenibile.

LA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DI RADICIGROUP

STANDARD DISCLOSURES G4-12 e 13

Gli schemi qui di seguito, riferiti in particolare al core business del nylon, aiutano a visualizzare la complessa tipologia di produzioni delle Aziende di RadiciGroup. Altri schemi, relativi a tutti i prodotti del Gruppo, sono reperibili all'interno della brochure TO BE GLOBAL pubblicata sul sito di RadiciGroup.

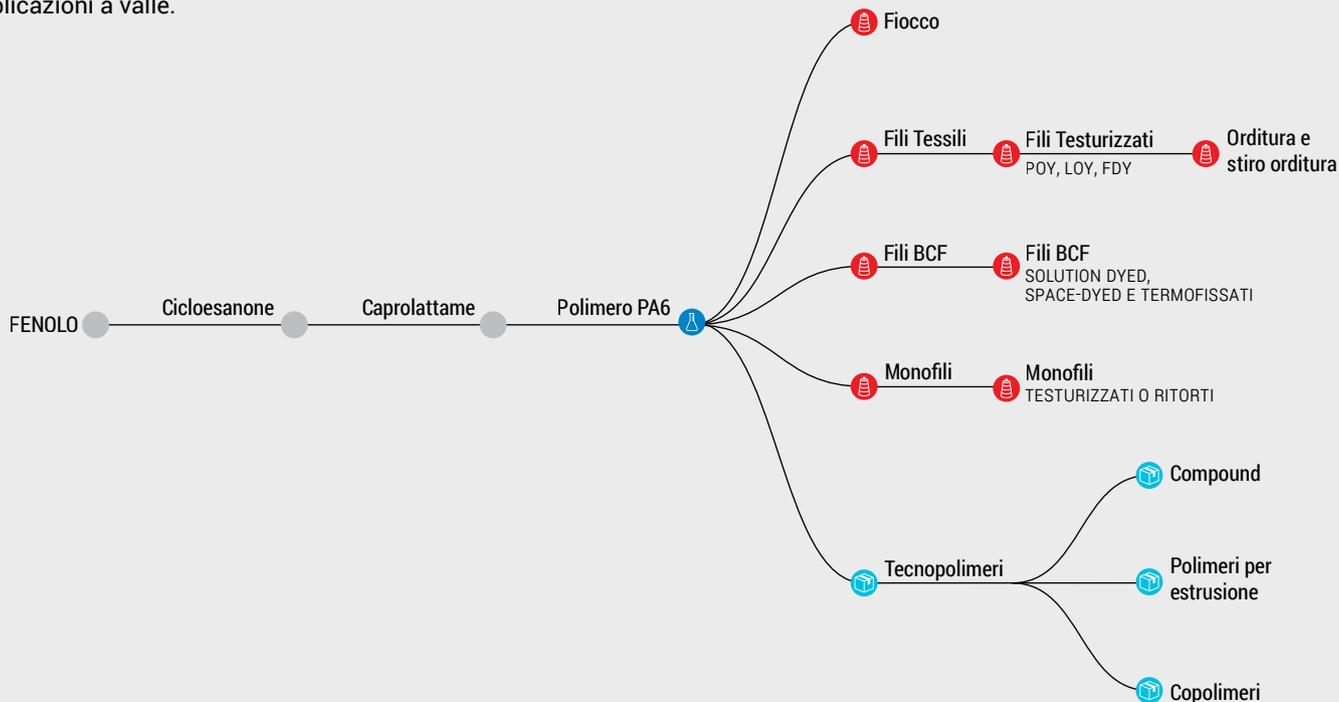
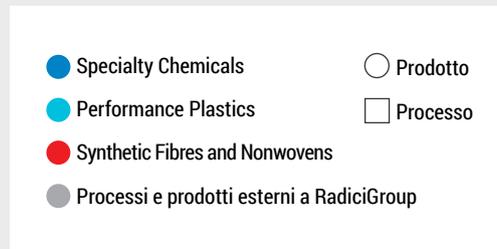
I colori aiutano a comprendere quanto è prodotto o lavorato dalle diverse macro Aree di Business del Gruppo e quanto è acquistato all'esterno.

SINERGIA E INTEGRAZIONE

PA6

Filiera produttiva integrata dal polimero ai prodotti semi-lavorati. Know how specifico nelle aree di business Performance Plastics e Synthetic Fibres.

Valore aggiunto nelle tecnologie produttive utilizzate per le applicazioni a valle.



radilon®

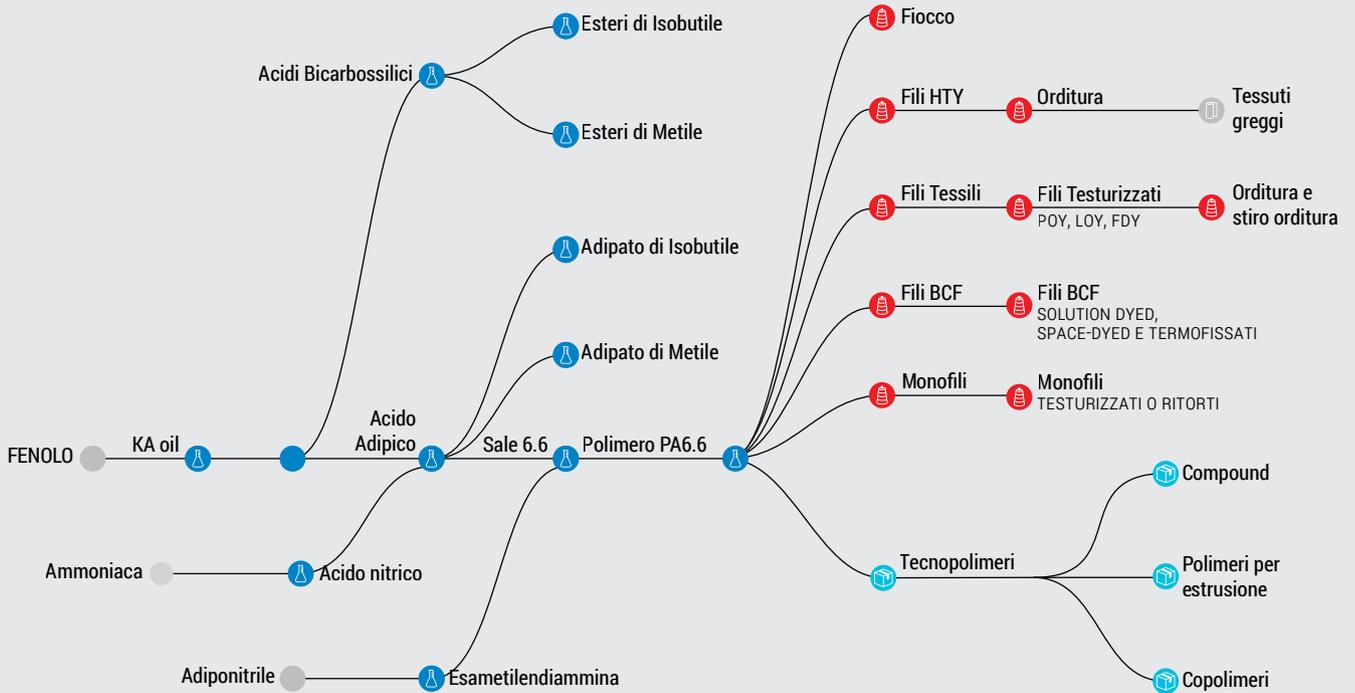
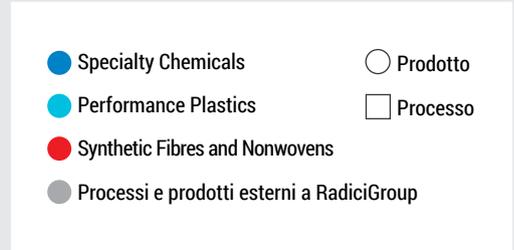
Radiflour

dorix®

SINERGIA E INTEGRAZIONE

PA6.6

Filiera produttiva integrata dal monomero ai prodotti semi-lavorati. Know how specifico nelle aree di business Specialty Chemicals (intermedi), Performance Plastics e Synthetic Fibres. Valore aggiunto nelle tecnologie produttive utilizzate per le applicazioni a valle.



Per descrivere la supply chain di RadiciGroup, è opportuno operare una distinzione tra i Fornitori di Materie Prime Strategiche e tutti gli altri Fornitori di prodotti e servizi essenziali per la vita delle aziende del Gruppo.

Contestualmente ai lavori preparatori alla certificazione secondo la norma ISO 9001:2015, RadiciGroup si è dotato di due diverse procedure corporate, diffuse a tutti i siti, per regolare le attività della propria catena di approvvigionamento.

Le Materie Prime Strategiche sono “le materie prime i cui costi e volumi incidono in maniera preponderante sui costi variabili del prodotto finito”, come da definizione dalla procedura “PR 04 - APPROVVIGIONAMENTO MATERIE PRIME STRATEGICHE”. Questa procedura ha lo scopo di definire le modalità di gestione degli acquisti di tali materie per le consociate di RadiciGroup.

Inoltre ha lo scopo di:

- “Garantire la miglior fonte di approvvigionamento dal punto di vista della qualità, dei volumi e del prezzo in ottica di ottimizzazione degli obiettivi finanziari e di magazzino.
- Garantire costantemente i rapporti tra il dipartimento SRM (Materie Prime Strategiche) di Radici Partecipazioni S.p.A. ed i siti di RadiciGroup.
- Definire i criteri per selezionare e valutare i Fornitori.
- Valutare e Selezionare i Fornitori in base alla loro capacità di fornire un prodotto conforme ai requisiti dell’organizzazione.”
- (testo tratto dalla “PR 04 - APPROVVIGIONAMENTO MATERIE PRIME STRATEGICHE”)

La procedura “PR 05 - LOGISTICA E APPROVVIGIONAMENTO”, legata all’approvvigionamento di tutto ciò che non rientri nella definizione di Materie Prime Strategiche, ha invece quale scopo:

- “Garantire gli acquisiti centralizzati in un’ottica di omogeneizzazione e ottimizzazione come richiesto dalla Direzione di RadiciGroup.
- Garantire costantemente i rapporti tra il dipartimento L&P (Logistics & Procurement) di Radici Partecipazioni S.p.A. ed i siti di Radici Group che sono i committenti.
- Valutare e Selezionare i Fornitori in base alla loro capa-

cià di approvvigionare un prodotto conforme ai requisiti dell’organizzazione.

- Definire i criteri per assicurare che i beni approvvigionati (prodotti e/o servizi) siano conformi ai requisiti richiesti e concordati con il dipartimento L&P.”
- Entrambe le procedure sono rese disponibili ai siti attraverso una apposita sezione sulla Intranet di RadiciGroup, accessibile a tutti gli utenti interni al Gruppo.

I FORNITORI DI MATERIE PRIME STRATEGICHE

Nel 2015 i circa 70 Fornitori di materie prime strategiche hanno rappresentato per RadiciGroup approssimativamente il 65% della spesa per costi legati ai Fornitori. Per questa ragione rappresentano la parte maggiormente rilevante della catena di approvvigionamento su cui si concentra, in questa edizione, l’attenzione del Bilancio di Sostenibilità.

Collocati principalmente nell’area Europea, i Fornitori di Materie Prime Strategiche sono in prevalenza gruppi multinazionali all’avanguardia dal punto di vista tecnologico, attivi nel settore della chimica. Si tratta di Fornitori legati alla produzione di poliammide, di intermedi della poliammide, di poliestere, di polipropilene e di polietilene, le materie prime utilizzate per tutte le produzioni chiave di RadiciGroup

La Funzione Purchasing&Logistics (che include le funzioni Strategic Raw Materials e Logistics&Procurement) stipula con questi Fornitori contratti quadro, validi per tutte le aziende europee di RadiciGroup e vigila sul loro rispetto.

STANDARD DISCLOSURES G4-13

Nell’ambito del rapporto con questi Fornitori, si è verificato nel 2015 un unico importante cambio di assetto societario. Il supplier globale di caprolattame DSM CAPROLACTAM si è trasformato in FIBRANT. Questo ha comportato una modifica della composizione dell’azionariato della multinazionale, senza che però questo abbia avuto alcuna ripercussione sui suoi rapporti con RadiciGroup.





GLI ALTRI FORNITORI DI PRODOTTI E SERVIZI

A fianco dei produttori di Materie Prime Strategiche, un numero importante di altri Fornitori collabora con le Aziende di RadiciGroup principalmente per:

- Materie prime ausiliarie e catalizzatori
- Imballi e Trasporti
- Altri tipi di fornitura (manutenzioni, utilities)
- Servizi che non rientrano in nessuna delle categorie sopra indicate

Considerata la complessità dei processi produttivi e operativi delle 21 aziende esaminate ai fini di questo Bilancio di Sostenibilità, è difficoltoso indicare un numero preciso di Fornitori appartenenti a queste categorie.

In prevalenza produttori, ma anche intermediari o supplier di servizi, sono gestiti direttamente dagli uffici acquisti dei singoli siti, con l'eccezione dei Fornitori di imballi e trasporti ferroviari, per i quali sono in vigore accordi quadro a livello europeo stipulati dalla Funzione Corporate di Logistics&Procurement.

RIPARTIZIONE DELLE TIPOLOGIE DI FORNITORI DI RADICIGROUP IN BASE AL FATTURATO

MATERIE PRIME	compreso fra 500 e 550 milioni di euro
IMBALLI + TRASPORTI	circa 55 milioni di euro
MANUTENZIONI + UTILITIES	circa 125 milioni di euro
ALTRI	circa 60 milioni di euro

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI DI RADICIGROUP IN BASE AL FATTURATO

EUROPA	circa 85% fatturato (in Euro)*
ASIA	circa 10% fatturato
AMERICHE	circa 5% fatturato

*Con fatturato superiore a 10 milioni di euro, circa 20 Fornitori chiave.

IL RUOLO DELLA FUNZIONE PURCHASING & LOGISTICS

Un ruolo chiave nella gestione dei Fornitori è ricoperto dunque dalla funzione Purchasing&Logistics, e di riflesso da tutte le funzioni di approvvigionamento dei singoli siti, cui è affidato anche il compito di verificare, oltre alla conformità di quanto fornito alle specifiche richieste, che le specifiche emesse dal fornitore rispettino:

- I requisiti specificati da RadiciGroup compresi quelli relativi alle attività di consegna e successivi alla consegna (es. capitolato di fornitura).
- I requisiti non stabiliti formalmente da RadiciGroup ma necessari all'uso specificato o previsto.
- I requisiti cogenti (norme e regolamenti) applicabili al prodotto.
- Ogni ulteriore requisito aggiuntivo di RadiciGroup (rispondenza al codice di condotta dei Fornitori, requisiti di sostenibilità, ecc.).

IL CODICE DI CONDOTTA DEI FORNITORI

Il progetto, voluto dal Comitato Etico di RadiciGroup su sollecitazione del Gruppo di Coordinamento GRI, è stato realizzato in collaborazione con la funzione Purchasing&Logistics.

Esso prevede la graduale sottoscrizione da parte dei Fornitori di un Codice di Condotta che presenta l'impegno che RadiciGroup intende assumersi, insieme ai supplier, per la costruzione di una catena di approvvigionamento sostenibile dal punto di vista economico, sociale ed ambientale.

Il Codice di Condotta dei Fornitori, concepito nel 2015, è destinato ad essere diffuso nel 2016 a seguito di una specifica delibera del CDA di Radici Partecipazioni.

Contiene, quali argomenti di particolare attenzione, oltre alla trasparenza e legalità nella conduzione del business, anche una dettagliata specifica sezione dedicata al lavoro.

ro e al rifiuto di qualsiasi forma di abuso (lavoro minorile, lavoro forzato, riduzione in schiavitù, discriminazione). E ancora sicurezza nei prodotti e nei processi, specifico impegno per la ricerca di prodotti ad impatto ambientale e sociale sempre più limitato. Tali argomenti, già contenuti in forma sintetica nel Codice Etico di RadiciGroup del 2011, acquisiscono qui ampiezza e spessore.

I CLIENTI DI RADICIGROUP

L'ascolto e la conoscenza dei Clienti è elemento fondamentale per una buona e profittevole conduzione del business.

I Clienti di RadiciGroup, realtà business to business, sono una rete globale di produttori che rielaborano i prodotti del Gruppo per applicazioni nei settori dell'abbigliamento, dell'arredamento, dell'edilizia, dell'auto, nel settore sportivo e in alcuni settori industriali (per una descrizione di dettaglio delle applicazioni di prodotto si vedano gli schemi a pag. 17 e il sito www.radicigroup.com).

IL PROGETTO CRM E LA CONOSCENZA DEI CLIENTI

Da tempo RadiciGroup ritiene fondamentale sviluppare un sistema che generi know-how affinché la conoscenza dei Clienti sia accurata, tempestiva, aggiornata e ridistribuita all'interno del Gruppo. A questo scopo, nel 2006, è iniziato il progetto Customer Relationship Management (CRM), che pone proprio Cliente e non il prodotto, al centro del business.

Particolarmente importante in questa visione è il "ciclo di vita del Cliente". Quest'ultimo rappresenta idealmente il processo di avvicinamento del Cliente all'azienda visto dal punto di vista del Cliente. Questo ciclo si ripete ad ogni acquisto e rappresenta per RadiciGroup una opportunità per passare dalla conoscenza al coinvolgimento

del Cliente nella costruzione di una idea di business condivisa, attraverso il rafforzamento della fiducia reciproca.

Ad oggi il progetto CRM, interessa, con diversi gradi di coinvolgimento, le aziende Tessiture Pietro Radici, Radici Chimica, Radici Chimica Deutschland, Radici Novacips, Radici Plastics Iberica, Radici Plastics GmbH, Radici Plastics UK, Radici Plastics France, Radici Plastics India, Radici Plastics Suzhou, Radici Plastics Ltda, Radici Plastics Usa, Radici Plastics Mexico, Radicifil, e Noyfil.

Il 62% circa dei Clienti presenti a sistema è attivo, il 20% è costituito da Clienti potenziali e il 18% da inattivi. Il CRM costituisce dunque un importante strumento di conoscenza del mondo dei Clienti e offre elevati potenziali di coinvolgimento poiché spazia in tutti i settori di riferimento del Gruppo, con la seguente ripartizione:

STANDARD DISCLOSURES G4-8

Abbigliamento	31%
Arredamento	17%
Automotive	22%
Elettrico&Elettronico	6%
Altri settori	24%

L'INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION PER L'ASCOLTO DEI CLIENTI

INDICATORE G4-PR5

Insieme al dialogo quotidiano con la forza vendita, al sistema CRM e ai progetti di engagement attraverso i social media di cui si parlerà, ogni due anni anche una indagine di customer satisfaction "saggia il polso" ai Clienti. Questo per comprendere quale sia la loro valutazione del rapporto con RadiciGroup e con i suoi Concorrenti su tematiche legate al prezzo, alla qualità dei prodotti e dei servizi, al rapporto con il personale commerciale e di assistenza tecnica.

Inoltre, alcune domande sono volte a comprendere la visione dei Clienti in merito a temi di ampio respiro, ad





esempio la sostenibilità, entrata a far parte delle edizioni 2012 e 2014 e destinata ad essere ulteriormente approfondita nell'edizione 2016 dell'indagine.

L'utilizzo della Customer Satisfaction costituisce un utile strumento di dialogo e coinvolgimento con i Clienti, che possono esprimere direttamente una opinione qualificata non solo su tematiche prestabilite, ma anche su argomenti liberi.

I risultati dell'indagine vengono rielaborati dalla funzione Corporate Quality & Processes e presentati, in forma aggregata e suddivisi per Area di business, a tutto il personale commerciale e di assistenza tecnica del Gruppo.

L'edizione 2014 dell'indagine ha coinvolto 1823 Clienti attivi in ogni parte del mondo. Il livello di riscontro è stato soddisfacente: il 36,5% ha fornito una risposta valida. Questa percentuale avvalorava l'indagine in sé e conferma anche che la modalità di ascolto e dialogo tramite la Customer Satisfaction è reputata importante dai Clienti.

Dalla Customer Satisfaction 2014 sono emersi quali punti di forza la costanza della qualità e la vicinanza al cliente dello staff commerciale, insieme alla rapidità di intervento del personale di assistenza tecnica.

Come punti che necessitano di attenzione e di piani di miglioramento, posti in atto dalle Aziende, sono emersi invece il rispetto dei tempi di consegna e il mantenimento di una politica dei prezzi costante.

In tema di sostenibilità, l'argomento che ha maggiormente catturato l'attenzione dei Clienti, e che è risultato essere per loro sinonimo di sostenibilità, è stato l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e l'utilizzo di materie prime riciclate e riciclabili.

L'edizione 2016 della Customer Satisfaction evidenzia un ulteriore avvicinamento al Cliente attraverso una interfaccia grafica rinnovata, contenuti snelliti e un ampio ventaglio di domande aperte, segnando così in maniera sempre più marcata il passaggio dalla Customer Satisfaction alla Customer Experience, esperienza davvero "tagliata su misura" sul singolo Cliente.

I CLIENTI DI RADICIGROUP NEL SETTORE CHIMICO E NEL SETTORE DELLE FIBRE: UN PROGETTO PILOTA DI ENGAGEMENT

Un progetto pilota di engagement dei Clienti in collaborazione con l'Università degli Studi di Bergamo è stato realizzato nel 2015 avvalendosi dello strumento LinkedIn/LinkedIn Sales Navigator. Il progetto prevedeva l'analisi della presenza e dell'utilizzo di LinkedIn da parte dei Clienti presenti nel database Customer Satisfaction 2014.

Dall'elenco delle effettive presenze sono stati selezionati circa 30 contatti (non contatti diretti di RadiciGroup) cui sono stati inviati messaggi sui temi legati alla sostenibilità, più precisamente riguardanti le emissioni in atmosfera (Clienti del settore chimica) e il rilascio di microplastiche in mare (Clienti del settore fibre).

L'esperimento ha prodotto risultati positivi sia per quanto riguarda la qualità e numerosità dei dati individuati, che per quanto riguarda la ricerca dei Clienti o dei potenziali contatti identificati.

La qualità dell'engagement ottenuto è stata buona, ma non sufficientemente numerosa. Nell'anno 2016 sono previsti ulteriori progetti, sulla scorta dell'esperienza acquisita, per sensibilizzare i Clienti sui temi della sostenibilità utilizzando altri canali sperimentali.

LA GESTIONE DEI RECLAMI

Per quanto riguarda il tema dei reclami, evidenziato come argomento di rilievo dalla matrice di materialità nonché elemento di estrema importanza nel rapporto con i Clienti, è da tempo in atto un mutamento di mentalità nel Gruppo. Sempre più oggi nelle Aziende si affianca alla tradizionale visione negativa dei reclami anche una interpretazione più positiva, che li considera anche opportunità di miglioramento per seguire l'evoluzione del mercato e delle esigenze sempre più stringenti dei Clienti sia di carattere tecnico che di servizio. Nel corso degli anni s'è verificato un innalzamento dei livelli qualitativi e prestazionali richiesti ai prodotti che ha obbligato il Gruppo ad una revisione siste-



mica delle specifiche di prodotto combinata con la valutazione della "Capability di processo" in ottica Six Sigma*. Il presidio dei reclami è considerato "materiale" in quanto consente un monitoraggio attivo della soddisfazione del cliente e delle nuove esigenze del mercato.

** Il Six Sigma è una metodologia di Problem Solving che punta al miglioramento della soddisfazione del cliente attraverso una più elevata capacità dei processi per rispondere alle specifiche di prodotto.*

Presso RadiciGroup i reclami vengono monitorati in ciascun sito produttivo e successivamente consolidati per Business Area.

In particolare, vengono analizzati:

- il numero reclami di servizio;
- l'indice reclami di servizio su spedito;
- il numero reclami di prodotto;
- l'indice reclami di prodotto su spedito;
- la percentuale di reclami/fatturato;
- la percentuale di resi /venduto.

A seguito del costante lavoro di monitoraggio e miglioramento della qualità, è possibile notare che l'incidenza dei Costi degli Insuccessi Esterni (CIE – i reclami) è calata nel corso degli anni. In altre parole, considerati come 100% i Costi della Qualità (costi per: insuccessi esterni, insuccessi interni, controlli, prevenzione), la percentuale relativa ai costi degli insuccessi esterni è in costante diminuzione. *Tabella 7*

Tabella 7

	2013	2014	2015	Q1.2016
Costi degli Insuccessi Esterni	9,0%	7,4%	6,6%	6,2%

IL CODICE DI CONDOTTA DEI CLIENTI

La sostenibilità è un obiettivo che RadiciGroup desidera raggiungere naturalmente anche insieme ai propri Clienti condividendo processi di impegno comune e miglioramento continuo.

Per questa ragione, analogamente a quanto accaduto per il Codice di Condotta dei Fornitori, nel 2015 è nato un Codice di Condotta dei Clienti.

Ufficializzato con specifica delibera del CDA di Radici Partecipazioni, costituisce un impegno morale bilaterale per la costruzione di una catena di approvvigionamento attenta non solo alla qualità dei prodotti o servizi, ma anche all'ambiente e alle condizioni sociali e lavorative in cui vengono realizzati e commercializzati i prodotti o servizi.

RadiciGroup, a partire dal 2016, inviterà i suoi Clienti a condividere e attuare tali principi.

Il Codice contiene, quali argomenti principali, oltre al tema di una efficace gestione dei reclami come emerso dalla matrice di materialità, anche la promozione di rapporti commerciali all'insegna della correttezza e l'attenzione a temi legati alle condizioni di lavoro, alla qualità, alla sicurezza e all'ambiente.

Particolare enfasi è riservata all'integrità negli affari e alla trasparenza, alla garanzia di condizioni di lavoro eque, alla vigilanza su processi e condizioni di lavoro sicuri, all'impegno per la salvaguardia delle risorse naturali.



CONTESTO MACRO ECONOMICO E STRATEGIE

Testo tratto dalla Relazione degli Amministratori sull'andamento della gestione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2015

Il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2015 ha evidenziato un valore prodotto di 936.082 migliaia di Euro, un margine operativo lordo di 102.610 migliaia di Euro e un reddito operativo di 62.530 migliaia di Euro.

STANDARD DISCLOSURES G4-7

Radici Partecipazioni S.p.A. è la Holding che raggruppa le attività industriali di RadiciGroup nel campo delle fibre sintetiche, della chimica e delle materie plastiche ed è controllata direttamente e indirettamente dalla Holding di Gruppo, Radicifin S.A.p.A.

Le macro aree di business nelle quali opera la società sono le seguenti:

- **AREA SPECIALTY CHEMICALS**
- **AREA PERFORMANCE PLASTICS**
- **AREA SYNTHETIC FIBRES & NONWOVENS**

LE STRATEGIE FUTURE DELLE AREE DI BUSINESS

- Focalizzazione nei core business considerati strategici, sinergici e di sicuro interesse nel medio periodo, quali la chimica del nylon, i tecnopolimeri e le fibre sintetiche.
- Miglioramento della posizione competitiva sul mercato raggiungendo un sostanziale equilibrio fra le aree geografiche in cui il Gruppo opera, con lo scopo di essere meno dipendente dall'andamento dei singoli mercati e di rafforzare il cash-flow destinato sia a ridurre l'indebitamento, sia a finanziare nuove iniziative nei business strategici.

IL PIANO D'AZIONE PER ATTUARE TALI STRATEGIE

- Ridefinizione delle capacità produttive e riallineamento delle capacità alle mutate condizioni del mercato;
- Revisione dei processi industriali sia rivolti all'efficienza interna di ciascuna società operativa, sia all'efficienza industriale dei cicli produttivi suddivisi fra più società del Gruppo;
- Controllo della posizione finanziaria netta, con particolare attenzione al capitale circolante operativo;
- Cessione di immobili non strumentali ai fini del processo produttivo di beni o di servizi.

AREA SPECIALTY CHEMICALS

A livello mondiale l'andamento dell'industria chimica nel 2015 è stato caratterizzato da una moderata espansione in termini di volumi di vendita (+3,1%), ma penalizzata dal calo dei prezzi di vendita per effetto del ribasso delle quotazioni petrolifere.

In questo contesto, l'Area Specialty Chemicals non ha modificato la sua posizione concorrenziale tra i produttori mondiali di Acido Adipico, grazie ai due impianti produttivi di Novara e Zeitz nonostante l'incremento di capacità produttiva mondiale; inoltre risulta tra i pochi produttori europei con processo integrato per il Polimero 6.6. L'introduzione nella gamma dei prodotti dei polimeri a catena lunga PA 6.10 e PA 6.12 ha trovato spazio favorevole sui mercati dei compounds, dello stampaggio ad iniezione dei manufatti industriali e ancora per l'industria tessile.

La suddivisione per macro-area geografica ha confermato anche nell'ultimo anno la prevalente incidenza delle economie dei paesi emergenti, innanzitutto della Cina. Tuttavia il continuo incremento delle capacità produttive cinesi, che è al di sopra della crescita della domanda interna, sta comportando per i produttori europei ed americani, e quindi di conseguenza anche per l'Area Specialty Chemicals, una maggiore difficoltà di inserimento sui mercati asiatici.

Nel 2015, soprattutto nella prima parte dell'anno, l'indebolimento dell'euro è stato un elemento positivo per RadiciGroup che ha colto l'opportunità sia in termini di volumi che di marginalità. L'andamento delle vendite nel 2015 dei principali prodotti è stato positivo in termini di volume, considerando sia il nuovo mix di vendita dei polimeri, sia il mantenimento di quota per acido adipico; la maggiore variazione negativa è stata invece relativa invece ai prezzi medi, a motivo sia della tensione causata dall'eccesso di offerta, sia dall'andamento delle quotazioni delle principali materie prime di derivazione petrolifera, soprattutto nel secondo semestre dell'anno.

Per contro si è registrato un ottimo risultato in termini di volumi e di margini per i polimeri, anche a seguito del-

la crescita significativa dei volumi di prodotti a più alto valore aggiunto.

In un mercato altamente competitivo dal punto di vista dei prezzi di vendita, l'Area Specialty Chemicals è riuscita dunque a mantenere sostanzialmente le proprie posizioni di mercato, facendo leva sul servizio di consegna ai Clienti e sull'assistenza tecnica come principali punti di forza.

Le prospettive di sviluppo a livello macroeconomico internazionale per l'anno 2016 sono contenute, in particolare per l'industria chimica mostra un incremento del 2,5%. In questo scenario la strategia di RadiciGroup è di accentuare l'attività di miglioramento delle efficienze produttive e di ottimizzazione dell'utilizzo delle capacità accompagnando queste attività con un processo di contenimento dei costi e di miglioramento della qualità dei prodotti. Accanto a questo si vuole accentuare l'impegno di diversificazione del portafoglio di prodotti nell'area dei polimeri cercando ulteriori sviluppi dell'ambito dei polimeri ad alto valore aggiunto.

AREA PERFORMANCE PLASTICS

Il 2015 è stato per la Area Plastics un periodo di forti soddisfazioni. Il fatturato è stato in crescita rispetto all'anno precedente (+9%), con una marginalità in aumento. La business area è riuscita ad incrementare il proprio volume d'affari praticamente in tutte le aree dove è presente con le sue società.

Tutti i siti hanno ottimizzato la propria capacità produttiva in funzione delle richieste del mercato; nel sito tedesco si sta programmando l'installazione di una nuova linea di compound per far fronte alla crescita dei volumi europei.

Nel corso del primo semestre 2015 la Radici Novacips S.p.A. ha acquistato dal socio Modi Intercontinental Pvt. Ltd. il 40% delle azioni da esso detenute nella Radici Plastics India Pvt. Ltd. portando il controllo al 100%. Con la totalità delle azioni si ritiene di poter avviare più rapida-





mente la produzione locale e di poter maggiormente investire risorse sul mercato indiano.

Nel mese di agosto è entrata a far parte della Area Plastics la Radici Plastics Mexico S. de R.L. de C.V.; con questa ultima società l'Area Plastics sarà in grado di servire i Clienti messicani che fino ad oggi erano raggiunti da Radici Plastics Usa, ottimizzando così tempi e costi di trasporto e di importazione.

I buoni livelli di qualità e l'integrazione raggiunti dalle società insieme ai vantaggi competitivi creati negli anni come il servizio reso alla clientela in termini di assistenza commerciale e logistica, l'assistenza tecnica in supporto ai Clienti per la progettazione del prodotto più idoneo all'applicazione sono gli elementi di una strategia che nell'ultimo triennio ha premiato gli sforzi di quest'Area di business.

L'innovazione si è focalizzata soprattutto sulla gamma di prodotti a marchio Radilon® per il settore automobilistico: tecnopolimeri su base PA6, PA6.6 e PA6.10 che si distinguono per innovazione, ridotto impatto ambientale, performance elevate e qualità.

Nel corso del 2015 l'Area Performance Plastics è riuscita a gestire al meglio l'incertezza dei mercati in cui essa opera. La tensione sui consumi è stata gestita con la flessibilità che ormai da diversi anni caratterizza la divisione e con una strategia di internazionalizzazione che ha aiutato ad arginare a livello globale le performance meno brillanti.

I segnali che attualmente giungono dai vari mercati in cui opera l' Area sono di difficile interpretazione, ma la strategia di internazionalizzazione dell'attività produttiva per seguire i Clienti globali e al tempo stesso sviluppare i locali, si è rivelata vincente in questi anni di incertezza. Proprio questa strategia ha portato a costruire un'organizzazione solida e globale, in grado di fornire elevati standard qualitativi su mercati molto lontani, in tempi rapidi e comprimendo i costi della supply chain.

Nella prima parte del 2016 sono stati notevoli gli sforzi nel settore dell'innovazione, in particolare per quanto riguarda lo sviluppo di nuovi materiali anche su basi polimeriche diverse dalla PA6 e PA6.6 e con caratteristiche tecniche di alto valore.

AREA SYNTHETIC FIBRES&NONWOVENS

Sette Business Lines fanno parte di quest'Area di business.

Tabella 8

COMFORT FIBRES

Business Line Polyamide

Nel corso del 2015 la Business Area ha realizzato ricavi principalmente in Italia (45 %) seguita dall'area EU/EFTA (37,5%).

Tutto questo a seguito di un costante lavoro di riposizionamento delle vendite e diversificazione dei prodotti, al fine sviluppare articoli di maggior valore, meno attaccabili dalla concorrenza.

Questo ha consentito nel 2015 di raggiungere un livello dei ricavi lordi soddisfacente, pur se in contrazione rispetto a quello registrato nel 2014 e un buon utilizzo degli impianti di produzione abbinato ad un aumento della marginalità media.

Nel periodo di riferimento i costi delle materie prime principali e degli ausiliari di produzione hanno mostrato un andamento altalenante, con una parte centrale dell'anno in cui si è assistito ad una risalita rispetto al periodo iniziale ma successivamente si è nuovamente manifestata una flessione che ha visto il raggiungimento dei minimi annuali nell'ultimo trimestre.

Il buon mix di vendita, l'applicazione di politiche commerciali efficaci e le azioni messe in atto al fine di contenere o ridurre i costi di produzione, hanno consentito di incrementare sensibilmente la marginalità media e migliorare i risultati correnti della Business Area. Il risultato economico operativo raggiunto è superiore sia a quanto previsto in sede di budget, sia a quanto registrato nell'esercizio precedente.

Sulla scorta di quanto accaduto nell'ultimo trimestre del 2015, nei primi mesi 2016 si è registrato un rallentamento della domanda in alcuni settori in cui la Business Area

Tabella 8

COMFORT FIBRES	BUSINESS LINE POLYAMIDE
	BUSINESS LINE POLYAMIDE BRASILE
	BUSINESS LINE POLYESTER
PERFORMANCE YARN	BUSINESS LINE FLOOR COVERING&INDUSTRIAL
EXTRUSION YARN	BUSINESS LINE SPUNBOND
	BUSINESS LINE SPECIALTY
	BUSINESS LINE ACRYLIC

opera. La situazione rimane incerta, così come la possibile lettura dell'evoluzione dello scenario.

Le azioni intraprese in tale contesto, sia sul fronte produttivo sia su quello commerciale, hanno l'obiettivo di limitare la crescita delle rimanenze e assicurare ricavi di vendita prossimi a quanto previsto in sede di budget.

Business Line Polyamide Brasile

Come noto, nel 2015 l'economia brasiliana è entrata in una fase di forte recessione. Nel 2015 la Business Area ha visto i propri ricavi contrarsi del 16,6% e ha messo in atto un processo di ristrutturazione volto a rendere maggiormente efficiente la struttura produttiva.

Gli indicatori 2016 non mostrano segnali incoraggianti. L'inflazione annua prevista è indicata al 7,06%, il tasso di disoccupazione potrebbe sfiorare il 14% e la produzione industriale del primo trimestre mostra una diminuzione del 11,4% rispetto al pari periodo dell'anno precedente.

La Business Area continuerà in questo contesto a implementare il processo di ristrutturazione cui sia accompagnare una accorta gestione dei costi variabili, una gestione più efficiente dei fabbisogni di energia elettrica e gas, il miglioramento delle rese di produzione e della qualità media. Parallelamente è stato intrapreso un piano di investimenti

straordinari che porteranno ad un incremento della produttività e ad un netto miglioramento dell'efficienza produttiva.

Business Line Polyester

Al permanere di un clima economico debole, la domanda nell'intero 2015 si è mostrata in contrazione rispetto all'anno precedente nel settore arredamento e dei tessili tecnici, mentre si è registrata una espansione nel settore auto e della tessitura.

Le difficoltà vanno aumentando i prodotti definibili come "commodities" che continuano a mostrare tassi di contrazione annua significativi. Il crollo della domanda in Turchia – legata alle difficoltà economico-politiche che il paese sta vivendo – ha contribuito in maniera sostanziale all'acuirsi della contrazione delle vendite di prodotti che rientrano in questa categoria.

Nel corso del 2015 si sono aumentati gli sforzi per mantenere un livello di ricavi adeguati e tale da assicurare una ragionevole saturazione degli impianti produttivi privilegiando, per quanto possibile, la vendita di prodotti a maggior margine.

La decisione della Banca Centrale Svizzera di abolire dal 15 gennaio 2015 il tasso di cambio minimo di 1,20 franco svizzero per 1 euro, ha avuto un impatto significativo sulle performances dell'unità operativa di Stabio.





A fronte di questo sono stati messi in atto una serie di interventi straordinari con l'obiettivo di ridurre i principali costi in divisa elvetica, in particolare rinegoziando i contratti di fornitura energetica e i contratti di lavoro di secondo livello al fine di mantenere la competitività dei costi di produzione. Sul fronte materie prime principali, come altri derivati petrolchimici, anche quelle utilizzate dalla Business Area hanno subito una sensibile riduzione di costo nel corso del primo semestre per poi stabilizzarsi nella parte centrale dell'anno e diminuire nuovamente nel trimestre conclusivo.

Le politiche commerciali applicate hanno consentito di non trasferire, con effetto immediato, queste riduzioni sui prezzi di vendita dei prodotti beneficiandone in termini di marginalità.

Il risultato economico complessivo della Business Area nel 2015 risulta essere sensibilmente inferiore a quello dell'anno precedente, ma evidenzia comunque una prestazione positiva alla luce della contrazione dei ricavi.

L'azione di operatori extra europei particolarmente aggressivi in termini di proposte commerciali, cui si affiancano consumi poco sostenuti, continua ad influenzare l'andamento della domanda anche nei primi mesi del 2016.

La Business Area nel 2016 metterà dunque in campo una serie di azioni mirate al rafforzamento della posizione di mercato, al mantenimento di buoni livelli di marginalità ad una rigorosa gestione dei costi di produzione.

PERFORMANCE YARN

Business Line Floor Covering & Industrial

Grazie alla favorevole situazione del mercato europeo, la Business Area ha potuto consolidare la sua posizione di leadership nel settore dei filati in poliammide 6, tinti in massa e destinati alla pavimentazione delle autovetture. Anche i filati ad alta tenacità di poliammide 6.6 destinati al settore automobilistico per la produzione di pneumatici e tessuti per airbag, hanno registrato un incremento delle

vendite, circa il 6% rispetto all'anno precedente.

Le vendite di polimeri invece hanno risentito dell'eccesso di offerta, con prezzi in calo sul mercato europeo della poliammide 6, conseguenza indiretta della forte sovracapacità strutturale di caprolattame in Europa. Tale sovracapacità ha spinto i produttori integrati a convertire grosse quantità invendute di caprolattame in polimero di poliammide 6, condizionandone come già detto, i prezzi.

Il fatturato della Business Area nel corso del 2015 ha registrato un decremento del 2,5% rispetto all'anno precedente dovuto alla riduzione dei prezzi di acquisto delle materie prime e di conseguenza dei prezzi di vendita annullando di fatto, l'incremento dei volumi che è stato del 3%.

Per il 2016 le prospettive di crescita, seppur moderata, dei principali mercati in cui opera la Business Area, consentono di ipotizzare il mantenimento di un buon livello di utilizzo degli impianti. Per quanto riguarda i polimeri, considerata la situazione strutturale del mercato dei polimeri PA6 tradizionali, verrà dato un ulteriore impulso alla produzione di nuovi co-polimeri per i settori dell'estrusione.

EXTRUSION YARN

La Business Area, nel suo complesso, ha registrato un fatturato lordo superiore a quello conseguito nell'esercizio precedente (+9,6%) e superiore all'ipotesi di budget. Il risultato in termini di margine operativo lordo è pari al 11,9% del valore prodotto, decisamente superiore, in valore assoluto, al margine ottenuto nell'esercizio precedente ed a quello previsto in sede di budget.

Business Line Spunbound

L'anno 2015 è stato caratterizzato volumi di vendita leggermente superiori a quelli registrati nel 2014 con prezzi medi della materia prima (polipropilene) piuttosto variabili, soprattutto nel primo semestre, ma con un valore medio a fine anno inferiore rispetto al 2014; I prezzi di vendita hanno rispecchiato l'andamento delle materie prime anche se, per effetto del diverso mix pro-

duttivo, è stato generato un margine superiore a quello dell'anno precedente. In questo contesto la quasi totalità dei Clienti ha mantenuto, o addirittura aumentato, i volumi ordinati rispetto all'anno precedente.

E' proseguito il lavoro di ricerca di nuovi sbocchi commerciali attraverso sistematiche indagini di marketing, seguite da visite e campionature presso Clienti appartenenti a settori industriali diversi dall'isolamento edilizio, un settore più che consolidato per Tessiture Pietro Radici.

Business Line Specialty

Il risultato economico registrato dalla Business Line Specialty con i prodotti a marchio "Radigreen®" nel 2014 ha incoraggiato a proseguire anche per l'anno 2015 nella strategia commerciale caratterizzata da un'attenta selezione dei prodotti da promuovere, nella logica di migliorare la profittabilità dell'area di business.

In questo contesto, è stato prudenzialmente rinnovato, per ulteriori dodici mesi, il contratto di solidarietà che prevede una riduzione massima dell'orario di lavoro, media sul periodo, di poco inferiore al 60% del monte ore complessivo.

Dal punto di vista commerciale, il 2015 è stato caratterizzato da un incremento dei volumi di vendita (+30%) rispetto all'esercizio precedente, sostanzialmente dovuto all'ingresso di un importante cliente americano e all'aumento delle richieste da parte di alcuni Clienti europei storici. I prezzi di vendita sono aumentati in tutte le famiglie di prodotti.

L'andamento del prezzo della materia prima (polietilene) ha risentito in alcuni momenti da una scarsa disponibilità di prodotto sul mercato, e quindi, dalla tendenza a forti speculazioni da parte di alcuni produttori. A fine anno, il prezzo medio del polietilene è comunque risultato leggermente superiore a quello registrato nel 2014.

Business Line Acrylic

L'anno 2015 è stato caratterizzato dalla difficoltà nella logistica di approvvigionamento delle materie prime dovuta principalmente ad aspetti burocratici dell'attività d'importazione. Questa situazione non ha permesso di sfruttare appieno le potenzialità di produzione e quindi

di soddisfare tutte le richieste di prodotto fatte da un mercato comunque debole.

La situazione del mercato argentino della fibra acrilica riflette dunque l'incertezza che caratterizza la situazione economica generale. Nel dicembre 2015 si è verificata una forte svalutazione del peso argentino che porterà ad un progressivo vantaggio competitivo della produzione interna rispetto alle importazioni di prodotto finito.

Il nuovo scenario politico potrebbe portare ad un graduale riequilibrio dell'economia, favorendo il credito e lo sviluppo. Le vendite di top di fibra acrilica hanno registrato una lieve flessione compensata però dalla vendita di filato, prodotto sempre più importante nel modello di business dell'area di business.





INDICATORI ECONOMICI
INDICATORI RELATIVI ALLE PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE
INDICATORI RELATIVI ALLA SOCIETA'
INDICATORI RELATIVI AI DIRITTI UMANI
INDICATORI RELATIVI ALL'AMBIENTE
INDICATORI RELATIVI ALLA RESPONSABILITA' DI PRODOTTO

INDICATORI
SECONDO IL
MODELLO
GLOBAL
REPORTING
INITIATIVE





INDICATORI ECONOMICI (EC)

INDICATORE G4-EC1

(DMA) I prospetti sotto riportati evidenziano come RadiciGroup concretizzi anno dopo anno il concetto di sostenibilità anche in ambito economico-finanziario, un tema la cui importanza è evidenziata anche dalla matrice di materialità 2015. *Tabelle 9-10*

La politica di sostenibilità economica del Gruppo si traduce in:

- Strategie e investimenti che affiancano al più profittevole impiego possibile delle proprie risorse anche la tutela e la valorizzazione del capitale umano del Gruppo.
- Attenzione alla salvaguardia della redditività lavorando al contempo sulla mitigazione degli impatti ambientali.
- Investimenti per R&D e innovazione, in particolare di prodotto, per giungere a un portafoglio ampio di articoli a limitato impatto, in grado di preservare l'ambiente e di creare, al tempo stesso, nuove opportunità di mercato per le aziende di RadiciGroup.
- Investimenti per misurare gli impatti e rendere anche più efficienti gli impianti poiché il risparmio e l'efficienza sono fonte primaria di sostenibilità.
- Investimenti sulle persone del Gruppo, in termini di corretta remunerazione e adeguata formazione e addestramento.
- Sostegno alle Comunità Locali attraverso sponsorizzazioni alle attività sociali e culturali dei territori nei quali si trovano le Aziende di RadiciGroup.

I prospetti qui di seguito riportati seguono il modello GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (www.gruppobilancio-sociale.org).

I dati si riferiscono al Bilancio consolidato Radici Partecipazioni S.p.A. Come noto nel Bilancio consolidato i flussi economici derivanti da operazioni effettuate tra le imprese incluse nel consolidamento vengono eliminati.

Il Bilancio è assoggettato a revisione contabile volontaria da parte di Deloitte&Touche e include, oltre alla capogruppo, le società italiane ed estere di cui Radici Partecipazioni detiene, direttamente o indirettamente, la maggioranza del capitale sociale e controlla la gestione ai sensi dell'art. 2359 del Codice Civile Italiano.

70,96%

percentuale di remunerazione del personale sul valore aggiunto nel 2015.

Tabella 9

VOCI	31.12.15	31.12.14	31.12.13
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	993.769.060	1.026.788.990	1.052.493.758
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.011.118.534	1.021.683.243	1.042.894.774
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	(17.534.599)	4.917.409	9.414.333
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione	-	-	-
4. Incrementi immobilizzazioni per lavori interni	185.125	188.339	184.652
5. Altri ricavi e proventi			
B) COSTI INTERMEDI DELLA GESTIONE	763.942.939	835.206.659	871.656.161
6. Costi per acquisto di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	576.061.208	645.415.439	671.887.411
7. Costi per servizi	179.927.810	179.104.337	198.793.212
8. Costi per godimento beni di terzi	5.117.266	5.525.369	5.326.634
9. Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	769.270	3.007.777	(6.287.138)
10. Accantonamenti per rischi	300.567	193.740	596.671
11. Altri accantonamenti	299.199	770.670	12.678
12. Oneri diversi di gestione	1.467.618	1.189.327	1.326.693
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO (A-B)	229.826.121	191.582.331	180.837.597
+/- Componenti accessori e straordinari	(6.306.693)	2.691.404	7.391.404
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	223.519.428	194.273.735	188.229.001
- Ammortamenti	40.034.852	39.536.412	39.898.717
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	183.484.576	154.737.323	148.330.284

Tabella 10

VOCI	31.12.15	31.12.14	31.12.13
A) REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	130.196.142	123.704.018	125.609.007
Personale non dipendente	7.397.897	7.084.606	7.105.875
Personale dipendente	122.798.245	116.619.412	118.503.133
a) remunerazioni dirette	97.595.292	92.535.618	94.145.149
b) remunerazioni indirette	25.202.953	24.083.794	24.357.984
B) REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	16.404.674	8.483.021	8.684.808
a) Imposte correnti	20.781.715	9.884.968	9.086.287
Imposte dirette	17.127.826	6.478.651	5.502.499
Imposte indirette	3.653.889	3.406.317	3.583.788
b) Imposte differite	-3.973.424	-495.439	-192.309
c) Sovvenzioni in c/esercizio	-403.618	-906.508	-209.169
C) REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO	6.081.958	9.433.626	12.281.414
Oneri per capitali a breve termine	6.081.958	9.433.626	12.281.414
Oneri passivi per capitali a lungo termine			
D) REMUNERAZIONI DEL CAPITALE DI RISCHIO	4.020.000	4.020.000	0
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)	4.020.000	4.020.000	0
E) REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA	26.252.265	8.659.933	1.373.988
+/- variazioni di riserve	26.252.265	8.659.933	1.373.988
F) LIBERALITA' ESTERNE	529.538	436.725	381.067
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	183.484.576	154.737.323	148.330.284



INDICI DI IMPATTO AMBIENTALE SPECIFICO RAPPORATI AL VALORE AGGIUNTO GENERATO DAL GRUPPO.

La generazione di reddito implica inevitabilmente l'utilizzo di risorse. Obiettivo di RadiciGroup è garantire nel tempo il livello di redditività dei propri business, diminuendo però progressivamente l'impatto sull'ambiente, in ottica di economia circolare. A riprova di questo impegno, l'**INDICATORE G4-EN5** qui riportato mostra il decrescere del quantitativo di energia primaria totale (**INDICATORE G4-EN3**) proveniente da fonte fossile, rapportato al valore aggiunto globale netto generato dal Gruppo, che è invece in aumento. *Tabella 11*

Il medesimo ragionamento si applica anche agli altri indici qui sotto illustrati, relativi alle risorse idriche, ai rifiuti soggetti a smaltimento e non destinati a recupero e alle emissioni. *Tabella 12*

Il raggiungimento di tali obiettivi è stato possibile grazie ad una precisa volontà di investimento, in particolare:

134 MILIONI DI EURO

Spese per investimenti a sostegno della competitività delle Aziende del Gruppo nel quinquennio 2011-2015. Di questi, 30 milioni specificamente investiti nel 2015.

PIÙ DI 2,5 MILIONI DI EURO

Spese per investimenti ambientali effettuate nel 2015 e destinate all'introduzione di Best Available Techniques, all'efficientamento energetico, all'abbattimento delle emissioni, ad attività di ricerca e sviluppo destinate all'introduzione di processi e prodotti a limitato impatto.

Si vedano, a proposito di tutte queste attività e dei numerosi risultati ottenuti, i testi e gli indicatori riportati nei capitoli del Bilancio legati agli indicatori ambientali (EN) e di prodotto (PR).

INDICATORE G4-EN5

Tabella 11 ENERGIA PRIMARIA TOTALE (DIRETTA+INDIRETTA) RAPPORATA AL VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO

		2013	2014	2015
GJ	Energia primaria totale EN3	7.176.375	6.587.001	6.359.153
€	VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	148.330.284	154.737.323	183.484.576
GJ/€		0,048	0,043	0,035

Tabella 12

		2013	2014	2015
m ³ /€	Risorse idriche (indicatore G4-EN8) rapportate al valore aggiunto	0,58	0,59	0,48
t/k€	Rifiuti soggetti a smaltimento senza recupero (indicatore G4-EN23) rapportati al valore aggiunto	0,031	0,025	0,021
tCO ₂ eq/k€	Emissioni totali in atmosfera (indicatore G4-EN15 e G4-EN16) rapportate al valore aggiunto	4,6	3,3	2,9

IMPOSTE DIRETTE - INDIRETTE PER PAESE (euro)

ARGENTINA	818.746
BRASILE	489.411
CINA	1.293.697
GERMANIA	1.296.038
INDIA	106.964
INGHILTERRA	25.803
ITALIA	15.761.095
LUSSEMBURGO	-
OLANDA	-
REPUBBLICA CECA	68.728
ROMANIA	379.832
SPAGNA	3.249
SVIZZERA	114.637
UNGHERIA	32.497
USA	391.018
TOTALE	20.781.715





INDICATORI RELATIVI A PRATICHE E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE (LA)

UNA FOTOGRAFIA DEI DIPENDENTI E DELLE DIPENDENTI DI RADICIGROUP

STANDARD DISCLOSURES G4-10 e 11

La forza lavoro di RadiciGroup, equamente distribuita tra Italia e resto del mondo, si compone nel 2015 di 3016 persone, Dipendenti e lavoratori interinali insieme. 2198 uomini e 818 donne costituiscono oggi il capitale umano di RadiciGroup.

Nella *Tabella 13-14* una “fotografia” di dettaglio.

Le tabelle di seguito riportate mostrano che la forza lavoro di RadiciGroup nell’anno di rendicontazione si è ridotta complessivamente di 31 persone, 30 Dipendenti ed 1 lavoratore interinale rispetto al 2014 (40 uomini in meno, 9 donne in più). Il dato conferma la tendenza che vede da qualche tempo nel Gruppo una riduzione della forza lavoro maschile cui fa da contraltare un incremento di quella femminile.

In particolare, una riduzione di 42 unità (34 uomini e 9 donne) è dovuta alla ristrutturazione societaria della RadiciFibras in Brasile, mentre altri siti hanno assunto personale, ad esempio 15 uomini sono entrati a far parte del personale di Radici Plastics Suzhou.

Tipologia di Contratto

Nel 2015 il 94,5 % dei Dipendenti del Gruppo era assunto a tempo indeterminato. In tale contesto, il trend delle donne si è stabilizzato attorno al 90,9%.

Per quanto riguarda il personale maschile a tempo indeterminato, la situazione è risultata pressoché stazionaria, con un passaggio dal 94,4% 2013 al 95,8% del 2015.

Più del 95% dei Dipendenti del Gruppo era impiegato full

time nell’anno di rendicontazione. Per il personale femminile in particolare il full time si è attestato all’86%: le donne che hanno usufruito di part-time nel 2015 sono state 15 in più rispetto all’anno precedente. *Tabella 15*

Per quanto riguarda il personale maschile, il full-time è stato in crescita giungendo al 99% poiché sono diminuiti di 32 unità gli uomini che hanno lavorato a tempo parziale.

La tipologia di contrattazione largamente prevalente è restata quella collettiva, pari al 79,3% ed in continua crescita.

Tabella 17

Tabella 13 G4-10-11 FORZA LAVORO PER AREA GEOGRAFICA*

			2013	2014	2015
n	Totale forza lavoro	Totale	3.210	3.047	3.016
n		Uomini	2.404	2.238	2.198
n		Donne	806	809	818
n	Italia	Totale	1.601	1.599	1.587
n		Uomini	1.301	1.296	1.287
n		Donne	300	303	300
n	Resto d'Europa	Totale	1.003	1.007	1.029
n		Uomini	610	597	596
n		Donne	393	410	433
n	Asia	Totale	36	42	57
n		Uomini	27	29	44
n		Donne	9	13	13
n	America	Totale	570	399	343
n		Uomini	466	316	271
n		Donne	104	83	72

*la forza lavoro comprende: i lavoratori interinali ed i lavoratori dipendenti

Tabella 14 PERCENTUALE DELLA FORZA LAVORO FEMMINILE PER AREA GEOGRAFICA (2015)*

		2013	2014	2015
%	Europa (Italia + resto d'Europa)	26,6%	27,4%	28,0%
%	Italia	18,7%	18,9%	18,9%
%	Resto d' Europa	39,2%	40,7%	42,1%
%	Asia	25,0%	31,0%	22,8%
%	America	18,2%	20,8%	21,0%

*la forza lavoro comprende: i lavoratori interinali ed i lavoratori dipendenti

Tabella 15

LA FORZA LAVORO ED I DIPENDENTI E LE DIPENDENTI DI RADICIGROUP SUDDIVISI PER GENERE E TIPOLOGIA DI IMPIEGO E DI CONTRATTO*

			2013	2014	2015
n	● Totale forza lavoro	Totale	3.210	3.047	3.016
n		Uomini	2.404	2.238	2.198
n		Donne	806	809	818
n	● Totale Dipendenti	Totale	3.166	2.997	2.967
n		Uomini	2.362	2.192	2.156
n		Donne	804	805	811
n	● a tempo indeterminato	Totale	2.895	2.859	2.803
n		Uomini	2.230	2.121	2.066
n		Donne	665	738	737
n	● part time (a tempo indeterminato)	Totale	140	140	123
n		Uomini	56	54	22
n		Donne	84	86	101
n	● full time (a tempo indeterminato)	Totale	2.755	2.719	2.680
n		Uomini	2.174	2.067	2.044
n		Donne	581	652	636
%	● full time su tempo indeterminato	Totale	95,2%	95,1%	95,6%
%		Uomini	97,5%	97,5%	98,9%
%		Donne	87,4%	88,3%	86,3%
n	● tempo determinato	Totale	271	138	164
n		Uomini	132	71	90
n		Donne	139	67	74
%	● tempo ind. su tot Dipendenti	Totale	91,4%	95,4%	94,5%
%		Uomini	94,4%	96,8%	95,8%
%		Donne	82,7%	91,7%	90,9%
n	● part time (determinato+indeterminato)	Totale	140	140	123
n		Uomini	56	54	22
n		Donne	84	86	101
n	● full time (determinato+indeterminato)	Totale	3.026	2.857	2.844
n		Uomini	2.306	2.138	2.134
n		Donne	720	719	710
%	● full time su tot. Dipendenti	Totale	95,6%	95,3%	95,9%
%		Uomini	97,6%	97,5%	99,0%
%		Donne	89,6%	89,3%	87,5%

*la forza lavoro comprende: i lavoratori interinali ed i lavoratori dipendenti

INDICATORE G4-LA12

Nella tabella seguente è riportata una suddivisione dei Dipendenti per genere e fascia di età che dimostra come la fascia intermedia sia largamente prevalente nel Gruppo. La ripartizione tra le donne e gli uomini nel Gruppo non mostra variazioni rilevanti. *Tabella 16*

La suddivisione dei Dipendenti per categoria presente nelle precedenti edizioni del report è in fase di revisione per renderla maggiormente aderente alla realtà di Radici-Group. Non si ritiene pertanto di inserirla nel Bilancio di Sostenibilità 2015, ma sarà reintrodotta, con le relative specifiche, nell'edizione 2016.

Tabella 16 DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

			2013	2014	2015
<i>n</i>	Totale Dipendenti	Totale	3.166	2.997	2.967
<i>n</i>		Uomini	2.362	2.192	2.156
<i>n</i>		Donne	804	805	811
<i>n</i>	Dipendenti < 30 anni	Totale	436	332	304
<i>n</i>		Uomini	294	194	200
<i>n</i>		Donne	142	138	104
<i>n</i>	Dipendenti 30 < > 50 anni	Totale	1980	1813	1800
<i>n</i>		Uomini	1455	1311	1258
<i>n</i>		Donne	525	502	542
<i>n</i>	Dipendenti > 50 anni	Totale	750	852	863
<i>n</i>		Uomini	613	687	698
<i>n</i>		Donne	137	165	165

Tabella 17 TIPOLOGIA DI CONTRATTAZIONE - PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI COLLETTIVI DI CONTRATTAZIONE

		2013	2014	2015
<i>n</i>	Totale Dipendenti	3.166	2.997	2.967
<i>n</i>	Contrattazione collettiva nazionale	2.217	2.203	2.229
<i>n</i>	Contrattazione collettiva aziendale	162	160	124
<i>n</i>	Contrattazione individuale	787	634	614
%	Percentuale contrattazione individuale	24,9%	21,2%	20,7%
%	Percentuale contrattazione collettiva	75,1%	78,8%	79,3%

STANDARD DISCLOSURES G4-56

(DMA) La politica di RadiciGroup nei confronti delle proprie Risorse Umane è esplicitata nei Valori del Gruppo:

- La centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale.
- L'efficienza e l'efficacia dei sistemi gestionali per migliorare l'impresa.
- La correttezza e la trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme vigenti.
- L'attenzione ai bisogni e alle aspettative degli interlocutori per migliorare il clima di appartenenza e soddisfazione.
- L'affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti, della collettività e dell'ambiente.
- La responsabilità di impresa verso lavoratori, luoghi e fabbriche.

L'importanza di ogni persona, la responsabilità per la creazione di ambienti di lavoro adeguati e sicuri, l'attenzione alle Comunità Locali, cui appartengono molti dei lavoratori e delle lavoratrici del Gruppo, sono importanti temi chiave che caratterizzano l'agire di RadiciGroup.

In particolare, la valorizzazione delle persone, un elemento di quella politica di gestione interna evidenziata dalla matrice di materialità, passa attraverso due grandi vie maestre:

- la creazione di valore intangibile attraverso iniziative di formazione e motivazione che alimentano un rapporto di fiducia reciproca tra RadiciGroup e i suoi Dipendenti;
- la creazione di valore tangibile attraverso una adeguata remunerazione cui si aggiunge un sistema di incentivazione collettiva e individuale.

LA CREAZIONE DI VALORE INTANGIBILE

LA FORMAZIONE

Come anticipato, il Gruppo attribuisce grande importanza alla formazione. Si tratta di un elemento chiave per la creazione di valore intangibile, ovvero di crescita individuale

e collettiva che ha l'obiettivo di aiutare ciascuna persona a dare il meglio delle proprie possibilità nel proprio ruolo, e, al tempo stesso, di accrescere e conservare il know how nelle Aziende.

Gli Azionisti di RadiciGroup attribuiscono un peso rilevante alla formazione. Costantemente informati sull'andamento dei corsi dalla funzione Corporate Human Resources, hanno sollecitato nel 2015 ad investire con continuità sul tema, includendo nei progetti anche appuntamenti in collaborazione con le istituzioni scolastiche territoriali (si veda a tal proposito il testo sul rapporto con le scuole nella parte relativa allo Stakeholder Engagement).

In aggiunta alla formazione obbligatoria prevista per legge, relativa a Sicurezza e Salute nell'ambiente di lavoro, RadiciGroup ha affrontato dunque nel 2015 con formazione volontaria diversi altri temi ritenuti d'importanza fondamentale, in particolare la qualità, i comportamenti, le metodologie gestionali e le logiche lavorative individuali.

Già nel 2011 il Gruppo aveva lanciato l'iniziativa denominata RadiciGroup Academy. Nel corso degli anni l'Academy ha visto coinvolti giovani neolaureati neoassunti, quadri intermedi e manager delle aziende di RadiciGroup. Nel 2014 e 2015, in particolare, sono stati circa 100 i corsisti italiani, cui si sono aggiunti, per la prima volta, colleghi statunitensi, brasiliani, tedeschi.

I corsi di RadiciGroup Academy hanno avuto, ad esempio, questi obiettivi:

- Costruire la conoscenza e consapevolezza in termini di organizzazione e relazioni tra funzioni, con l'obiettivo di stimolare la cultura del cliente interno, la capacità decisionale di ogni persona con la consapevolezza degli impatti delle scelte sull'organizzazione.
- Aiutare le persone nella costruzione della chiarezza dei propri ruoli e delle responsabilità istituzionali, organizzative, funzionali e di relazione.
- Stimolare e riattivare, nei Manager, il tema del cambiamento e dello sviluppo di nuove modalità operative e relazionali.
- Riconoscere, rafforzare e facilitare l'espressione di ciascuno per l'obiettivo comune: la diversità come ricchezza e non come ostacolo.

Oltre a quanto fatto a livello di Academy, nel Gruppo si sono tenuti numerosi altri corsi. La funzione Risorse Umane ha raccolto le esigenze formative dei Siti, ha elaborato un piano formativo a livello di Gruppo ed ha strutturato un sistema di valutazione dell'efficacia dei piani formativi predisposti.

In particolare, nel corso del 2015, Fondirigenti, fondo nato per favorire la crescita della cultura manageriale, a cui le Società Italiane di RadiciGroup aderiscono ha messo a disposizione – attraverso un meccanismo di Bandi – alcune somme per finanziare piani di formazione dei Dirigenti sui temi quali:

- Innovazione organizzativa
- Crescita delle competenze manageriali
- Internazionalizzazione
- Alleanze strategiche
- Credito
- Finanza strategica

Tre società del Gruppo (Radici Novacips, Noyfil, Radici Chimica) hanno quindi presentato dei Piani di Formazione e successivamente ottenuto dei finanziamenti per un valore di 43.000 euro.

Per tutte e tre le società i corsi sono stati incentrati sul tema del “Change Management & Integration,” con l’obiettivo di:

- Acquisire la consapevolezza della natura e delle fasi costitutive del Cambiamento identificandone i 3 aspetti fondamentali:
 1. Organizzativo: analisi contesto e cultura organizzativa.
 2. Manageriale: change leadership, comunicazione, governo dei processi.
 3. Individuale: gestione delle barriere al cambiamento, coinvolgimento e promozione dei comportamenti innovativi.

- Gestire l’introduzione di innovazioni organizzative, di processo o tecnologiche.
- Affrontare il momento di cambiamento come occasione di integrazione.
- Costruire la conoscenza e consapevolezza in termini di organizzazione e relazioni tra funzioni, con l’obiettivo di stimolare la cultura del cliente interno, la capacità decisionale di ogni persona con la consapevolezza degli impatti delle scelte sull’organizzazione.
- ne della chiarezza dei propri ruoli e delle responsabilità, siano esse istituzionali organizzative, funzionali e di relazione.
- Fornire strumenti operativi per la gestione e lo sviluppo dei propri collaboratori.
- Il numero totale di persone coinvolte, fra Dirigenti e uditori, è stato di più di 40.

Qui di seguito (*Tabella 18*) si riportano alcuni indicatori numerici relativi alla formazione dei lavoratori e delle lavoratrici del Gruppo.

In valore assoluto, le ore di formazione mostrano un trend largamente positivo con un incremento del 15,8% nel triennio. Anche l’indice ore/persona è in crescita e passa dalle 13,5 ore/persona del 2013 alle 16,6 ore persona del 2015 (+23,5%).

Poiché, come spiegato per l’indicatore G4-LA12, è in fase di revisione la classificazione dei Dipendenti per categoria, non è possibile in questo Report applicare tale stratificazione alla formazione.

Rimane comunque valida la suddivisione per genere qui riportata in *Tabella 19*.

INDICATORE G4-LA 9

Tabella 18 LA FORMAZIONE PER I DIPENDENTI

		2013	2014	2015
<i>n</i>	Totale Dipendenti	3.166	2.997	2.967
<i>ore</i>	Ore complessive di formazione	42.641	47.663	(+15,8%)* 49.365
<i>ore</i>	Ore pro capite	13,5	15,9	(+23,5%)* 16,6

*rispetto al 2013

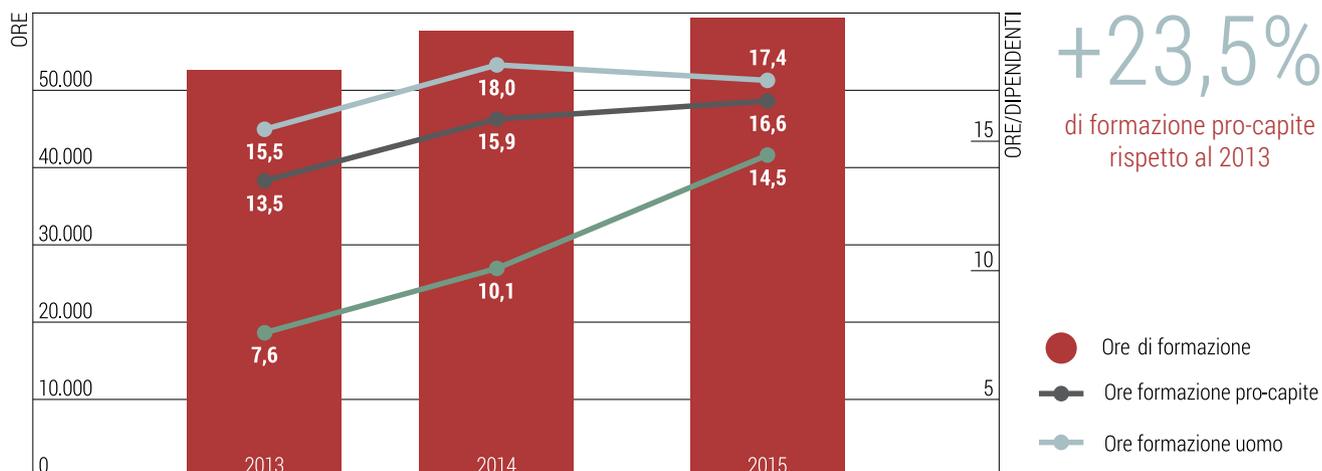
INDICATORE G4-LA 9

Tabella 19 LA FORMAZIONE PER GENERE

		2013	2014	2015
ore	Ore formazione donne	6.103	8.130	11.756
n	Dipendenti donne	804	805	811
ore	Ore formazione pro capite donne	7,6	10,1	(+91,0%)* 14,5
ore	Ore formazione uomini	36.538	39.533	37.610
n	Dipendenti uomini	2362	2.192	2.156
ore	Ore formazione pro capite uomini	15,5	18,0	(+ 12,8%)* 17,4

*rispetto al 2013

LA FORMAZIONE PER I DIPENDENTI INDICATORE G4-LA 9



Per quanto riguarda la ripartizione delle ore formative per genere, il dato mostra valori interessanti.

L'indice di formazione relativo alle ore pro-capite evidenzia un notevole incremento per le donne: l'indice passa infatti dalle 7,6 ore/donna del 2013 alle 14,5 ore/donna del 2015 con un aumento pari al 91%.

L'aumento è attribuibile in particolare ad un robusto intervento formativo presso Radici Chimica Deutschland, sito presso il quale le ore sono state decuplicate. Anche per quanto riguarda la formazione del personale maschile, l'indice si mostra in crescita, sebbene con un più modesto aumento del 12,8%. Si passa dunque dalle 15,5 alle 17,4 ore/uomo.

IL PROGETTO WHP: SALUTE E BENESSERE NEI LUOGHI DI LAVORO

Al progetto formativo legato alle tematiche di organizzazione aziendale, si è affiancato in alcune Aziende del Gruppo anche un progetto rivolto a tutti i Dipendenti, denominato Workplace Health Promotion - Luoghi di lavoro che promuovono la salute. Nel 2015 solo un caso di eccellenza, ma destinato ad estendersi gradualmente, il progetto WHP ha visto coinvolte Radici Partecipazioni, Tessiture Pietro Radici e Geoenergie.

Segno della volontà di RadiciGroup di investire sulla salute e sul benessere delle persone, il progetto, promosso dall'ATS di Bergamo, Confindustria Bergamo e da Regione Lombardia, prevede un piano triennale di iniziative. Scopi del percorso sono il graduale miglioramento dell'organizzazione e dell'ambiente di lavoro e la promozione di scelte di vita sane i cui effetti benefici possono coinvolgere anche le famiglie dei Dipendenti. A ciò si aggiunge un incoraggiamento alla crescita personale e, come conseguenza di stili di vita più salutari, anche una maggiore produttività lavorativa. Per coinvolgere in maniera efficace i propri Dipendenti, RadiciGroup ha affidato proprio a questi ultimi la scelta di una tematica da affrontare tra le prime aree di intervento. Insieme alle iniziative legate a sport e alimentazione sana, selezionate dal Gruppo, i Dipendenti hanno identificato, quale tema da affrontare, il Benessere Personale e Sociale che si traduce in esigenze di conciliazione vita privata- vita lavorativa.

Nel 2015 camminate aziendali, tornei di calcio, pattinaggio sul ghiaccio collettivo e lezioni di sci hanno permesso alle persone di cimentarsi in "buone pratiche" ovvero attività sportive di aggregazione. A questo si è affiancata una campagna comunicativa con e-mail e manifesti per diffondere regole di alimentazione sana. Ogni lunedì un cesto di frutta fresca nelle sedi aziendali aderenti al progetto è stato lo spuntino WHP offerto a tutti.

In aggiunta, grazie ad un accordo con alcune società fornitrici del Gruppo, i distributori di snack e bibite ed i catering in occasione di eventi hanno offerto scelte alimentari più "light" che hanno privilegiato, ad esempio, frutta, verdura e cibi freschi.

Il tema della conciliazione, più delicato e di maggiore complessità gestionale, verrà affrontato nel corso del 2016, traendo spunto dai suggerimenti e dalle richieste evidenziate dai Dipendenti attraverso un sondaggio permanente effettuato nelle sedi. In aggiunta alle due tematiche del 2015, arriverà nel 2016 anche un percorso motivazionale legato al contrasto al fumo.

LA FORMAZIONE SULLA SICUREZZA

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

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

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

Con queste parole nel maggio 2016 il Presidente di RadiciGroup ha lanciato la più importante campagna che il Gruppo abbia intrapreso sul tema della sicurezza.

I dati non positivi sul tema, evidenziati dagli indicatori qui di seguito illustrati, hanno spinto il Gruppo a compiere uno sforzo importante per comprendere le cause degli infortuni e per stabilire un ampio programma che coinvolgerà circa 200 persone appartenenti a tutte le Aziende del Gruppo e che si aggiunge alla formazione cogente.

La situazione infortuni e assenza dal lavoro è caratterizzata nel 2015 da un peggioramento che ha interessato maggiormente il personale maschile. Il tasso di frequenza (TF) degli infortuni ritorna ai livelli del 2013, ma con una gravità (IG) peggiorata da 80 a 122 giorni/200.000 ore.

L'indice TA che misura l'assenteismo si è conseguentemente incrementato del 11,7 % rispetto all'anno precedente, pur restando comunque inferiore rispetto al 2013. La percentuale di assenza dal luogo di lavoro, alla quale concorrono oltre alle assenze per infortunio quelle per malattia e per permessi non regolamentati, si posiziona sul 4,4%.

Nel periodo di rendicontazione sono stati segnalati inoltre in Italia 5 casi di malattie professionali. *Tabella 20-21*

INDICATORE G4-LA 6

Tabella 20 SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO*

				2013	2014	2015
	n	Totale forza lavoro *	Tot	3.218	3.061	3.016
	n		Uomini	2.412	2.251	2.198
	n		Donne	806	810	818
	n	Totale dipendenti	Tot	3.166	2.997	2.967
	n		Uomini	2.362	2.192	2.156
	n		Donne	804	805	811
INFORTUNI	ore	Totale ore lavorate	Tot	5.486.505	5.063.455	5.018.225
	ore		Uomini	4.166.134	3.881.705	3.755.672
	ore		Donne	1.320.371	1.181.750	1.262.553
	n	Totale giorni persi	Tot	2.191	2.505	3.065
	n		Uomini	2.028	1.863	2.689
	n		Donne	163	642	376
	n	Numero totale infortuni	Tot	92	76	85
ASSENZE	n	Numero totale di malattie professionali	Tot	2	0	5
	n		Uomini	1	0	5
	n		Donne	1	0	0
	n	Giorni medi di assenza	Tot	11	8	10
	n		Uomini	11	9	10
	n		Donne	11	6	10
	n	Giorni medi lavorativi	Tot	218	213	222
	n		Uomini	219	221	225
	n		Donne	215	191	214
	INDICI	n/200.000h	TI (tasso infortuni)	Tot	3,4	3,0
n/200.000h			Uomini	4,1	3,3	3,9
n/200.000h			Donne	0,9	1,9	1,9
n/200.000h		TMP (tasso malattie professionali)	Tot	0,07	0,00	0,20
n/200.000h			Uomini	0,05	0,00	0,27
n/200.000h			Donne	0,15	0,00	0,00
d/200.000h		IG (indice di gravità)	Tot	79,9	98,9	122,2
d/200.000h			Uomini	97,4	96,0	143,2
d/200.000h			Donne	24,7	108,7	59,6
d/200.000h		TA (tasso di assenteismo)	Tot	9.985	7.954	8.880
d/200.000h			Uomini	10.039	8.440	8.588
d/200.000h			Donne	9.821	6.396	9.703
%		Assenza%	Tot	5,0	4,0	4,4
%		Uomini	5,0	4,2	4,3	
%		Donne	4,9	3,2	4,9	

*per il calcolo del G4-LA6 la forza lavoro comprende lavoratori contrattuali, interinali e dipendenti

R57

C'È QUALCOSA D'INVISIBILE, D'INTANGIBILE CHE RIGUARDA IL LAVORO:

IL LAVORO HA IN SÉ PIÙ DI QUANTO APPAIA.

NON È SEMPLICEMENTE UN'AZIONE ESTERNAMENTE VISIBILE. È ANCHE ESSENZIALMENTE QUALCOSA D'INTERIORE E PERSONALE, DI SEGRETO E INDIVIDUALE.

INDICATORE G4-LA 6

Tabella 21 DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA

		ITALIA		
		2013	2014	2015
n	Totale forza lavoro	1.609	1.612	1.587
<i>ore</i>	Totale ore lavorate	2.473.215	2.423.810	2.473.062
<i>n</i>	Totale giorni persi	883	976	1.338
<i>n</i>	Numero totale infortuni	42	35	51
<i>n</i>	Numero totale malattie professionali	2	0	5
<i>n</i>	giorni MEDI di Assenze del personale	8	8	8
<i>n</i>	giorni MEDI lavorativi	196	198	204
<i>n/200.00h</i>	TI = Tasso Infortuni	3,4	2,9	4,1
<i>n/200.00h</i>	TMP = tasso malattie professionali	0,16	0	0,4
<i>d/200.000h</i>	IG = indice di gravità	71,4	80,5	108,2
<i>d/200.000h</i>	TA = tasso di assenteismo	7.712	8.075	7.846
%	Assenza	3,9%	4,0%	3,9%

LA CREAZIONE DI VALORE TANGIBILE – IL SISTEMA DI PREMIAZIONE ED INCENTIVAZIONE

Una retribuzione competitiva continua a essere fattore essenziale di attrazione di candidati esterni e di fidelizzazione dei Dipendenti. La strategia retributiva resta quindi fondamentale, anche per RadiciGroup, soprattutto se correlata ai fattori intangibili di cui si è parlato in precedenza, per rafforzare il clima di fiducia e benessere aziendale.

Il sistema retributivo nelle aziende del Gruppo è determinato dai diversi livelli di responsabilità e dal contributo individuale al risultato collettivo. I contratti collettivi nazionali o i contratti aziendali, e, se non presenti, le condizioni del mercato del lavoro, determinano i livelli retributivi minimi per tutti i lavoratori.

Oggetto di speciale attenzione nel 2015 due importanti strumenti di incentivazione: il rinnovo, per le sole aziende italiane, del Premio di Partecipazione al Risultato Aziendale e la definizione, per le figure manageriali di tutte le Aziende del Gruppo, di una politica generale di Management by Objective (MBO).

Frutto di un lavoro costruttivo di concertazione con le Rappresentanze Sindacali dei Lavoratori, il Rinnovo del Premio di Partecipazione al risultato aziendale ha interessato alcune delle aziende italiane oggetto del Bilancio.

Si tratta di un premio annuale variabile di natura collettiva con una distribuzione individuale, determinato sulla base di indicatori di redditività e qualità, di indicatori ambientali e di sicurezza. Rispetto all'accordo precedente questo rinnovo ha incrementato il valore del premio potenziale che si conferisce al raggiungimento di tutti gli obiettivi.

Segno della volontà di RadiciGroup di premiare le figure



	RESTO D'EUROPA			AMERICA			ASIA		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
	1.003	1.008	1.029	570	399	343	36	42	57
	1.675.336	1.668.443	1.639.844	1.263.885	879.145	775.387	74.069	92.057	129.932
	688	631	518	425	863	987	195	35	222
	22	25	20	28	15	12	0	1	2
	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	17	8	14	10	11	6	7	6	6
	219	209	223	209	281	289	257	227	296
	2,6	3,0	2,4	4,4	3,4	3,1	0	2,2	3,1
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0
	82,1	75,6	63,2	67,3	196,3	254,6	526,5	76,0	341,7
	15.875	7.771	12.693	9.306	8.175	4.309	5.332	5.349	3.758
	7,9%	3,9%	6,3%	4,7%	4,1%	2,2%	2,7%	2,7%	1,9%

manageriali in ogni parte del mondo in maniera equanime, i criteri per gli MBO e la relativa incentivazione sono stati stabiliti e formalizzati attraverso l'Istruzione Gestionale IG 03.04.

Tale procedura prevede una valutazione in base a un mix variabile, a seconda delle fasce di inquadramento, di obiettivi di Gruppo, obiettivi aziendali e obiettivi individuali.

INDICATORE G4-LA2

Ai sistemi di compensazione indicati si sono aggiunti anche nel 2015 alcuni benefit (auto aziendali, ticket restaurant, mensa aziendale a tariffe agevolate, convenzioni per l'acquisto di beni e servizi) che vengono assegnati o messi a disposizione dei Dipendenti, indipendentemente dalla tipologia di contratto (full time o part time, tempo indeterminato o determinato), sulla base degli accordi aziendali e del ruolo della singola persona.

I nostri prossimi impegni sul tema:

- *Un rinnovato impegno sui temi già affrontati nel 2015 al fine di portare a termine i percorsi formativi già intrapresi.*
- *Un importante piano di sensibilizzazione sul tema della sicurezza in tutte le Aziende del Gruppo.*
- *Un ulteriore lavoro per l'uniformazione dei criteri di incentivazione per tutte le aziende del Gruppo.*



INDICATORI RELATIVI ALLA SOCIETA' (SO)

Come sancito dai propri Valori

(DMA) "La centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale"

"La responsabilità di impresa verso lavoratori, luoghi e fabbriche"

RadiciGroup è tradizionalmente consapevole della propria responsabilità sociale sul territorio ed è attento alle persone che contribuiscono quotidianamente, con il lavoro e le idee, alla crescita delle sue aziende.

Il Gruppo è conscio infatti che tutti i portatori di interesse sono parte integrante dell'azienda intesa come "dilatata", che non si limita cioè al perimetro di consolidamento economico finanziario, o ai confini territoriali delle fabbriche, ma che esce da questi ambiti per entrare in contatto, proprio grazie ai diversi Stakeholder, con il mondo che la circonda.

A riprova di ciò, anche la Matrice di Materialità evidenzia, da due anni a questa parte, l'importanza del valore economico generato e distribuito come parte rilevante delle attività del Gruppo.

A fianco dei progetti di coinvolgimento dei territori attraverso i social media di cui si è parlato in precedenza, sono stati numerosi e diversi gli ambiti interessati dalle attività di marketing sociale e filantropico del Gruppo nel 2015.

Queste attività hanno avuto l'obiettivo di sostenere in primo luogo le Comunità, ma anche le Scuole o le Associazioni che hanno un fine culturale o sociale.

(DMA) In particolare, le attività sociali e filantropiche di

RadiciGroup si sono focalizzate su alcuni temi chiave formalizzati dalla istruzione gestionale "IG 10 11 MARKETING SOCIALE & FILANTROPICO" parte della procedura di Radici Partecipazioni "PR 10, Marketing & Communication", nata nel 2015 e ufficializzata a gennaio 2016.

Questa istruzione gestionale, sottoscritta ed approvata dal Presidente di RadiciGroup, definisce i principi di base dell'agire del Gruppo in tema di attenzione verso:

- Cultura e Formazione, Ambiente con i luoghi naturali e storici.
- Sport, soprattutto se di natura dilettantistica e volto a progetti di inclusività sociale.
- Salute e prevenzione, con speciale considerazione per la prevenzione delle malattie e la cura di patologie di particolare gravità.
- Giovani e anziani.

(DMA) Conformemente al proprio Codice Etico interno, sottoscritto dal Presidente di Radici Partecipazioni ed aggiornato nel 2013, e a questa specifica disposizione in particolare:

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

Il Gruppo ha mantenuto una posizione di neutralità nei confronti dei partiti politici non erogando alcuna forma di contributo economico diretto o indiretto.

(INDICATORE G4-S06)

La presenza di un Bilancio Consolidato di Gruppo, certificato da parte terza, la presenza di controlli incrociati tra le diverse funzioni aziendali garantisce inoltre dai rischi connessi alla corruzione, tema affrontato anche nel Codice Etico di RadiciGroup con alcune specifiche disposizioni:

(DMA) “Nei rapporti e relazioni commerciali o promozionali, sono proibite pratiche e comportamenti illegali, collusivi, pagamenti illeciti, tentativi di corruzione e favoritismi, sollecitazioni dirette o attraverso terzi di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri, contrari alle leggi, regolamenti e standard oggetto del presente Codice Etico.”

“Nei rapporti con Clienti e Fornitori o terzi, non sono ammesse offerte di denaro o regalie tendenti ad ottenere vantaggi reali o apparenti di varia natura (es. economici, favori, raccomandazioni).”

A tale proposito, nell'anno di rendicontazione, non si è verificata a carico del Gruppo nessuna sanzione significativa, sia monetaria (superiore a 500 €) che non monetaria, per non conformità a leggi o regolamenti legati a questo aspetto (**INDICATORE G4-S08**)

LE SPONSORIZZAZIONI E LIBERALITÀ 2015

I contributi e le liberalità erogati nel 2015 sono stati suddivisi come illustrato nella **Tabella 22**.

In costante aumento, l'entità del sostegno economico di RadiciGroup si è concentrata in particolare nel 2015 sulle iniziative di tipo culturale con una attenzione speciale alla Fondazione Teatro Donizetti.

Quest'ultima, legata allo storico teatro bergamasco, si propone di promuoverne e incrementarne le attività, assumendosi in via prioritaria il compito di riportare alla sua completa funzionalità la struttura teatrale attraverso un'ampia opera di restauro.

LE RICHIESTE DI SPONSORIZZAZIONI E LIBERALITÀ

A partire dall'inizio del 2016, le richieste di sponsorship sono state veicolate tutte tramite una nuova ed apposita sezione, raggiungibile dalla home page del sito di RadiciGroup a questo link:

<http://www.radicigroup.com/it/radici-connect/sponsorship/intro>

Tabella 22

	2013	2014	2015
Salute e Prevenzione, Associazioni Umanitarie	39.007	103.011	51.168
Territorio, Cultura e Formazione	111.457	79.529	195.670
Sport	263.775	265.101	292.140
Totale*	414.239	447.641	538.978
Totale relativo a RadiciGroup	381.067	436.725	529.538

**Il totale è riferito alle attività di RadiciGroup insieme a Geogreen, realtà produttiva appartenente alla famiglia Radici, ma non controllata dalla Holding Radici Partecipazioni S.p.A. La gestione delle liberalità e dei contributi è infatti comune.*

Presente nella sezione in lingua italiana ed inglese del sito, la pagina di richiesta sponsorship permette di operare con maggiore trasparenza per quanto riguarda la ricezione e gestione delle richieste di contributi.

Nuovamente in ottica di trasparenza, la pagina enuncia inoltre con chiarezza i principi sulla base dei quali viene operata la scelta di sostegno ad una iniziativa:

(DMA)

- TERRITORIALITÀ DELL'ASSOCIAZIONE PROMOTRICE E LEGAME CON LE COMUNITÀ DI RIFERIMENTO DELLE SINGOLE AZIENDE E AL GRUPPO.
- CARATTERE NO PROFIT DELL'ENTE RICHIEDENTE O DELL'EVENTO.
- IMPEGNO PER LA PROMOZIONE DELLA PERSONA E SOSTEGNO NELLE SITUAZIONI DI DISAGIO.
- ELEVATO VALORE CULTURALE O AGGREGATIVO DELL'INIZIATIVA.

Grazie alla gestione attraverso il sito, ogni richiesta riceve così risposta, evitando eventuali dispersioni nel processo comunicativo. Tutte le richieste confluiscono in un database, attraverso il quale è possibile conoscere nel dettaglio i progetti per i quali viene chiesto un sostegno e, da parte del Gruppo, agire con tempestività laddove si evidenzia una situazione di particolare necessità.

La presenza del modulo di richiesta sponsorship anche sulla sezione inglese del sito apre, di fatto, a tutti gli Stakeholder del Gruppo la possibilità di accedere al sostegno di RadiciGroup e contribuisce alla politica di estensione delle attività sociali e filantropiche dall'Italia al mondo.

I nostri prossimi impegni sul tema:

- *Lavorare ulteriormente con le Comunità Locali per instaurare un dialogo costante e un coinvolgimento (engagement) sempre maggiore.*
- *Rendere sempre più trasparente il sistema di gestione delle sponsorship e liberalità attraverso una rendicontazione annuale e pubblica dell'attività attraverso le prossime Edizioni del Bilancio.*
- *Ampliare l'ambito delle attività di sostegno anche nelle aziende non italiane del Gruppo.*

RADICI CHIMICA PER NOVARAJAZZ

"Our Passion for Jazz", La Nostra Passione per il Jazz. Con questo slogan, riportato sul programma ufficiale di Novara Jazz, RadiciGroup anche nel 2015 ha voluto sottolineare il proprio tradizionale sostegno alla manifestazione.

Giunta alla dodicesima edizione, NovaraJazz è una kermesse musicale che RadiciGroup, con Radici Chimica S.p.A., sostiene da alcuni anni. L'alto profilo musicale degli artisti che giungono in città per sperimentare con il jazz e la contaminazione tra le arti fanno sì che l'intera città sia coinvolta in un nutrito calendario di manifestazioni.

Tra concerti, anteprime, collaborazioni ed eventi collaterali, NovaraJazz ha infatti ospitato un totale di oltre 100 appuntamenti nel 2015.

IMMAGINI FOTOGRAFICHE E NOTE JAZZ INTERNAZIONALI PER RICORDARE GIANNI RADICI

Imprenditore di successo. Padre. Marito. Filantropo. Grande sportivo. Gianni Radici è stato tutto questo. In occasione del decennale della sua scomparsa (25 aprile 1924 / 05 ottobre 2005) RadiciGroup ha ricordato il proprio fondatore con i Dipendenti del Gruppo e le Comunità territoriali che lo hanno conosciuto attraverso una mostra fotografica e un concerto.

Nella primavera 2015 un'installazione fotografica e multimediale hanno raccontato momenti di vita imprenditoriale e familiare di Gianni Radici. Ritratti che hanno ricordato amicizia, passione per lo sport e profonde "radici" nel territorio di origine.

Ma non solo. Anche nell'ambito della XIII edizione della kermesse Bergamo Scienza e con il contributo artistico del celebre trombettista statunitense Dave Douglas, RadiciGroup ha voluto ricordare il suo fondatore. Un appuntamento musicale d'eccezione, cui hanno partecipato circa 200 Dipendenti delle aziende italiane di RadiciGroup, che ha permesso anche di rinnovare il sostegno economico a BergamoScienza, appuntamento culturale di rilievo internazionale.

R76

OGNI AZIENDA, O GRUPPO, NASCE E CRESCE ALL'INTERNO DI UNA COMUNITÀ;

UNA COMUNITÀ È RADICATA SU UN TERRITORIO CHE CI DÀ ENERGIA, ACQUA E ARIA CHE RESPIRIAMO:

ETICA E AMBIENTE OGGI SONO SEMPRE PIÙ ELEMENTI CHIAVE DEL BUSINESS, QUESTO SIGNIFICA TRASFORMARE LA SOSTENIBILITÀ DA VINCOLO A VOLANO DI COMPETITIVITÀ.

CREDERE PROFONDAMENTE IN QUESTO PERCORSO, TRASMETTERLO CON CONVINZIONE AI CLIENTI E AI FORNITORI, E AI LAVORATORI, È LA NOSTRA MISSION DI OGGI E DI DOMANI.





INDICATORI RELATIVI AI DIRITTI UMANI (HR)

Considerato che il riconoscimento della dignità inerente a tutti i membri della famiglia umana e dei loro diritti, uguali ed inalienabili, costituisce il fondamento della libertà, della giustizia e della pace nel mondo; (...)

Considerato che è indispensabile che i diritti umani siano protetti da norme giuridiche, se si vuole evitare che l'uomo sia costretto a ricorrere, come ultima istanza, alla ribellione contro la tirannia e l'oppressione; (...)

Considerato che una concezione comune di questi diritti e di questa libertà è della massima importanza per la piena realizzazione di questi impegni;

L'ASSEMBLEA GENERALE

proclama la presente dichiarazione universale dei diritti umani come ideale comune da raggiungersi da tutti i popoli e da tutte le Nazioni, al fine che ogni individuo ed ogni organo della società, avendo costantemente presente questa Dichiarazione, si sforzi di promuovere, con l'insegnamento e l'educazione, il rispetto di questi diritti e di queste libertà e di garantirne, mediante misure progressive di carattere nazionale e internazionale, l'universale ed effettivo riconoscimento e rispetto tanto fra i popoli degli stessi Stati membri, quanto fra quelli dei territori sottoposti alla loro giurisdizione.

Testo tratto dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo.

(DMA) RadiciGroup da sempre persegue come valore fondamentale, alla base di qualsivoglia sua attività, il pieno rispetto dei diritti umani di tutti i suoi Dipendenti e di tutti i suoi Stakeholder.

L'importanza attribuita al rispetto di tali diritti si declina in particolare attraverso uno dei Valori del Gruppo: *"La centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale"*

L'ottemperanza alla legislazione vigente in ogni parte del mondo, la presenza di contratti regolari e prevalentemente collettivi per tutti i lavoratori (il 79% di tutti i contratti stipulati con i Dipendenti come evidenziato dalla **Tabella 17**), sono la prova che RadiciGroup non osteggia, ma al contrario favorisce, le forme di contrattazione collettiva che tutelano maggiormente i lavoratori.
(INDICATORE G4-HR3)

Nell'anno 2015 non si sono registrate nelle Aziende di RadiciGroup né episodi di discriminazione, né segnalazioni, infrazioni o sanzioni relative alla violazione dei Diritti Umani.

(DMA) Tuttavia, fine di lavorare alla costruzione di una supply chain sempre più attenta alle condizioni dei lavoratori, il Comitato Etico di RadiciGroup e il Gruppo di Coordinamento GRI hanno affrontato il tema e ne hanno nuovamente ribadito l'importanza rispettivamente nel Codice di Condotta dei Fornitori e nel Codice di Condotta dei Clienti di cui si è dato conto in precedenza.

In entrambi questi documenti sono contenuti impegni che il Gruppo si assume, e chiede ai propri Clienti e Fornitori di assumersi, proprio in relazione al rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo:

- *I Fornitori s'impegnano a non utilizzare manodopera forzata, vincolata o coatta.*
- *I Fornitori non devono avvalersi di alcun tipo di lavoro minorile nella propria catena di approvvigionamento o nelle proprie attività di business, in conformità con le norme fondanti dell'OIL1 (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e con i principi dello United Nations Global Compact.*

Testo tratto dal Codice di Condotta dei Fornitori

- *Similmente a RadiciGroup, i Clienti sono tenuti a gestire in maniera legale e corretta i contratti di lavoro dei Dipendenti in osservanza della legislazione del lavoro di riferimento.*
- *I Clienti s'impegnano inoltre ad assicurare che nel luogo di lavoro dei Dipendenti non si attui alcun tipo di trattamento disumano e che i Dipendenti non subiscano minacce, molestie, abusi sessuali, torture o punizioni corporali, costrizioni o maltrattamenti mentali o fisici.*

Testo tratto dal Codice di Condotta dei Clienti

I nostri prossimi impegni sul tema:

- *Diffondere la sensibilità sul tema dei diritti umani ai nostri Clienti e Fornitori attraverso la progressiva diffusione dei rispettivi Codici di Condotta.*
- *Iniziare a diffondere la medesima sensibilità all'interno del Gruppo, in particolare attraverso la formazione a coloro che sono destinati a diffondere e spiegare tali Codici di Condotta ai Clienti e ai Fornitori.*

R96

LA GRANDEZZA POLITICA SI VEDE QUANDO,
NEI MOMENTI DIFFICILI, SI OPERA SULLA BASE
DI GRANDI PRINCIPI, E PENSANDO AL BENE
COMUNE A LUNGO TERMINE.





INDICATORI RELATIVI ALL'AMBIENTE (EN)

(DMA) "In tema Ambiente, RadiciGroup persegue da tempo il miglioramento continuo delle proprie prestazioni con risultati visibili e misurabili, investendo e impiegando risorse umane e tecnologiche per controllare e ridurre i propri impatti ambientali e promuovendo l'impegno ambientale anche presso i propri Clienti e Fornitori. Tutto questo considerando l'intera filiera produttiva, misurando l'impronta ambientale dei principali prodotti e servizi secondo le linee guida europee della Product Environmental Footprint (PEF) e valutando, ove possibile, l'applicazione di principi ispirati all'eco-design e ad un'economia circolare."

La POLITICA QUALITÀ AMBIENTE E SICUREZZA del Gruppo evidenzia in modo chiaro ed inequivocabile le linee guida del Gruppo in tema di ambiente: una misurazione rigorosa degli impatti (si veda a tal proposito il testo nella parte relativa agli indicatori di Prodotto) e un investimento costante in termini economici, formativi e tecnologici proprio per ridurre questi impatti.

Lo scenario all'interno del quale operano i siti produttivi del Gruppo, principalmente quelli europei, è caratterizzato da normative che guidano le aziende su percorsi di sostenibilità rigorosi.

In particolare, le Autorizzazioni Ambientali cui sono sottoposti i siti in Italia e Germania fissano regole relativamente alle emissioni in aria ed in acqua, ai rifiuti, all'utilizzo di energia.

In aggiunta a questo, le certificazioni secondo le norme ISO 14001 e ISO 50001 aggiungono requisiti gestionali di carattere volontario per mantenere sotto controllo gli impatti ambientali ed operare secondo il principio del miglioramento continuo.

INDIVIDUAZIONE E VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI PER LE AZIENDE DEL GRUPPO

Nella individuazione e valutazione degli impatti ambientali delle aziende, previsti dalle norme ISO 14001 e ISO 50001, sono stati identificati quali elementi particolarmente significativi: emissioni nell'atmosfera, scarichi idrici, rifiuti, utilizzo di acqua, utilizzo di energia e di altre risorse naturali, utilizzo di combustibili. Tutti questi elementi sono stati successivamente valutati relativamente:

- all'impatto ambientale;
- alla conformità alle prescrizioni legislative o ad impegni volontari di politica ambientale;
- all'adeguatezza tecnica attraverso un benchmark con le migliori tecnologie disponibili sul mercato;
- all'impatto sulle parti interessate, in particolare Dipendenti dei siti, comunità locali e Shareholder.

A seguito dell'analisi 2015, alcuni importanti progetti sono stati condotti nel Gruppo soprattutto per quanto riguarda l'energia e le emissioni, elementi citati come rilevanti nella matrice di materialità.

L'ENERGIA

Nel 2014 è entrato in vigore per le aziende italiane il Dlgs 102/2014 che recepisce una direttiva europea relativa all'efficienza energetica. Le aziende che rientrano nella

definizione di “grande impresa” oppure “a forte consumo di energia o energivore”, ossia tutte le aziende italiane del Gruppo, sono state chiamate a presentare un documento di analisi energetica, con l’eccezione dei siti con sistema di gestione dell’energia certificato ISO 50001 e già comprensivo di un audit energetico effettuato in conformità con i dettami dell’Allegato 2 del Dlgs n.102.

Nel corso del 2015 alcuni consulenti hanno dunque proceduto alla diagnosi energetica delle aziende di Gruppo, includendo, sebbene fosse possibile escluderle, anche Noyfil, sede di Chignolo e Radici Yarn sede di Ardesio. La diagnosi per queste ultime è stata però posticipata al 2016.

In questo modo nel biennio 2015-2016 si realizza per RadiciGroup una valutazione completa dei consumi, individuando potenziali interventi di miglioramento.

Questa analisi è destinata a ripetersi con cadenza quadriennale, mentre annualmente è richiesto ai siti di comunicare i risparmi energetici conseguiti nell’anno precedente per effetto di eventuali interventi di efficienza energetica.

In questo contesto, un importante supporto al processo di miglioramento dell’efficienza è dato dalla presenza degli Energy Manager, tecnici responsabili per la conservazione e l’uso razionale dell’energia, il cui scopo consiste nell’attenta analisi dei consumi energetici dell’organizzazione, individuando le potenziali opportunità di risparmio.

Gli indicatori qui di seguito riportati evidenziano sostanzialmente tutti dei trend di miglioramento, a riprova dell’efficacia delle politiche energetiche intraprese dal Gruppo. Il trend relativo al consumo di energia primaria diretta (Tabella 23) mostra da un lato una stabilizzazione del valore assoluto relativo al 2015, dall’altro una riduzione dei consumi pari al 23,7% se si considera il triennio 2013-2015. Questo andamento si rispecchia anche nell’indice per tonnellata di prodotto, a sua volta in calo.

Una analisi di dettaglio della tipologia di carburante cui fanno ricorso le aziende del Gruppo evidenzia un incremento dell’alimentazione degli impianti a gas naturale a discapito dei più inquinanti impianti a olio combustibile. L’utilizzo del gasolio per i sistemi di back-up (gruppi elettrogeni) mostra invece un incremento.

INDICATORE G4-EN3

Tabella 23 CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA

		2013	2014	2015
GJ	TOTALE	2.585.711	1.971.976	1.972.603
GJ	da GAS NATURALE*	2.580.541	1.967.077	1.967.104
GJ	da GASOLIO	1.102	1.101	1.769
GJ	da GPL	3.063	3.128	2.952
GJ	da OLIO COMBUSTIBILE	1.005	670	778

* per quanto riguarda il GAS NATURALE, per passare da Nm³ a GJ è stato utilizzato il fattore di conversione 39,01 per tutte le aziende in osservanza del principio di cautela. Sono state apportate alcune lievi correzioni retroattive (inferiori allo 0,3%).

-23,7%

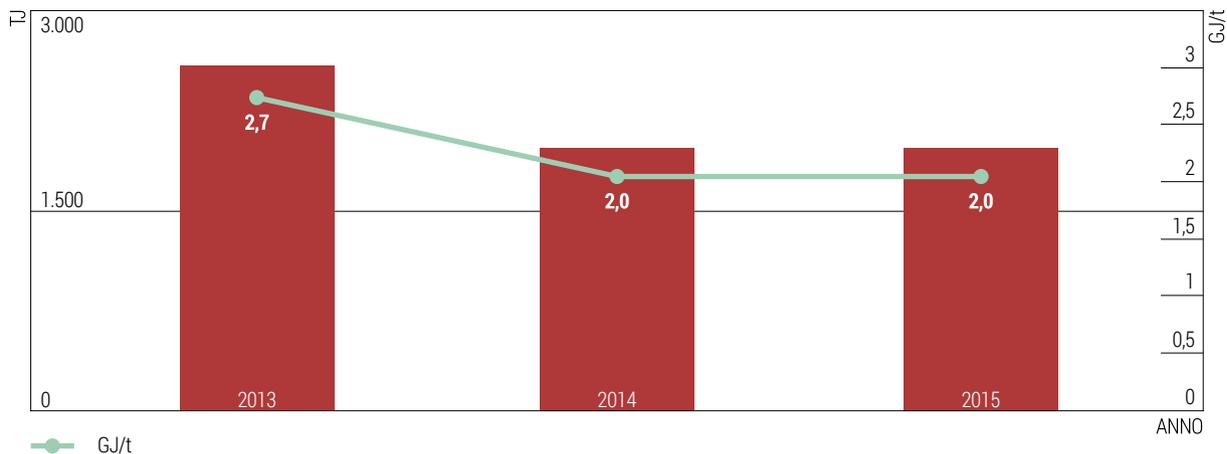
consumo energia primaria diretta
nel triennio 2013-2015

Indice CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI

		2013	2014	2015
GJ/t		2,7	2,0	2,0



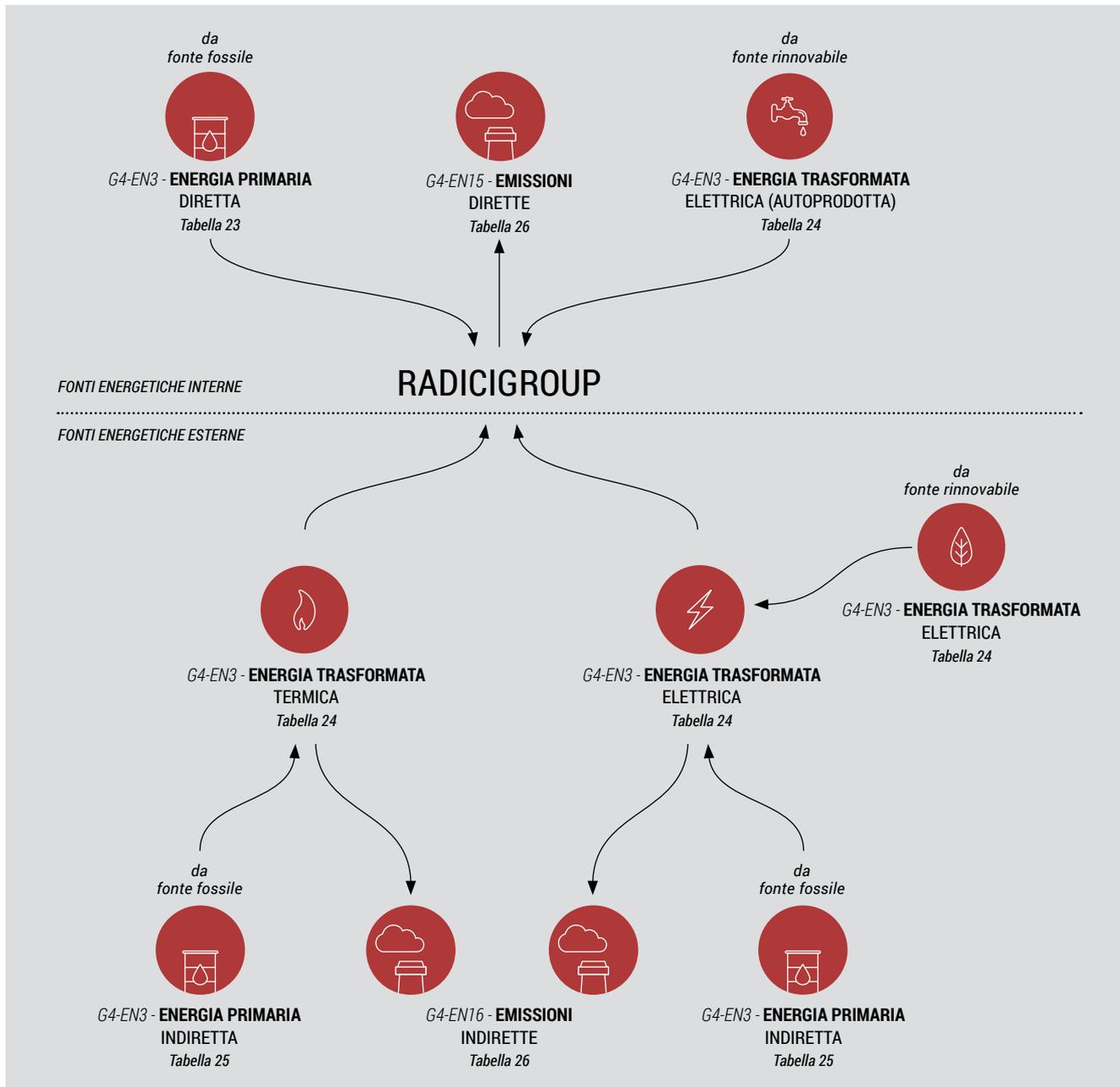
CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA



Il grafico rappresenta la variazione negli anni del mix di energia diretta e mostra come, dall'avvio della rendicontazione secondo il modello GRI, si sia ridotto il consumo

di olio combustibile e gasolio a vantaggio di combustibili a minor impatto ambientale.





INDICATORE G4-EN3

Tabella 24 CONSUMO DI ENERGIA TRASFORMATA SUDDIVISO PER FONTE ENERGETICA PRIMARIA (ELETTRICA E TERMICA)

		2013	2014	2015
GJ	TOTALE ENERGIA TRASFORMATA	3.808.477	3.848.824	3.738.731
GJ	SUB TOTALE ENERGIA ELETTRICA	1.882.802	1.793.416	1.745.769
GJ	Da fonte rinnovabile	833.840	813.088	846.822
%	energia da fonte rinnovabile su tot energia elettrica	44,3%	45,3%	48,5%
GJ	di cui autoprodotta (idroelettrico)	(58.345)	(79.043)	(56.338)
GJ	Da fonti NON Rinnovabili:	1.048.962	980.328	898.947
GJ	da Gas Naturale	574.205	522.170	479.068
GJ	da Gas Naturale	313.143	301.996	238.338
GJ	da Olio Combustibile	9.333	14.929	15.503
GJ	da Nucleare	117.037	106.084	129.919
GJ	da altre fonti fossili	35.244	35.149	36.119
GJ	SUB TOTALE ENERGIA TERMICA	1.925.675	2.055.408	1.992.962
GJ	da Gas Naturale	1.925.675	2.055.408	1.992.962

Indice CONSUMO DI ENERGIA INTERMEDIA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI (valore riferito all'energia elettrica)

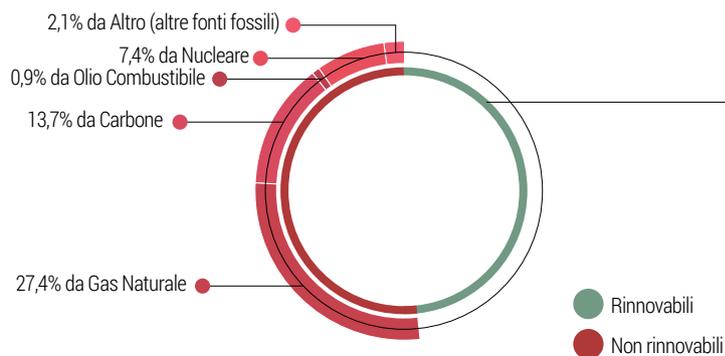
		2013	2014	2015
GJ/t		2,0	1,9	1,8

Il mix energetico delle aziende di RadiciGroup è in continuo miglioramento. Con riferimento all'energia elettrica, è possibile notare un incremento costante dell'energia da fonti rinnovabili che dal 44,3% del 2013 giunge al 48,5% del mix energetico nel 2015, con 7 siti alimentati al 100% con energia rinnovabile. *Tabella 24*
Anche se l'energia autoprodotta negli anni 2011-2015 si è

incrementata del 78%, sebbene il solo dato relativo al 2015 mostri un calo dovuto ad una stagione estiva particolarmente arida, nel triennio la percentuale è rimasta invariata.

È in miglioramento costante anche l'indice relativo all'energia elettrica utilizzata per tonnellata prodotta, che passa da 2 GJ/t a 1,8 GJ/t nel triennio 2013-2015.

MIX ENERGIA ELETTRICA 2015



48,5%

DEL MIX ENERGIA ELETTRICA
DA FONTI RINNOVABILI

di cui le aziende con 100% di energia rinnovabile:

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

INDICATORE G4-EN3

Tabella 25 ENERGIA PRIMARIA DIRETTA + INDIRECTA DA FONTE FOSSILE

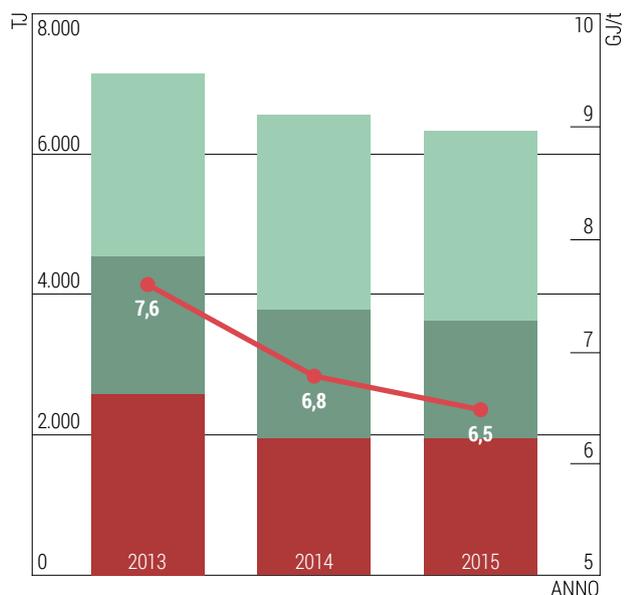
		2013	2014	2015
GJ	TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA + INDIRECTA da fonte fossile	7.176.375	6.587.001	6.359.153
GJ	TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA*	2.585.711	1.971.976	1.972.603
GJ	TOTALE ENERGIA PRIMARIA INDIRECTA	4.590.664	4.615.025	4.386.550
GJ	Per produrre l'energia ELETTRICA INTERMEDIA da fonte fossile - ENERGIA Elettrica PRIMARIA INDIRECTA	1.976.812	1.833.705	1.679.071
GJ	Per produrre l'energia TERMICA INTERMEDIA da fonte fossile - ENERGIA Termica PRIMARIA INDIRECTA	2.613.852	2.781.320	2.707.479

*Sono state apportate alcune lievi correzioni retroattive (inferiori allo 0,3%).

Indice CONSUMO TOTALE DI ENERGIA PRIMARIA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI

		2013	2014	2015
GJ/t	ENERGIA PRIMARIA TOTALE	7,6	6,8	6,5
GJ/t	Energia PRIMARIA DIRETTA	2,7	2,0	2,0
GJ/t	Totale energia primaria INDIRECTA	4,9	4,8	4,5
GJ/t	Energia Elettrica PRIMARIA INDIRECTA	2,1	1,9	1,7
GJ/t	Energia Termica PRIMARIA INDIRECTA	2,8	2,9	2,8

IMPATTO GLOBALE DEL GRUPPO SULL'ENERGIA PRIMARIA



-14,3%

per tonnellata prodotta rispetto al 2013

Parallelamente al miglioramento del mix energetico, l'utilizzo di energia primaria derivata da fonte fossile (quindi non rinnovabile), evidenzia una notevole riduzione. **Tabella 25** Il fabbisogno di tale energia per realizzare una tonnellata di prodotto si riduce dai 7,6 GJ/t del 2013 ai 6,5 J/t del 2015, evidenziando così un calo del 14,3%.

Questo risultato è attribuibile anche al continuo investimento per l'introduzione delle BAT (Best Available Techniques) negli stabilimenti del Gruppo. Particolare importanza hanno avuto nel 2015 gli interventi di risparmio energetico, tra i quali ad esempio le migliorie apportate all'impianto di distribuzione di acque di raffreddamento a Radici Chimica, che hanno consentito un risparmio di circa 1.800.000 kWh.

L'AZIENDA NOYFIL SA SOTTOSCRIVE UFFICIALMENTE UN IMPEGNO PER IL CLIMA

A partire dal 1° gennaio 2015, l'azienda Noyfil SA, situata in Svizzera e attiva nella produzione di filati di poliestere, è formalmente impegnata per la tutela del clima.

La dichiarazione, sottoscritta presso l'Agenzia svizzera per l'Economia (AEnEC), prevede che l'azienda lavori con piena convinzione per una protezione durevole del clima. Attraverso tale adesione volontaria, riconosciuta dalla Confederazione Svizzera e dai Cantoni che ne fanno parte, Noyfil si impegna in particolare ad abbattere le proprie emissioni di CO₂ e ad ottimizzare l'efficienza energetica degli impianti.

Il programma sottoscritto tra NOYFIL e AEnEC considera gli investimenti per l'efficiamento energetico programmati fino al 2018.

Tali investimenti finanzieranno 16 diversi interventi con un miglioramento stimato dell'efficienza energetica pari al 4,5% a partire dal 2017.

Inoltre è stata stimata anche una riduzione della CO₂ emessa dall'azienda pari allo 0,7% a partire dal 2016, rispetto ai quantitativi misurati con gli studi di Life Cycle Assessment del 2012. In termini assoluti, l'impegno di Noyfil per il clima si tradurrà in una riduzione di emissioni pari a circa 40.000 kg di CO₂/anno.

Si tratterà di risultati comprovati, poiché il sistema dell'AEnEC prevede un monitoraggio annuale delle performance dell'azienda, fondamentale per rendicontare e migliorare il processo d'attuazione delle misure.

LE EMISSIONI IN ATMOSFERA

Evidenziato come prioritario per RadiciGroup dalla matrice di materialità, il tema è da tempo nell'agenda del Gruppo. L'impegno per il controllo e l'abbattimento delle emissioni, soprattutto presso Radici Chimica, ha prodotto negli ultimi 5 anni risultati notevoli.

Due gli elementi cardine del progetto di Gruppo:

- il monitoraggio degli impatti di tutte le fasi del ciclo produttivo, cui hanno contribuito in modo sostanziale le valutazioni di Life Cycle Assessment condotte nel Gruppo ai fini della produzione di Environmental Product Declaration (EPD) e di Product Environmental Footprint (PEF) (si vedano a tal proposito i relativi testi nella parte di indicatori di Prodotto - PR);
- gli investimenti per tecnologie di abbattimento e soluzioni di processo a minore impatto (si veda a tal proposito il dato riportato negli Indicatori Economici – EC);
- I risultati qui di seguito presentati mostrano uno scenario positivo relativo alle emissioni dirette e indirette sia considerate in senso assoluto, che in riferimento ai quantitativi prodotti.

I risultati di questo indicatore non sono confrontabili con i risultati presentati nelle precedenti edizioni del Bilancio.

Sono stati inseriti alcuni quantitativi di emissioni dirette erroneamente non conteggiati in passato, sebbene complessivamente l'andamento evidenziato dall'indicatore sia rimasto invariato.

Una analisi del trend triennale (2013-2015) mostra valori di riduzione delle emissioni, con un decremento rispetto al 2013 del 21,6% delle emissioni complessive, e più specificamente un calo del 32,1% delle emissioni dirette e del 7,4% delle indirette. *Tabella 26*

Considerando una prospettiva temporale più ampia, la riduzione delle emissioni totali di gas a effetto serra rispetto al 2011 è stata pari al 47,4% nel quinquennio.

INDICATORE G4-EN15 + G4-EN 16

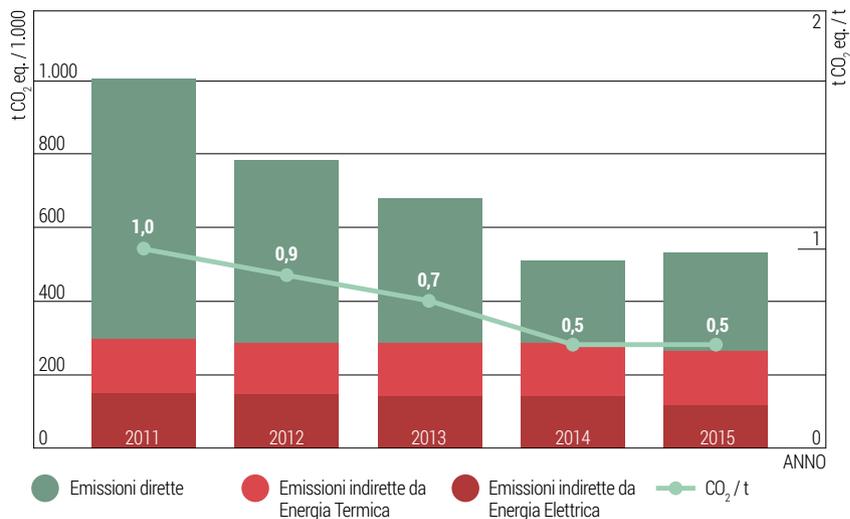
Tabella 26 EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA

		2011	2012	2013	2014	2015
t CO ₂ eq.	TOTALE	1.010.036	791.257	677.381	507.743	531.006
t CO ₂ eq.	EMISSIONI DIRETTE (G4-EN15)	711.432	501.336	390.696	218.729	265.443
t CO ₂ eq.	EMISSIONI INDIRETTE (G4-EN16)	298.604	289.921	286.685	289.014	265.563
CO ₂ eq.	emissioni indirette da Energia Elettrica	145.322	147.262	141.041	134.039	114.702
t CO ₂ eq.	emissioni indirette da Energia Termica	153.282	142.659	145.644	154.975	150.861

Indice EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI

		2011	2012	2013	2014	2015
tCO ₂ eq./t.		1,0	0,9	0,7	0,5	0,5

EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA



-21,6%

EMISSIONI TOTALI
RISPETTO AL 2013

tabella 26

-60,5%

SOSTANZE INQUINANTI
RISPETTO AL 2013

tabella 27

Per quanto riguarda le **emissioni indirette** derivate da energia elettrica, queste mostrano diminuzioni soddisfacenti (-21% circa in 5 anni) quale immediato riflesso della politica di RadiciGroup di incrementare l'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, mentre sono in leggero aumento le emissioni relative all'energia termica. Il bilancio rimane comunque largamente positivo con un abbattimento delle emissioni indirette dell'11% rispetto al 2011.

Per quanto riguarda invece le **emissioni dirette**, l'intenso lavoro effettuato in tutti gli stabilimenti del Gruppo, ed in particolare a Radici Chimica, hanno portato ad una riduzione complessiva per RadiciGroup pari al 62,7% nel quinquennio.

Il trend di tali emissioni ha visto un marcato miglioramento prodursi dal 2011 al 2014, con valori leggermente meno lusinghieri nel 2015. Oltre al ridursi fisiologico dei possibili margini di miglioramento, presso lo stabilimento di Radici Chimica si sono verificati alcuni problemi di tipo tecnico legati alla sostituzione del catalizzatore di abbattimento e ad un'avaria di una valvola di protezione

dell'impianto. Questo ha reso temporaneamente meno efficace il sistema di abbattimento delle emissioni.

Pur considerando questo fattore, la sola Area di Business Specialty Chemicals (Italia e Germania) ha ridotto in 5 anni (dal 2011 al 2015) le proprie emissioni dirette del 65,9%.

Gli indici mostrano inoltre che in 5 anni si è esattamente dimezzata la quantità di CO₂ equivalente per tonnellata prodotta che passa così da 1 tCO₂eq/t a 0,5 t CO₂eq/t.

Si sono più che dimezzati anche gli inquinanti (- 60,5% nel triennio 2013-2015 e - 65,6% nel quinquennio 2011-2015). Tale miglioramento è stato particolarmente apprezzabile negli ultimi tre anni.

Va segnalato infine che nei siti a maggior emissioni è stato migliorato ulteriormente il sistema di misurazione introducendo sistemi di monitoraggio in continuo per le emissioni di NO_x che hanno permesso, grazie alla automazione degli impianti, misure più accurate e risposte immediate sul controllo delle emissioni. *Tabella 27*

INDICATORE G4-EN21

Tabella 27 QUALITÀ DELLE EMISSIONI

		2011	2012	2013	2014	2015
t	TOTALE	527	502	459	240	181
t	NOx	317	306	312	207	152
t	SOx	1,73	0,03	0	0	0
t	POP	0,03	0,02	0	0	0
t	VOC	14	18	11	12	9
t	HAP	174	161	109	0	0
t	STACK AND FUGGITIVE	0	0	0	0	0
t	PM	7	6	9	5	8
t	Altre emissioni (monossido di carbonio)	14	11	18	16	12

LE RISORSE IDRICHE

La qualità e quantità di acqua utilizzata in tutte le aziende di RadiciGroup è costantemente sottoposta ad una attività di monitoraggio e controllo, dalla quale si possono ottenere dati e informazioni importanti per la tutela delle risorse idri-

che. Gli indicatori qui di seguito mostrano una situazione che, pur con margini di miglioramento, è sostanzialmente stabile. Il trend relativo alla quantità di acqua impiegata dalle aziende di RadiciGroup è stazionario rispetto gli anni precedenti.

INDICATORE G4-EN8

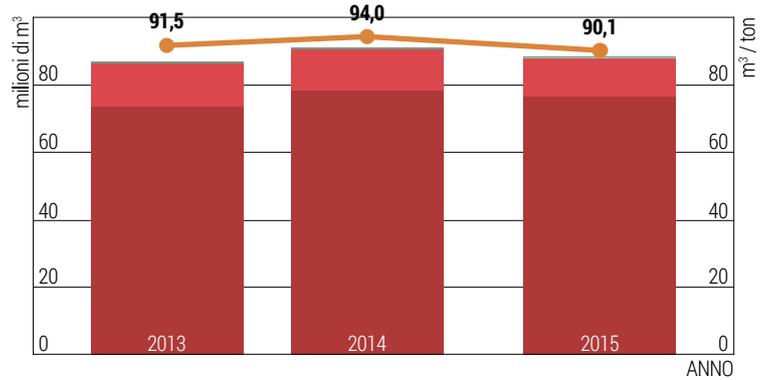
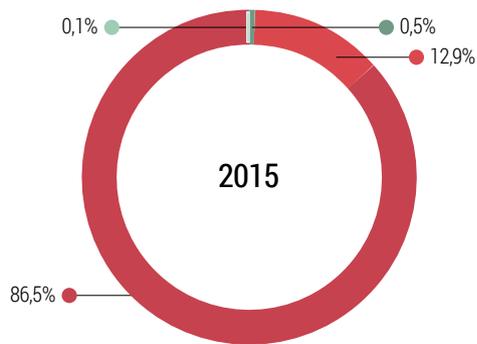
Tabella 28 RISORSE IDRICHE PER FONTE

		2013	2014	2015
m ³	TOTALE	86.446.525	90.738.824	88.076.062
m ³	da acquedotto	124.258	116.177	120.813
m ³	da sorgente	354.433	339.886	402.969
m ³	da pozzo	12.499.407	11.982.837	11.380.769
m ³	da fiume / da canale	73.468.427	78.299.924	76.171.511

Indice USO RISORSE IDRICHE IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI

		2013	2014	2015
m ³ /t		91,5	94,0	90,1

RISORSE IDRICHE PER FONTE



● da fiume / da canale
 ● da pozzo
 ● da sorgente
 ● da acquedotto
 —●— m³ / t

INDICATORE G4-EN22

Tabella 29 SCARICO IDRICO PER TIPOLOGIA*

		2013	2014	2015
m³	TOTALE	47.517.723	48.175.520	48.086.341
m³	in corso d'acqua superficiale	47.155.802	47.900.397	47.852.384
m³	in rete fognaria	361.921	275.123	233.957
DI CUI		2013	2014	2015
m³	TOTALE	47.517.723	48.175.520	48.086.341
m³	acqua scaricata direttamente	45.849.407	46.720.980	46.736.209
m³	acqua trattata con depuratore interno	1.668.316	1.454.540	1.350.132

* I risultati di questo indicatore non sono del tutto confrontabili con i risultati presentati nelle precedenti edizioni del Bilancio per le quali erano state utilizzate stime relative allo scarico idrico in rete fognaria che, ad una successiva misurazione, si sono rivelate non adeguate. Pertanto si è proceduto ad una revisione retroattiva dell'indicatore.

Indice USO RISORSE IDRICHE IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI

	2013	2014	2015
m³/t	50,3	49,9	49,2

INDICATORE G4-EN22

Tabella 30 QUALITÀ DELLE ACQUE SCARICATE

		2013	2014	2015
kg	COD	1.533.321	1.185.152	694.055
kg	Azoto Totale	995.990	1.096.000	780.132
kg	Solidi Sospesi	23.823	17.169	23.474
kg	Metalli (alluminio, cromo, ferro, nickel, rame, vanadio, zinco)	7.931	9.648	3.486

Buono è invece l'indice di consumo d'acqua per tonnellata prodotta che scende a 90,11 m³/t.

Vale la pena ricordare che nel Gruppo l'utilizzo di risorse idriche, provenienti in gran parte da fiume o canale, è in prevalenza destinato al raffreddamento degli impianti e non ai processi produttivi veri e propri. Il consumo è dunque in larga parte fisso, indipendentemente dall'andamento della produzione. Presso i siti del Gruppo tutta l'acqua di processo viene trattata in conformità con le normative vigenti dei paesi in cui operano le aziende. Le acque di raf-

freddamento vengono costantemente monitorate per essere scaricate nel rispetto dei parametri di legge.

In tale contesto, molto positivo è stato nel 2015 il trend relativo a COD, Azoto e Metalli sebbene manchi il dato relativo all'acqua trattata internamente al sito di Radici Fil per motivi impiantistici che non hanno consentito la misurazione dei quantitativi. *Tabella 30*

Per quanto riguarda il recupero delle risorse idriche, alcuni siti hanno riutilizzato la medesima acqua più volte prima di scaricarla.

INDICATORE G4-EN10

Tabella 31 RISPARMIO D'ACQUA

		2013	2014	2015
m ³	acqua prelevata	86.446.525	90.738.824	88.076.062
m ³	acqua recuperata	74.004.952	56.826.947	56.062.226
%	acqua risparmiata	86%	63%	64%

Radici Fil, ad esempio, è da tempo azienda virtuosa in tal senso, e riusa la propria acqua 11 volte. Impatta invece negativamente sul calcolo della percentuale di risparmio il fatto che Radici Chimica Deutschland ricicli l'acqua al di fuori del proprio stabilimento, fatto che non ne consente un conteggio ai fini del Bilancio. Considerando infatti che Radici Chimica Deutschland attinge le proprie risorse idriche da un canale ad anello che subisce unicamente variazioni di volume limitate e legate alle condizioni cli-

matiche (evaporazione-precipitazioni), il riciclo di acqua può essere considerato continuo e non può rientrare nel conteggio relativo al riuso di acqua da parte delle altre Aziende del Gruppo.

Queste ultime prelevano, utilizzano più volte e reimmettono l'acqua nell'ambiente laddove Radici Chimica l'ha prelevata un'unica volta ed utilizza sempre la medesima acqua.



Pertanto, nel 2015, il valore dell' indicatore G44-EN10, includendo Radici Chimica Deutschland è pari al 64%

Tabella 31 escludendola è pari invece al 116% *Tabella 32*.

INDICATORE G4-EN10

Tabella 32 RISPARMIO D'ACQUA (Senza Radici Chimica Deutschland)

		2013	2014	2015
m ³	acqua prelevata	48.132.201	48.787.877	48.389.149
m ³	acqua recuperata	74.004.952	56.826.947	56.062.226
%	acqua risparmiata	154%	116%	116%

LE MATERIE USATE E RIFIUTI: AI DUE ESTREMI DEI PROCESSI PRODUTTIVI

Un utilizzo delle materie prime attento, orientato sempre più alla scelta di risorse rinnovabili. Una gestione dei rifiuti volta alla riduzione dei quantitativi prodotti e alla trasformazione degli scarti in risorse, in ottica di economia circolare.

Queste sono state nel 2015 le direttrici delle attività di RadiciGroup ai due estremi della propria catena produttiva, direttrici che sono rispecchiate negli andamenti misurati dagli indicatori qui di seguito riportati.

INDICATORE G4-EN1

Tabella 33 MATERIE USATE

		2013	2014	2015
t	TOTALE	451.605	452.845	473.537
t	materie dirette	428.602	432.162	454.183
t	materie accessorie	3.324	1.652	1.828
t	imballi	19.679	19.031	17.526
t	MATERIE NON RINNOVABILI	435.841	437.759	454.727
t	materie dirette non rinnovabili	428.087	431.573	449.096
t	materie accessorie non rinnovabili	3.324	1.652	1.828
t	imballi non rinnovabili	4.430	4.534	3.803
t	MATERIE RINNOVABILI	15.764	15.086	18.810
t	materie dirette rinnovabili	515	589	5.087
t	materie accessorie rinnovabili	0	0	0
t	imballi rinnovabili	15.249	14.497	13.723

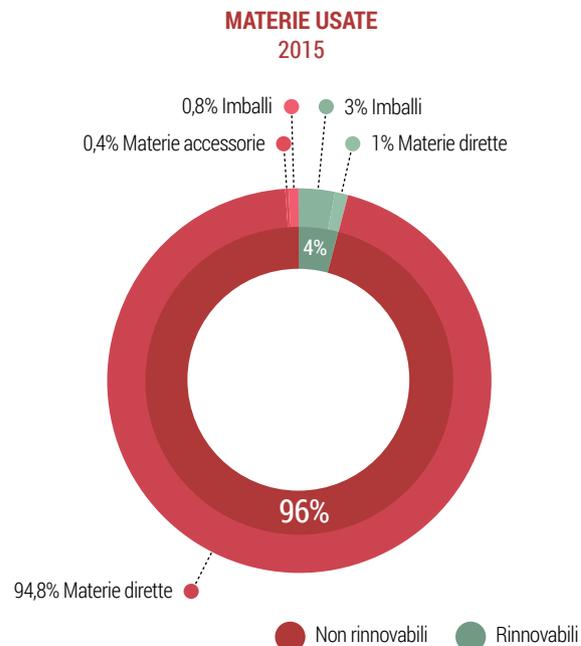
L'andamento a tre anni mostra un costante leggera crescita nell'uso di materie prime dovuta principalmente ad un aumento della produzione, la quantità lavorata si è infatti incrementata del 3,3%.

Nell'ambito delle materie dirette, si è assistito nel 2015 ad un lieve incremento delle rinnovabili utilizzate (dal 3% del 2014 si passa al 4 % del 2015). *Tabella 33*

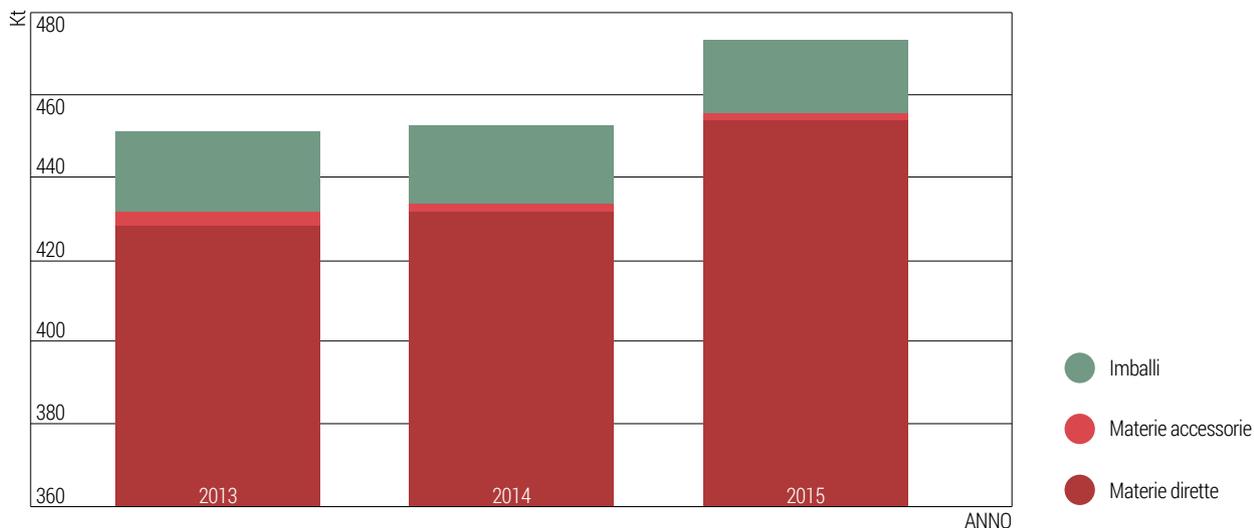
Ciò si spiega a seguito della decisione strategica di impiegare acido sebacico, di origine vegetale, per la produzione del bio polimero di Poliammide 6.10. Con riferimento alle sole materie dirette rinnovabili, partendo da una base estremamente esigua considerata la natura del core business del Gruppo, l'incremento è del 900%.

A questo scenario positivo si aggiunge il fatto che le materie prime accessorie utilizzate sono state ridotte mediante l'introduzione di BAT.

Ad esempio il sito di Radici Plastics Ltda in Brasile ha ridotto il proprio consumo di azoto grazie all'installazione di un nuovo essiccatore.



TOTALE MATERIA USATA



I RIFIUTI

L'incremento delle quantità di rifiuti che si è prodotto nel 2015 è identificabile come un incremento di rifiuti non pericolosi pari al 21%, in particolare dovuto a scarti di lavorazione.

La normativa attuale, in evoluzione nel 2015, offre possibilità interpretative tali da consentire al Gruppo di classificare come sottoprodotti quantità rilevanti dei propri scarti di polimerizzazione, poiché, preve lavorazioni assolutamente marginali, vengono totalmente e direttamente riutilizzati all'interno del Gruppo per la produzione di materie prime seconde.

Tuttavia, in ottica di sempre maggiore tracciabilità dei processi e trasparenza informativa nei confronti dei propri Clienti/Stakeholders, tutta la filiera italiana del nylon di RadiciGroup ha iniziato a gestire e classificare come rifiuti non pericolosi quantitativi di materiale polimerico

in passato considerati, ai fini gestionali e delle edizioni precedenti del Bilancio, come sottoprodotti.

Un ulteriore incremento di rifiuti non pericolosi è dovuto a materiale smaltito a seguito di demolizione e successive opere di rifacimento, in particolare presso Radici Chimica.

Per quanto riguarda i rifiuti pericolosi, va sottolineato che la crescente attenzione da parte delle istituzioni europee e il conseguente affinamento delle normative, che il Gruppo rispetta in maniera rigorosa, fanno sì che di anno in anno possa variane la classificazione.

Quale trend generale, in ottica di tutela della salute e dell'ambiente, vanno migliorando ed aumentando le possibilità di recupero o trattamento.

Per quanto riguarda RadiciGroup, questi effetti combinati, uniti al miglioramento continuo delle tecnologie di processo, si rispecchiano nella riduzione del 22% dei rifiuti pericolosi nel triennio, cui si affianca un aumento del 49% dei rifiuti pericolosi recuperati.

INDICATORE G4-EN23

Tabella 34 PESO TOTALE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE

		2013	2014	2015
t	TOTALE	12.758	12.096	14.119
t	PERICOLOSI	2.928	2.531	(-22%)* 2.272
t	pericolosi recupero	176	264	(+49%)* 262
t	pericolosi smaltimento	2.752	2.267	2.010
t	NON PERICOLOSI	9.830	9.565	(+21%)* 11.847
t	non pericolosi recupero	8.026	7.888	10.047
t	non pericolosi smaltimento	1.804	1.677	1.800

*rispetto al 2013

Indice PESO TOTALE DEI RIFIUTI IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI PRODOTTI

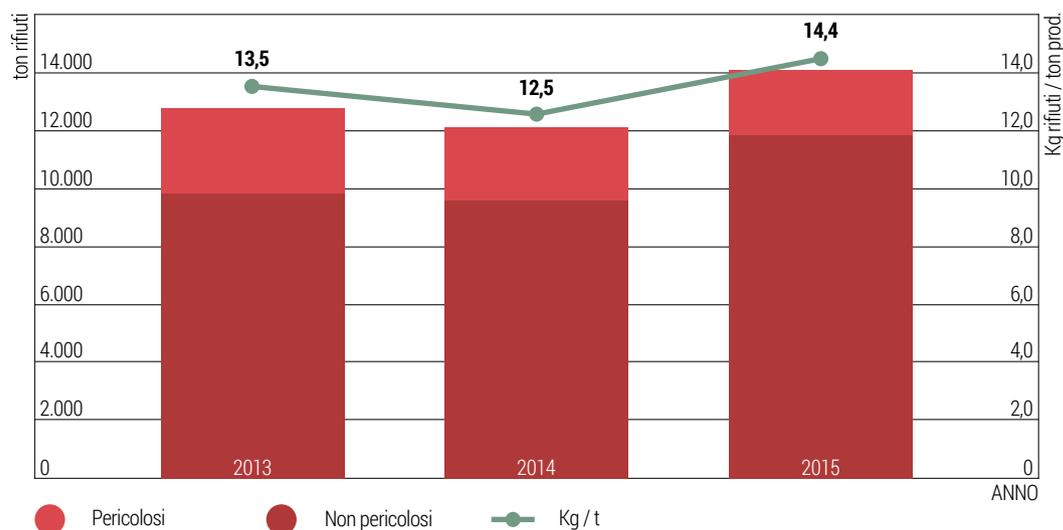
		2013	2014	2015
kg/t		13,5	12,5	14,4

Segnaliamo infine che, nell'anno di rendicontazione, non si è verificata a carico del Gruppo nessuna sanzione significativa, sia monetaria (superiore a 500 €) che non monetaria, per non conformità a leggi o regolamenti legati agli aspetti ambientali (**INDICATORE G4-EN29**).

I nostri prossimi impegni sul tema:

- *Lavorare sempre maggiormente in ottica di economia circolare ampliando i progetti di eco-design e riciclo.*
- *Studiare ulteriori soluzioni per l'alleggerimento degli impatti dei siti produttivi, in particolare per quanto concerne energia, acqua, emissioni.*
- *Proseguire nel lavoro di misurazione e gestione degli impatti ambientali attraverso sistemi riconosciuti e certificati.*

PESO TOTALE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE



INDICATORI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO (PR)

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

Questo principio, tratto dalla POLITICA QUALITÀ AMBIENTE E SICUREZZA del Gruppo, ha costituito nel 2015 il filo conduttore delle strategie di prodotto del Gruppo. Tale principio si è concretizzato attraverso differenti strumenti di pianificazione e gestione, tra cui

- L'impegno, sancito nel capitolo 7.2.1 dalla norma ISO 9001:2008, recepito da tutte le aziende di RadiciGroup, per garantire:
 - a. I requisiti specificati dal cliente, compresi quelli relativi alle attività di consegna e assistenza post vendita successive alla consegna. I requisiti non stabiliti dal cliente, ma necessari per l'uso specificato o per quello previsto, ove conosciuto.
 - b. I requisiti cogenti applicabili al prodotto.
 - c. Ogni ulteriore requisito ritenuto necessario dall'organizzazione stessa.
- Le Linee Guida interne, comuni a tutte le aziende e stabilite nel 2011, per definire a livello globale le specifiche da condividere con il Cliente ed in particolare:
 - Gli aspetti legali e contrattuali delle specifiche e dei documenti di riferimento per l'accompagnamento delle forniture;
 - La valutazione dei processi e la definizione delle specifiche;

- La raccolta di dati di performance per l'implementazione di progetti di miglioramento continuo in ottica di prevenzione di potenziali reclami.

A questo, si sono aggiunti alcuni impegni specifici per:

- Una misurazione attenta, rigorosa, certificabile e replicabile degli impatti ambientali dei prodotti.
- Una concezione e realizzazione di prodotti a limitato impatto ambientale seguendo le linee guida interne per i prodotti “sostenibili”. Come di consueto, si è lavorato dunque nel Gruppo per incrementare nei processi l'utilizzo di energia da fonte rinnovabile, per ampliare il portafoglio di prodotti realizzati con processi “eco-friendly” e per promuovere prodotti con caratteristiche intrinseche di migliore sostenibilità (ad esempio bio polimeri o polimeri riciclati).
- Una comunicazione di prodotto trasparente e veritiera, sia essa cogente o volontaria, informativa o promozionale.

ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO

(DMA) Un costante lavoro di sviluppo dei prodotti volto a rispondere tempestivamente alle esigenze del mercato e dei Clienti caratterizza l'operato di RadiciGroup anche nel 2015.

A questa attività, nella quale il Gruppo si contraddistingue per un buon grado di flessibilità, si associa anche l'assistenza alla produzione per lo sviluppo e il miglioramento dei processi e del know-how. Tutto ciò con particolare attenzione alla ottimizzazione dei costi, al miglioramento degli standard di qualità dei prodotti ed alla riduzione dell'impatto ambientale dei processi.

A questo impegno si affiancano progetti di più ampio respiro, che coinvolgono, con ruolo diverso, i settori di R&D dell'Area Specialty Chemicals a monte e delle Aree Performance Plastics e Synthetic Fibres&Nonwovens a valle.

I progetti più significativi relativi all'innovazione di prodotto che hanno interessato il 2015 sono:

- Poliammidi da fonti rinnovabili.
- Materiali per il Metal Replacement destinati ad applicazioni nel mondo auto.
- Il progetto "long chain polyamides" nel settore delle materie plastiche.
- Il fiocco di poliammide per applicazioni tecniche.
- Copoliammidi e poliammidi semiaromatiche.
- Un nuovo copolimero ad alta trasparenza.

LA MISURAZIONE DEGLI IMPATTI

INDICATORE G4- PR1

Elemento fondamentale per la realizzazione di nuovi prodotti, come più volte evidenziato, è l'esatta conoscenza degli impatti che tutte le fasi di lavorazione implicano, dall'estrazione delle materie prime al fine vita, passando per l'efficienza di processo.

Questo per poter valutare strategie di miglioramento per quanto riguarda l'offerta esistente, e per lavorare al contempo sulla realizzazione di nuovi articoli concepiti per avere un limitato impatto e per essere facilmente riciclabili a fine vita, ottimizzando al massimo l'impiego delle materie prime (eco design).

Una scelta, quest'ultima, dalla triplice valenza: minimizza il prelievo di risorse dall'ambiente, contribuisce alla diminuzione di quanto destinato allo smaltimento, e attraverso l'utilizzo di materie prime di riciclo, le reimmette nel ciclo produttivo, concorrendo ulteriormente a preservare preziose risorse naturali.

Fin dal 2010 RadiciGroup si è impegnato per una quantificazione rigorosa degli impatti dei processi e dei prodotti attraverso strumenti di misurazione riconosciuti a livello internazionale. In particolare:

- Le analisi di LCA (Life Cycle Assessment), che nel biennio 2010-2011 hanno interessato tutti i principali prodotti a base poliammide e poliestere del Gruppo e che prendono in considerazione l'intero ciclo di vita di un prodotto, con i successivi aggiornamenti come prerequisiti per EPD e PEF.
- L'EPD (Environmental Product Declaration), certificazione regolata dall'International EPD® System, uno dei gestori più qualificati per le dichiarazioni ambientali utilizzabile per monitorare e migliorare le performance ambientali, tecniche e qualitative dei prodotti. Questa soluzione è stata adottata dall'area Performance Plastics e dall'area Synthetic Fibres&Nonwovens del Gruppo.
- La PEF (Product Environmental Footprint) che ha interessato inizialmente l'area Specialty Chemicals e successivamente l'area Synthetic Fibres&Nonwovens. Si tratta del progetto di sviluppo per una metodologia di calcolo dell'impronta ambientale di prodotto avviato nel 2013 dalla Commissione Europea. E' un sistema che regola il calcolo, la valutazione, la convalida di parte terza e la comunicazione a tutti gli Stakeholder dell'impatto ambientale dei prodotti e dei servizi.

**IL PROGETTO EPD DI RADICI FIL PRENDE CORPO NEL 2015.
L'AREA PERFORMANCE PLASTICS CONTINUA NEL SUO
PERCORSO ELABORANDO DUE NUOVI EPD.**

Nel 2015 Radici Fil S.p.A. ha analizzato il ciclo produttivo dei propri Radifloor®, filati per applicazioni nel mondo della pavimentazione tessile, e misurato i relativi impatti ambientali a partire dall'estrazione delle materie prime sino ad includere le fasi di lavorazione, trasformazione e uscita dalla fabbrica dei fili.

L'EPD di Radifloor®, conforme alla norma ISO14025 che regola le dichiarazioni ambientali, è redatto seguendo quanto previsto dall'International EPD System che, per i materiali da costruzione, dispone di linee guida specifiche con regole di prodotto (le PCR) riconosciute a livello internazionale.

L'EPD è stato certificato da Certiquality, organismo accreditato per la certificazione dei sistemi di gestione aziendale per la qualità, l'ambiente, la sicurezza e nella certificazione di prodotto. Un traguardo importante raggiunto nella primavera 2015 anche da Radici Novacips S.p.A. che ha elaborato due nuovi EPD per la misurazione e dichiarazione dell'impatto ambientale dei suoi Heramid®.

Dopo aver ottenuto nel 2014 la certificazione per il sistema di emissione e gestione degli EPD ed aver realizzato la dichiarazione ambientale di Radilon® S ed A (tecnopolimeri su base PA 6 e 6.6), Radici Novacips S.p.A., capofila dell'area materie plastiche di RadiciGroup, ha misurato e dichiarato l'impatto ambientale dei suoi tecnopolimeri post-industrial Heramid®. In aggiunta a questo, ha misurato l'impatto del servizio di recupero di scarti poliammidici, un processo che consente all'azienda di ottenere la materia prima secondaria alla base della produzione degli Heramid®.

Importante ed innovativa in particolare la misurazione dell'impatto del servizio di recupero meccanico degli scarti che si traduce in dati oggettivi anche in merito alla materia prima secondaria utilizzata per la produzione degli Heramid®. Si tratta di dati che evidenziano in modo chiaro che il recupero meccanico di materie plastiche, la scelta operata da RadiciGroup, risulta avere un impatto estremamente limitato sull'ambiente, inferiore rispetto ad altre metodologie di recupero quali per esempio la depolimerizzazione.

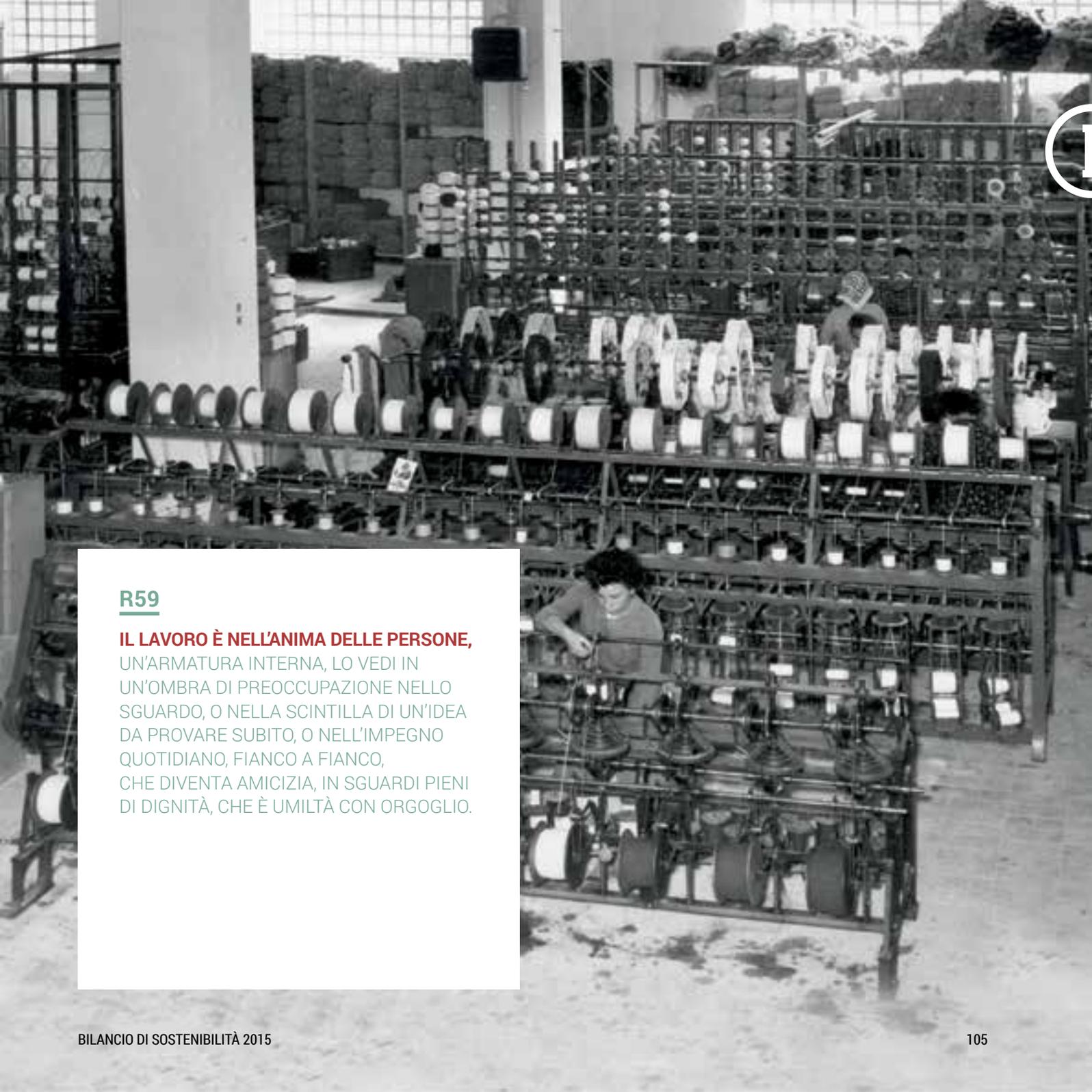
**RADICIGROUP CON RADICI YARN, EUROJERSEY ED HERNO
PRESENTANO IL PRIMO STUDIO SCIENTIFICO DI SOSTENIBILITÀ
SU UN CAPO MODA IN EUROPA**

Radici Yarn, Eurojersey e Herno, tre eccellenze in campo tessile, hanno mappato, a cavallo tra il 2015 e il 2016, l'impatto ambientale di una giacca da uomo in tutte le fasi del suo processo produttivo. Tutto questo dal cosiddetto "monte" con le materie prime, alla produzione con polimerizzazione, filatura, tessuto e confezionamento, decidendo di fare dell'impegno di sostenibilità un argomento di competitività ed economia circolare.

Il progetto, condotto utilizzando la metodologia PEF, ha consentito dunque alla filiera produttiva di dichiarare le prestazioni ambientali del capo al consumatore finale e di identificare il valore ambientale del Made in Italy "dal filato all'armadio del consumatore", passando per tutta la filiera di produzione. Tutto questo ben prima del varo della legge n. 221 del 28 dicembre 2015, che disciplina le disposizioni in materia ambientale per promuovere misure green economy.

Tra gli elementi di maggiore interesse a livello di prestazioni che sono emersi dall'analisi due dati numerici :

- La realizzazione del capo Herno ha comportato il 90% di emissioni di CO2 in meno rispetto ad un capo analogo realizzato fuori dall'Europa.*
- La medesima giacca realizzata fuori dall'Europa ha prodotto un costo ambientale pari a 5,22 euro rispetto a 1,97 euro se realizzata in Italia. Lo studio ha infatti oggettivato che un capo confezionato in altre parti del mondo può costare meno a livello produttivo, ma ha un costo ben superiore per quanto riguarda l'ambiente: +165%.*



R59

IL LAVORO È NELL'ANIMA DELLE PERSONE,
UN'ARMATURA INTERNA, LO VEDI IN
UN'OMBRA DI PREOCCUPAZIONE NELLO
SGUARDO, O NELLA SCINTILLA DI UN'IDEA
DA PROVARE SUBITO, O NELL'IMPEGNO
QUOTIDIANO, FIANCO A FIANCO,
CHE DIVENTA AMICIZIA, IN SGUARDI PIENI
DI DIGNITÀ, CHE È UMILTÀ CON ORGOGLIO.

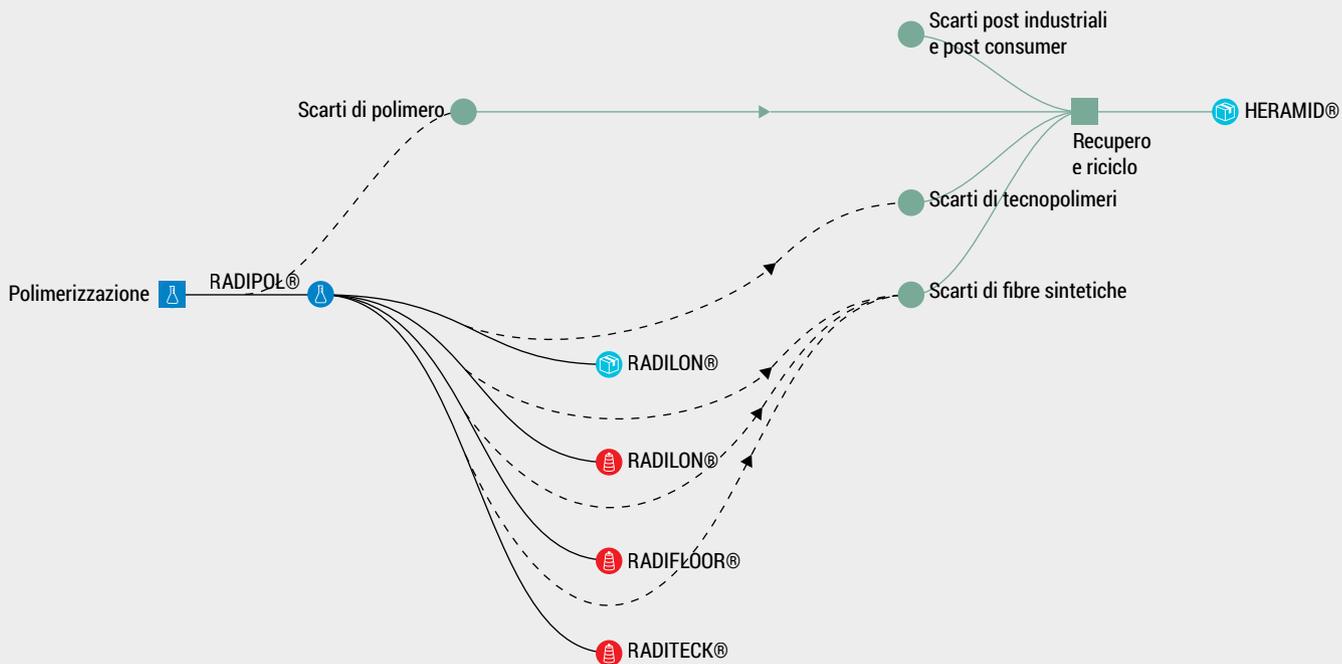


SINERGIA E INTEGRAZIONE SOSTENIBILITÀ

PROCESSO DI RICICLO DI PA6 E PA6.6

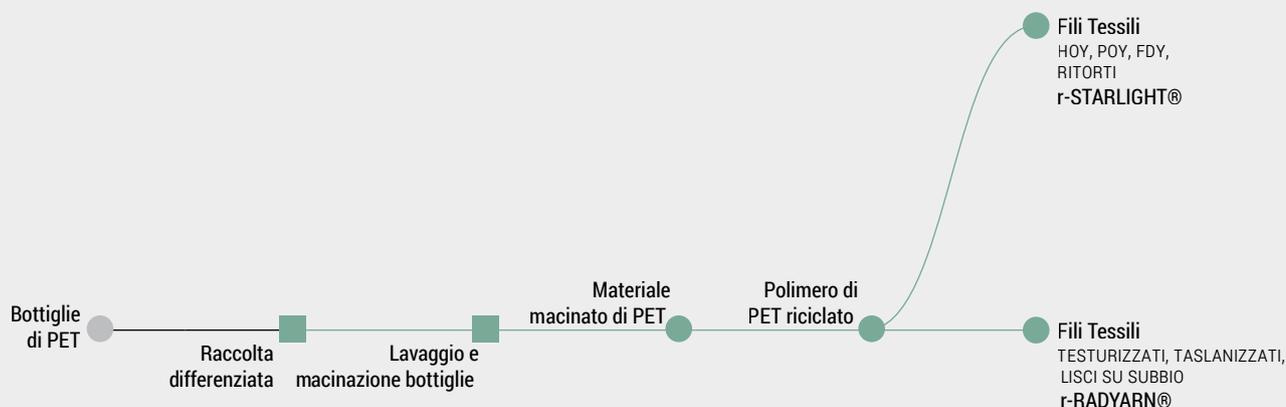
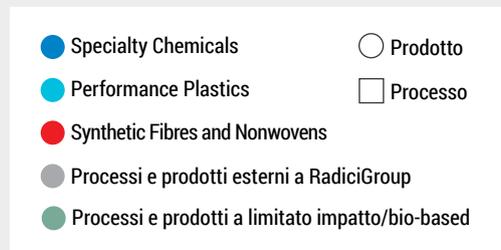
- Specialty Chemicals
- Performance Plastics
- Synthetic Fibres and Nonwovens
- Processi e prodotti esterni a RadiciGroup
- Processi e prodotti a limitato impatto/bio-based

- Prodotto
- Processo



SINERGIA E INTEGRAZIONE SOSTENIBILITÀ

PROCESSO DI RICICLO DEL PET



r-Starlight® **r-Radyarn®**

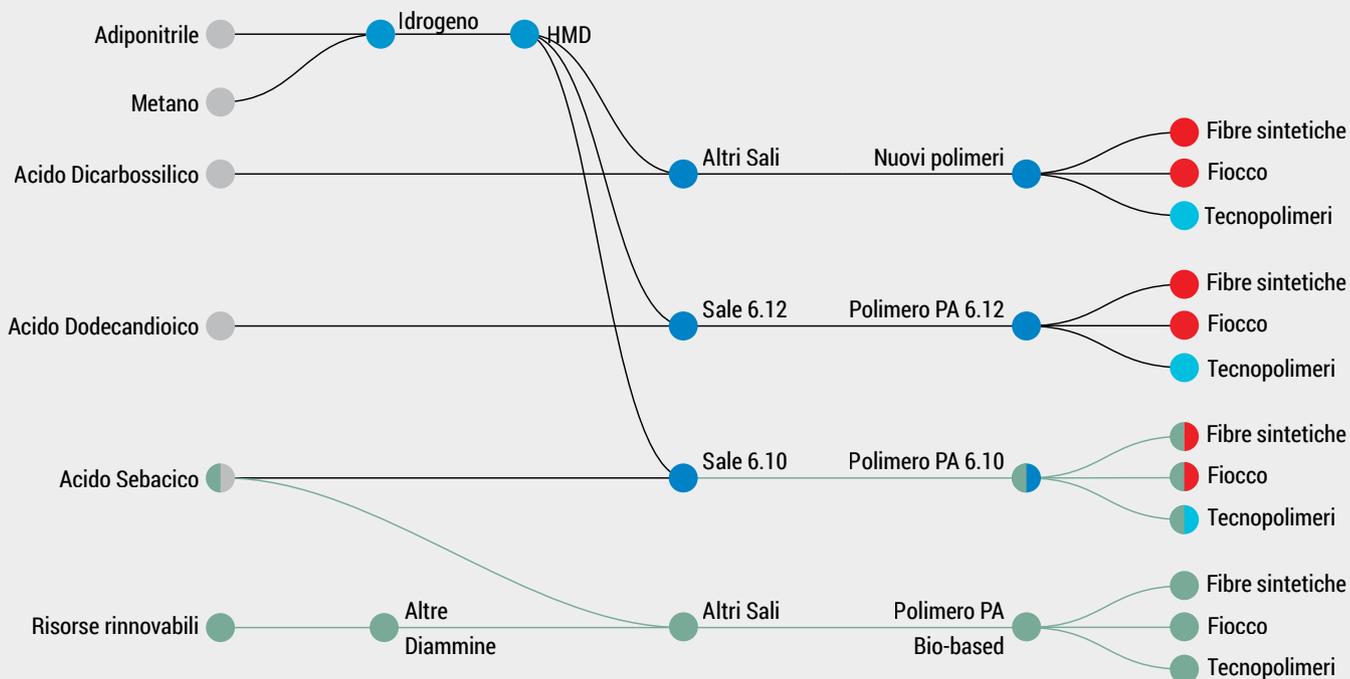
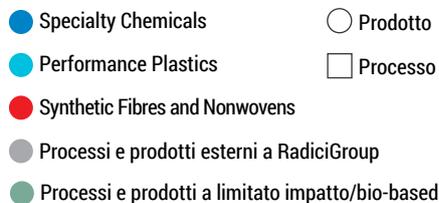
SINERGIA E INTEGRAZIONE

PA6.10, PA 6.12 E ALTRI POLIMERI

Filiera produttiva parzialmente integrata dai monomeri ai prodotti semi-lavorati Know how specifico nelle aree Performance Plastics e Synthetic Fibres.

Valore aggiunto:

- Materie prime sostenibili, da fonte rinnovabile (poliammide 6.10 e altri polimeri)
- Poliammidi a catena lunga con proprietà chimiche migliori.
- Poliammidi resistenti alle alte temperature.
- Sviluppi guidati dal mercato.



radilon® radilon®

dorix®



I PRODOTTI A LIMITATO IMPATTO DI RADICIGROUP



Realizzati impiegando materie prime riciclate

Heramid®: tecnopolimeri di PA6 e PA6.6

r-Starlight®: filo tessile di poliestere

r-Radyarn®: filo tessile di poliestere



Realizzati utilizzando biopolimeri derivati da materie prime rinnovabili

Radilon® D: tecnopolimeri di PA6.10

Radilon® 6.10: filo tessile di PA6.10

dorix® 6.10: fiocco di PA6.10

Radilon® PX: tecnopolimeri e fili tessili bio-based

dorix® PX: fiocco bio-based

Radifloor® PX: fili BCF bio-based

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



Colorati impiegando la tecnologia di tintura in massa, risparmiando acqua ed energia

Radifloor®: fili BCF di PA6

dorix®: fiocco di PA6

Radilon® staple fibre: fiocco di PA6

Radilon®: filo tessile di PA6 e PA6.6

Radyarn®/Starlight®: filo tessile di poliestere

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



Realizzati impiegando energia da fonte rinnovabile

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

Radilon®: tecnopolimeri di PA6 e PA6.6

Heramid®: tecnopolimeri di PA6 e PA6.6

Radifloor®: fili BCF di PA6 e PA6.6

Radigreen®: filo per erba sintetica in PA

Radilon® staple fibre®: fiocco di PA6

Radilon®: filo tessile di PA6 e PA6.6

I PRODOTTI A LIMITATO IMPATTO DI RADICIGROUP

Assieme allo studio degli impatti, da tempo alcune altre importanti direttrici guidano lo sviluppo di prodotti a limitato impatto nel Gruppo:

- L'utilizzo di materiali derivati da riciclo post industrial (poliammide) e post consumer (poliestere).
- L'utilizzo di bio polimeri, derivanti in tutto o in parte da fonti vegetali, che incrementano la percentuale di ricorso a risorse rinnovabili nel Gruppo.
- L'uso di energia anch'essa da fonte rinnovabile, principalmente idroelettrica.
- Il ricorso al processo di tintura in massa che consente buoni risparmi di acqua ed energia.

A questo si aggiunge il lavoro per la realizzazione di tecnopolimeri ad elevate prestazioni che possono essere utilizzati in sostituzione dei metalli. Questi materiali coniugano leggerezza a robustezza e sostituiscono elementi tradizionalmente realizzati con leghe metalliche, garantendo, proprio in virtù di leggerezza e performance, un minore impatto ambientale.

L'AREA PERFORMANCE PLASTICS PRESENTA SOLUZIONI INNOVATIVE E SOSTENIBILI PER IL METAL REPLACEMENT

Nel 2015 l'area Performance Plastics ha presentato alcuni nuovi sviluppi di prodotto con l'obiettivo di coniugare massima performance e sostenibilità a favore dei propri Clienti. In particolare, l'Area di Business ha lavorato sul Metal Replacement, la sostituzione dei metalli, attraverso RADISTRONG® A, una poliammide speciale le cui caratteristiche tecniche la rendono una soluzione ideale in applicazioni critiche che richiedono performance elevate, non raggiungibili con i tecnopolimeri tradizionali.

L'impiego di tecnopolimeri in sostituzione dei metalli è di centrale importanza per il mercato: l'utilizzo di componenti in plastica significa riduzione di peso, una maggiore libertà nel design del prodotto, minore usura, contributo alla riduzione di CO2 e al contempo massime performance. Inoltre, i prodotti in plastica hanno maggiori opportunità di riuso e un ciclo di vita più lungo. Caratteristiche importanti che permettono di migliorarne le performance sostenibili.

LA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO

INDICATORE G4- PR3

RadiciGroup ha cercato, anche nel 2015, di mantenere una comunicazione trasparente e veritiera per favorire una corretta comprensione, da parte dei Clienti e di tutti gli Stakeholder, delle informazioni tecniche, commerciali o promozionali legate ai prodotti.

Parte Fondamentale di questo impegno è quanto contenuto nel capitolo 7.2.3 "Comunicazione con il cliente" della norma ISO 9001:2008, in particolare quanto segue:

"L'organizzazione deve determinare e attuare disposizioni efficaci per comunicare con il cliente in merito a:

- a. Informazioni relative al prodotto.
- b. Quesiti, gestioni di contratti o ordini e relativi aggiornamenti.
- c. Informazione di ritorno del cliente, inclusi i suoi reclami.

Questa attenzione si è tradotta, in termini concreti, nel rispetto di quanto previsto per l'etichettatura e la documentazione di prodotto dalla legislazione vigente in ogni paese nel quale (o verso il quale) il Gruppo ha operato e in alcuni impegni aggiuntivi. Questi ultimi, di carattere volontario, testimoniano l'importanza attribuita da RadiciGroup al tema della comunicazione di prodotto, ovvero:

- Il rispetto di quanto stabilito dalle linee guida del sistema EPD per una comunicazione ambientale di prodotto trasparente, scientificamente fondata e documentata.
- L'ottemperanza a quanto contenuto nella norma UNI 11505:2013, attinente la presenza di materiali riciclati nelle fibre sintetiche, in particolare per quanto riguarda i prodotti riciclati di poliestere del Gruppo.
- Il rispetto del codice interno di comunicazione denominato "NO GREEN WASHING", stabilito per favorire una comunicazione in tema di sostenibilità comprensibile e, soprattutto, non fuorviante.
- Il mantenimento, sul sito web del Gruppo, di un vasto archivio di notizie che permette la comparabilità delle informazioni, sia di prodotto che di carattere generale, nel tempo.

- La presenza online di notizie in tutte le lingue principali di riferimento del Gruppo, per favorire una migliore comprensione delle informazioni nella lingua madre dei potenziali fruitori e, non ultimi, dei Dipendenti di RadiciGroup stessi.

Prima di giungere agli stabilimenti di RadiciGroup, i Fornitori ricevono dalle Aziende un questionario relativo ai rispettivi prodotti, volto ad accertare la conformità ai requisiti cogenti applicabili, l'eventuale presenza di sostanze pericolose o regolamentate o l'assenza dei cosiddetti "conflict minerals".

Dopo avere verificato quanto dichiarato nel questionario, i prodotti vengono effettivamente utilizzati nei siti del Gruppo.

Tutti i prodotti di RadiciGroup lasciano i siti accompagnati dalle rispettive schede tecniche, che ne riportano, tra le altre cose, una descrizione, le caratteristiche, i settori di applicazione. Sono inoltre accompagnati, se richiesto, da schede di sicurezza in accordo con la normativa REACH (Registrazione, Valutazione, Autorizzazione e Restrizione delle sostanze Chimiche) che evidenziano, oltre alle componenti di un prodotto, eventuali rischi per la salute dell'uomo e per l'ambiente, indicazioni circa lo smaltimento o indicazioni sui dispositivi di protezione individuale da utilizzare per la loro movimentazione.

In aggiunta, alcune specifiche etichette, certificazioni o dichiarazioni che accompagnano i prodotti del Gruppo attestano la rispondenza a requisiti legati ad applicazioni particolari. Tra queste sono importanti:

- per l'Area di Business Synthetic Fibres&Nonwovens: l'OEKO-TEX® Standard 100, un sistema di controllo e certificazione indipendente valido per tutto il mondo, che garantisce l'assenza di sostanze nocive o vietate per legge o sostanze il cui uso è regolamentato e che garantisce il rispetto di parametri per la salvaguardia della salute;
- trasversalmente per tutte le aree di business, a seconda del prodotto considerato: la certificazione o test report di "Food Contact Compliance", che attestano la conformità l'idoneità dei materiali al contatto con gli alimenti, sia esso diretto o indiretto. Attraverso un'ac-

curata analisi documentale, la verifica di conformità ai requisiti fin dalla fase di progettazione e l'implementazione delle GMP (Good Manufacturing Practices), cui si aggiunge l'esecuzione di specifici test di idoneità presso laboratori certificati e specializzati, si garantisce la sicurezza degli utilizzatori a valle.

- trasversalmente, per tutte le aree di business del Gruppo, a seconda del prodotto considerato e destinato al settore auto: la rispondenza alle severe specifiche tecniche delineate nello standard di gestione della qualità per i Fornitori del settore automobilistico ISO TS 16949.
- trasversalmente per tutte le aree di business: la verifica dell'assenza di sostanze SVHC (Substances of Very High Concern, ovvero sostanze estremamente pericolose) in seguito ad ogni aggiornamento emesso dall'ECHA (European Chemicals Agency, l'Agenzia Europea per le Sostanze Chimiche). Nel caso in cui una sostanza SVHC venga utilizzata si procede, dove possibile, sostituendo la materia prima contenente tale sostanza.

INDICATORE G4-PR6

Nel 2015, inoltre, si è evidenziata una esigenza per chi opera nella filiera tessile, relativamente alla comunicazione da parte delle aziende della conformità a liste di sostanze, redatte su base volontaria, che impongono l'assenza di determinate classi di sostanze chimiche dai processi e prodotti. RadiciGroup attribuisce grande importanza a questa esigenza e ritiene che apra la prospettiva ad un percorso di maggiore sostenibilità per tutta la Supply Chain tessile e a migliori condizioni di sicurezza e salute dei consumatori. Per questa ragione il Gruppo ha intrattenuto un dialogo aperto e franco con i promotori di queste liste. Inoltre ha espresso ai Clienti che facevano richiesta di conformità, la piena disponibilità ad approfondire le tematiche in gioco, nella convinzione che dal dialogo e dalla ricerca comune di soluzioni possano derivare strategie vincenti.

INDICATORE G4-PR2 e 4

La particolare attenzione alla qualità, alla sicurezza e a una chiara comunicazione relativa ai prodotti ha fatto sì che nel periodo di rendicontazione non si siano verificati episodi di non conformità a norme cogenti, codici volontari in materia di salute e sicurezza o etichettatura di prodotto in nessuna azienda di RadiciGroup

L'AREA PERFORMANCE PLASTICS INTRODUCE, PRIMA NEL GRUPPO, LA FUNZIONE PRODUCT STEWARDSHIP & REGULATORY AFFAIRS

Una importante innovazione organizzativa si è attuata nell'area Performance Plastics attraverso l'introduzione della funzione "Product Stewardship & Regulatory Affairs". Quest'ultima ha come obiettivo quello di monitorare il rispetto delle principali leggi e regolamenti applicabili ai prodotti.

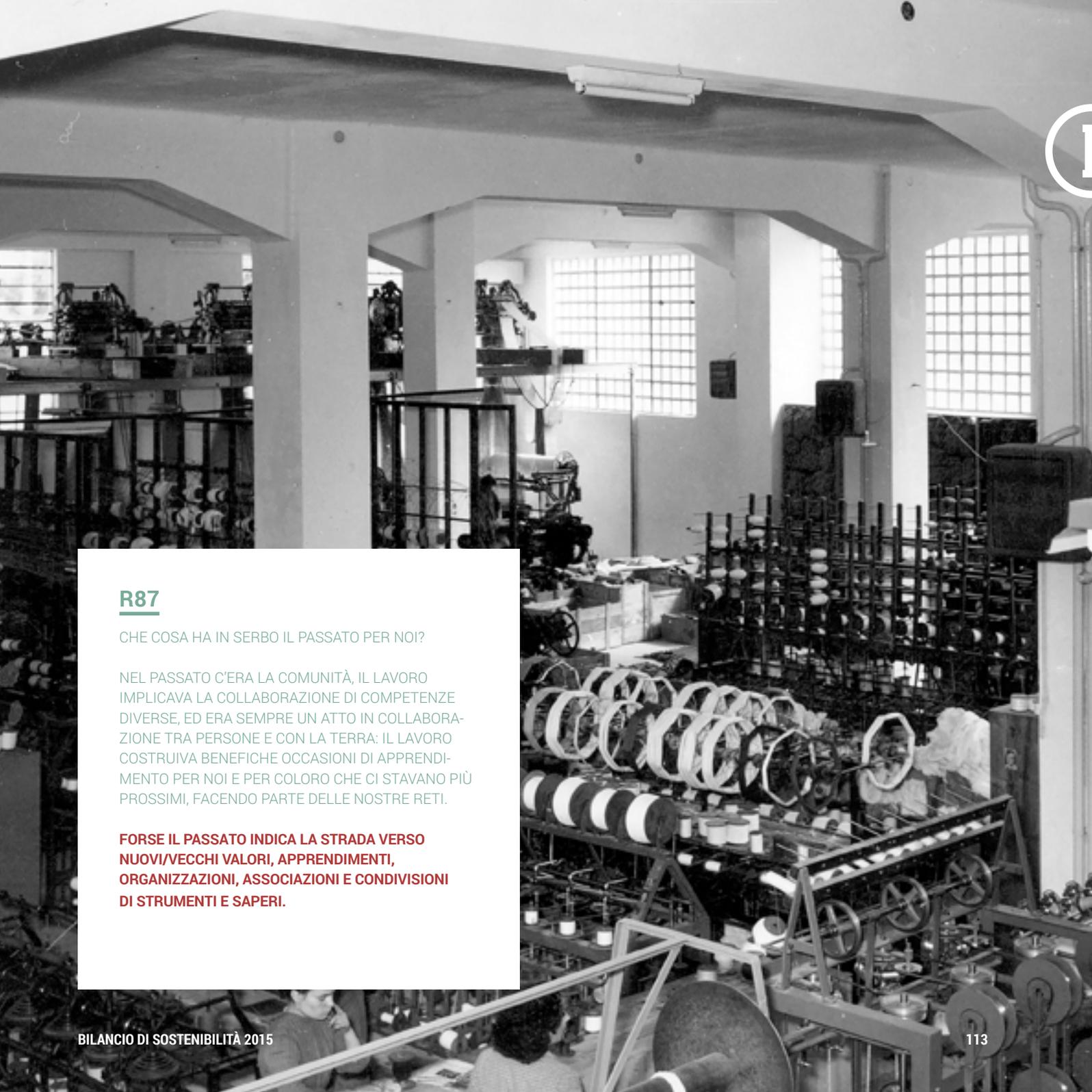
Una capillare raccolta di informazioni dai Fornitori di materie prime, successivamente elaborate e trasmesse alle funzioni di competenza, costituisce ora il database essenziale per verificare la sicurezza e compliance regolamentare di ogni prodotto.

La centralizzazione di questa funzione, che opera attivamente a livello Europeo ma fornisce supporto anche ai siti fuori dall'Europa, permette di allineare tutte le sedi produttive dell'area Performance Plastics su un unico standard, determinato dai regolamenti più stringenti applicabili.

L'inserimento di questa funzione nell'ambito della Ricerca e Sviluppo permette inoltre di rendere la conformità ai requisiti regolatori un input in ingresso fin dalla progettazione di un prodotto. Inoltre, attraverso l'aggiornamento continuo sui trend regolatori, si è andato man mano sviluppando un approccio proattivo che punta ai massimi standard di sicurezza.

I nostri prossimi impegni sul tema:

- *Lavorare per l'ampliamento del portafoglio di prodotti a limitato impatto secondo le linee guida espresse e sperimentando nuove soluzioni per prodotti sostenibili.*
- *Collaborare con le Associazioni di Categoria per affrontare criticità ed esigenze dei consumatori e della società in relazione ai prodotti a limitato impatto.*
- *Lavorare a livello di Gruppo e all'interno di ogni Area di Business per una comunicazione di prodotto sempre più omogenea, oggettiva, puntuale e completa.*



R87

CHE COSA HA IN SERBO IL PASSATO PER NOI?

NEL PASSATO C'ERA LA COMUNITÀ, IL LAVORO IMPLICAVA LA COLLABORAZIONE DI COMPETENZE DIVERSE, ED ERA SEMPRE UN ATTO IN COLLABORAZIONE TRA PERSONE E CON LA TERRA: IL LAVORO COSTRUIVA BENEFICHE OCCASIONI DI APPRENDIMENTO PER NOI E PER COLORO CHE CI STAVANO PIÙ PROSSIMI, FACENDO PARTE DELLE NOSTRE RETI.

FORSE IL PASSATO INDICA LA STRADA VERSO NUOVI/VECCHI VALORI, APPRENDIMENTI, ORGANIZZAZIONI, ASSOCIAZIONI E CONDIVISIONI DI STRUMENTI E SAPERI.



maife

15

LETTERA DI 

VALIDAZIONE



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

VERIFICA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ ANNO 2015 RADICI GROUP

Scopo

Certiquality S.r.l. ha ricevuto da Radici Partecipazioni S.p.A. l'incarico di verificare il Bilancio di Sostenibilità di Radici Group relativo all'anno 2015, al fine di valutarne la congruenza con le linee guida GRI (Global Reporting Initiative) versione G4, con riferimento al livello di applicazione "core", che prevede l'informativa standard ridotta e la quantificazione di almeno un indicatore di performance per ciascun aspetto identificato come rilevante (o "materiale"). La presente lettera descrive le attività svolte, riporta i risultati della verifica e le raccomandazioni per il miglioramento.

La verifica è stata effettuata con riferimento alle "Linee guida per il reporting di sostenibilità" versione 4, pubblicate nel 2013 dal Global Reporting Initiative, e ha riguardato in particolare:

- la verifica dei principi di definizione del contenuto del report (inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità, completezza);
- la corretta definizione del perimetro del report;
- la verifica dei principi di garanzia della qualità del report (equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza, affidabilità del sistema di gestione dei dati e delle informazioni);
- la rispondenza dei contenuti del Bilancio a quelli previsti dalle linee guida GRI G4 per il livello di applicazione "core".

La verifica è stata condotta nel rispetto delle procedure adottate da Certiquality per gli audit in conformità alla norma UNI EN ISO 19011:2012.

Metodi

L'attività si è svolta secondo le seguenti modalità operative:

- analisi del documento "Bilancio di Sostenibilità Radici Group 2015", con particolare riferimento ai principi e ai contenuti previsti dalle linee guida GRI (definizione del perimetro del report, informativa standard e indicatori di performance);
- colloqui con le funzioni coinvolte, direttamente o indirettamente, nella redazione del documento e nel processo di gestione dei dati e delle informazioni (dalla raccolta alle successive elaborazioni);
- esame di documenti e registrazioni presenti presso la sede operativa di Radici Partecipazioni S.p.A. e presso un campione rappresentativo degli stabilimenti produttivi (Radici Plastics Ltda - Brasil in call conference; Radici Plastics Co. Ltd. - Suzhou Cina in call conference; TPR Gardino; Noyfil Chignolo d'Isola; Logit Sro - Repubblica Ceca in call conference; Radici Chimica Novara; Radici Chimica Deutschland in call conference; Noyfil Andalo Valtellina) compresi nel perimetro del Bilancio, inerenti sia le procedure adottate per la raccolta, archiviazione ed elaborazione dei dati, sia gli aspetti tecnico-normativi delle attività svolte.

I dati di tipo economico-finanziario sono ricavati dal bilancio consolidato di Radici Partecipazioni S.p.A., già sottoposto a revisione contabile volontaria (come da lettera Deloitte & Touche del 13/06/2016), e non sono dunque stati ulteriormente verificati.

Le attività di verifica relative alla gestione dei dati e delle informazioni contenuti nel Bilancio si sono svolte a campione, avendo cura di garantire un'adeguata copertura di tutti gli aspetti trattati nel documento.



CERTIQUALITY - ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ
Via Giuseppe Cavallarò 9 - 30123 PIAZZA

tel. 041 969111 | fax 041 9645793 | certiquality@certiquality.it | www.certiquality.it

C.E. e R.N.A. 041141891 | Reg. Imp. 041141891 | S.R.L. n° 128828 | Cap. Soc. € 1.000.000,00





Risultati e raccomandazioni

Il "Bilancio di Sostenibilità Radici Group" relativo all'anno 2015 è la prima edizione realizzata secondo la versione G4 del Global Reporting Initiative.

Il documento fornisce un quadro complessivamente esaustivo del rapporto delle aziende del gruppo con il contesto nel quale operano. Gli indicatori di performance di tipo numerico sono rappresentati sul triennio 2013-2015, consentendo così una valutazione degli andamenti delle prestazioni nel tempo. Le informazioni sono riportate in modo chiaro ed equilibrato e il linguaggio utilizzato, integrato ove necessario da alcune note di chiarimento, ne consentono la comprensione anche a un pubblico non strettamente tecnico.

Per quanto riguarda il perimetro del rapporto non risultano esclusioni significative; l'esclusione degli aspetti ambientali relativi alla sede amministrativa del gruppo e l'esclusione di tutti gli aspetti relativi alle unità commerciali, dichiarata all'interno del rapporto, non è rilevante nell'ambito del gruppo, e risulta dunque del tutto giustificata.

Sono stati ulteriormente approfonditi, e risultano ormai in fase di completamento, i processi di analisi e valutazione dei rischi, coinvolgimento degli stakeholder, valutazione della rilevanza degli aspetti ai fini della definizione dei contenuti del report, anche se con alcuni margini di miglioramento. Sono state comunque avviate negli ultimi anni numerose azioni per il coinvolgimento degli stakeholder (es. codice di condotta per clienti e fornitori; profili Facebook di rilevanza locale), che dimostrano tra l'altro l'impegno della direzione alla diffusione dei valori della sostenibilità all'interno e all'esterno dell'organizzazione, testimoniato anche dalle politiche di gruppo e aziendali e dalle numerose iniziative in corso. Anche il notevole grado di coinvolgimento di rappresentanti delle singole aziende nel gruppo di lavoro GRI è indice della volontà di garantire un'adeguata diffusione della cultura della sostenibilità in tutte le unità operative.

Il sistema di raccolta ed elaborazione dei dati è sufficientemente strutturato e documentato a livello centrale, mentre si sono riscontrati, in alcuni casi, margini di miglioramento a livello di singolo stabilimento.

Dalle verifiche effettuate si confermano tuttavia alcuni margini di miglioramento, in particolare:

- migliorare l'esposizione dell'analisi di materialità, unificando le diverse analisi parziali riportate nel documento ed evidenziando maggiormente la correlazione tra gli aspetti individuati come materiali e l'esito dell'attività di stakeholder engagement;
- definire in maniera chiara e univoca, in una procedura o linea guida, per ciascun indicatore o dato oggetto di rendicontazione, le ipotesi e i criteri per la raccolta dei dati e per le successive elaborazioni, al fine di garantire un approccio omogeneo e metodologicamente corretto da parte di tutti gli stabilimenti del gruppo;
- migliorare la tracciabilità delle elaborazioni a livello di sito, a partire dai dati primari fino ai dati inviati al gruppo di lavoro di sede per il consolidamento a livello di gruppo;
- approfondire maggiormente la questione della supply chain, individuata come aspetto rilevante ma trattata al momento in modo solo parziale.

Conclusioni

La verifica del "Bilancio di Sostenibilità Radici Group" relativo al 2015 non ha evidenziato carenze significative per quanto riguarda il rispetto dei principi delle linee guida GRI G4 e i contenuti in termini di informazioni e indicatori di performance, pur con alcuni margini di miglioramento. Il Bilancio, sulla base delle attività di verifica svolte, è conforme al livello di applicazione "core".

28 luglio 2016

Certquality S.r.l.
Il Direttore Generale
Umberto Chiminazzo



TAVOLA DI REPERIMENTO INFORMATIVA STANDARD E INDICATORI GRI

INFORMATIVA STANDARD

pag. 7

STRATEGIA E ANALISI

G4-1 Strategia di sostenibilità

pag. 12

G4-2 Impatti rischi e opportunità

pagg. 10, 14, 32

PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE

G4-3 Nome dell'organizzazione

pagg. 28, 126

G4-4 Marchi, prodotti e servizi

pagg. 16, 29

G4-5 Ubicazione sede generale

pag. 126

G4-6 Paesi di operatività, inclusi gli impatti significativi legati ai prodotti, attività, servizi e alle relazioni

pag. 19

G4-7 Assetto proprietario

pagg. 20-22, 28, 56

G4-8 Mercati serviti

pagg. 17, 53

G4-9 Dimensione dell'organizzazione

pag. 18

G4-10 Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento

pag. 68

G4-11 Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro

pag. 68

G4-12 Descrizione della supply chain

pag. 48

G4-13 Cambiamenti nel perimetro delle attività inclusa la localizzazione dei Fornitori

pagg. 48, 51

G4-14 Applicazione dell'approccio prudenziale

pag. 32

G4-15 Lista delle carte o principi a cui l'organizzazione aderisce o altre iniziative supportate

pag. 47

G4-16 Lista delle associazioni di categoria a cui l'organizzazione aderisce

pag. 45

MATERIALITÀ E PERIMETRO DEL REPORT

G4-17 Elenco delle entità consolidate nel Bilancio consolidato e di quelle non comprese nel Bilancio di Sostenibilità

pag. 29

G4-18 Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del Bilancio e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi principi di reporting	pag. 29
G4-19 Lista degli aspetti materiali identificati	pag. 30
G4-20 Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro al di fuori dell'organizzazione	pag. 30
G4-21 Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro interno all'organizzazione	pag. 30
G4-22 Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni	pag. 30
G4-23 Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro	pag. 30

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

G4-24 Lista degli Stakeholder ingaggiati dall'organizzazione	pag. 32
G4-25 Processo di identificazione degli Stakeholder	pag. 32
G4-26 Approccio all'engagement, incluso frequenze e tipologie di attività	pagg. 32, 37, 42
G4-27 Temi emersi dall'engagement, modalità di gestione anche attraverso il reporting	pagg. 32, 37, 42

PROFILO DEL REPORT

G4-28 Periodo a cui si riferisce il report	pagg. 28, 30
G4-29 Ultimo report pubblicato	pag. 28
G4-30 Frequenza del reporting	pag. 28
G4-31 Contatti	pag. 126
G4-32 Livello scelto, certificazione, tabella contenuti	pagg. 4, 28, 115

GOVERNANCE

G4-34 Struttura di governo inclusi i comitati che dipendono dal massimo organo di governo	pag. 22
G4-35 Processi di delega dal massimo organo di governo ai senior executives fino agli altri membri dell'organizzazione in merito ai temi economici, sociali e ambientali	pag. 23
G4-37 Engagement diretto del massimo organo di governo con gli Stakeholder in merito a temi di sostenibilità o gestione dei feedback in caso di delega	pag. 23
G4-56 Principi, valori e norme di condotta	pagg. 8, 14, 72



INDICATORI SECONDO IL MODELLO GLOBAL REPORTING INITIATIVE

INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA (EC)

DMA	pag. 64
Indicatore G4 - EC1	pag. 64

INDICATORI AMBIENTALI (EN)

DMA	pag. 86
Indicatore G4 - EN 1	pag. 98
Indicatore G4 - EN 3	pagg. 87 - 92
Indicatore G4 - EN 5	pag. 66
Indicatore G4 - EN 8	pag. 95
Indicatore G4 - EN 10	pagg. 97, 98
Indicatore G4 - EN 15	pag. 93
Indicatore G4 - EN 16	pag. 93
Indicatore G4 - EN 21	pag. 95
Indicatore G4 - EN 22	pagg. 96, 97
Indicatore G4 - EN 23	pag. 100
Indicatore G4 - EN 29	pag. 101

PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE (LA)

DMA	pag. 72
Indicatore G4 - LA 2	pag. 79
Indicatore G4 - LA 6	pagg. 76, 78, 79
Indicatore G4 - LA 9	pagg. 73, 74
Indicatore G4 - LA 12	pag. 71

DIRITTI UMANI (HR)

DMA	pag. 84
-----	---------

Indicatore G4 - HR 3 pag. 84

SOCIETÀ (SO)

DMA pag. 80

Indicatore G4 - SO 6 pag. 80

Indicatore G4 - SO 8 pag. 81

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO (PR)

DMA pag. 102

Indicatore G4 - PR 1 pag. 103

Indicatore G4 - PR 2 pag. 111

Indicatore G4 - PR 3 pag. 110

Indicatore G4 - PR 4 pag. 111

Indicatore G4 - PR 5 pag. 53

Indicatore G4 - PR 6 pag. 111



HANNO DATO

VOCE AL

BILANCIO DI

SOSTENIBILITÀ





RADICI CHIMICA S.P.A.

Rita Barbaini,
Carlo Barbarini,
Antonella Castelli,
Maurizio Cerina,
Marco Erbetta,
Fabrizio Mastandrea,
Cinzia Rinaldi,
Antonella Zaffaroni.

RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GMBH

Pamela Fleischer,
Susan Krause,
Jens Metzner.

RADICIFIBRAS LTDA

Simone Bispo,
Mauro Corsellini,
Alessandra Ramos,
Claudio Ribeiro,
Katia Sutil.

CORDONSED

Guillermo Ambrosio,
Rosa Catalano,
Andrea Longhi.

RADICI FIL S.P.A. LOGIT SRO

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

RADICI NOVACIPS S.P.A. RADICI PLASTICS USA INC. RADICI PLASTICS LTDA RADICI PLASTICS GMBH RADICI PLASTICS CO LTD.

Claudio Belotti,
Roberta Beltrami,
Chiara Bogni,
Lesli Brooks,
Francesco Calamina,
Susanna Caprotti,
Cesare Clausi,
Birgit Crinius,
Paulo Freitas,
Elisa Gelmi,
Simone Grandi,
Michael Mertens,
Danilo Micheletti,
Elisa Pelliccioli,
Federico Percassi,
Giancarlo Poloni,
Shelly Ray,
Alberto Sessolo,
Erico Spini,
Juliana Souza.

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

Giovanni Algeri,
Pierluigi Arrighetti,
Alessandro Calabrese,
Roxana Ciobanu,
Claudia Ciurcan,
Mauro Corsellini,
Antonella Imberti,
Michele Leone,
Giorgio Ongaro,
Gabriel Paduraru.

NOYFIL S.P.A.
NOYFIL SA

Claudio Colombo,
Daniele Dossi,
Alberto Giana,
Franco Maretoli,
Mariagrazia Tateo.

TESSITURE PIETRO RADICI S.P.A.

Matteo Bettinaglio,
Ottavio Calia,
Paola Panzeri,
Giorgio Pezzoli.

RADICI PARTECIPAZIONI S.P.A.

Stefano Alini,
Cristina Bergamini,
Maria Teresa Betti,
Alessandra Cassera,
Paola Corbani,
Massimo De Petro,
Marzia Gritti,
Enio Gualandris,
Silvia Meloncelli,
Maddalena Orsini,
Adriana Poli,
Antonio Rottigni,
Filippo Servalli.

GRUPPO DI COORDINAMENTO GRI

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

SPONSOR

Filippo Servalli.





CONTATTI ED INDIRIZZI UTILI

STANDARD DISCLOSURES G4-3 e 31

SEDE LEGALE

Radici Partecipazioni S.p.A.
Via Verdi 11
24121 Bergamo, Italia

SEDE AMMINISTRATIVA

Radici Partecipazioni S.p.A.
Via Ugo Foscolo 152
24024, Gandino (BG), Italia

SEDE OPERATIVA

Radici Partecipazioni S.p.A.
Via Ca' Antonelli 55
24024, Gandino (BG), Italia

Per saperne di più sul Bilancio di Sostenibilità:

Corporate Marketing & Communication

Via Ca' Antonelli 55
24024 Gandino – Italia
Tel: +39 035 71 54 11

sustainability@radicigroup.com

<http://www.radicigroup.com/it/corporate/radicigroup/brochure>

Ed ancora...

Seguici su



Crediti

Fotografie: Virgilio Fidanza

Testi a commento delle fotografie: Leone Belotti



R97

L'ISTANZA LOCALE È IL FATTORE CHE PUÒ FARE LA DIFFERENZA.

E' LÌ INFATTI CHE POSSONO NASCERE UNA MAGGIORE RESPONSABILITÀ, UN FORTE SENSO COMUNITARIO, UNA SPECIALE CAPACITÀ DI CURA E UNA CREATIVITÀ PIÙ GENEROSA, E UN PROFONDO AMORE PER LA PROPRIA TERRA, COME PURE IL PENSARE A COSA SI LASCIA AI FIGLI E AI NIPOTI.

