

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016

Grafica
MultiMedia

Stampa
Arte Grafica Saini

INDICE

INFORMATIVA STANDARD	7
LA NOSTRA VISION	8
LA NOSTRA MISSION	8
I NOSTRI VALORI	8
DAL NOSTRO CODICE ETICO	8
LA LETTERA DEL PRESIDENTE	10
LE LINEE GUIDA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE	12
LA POLITICA QUALITA' SICUREZZA E AMBIENTE	14
IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016	16
PRINCIPI SEGUITI PER LA DEFINIZIONE DEI CONTENUTI DEL BILANCIO E PER LA LORO ENUNCIAZIONE	18
LA MATRICE DI MATERIALITA'	19
RADICIGROUP E IL SUO CONTESTO ESTERNO ED INTERNO	27
IL CONTESTO ESTERNO	29
IL CONTESTO INTERNO	56
IL CONTESTO ECONOMICO DI RADICIGROUP - INDICATORI ECONOMICI (EC)	56
I PROGETTI DI RICERCA E SVILUPPO	67
LA MAPPATURA DEI RISCHI	68
INDICATORI RELATIVI ALLE PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE (LA)	82
INDICATORI RELATIVI AI DIRITTI UMANI (HR)	94
INDICATORI RELATIVI ALLA SOCIETA' (SO)	95
INDICATORI RELATIVI ALL'AMBIENTE (EN)	98
INDICATORI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO (PR)	115
IL PIANO DI MIGLIORAMENTO	123
LETTERA DI VALIDAZIONE	127
TAVOLA DI REPERIMENTO INFORMATIVA STANDARD E INDICATORI GRI	130
HANNO DATO VOCE AL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	135
CONTATTI ED INDIRIZZI UTILI	139

GIANNI BERGAMELLI E LE FIABE MUSICALI

Dai quadri e dalle composizioni musicali del Pittore - Jazzista bergamasco Gianni Bergamelli e dalle parole creative di Fabio Zambelli nasce il progetto "Le favole di Fabio – Pittura, favole e musica". Brevissimi racconti arguti e brani musicali inediti accompagnano le immagini di Bergamelli che ci offre la sua visione onirica, ma al tempo stesso molto reale, della vita nei suoi diversi aspetti.

Accompagnano i capitoli del Bilancio alcune di queste opere che, inaspettatamente, ne sposano appieno la filosofia.

LE OPERE DI GIANNI BERGAMELLI NEL BILANCIO:

Ciottoli e tastiera	pag. 6
I leoni di gesso e la dama con cappello	pag. 9
Luna di cuori e labbra rosse	pag. 11
Il jazzista e la tartaruga	pag. 15
L'albero ed il lupo	pag. 26
L'aquila di Giordi e l'ombra di Gianni B.	pag. 31
L'aquila della Chrysler e il sognante con occhio rosso	pag. 55
Il violino e le mani delle unghie rosse	pag. 69
Il trombone innamorato	pag. 75
Due sveglie	pag. 122
Nepal	pag. 126
Occhi	pag. 134

COME LEGGERE IL BILANCIO

STANDARD DISCLOSURES G4-32

Il Bilancio di Sostenibilità è stato realizzato secondo il modello Global Reporting Initiative – versione 4 “in accordance - core” e secondo le linee guida contenute nella Procedura di Radici Partecipazioni PR08 - MODALITÀ DI GESTIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE. Quest’ultima illustra i sistemi di definizione delle strategie e le modalità di rendicontazione degli obiettivi in tema di sostenibilità per il Gruppo.

Nel Bilancio è possibile trovare:

- La Vision, la Mission, i valori di RadiciGroup che ne orientano le scelte strategiche.
- La lettera del Presidente, che racconta i risultati ottenuti nel 2016 e prefigura l’approccio futuro del Gruppo.
- Le linee Guida dello Sviluppo Sostenibile.
- La descrizione del contesto esterno ed interno nel quale vengono applicate tali linee guida.
- I temi materiali, che focalizzano su alcuni aspetti specifici gli sforzi in tema di sostenibilità.
- Gli indicatori numerici e testuali, che danno evidenza ai risultati ottenuti dal Gruppo sulle tematiche materiali.
- I box di eccellenza, per i risultati, le attività, le iniziative di successo nelle diverse realtà operative.

***ALLO STESSO MODO,
LA RICCHEZZA
DELL'ESISTENZA UMANA
RISIEDE NELLE SFUMATURE***



INFORMATIVA STANDARD

STANDARD DISCLOSURES G4-56

LA NOSTRA VISION

LA NOSTRA MISSION

I NOSTRI VALORI

DAL NOSTRO CODICE ETICO

LA LETTERA DEL PRESIDENTE

LE LINEE GUIDA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE

LA POLITICA QUALITA' SICUREZZA E AMBIENTE

IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016

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

LA MATRICE DI MATERIALITA'

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. Svilappare nuovi prodotti ed applicazioni nel segno della sostenibilità.”

I NOSTRI VALORI

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

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

DAL 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.”

*ALLO STESSO MODO,
ALCUNI UOMINI TROVANO
PIÙ COMODO DENIGRARE
IL GUSTO ALTRUI CHE
GIUDICARE IL PROPRIO*



LA LETTERA DEL PRESIDENTE

STANDARD DISCLOSURES G4-1, 2 e 37

La Green Economy è una delle più importanti tendenze degli ultimi anni. Ne ho la prova quotidianamente, confrontandomi con il mercato, con i miei colleghi imprenditori, con le Aziende del Gruppo.

L'economia circolare è parte di questo modello di business che si origina dal rispetto dell'individuo, pienamente connesso con l'ambiente nel quale vive.

Mi piace pensare all'immagine di un equilibrio dinamico, di una continua evoluzione positiva del pensiero verso forme di crescita rispettose delle Persone e del nostro Pianeta. Nuove filosofie che innescano azioni, processi all'avanguardia che fanno nascere prodotti concepiti per valorizzare al massimo le risorse impiegate, per essere utilizzabili a lungo e facilmente riciclabili a fine vita. Un circolo virtuoso che permette di usare al meglio quanto disponibile oggi, nell'ottica di utilizzarlo anche domani.

Per questa ragione, da tempo, insieme alla mia Famiglia, ci facciamo promotori del concetto di sviluppo sostenibile nelle aziende di RadiciGroup. Una sostenibilità che non è distaccata dalla quotidianità.

Al contrario, ne è parte integrante, è alla base del nostro agire nei reparti, negli uffici, nei luoghi di aggregazione. Si riflette nei molti dati presentati in questo Bilancio, nella performance economica positiva, nella crescita di consapevolezza che tocco con mano ogni giorno e che porta le Aziende a impiegare meno acqua, energia più pulita, produrre sempre meno emissioni.

Sono orgoglioso di quanto potrete leggere nel Bilancio di Sostenibilità 2016. Nonostante i margini di miglioramento si stiano fisiologicamente assottigliando visto il grande lavoro degli anni passati, i risultati sono positivi in ogni ambito.

Le emissioni continuano a calare, così come l'uso di acqua ed energia per tonnellata prodotta. Con riferimento all'energia in particolare, abbiamo raggiunto un traguardo di tutto rispetto. Grazie al nostro partner Geogreen, più della metà dell'energia elettrica utilizzata da RadiciGroup proviene da fonte rinnovabile.

Il sistema per il riciclo che abbiamo posto in campo ci consente di essere all'avanguardia tra i player del nostro settore. Le sfide future per il nostro Gruppo saranno legate proprio al tema della circolarità della catena produttiva che trova nel riciclo e nella riciclabilità i suoi elementi chiave.

Anche la ricerca e sviluppo al servizio dei prodotti a limitato impatto sarà un tema fondamentale nella nostra strategia e nell'agenda quotidiana. Occorrerà rafforzare sempre più il binomio sostenibilità-performance. Potremo così continuare a lavorare, attenti alle esigenze del mercato, su prodotti di qualità e prestazioni elevate in sinergia con i nostri Clienti e Fornitori.

Dal punto di vista delle Persone, desidero sottolineare la crescita costante e robusta della formazione, tema nel quale credo molto. Accanto al grande progetto "RadiciGroup for Safety - Alle Radici della Sicurezza", del quale mi sono fatto personalmente promotore, in ogni sito sono state parecchie le ore dedicate, ad esempio, a corsi sulla gestione dei sistemi integrati Qualità, Ambiente e Sicurezza, oppure allo sviluppo dei soft skill nelle Persone.

In questo ambito, le nostre sfide saranno legate al restare costantemente all'avanguardia, all'investire sempre più su una formazione che valorizzi le qualità di ogni singola Persona in ogni fase del suo percorso lavorativo, che ne accresca la professionalità e il senso di appartenenza a RadiciGroup. In questo Bilancio, la tradizionale prossimità tra i nostri siti e i Dipendenti è raccontata, anche nel 2016, dagli open

day, dai due importanti anniversari aziendali che abbiamo celebrato con i Dipendenti e i loro Familiari, dalle iniziative di conciliazione vita personale e vita lavorativa che dall'Italia alla Cina hanno avvicinato le Persone e le Aziende.

In ultimo, desidero citare la particolare collaborazione con le Scuole che ci ha portati a vincere, con il progetto di alternanza scuola-lavoro 2016-2017 chiamato "Poliammide di Classe", un riconoscimento dal Presidente della Repubblica Italiana. Credo che mio padre Gianni e mia madre Luciana sarebbero orgogliosi di questo premio perché il progetto è dedicato ai ragazzi, ha contribuito ad arricchire il loro bagaglio di conoscenze e a dare loro una prospettiva per il futuro.

Concludo sempre questa lettera di introduzione al Bilancio di Sostenibilità con un ringraziamento. Il primo è dedicato ai miei fratelli Maurizio e Paolo e a tutta la nostra Famiglia che, come me, crede in un modo di condurre il business attento ai nostri Valori fondativi. Il secondo ringraziamento è per i circa tremila Uomini e Donne che danno vita a RadiciGroup. Senza di loro la nostra idea di sostenibilità sarebbe vuota, senza il loro talento, dedizione e intraprendenza nessuno dei risultati raccontati qui si sarebbe potuto concretizzare.

Continuiamo così, insieme.

Angelo Radici
Presidente di RadiciGroup



**L'AMORE È SEMPRE
L'AZZARDO PIÙ PROFICUO**

LE LINEE GUIDA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE

STANDARD DISCLOSURES G4-1 e 2

SVILUPPO ECONOMICO SOSTENIBILE

- Mappatura del contesto esterno ed interno nel quale le Aziende operano e degli Stakeholder per scegliere accuratamente, sulla base di una analisi di rischi e opportunità, quali strategie porre in campo per garantire la profittabilità dei business e la creazione di valore (e occupazione) nel medio e lungo periodo. (Si veda pagina 27)
- Corretta redistribuzione del valore aggiunto in relazione alle risorse prelevate dall'ambiente. (Si vedano gli Indicatori EC a pagina 56)
- Investimenti nelle BAT per mantenere la competitività delle aziende migliorando nel contempo l'uso delle risorse e investimenti in tutte le tecnologie che possono ridurre gli impatti ambientali delle aziende o migliorare ulteriormente gli impatti sociali. (Si vedano gli Indicatori EC a pagina 58)

SVILUPPO AMBIENTALE SOSTENIBILE

- Implementazione di un modello di production chain circolare che ottimizza l'impiego delle risorse, conserva il valore all'interno della catena di produzione e riduce il quantitativo di rifiuti prodotti. (Si veda pagina 115)
- Misurazione degli impatti per comprendere quali siano i processi sui quali concentrare sforzi e investimenti e per progredire nel miglioramento continuo. (Si vedano gli Indicatori PR Si veda pagina 115)
- Riduzione degli impatti ambientali in tutti i siti, concentrandosi su acqua, energia, emissioni e rifiuti. (Si vedano gli Indicatori EN Si veda pagina 98)
- Forte spinta alle certificazioni e ai sistemi di gestione integrata Qualità, Sicurezza, Ambiente ed Energia per creare organizzazioni aziendali che applichino quotidianamente, nell'operatività, i principi della sostenibilità (Si veda pagina 74)
- Ricerca e sviluppo sul riciclo e la riciclabilità dei prodotti per favorire la circolarità dei processi produttivi. (Si vedano gli indicatori PR Si veda pagina 119)
- Ricerca e sviluppo di polimeri da fonte rinnovabile da affiancare ai polimeri tradizionali. (Si vedano gli Indicatori PR Si veda pagina 116)

SVILUPPO SOCIALE SOSTENIBILE

- Attenzione alla salute e sicurezza dei Lavoratori attraverso la costante mappatura dei rischi, la formazione e il ricorso alle migliori tecnologie disponibili sul mercato. (Si veda il progetto RadiciGroup for Safety a pagina 79)
- Focus su un rapporto equilibrato tra vita lavorativa e vita personale attraverso iniziative ad hoc. (Si veda il progetto WHP a pagina 80)
- Introduzione dell'automazione per alleggerire il carico lavorativo manuale nelle aziende produttive per andare incontro alle esigenze dei Lavoratori. (Si vedano le *DMA* da pagina 60 in poi)
- Impegno per la formazione e l'aggiornamento continuo dei Lavoratori. (Si vedano gli indicatori LA a pagina 87)
- Lavoro con i Clienti e i Fornitori per una supply chain sostenibile che affianchi a prodotti di buona qualità una altrettanto buona qualità delle condizioni lavorative in cui i prodotti sono realizzati. (Si veda il Codice di Condotta Fornitori e Clienti alle pagine 49 e 51)
- Attenzione ai Territori, alle Comunità locali attraverso la presenza attiva nella tutela dell'occupazione e il sostegno e la promozione di iniziative culturali, sportive o aggregative. (Si vedano gli indicatori SO a pagina 95)
- Utilizzo dei social media come strumento di dialogo con i Territori. (si veda la parte di Stakeholder engagement a pagina 48)

LA POLITICA QUALITÀ SICUREZZA E AMBIENTE

STANDARD DISCLOSURES G4-2, 37 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 valutando, ove possibile, l'applicazione di principi ispirati all'eco-design e ad un'economia circolare.

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

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

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

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

Marzo 2017

Il Presidente
Angelo Radici


Il Vicepresidente
Maurizio Radici


**OGNUNO TROVA IN SÈ
GLI STRUMENTI PER
RAGGIUNGERE IL PROPRIO
SCOPO, SE OGNI SUO
PASSO È MOSSO DALLA
GIUSTA DOSE DI CUORE**



IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016

STANDARD DISCLOSURES G4-1

STANDARD DISCLOSURES G4-3 e 7

È IL BILANCIO DI RADICI PARTECIPAZIONI S.P.A. E DELLE SUE CONSOCIATE, INDICATE COLLETTIVAMENTE COME “RADICIGROUP” NEL TESTO

STANDARD DISCLOSURES G4-24,28,29 e 30

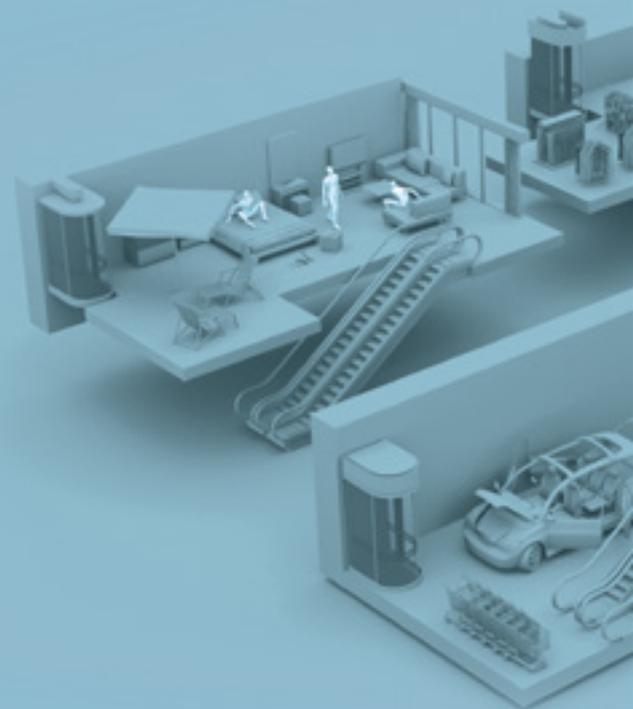
- HA UNA CADENZA ANNUALE (ultima edizione luglio 2016)
- RIGUARDA I SEGUENTI Stakeholder:

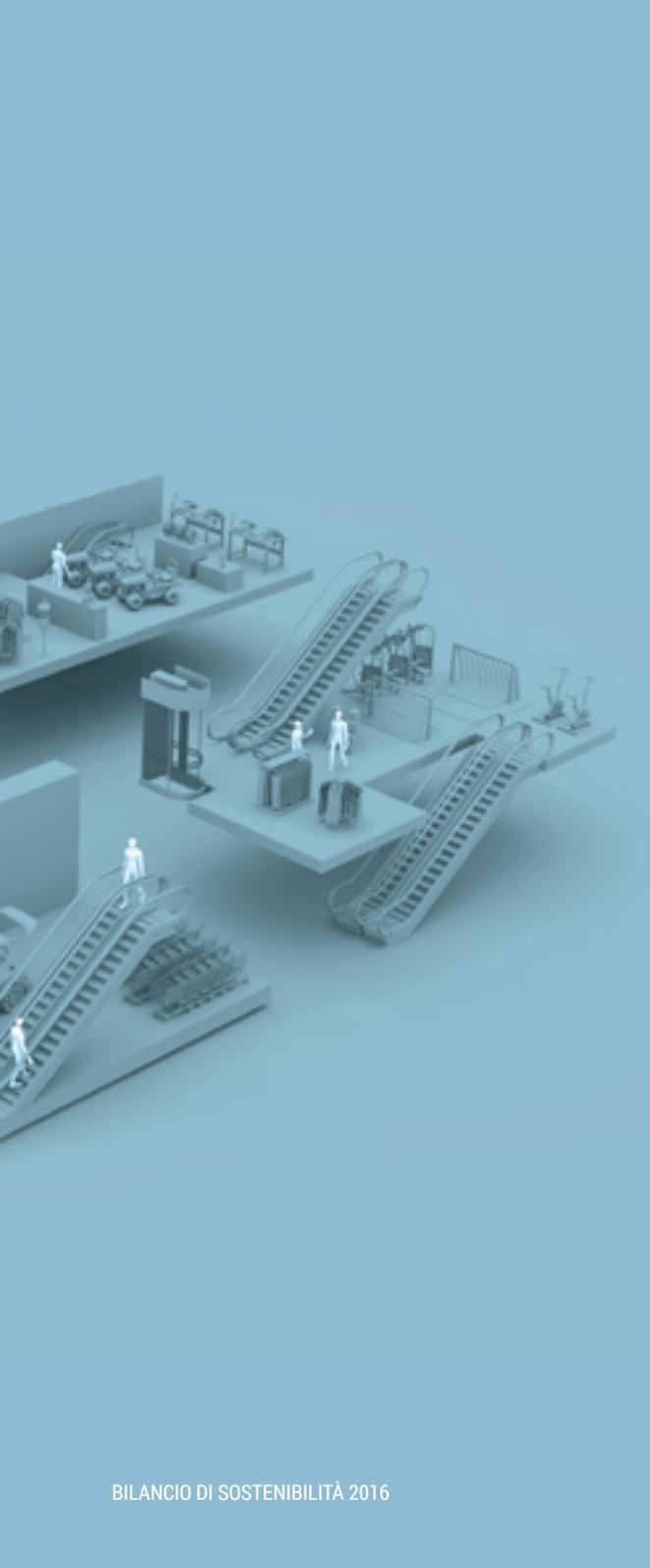
Stakeholder Interni

- Azionisti
- Lavoratori
- Aziende di RadiciGroup

Stakeholder Esterni

- Clienti
- Fornitori
- Concorrenti
- Istituti bancari
- Associazioni di categoria
- Rappresentanze Sindacali
- Scuole e mondo accademico
- Organismi di controllo e normatori
- Media
- Community
- Ambiente





- SONO 19 LE AZIENDE CHE HANNO FORNITO I DATI PER I SUOI 25 INDICATORI NUMERICI E NON, PER UN TOTALE DI 21 SITI PRODUTTIVI:

STANDARD DISCLOSURES G4-17

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 MEXICO S. de R.L. de C.V (Messico)
RADICI PLASTICS SOUZHOU Co. Ltd. (Cina)
RADICI PLASTICS USA Inc. (USA)
RADICI YARN S.p.A. (2 sedi, Italia)
RADICIFIBRAS Ltda (Brasile)
SC YARNEA Srl (Romania)
TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A. (Italia)

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

STANDARD DISCLOSURES G4-18

MATERIALITÀ

Il principio della materialità ha guidato la scelta degli argomenti su cui focalizzare l'attenzione. La relativa matrice, la cui formulazione è spiegata in un capitolo successivo di questo Bilancio, è nata da una analisi olistica del contesto esterno ed interno di RadiciGroup in relazione agli Stakeholder e da una valutazione legata ai rischi e alle opportunità che sono emersi.

CONTESTO DI SOSTENIBILITÀ

L'analisi generale del contesto di RadiciGroup ha fatto emergere il percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo con le relative strategie.

E' stato così reso più evidente il collegamento tra ciascuna tematica trattata ed i più generali principi di sostenibilità suggeriti dal modello di rendicontazione e dall'evolversi del concetto di sostenibilità nella società. Numerosi rimandi sono operati nel testo tra le linee guida di sostenibilità e la loro concretizzazione.

INCLUSIVITÀ

Salvo ove diversamente indicato, tutti gli indicatori presentati nel documento sono rappresentativi della totalità delle aziende oggetto di rendicontazione. Inoltre, l'ampliamento del numero di Stakeholder considerato in

questo Bilancio e i numerosi progetti di engagement qui raccontati sono prova di un crescente impegno per l'inclusività e la trasparenza.

Speciale attenzione nel 2016 è stata riservata alle realtà territoriali che nel Bilancio trovano spazio attraverso le case history.

ACCURATEZZA, CHIAREZZA

Nel 2011 RadiciGroup ha certificato il primo Bilancio di Sostenibilità secondo il modello GRI. Il Gruppo ritiene dunque importante riportare - nell'edizione corrente ed in particolare per quanto riguarda gli indicatori numerici - un trend a sei anni.

Questo per garantire al lettore una migliore comprensione delle variazioni e dei risultati ottenuti e per dare ulteriore evidenza all'investimento in sostenibilità che tutte le Aziende di RadiciGroup hanno posto in campo. I testi, gli schemi e le varie modalità grafiche scelte per illustrare il Bilancio sono pensati per migliorarne la comprensibilità.

Nell'impegno per promuovere la chiarezza rientra la scelta di presentare anche una versione del documento ridotta, sia attraverso tavole grafiche che attraverso brevi video che affrontano con l'immediatezza delle immagini alcuni dei temi tecnici trattati.

EQUILIBRIO E PRUDENZA

STANDARD DISCLOSURES G4-14

Una particolare cura per l'obiettività e la neutralità caratterizza il documento, nel quale si dà evidenza sia ai risultati positivi che a quelli negativi. Laddove vi è stato un dubbio sul modo di esporre i dati, la versione meno favorevole a RadiciGroup è sempre stata scelta.

COMPLETEZZA

STANDARD DISCLOSURES G4-7 e 17

Nel Bilancio di Sostenibilità 2016 della Holding Radici Partecipazioni S.p.A. e delle sue consociate, collettivamente indicate come RadiciGroup, sono incluse le 21 aziende indicate a pagina 17. Queste società rappresentano sostanzialmente la totalità del fatturato di Radici Partecipazioni S.p.A. Resta esclusa, unicamente per l'edizione corrente del documento, la società olandese Radici Plastics B.V. acquisita proprio nel 2016.

Nessuna joint venture è presente negli assetti societari. La Holding RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A. ha fornito i propri dati di carattere economico e sociale, ma non ambientale, analogamente alle aziende commerciali.

Gli impatti della capofila e delle commerciali sono infatti estremamente limitati.

COMPARABILITA' E TEMPESTIVITÀ

STANDARD DISCLOSURES G4-22 e 23

Non c'è piena confrontabilità tra il Bilancio di Sostenibilità 2016 e le edizioni precedenti a causa dell'ingresso nel perimetro di rendicontazione della società produttiva Radici Plastics Mexico e di alcune modifiche retroattive agli indicatori, evidenziate nel documento.

Dati ed informazioni presentati fanno generalmente riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016.

Sono però presenti, e segnalate, alcune informazioni relative al 2017 che garantiscono al Bilancio un maggior grado di aggiornamento. Cifre e andamenti sono presentati in forma aggregata, sulla base dei singoli dati raccolti nelle aziende dai Responsabili dei Gruppi GRI di Sito ed elaborati dal Gruppo GRI di Coordinamento.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

STANDARD DISCLOSURES G4-18, 19, 20 e 21

In ottica di miglioramento continuo, tra il 2016 e il 2017 RadiciGroup ha aggiornato la matrice di materialità. E' stata predisposta dal Gruppo GRI di Coordinamento, in collaborazione con la Funzione Corporate Quality & Processes, una metodologia per rappresentare in maniera sempre più appropriata la complessità del Gruppo.

Le due funzioni hanno lavorato in sinergia poiché esistono margini comuni tra quanto richiesto dalla norma ISO 9001:2015 in tema di contesto operativo e quanto previsto dal modello GRI. Si tratta di attività in progresso continuo, si stanno infatti sempre più affinando con la transizione dei siti alla nuova versione della ISO 9001:2015.

Quest'ultima permetterà di avere, per il prossimo Bilancio, un sistema di analisi ancor più robusto e condiviso. Qui di seguito sono descritti i passaggi seguiti per l'individuazione dei temi materiali.

IL CONTESTO ESTERNO

La definizione del contesto esterno nel quale operano le aziende del Gruppo è essenziale per comprendere da un lato le esigenze della società e del mercato, e dall'altro per valutare come ciò che si trova al di fuori di RadiciGroup lo possa influenzare. [Tabella 1](#)

Il contesto è stato descritto grazie ai seguenti macro fattori e ai relativi sotto fattori:

Tabella 1

STAKEHOLDER	FATTORE	SOTTO FATTORE
Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Associazioni di categoria Organismi di controllo e normatori Community Media	Mercato	Punto di vista geografico Punto di vista tecnologico Punto di vista dei principali settori di riferimento
Azionisti Lavoratori Aziende del Gruppo Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Associazioni di categoria Community Rappresentanze sindacali Scuole e mondo Accademico Ambiente	Risorse	Naturali Umane Finanziarie
Comunità locali Scuola e mondo accademico Media Community Rappresentanze sindacali Ambiente	Società & Cultura	Situazione geo politica mondiale Contesti locali Usi e costumi Nuovi valori e bisogni
Clienti Fornitori Istituti bancari Comunità locali	Economia	Globale Locale

STAKEHOLDER	FATTORE	SOTTO FATTORE
Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Associazioni di categoria Scuole e mondo accademico Organismi di controllo e normatori Ambiente Community Media	Innovazione	Di pensiero Dei materiali Tecnica e tecnologica
Lavoratori Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Organismi di controllo e normatori Associazioni di categoria Community Rappresentanze sindacali Ambiente	Obblighi di conformità	Cogenze e Leggi Norme volontarie

STANDARD DISCLOSURES G4-25

In contemporanea con l'analisi di contesto, è stato effettuato l'aggiornamento dell'elenco degli Stakeholder esterni del Gruppo, con l'inserimento delle "Comunità di Pensiero" (Community), degli "Organismi di controllo e normatori" e dell' "Ambiente".

L'Ambiente è da intendersi come Stakeholder silenzioso, rappresentato dai suoi Stakeholder prevalenti Comunità

locali, Organismi di controllo e normatori e Community. Questi ultimi danno, letteralmente, voce all'Ambiente e ne salvaguardano gli interessi.

Infine si è proceduto all'aggiornamento della matrice delle legittime aspettative degli Stakeholder esterni presente nella scorsa edizione del Bilancio, sulla scorta di quanto descritto sopra e dei risultati delle attività di engagement del 2016.

IL CONTESTO INTERNO

La definizione del contesto interno nel quale operano le aziende del Gruppo è fondamentale per individuare le caratteristiche di RadiciGroup nel suo complesso e le risposte che le aziende, insieme o separatamente, sono in grado di dare agli stimoli provenienti dal contesto esterno. [Tabella 2](#)

Il contesto interno è stato analizzato e rappresentato facendo ricorso ai seguenti macro fattori e relativi sotto fattori:

Tabella 2

STAKEHOLDER	FATTORE	SOTTO FATTORE
Azionisti Lavoratori Aziende del Gruppo	Visione Missione Valori	
Azionisti Lavoratori Aziende del Gruppo	Cultura Aziendale di RadiciGroup	Organizzazione Competenze e consapevolezza Coinvolgimento e collaborazione Capacità di risposta agli obblighi di conformità
Azionisti Lavoratori Aziende del Gruppo	Realtà Aziendale	Struttura organizzativa Asset e infrastrutture Collocazione geografica Clienti (portafoglio, fatturato, ecc.) Complessità prodotti Impatto Ambientale esercitato Impatto Sociale esercitato Impatto Economico esercitato Reputazione
Azionisti Lavoratori Aziende del Gruppo	Innovazione	Capacità di innovazione Struttura Legale e di Compliance Struttura e Competenze R&D

STANDARD DISCLOSURES G4-25

In contemporanea con l'analisi del contesto è stato effettuato un aggiornamento dell'elenco degli Stakeholder, con l'inserimento delle "Aziende del Gruppo", come entità a sé stanti, portatrici di peculiarità, e la sostituzione dei "Dipendenti" con i "Lavoratori". Quest'ultima modifica ha valore formale e sostanziale, in quanto l'attenzione di RadiciGroup si esplica indipendentemente dalla tipologia di contratto in essere con i Lavoratori.

STANDARD DISCLOSURES G4-26

È stato poi realizzato l'aggiornamento della matrice delle legittime aspettative degli Stakeholder presente nella scorsa edizione del Bilancio, sulla scorta di quanto sopra descritto e dei risultati delle attività di engagement del 2016 (cfr. quanto in rosso nella [Tabella 4](#) e [Tabella 13](#) relative alle legittime aspettative degli Stakeholder rispettivamente a pagina 40 e pagina 70).

LA GRIGLIA DI VALUTAZIONE

Dopo aver definito il contesto attraverso i suoi fattori e sotto fattori ed aver aggiornato la mappatura degli Stakeholder, il gruppo GRI di coordinamento ha analizzato ciascun sotto fattore alla luce dei requisiti GRI 4.0 e con il supporto di una griglia (SWOT analysis) che prendeva in considerazione:

- Punti di forza e punti critici di RadiciGroup nei confronti del sotto fattore;
- Rischi ed opportunità ad esso associati;

Utilizzando un punteggio da 1 (punteggio minimo, scarsa importanza) a 4 (punteggio massimo, massima importanza) si è poi proceduto alla identificazione dei temi "RILEVANTI E STRATEGICI", "RILEVANTI MA NON STRATEGICI" e "NON RILEVANTI" secondo i criteri di significatività stabiliti da RadiciGroup.

La valutazione ha tenuto conto dell'importanza strategica odierna del fattore/sotto fattore e dei possibili rischi associati al presidio (o meno) della tematica.

In ottica futura il margine di discrezionalità applicato dal Gruppo di Coordinamento nella valutazione sarà ridotto grazie a una valutazione condivisa delle tematiche con alcune categorie di Stakeholder, come già in occasione della presentazione pubblica del Bilancio 2015.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

Sulla base dei passaggi descritti in precedenza, questi sono gli aspetti emersi come RILEVANTI E STRATEGICI, ossia "Materiali", per l'anno 2016. [Tabella 3](#)

Ciascuno di essi trova una eco nella Disclosure on Management Approach (**DMA**), in piani di miglioramento e progetti di Stakeholder engagement e nei risultati ottenuti, comprovati dagli indicatori e dalle case history presentati in questo Bilancio.

Nel documento sono affrontati anche alcuni temi "RILEVANTI ma non STRATEGICI" che, sulla base della storia e dei valori di RadiciGroup, sono da anni presidiati e gestiti.

In aggiunta alle tematiche Materiali sotto indicate nella [Tabella 3](#), i seguenti altri temi rilevanti sono affrontati nel documento: la biodiversità, i reclami ed i relativi meccanismi di segnalazione, l'impegno per rapporti commerciali all'insegna della trasparenza, i codici di condotta per Clienti e Fornitori, l'impegno per una rinnovata consapevolezza in termini di salute e sicurezza.

Nel valutare e strutturare le aspettative degli Stakeholder secondo i requisiti del modello GRI, le seguenti tematiche sono emerse come rilevanti, ma non strategiche: impatti economici indiretti, trasporti, valutazione ambientale e sociale dei Fornitori, diversità e pari opportunità, meccanismi di segnalazione di violazione dei diritti dei Lavoratori, non discriminazione, politiche anti corruzione. Tali tematiche, attualmente trattate in maniera non sistematica nel Gruppo, saranno comunque oggetto di progetti che negli anni prossimi verranno strutturati e rendicontati.

STANDARD DISCLOSURES G4-19 e 20

Tabella 3

ASPETTO	STAKEHOLDER INTERNI INTERESSATI	STAKEHOLDER ESTERNI INTERESSATI	EVIDENZE NEL DOCUMENTO
Organizzazione Aziendale - Struttura Organizzativa (Risorse Umane, Diritti Umani e Pratiche e Condizioni di Lavoro)	Tutti gli Stakeholder interni	Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Organismi di controllo e normatori Rappresentanze sindacali	La lettera del Presidente, Vision, Mission, Valori e Politica per Salute, Sicurezza, Ambiente Organigramma Indicatori EC Indicatori LA Indicatori HR Macro Contesto Economico di RadiciGroup Case history relative ai progetti di engagement nei confronti dei Lavoratori e delle Rappresentanze sindacali
Competenza e Consapevolezza (Formazione)	Lavoratori	Scuole e mondo accademico	DMA Indicatori LA Case history relative ai progetti formativi sulla sicurezza e ai progetti di alternanza scuola lavoro nonché di collaborazione con gli istituti scolastici Progetti di engagement con i Lavoratori
Impatto Ambientale (Materiali, Energia, Acqua, Emissioni, Rifiuti)	Tutti gli Stakeholder interni	Tutti gli Stakeholder Esterni	DMA Indicatori EN Indicatori PR Case history relative alle certificazioni, ai premi ricevuti
Mercato (Geografico, Supply Chain Sostenibile, Responsabilità di Prodotto)	RadiciGroup Aziende di RadiciGroup	Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Associazioni di categoria Organismi di controllo e normatori	DMA a cura dei diversi BA manager Customer Satisfaction Indicatori Reclami Indicatori PR Indicatori EC Codici di condotta Fornitori e Clienti

Tabella 3

ASPETTO	STAKEHOLDER INTERNI INTERESSATI	STAKEHOLDER ESTERNI INTERESSATI	EVIDENZE NEL DOCUMENTO
Innovazione (Ricerca e Sviluppo, Supply Chain Sostenibile, Responsabilità di Prodotto)	RadiciGroup Aziende di RadiciGroup	Clienti Fornitori Concorrenti Associazioni di categoria Organismi di controllo e normatori Scuole e mondo accademico Community Ambiente	DMA Indicatori PR Progetti di Ricerca e Sviluppo Case history relative ai prodotti a limitato impatto e da fonti rinnovabili
Obblighi di Conformità (Cogenze, Norme volontarie)	Aziende di RadiciGroup	Organismi di controllo e normatori Clienti Fornitori Concorrenti Istituti bancari Community Rappresentanze sindacali Comunità locali Ambiente	Tutti gli indicatori GRI Certificazioni
Rapporti con il territorio	Aziende di RadiciGroup	Organismi di controllo e normatori Clienti Fornitori Istituti bancari Community Comunità locali Ambiente	Indicatori SO Case history relative ai rapporti con i territori. Case history sui Social Media (pagine Facebook locali) Sponsorship e liberalità

AMORE



RADICIGROUP E IL SUO CONTESTO ESTERNO ED INTERNO

IL CONTESTO ESTERNO

IL CONTESTO INTERNO

IL CONTESTO ECONOMICO DI RADICIGROUP - INDICATORI ECONOMICI (EC)

I PROGETTI DI RICERCA E SVILUPPO

LA MAPPATURA DEI RISCHI

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

INDICATORI RELATIVI AI DIRITTI UMANI (HR)

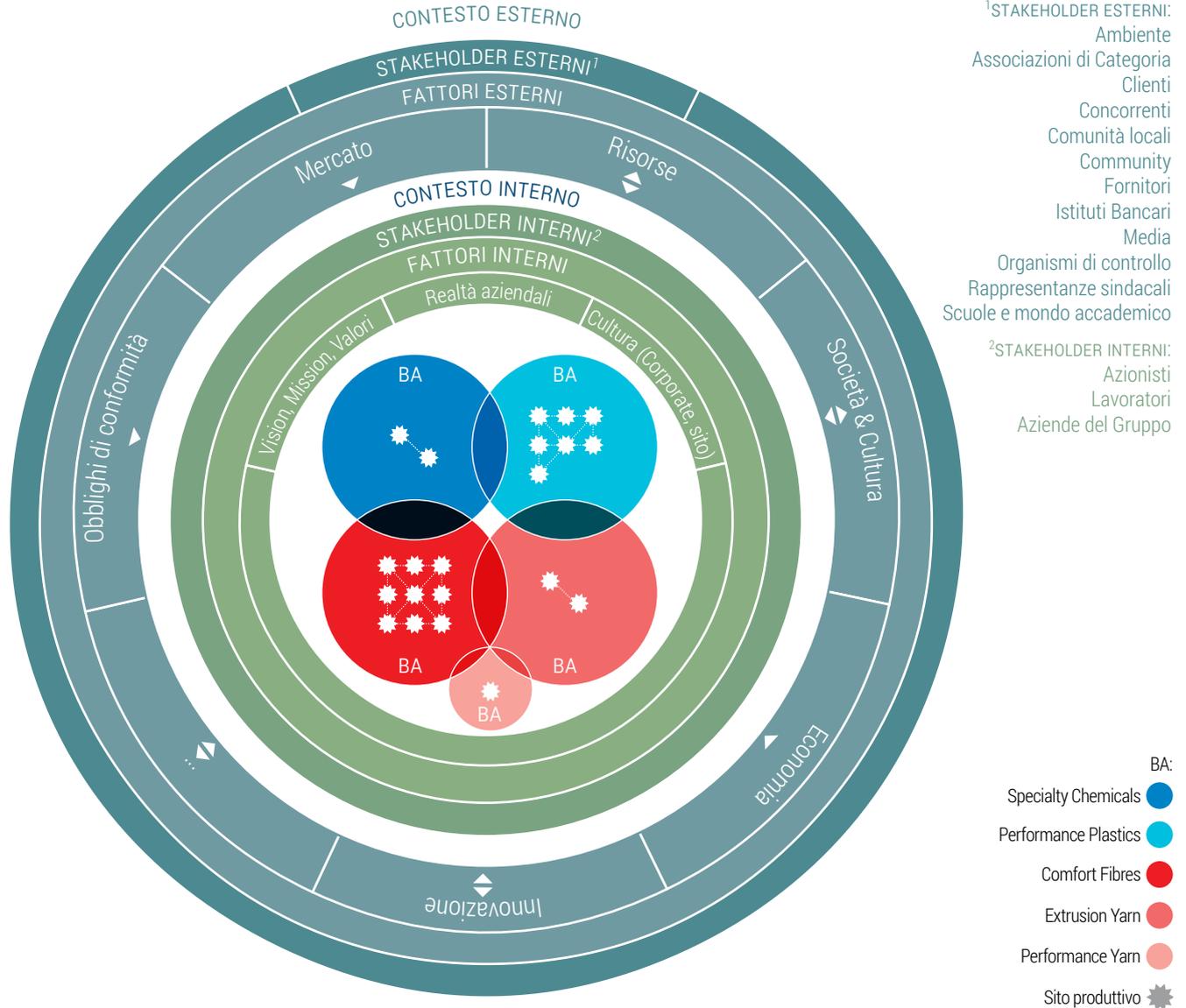
INDICATORI RELATIVI ALLA SOCIETA' (SO)

INDICATORI RELATIVI ALL'AMBIENTE (EN)

INDICATORI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO (PR)

DMA - La comprensione dell'organizzazione, del suo contesto interno ed esterno, dei suoi obiettivi e finalità sono fondamentali per la definizione di politiche di sviluppo

sostenibile a lungo termine in grado di garantire la profitabilità del Gruppo, di ciascuna delle sue Aziende e l'equilibrio con le esigenze degli Stakeholder interni ed esterni.



IL CONTESTO ESTERNO

I NUOVI TREND

I prodotti di RadiciGroup entrano nella realtà quotidiana in un numero di oggetti impressionante.

Dai componenti auto ai sedili, dall'abbigliamento di ogni tipologia alle tende, dai rivestimenti delle poltrone agli elettrodomestici di uso più comune. L'apporto del Gruppo è "invisibile", trattandosi di materie prime nella maggior parte dei casi, ma è essenziale per la realizzazione di questi oggetti, sebbene il consumatore finale ne sia talvolta inconsapevole.

Per questa ragione è forte l'attenzione del Gruppo ai trend di carattere economico e sociale, ai nuovi bisogni che, lungi dall'essere slegati dal business, lo alimentano con nuove opportunità e ne orientano le scelte strategiche in ottica di crescita sostenibile.

Gli andamenti economici vengono studiati e presidiati con attenzione da tutte le Funzioni di RadiciGroup che ne fanno la base per i piani di sviluppo e di investimento, come raccontato in questo Bilancio nei capitoli a seguire.

I trend sociali ed i nuovi bisogni vengono invece raccolti dal Gruppo attraverso una molteplicità di fonti. Si va dagli studi tradizionali ai social media, da una presenza sui territori aperta alle esigenze delle persone ad una rete commerciale capillare, da una partecipazione continuativa a convegni di carattere internazionale alla presenza in numerose Associazioni di categoria, al fondamentale dialogo con gli Stakeholder. Tutti questi elementi contribuiscono a creare una visione globale che permette al Gruppo un approccio strategico a tutto tondo nel contesto nel quale opera.

Una economia circolare ed una economia della condivisione, un nuovo concetto di qualità della vita, una grande attenzione ai cambiamenti climatici, una "dematerializzazione" del lavoro, l'invecchiamento della popolazione insieme alle forti spinte verso la crescita e i consumi dei paesi emergenti.

Tutte queste tendenze che emergono a livello mondiale entrano a far parte del lavoro quotidiano del Gruppo. La circolarità dell'economia si esplica attraverso i progetti di ecodesign e il particolare impegno per il riciclo e la riciclabilità raccontati in questo documento. Il contrasto ai cambiamenti climatici conseguenti alle emissioni e all'uso scorretto delle risorse viene descritto insieme agli indicatori ambientali.

La sfida dell'invecchiamento della popolazione occidentale trova un suo riscontro, e risposte, in molte delle Business Area di RadiciGroup che lavorano attivamente per la "lifelong employability" (ossia la possibilità di una carriera soddisfacente e profittevole nel corso di tutta la vita lavorativa presso RadiciGroup) dei Dipendenti.

Le esigenze di un diverso rapporto tra vita lavorativa e vita personale insieme alla dematerializzazione di molte attività manuali si rispecchiano in politiche di gestione e formazione che le Risorse Umane del Gruppo mettono in campo da qualche anno. Infine, la sfida dei nuovi mercati in crescita e delle loro esigenze viene raccolta attraverso nuovi prodotti a limitato impatto che coniugano sviluppo del business e sostenibilità.

LO SCENARIO ECONOMICO MONDIALE

Dalla Relazione degli Amministratori sull'andamento della gestione del bilancio consolidato di Radici Partecipazioni S.p.A. al 31 dicembre 2016

Nel corso del 2016 la crescita mondiale si è andata gradualmente rafforzando, non traducendosi però, come atteso, in una solida ripresa del commercio mondiale.

Nonostante gli effetti positivi che potranno ricadere sull'attività economica dall'attuazione di un programma di espansione fiscale da parte della nuova amministrazione statunitense, è emerso il rischio che la ripresa dell'economia globale possa essere frenata dal diffondersi di eventuali misure di restrizione commerciale, nonché da possibili turbolenze nelle economie emergenti associate alla normalizzazione della politica monetaria degli Stati Uniti e all'evoluzione dei tassi di cambio.

Nella seconda parte del 2016 è andata delineandosi una dinamica sostenuta dell'attività economica statunitense, grazie soprattutto al contributo delle esportazioni nette e della variazione delle scorte, mentre gli investimenti hanno continuato a ristagnare.

In Giappone il prodotto interno lordo ha rallentato risentendo della persistente debolezza di consumi e investimenti, mentre in Cina la crescita si è mantenuta stabile, continuando a beneficiare dell'espansione del credito e dell'incremento della spesa per infrastrutture. In India il prodotto interno lordo ha continuato ad espandersi a ritmi elevati a fronte di una dinamica assai modesta della produzione industriale, quando invece in Brasile la recessione è rimasta severa e il quadro congiunturale incerto, anche per la situazione politica ancora confusa.

In Russia, a seguito della ripresa dei corsi petroliferi, grazie all'accordo su un taglio della produzione, si è attenuata la flessione del prodotto, e si sono consolidate le prospettive per un ritorno alla crescita.

Nell'ultima parte dell'anno le quotazioni delle materie prime non energetiche sono aumentate, recuperando il calo registrato nei mesi estivi, periodo in cui erano ritornate sui livelli minimi toccati all'inizio del 2016.

Nell'area dell'Euro la crescita del prodotto è proseguita ad un ritmo moderato ma in graduale consolidamento, grazie alla spinta proveniente dalle componenti interne della domanda: il contributo della spesa delle famiglie, dei consumi delle Amministrazioni pubbliche e della variazione delle scorte si è rafforzato, mentre quello degli investimenti si è ridotto. I rischi di deflazione sono diminuiti, mentre l'inflazione, pur attestandosi su valori ancora bassi, è risalita in dicembre, cominciando a riflettere le condizioni monetarie espansive.

La precarietà sull'andamento dell'economia mondiale, in parte condizionata dalle tensioni geopolitiche, rappresenta il maggiore fattore di rischio per l'attività economica, oltre all'elevata incertezza sulle trattative che definiranno i nuovi rapporti commerciali tra Unione Europea e Regno Unito. L'economia italiana, dopo aver ristagnato nella prima parte del 2016, a partire dai mesi estivi è tornata a crescere; la ripresa è poi proseguita, pur a un ritmo

inferiore, sospinta dall'incremento degli investimenti e dall'aumento della spesa delle famiglie.

A un forte innalzamento del reddito disponibile si è associato un graduale incremento della propensione al risparmio, che nel 2015 si era attestato su livelli assai moderati. Le proiezioni per l'economia italiana indicano che l'attività economica nel 2017 dovrebbe essere sospinta dalla domanda interna e dal graduale rafforzamento di quella estera, beneficiando, tra l'altro, del deprezzamento del tasso di cambio dell'Euro nei confronti delle principali valute.

RADICIGROUP: CHI SIAMO

STANDARD DISCLOSURES G4-4

Con circa 3.000 Dipendenti e un fatturato consolidato di 946 milioni di Euro nel 2016, 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 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.

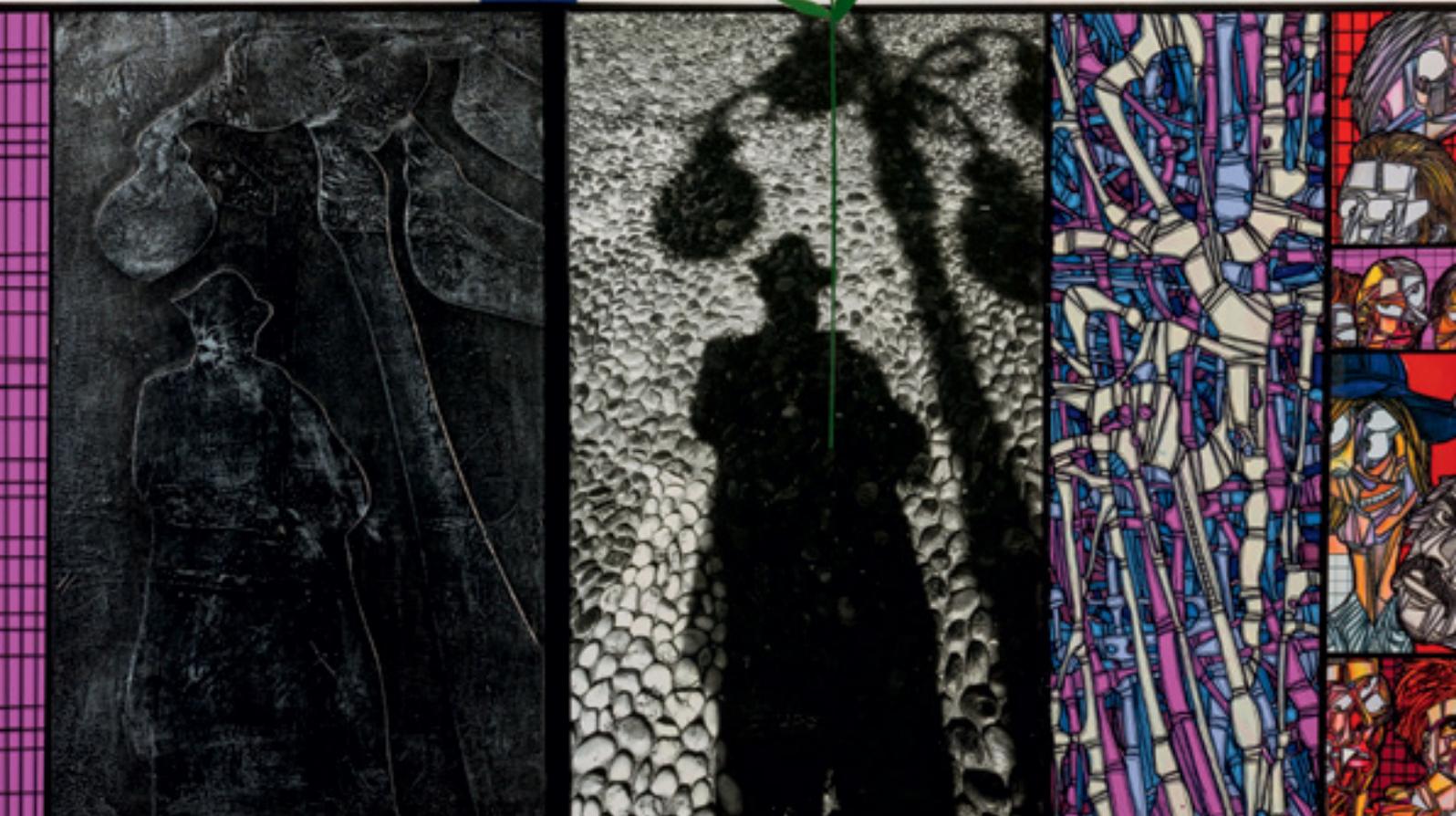
Caratteristica peculiare di RadiciGroup è l'integrazione nella filiera produttiva della poliammide. Un materiale che il Gruppo è in grado di produrre, lavorare e trasformare, offrendo così al mercato una vasta gamma di polimeri, tecnopolimeri, fibre sintetiche e non-tessuti. Integrazione nella filiera della poliammide, ma non solo. RadiciGroup è oggi un importante player anche nella produzione di fili di poliestere e di acrilico.

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 performance, innovazione, sostenibilità.

Per saperne di più: www.radicigroup.com

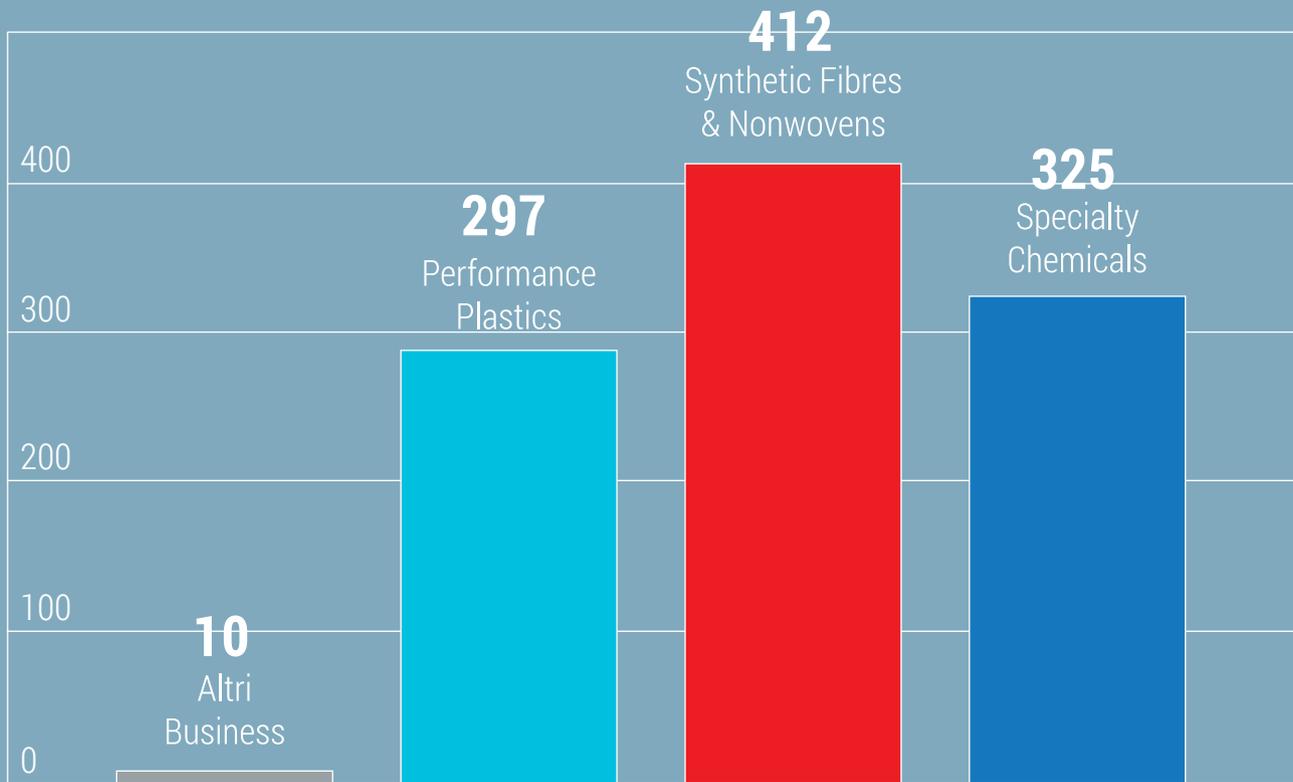


***È PIÙ FACILE GUARDAR
ALLA LIBERTÀ ALTRUI,
CHE SALVAGUARDAR LA
PROPRIA***



I NOSTRI NUMERI CHIAVE 2016

STANDARD DISCLOSURES G4-9



PERSONALE
2.964 DIPENDENTI

FATTURATO CONSOLIDATO
PER AREA DI BUSINESS 2016

(Milioni di Euro)

UNA PRESENZA GLOBALE

STANDARD DISCLOSURES G4-6

ASIA

Cina

- Shanghai
- Suzhou

India

- Nuova Delhi

AMERICA

Argentina

- Buenos Aires
- Rio Grande

Brasile

- Araçariquama
- São José dos Campos

Messico

- Ocotlán

USA

- Wadsworth

EUROPA

Francia

- Saint Priest

Italia

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

Germania

- Hamburg
- Lüneburg
- Selbitz
- Tröglitz

Olanda

- Born

Regno Unito

- Londra

Repubblica Ceca

- Podborany

Romania

- Savinesti

Spagna

- Barcellona

Svizzera

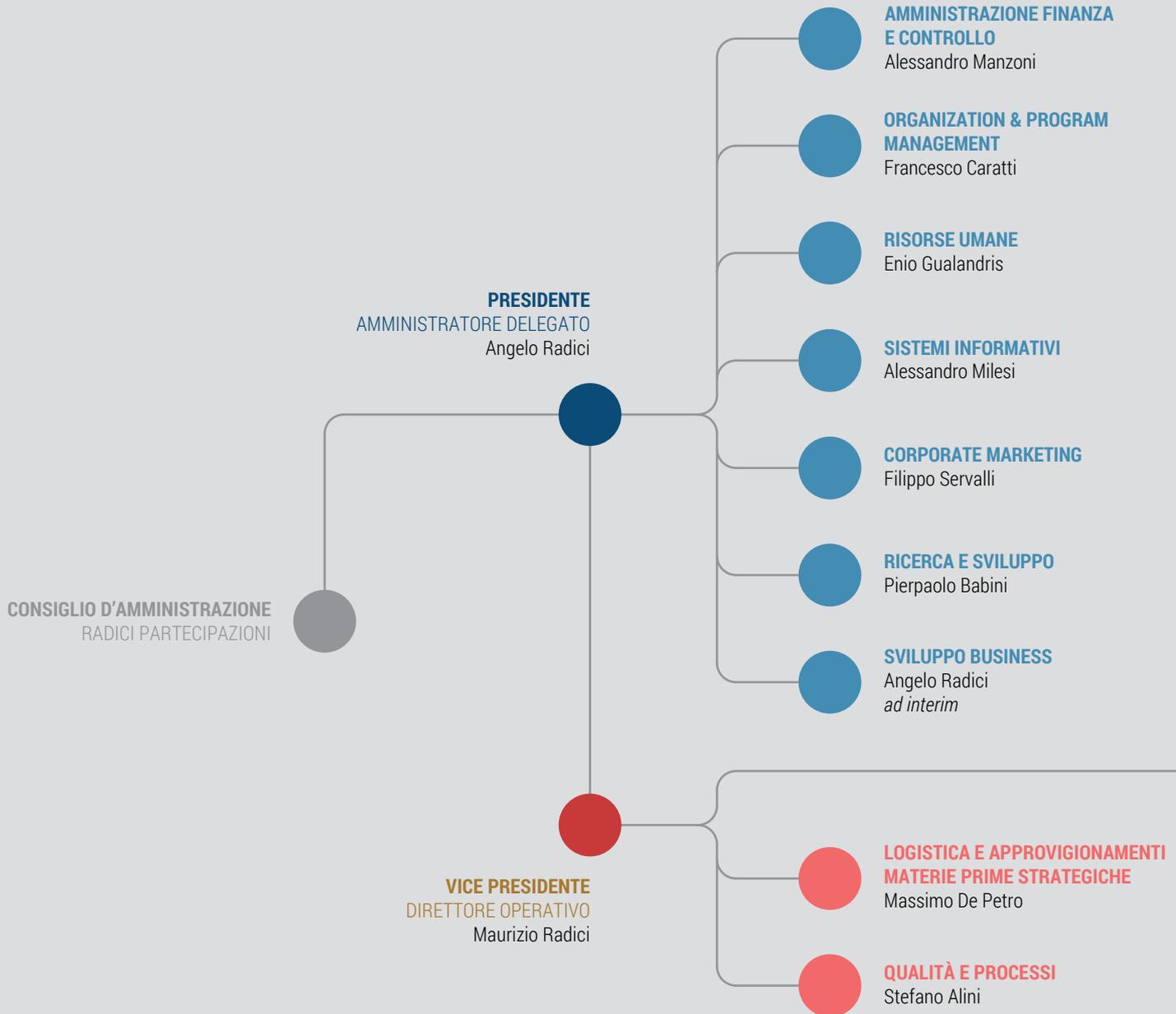
- Stabio

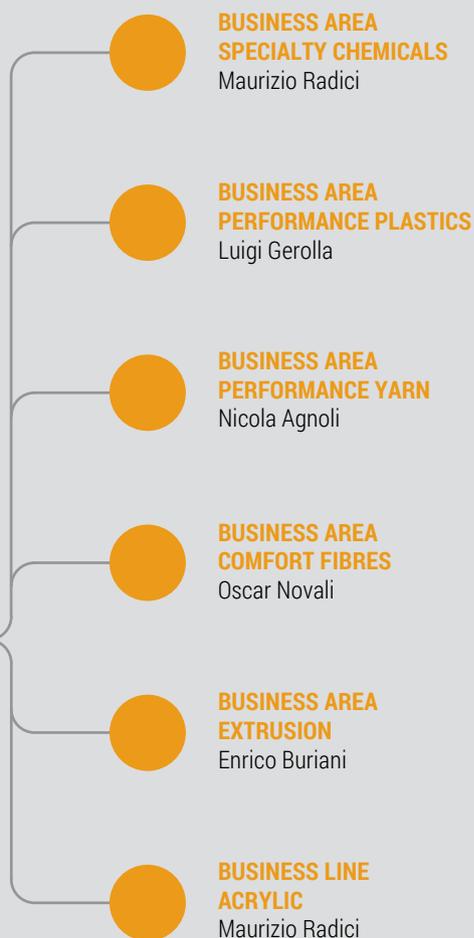
Ungheria

- Szentgotthard

- Sede Produttiva
- Sede Commerciale

ORGANIGRAMMA SOCIETARIO





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

I CLIENTI

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

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

Qui di seguito viene riportata una macro classificazione dei settori applicativi dei prodotti del Gruppo che può aiutare a comprendere in quali ambiti operino i Clienti.

STANDARD DISCLOSURES G4-8

PRODOTTI PER IL SETTORE ARREDAMENTO-EDILIZIA

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

PRODOTTI PER L'ABBIGLIAMENTO

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

PRODOTTI PER L'AUTO

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

PRODOTTI PER IL SETTORE INDUSTRIALE

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

PRODOTTI PER IL SETTORE SPORTIVO

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

LA SUPPLY CHAIN

STANDARD DISCLOSURES G4-12

I FORNITORI

come già indicato, l'attività delle aziende di RadiciGroup si focalizza sulla produzione di intermedi chimici per la poliammide, polimeri di poliammide, tecnopolimeri, filati di poliammide, poliestere, acrilico, poliolefine e non tessuti a base polipropilene.

Una realtà produttiva complessa, la cui supply chain, ramificata in Europa, America e Asia, si suddivide in due macro tronconi, da un lato le Materie Prime Strategiche e dall'altro tutti gli altri beni e servizi, siano essi materiali, trasporti, imballi o forniture di altro tipo. Il rapporto di fiducia che si instaura con la maggior parte dei Fornitori nel Gruppo, in particolare quelli di materie prime strategiche ed il fornitore di energia Geogreen, fa sì che si creino

sinergie per il superamento degli ostacoli e per la costruzione congiunta di una supply chain sostenibile.

La Funzione Purchasing & Logistics (che include le funzioni Strategic Raw Materials e Logistics&Procurement) vigila, come stabilito dalla procedura PR05 – Logistica e Approvvigionamento, sul rispetto delle specifiche di prodotto, delle cogenze, dei principi enunciati nel Codice di Condotta, e nella fattispecie su:

- 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.).

LE MATERIE PRIME STRATEGICHE

Le Materie Prime Strategiche, secondo la definizione di RadiciGroup, sono “le materie prime i cui costi e volumi incidono in maniera preponderante sui costi variabili del prodotto finito”.

Sono così descritte nella procedura “PR 04 - APPROVVIGIONAMENTO MATERIE PRIME STRATEGICHE” che ha lo scopo di definire le modalità di acquisto, ad esempio, di caprolattame, fenolo e adiponitrile per le Consociate di RadiciGroup.

La funzione Strategic Raw Materials è incaricata di garantire la regolarità degli approvvigionamenti e le migliori condizioni contrattuali possibili per le Aziende del Gruppo, valutando rischi e opportunità della catena di fornitura.

La Funzione Purchasing&Logistics stipula con i 70 Fornitori-chiave di materie prime strategiche contratti quadro, validi per i siti Europei di RadiciGroup, e vigila sul loro rispetto. Questi Supplier, che rappresentano approssimativamen-

te il 65% dei costi legati ai Fornitori, sono grossi gruppi industriali del settore chimico, prevalentemente basati in Europa. Sono produttori di intermedi della poliammide, di poliestere, di polipropilene e di polietilene, le materie prime utilizzate per tutte le produzioni chiave di RadiciGroup.

STANDARD DISCLOSURES G4-13

Nell'anno di rendicontazione non si sono verificati, relativamente a questi Fornitori, cambi di assetti societari che abbiano influenzato in maniera significativa l'andamento dei business di RadiciGroup.

GLI ALTRI BENI E SERVIZI

Considerata la complessità di RadiciGroup e la diversificazione produttiva delle Aziende, si può comprendere quanto sia complesso descrivere i beni e servizi che non rientrano nella definizione di Materie Prime Strategiche. La dimensione dei Fornitori è, in questo caso, estremamente diversificata. Si va da multinazionali che si occupano di logistica e trasporti ad aziende familiari che curano, ad esempio, il servizio mensa nei siti produttivi. Molti di questi Fornitori, soprattutto se legati a specifiche necessità dei siti, sono di carattere locale.

Una categorizzazione possibile è quella indicata a seguire, che vede come seconda voce di importanza per fatturato, dopo le materie prime, le manutenzioni e utilities, seguita dalla voce legata a trasporti e imballi.

La funzione corporate Logistics&Procurement si occupa di queste forniture con l'obiettivo di implementarne, laddove opportuno, acquisiti centralizzati, come nel caso dei trasporti ferroviari o degli imballi.

Inoltre la funzione seleziona e valuta i Fornitori relazionandosi, nel Gruppo, con i diversi uffici acquisti. Questi ultimi, a loro volta, interagiscono con i Fornitori più strettamente legati alle loro esigenze, secondo quanto stabilito dalla procedura “PR 05 - LOGISTICA E APPROVVIGIONAMENTO”. Una menzione particolare è posta nella

procedura affinché, insieme alla conformità alle specifiche contrattuali, alla qualità e alla competitività, i Fornitori siano anche sensibili alle tematiche della sostenibilità.

Importante elemento di tutela aggiuntivo applicato dall'area legata alle materie plastiche di RadiciGroup nei confronti della propria supply chain è l'invio ai Fornitori di 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 aver verificato quanto dichiarato nel questionario, i prodotti vengono effettivamente usati nei siti.

RIPARTIZIONE DELLE TIPOLOGIE DI FORNITORI DI RADICIGROUP IN BASE AL FATTURATO

MATERIE PRIME STRATEGICHE	fra 470 e 500 milioni di Euro
IMBALLI+TRASPORTI	circa 53 milioni di Euro
MANUTENZIONI + UTILITIES	circa 113 milioni di Euro
ALTRI	circa 55 milioni di Euro

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI DI RADICIGROUP IN BASE AL FATTURATO

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

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

IL FORNITORE-PARTNER GEOENERGIE

Per quanto concerne la fornitura di energia elettrica per tutti i siti italiani, un ruolo chiave è giocato dal Gruppo Geogreen, fornitore partner di RadiciGroup, appartenente alla famiglia Radici pur non essendo controllato dalla Holding Radici Partecipazioni.

Gli indicatori relativi all'energia per i siti italiani in questo Bilancio sono elaborati proprio sulla base dei dati di Geogreen, che li fornisce attraverso le società controllate Geoenergie e Geogreen.

Geoenergie, azienda italiana nata nel 2000 come fornitore unico di energia per RadiciGroup, è in grado di offrire un sistema integrato di prodotti e di servizi: dalla fornitura di energia elettrica e di gas naturale, alla produzione di energia idroelettrica e termoelettrica da impianti di cogenerazione, allo sviluppo di attività specifiche nel settore delle energie rinnovabili.

Grazie alla centrale di cogenerazione Novel di Novara, Geogreen dispone di circa 350 GWh prodotti in assetto cogenerativo che consentono di fornire vapore a Radici Chimica e permettono a quest'ultima il raggiungimento dei migliori standard di efficienza grazie alla cogenerazione ad elevato rendimento.

Attraverso la controllata Geogreen, inoltre, dispone di una produzione idroelettrica annuale di circa 60 GWh, garantita da 5 impianti idroelettrici che si trovano in Piemonte (Centrale Coldimosso) e Lombardia (Centrali di Campignano, Cunella, Lenna e Molino Nuovo). La produzione di energia rinnovabile complessiva da parte di queste centrali è notevole. Corrisponde al consumo annuo di una città di 70.000 abitanti e consente di evitare l'emissione in atmosfera di 30.000 tonnellate di CO2.

Attraverso la sua produzione Geoenergie può così soddisfare il fabbisogno di energia elettrica di tutti gli stabilimenti italiani di RadiciGroup e garantire un mix produttivo ottimale dal punto di vista della sostenibilità. Utilizzando il sistema di annullamento di Garanzie di Origine GO gestito da GSE (Gestore dei Servizi Energetici), Geoenergie certifica la provenienza da impianti rinnovabili (small hydro)

dell'energia consumata. In particolare, per RadiciGroup certifica i consumi di energia relativi ai processi di polimerizzazione e quelli complessivi della Business Area (BA) Performace Plastics.

Geogreen opera inoltre secondo i più avanzati standard di sostenibilità. Innanzitutto grazie al monitoraggio scrupoloso ed in tempo reale di tutti i parametri delle proprie derivazioni idroelettriche, fatto che consente di cogliere immediatamente eventuali anomalie e di intervenire con prontezza. Inoltre, esplica la propria attenzione alla biodiversità, oltre che attraverso il rispetto di tutte le norme vigenti in materia, anche attraverso una collaborazione col Dipartimento di Scienze dell'Ambiente dell'università Bicocca.

Nell'ambito di questo progetto Geogreen ha partecipato ad una speciale sperimentazione, della durata di cinque anni, relativa al Fiume Serio. Questo corso d'acqua è fondamentale per le attività produttive di alcune grandi aziende di RadiciGroup, oltre ad essere elemento chiave per l'equilibrio naturalistico della valle che prende il suo nome, la Valseriana.

Geogreen ha collaborato con l'Università per la rilevazione e l'analisi dei principali indicatori biologici e chimico fisici, con una particolare attenzione all'ittiofauna, ai fini della corretta determinazione del deflusso minimo vitale del Serio. I risultati della sperimentazione, ad oggi oggetto di valutazione da parte della Regione Lombardia, sono attesi nel 2017.

In considerazione della vicinanza dei propri impianti ad alcuni centri abitati della Valseriana, Geogreen, autonomamente o in collaborazione con RadiciGroup, promuove visite guidate alle centrali per le scolaresche e gli abitanti del territorio. E' inoltre aperta al dialogo e partecipa ad incontri pubblici per diffondere la conoscenza sull'utilizzo sostenibile dell'acqua.

Per saperne di più: www.geogreen.it

GLI STAKEHOLDER ESTERNI

MAPPATURA DEL CONTESTO DI RADICIGROUP IN RELAZIONE ALLE ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER E RISCHI CONNESSI
STANDARD DISCLOSURES G4-26

Tabella 4

STAKEHOLDER	LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER	RISPOSTA DI RADICIGROUP	RISCHI PER RADICIGROUP*
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti e/o servizi conformi alle aspettative • Correttezza e trasparenza dei rapporti • Collaborazione e vicinanza • R&D congiunti • Consulenza sui bisogni del mercato finale, sul problem solving globale e sugli obblighi di conformità 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Offerta non solo di prodotti ma anche di soluzioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Reclami (RO) • Non solvibilità (RF) • Perdita del Cliente (RO + RF) • Inefficace strategia congiunta di MKT-R&D (RO) • Rischio Reputazionale (RR) • Rischio di Filiera per scomparsa mercato (RO)
CONCORRENTI	<ul style="list-style-type: none"> • Correttezza e trasparenza dei rapporti • Concorrenza leale • Sviluppo congiunto di settori applicativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Attuazione di principi correttezza del Codice Etico • Attuazione di Vision, Mission e Valori di RadiciGroup • Ricerca e sviluppo per prodotti e business più competitivi 	<ul style="list-style-type: none"> • Perdita quote di mercato (RO + RF) • Inefficace strategia congiunta di MKT-R&D e sistemi di gestione (RO) • Rischio Reputazionale (RR)
FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> • Profitto • Stabilità della relazione • Correttezza e trasparenza dei rapporti • Solvibilità di RadiciGroup • Condivisione progetti (esempio: codice di condotta) 	<ul style="list-style-type: none"> • Codice di Condotta dei Fornitori • Procedure di approvvigionamento • Linee guida sui pagamenti 	<ul style="list-style-type: none"> • 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) • Rischio Reputazionale (RR)

MITIGAZIONE DEL RISCHIO	OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione e assistenza tecnica globali • Gestione dei reclami • Gestione fidi su tutti i Clienti • Attività di Controlling • Attività di Marketing strategico e operativo • Attività di R&D • Attività CRM • Fidelizzazione Clienti • Ricerca nuovi Clienti • Attività di Customer Satisfaction • Monitoraggio delle filiere 	<ul style="list-style-type: none"> • Leadership di mercato • Reputazione • Fidelizzazione • Continuità e profittabilità del business • Conquista di nuovi mercati 	<ul style="list-style-type: none"> • Network e incontri di business • Condivisione delle conoscenze • Partnership e sviluppi congiunti • Comunicazione • Eventi ad hoc e fiere
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di Marketing strategico e operativo • Attività di R&D • Attività CRM • Fidelizzazione Clienti • Ricerca nuovi Clienti • Attività di Customer Satisfaction 	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione attraverso le • Associazioni di categoria per la salvaguardia del mercato. • Innovazioni di settore • Reputazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Network e incontri di business • Incontri associativi • Comunicazione
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di Business Continuity • Attività di Controlling • Codice di Condotta dei Fornitori • Procedure di approvvigionamento • Attività di vigilanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione • Business continuity • Sinergia • Sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> • Network e incontri di business • Condivisione delle conoscenze • Partnership • Sottoscrizione Codice etico • Comunicazione

Tabella 4

STAKEHOLDER	LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER	RISPOSTA DI RADICIGROUP	RISCHI PER RADICIGROUP*
ISTITUTI BANCARI	<ul style="list-style-type: none"> • Profitto • Stabilità della relazione • Correttezza e trasparenza nei rapporti • Solvibilità di RadiciGroup 	<ul style="list-style-type: none"> • Politiche, piani economico/ finanziari accorti a breve e medio termine • Rendicontazione economico / finanziaria chiara e conforme alla legislazione • Certificazione bilanci da parte terza • Politiche di riduzione dell'indebitamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento dei tassi di interesse (RF) • Mancato finanziamento (RF) • Fallimento Istituto Finanziario (RF)
RAPPRESENTANZE SINDACALI	<ul style="list-style-type: none"> • Libertà di associazione • Dialogo • Fiducia • Collaborazione • Piani di comunicazione interna 	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto delle Cogenze • Codice Etico di RadiciGroup • Presenza Organizzazioni sindacali 	<ul style="list-style-type: none"> • Scioperi (RO) • Rischio reputazionale (RR) • Azioni legali (RO + RF + RR)
COMUNITÀ LOCALI	<ul style="list-style-type: none"> • Tutela ambiente e sicurezza • Politiche occupazionali attente al territorio (risorse locali, con disabilità, giovani, ecc.) • Sostegno economico e sociale • Trasparenza e comunicazione • Leadership per la formazione delle risorse locali 	<ul style="list-style-type: none"> • Politiche ambientali e responsabile medio e lungo termine • Politiche occupazionali attente alle risorse del territorio • Bilancio di Sostenibilità e comunicazione costante • Marketing Sociale e Filantropico 	<ul style="list-style-type: none"> • Rischi ambientali (RP) • Rischi di salute e sicurezza (RP) • Riduzione occupazione sul territorio (RP) • Rischio degrado contesto sociale (RP) • Rischio reputazionale (RR)
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione • Fiducia • Input di innovazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogo e partecipazione • Trasparenza e comunicazione • Formazione e informazione • Condivisione delle conoscenze ed esperienze 	<ul style="list-style-type: none"> • Rischio di subire decisioni non condivise (RO) • Impoverimento del network e perdita di capacità di lobbying (RR) • Rischio reputazionale (es. organizzazioni di attivisti) (RR) • Rischio Reputazionale (RR)
MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Chiarezza • Trasparenza • Relazione costante • Fiducia reciproca 	<ul style="list-style-type: none"> • Politiche di MKT e comunicazione di RadiciGroup 	<ul style="list-style-type: none"> • Rischio reputazionale per mancata informazione o per diffusione di informazioni forvianti (RR)

MITIGAZIONE DEL RISCHIO	OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
<ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione diretta e continua con gli Istituti bancari • Politiche e piani volti a rafforzare la solidità patrimoniale e reputazionale di RadiciGroup • Attività di Controlling • Attività di reperimento finanziamenti con i migliori tassi • Attenta vigilanza sugli Istituti bancari 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione • Fiducia • Business continuity 	<ul style="list-style-type: none"> • Network e incontri di business • Condivisione delle informazioni • Partnership • Comunicazione
<ul style="list-style-type: none"> • Concertazione • Progetti congiunti • Azioni legali 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione • Clima aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> • Incontri e dialogo • Concertazione • Sviluppo di progetti condivisi • Comunicazione
<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto delle Cogenze • Politiche di RadiciGroup for Sustainability e sistemi di gestione integrata. • Attuazione delle politiche occupazionali di RadiciGroup • Coltivazioni relazione con il territorio (es. Fabbriche aperte) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione • Supporto reciproco • Bacino professionale locale 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione • Eventi ad hoc • Attività previste dal Bilancio di sostenibilità
<ul style="list-style-type: none"> • Presenza attiva rappresentante RadiciGroup nelle associazioni nel ruolo di influencer. • Comunicazione trasparente dei risultati di Sostenibilità: GRI, PCR, EPD, LCA, ecc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione • Attività di lobby 	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione alle attività e ai processi decisionali • Comunicazione
<ul style="list-style-type: none"> • Attività costante delle funzioni corporate e di BU dedicate alla comunicazione verso i media 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di ufficio stampa • Presenza attiva nei social media • Coinvolgimento nelle iniziative

Tabella 4

STAKEHOLDER	LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER	RISPOSTA DI RADICIGROUP	RISCHI PER RADICIGROUP*
SCUOLE E MONDO ACCADEMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Condivisione della conoscenza • Opportunità occupazionali • Sostegno 	<ul style="list-style-type: none"> • Stage • Giornate formative • Sponsorship 	<ul style="list-style-type: none"> • Disallineamento delle competenze offerte vs competenze richieste da RadiciGroup (RO) • Rischio Reputazionale (RR)
COMMUNITY	<ul style="list-style-type: none"> • Un mondo migliore • Soddisfacimento dei propri bisogni 	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo Sostenibile 	<ul style="list-style-type: none"> • Rischi legati al Mercato (RS) • Rischio Reputazionale (RR)
AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Continuità • Protezione • Rispetto • Equilibrio 	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo Sostenibile 	<ul style="list-style-type: none"> • Mancanza Materia Prima (RO) • Eventi catastrofici (RP)
ORGANISMI DI CONTROLLO	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto delle cogenze e degli obblighi di conformità 	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto delle cogenze e degli obblighi di conformità 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanzioni (RO) • Sequestro e chiusura impianti (RO + RR) • Sentenze e condanne (RO) • Rischio Reputazionale (RR)

*** LEGENDA**

RR - RISCHIO REPUTAZIONALE
 RO - RISCHIO OPERATIVO
 RP - RISCHIO PURO
 RS - RISCHIO STRATEGICO
 RF - RISCHIO FINANZIARIO

	MITIGAZIONE DEL RISCHIO	OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
	<ul style="list-style-type: none"> • Rapporti consolidati con Scuole e Atenei • Progetti congiunti di R&D (PR07) • Assunzione e formazione di stagisti e di neo laureati 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputazione • Bacino di competenze e professionalità 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività ad hoc • Career day • Collaborazione (formazione e selezione dei profili) • Comunicazione
	<ul style="list-style-type: none"> • Attenzione • Conoscenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovazione • Nuovi mercati 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione • Dialogo • Network e incontri di business • CSR (GRI)
	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto cogenze • Attività di prevenzione • Piani e azioni volontarie di tutela e salvaguardia 	<ul style="list-style-type: none"> • Business Continuity • Nuovi Mercati 	<ul style="list-style-type: none"> • Buone Pratiche socio ambientali (piantumazione, riduzione uso risorse, abbattimento emissioni, ecc.)
	<ul style="list-style-type: none"> • Adozione dei Sistemi di gestione Certificati • Attività di prevenzione • Modello organizzativo 231 	<ul style="list-style-type: none"> • Business Continuity • Miglioramento continuo dei sistemi di gestione • Saving • Solidità reputazionale • Innovazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione • Condivisione e collaborazione • Trasparenza delle informazioni

I PROGETTI DI ENGAGEMENT DEGLI STAKEHOLDER

TUTTI GLI STAKEHOLDER (ESTERNI ED INTERNI)

Focus su: una informazione tempestiva, affidabile, trasparente e facilmente fruibile per tutti gli Stakeholder

Fondamentale elemento di engagement anche nel 2016 è stata la comunicazione che si è concretizzata attraverso i due grandi filoni dei media tradizionali e dei social media. Elementi caratterizzanti dell'anno sono stati la tempestività, la trasparenza e una crescente attenzione alle realtà territoriali delle Aziende.

I MEDIA

Le newsletter di RadiciGroup raggiungono, attraverso la posta elettronica, oltre 9000 utenti interni ed esterni al Gruppo, contraddistinguendosi così, insieme al sito web, come il principale strumento di comunicazione del Gruppo. Nel 2016, principali argomenti trattati sono stati le novità di prodotto (con focus sulla sostenibilità dei materiali RadiciGroup), la partecipazione a fiere o convegni, i traguardi raggiunti dalle Aziende o la partecipazione del Gruppo ad iniziative culturali o aggregative.

Per quanto riguarda i giornali e le riviste di settore, il costante lavoro dell'ufficio stampa - con i circa 300 interlocutori nell'area chimico-plastica e i 200 nel settore delle fibre - ha fatto sì che anche nel 2016 le principali testate mondiali potessero conoscere in tempo reale i fatti di rilievo del Gruppo attraverso newsletter e comunicati stampa.

La presenza sul sito web di tutte le news aggiornate e la possibilità di accedere facilmente anche all'archivio di notizie passate è stata garanzia di ulteriore trasparenza nella comunicazione di RadiciGroup.

Sul fronte dei media locali e generalisti, in ottica di una migliore comprensione dei contesti operativi e socio-culturali in cui operano le Aziende, sono state intraprese

azioni per la creazione o il rafforzamento dei contatti. Primo segnale, già nel 2016, la produzione di materiali redazionali in un numero crescente di lingue, per garantire un'informazione tempestiva e facilmente fruibile al maggior numero di utenti possibili. Infine, con l'obiettivo di ampliare ulteriormente lo spettro comunicativo di RadiciGroup, sempre a partire dal 2016, si è dedicata una particolare attenzione a notizie riguardanti specifiche iniziative nei siti produttivi.

Visite delle scolaresche, eventi culturali o aggregativi, corsi di formazione dei Lavoratori hanno occupato un posto di rilievo nella rassegna stampa di RadiciGroup con il duplice obiettivo di rinsaldare i rapporti tra il Gruppo ed i suoi Dipendenti e rendere le Comunità locali partecipi di alcuni aspetti della "vita aziendale".

I SOCIAL MEDIA

Altrettanto importanti nel panorama comunicativo del Gruppo sono stati i social media, in particolare LinkedIn, Facebook e Twitter. La particolare natura dei social media, che consente una interattività immediata, ha fatto sì che fossero strumenti privilegiati di dialogo con tutti gli interlocutori sociali anche nel 2016. L'analisi dei risultati ottenuti ha permesso di capire poi come affinare l'approccio per una efficacia ancora maggiore del dialogo con gli Stakeholder.

Per quanto riguarda LinkedIn, il canale sociale dedicato al business, il 2016 ha fatto segnare una crescita dell'engagement che si è manifestata attraverso un numero crescente di "mi piace", di condivisioni e di commenti.

La pubblicazione regolare dei post nel corso dell'anno ha, da un lato mantenuta alta l'attenzione dei "follower" (sono circa 11.000 al giugno 2017), e dall'altro ha garantito un flusso comunicativo e informativo equilibrato, permettendo a chi segue il canale di essere costantemente informato su quanto accade nel Gruppo.

TUTTI GLI STAKEHOLDER, IN PARTICOLARE
RAPPRESENTANZE SINDACALI, COMUNITA'
LOCALI, FORNITORI
STANDARD DISCLOSURES G4-27

Focus su: una informazione multicanale del Bilancio di Sostenibilità, una consultazione diretta su alcune tematiche contenute nel documento.

La presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2015

In occasione della presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2015, alcuni interlocutori sociali esterni di RadiciGroup sono stati invitati a prendere parte ad una consultazione diretta sui contenuti dello Schema di Mappatura degli Stakeholder.

In particolare, hanno partecipato all'iniziativa alcuni Rappresentanti Sindacali, Esponenti delle Comunità locali in cui si trovano le aziende del Gruppo (Sindaci) ed alcuni Fornitori.

Tutto il personale commerciale e di assistenza tecnica di RadiciGroup Italia insieme ai BA manager ha invece considerato l'analisi relativa ai Clienti.

Il risultato dell'incontro è stato estremamente interessante. I partecipanti hanno in parte validato quanto presente nello schema e in parte suggerito variazioni, soprattutto relativamente alle legittime aspettative, ai rischi e alle modalità di coinvolgimento messe in atto dal Gruppo.

I commenti e le indicazioni più significative sono entrati come parte integrante della matrice relativa agli Stakeholder.

Numerosi progetti e azioni di engagement nei confronti di questi interlocutori sono stati portati avanti nel 2016, con risultati apprezzabili che verranno raccontati nel report.

I PROGETTI DI ENGAGEMENT DEGLI STAKEHOLDER ESTERNI

LE COMMUNITY

Focus su: la sensibilizzazione delle fasce più giovani della popolazione ai temi della sostenibilità ambientale e sociale

Il Progetto Global Young Voices

Nel 2016 RadiciGroup è entrato in contatto con Global Young Voices, associazione internazionale che raccoglie millennial attivi nel campo della sostenibilità, il cui scopo è la coltivazione della consapevolezza sui temi ambientali e sociali nei giovani di tutto il mondo, principalmente attraverso l'uso dei canali sociali.

Grazie alla collaborazione con GYV, RadiciGroup ha potuto così raggiungere i più giovani, in ogni nazione, contribuendo ad informarli su numerosi temi non strettamente legati ai propri business, ma altamente rilevanti dal punto di vista della sostenibilità.

Un breve video, per catturare l'attenzione del pubblico è stato seguito da un articolo di approfondimento.

Dalla fast fashion alla questione dei migranti in Europa, dall'inquinamento atmosferico in Cina a progetti di cooperazione volti al reinserimento sociale di persone in difficoltà in Sudafrica. I "contributor" di GYV coinvolti nel progetto hanno portato così il loro particolare punto di vista ai coetanei su numerosi temi di carattere internazionale.

Si è trattato di una forma di Stakeholder engagement rivolta alle Community mai sperimentata prima nel Gruppo. I buoni risultati ottenuti, con visualizzazioni di ogni singolo articolo che sono andate da un minimo di 2.300 ad oltre 15.000, hanno comprovato l'efficacia del progetto e l'interesse suscitato dalle tematiche scelte.

La fase 1 del progetto, conclusasi nei primi mesi del 2017, è stata propedeutica alla seconda fase. Quest'ulti-

ma vede l'attenzione dei contributor concentrarsi su altri temi caldi del momento: il riciclo, la riciclabilità e l'economia circolare visti dai ragazzi di alcuni paesi del mondo dove RadiciGroup si trova ad operare.

Per saperne di più:

<http://www.globalyoungvoices.com/about/>

<http://www.globalyoungvoices.com/sustainability-articles>

LE COMUNITA' LOCALI

Focus su: coinvolgimento delle Comunità locali, e dei Lavoratori che ne fanno parte, nella vita aziendale.

Focus su: segnalazione di eventi di interesse per le Comunità locali

La pagina Facebook Italia

Facebook Italia, canale votato alla relazione con i territori ed i Lavoratori lanciato nel dicembre 2015, ha mostrato risultati che hanno fornito lo spunto per valutazioni interessanti. Nel 2016 i circa 20 post mensili di questo canale hanno riguardato principalmente iniziative culturali, sportive o di aggregazione di possibile interesse per i Lavoratori italiani del Gruppo, ad esempio raccontando con gallerie fotografiche i momenti salienti del progetto WHP (Workplace Health Promotion).

Grazie al monitoraggio dei post, è stato possibile comprendere che un primo livello di engagement è stato raggiunto. Gli utenti hanno messo un numero crescente di "mi piace" alle pagine. Hanno inoltre "condiviso" talvolta i contenuti, rendendoli disponibili alla propria rete di contatti, oppure hanno inviato scatti personali affinché fossero inseriti negli album fotografici degli eventi.

L'analisi dei dati relativi a questo canale ha permesso poi di fotografare l'utente-tipo della pagina Facebook Italia, identificandone l'età (nella fascia 25-44) e la provenienza geografica, che, in linea con le aspettative, si è rivelata l'area di Bergamo e provincia dove sono collocate le principali aziende italiane di RadiciGroup, con l'eccezione di Radici Chimica. Proprio per favorire un coinvolgimento delle persone di quest'ultima azienda, a partire dal 2017

anche le iniziative dell'area di Novara sono state promosse attraverso il canale Facebook Italia con modalità analoghe.

Prossimi obiettivi, oltre al mantenimento del livello di coinvolgimento raggiunto, anche il progressivo sviluppo di altre pagine Facebook territoriali.

PROFILO FACEBOOK ITALIA

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

"GLIMPSES"

Attraverso il racconto per immagini RadiciGroup presenta alcuni temi chiave del Report 2015 a tutti i suoi Stakeholder

Dal 2003 RadiciGroup rendiconta la propria attività attraverso dati numerici e risultati sul fronte della sostenibilità economica, sociale e ambientale. Per essere ancora più efficace nella comunicazione dei traguardi raggiunti e trasparente nel delineare nuovi obiettivi sul fronte dello sviluppo sostenibile, nel 2016 il Gruppo si è avvalso anche dello strumento video. Oltre al video messaggio del presidente Angelo Radici che ha accompagnato la presentazione ufficiale del Rapporto di Sostenibilità 2015, sono state girate tre clip denominate Glimpses (sguardi) - dedicate ad altrettanti temi raccontati in dettaglio nel Bilancio di Sostenibilità (supply chain sostenibile, utilizzo delle risorse idriche e certificazione ISO 9001:2015 della Holding). Il linguaggio visivo e l'evocatività delle immagini, accompagnate da testi essenziali, sono stati pensati per convogliare al maggior numero possibile di Stakeholder informazioni chiave, fornendo con immediatezza un quadro delle attività e dei risultati ottenuti da RadiciGroup.

Per vedere "Glimpses":

<http://www.radicigroup.com/it/news-media/video>

I FORNITORI

Focus su: la creazione di una supply chain sostenibile
STANDARD DISCLOSURES G4-37

Il codice di Condotta dei Fornitori

Il progetto del Codice di Condotta dei Fornitori, voluto dal Comitato Etico di RadiciGroup su sollecitazione del Gruppo di Coordinamento GRI nel 2015, è stato realizzato in collaborazione con la funzione Purchasing&Logistics.

L'incontro di Stakeholder engagement avvenuto nel novembre 2016, in occasione della presentazione del Bilancio di Sostenibilità, ha costituito la presentazione in anteprima del progetto alla rappresentanza di Fornitori presenti. Questi ultimi hanno espresso apprezzamento per il progetto, rinnovando la propria disponibilità alla collaborazione per una supply chain sostenibile.

Il Codice di Condotta dei Fornitori, approvato dal CDA di Radici Partecipazioni, è stato finalizzato nel 2016 e diffuso nei primi mesi del 2017 con la collaborazione degli Uffici Acquisti del Gruppo. Inviato a circa 350 Fornitori (materie prime strategiche e non) oggi il codice ha raggiunto una buona diffusione nella supply chain di RadiciGroup. Contestualmente all'invio, è stato chiesto ai Supplier, qualora fossero in possesso di un analogo documento proprio, di condividerlo con RadiciGroup che desidera così confrontarsi con i propri Stakeholder e conoscere le best practice nella catena di fornitura.

Circa una sessantina dei Fornitori ha voluto condividere il proprio codice etico o di condotta con RadiciGroup.

Il Codice contiene gli impegni morali che il Gruppo si assume, e chiede ai propri Fornitori di assumersi, in merito alle corrette pratiche commerciali, al rispetto dei diritti umani, alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, al rispetto della sicurezza, alla ricerca finalizzata a prodotti e servizi a limitato impatto ambientale.

Per garantirne la massima fruibilità, il documento è stato pubblicato sul sito web di RadiciGroup in tutte le lingue di riferimento del Gruppo ed è visibile qui:

<http://www.radicigroup.com/it/sostenibilita/principi-etici/codici-condotta>

In ottica di trasparenza, il documento contiene un indirizzo e-mail legato al Comitato Etico di RadiciGroup al quale

i Fornitori si possono rivolgere per segnalare eventuali comportamenti non conformi al Codice di Condotta stesso messi in atto dai Dipendenti del Gruppo.

I CLIENTI

Focus su: conoscenza delle esigenze e delle motivazioni dei Clienti

Focus su: il miglioramento continuo
INDICATORE G4-PR5

L'INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION

Insieme alla relazione quotidiana con la rete commerciale, l'indagine di Customer Satisfaction, continua ad essere una modalità fondamentale di engagement che permette ai Clienti di "dialogare" direttamente con RadiciGroup.

Consente inoltre al Gruppo di comprendere le loro esigenze e di monitorare la sensibilità nei confronti di alcuni temi, tra cui la sostenibilità.

Costituisce infine un efficace strumento di miglioramento continuo. Gli input forniti dai Clienti nelle indagini biennali, siano essi in termini di fatturato rispetto alla concorrenza o di valutazione dei servizi offerti dal Gruppo, vengono combinati con i KPI di processo valutati trimestralmente dai vertici di RadiciGroup. Insieme danno il via ad una accurata analisi delle criticità e a piani di miglioramento in ogni area di Business.

Nel 2016 l'indagine è stata gestita nuovamente attraverso un questionario on line che ha coinvolto circa 1450 Clienti in tutto il mondo, scelti sulla base del fatturato e dell'importanza strategica. Hanno risposto alla survey circa il 30% dei contatti, fatto che rende l'analisi pienamente significativa. La percentuale di risposte è in linea con la media delle edizioni precedenti.

Agli intervistati è stato chiesto, come di consueto, di esprimere la propria valutazione utilizzando un punteggio da 1 (voto minimo) a 6 (voto massimo) sull'importanza della tematica e la soddisfazione nei confronti del Gruppo e dei Concorrenti. Alcune domande libere di mercato hanno

poi focalizzato l'attenzione su temi di interesse diversi a seconda delle Aree di Business.

I risultati hanno evidenziato "costanza della qualità" e "rete commerciale" quali eccellenze trasversali a tutto il Gruppo. Inoltre, il confronto con la concorrenza ha posto in luce che la particolare vicinanza al Cliente e l'integrazione a monte sono elementi distintivi e qualificanti per RadiciGroup. La tematica dello sviluppo di nuovi prodotti è stata segnalata come estremamente importante per i Clienti in relazione a RadiciGroup e alla Concorrenza. Questa indicazione, insieme ad alcune valutazioni strategiche, hanno fatto sì che la tematica fosse resa evidente anche attraverso la matrice di materialità. Punto di attenzione rimane, come nelle edizioni precedenti, la costanza della politica di prezzo.

Passando alle Aree di Business, particolarmente apprezzate sono state la reattività della rete commerciale insieme alla costanza della qualità, fattori che hanno accomunato le tre grandi aree di business e che dimostrano sinergia di vedute nell'approccio al mercato e sforzi comuni per il miglioramento continuo.

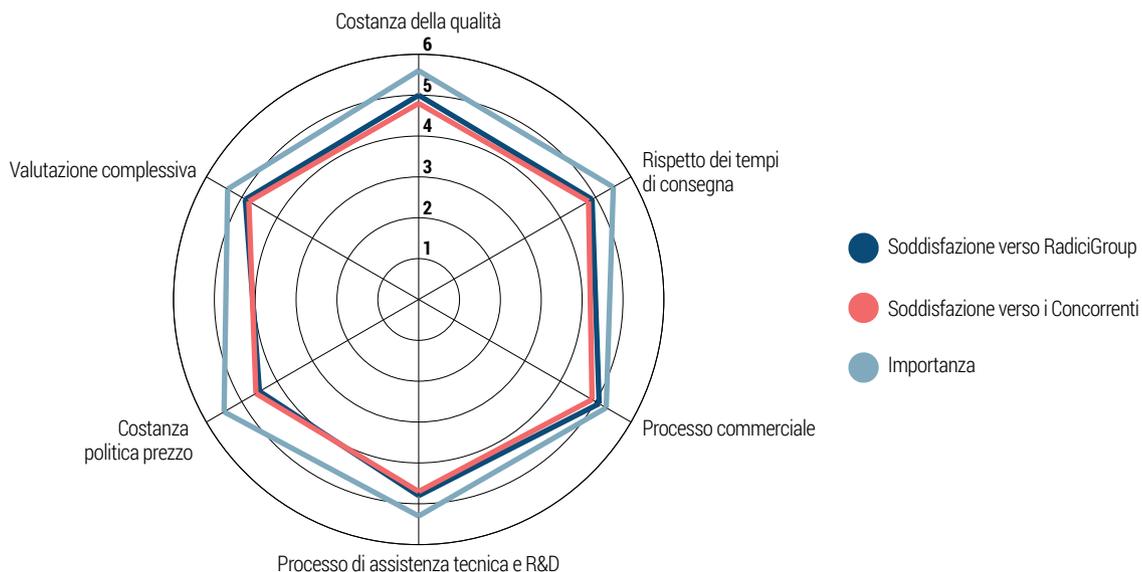
Anche nell'edizione 2016 della Customer Satisfaction il tema della sostenibilità ha mostrato importanza crescente, con un 26% degli intervistati che attribuisce all'argomento il massimo punteggio di importanza (punteggio 6), laddove la percentuale era del 17% nel 2014. Il 40% del campione la reputa invece molto importante (punteggio 5).

In particolare, l'utilizzo di energia da fonte rinnovabile insieme alla riciclabilità dei prodotti (53% in totale per le due voci) sono considerati gli elementi chiave.

In ottica di un lavoro sempre più efficace di Stakeholder engagement, alcune domande dell'indagine hanno toccato il tema della comunicazione tra i Clienti e RadiciGroup. Circa il 76% degli intervistati ha dichiarato di essere soddisfatto della comunicazione di RadiciGroup.

L'e-mail resta lo strumento di contatto largamente prevalente, il 51% dei Clienti utilizza questo sistema di contatto con i propri referenti commerciali. LinkedIn si è riconfermato il social network di uso prevalente per i Clienti. Sulla base di questo risultato, nel 2016 si sono definiti alcuni progetti specifici di engagement proprio attraverso LinkedIn, progetti in corso nel 2017.

CUSTOMER SATISFACTION - 2016



IL CODICE DI CONDOTTA DEI CLIENTI

Considerazioni analoghe a quanto espresso in precedenza per i Fornitori, sono state alla base della realizzazione del Codice di Condotta dei Clienti.

Elementi portanti del documento sono la promozione di rapporti commerciali all'insegna della correttezza e della trasparenza, la vigilanza sulle condizioni di lavoro in cui sono realizzati i prodotti insieme all'attenzione alla qualità, alla sicurezza, all'ambiente.

Il Codice, realizzato dal Gruppo tra il 2015 e il 2016, è stato diffuso attraverso una newsletter ad hoc ai Clienti nel 2017.

Pubblicato inoltre sul sito web in tutte le principali lingue di riferimento del Gruppo, il Codice di Condotta dei Clienti può essere scaricato qui:

<http://www.radicigroup.com/it/sostenibilita/principi-etici/codici-condotta-Clienti>

Analogamente a quanto fatto per il documento relativo ai Fornitori, anche il Codice di Condotta dei Clienti mette a disposizione un indirizzo e-mail legato al Comitato Etico di RadiciGroup al quale i Clienti si possono rivolgere per segnalare eventuali comportamenti non conformi messi in atto da parte dei Dipendenti del Gruppo.

I RECLAMI

A completamento del lavoro di engagement, e come corollario al tema della Customer Satisfaction, è importante menzionare l'attento monitoraggio dei reclami, analiz-

zati attraverso alcuni indicatori ad hoc anche nel 2016. I reclami sono considerati in ottica di miglioramento continuo, e sono ritenuti opportunità ulteriori di soddisfazione dei Clienti.

Le esigenze del mercato, sempre più orientato verso articoli ad elevate prestazioni e limitati impatti, insieme alle nuove cogenze, fanno sì che le cosiddette "informazioni di ritorno" da parte della clientela siano scrupolosamente passate al vaglio.

Obiettivo di questo lavoro è l'aumento della capacità di ascolto dell'Azienda insieme all'implementazione di un sistema volto ad eliminare le cause ricorrenti dei reclami stessi.

I dati che vengono analizzati in ciascun sito di RadiciGroup sono relativi a:

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

A seguito del lavoro di miglioramento della qualità, è possibile notare che l'incidenza dei Costi degli Insuccessi Esterni 2016 (CIE – i reclami) si attesta sul valore più basso degli ultimi sei 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 negli ultimi anni è in diminuzione, così come il valore assoluto. **Tabella 5**

Tabella 5

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costi degli Insuccessi Esterni	7,2	6,9	8,6	7,4	6,6	4,9

LE SCUOLE E IL MONDO ACCADEMICO

Focus su: La creazione di un ponte tra le esigenze professionali del Gruppo e le competenze che si coltivano negli istituti scolastici.

IL PROGETTO EDUCATION

“La cultura è l’arma più potente che si possa usare per cambiare il mondo”. Sulla scorta di questa famosa citazione di Nelson Mandela, da due anni a questa parte, il progetto Education di RadiciGroup coinvolge le Scuole del territorio in stage, visite aziendali, progetti di alternanza scuola-lavoro e tesi di laurea. Nel 2016, rispettivamente Radici Chimica, Radici Fil, Radici Yarn e Radici Novacaps hanno ospitato stage per i ragazzi delle Scuole secondarie superiori (licei e istituti professionali), nonché dell’università. Gli studenti, seguiti da un tutor aziendale, si sono messi alla prova, ad esempio, nei Reparti Manutenzione, nell’area Assistenza Tecnica e Sviluppo Prodotti e nell’ambito del Controllo di Gestione e della Qualità per la Certificazione ambientale.

Anche le porte delle aziende di tutte le Business Area del Gruppo si sono aperte in numerose occasioni per ospitare circa 250 studenti che hanno potuto così scoprire il mondo del manufacturing attraverso le visite ai reparti e ai laboratori. Sette interventi di personale RadiciGroup presso gli istituti scolastici nel corso del 2016 hanno permesso ai ragazzi di entrare in contatto con la funzione Risorse Umane del Gruppo grazie a colloqui tradizionali, progetti di placement e incontri per affrontare il tema dell’organizzazione e della competitività aziendale.

Due importanti progetti in alternanza scuola lavoro hanno inoltre caratterizzato il 2016: “Poliammide di Classe”, di cui verrà dato conto nel box di eccellenza a seguire, e il progetto ISISS Valle Seriana/RadiciGroup 2015-2018. Quest’ultimo è stato concepito come una vera e propria “adozione” triennale di 80 ragazzi da parte di RadiciGroup. Gli studenti, durante questo percorso 2015 -2018, avranno modo di conoscere le realtà del Gruppo, scoprire le diverse figure professionali inserite nei sistemi produttivi e operare nei siti attraverso stage maturando così competenze sul campo. Infine, il personale RadiciGroup ha incontrato nel corso dell’anno gli studenti universitari del Politecnico di Milano e di Torino nonché di alcune facoltà tecniche e umanistiche dell’Università degli studi di Bergamo nel corso di quattro “Career Day”.

UN PALMARES DI TUTTO RISPETTO PER “POLIAMMIDE DI CLASSE”, PROGETTO PREMIATO A ROMA, DAL CAPO DELLO STATO ITALIANO

I risultati della prima fase di “Poliammide di Classe”, progetto di ricerca in alternanza scuola-lavoro, nato dalla sinergia tra RadiciGroup e l’Istituto Giulio Natta di Bergamo con il supporto di Confindustria Bergamo, sono stati presentati nel febbraio 2016.

Intrapreso nell’ottobre 2015 nel solco della tradizionale collaborazione con il mondo delle Scuole, il progetto ha subito mostrato un passo diverso.

Dopo quattro mesi di lavoro, i tre docenti e gli alunni dell’istituto bergamasco - 8 studenti dell’articolazione Chimica e Materiali, 4 dell’articolazione Biotecnologia Ambientale e 4 legati al Liceo delle Scienze Applicate - hanno presentato ufficialmente le attività svolte nell’ambito di questo progetto sperimentale mirato a 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. Inoltre hanno studiato quale soluzione per un nuovo fluidificante fosse applicabile al riciclo dell’acqua nei tubi.

Prima esperienza cui RadiciGroup intende dare continuità, il progetto ha collezionato tra il 2016 e il 2017 numerosi premi e riconoscimenti:

- Il Premio Top Player nell’ambito dell’iniziativa “Io e Lode” di Confindustria Bergamo;

- Il Premio al merito per il sistema duale conferito a RadiciGroup da Regione Lombardia e, contestualmente, un riconoscimento speciale dal MIUR nell’ambito di Job&Orienta, mostra convegno nazionale per la scuola, la formazione e l’orientamento;

- la presentazione pubblica del progetto come Best Practice da parte di Confindustria Bergamo;

- Il premio Nazionale del MIUR, conferito dal Presidente della Repubblica italiana, come migliore esperienza di alternanza scuola lavoro in collaborazione con un’azienda privata.

LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E I CONCORRENTI

STANDARD DISCLOSURES G4-16

Le Associazioni di categoria sono in grado di presidiare l'intera filiera produttiva da monte a valle, recependo i bisogni dei consumatori finali così come le esigenze delle aziende produttive a monte.

Per questa ragione, RadiciGroup considera strategica la partecipazione alla vita associativa, come utile forma di

engagement, come forma di conoscenza e presidio del mercato, come trait d'union con le Istituzioni a carattere nazionale e sovranazionale, come fucina di strategie congiunte per i diversi settori.

L'occasione di confronto positivo con i Concorrenti offerta dalle Associazioni di categoria permette inoltre uno scambio di informazioni e conoscenze per lo sviluppo dei settori di comune interesse.

Tabella 6

ELENCO DELLE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DI CUI E' MEMBRO RADICIGROUP	SOCIETA' DI RADICIGROUP ISCRITTA NEL 2016
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.
CONSORZIO IBIS	RADICICHIMICA S.p.A.
CONFINDUSTRIA BERGAMO	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
CIRFS	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
ESTO	TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.
EDANA	TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.
STC	TESSITURE PIETRO RADICI S.p.A.
TEX CLUB TEC	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
FEDERCHIMICA	RADICICHIMICA S.p.A.
FORAZ	RADICICHIMICA S.p.A.
SPRING	RADICICHIMICA S.p.A.
NORDOSTCHEMIE	RADICICHIMICA GmbH
IHK	RADICICHIMICA GmbH
M-VENA GmbH	RADICICHIMICA GmbH
EPCA	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.
PLASTICS Europe	RADICI NOVACIPS S.p.A.
UNIPLAST-ENTE ITALIANO DI UNIFICAZIONE DELLE MATERIE PLASTICHE	RADICI NOVACIPS S.p.A.
UNI	RADICI PARTECIPAZIONI S.p.A.

Nell'anno di rendicontazione RadiciGroup ha partecipato, attraverso ruoli istituzionali, alle attività di queste associazioni:

- ASSOFIBRE, della quale il Gruppo detiene la Presidenza.
- Associazione Tessile e Salute e TEXCLUBTEC, in entrambe queste associazioni RadiciGroup partecipa al Consiglio Direttivo.
- CIRFS, il Gruppo ha i propri rappresentanti nel CDA, nel comitato ambientale ECOLIS/ENERGY, nel Comitato di Ricerca e Sviluppo e nel Comitato Tecnico. Inoltre RadiciGroup ha la presidenza del Comitato Statistico e del Comitato Economico.
- ESTO, RadiciGroup - attraverso Tessiture Pietro Radici - è membro del Consiglio di Gestione e del gruppo di lavoro sul filo per erba sintetica.
- PLASTICS Europe RadiciGroup è parte del "Life Cycle Thinking and Sustainability" team, dedicato al pensiero in termini di ciclo di vita del prodotto e all'eco-efficienza dei processi e dei prodotti.
- RESPONSIBLE CARE ITALIA, nella quale RadiciGroup è parte del Consiglio Direttivo.

Azioni di rilievo in tema di sostenibilità sono state le attività portate avanti da numerose delle Associazioni sopra elencate, ed in particolare:

Tessile e Salute, che ha realizzato alcune Linee guida sui requisiti eco-tossicologici per gli articoli di abbigliamento, pelletteria, calzature ed accessori. Queste indicazioni vogliono contribuire a tracciare una via alla moda consapevole e sostenibile e favorire l'adozione di modelli di gestione responsabile lungo la catena del valore.

RadiciGroup, attraverso le proprie Aziende dell'Area Synthetic Fibres&Nonwovens, ha attivamente contribuito al progetto apportando la propria conoscenza tecnica per quanto concerne il nylon e il poliestere.

Per saperne di più: www.tessileesalute.it

Plastics Europe: attraverso alcune riunioni operative con tutti gli operatori, ha realizzato nel 2016 linee guida per la messa a punto di un sistema di misurazione degli impatti ambientali, cui il Gruppo ha contribuito con il proprio know-how. Inoltre, a partire dal 2016, tutta la filiera produttiva di RadiciGroup sta lavorando, di concerto con l'Associazione, per misurare la tossicità degli oligomeri nella poliammide 6.6.

Per saperne di più: <http://www.plasticsEurope.org>

TexClubTec: nel corso di tutto l'anno l'Associazione, che si occupa in special modo dei tessili tecnici, ha lavorato per portare l'attenzione sul tema della sostenibilità nella filiera attraverso l'organizzazione di convegni e la divulgazione di studi scientifici e ricerche di mercato cui RadiciGroup regolarmente partecipa.

Per saperne di più: <http://texclubtec.com>

STANDARD DISCLOSURES G4-15

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

La presenza di RadiciGroup in così numerose Associazioni, in diversi paesi del mondo, e la partecipazione a svariati progetti congiunti con tutti gli operatori del settore testimonia indirettamente il fatto che nessuna delle Aziende del Gruppo metta in campo azioni lesive delle corrette relazioni commerciali. [Tabella 6](#)



***SOGNAR PUÒ FAR
SOFFRIRE, MA CIÒ CHE
CONTA È NON SMETTERE DI
FARLO***

IL CONTESTO INTERNO

IL CONTESTO ECONOMICO DI RADICIGROUP - INDICATORI ECONOMICI (EC)

DMA

I risultati economici dell'anno 2016 e le buone performance del primo semestre 2017 confermano la validità delle strategie operative e di investimento di RadiciGroup anche in ottica di sviluppo sostenibile.

RadiciGroup ha messo in campo risorse per l'efficienza dei sistemi, per R&D e innovazione, in particolare di prodotto, al fine di ampliare la gamma di articoli a limitato impatto, in grado di preservare l'ambiente e di creare, al tempo stesso, nuove opportunità per le aziende del Gruppo.

Inoltre singoli siti hanno investito per la misurazione e il monitoraggio degli impatti, nonché per l'introduzione delle BAT, come descritto nella parte di Bilancio relativa agli indicatori EN.

Un attento monitoraggio degli andamenti dei diversi business, una accorta gestione dei rischi e delle politiche di investimento hanno consolidato, anche nel 2016, la crescita del Gruppo.

Accanto al mantenimento della competitività delle Aziende, l'altro importante fronte di investimento del Gruppo nel 2016 è stato costituito dalle persone. Supportarne la crescita professionale attraverso la formazione, come testimoniato dagli indicatori LA, è stata una delle attività di impegno di RadiciGroup.

Alla crescita di competenze professionali si è affiancato l'auspicato aumento dell'engagement, rafforzato anche dalle numerose iniziative di vicinanza tra le diverse realtà del Gruppo e i Lavoratori.

Infine, non va dimenticato il sostegno che RadiciGroup non ha fatto mancare neanche nel 2016 alle Comunità locali attraverso l'erogazione di sponsorizzazioni e liberalità.

INDICATORE G4-EC1

Il Valore Aggiunto è un'espressione numerica che rappresenta la capacità di un'azienda di produrre ricchezza per poi distribuirla ai suoi Stakeholder. Nel 2016 il valore aggiunto globale netto generato per gli Stakeholder di RadiciGroup ammonta a 206 milioni di Euro e registra un aumento del 12% rispetto all'anno precedente (183 milioni di Euro).

Il valore aggiunto è stato destinato come segue:

- 64,5% ai Lavoratori del Gruppo
- 19,9% è stato reinvestito all'interno dell'azienda
- 9,3% alla pubblica amministrazione
- 4,4% agli azionisti di Radici Partecipazioni
- 1,6% ai finanziatori
- 0,3% per liberalità a favore della comunità.

I prospetti seguono il modello GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (www.gruppo Bilanciosociale.org). I dati si riferiscono al Bilancio consolidato Radici Partecipazioni S.p.A. Come noto nel Bilancio consolidato i flussi economici derivanti da operazioni effettuate tra le imprese incluse nel consolidamento vengono eliminati.

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

Tabella 7 - PROSPETTO STANDARD DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

VOCI	31.12.11	31.12.12	31.12.13	31.12.14	31.12.15	31.12.16
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	1.253.817.282	1.084.072.938	1.052.493.758	1.026.788.990	993.769.060	946.065.498
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.234.071.420	1.083.052.192	1.042.894.774	1.021.683.243	1.011.118.534	945.147.279
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	19.312.028	735.353	9.414.333	4.917.409	(17.534.599)	690.516
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione	-	-	-	-	-	-
4. Incrementi immobilizzazioni per lavori interni	433.834	285.393	184.652	188.339	185.125	227.703
5. Altri ricavi e proventi	-	-	-	-	-	-
B) COSTI INTERMEDI DELLA GESTIONE	995.208.993	918.505.396	871.656.161	835.206.659	763.942.939	705.412.250
6. Costi per acquisto di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	797.427.328	690.857.329	671.887.411	645.415.439	576.061.208	531.064.736
7. Costi per servizi	205.283.171	204.261.441	198.793.212	179.104.337	179.927.810	172.071.196
8. Costi per godimento beni di terzi	4.817.409	5.212.536	5.326.634	5.525.369	5.117.266	3.986.722
9. Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	(15.020.551)	16.122.773	(6.287.138)	3.007.777	769.270	(4.316.132)
10. Accantonamenti per rischi	608.743	556.590	596.671	193.740	300.567	163.374
11. Altri accantonamenti	274.494	77.045	12.678	770.670	299.199	845.395
12. Oneri diversi di gestione	1.818.399	1.417.682	1.326.693	1.189.327	1.467.618	1.596.959
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO (A-B)	258.608.289	165.567.542	180.837.597	191.582.331	229.826.121	240.653.248
+/- Componenti accessori e straordinari	1.333.101	9.452.166	7.391.404	2.691.404	(6.306.693)	4.431.631
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	259.941.390	175.019.708	188.229.001	194.273.735	223.519.428	245.084.879
- Ammortamenti	45.802.777	40.354.553	39.898.717	39.536.412	40.034.852	38.805.292
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	214.138.613	134.665.154	148.330.284	154.737.323	183.484.576	206.279.587

Tabella 8 - PROSPETTO STANDARD DI DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

VOCI	31.12.11	31.12.12	31.12.13	31.12.14	31.12.15	31.12.16
A) REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	135.248.268	125.555.174	125.609.007	123.704.018	130.196.142	133.120.351
Personale non dipendente	9.262.665	7.754.774	7.105.875	7.084.606	7.397.897	5.685.474
Personale dipendente	125.985.603	117.800.399	118.503.133	116.619.412	122.798.245	127.434.878
a) remunerazioni dirette	1.027.691	93.222.882	94.145.149	92.535.618	97.595.292	101.559.121
b) remunerazioni indirette	24.857.911	24.577.518	24.357.984	24.083.794	25.202.953	25.875.757
B) REMUNERAZIONE PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	21.532.299	850.964	8.684.808	8.483.021	16.404.674	19.185.700
a) Imposte correnti	19.734.728	7.769.973	9.086.287	9.884.968	20.781.715	19.982.948
Imposte dirette	16.195.585	3.900.136	5.502.499	6.478.651	17.127.826	16.337.995
Imposte indirette	3.539.143	3.869.838	3.583.788	3.406.317	3.653.889	3.644.953
b) Imposte differite	2.174.722	-6.661.576	-192.309	-495.439	-3.973.424	-230.889
c) Sovvenzioni in c/esercizio	-377.150	-257.433	-209.169	-906.508	-403.618	-566.360
C) REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO	14.613.318	14.639.795	12.281.414	9.433.626	6.081.958	3.366.290
Oneri per capitali a breve termine	14.613.318	14.639.795	12.281.414	9.433.626	6.081.958	3.366.290
Oneri passivi per capitali a lungo termine	-	-	-	-	-	-
D) REMUNERAZIONI DEL CAPITALE DI RISCHIO	10.020.000	0	0	4.020.000	4.020.000	9.000.000
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)	10.020.000	0	0	4.020.000	4.020.000	9.000.000
E) REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA	32.287.918	-6.804.896	1.373.988	8.659.933	26.252.265	41.044.229
+/- variazioni di riserve	32.287.918	-6.804.896	1.373.988	8.659.933	26.252.265	41.044.229
F) LIBERALITA' ESTERNE	436.810	424.117	381.067	436.725	529.538	563.016
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	214.138.613	134.665.154	148.330.284	154.737.323	183.484.576	206.279.587

Focus su:

I mezzi propri di RadiciGroup ammontano a 413 milioni, mentre i mezzi di terzi ammontano a 154 milioni di euro.

155 milioni di euro: Investimenti a sostegno della competitività delle Aziende del Gruppo nel quinquennio 2012-2016. Di questi, **53 milioni specificamente investiti nel 2016**. (Includono anche investimenti ambientali sotto riportati di Euro 2 milioni nel 2016)

2 milioni di euro: Investimenti ambientali effettuati nel 2016 e destinati 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.

2,5 milioni di euro: costi di gestione e protezione ambientale (quali costi di certificazioni, smaltimento rifiuti, trat-

tamento acque, ecc.) relativi alle società italiane. Interessante è, in termini ambientali ed economici, la valutazione del rapporto tra l'energia primaria totale e il valore aggiunto. **Tabella 9**

Questo indicatore, e le successive estensioni all'acqua, alle emissioni, ai rifiuti, esprimono la proporzione tra il prelievo di risorse e quanto RadiciGroup restituisce in termini di valore aggiunto.

Nel caso del Gruppo, alla crescita del valore aggiunto degli ultimi anni si è affiancata, specularmente, una diminuzione nell'uso di risorse, fatto che rende la proporzione "virtuosa". **Tabella 10**

INDICATORE G4-EN5

Tabella 9 ENERGIA PRIMARIA TOTALE (DIRETTA+INDIRETTA) RAPPORATA AL VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
GJ	Energia primaria totale (G4-EN3)	7.678.029	7.424.198	7.176.375	6.587.001	6.369.900	6.233.316
€	Valore aggiunto globale netto	214.138.613	134.665.154	148.330.284	154.737.323	183.484.576	206.279.587
GJ/€		0,036	0,055	0,048	0,043	0,035	0,030

Tabella 10

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m³/€	Risorse idriche (G4-EN8) rapportate al valore aggiunto	0,43	0,63	0,58	0,59	0,48	0,43
Kg/€	Rifiuti soggetti a smaltimento senza recupero (G4-EN23) rapportati al valore aggiunto	0,019	0,031	0,031	0,025	0,021	0,020
KgCO2eq/€	Emissioni totali in atmosfera (G4-EN15 e G4 - EN16) rapportate al valore aggiunto	4,7	5,9	4,6	3,3	2,9	2,4

IMPOSTE DIRETTE E INDIRETTE SUDDIVISE PER PAESE

Le imposte e tasse sono state pari a 20 milioni di Euro di cui imposte dirette per 16,3 milioni di Euro ed indirette per 3,7 milioni di Euro. **Tabella 11**

In particolare le imposte dirette includono:

- 2 milioni di Euro relativi all'imposta regionale sulle attività produttive (IRAP) delle società italiane
- 8 milioni di Euro relativi all'imposta sul reddito delle società italiane (IRES)
- 6 milioni di Euro relativi alle imposte sul reddito delle società estere.

Qui di seguito è riportata una ripartizione geografica delle imposte versate da RadiciGroup.

Tabella 11

PAESE	Euro
ARGENTINA	-
BRASILE	484.687
CINA	1.860.346
GERMANIA	2.433.977
INDIA	156.207
INGHILTERRA	-
ITALIA	10.318.848
MESSICO	-
OLANDA	-
REPUBBLICA CECA	8.177
ROMANIA	471.448
SPAGNA	-
SVIZZERA	16.236
UNGHERIA	4.280
USA	583.790
TOTALE	16.337.995

L'AREA COMFORT FIBRES INVESTE NEL BIENNIO 2016-2017 PER L'AMMODERNAMENTO DEGLI IMPIANTI

Ogni anno si rinnovano nel Gruppo attenzione e impegno per migliorare l'efficienza degli impianti, diminuirne gli impatti ambientali, accrescerne la sicurezza. Tutto questo mediante investimenti diffusi nelle varie aree e siti operativi, sulla base di una politica che punta a garantire competitività e sostenibilità.

Nell'area Comfort Fibres, ad esempio, si è investito in maniera decisa sull'ammodernamento degli impianti di servizio mediante l'installazione di refrigeratori d'acqua e compressori d'aria a velocità variabile, a migliore efficienza energetica. Sempre in tema di energia, nei siti di Villa D'Ogna e Ardesio è stata quasi ultimata la transizione complessiva dei sistemi di illuminazione da fluorescenza a LED (o a prodotti illuminanti energeticamente equivalenti) in grado di garantire, a parità di prestazioni, notevoli risparmi.

Per quanto riguarda il sito di Chignolo d'Isola, si è proceduto invece al revamping di una parte della sala compressori ed essiccatori, operazione mirata a razionalizzare i costi di produzione dell'aria compressa utilizzata nel ciclo produttivo del filato testurizzato. Sono stati installati due nuovi compressori centrifughi calibrati meglio sul fabbisogno dello stabilimento, con performances migliori. Inoltre sono stati sostituiti gli essiccatori a servizio dell'intera sala compressori con unità a ciclo frigorifero caratterizzate da migliori prestazioni energetiche.

BUSINESS AREA SPECIALTY CHEMICALS, CONTESTO GENERALE¹

L'Area Specialty Chemicals è presente nel settore degli intermedi e dei polimeri per l'industria plastica, mediante la produzione di Acido Adipico, destinato alle produzioni di Poliammide 6.6, di poliuretani e di plastificanti. La Poliammide 6.6 e relativi copolimeri sono ampiamente utilizzati nel settore tessile e in quello dei compounds, dello stampaggio e dell'estrusione.

L'introduzione nella gamma dei prodotti dei polimeri a catena lunga PA6.10 e PA 6.12 ha trovato spazio favorevole nei mercati dei compounds, dello stampaggio ad iniezione dei manufatti industriali e ancora nell'industria tessile.

L'area Specialty Chemicals, rappresenta uno dei più qualificati produttori internazionali di intermedi chimici e di poliammidi ed è consapevole di svolgere un ruolo rilevante rispetto al mercato, allo sviluppo economico e al benessere delle persone che lavorano per RadiciGroup e per le comunità in cui è presente.

Dal punto di vista legislativo la BA ha recepito tutte le più importanti novità che negli ultimi anni hanno innalzato notevolmente la pressione sugli aspetti di ambiente e sicurezza. L'uscita delle nuove norme ISO 9001 e 14001 2015 ha consentito di avviare un processo di revisione completa dei Sistemi di Gestione Integrati con l'ottica di semplificare, ove possibile, la burocrazia o di valutare l'opportunità di utilizzare sistemi informativi. Data la sensibilità del settore chimico, viene posta particolare attenzione alla pubblicazione di eventuali nuove BAT conclusions (gli aggiornamenti dell'Unione Europea sulle migliori tecniche disponibili sul mercato) per mantenersi su alti livelli tecnici.

Sempre maggiore attenzione viene posta a prodotti ottenuti da fonti rinnovabili e con una impronta ambientale presunta migliore rispetto ai processi tradizionali. La BA ha condotto e mantiene aggiornato lo studio LCA effettuato per ottenere la Product Environmental Footprint, l'impronta ambientale di prodotto, relativa a tutti i principali prodotti. Sono inoltre allo studio i processi per l'ottenimento di poliammidi da monomeri derivanti da fonti rinnovabili.

ANDAMENTO

L'Area non ha modificato la sua posizione concorrenziale tra i produttori mondiali di Acido Adipico, e risulta tra i pochi produttori Europei con processo integrato per il Polimero 6.6.

Lo scenario macroeconomico nella seconda metà dell'anno è stato interessato da alcuni eventi che hanno modificato le prospettive generali di crescita, lasciando aperte le valutazioni sui loro effetti nel futuro; in particolare sono da considerare l'esito del referendum sulla Brexit, l'elezione di Trump alle presidenziali degli Stati Uniti, l'accordo di fine anno tra i membri OPEC di contenimento del greggio estratto e l'innalzamento dei tassi di interesse sui mercati statunitensi.

I risultati di periodo nelle due principali aree di prodotto dell'Area evidenziano, rispetto al 2015, degli andamenti opposti per volumi e prezzi medi. In termini di volumi si è registrata una crescita per i Polimeri, nonostante l'indisponibilità di alcune materie prime nel terzo trimestre che hanno limitato l'output produttivo, mentre per Acido Adipico è risultata una sostanziale stabilità.

Viceversa, in termini di prezzo medio, la variazione è stata negativa per entrambe le aree, condizionata dalle quotazioni più contenute delle materie prime e dal livello concorrenziale che ha spinto al contenimento dei prezzi stessi; sicuramente nel confronto con l'anno precedente è venuto a mancare quasi completamente l'apporto al risultato economico dei Polimeri ad alto valore aggiunto, i cui volumi di vendita sono stati contenuti a consumi di dimensioni non industriali.

La situazione del primo trimestre 2017 è sicuramente favorevole, sfruttando al meglio possibile la tensione sulla domanda sia sul mercato Europeo, sia con un rafforzamento delle esportazioni; anche l'utilizzo della capacità produttiva si è incrementato in misura significativa a confronto dell'anno passato, al fine di mantenere il passo con la domanda mensile costantemente elevata.

BUSINESS AREA PERFORMANCE PLASTICS, CONTESTO GENERALE ¹

L'Area Performance Plastics è attiva con la lavorazione della poliammide 6.6 acquistata dall'Area Chimica e della poliammide 6 acquistata quasi interamente da altre società di RadiciGroup grazie alla filiera integrata di gruppo.

Questi materiali vengono compoundati e additivati con colori, fibra di vetro ed elastomeri, ottenendo un'ampia gamma di prodotti". Clienti dell'area Materie Plastiche sono le aziende di estrusione e stampaggio, mentre i settori di utilizzo finale sono quello elettrico ed elettronico, il settore dell'auto, dell'arredamento e degli elettrodomestici.

(DMA) La Business Area ha raccolto nel 2016 i principali input provenienti dai propri mercati, caratterizzati da una evoluzione estremamente dinamica. Tema trasversale a tutte le applicazioni di prodotto della Performance Plastics è stato il cosiddetto "metal replacement", la sostituzione delle parti in metallo - siano esse nelle automobili, negli impianti termo-sanitari o in applicazioni industriali - con corrispondenti parti in plastica. Una soluzione che consente un alleggerimento complessivo dell'impronta ambientale dei prodotti finali, grazie a quantitativi ridotti di energia impiegata e a emissioni largamente inferiori legate alla produzione delle materie plastiche rispetto ai metalli. Il tutto a parità di prestazioni tecniche.

Nel 2016 è proseguita dunque la messa a punto di tali materiali, caratterizzati da elevate prestazioni meccaniche (alta rigidità, alta tenacità) e termiche, e da caratteristiche particolari quali la facilità di stampaggio anche di particolari a spessori sottili, ottima estetica, stabilità dimensionale elevata. Tale attività ha riguardato sia le poliammidi tradizionali che le bio poliammidi.

Nel 2016 la BA ha concluso con successo l'acquisizione di una unità operativa in Olanda, che si aggiunge ai numerosi altri siti presenti in diverse parti mondo. Punto di forza nel 2016 dunque la struttura dell'Area di Business, da sempre orientata all'espansione internazionale, e la particolare preparazione del suo personale ad ogni livello. La gestione dei percorsi delle risorse, soprattutto delle più giovani, prevede spesso periodi in aziende estere della BA, per sviluppare nelle persone autorevolezza e

capacità di accogliere la multiculturalità come elemento strategico di crescita personale e aziendale.

La flessibilità e capacità di integrare nel sistema linee manageriali provenienti da altre realtà da sempre caratterizzano questa BA di RadiciGroup che fa della diversità culturale e dei percorsi di carriera un elemento cardine.

ANDAMENTO

L'esercizio 2016 rappresenta un periodo di forti soddisfazioni. Il fatturato in crescita rispetto a quello dell'esercizio precedente, con anche una marginalità in aumento malgrado le tensioni ancora forti sui mercati e i consumi incerti, l'Area è riuscita ad incrementare il proprio volume d'affari. I buoni livelli di qualità, 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, sono gli elementi di una strategia che nell'ultimo triennio ha premiato particolarmente gli sforzi dell'Area.

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

Nel mese di ottobre 2016 l'Area è stata protagonista di una operazione strategica con il concorrente Invista. Radici Novacips S.p.A. ha firmato un Asset Purchase Agreement con la controparte Invista, per l'acquisto di asset, magazzino e contratti Clienti per il mercato americano ed Europeo. Questa operazione ha incrementato in maniera significativa la capacità produttiva dell'Area, nonché ha reso disponibili contatti e relazioni commerciali con nuovi Clienti. Tale operazione, seppur tecnicamente evidente solo sui bilanci di Radici Plastics Usa e Radici Plastics GmbH ha avuto ripercussioni positive su tutte le società dell'Area.

Sia nel 2016 che nel 2017 sono stati notevoli gli sforzi profusi in innovazione: lo sviluppo di nuovi materiali anche su basi polimeriche diverse dalla PA6 e 6.6 e con caratteristiche tecniche di alto valore, sono stati il fattore guida delle funzioni di Ricerca e Sviluppo.

BUSINESS AREA SYNTHETIC FIBRES AND NONWOVENS ¹

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

Tabella 12

COMFORT FIBRES	B.L. POLYAMIDE
	B.L. POLYAMIDE BRASILE
	B.L. POLYESTER
	B.L. ACRYLIC
PERFORMANCE YARN	B.L. FLOOR COVERING&INDUSTRIAL
EXTRUSION YARN	B.L. SPUNBOND (Dylar®)
	B.L. SPECIALTY (Radigreen®)

BUSINESS AREA COMFORT FIBRES, CONTESTO GENERALE ¹

La BA è attiva nel settore della produzione di polimero e fiocco di PA6, filati in poliammide 6 e 6.6 e 6.10, nonché filati di poliestere vergine e riciclato, principalmente rivolti al mercato dell'abbigliamento, dell'arredamento e degli interni auto.

DMA - La Business Area Comfort Fibres si trova oggi ad operare in un mercato maturo, fortemente orientato ai costi e popolato da importanti players che applicano una pressione rilevante lungo l'intera catena di approvvigionamento. Questo, unito ad una ormai strutturale ridotta visibilità in termini di domanda ed indirizzo della stessa, ha posto, nel 2016, la BA di fronte a sfide complesse.

Prima tra tutte la necessità di implementare un grado di flessibilità sempre maggiore per essere reattivi nel soddisfare ogni esigenza dei Clienti, stanti i vincoli di processo, di impianti e di dislocazione geografica dei siti produttivi. La transizione dalla produzione e vendita di volumi rilevanti a lotti limitati e la velocità imposta dalla domanda dei Clienti unita alla continua compara-

zione con quanto proposto dalla concorrenza regionale e asiatica, espone a possibili criticità in termini di costi. Tuttavia, offre l'opportunità di presentarsi al mercato con soluzioni che coniugano un know-how universalmente riconosciuto ad una rinnovata capacità di offrire un servizio altamente efficiente, tagliato sulle esigenze odierne del Cliente.

Da questo punto di vista la Business Area ha continuato a consolidare la propria posizione di assoluto rilievo in Europa soprattutto per quanto riguarda il time to market, ovvero la capacità di portare rapidamente al mercato un'idea trasformata in prodotto vero e proprio.

La sfida di far giungere le innovazioni introdotte lungo tutta la filiera è stata raccolta dalle Aziende della Comfort Fibres attraverso numerose partnership proattive con i Clienti chiave. Insieme si è lavorato per sviluppare prodotti in bio poliammidi e articoli destinati al mondo degli High Performance - Engineered Textiles.

Il contesto interno della BA ha visto nell'aggiornamento costante delle competenze e nell'attuazione di efficaci soluzioni di sostenibilità sociale, la risposta al progressivo invecchiamento della popolazione aziendale e alla

contestuale necessità di salvaguardia dell'occupazione. La coltivazione di rapporti positivi con le Scuole del territorio, comprovata anche nel 2016 dalla rilevante presenza di stage nei siti, è andata nella direzione della preparazione di un ricambio generazionale gestito in sinergia tra l'Azienda, gli Istituti Scolastici e le Comunità locali.

ANDAMENTO

Business Line Polyamide

Nel corso del 2016 la Business Line ha realizzato ricavi principalmente in Italia (48%) e nell'area EU/EFTA (34%). Questi mercati hanno però raggiunto una certa stabilità della domanda. Alla luce di ciò sono continuate e si sono rafforzate le azioni di riposizionamento delle vendite e diversificazione dei prodotti, al fine di contenere la fisiologica contrazione della domanda di commodities e, più in generale, sviluppare articoli di maggior valore, meno attaccabili dalla concorrenza.

Ciò ha consentito, nel corso dell'esercizio, di raggiungere un livello dei ricavi lordi soddisfacente, pur se in contrazione rispetto a quello registrato nel 2015 e un buon utilizzo degli impianti di produzione.

La concorrenza si è mostrata aggressiva, sia quella rappresentata dagli operatori tradizionali, sia quella costituita da soggetti Extra-Europei, che sovente hanno adottato logiche commerciali volte a sacrificare i prezzi di vendita per guadagnare quote di mercato. In alcuni settori, l'incremento di capacità produttiva da parte di alcuni operatori, ha innalzato la soglia di competizione.

Il risultato economico operativo raggiunto nell'esercizio dalla Business Unit è superiore sia a quanto previsto in sede di Budget, sia a quanto registrato nell'esercizio precedente. Ciò, rapportato alla difficile situazione del mercato, riflette complessive buone performance commerciali, di prodotto e di gestione di tutte le Società appartenenti al perimetro.

La parte finale del 2016 ha mostrato un'impennata dei costi delle materie prime principali difficile da trasferire

ai Clienti. Contestualmente però i segnali della domanda paiono confortanti e ciò consentirà il funzionamento degli impianti di produzione ad un elevato livello di saturazione mitigando, almeno parzialmente, gli effetti legati al ritardo negli aumenti di prezzi vendita.

Business Line Polyamide Brasile

Il 2016 è stato nuovamente un anno di profonda recessione dell'economia brasiliana. Il PIL è sceso del 3,6% registrando nel biennio 2015-2016 la peggior performance della storia del Paese.

I motivi di questa nuova importante recessione sono in piena continuità con quanto manifestatosi negli anni precedenti. Una certa flessione della domanda in Cina, primo partner commerciale del Brasile, il crollo della domanda di materie prime minerali e prodotti agricoli, di cui il Brasile è uno dei principali produttori mondiali cui ha fatto eco un tracollo dei consumi interni al paese sono alcune delle dei risultati economici estremamente preoccupanti.

In un simile e complesso scenario Business Unit, nel 2016, ha mostrato un leggero miglioramento dei ricavi e grazie al processo di turnaround iniziato nel 2015 proseguito intensamente durante l'anno e sostenuto dagli importanti investimenti nella parte industriale.

Ha dunque chiuso il bilancio 2016, dopo anni difficili, con un margine operativo lordo positivo per quanto riguarda la parte in attività legata alla produzione di poliammide. Ciò costituirà la base di partenza per un significativo miglioramento delle prestazioni economico patrimoniali nel 2017 come preventivato in sede di budget.

Le previsioni economiche del Brasile per il 2017 sono incoraggianti sebbene ancora non supportate da solide basi strutturali: La Business Unit ha pertanto ipotizzato un budget 2017 in miglioramento sull'esercizio precedente, sia in termini di ricavi che di margine operativo. I risultati del primo trimestre stanno confermando tale previsione e la continua implementazione del piano di riorganizzazione industriale, l'ottimizzazione dell'utilizzo efficiente degli impianti, l'adozione di adeguati investimenti, stanno fornendo una robusta base per poter cogliere appieno gli obiettivi.

Business Line Polyester

Nel corso del 2016 la Business Line ha realizzato ricavi principalmente in Italia (48%) e nell'Unione Europea (33%). Al permanere di un clima economico debole la domanda nell'intero 2016 la BA ha confermato, per un'ampia gamma dei prodotti, gli stessi volumi di vendita dell'anno precedente con l'eccezione delle vendite in Turchia che hanno registrato una nuova flessione legata alle difficoltà economico-politiche che il paese sta vivendo.

Sempre più in difficoltà si mostrano inoltre i prodotti definibili "commodities" che continuano a mostrare tassi di contrazione annua significativi. Nel corso del 2016 si sono dunque incrementati gli sforzi per mantenere un livello di ricavi adeguati, tale da assicurare una buona saturazione degli impianti produttivi privilegiando, per quanto possibile, la vendita di prodotti a maggior margine.

Inoltre, per mitigare gli effetti delle vendite di commodities, si è intrapresa un'importante attività di riposizionamento dei prodotti e di rifacimento di alcuni impianti produttivi – in particolar modo presso l'Unità Operativa di Stabio – al fine poter realizzare articoli di nicchia sfruttando l'importante know-how tecnologico e applicativo che l'organizzazione detiene.

Come per altri prodotti di derivazione petrolchimica si è registrato, sul finire del 2016, un'improvvisa impennata dei costi delle materie prime utilizzate. Ciò ha richiesto azioni commerciali rapide per trasferire tali aumenti ai prezzi di vendita dei prodotti.

Alla luce di quanto sopra esposto, il risultato economico complessivo nel 2016, in termini di margine operativo, risulta essere sensibilmente inferiore a quello generato nell'anno precedente, ma riflette comunque una prestazione positiva alla luce della contrazione dei ricavi.

Contestualmente, la domanda del primo trimestre 2017 pare in deciso rialzo per cui si prevede che gli adeguamenti di prezzi saranno facilitati. Continuerà anche con determinazione lo sviluppo e commercializzazione di prodotti di nicchia, spostando il posizionamento verso aree di eccellenza e ad alto valore aggiunto.

Business Line Acrylic

Questa Business Line è legata alla trasformazione e commercializzazione di fibra acrilica prevalentemente destinata all'abbigliamento.

Pur in un contesto macroeconomico difficile, caratterizzato dall'economia Argentina in forte recessione e con un mercato del tessile sintetico in flessione di circa il 25% rispetto al 2015, la società argentina Cordonsed ha ottenuto una buona redditività ed è riuscita a mantenere i volumi produttivi del 2015. Fattori determinanti per il mantenimento dei volumi sono stati la stagione particolarmente rigida e la difficoltà di trovare prodotti sostitutivi, mentre gli acquisti di materie prime effettuati prima della svalutazione del pesos e una generalizzata riduzione dei costi operativi grazie all'implementazione di nuovi investimenti e una attenta politica di riutilizzo del materiale di imballaggio hanno favorito l'ottenimento di un buon livello di redditività, in crescita rispetto al 2015. Tale situazione favorevole si sta manifestando anche nei primi mesi del 2017.

BUSINESS AREA PERFORMANCE YARN, CONTESTO GENERALE ¹

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

DMA - Negli ultimi anni la Business Area Performance Yarn ha raggiunto una indiscussa leadership in Europa nel mercato dei filati in nylon per la pavimentazione tessile delle auto, in particolare nei segmenti premium e luxury. Le prossime sfide si trovano al di là dei confini Europei, in Cina e in America principalmente. In queste aree la BA intende caratterizzarsi come player globale e seguire i propri Clienti laddove il mercato dell'auto offre le migliori opportunità di crescita, con prodotti ad elevate performance ed una supply chain fortemente reattiva. La crescita delle Risorse Umane all'interno dell'organiz-

zazione è destinata ad andare di pari passo con l'espansione del business. Per questa ragione vengono fin da ora affiancate alle risorse esistenti, molte delle quali presenti in azienda da parecchi anni, giovani talenti per conservare il know how esistente ed accrescerlo di competenze in linea con le nuove esigenze del mercato. In tal senso è stata propedeutica agli sviluppi futuri dell'azienda anche la presenza di studenti e di stage formativi in diverse funzioni aziendali nel 2016.

Nell'anno considerato sono continuate anche le attività per migliorare l'impronta ambientale delle unità operative. Numerose sono state le BAT introdotte, soprattutto per quanto riguarda la razionalizzazione dell'uso delle risorse. In particolare, presso Radicifil, è stata avviata una nuova centrale termica con caldaie più efficienti per la produzione di vapore, ottenendo così l'assegnazione di "certificati bianchi".

Sempre presso Radicifil, un importante intervento di sostituzione dei compressori ha portato a una interessante riduzione nei consumi di energia elettrica. Infine, per quanto riguarda la gestione dell'acqua, sono stati effettuati interventi sugli impianti di depurazione per migliorare la qualità degli scarichi idrici e per gestire le punte di carico idraulico.

ANDAMENTO

Nel corso del 2016, nei mercati di riferimento della Business Unit, un andamento dell'economia ancora fortemente altalenante, connesso alla debole fiducia e aspettative dei consumatori, ha inevitabilmente influenzato le modalità di acquisto dei Clienti.

BUSINESS AREA EXTRUSION YARN, CONTESTO GENERALE ¹

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

DMA - L'azienda Tessiture Pietro Radici ha celebrato proprio nel 2016 il proprio 75° di fondazione all'insegna dell'affidabilità e della vocazione all'innovazione, caratteristiche che le consentono di guardare al futuro con fiducia.

Negli ultimi anni si è molto lavorato, oltre che sul prodotto, sull'organizzazione aziendale, soprattutto per quanto riguarda l'introduzione di Sistemi di Gestione Integrata Qualità, Ambiente e Sicurezza. Il notevole investimento di risorse economiche e professionali mostra però oggi i suoi frutti in termini di ottimizzazione dei processi, efficace gestione dei rischi, attenzione alla sostenibilità ambientale e propensione al miglioramento continuo quali elementi profondamente radicati nella realtà aziendale.

Sul fronte delle persone, essendo una realtà storica di RadiciGroup, anche per la BA Extrusion il tema dell'innalzamento dell'età media dei Lavoratori costituisce da tempo una sfida.

Molteplici sono state le misure poste in campo anche nel 2016 per far fronte alla situazione. Da un lato, si è puntato sull'automazione che permette di alleggerire il carico di lavoro manuale. Dall'altro, si è lavorato molto sul tema della formazione per la sicurezza e si è rafforzata l'attenzione alle Risorse Umane per garantire il migliore equilibrio possibile tra le esigenze individuali e quelle aziendali. Infine, la BA ha rinnovato la propria adesione alla filosofia WHP raccontata in questo Bilancio, che promuove stili di vita corretti e salutari anche in ambito aziendale.

BUSINESS LINE SPECIALTY (RADIGREEN®)¹

DMA - Il contesto competitivo si è mostrato, anche nel 2016, difficile per l'erba sintetica. Da diversi anni sono in atto i seguenti trend:

1. Forte concorrenza da parte dei produttori cinesi di manti erbosi (tutti integrati con la produzione di filo) che ha comportato un generale calo dei prezzi finali all'utilizzatore.
2. Consolidamento di aziende produttrici di tappeti e loro integrazione a monte.
3. Integrazione, parziale, a valle del principale produttore occidentale di fibra (Tencate).
4. Spostamento del baricentro delle produzioni di fibra dall'Europa al Medio Oriente (costi di produzione inferiori).

Il mercato di quest'area si è confermato inoltre particolarmente attento al binomio costi-prestazioni. Laddove al primo elemento è stato richiesto un costante decremento, ci si è attesi dal secondo un progressivo aumento. Questo scenario ha reso i temi dell'efficienza, dell'uso razionale delle risorse e dell'innovazione assolutamente rilevanti per la Business Area.

ANDAMENTO RADIGREEN

L'anno 2016 è stato caratterizzato da due avvenimenti principali. In primo luogo, un andamento molto stabile del prezzo della materia prima (polietilene), simile a quello del polipropilene sopra descritto.

Differentemente da quest'ultimo, però, il prezzo medio del polietilene nell'anno 2016 è comunque risultato, praticamente, uguale a quello medio registrato nel 2015; In secondo luogo, i prezzi di vendita sono aumentati in tutte le famiglie di prodotti, per effetto di aumenti effettivi di prezzo, oppure per un mix di prodotti a maggiore valore aggiunto. Ciò ha consentito il mantenimento dei margini nonostante il calo di fatturato.

BUSINESS LINE SPUNBOND (DYLAR®)¹

DMA - La Business Line identifica prevalentemente con l'Europa il proprio mercato di riferimento per i non tessuti. L'arena competitiva può essere qui considerata più equilibrata rispetto al Radigreen, in virtù della presenza di vincoli e opportunità di mercato simili per tutti gli operatori del settore. La sfida, portata avanti anche nel 2016, è stata quella di sviluppare prodotti con un valore aggiunto percepito e spendibile, che consentisse buoni margini. In aggiunta a questo, sono proseguite le attività per focalizzarsi su nicchie di mercato ad alta specializzazione, meno attaccabili e maggiormente favorevoli dal punto di vista dei margini. Ciò è stato reso possibile dall'utilizzo accorto della Tecnologia di Produzione disponibile, rendendola in grado di produrre articoli con caratteristiche meccaniche non comuni.

ANDAMENTO DYLAR

L'anno 2016 è stato caratterizzato da Prezzi medi della materia prima (polipropilene) praticamente costanti per tutto l'anno. Il valore medio del polipropilene è risultato inferiore a quello medio dell'esercizio precedente di circa il -11,5%, a giustificazione del calo di fatturato.

Si sono inoltre riscontrati prezzi di vendita che hanno rispecchiato l'andamento delle materie prime, con un margine di contribuzione mantenutosi, sostanzialmente, costante, in valore percentuale sul valore prodotto.

Da evidenziare è la decisione, presa nell'ultimo trimestre 2016, di investire in una nuova capacità produttiva nell'area Dylar che, a regime, incrementerà in maniera considerevole i volumi disponibili alla vendita. La tecnologia di produzione che caratterizzerà la nuova macchina sarà innovativa rispetto a quella delle macchine attuali, permettendo la produzione di articoli con caratteristiche tecniche diverse, ad arricchire l'offerta attuale di prodotti da parte di Tessiture.

¹"Contesto Generale" realizzato su indicazione dei vertici delle Business Area (BA), "Andamento" tratto dalla Relazione degli Amministratori sull'andamento della gestione del Bilancio Consolidato di Radici Partecipazioni S.p.A. al 31 dicembre 2016

I PROGETTI DI RICERCA E SVILUPPO

DMA - L'attività di Ricerca e Sviluppo è stata evidenziata nella Matrice di Materialità 2016 come tema rilevante. Numerosi sono stati i progetti condotti nelle singole Aree di Business, o in maniera trasversale a diverse realtà del Gruppo, per migliorare le prestazioni dei prodotti esistenti oppure per rispondere alle esigenze dei Clienti con un ampliamento del portafoglio. I bisogni e le esigenze emergenti, così come raccontati nella parte di Bilancio relativa ai nuovi trend, hanno poi portato allo sviluppo di prodotti innovativi o, come nel caso dei progetti di Ecodesign, a nuovi modi di concepire i prodotti prima ancora che vengano realizzati.

Le linee guida dei progetti di R&D sono state da un lato l'attenzione all'ottimizzazione dei costi e al miglioramento degli standard qualitativi e dall'altro la riduzione complessiva dell'impatto ambientale. Importante in questo ambito la collaborazione con gli Istituti Universitari che si sono rivelati preziosi partner tecnici.

I progetti più significativi che hanno interessato il 2016 riguardano:

- Progetti di Ecodesign che hanno interessato diverse Aree di Business di RadiciGroup.
- Poliammidi da fonti rinnovabili e loro derivati nel settore delle fibre e nel settore plastico.
- Monomeri per poliammide da fonti rinnovabili.
- Materiali destinati alla sostituzione metalli o Metal Replacement nel settore delle materie plastiche.
- Progetto "long chain polyamides" le poliammidi a catena lunga per il settore plastico, destinate ad applicazioni che richiedono elevate performance.
- Fiocco in poliammide per applicazioni tecniche.
- Copoliammidi e poliammidi semiaromatiche.

100% NYLON – RADICI NYLON DREAM, L'ECO DESIGN DEI MATERIALI DEL FUTURO TROVA CASA AL POLITECNICO

RadiciGroup da tempo lavora per coniugare la qualità tecnologica dei prodotti con la dimensione estetica, soprattutto per le applicazioni destinate ai settori della moda e dell'arredamento. A questo si è aggiunto negli ultimi anni un particolare impegno per il riciclo che ha visto il Gruppo collaborare con partner tecnico-scientifici e Clienti per la definizione di formulazioni specifiche che rendono un manufatto a fine vita riciclabile meccanicamente per la creazione di altri prodotti.

Da questa visione è nata la collaborazione con il Politecnico di Milano per "100% Nylon – Radici Nylon Dream", un laboratorio di idee coordinato da Francisco Gomez Paz – designer e progettista argentino di fama internazionale – con la partecipazione attiva di Enrico Baleri, imprenditore, designer e progettista bergamasco.

Un workshop che si è svolto dal 21 al 25 novembre 2016 al Politecnico di Milano come attività curricolare per gli studenti dell'ultimo anno, nell'ambito del corso di Design del Prodotto per l'Innovazione della Scuola del Design del Politecnico di Milano.

Scopo del workshop era la creazione di concept di prodotto capaci di comunicare ed esaltare il valore distintivo del nylon rispetto ad altri materiali apparentemente simili, ma con proprietà completamente diverse dal punto vista estetico e tecnico.

Il risultato sono stati ben 15 progetti ideati dagli studenti per creare oggetti destinati all'illuminazione oppure utensili da cucina, sedute o articoli per lo sport, tutti 100% nylon.

Tratto comune, oltre all'essere realizzati in nylon, il fatto di essere stati concepiti in ottica di eco-design, prevedendo cioè formulazioni chimiche e caratteristiche tali che li rendano adatti all'uso primario ma anche, con relativa facilità, al riciclo post-consumo.

LA QUALITÀ E L'INNOVATIVITÀ DEI PRODOTTI DI RADICI PLASTICS PREMIATA ANCHE NEL 2016

Dopo numerosi premi attribuiti ad altre Aziende della Business Area Performance Plastics, nel 2016 è stata la volta della brasiliana Radici Plastics Ltda, che ha ricevuto il premio "Destaque de Qualidade". Il riconoscimento è promosso dall'azienda cliente Tecfil, produttrice di filtri carburante e leader di mercato in America Latina.

Tra le motivazioni che hanno contribuito all'ottenimento del premio, Tecfil ha sottolineato di aver apprezzato la qualità e l'eccellenza nella fornitura di tecnopolimeri innovativi e di un servizio accurato e continuo di monitoraggio dei processi.

Si tratta di un premio importante per Radici Plastics Ltda che testimonia la capacità di seguire il cliente lungo tutte le fasi del processo, dalla progettazione alla realizzazione del prodotto finito. Insieme al dipartimento ingegneristico di Tecfil Radici Plastics è riuscita a trovare una soluzione tailor-made, mettendo a disposizione due prodotti a marchio Radilon® in grado di migliorare le performance complessive del filtro carburante.

La gamma Radilon® comprende infatti tecnopolimeri che offrono resistenze migliorate in condizioni di temperature elevate (anche fino a 230° per Radilon® XTreme), materiali rinforzati per il metal replacement e le poliammidi a catena lunga.

LA MAPPATURA DEI RISCHI

STANDARD DISCLOSURES G4-2

Insieme alla valutazione di rischi ed opportunità per la creazione della Matrice di Materialità, già illustrata in questo Bilancio, ogni anno viene condotta una analisi relativamente ai rischi economico-finanziari.

Altre tipologie di rischio, ad esempio quelle legate ai cambiamenti climatici o ad eventi catastrofici non sono ad oggi ritenute rilevanti e dunque non sono oggetto di piani specifici.

L'attività del Gruppo è esposta a diverse tipologie di rischi finanziari, ad inclusione delle variazioni nei tassi di interesse, nei cambi e nei prezzi e a rischi di liquidità e cash-flow. Al fine di mitigare tali rischi e per ottimizzare i costi di gestione e le risorse dedicate, le operazioni di gestione dei rischi sono centralizzate presso Radici Partecipazioni S.p.A. Di conseguenza, la Holding agisce direttamente sul mercato a supporto delle società controllate.

Inoltre, per quanto riguarda gli obiettivi e le politiche in materia di gestione del rischio, sono da evidenziare i fattori seguenti:

Rischi connessi alla competitività:

Sono molteplici i fattori di rischio esterni che devono essere considerati nel raggiungimento dei risultati di volume d'affari e conseguentemente di redditività. In tale contesto, il principale rischio che il Gruppo si trova ad affrontare è relativo alla competitività, in quanto i principali mercati in cui opera sono sensibili ai livelli di prezzo. Si tratta quindi di affrontare il rischio facendo leva sul livello qualitativo elevato dei prodotti, ormai riconosciuto da tempo dai Clienti, per contrastare le movimentazioni di prezzo generate dai Concorrenti.

Rischi di credito/Rischio di solvibilità:

Il rischio di credito risulta contenuto. Il Gruppo non è caratterizzato da eccessive concentrazioni di clientela. Tuttavia, anche questo viene costantemente monitorato e analizzato da una struttura dedicata, al fine di porre in campo con tempestività eventuali azioni necessarie a minimizzare possibili eventi negativi. Il rischio di solvibilità, per buona parte dei Clienti, è coperto con la stipula di polizze assicurative. In conclusione, in virtù del costante presidio dei processi di amministrazione, finanza e controllo, i rischi a cui le attività aziendali di RadiciGroup sono esposte non sono ritenuti superiori a quelli fisiologicamente connessi al complessivo rischio di impresa.

Inoltre, la stabilità e affidabilità dei rapporti tra il Gruppo e i propri Clienti e il mercato rendono poco significativi anche i rischi di fonte esterna, pur essendo necessario monitorare comunque le potenziali conseguenze della situazione di mercato.



***COSÌ IL DIVERSO COLORE
DELLA PELLE MAL SI
ADDICE AL PREGIUDIZIO,
PERCHÉ SOLTANTO
GUARDANDO OLTRE
TALE COLORE SI PUÒ
COMPNDERE LA
GRANDEZZA DEL GENERE
UMANO***

GLI STAKEHOLDER INTERNI

MAPPATURA DEL CONTESTO DI RADICIGROUP IN RELAZIONE ALLE ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER E RISCHI CONNESSI

Tabella 13

STAKEHOLDER	LEGITTIME ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER	RISPOSTA DI RADICIGROUP	RISCHI PER RADICIGROUP*
AZIONISTI	<ul style="list-style-type: none"> • Remunerazione del capitale investito • Profittabilità del business • Incremento valore intangibile 	<ul style="list-style-type: none"> • Piani Strategici e relativi Budget • Sistemi di Gestione • Acquisizioni • Riorganizzazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Rischi legati al Mercato (RS) • Scompensi Finanziari (RF) • Rischio Reputazionale (RR)
LAVORATORI	<ul style="list-style-type: none"> • Etica del rapporto di lavoro • Stabilità del rapporto di lavoro • Salute e sicurezza • Giusta remunerazione • Percorso di carriera • Formazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto delle cogenze • Codice Etico di RadiciGroup • Politiche e procedure di RadiciGroup sui diversi temi 	<ul style="list-style-type: none"> • Demotivazione (RR + RO + RF) • Disimpegno (RO) • Assenteismo (RO) • Corruzione (RR + RF + RP) • Frode (RR + RF + RP) • Rischio Reputazionale (RR)
AZIENDE DEL GRUPPO	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti e/o servizi conformi alle aspettative • Correttezza e trasparenza dei rapporti • Collaborazione e vicinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Linee Guida e Procedure • Assistenza e consulenza • Creazione di Network • Sinergie • Condivisione delle conoscenze 	<ul style="list-style-type: none"> • Disallineamento tra le politiche della Holding e le politiche delle consociate (RO) • Rischio Reputazionale (RR)

* LEGENDA

RR - RISCHIO REPUTAZIONALE
 RO - RISCHIO OPERATIVO
 RP - RISCHIO PURO
 RS - RISCHIO STRATEGICO
 RF - RISCHIO FINANZIARIO

	MITIGAZIONE DEL RISCHIO	OPPORTUNITÀ PER RADICIGROUP	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni di Prevenzione e Risposta ai Rischi • Attività di Controlling • Accorta Politica MKT e Comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuità e profittabilità del business 	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento strategico e operativo quotidiano • Comunicazione
	<ul style="list-style-type: none"> • Codice Etico • Politiche di RadiciGroup sulle Risorse Umane • MBO e Benefit • Gestione carriere • Engagement • Attività formative 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelizzazione • Motivazione • Efficienza 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione interna • Engagement • Eventi ad hoc • MBO e Benefit • WHP
	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema di Gestione integrati • Progetti e gruppi di lavoro trasversali • Attività di Coordinamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Sinergie • Ottimizzazioni • Opportunità di business 	<ul style="list-style-type: none"> • Network e incontri di business • Team trasversali • Condivisione delle conoscenze • Comunicazione

GLI AZIONISTI

STANDARD DISCLOSURES G4-7 e 34

Il modello organizzativo scelto da RadiciGroup è basato sul diretto controllo della gestione da parte della Famiglia Radici.

La famiglia Radici possiede l'intero pacchetto azionario del Gruppo e ne formula le strategie di concerto con il Consiglio di Amministrazione. Angelo, Maurizio e Paolo Radici, nelle loro funzioni di Presidente, Vice Presidente e Consigliere seguono quotidianamente ed operativamente l'andamento dei Business.

Il coinvolgimento degli Azionisti nella gestione del Gruppo avviene attraverso il controllo diretto esercitato sulle funzioni Corporate e sulle Aree di Business (si veda a tal proposito l'organigramma) e attraverso tutti i sistemi di coinvolgimento dell'Alta Direzione previsti dai sistemi di Certificazione Integrata.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

STANDARD DISCLOSURES G4-7

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

Gli organi di cui la holding si avvale per l'amministrazione ed il controllo sono il Consiglio di Amministrazione, con funzioni strategiche e amministrative, ed il Collegio Sindacale. Quest'ultimo è composto da 3 membri, in carica per 3 anni con funzioni di controllo sull'amministrazione.

Il CDA, in carica per 1 anno, è composto da 7 membri. Ne fanno parte gli Azionisti di maggioranza insieme a consiglieri che portano la propria expertise specifica in materia economico-finanziaria, amministrativa e legale.

Le attività produttive e commerciali del Gruppo sono affidate alle realtà operative che, su mandato del CDA, attuano il business plan del Gruppo. Definite a seconda della tipologia produttiva o della tecnologia di processo, le business area sono guidate ciascuna da un manager designato dal CDA di Radici Partecipazioni.

I Business Area Manager talvolta rivestono anche il ruolo di consigliere delegato delle rispettive aziende, con limiti di ordinaria amministrazione.

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

IL COMITATO ETICO

STANDARD DISCLOSURES G4-37

Su input degli Shareholder e del CDA, è responsabile della applicazione del Codice Etico oltre che della sensibilizzazione ai temi della sostenibilità. 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.

Nel 2016 il Comitato si è riunito per discutere dell'approvazione e diffusione dei Codici di Condotta Fornitori e Clienti, illustrati precedentemente nel Bilancio. Ha inoltre affrontato una riflessione sull'adeguatezza al contesto attuale di Vision, Mission e Valori aziendali. Da questa riflessione sono nati spunti per una revisione prevista per il 2017.

Il Comitato ha inoltre confermato l'importanza dell'adeguamento dei sistemi gestionali delle aziende italiane al Modello Organizzativo della legge 231, che vede in Radici Chimica S.p.A. la prima azienda del Gruppo ad aver raggiunto questo obiettivo.

I LAVORATORI

STANDARD DISCLOSURES G4-10 e 11

Tutti i dati relativi ai Dipendenti suddivisi per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento sono trattati nel capitolo relativo agli indicatori LA, analogamente ai dati relativi alla tipologia di contratti ad oggi in essere nel Gruppo.

I PROGETTI DI ENGAGEMENT DEGLI STAKEHOLDER INTERNI

STANDARD DISCLOSURES G4-26

TUTTI GLI STAKEHOLDER INTERNI,
IN PARTICOLARE GLI SHAREHOLDER

Focus su: conoscenza dei processi attraverso cui la sostenibilità si concretizza ad ogni livello del Gruppo

L'IMPLEMENTAZIONE E L'APPLICAZIONE DELLA
GOVERNANCE IN TEMA DI SOSTENIBILITÀ

STANDARD DISCLOSURES G4-35 e 37

La procedura PR 08 - MODALITÀ DI GESTIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE", applicata dal 2015 a tutte le realtà del Gruppo e sottoscritta dal Vice Presidente Maurizio Radici, è stata revisionata sia nel 2016 che nel 2017.

« Essa si prefigge di fornire agli Azionisti, al CdA e ai Manager di RadiciGroup strumenti per monitorare e analizzare il contesto relativo alla Corporate Social Responsibility (CSR) in cui opera l'Azienda. Il tutto per poter meglio operare in modo sinergico e integrato con le politiche e i sistemi di gestione di RadiciGroup. Scopo della (...) procedura è inoltre di definire le modalità di gestione, di raccolta, misurazione, rielaborazione dei dati di performance e lo sviluppo di piani di miglioramento nell'ambito del progetto per lo sviluppo sostenibile denominato: "RadiciGroup for Sustainability" »

Importante novità formalizzata dalla procedura revisionata è il sistema di elaborazione del contesto esterno ed interno al Gruppo, elemento essenziale per la valutazione dei temi materiali. Il contesto è stato elaborato in coerenza con quanto di analogo è previsto anche dalla norma ISO 9001:2015.

La procedura illustra inoltre il ruolo che ciascuna delle funzioni del Gruppo è chiamata a svolgere. La definizione della strategia di sostenibilità, partendo dalla Vision fino ai business plan di RadiciGroup, è infatti attuabile solo mediante un approccio multifunzionale che coinvolge i vertici, il gruppo di coordinamento GRI e tutti i diversi siti di RadiciGroup. La concretizzazione degli sforzi e l'ottenimento dei risultati non può prescindere inoltre da nessuna delle persone del Gruppo.

TUTTI GLI STAKEHOLDER INTERNI, IN
PARTICOLARE LE AZIENDE

Focus su: consapevolezza dell'importanza di sistemi organizzativi solidi, al servizio del miglioramento continuo e di una sostenibilità radicata nelle attività quotidiane

IL SISTEMA DI GESTIONE QUALITÀ, SICUREZZA E AMBIENTE E LA SUA POLITICA

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

RadiciGroup si propone la "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 miglio-

ramento continuo di questi Sistemi, in conformità con i progressi tecnici, le conoscenze scientifiche e le richieste del mercato.”

Una visione integrata di obiettivi, strumenti e risorse al servizio della sostenibilità. Una concezione unitaria di tutte le aziende di RadiciGroup che rafforza gli obiettivi comuni, favorisce la condivisione della conoscenza e valorizza l'unicità dei diversi siti. Un impegno concreto e misurabile per la tutela di qualità ambiente e sicurezza.

Questi sono i capisaldi che il sistema di gestione Qualità Sicurezza e Ambiente, coordinato dalla Funzione Corporate Quality&Processes, esprime attraverso la propria Politica. Sottoscritta dal Presidente e Vice Presidente del Gruppo e revisionata nel 2017, è stata diffusa a in tutte le Aziende in forma di manifesto e riportata in questo Bilancio.

LA CERTIFICAZIONE DELLA HOLDING E IL PERCORSO DI CERTIFICAZIONE DELLE AZIENDE DEL GRUPPO

“Per un'organizzazione l'adozione di un sistema di gestione per la qualità è una decisione strategica che può aiutare a migliorare la sua prestazione complessiva e costituire una solida base per iniziative di sviluppo sostenibile”

Radici Partecipazioni ha ottenuto nel primo semestre del 2016 la certificazione ISO 9001:2015 per il proprio sistema di gestione qualità. Prima azienda del Gruppo a certificarsi secondo la nuova versione della norma, la holding è dunque in possesso di un sistema pienamente integrato alle strategie di business, ed è in grado di supportare e orientare le Consociate nella scelta di un percorso analogo.

La versione 2015 della norma ISO 9001 si focalizza in particolare, sul concetto di Risk Based Thinking, chiedendo all'organizzazione di attuare la propria pianificazione sulla base della consapevolezza del contesto operativo, sui bisogni degli interlocutori rilevanti, sui processi e sul loro essere finalizzati al raggiungimento degli obiettivi.

Un approccio che favorisce il miglioramento continuo sostenibile e duraturo proprio perché coerente con il contesto operativo ed in linea con le aspettative degli Stakeholder. A fianco di questo traguardo della Holding, anche i diversi siti operativi di RadiciGroup hanno proseguito nel 2016 il cammino di certificazione negli ambiti della qualità, della sicurezza e dell'energia. **Tabella 14**

Un importante percorso in atto nel Gruppo è, inoltre, quello che sta portando sempre più aziende, in ogni parte del mondo, a certificarsi secondo la norma ISO 14001, lo standard internazionale per i sistemi di gestione ambientale. Elemento fondamentale della norma è l'analisi ambientale volta alla prevenzione e mitigazione degli impatti, all'uso sostenibile delle risorse, all'adattamento ai cambiamenti climatici e alla protezione della biodiversità e degli ecosistemi legati a ogni singolo sito. Interessante in questo senso il patrimonio di know how su questi temi che si va formando nel Gruppo, considerata la variabilità di collocazione geografica e di condizioni climatiche che caratterizza siti produttivi presenti in 3 diversi continenti (Europa, Asia, Americhe).

Alcune misure specifiche adottate dal Gruppo sono rivolte, ad esempio, alla tutela di specie ittiche di montagna, di anfibi o di specie aviarie protette. In particolare, per quanto riguarda le aziende storiche di RadiciGroup collocate in Italia, si tratta di siti a potenziali forti impatti per i quali diverse autorità regionali e locali vigilano sulle emissioni, sulla salvaguardia del patrimonio forestale, sulla qualità dell'acqua per quanto concerne la presenza di inquinanti, i livelli di temperatura e il deflusso minimo vitale necessario per la tutela della flora e della fauna.

Gli step che la norma ISO 14001 prevede a livello di comunicazione con gli Stakeholder fanno sì che anche questi ultimi siano resi più consapevoli del contesto nel quale vivono o lavorano e siano informati relativamente a quanto ogni azienda del Gruppo pone in atto per la salvaguardia dell'ambiente e delle risorse.

**COLUI CHE TI AMA NON
CERCA DI CAMBIARE LA
TUA NATURA**

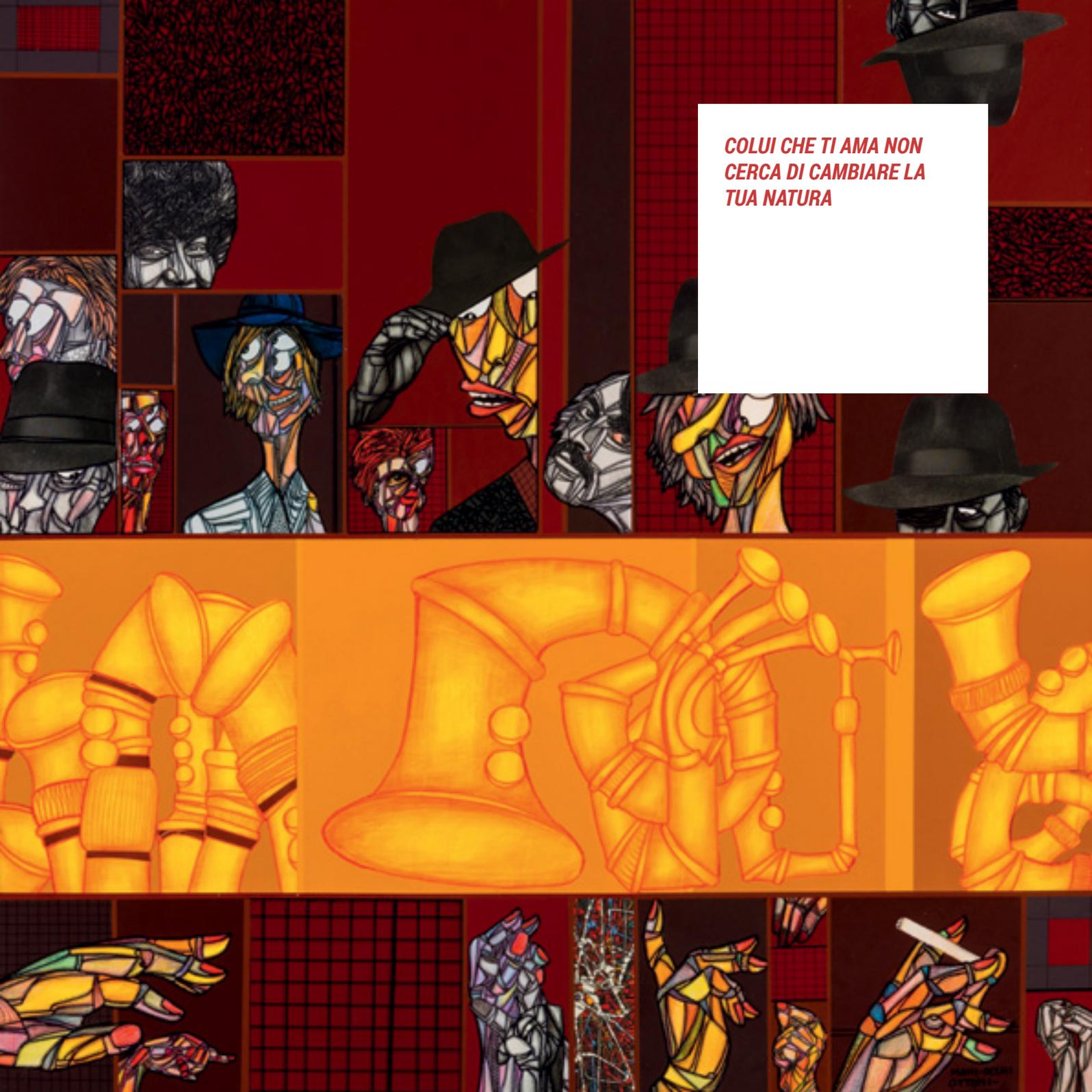


TABELLA CERTIFICAZIONI 2016*

AZIENDA RADICIGROUP	codice settore	ISO 9001:2015	ISO 9001:2008	ISO/TS 16949:2009	ISO 14001:2015	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	IAF 4	☀			☀		✓	✓
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							✓
RADICIFIBRAS Ltda	EA 04		✓					
NOYFIL S.p.A. – Chignolo d'Isola	EA 04		✓				✓	
NOYFIL S.p.A. – Andalo Valtellino	EA 04		✓				✓	
NOYFIL SA	IAF 4	☀			★			
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		✓					
RADICI PLASTICS B.V.	EA 14		☀	☀		☀		
SPECIALTY CHEMICALS								
RADICI CHIMICA NOVARA S.p.A.	IAF 12	☀			☀		✓	★
RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GmbH	EA 12		✓			✓	✓	✓

*dati aggiornati al primo semestre 2017

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		Certiquality		
Certiquality		Certiquality		
SRAC Romania		SRAC Romania	SRAC Romania	
				DEKRA
Fundação Vanzolini				
Certiquality			Certiquality	
Certiquality			Certiquality	
Certiquality		Certiquality		
Certiquality		Certiquality	Certiquality	
Certiquality	Certiquality	Certiquality	Certiquality	IIP
Certiquality		Certiquality	Certiquality	
TUV	TUV	TUV		TUV
Bureau Veritas	Bureau Veritas	Bureau Veritas		
TUV	TUV			
SQA	SQA			
ABS Quality				
DQS	DQS	DQS		
Certiquality		Certiquality	Certiquality	Certiquality
DQS		DQS	DQS	DQS

✓ Certificato ⚙️ Lavori in corso ★ Nuovo (2016) 🌟 Nuovo (2017) ✔️ Cambio ente

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

¹ per RADIPOL® DC (PA 6.10) e RADIPOL® DX (PA 10.10)

² per RADILON® S (PA6) e RADILON® A (PA6.6)

³ per HERAMID® A (PA6.6)

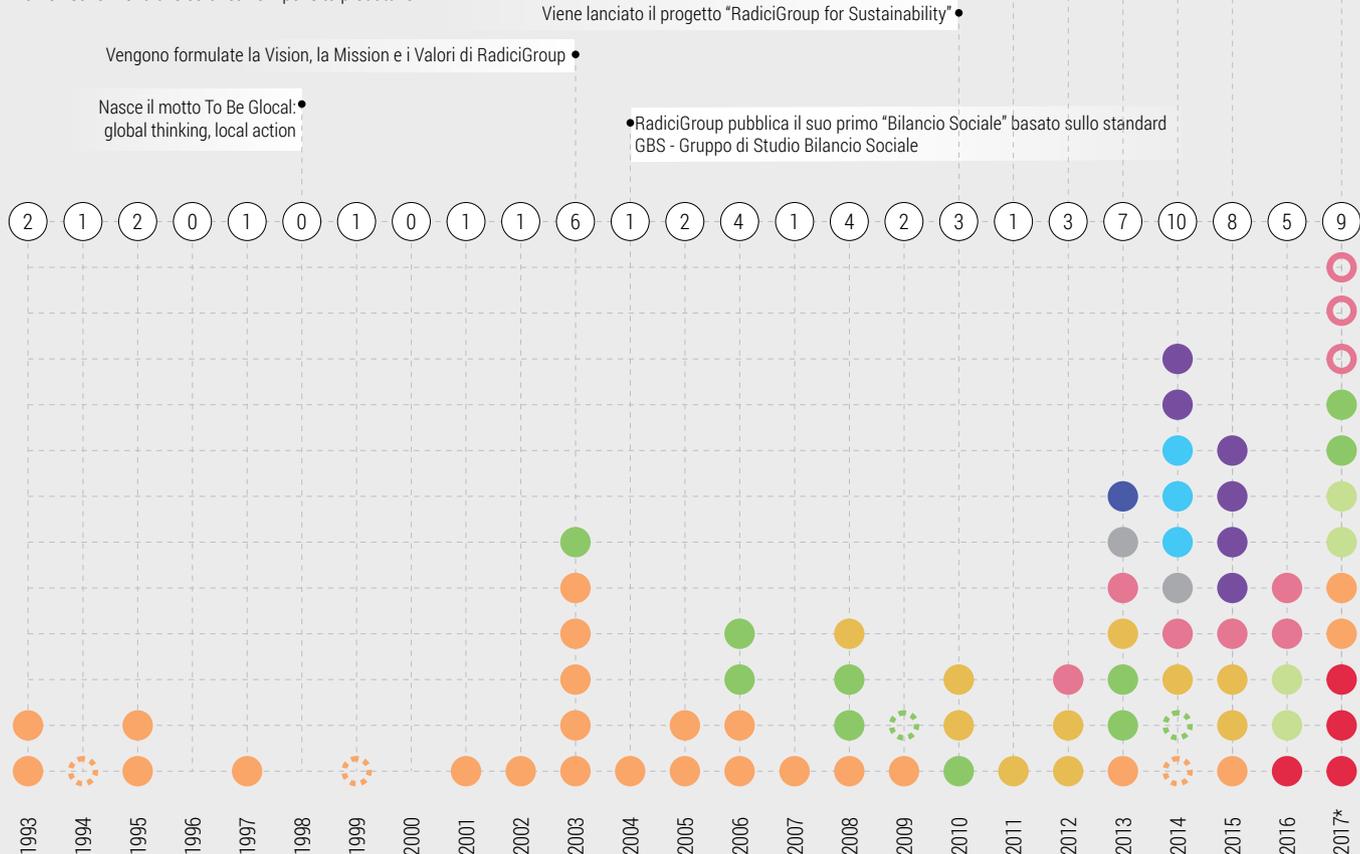
⁴ per POLYAMIDE SCRAP RECOVERY SERVICE

⁵ per Radifloor® (PA 6 e PA6.6)

UNA STORIA DI SOSTENIBILITÀ

- 27 Qualità
- 4 Qualità 9001:15
- 12 Ambiente
- 4 Ambiente 14001:15
- 10 Sicurezza
- 6 Energia
- 2 OEF/PEF
- 3 Prodotto
- 1 Laboratorio
- 6 EPD
- Lavori in corso
- Passaggio di certificazione

I numeri sono riferiti alle certificazioni per sito produttivo



* dati aggiornati al primo semestre 2017

RadiciGroup opera in ottica di Economia Circolare

RadiciGroup, con Radici Novacips e Radicifil, ottiene i suoi primi EPD, iniziano i progetti di Eco-Design

RadiciGroup, grazie a Radici Chimica S.p.A., è il primo Gruppo chimico Europeo ad aver ottenuto i certificati di conformità OEF/PEF

Quattro Regole specifiche di Prodotto (PCR) pubblicate da RadiciGroup diventano standard di riferimento per l'industria delle fibre tessili e delle materie plastiche

Il Bilancio di Sostenibilità 2011 ottiene la certificazione del livello di conformità B+ dello standard Global Reporting Initiative

Il Gruppo inizia gli studi di LCA (Life Cycle Assessment) sui suoi prodotti

Vengono formulate la Vision, la Mission e i Valori di RadiciGroup

Nasce il motto To Be Glocal: global thinking, local action

RadiciGroup pubblica il suo primo "Bilancio Sociale" basato sullo standard GBS - Gruppo di Studio Bilancio Sociale

L'AREA COMFORT FIBRES DI RADICIGROUP PUNTA SULLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE CONCRETA E CERTIFICATA

Due importanti traguardi in tema di sostenibilità sono stati raggiunti nel 2016 da Radici Yarn SpA – Unità Operativa di Ardesio (Bergamo) - e Noyfil SA di Stabio (Ticino/CH) che hanno ottenuto la Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma ISO 14001:2015

Per entrambe le realtà aziendali si è trattato di un riconoscimento d'eccellenza che testimonia l'impegno sul fronte di una gestione sostenibile, perseguito grazie alla capacità di lavorare in squadra che da sempre caratterizza le persone che operano nelle aziende di RadiciGroup.

Per Radici Yarn la certificazione ha riconosciuto in particolare gli sforzi, in termini di risorse strategiche, umane e finanziarie, messi in campo per la valutazione e la mitigazione degli impatti ambientali. Per Noyfil invece, la certificazione è stata un segno distintivo in termini di trasparenza nelle relazioni con il territorio e le Comunità locali in un contesto, quello del Canton Ticino, particolarmente attento alla tutela delle risorse naturali.

I LAVORATORI

Focus: la formazione e una rinnovata percezione del concetto di sicurezza

RADICIGROUP FOR SAFETY: ALLE RADICI DELLA SICUREZZA

***DMA** - "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, alla promozione attiva della sicurezza in ciascuna delle nostre Aziende. Un impegno non delegabile, affidato a ciascuno di noi in prima persona."*

Con questa autorevole indicazione da parte del Presidente di RadiciGroup, ha preso il via nel maggio 2016 il percorso "RadiciGroup for Safety - Alle Radici della Sicurezza" che si è concluso nel primo semestre 2017.

Circa 60 dirigenti per la sicurezza e 200 preposti, per un totale di 720 "giorni persona" d'aula, hanno dunque partecipato a questo corso. L'iniziativa di formazione ha risposto da un lato alle più attuali esigenze legislative sul tema, mentre dall'altro ha costituito un notevole sforzo in termini di risorse umane ed economiche per far fronte ad una situazione che mostrava forti segnali di preoccupazione. Il trend riscontrato negli indicatori relativi agli infortuni nel 2015 ha spinto infatti i vertici del Gruppo e la funzione risorse Umane ad intraprendere una vera e propria azione d'urto.

Principale obiettivo del corso è stato lo sviluppo di competenze trasversali nei partecipanti, con particolare riferimento all'accrescimento della sensibilizzazione nei confronti della percezione del rischio, allo sviluppo di comportamenti efficaci e responsabili da parte dei dirigenti e preposti, alla comunicazione nei confronti dei collaboratori.

I risultati del piano sono attesi a partire dal secondo semestre 2017 e dovrebbero essere evidenziati dagli indicatori a partire dal 2018.

Focus su: creazione di un clima aziendale positivo e sulla diffusione di stili di vita corretti Progetto WHP

Il progetto WHP (Workplace Health Promotion), ideato da ATS Bergamo e Regione Lombardia, è stato attivato nel 2015 presso RadiciGroup e continua a sensibilizzare le persone del Gruppo su stili di vita sani e attitudini mentali positive.

In questo ambito, è stata rinnovata anche per il 2016 l'iniziativa del cesto di frutta fresca una volta alla settimana per chi voglia approfittare di uno spuntino sano nelle aziende accreditate WHP Radici Partecipazioni, Geoenergie e Tessiture Pietro Radici. Analoga scelta per le macchinette distributrici negli spazi di aggregazione che hanno offerto per la prima volta, accanto agli snack tradizionali, scelte più "salutari". Infine, in occasione di catering aziendali, lo spazio di consapevolezza sull'alimentazione sana non è mai mancato.

Per quanto riguarda la promozione dell'attività fisica e dell'aggregazione, numerose sono state le camminate in scenari urbani e naturali che hanno visto una ottima partecipazione. In particolare l'escursione "Al Chiaro di Luna" sulle pendici innevate del Monte Pora, la "passeggiata sulle acque" del Lago d'Iseo in visita all'installazione The

Floating Piers dell'artista Christo e la camminata "Mille Gradini" di Bergamo sono stati gli appuntamenti che hanno riscosso maggior successo tra i Dipendenti del Gruppo e i loro familiari.

Le attività per la promozione del benessere personale e sociale hanno visto lo svolgimento di una giornata Fabbriche aperte, in coincidenza con il 75° anniversario di Tessiture Pietro Radici. In questa occasione, oltre alla visita agli spazi dell'Azienda aperta ai familiari e agli abitanti delle Comunità locali, RadiciGroup ha organizzato un orientamento al percorso di studi e al mercato del lavoro per i figli dei Dipendenti. Grazie alla testimonianza di RadiciGroup e di Confindustria Bergamo, i ragazzi presenti insieme ai loro genitori hanno potuto cogliere spunti e criticità nel mondo del lavoro in vista delle scelte future.

Nel 2016, con l'accreditamento WHP di RadiciFil e l'adesione volontaria ai principi del progetto dell'azienda Ceca Logit, il progetto ha varcato i confini dell'Italia e le persone interessate sono diventate circa 700, più di un quarto dell'intera popolazione aziendale del Gruppo.

Il focus 2017 del piano, oltre alla prosecuzione delle attività in corso, sarà sui temi della lotta alle dipendenze e sulla mobilità sicura e sostenibile.

NATALE 2016: TRE IDEE WHP A FAVORE DEI BAMBINI

Non solo movimento, alimentazione corretta, aggregazione. Il progetto WHP nel 2016 ha messo in moto anche cuore e sentimenti uscendo dalle aziende per raggiungere i più piccoli.

In occasione delle festività natalizie Confindustria Bergamo ha organizzato il progetto di volontariato e responsabilità sociale "REGALATI UN SORRISO" con l'obiettivo di raccogliere giocattoli da donare a Istituti e Associazioni che si prendono cura di bambini che vivono condizioni di disagio.

L'iniziativa ha visto una generosa partecipazione da parte delle persone di RadiciGroup che ha fatto sì che le ceste collocate nelle reception delle aziende si riempissero immediatamente di giochi consegnati a più riprese a Confindustria.

Analogo successo per le iniziative speciali di Natale "Regala un Rollinz" (personaggi da collezione della saga Star Wars) destinati ad un centro oncologico in Brasile supportato da una associazione no profit bergamasca, e per la raccolta di giochi in scatola destinati a bambini e ragazzi con disabilità seguiti dall'associazione "Costruire Integrazione Onlus".

SPORT E AGGREGAZIONE: UN ANNO DI INIZIATIVE PER RADICI PLASTICS SUZHOU

Un anno ricco di eventi il 2016 per l'azienda cinese Radici Plastics Suzhou: ben 17 iniziative sono state organizzate per coinvolgere i Lavoratori in momenti collettivi di sport, festa e aggregazione. Con lo scopo di creare affiatamento tra le persone e facilitarne la comunicazione nonché di rafforzare il senso di appartenenza all'Azienda, regolarmente si sono organizzate le celebrazioni dei compleanni in ufficio. L'arrivo del nuovo anno è stato festeggiato con una cena speciale per tutti i Dipendenti, mentre in due occasioni sono state organizzate giornate sportive con tornei di badminton e ping pong che hanno visto la partecipazione complessiva di un centinaio di persone. Importante poi l'evento di conciliazione vita privata e vita lavorativa chiamato "Family Day", la celebrazione della giornata internazionale della famiglia che ha visto le persone dell'azienda insieme ai familiari prender parte ad un grande barbecue all'aperto.

A coronamento dell'anno di iniziative, un intero weekend lungo trascorso insieme da circa 60 Lavoratori, alla scoperta di luoghi simbolo della Cina. La scelta del 2016 è caduta sul lago Thousand Island Lake e, visto il successo della proposta, l'Azienda intende replicare anche nel 2017 con una nuova meta.

Ulteriori progetti per il 2017 riguarderanno l'introduzione di specifiche attività di team building insieme alla continuazione di tutte le iniziative già organizzate nel 2016 che hanno trovato un ottimo riscontro nei Lavoratori.

2016: UN ANNO DI IMPORTANTI ANNIVERSARI AZIENDALI PER RADICIGROUP

"Soprattutto siamo una manifattura, e portiamo avanti queste nostre "radici manifatturiere" da 75 anni, sempre rinnovando, guardando avanti e cambiando anche il modo di lavorare". Con queste parole si apre "Come Tessuto Non Tessuto", pubblicazione che ripercorre la storia di Tessiture Pietro Radici, azienda capostipite del Gruppo, in occasione del 75° anniversario di fondazione festeggiato nell'ottobre 2016.

RadiciGroup è oggi una realtà industriale solida e articolata, ma rispecchia e rispetta la vocazione manifatturiera dell'azienda madre. Proprio questo è stato il filo conduttore del programma di celebrazioni che ha visto, accanto ad alcuni momenti riservati ai Clienti, due importanti appuntamenti per i Lavoratori. In primo luogo un momento di "Fabbriche aperte" che ha permesso all'azienda di raccontarsi e mostrarsi ai familiari dei Dipendenti e agli abitanti del territorio. In secondo luogo, un appuntamento conviviale ed un concerto, momenti durante i quali la Famiglia Radici, unita da particolare legame affettivo con Tessiture Pietro Radici, ha voluto ringraziare tutti i Lavoratori per il loro prezioso contributo.

RadiciGroup ha festeggiato nel 2016 anche i suoi primi trent'anni di attività nella Chimica. Data infatti 1986 la nascita di Radici Chimica SpA, impianto novarese che, insieme alla tedesca Radici Chimica Deutschland GmbH e alla sede commerciale RadiciChem Shanghai Co., Ltd, è cuore pulsante dell'area Specialty Chemicals.

La celebrazione del trentennale si è tenuta nel mese di maggio 2016 all'interno degli spazi della Sala Borsa di Novara, nel cuore della città, dove Radici Chimica SpA, accompagnata dalle note di Novara Jazz, ha festeggiato il proprio compleanno. Nel corso della serata i momenti principali sono stati dedicati alle persone che hanno contribuito alla longevità e al successo dell'azienda. A partire dalla premiazione dei Lavoratori che hanno raggiunto il traguardo dei 20 anni di attività. E sono stati sempre le donne e gli uomini della chimica protagonisti di un momento singolare in cui RadiciGroup ha presentato al pubblico "Chi fa chimica, uomini e soluzioni" un libro in cui parole e immagini hanno svelato un importante spaccato della vita del Gruppo.

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

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

“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”.

La salvaguardia dell'occupazione, l'importanza di ogni persona, la creazione di ambienti di lavoro confortevoli e sicuri, l'attenzione a percorsi professionali adeguati sono temi che caratterizzano l'agire di RadiciGroup. In particolare, la valorizzazione delle Risorse Umane attraverso la formazione, un elemento evidenziato dalla matrice di materialità.

Nel 2016, in aggiunta alla formazione obbligatoria prevista per legge, RadiciGroup ha affrontato con formazione volontaria progetti legati, ad esempio, alla qualità, o ai soft skills, le competenze che esulano dall'ambito tecnico e sviluppano un atteggiamento positivo in ambito lavorativo insieme a conoscenze nel campo delle relazioni interpersonali.

A questo si è aggiunto il progetto “RadiciGroup for Safety - Alle Radici della Sicurezza”, di cui si è dato conto nella parte relativa al coinvolgimento degli Stakeholder.

LE PERSONE DI RADICIGROUP (ORGANICO)

Qui di seguito una panoramica del mondo Risorse Umane di RadiciGroup e dei principali indicatori ad esso legati.

STANDARD DISCLOSURES G4-10 e 11

Tabella 16 FORZA LAVORO PER AREA GEOGRAFICA*

			2011	2012	2013	2014	2015	2016
n	Totale forza lavoro	Totale	3.364	3.269	3.210	3.047	3.016	3.067
n		Uomini	2.561	2.483	2.404	2.238	2.198	2.250
n		Donne	803	786	806	809	818	817
n	Italia	Totale	1.716	1.680	1.601	1.599	1.587	1.598
n		Uomini	1.412	1.373	1.301	1.296	1.287	1.297
n		Donne	304	307	300	303	300	301
n	Resto d'Europa	Totale	1.030	980	1.003	1.007	1.029	1.026
n		Uomini	639	602	610	597	596	597
n		Donne	391	378	393	410	433	429
n	Asia	Totale	26	30	36	42	57	78
n		Uomini	20	24	27	29	44	60
n		Donne	6	6	9	13	13	18
n	America	Totale	592	579	570	399	343	365
n		Uomini	490	484	466	316	271	296
n		Donne	102	95	104	83	72	69

*la forza lavoro comprende: i Lavoratori Interinali ed i Lavoratori Dipendenti

Tabella 17 PERCENTUALE DELLA FORZA LAVORO FEMMINILE PER AREA GEOGRAFICA*

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
%	Europa (Italia + resto d'Europa)	25,3	25,8	26,6	27,4	28,0	27,8
%	Italia	17,7	18,3	18,7	18,9	18,9	18,8
%	Resto d' Europa	38,0	38,6	39,2	40,7	42,1	41,8
%	Asia	23,1	20,0	25,0	31,0	22,8	23,1
%	America	17,2	16,4	18,2	20,8	21,0	18,9

*la forza lavoro comprende: le Lavoratrici Interinali e le Lavoratrici Dipendenti

La forza lavoro di RadiciGroup, distribuita ormai in maniera paritetica tra Italia e resto del mondo, si compone nel 2016 di 3067 persone, Dipendenti e Lavoratori interinali insieme, 2.250 uomini e 817 donne.

Nel 2016, tale forza lavoro è rimasta sostanzialmente invariata, l'organico si è mantenuto stabile. **Tabella 16** Analogamente è rimasta sostanzialmente invariata negli anni la percentuale di lavoratrici all'interno delle aree geografiche in cui opera il Gruppo. **Tabella 17**

Nella tabella seguente è riportata una suddivisione dei Dipendenti per genere e fascia di età che dimostra come la fascia intermedia (30-50) sia, da tempo, largamente prevalente nel Gruppo.

La ripartizione tra le donne e gli uomini nel 2016 vede la percentuale di donne pari al 27 %, in lieve flessione rispetto all'anno precedente.

Tabella18

INDICATORE G4-LA12

Tabella 18 DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

			2011	2012	2013	2014	2015	2016	Ripartizione per fascia d'età (2016)
<i>n</i>	Totale Dipendenti	Totale	3.317	3.216	3.166	2.997	2.967	2.964	
<i>n</i>		Uomini	2.523	2.436	2.362	2.192	2.156	2.165	
<i>n</i>		Donne	794	780	804	805	811	799	
<i>n</i>	Dipendenti < 30 anni	Totale	464	458	436	332	304	330	11,1%
<i>n</i>		Uomini	335	329	294	194	200	219	
<i>n</i>		Donne	129	129	142	138	104	111	
<i>n</i>	Dipendenti 30 < > 50 anni	Totale	2.096	2.000	1.980	1.813	1.800	1.696	57,2%
<i>n</i>		Uomini	1.563	1.492	1.455	1.311	1.258	1.185	
<i>n</i>		Donne	533	508	525	502	542	511	
<i>n</i>	Dipendenti > 50 anni	Totale	757	758	750	852	863	938	31,6%
<i>n</i>		Uomini	625	615	613	687	698	761	
<i>n</i>		Donne	132	143	137	165	165	177	
%	Dipendenti > 50 anni sul totale		22,8%	23,6%	23,7%	28,4%	29,1%	31,6%	

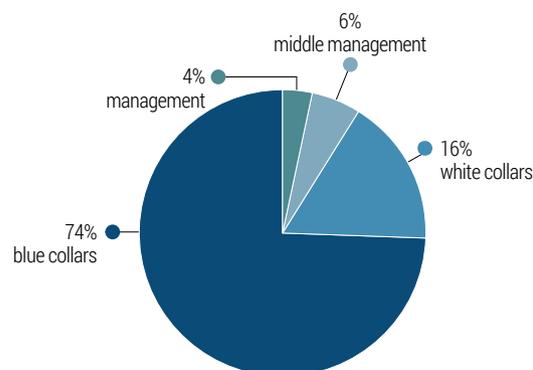
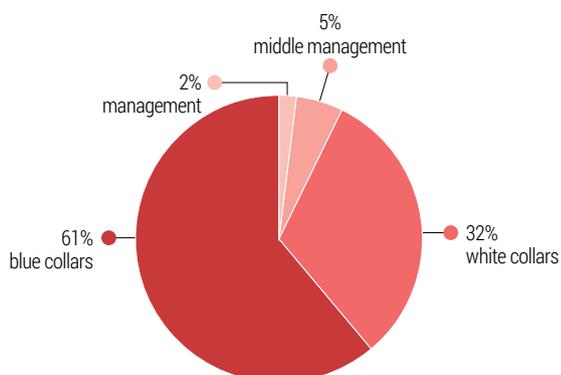
La suddivisione dei Dipendenti per categoria, dopo la revisione del 2015 mostra, quali categorie prevalenti nel personale maschile gli operai o blue collar (74,4%). Anche

per quanto riguarda il personale femminile, la categoria preminente è quella relativa alle operaie (61,1%) seguita dalla categoria white collar (31,7%). **Tabella 19**

Tabella 19

2016	DONNA	%	UOMO	%
management	17	2,1%	73	3,4%
middle management	41	5,1%	124	5,7%
white collar	253	31,7%	358	16,5%
blue collar	488	61,1%	1.610	74,4%
Totale Dipendenti	799	100%	2.165	100%

La percentuale è calcolata come ripartizione per categoria all'interno dei generi



TIPOLOGIA DI CONTRATTO

Nel 2016, il 94 % dei Dipendenti del Gruppo era assunto a tempo indeterminato. In tale contesto, il trend delle donne si è stabilizzato attorno al 91%. Per quanto riguarda il personale maschile a tempo indeterminato, la situazione è risultata pressoché stazionaria rispetto agli anni precedenti (circa 95%).

Relativamente al tempo pieno o parziale, per il personale femminile il full time si è attestato sull'86% delle donne che lavorano a tempo indeterminato (le donne che hanno usufruito di part-time nel 2016 sono state 100). Per quanto riguarda il personale maschile invece, il full-time si è attestato sul 98%. **Tabella 20**

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

Tabella 20

			2011	2012	2013	2014	2015	2016
n	● Totale forza lavoro	Totale	3.364	3.269	3.210	3.047	3.016	3.067
n		Uomini	2.561	2.483	2.404	2.238	2.198	2.250
n		Donne	803	786	806	809	818	817
n	● Totale Dipendenti	Totale	3.317	3.216	3.166	2.997	2.967	2.964
n		Uomini	2.523	2.436	2.362	2.192	2.156	2.165
n		Donne	794	780	804	805	811	799
n	● a tempo indeterminato	Totale	3.076	2.979	2.895	2.859	2.803	2.792
n		Uomini	2.395	2.312	2.230	2.121	2.066	2.064
n		Donne	681	667	665	738	737	728
n	● part time (a tempo indeterminato)	Totale	109	98	140	140	123	139
n		Uomini	43	22	56	54	22	39
n		Donne	66	76	84	86	101	100
n	● full time (a tempo indeterminato)	Totale	2.967	2.881	2.755	2.719	2.680	2.653
n		Uomini	2.352	2.290	2.174	2.067	2.044	2.025
n		Donne	615	591	581	652	636	628
%	● full time su tempo indeterminato	Totale	96,5	96,7	95,2	95,1	95,6	95,0
%		Uomini	98,2	99,0	97,5	97,5	98,9	98,1
%		Donne	90,3	88,6	87,4	88,3	86,3	86,3
n	● tempo determinato	Totale	241	237	271	138	164	172
n		Uomini	128	124	132	71	90	101
n		Donne	113	113	139	67	74	71
%	● tempo ind. su tot Dipendenti	Totale	92,7	92,6	91,4	95,4	94,5	94,2
%		Uomini	94,9	94,9	94,4	96,8	95,8	95,3
%		Donne	85,8	85,5	82,7	91,7	90,9	91,1
n	● part time (determinato+indeterminato)	Totale	109	98	140	140	123	139
n		Uomini	43	22	56	54	22	39
n		Donne	66	76	84	86	101	100
n	● full time (determinato+indeterminato)	Totale	3.208	3.118	3.026	2.857	2.844	2.825
n		Uomini	2.480	2.414	2.306	2.138	2.134	2.126
n		Donne	728	704	720	719	710	699
%	● full time su tot. Dipendenti	Totale	96,7	97,0	95,6	95,3	95,9	95,3
%		Uomini	98,3	99,1	97,6	97,5	99,0	98,2
%		Donne	91,7	90,3	89,6	89,3	87,5	87,5

*la forza lavoro comprende: i Lavoratori interinali ed i Lavoratori Dipendenti

La tipologia di contrattazione largamente prevalente è rimasta quella collettiva, più tutelante nei confronti dei Lavoratori, che ha raggiunto il 88,6%. La variazione nella composizione della contrattazione collettiva (nazionale +

aziendale) rispetto al 2015 è dovuta sia ad una revisione dei dati che alla sottoscrizione da parte della società rumena Yarnea di un contratto collettivo aziendale nel dicembre 2015, contratto con validità 2016-2017. **Tabella 21**

Tabella 21 TIPOLOGIA DI CONTRATTAZIONE - PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
<i>n</i>	Totale Dipendenti	3.317	3.216	3.166	2.997	2.967	2.964
<i>n</i>	Contrattazione collettiva nazionale	2.316	2.252	2.217	2.203	2.229	2.121
<i>n</i>	Contrattazione collettiva aziendale	200	185	162	160	124	504
<i>n</i>	Contrattazione individuale	801	779	787	634	614	339
%	Percentuale contrattazione individuale	24,1	24,2	24,9	21,2	20,7	11,4
%	Percentuale contrattazione collettiva	75,9	75,8	75,1	78,8	79,3	88,6

LA FORMAZIONE

Elemento chiave del progetto di engagement dei Dipendenti, nel 2016 la formazione ha visto gli sforzi orientarsi su progetti legati a salute e sicurezza, formazione sui sistemi di gestione (qualità, sicurezza, ambiente, energia, sostenibilità, ecc.), introduzione di nuovi ERP e applicativi software, cogenze e normative ed infine ambiti tecnici

necessari al miglioramento dei processi aziendali.

Un investimento notevole in termini di risorse, destinato ad incrementare sia le competenze che ad alimentare una rinnovata consapevolezza del proprio operare in ogni persona del Gruppo.

INDICATORE G4-LA9

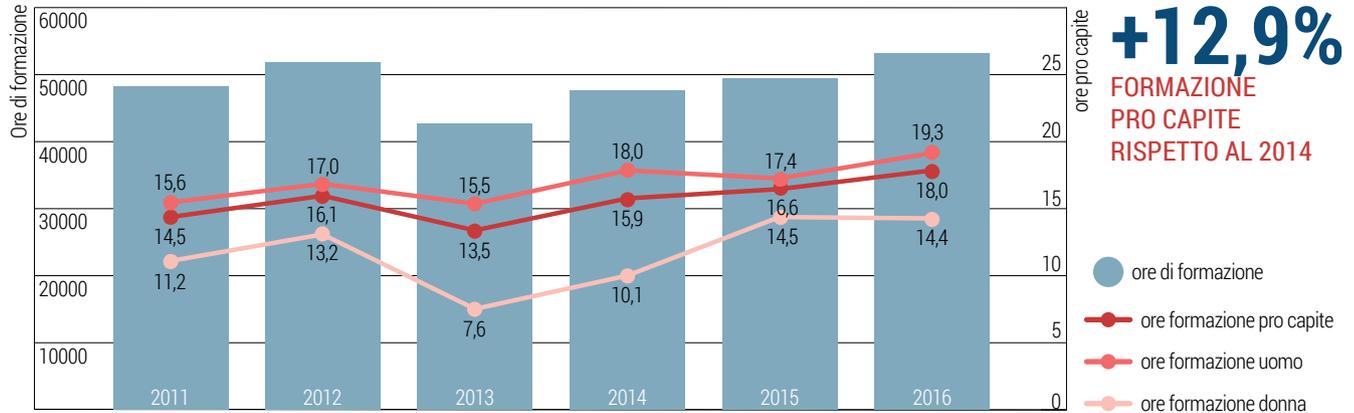
Tabella 22 LA FORMAZIONE PER I DIPENDENTI

			2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 anni
<i>n</i>	Totale Dipendenti	<i>Totale</i>	3.317	3.216	3.166	2.997	2.967	2.964	
<i>n</i>		<i>Uomini</i>	2.523	2.436	2.362	2.192	2.156	2.165	
<i>n</i>		<i>Donne</i>	794	780	804	805	811	799	
<i>h</i>	Ore complessive di formazione	<i>Totale</i>	48.203	51.734	42.641	47.663	49.366	53.228	+11,7%
<i>h</i>		<i>Uomini</i>	39.299	41.437	36.538	39.533	37.610	41.729	
<i>h</i>		<i>Donne</i>	8.904	10.297	6.103	8.130	11.756	11.499	
<i>h</i>	Ore di formazione pro capite	<i>Totale</i>	14,5	16,1	13,5	15,9	16,6	18,0	+ 12,9%
<i>h</i>		<i>Uomini</i>	15,6	17,0	15,5	18,0	17,4	19,3	+6,9%
<i>h</i>		<i>Donne</i>	11,2	13,2	7,6	10,1	14,5	14,4	+ 42,5%

In valore assoluto, le ore di formazione mostrano un trend positivo con un incremento del 11,7% rispetto al 2015. Analogamente, l'indice ore/persona è in crescita e passa dalle 17 ore/persona del 2015 alle 18 ore/persona del 2016.

Per quanto riguarda infine la ripartizione delle ore formative per genere, i dati si attestano su valori che vedono un lieve incremento per il personale maschile e un lieve decremento per il personale femminile.

Tabella 22



SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

La situazione infortuni e assenze dal lavoro è caratterizzata nel 2016 da un miglioramento. Gli infortuni sono diminuiti in numero assoluto (-3,5%) rispetto all'anno precedente. Migliorata è anche la situazione dei giorni di assenza per

infortunio che passano dai 3.065 del 2015 ai 1.966 del 2016. Il calo è dovuto in parte ad una politica attenta alla prevenzione, anche a seguito del progetto formativo di cui si è dato conto altrove nel Bilancio.

INDICATORE G4-LA6
Tabella 23 SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO*

				2011	2012	2013	2014	2015	2016
	<i>n</i>	Totale forza lavoro *	Tot	3.373	3.279	3.218	3.061	3.016	3.067
	<i>n</i>		Uomini	2.570	2.493	2.412	2.251	2.198	2.250
	<i>n</i>		Donne	803	786	806	810	818	817
	<i>n</i>	Totale Dipendenti	Tot	3.317	3.216	3.166	2.997	2.967	2.964
	<i>n</i>		Uomini	2.523	2.436	2.362	2.192	2.156	2.165
	<i>n</i>		Donne	794	780	804	805	811	799
INFORTUNI	<i>ore</i>	Totale ore lavorate	Tot	5.602.065	5.404.556	5.486.505	5.063.455	5.018.225	5.109.775
	<i>ore</i>		Uomini	4.170.521	4.062.521	4.166.134	3.881.705	3.755.672	3.782.760
	<i>ore</i>		Donne	1.431.545	1.342.035	1.320.371	1.181.750	1.262.553	1.327.016
	<i>n</i>	Totale giorni persi	Tot	1.632	1.870	2.191	2.505	3.065	1.966
	<i>n</i>		Uomini	1.564	1.742	2.028	1.863	2.689	1.661
	<i>n</i>		Donne	68	128	163	642	376	305
	<i>n</i>	Numero totale infortuni	Tot	96	90	92	76	85	82
	<i>n</i>		Uomini	92	79	86	65	73	67
	<i>n</i>		Donne	4	11	6	11	12	15
ASSENZE	<i>n</i>	Numero totale di malattie professionali	Tot	0	0	2	0	5	1
	<i>n</i>		Uomini	0	0	1	0	5	1
	<i>n</i>		Donne	0	0	1	0	0	0
	<i>n</i>	Giorni medi di assenza	Tot	9	11	11	8	10	9
	<i>n</i>		Uomini	9	10	11	9	10	9
	<i>n</i>		Donne	9	12	11	6	10	9
	<i>n</i>	Giorni medi lavorativi	Tot	216	218	218	213	222	216
	<i>n</i>		Uomini	215	219	219	221	225	216
	<i>n</i>		Donne	218	215	215	191	214	217
INDICI	<i>n/200.000h</i>	TI (tasso infortuni)	Tot	3,4	3,3	3,4	3,0	3,4	3,2
	<i>n/200.000h</i>		Uomini	4,4	3,9	4,1	3,3	3,9	3,5
	<i>n/200.000h</i>		Donne	0,6	1,6	0,9	1,9	1,9	2,3
	<i>n/200.000h</i>	TMP (tasso malattie professionali)	Tot	0,00	0,00	0,07	0,00	0,20	0,04
	<i>n/200.000h</i>		Uomini	0,00	0,00	0,05	0,00	0,27	0,05
	<i>n/200.000h</i>		Donne	0,00	0,00	0,15	0,00	0,00	0,00
	<i>d/200.000h</i>	IG (indice di gravità)	Tot	58,3	69,2	79,9	98,9	122,2	77,0
	<i>d/200.000h</i>		Uomini	75,0	85,8	97,4	96,0	143,2	87,8
	<i>d/200.000h</i>		Donne	9,5	19,1	24,7	108,7	59,6	46,0
	<i>d/200.000h</i>	TA (tasso di assenteismo)	Tot	8.532	9.833	9.985	7.954	8.880	8.296
	<i>d/200.000h</i>		Uomini	8.704	9.543	10.039	8.440	8.588	8.239
	<i>d/200.000h</i>		Donne	7.991	10.768	9.821	6.396	9.703	8.454
	%	Assenza%	Tot	4,3	4,9	5,0	4,0	4,4	4,1
	%		Uomini	4,4	4,8	5,0	4,2	4,3	4,1
	%		Donne	4,0	5,4	4,9	3,2	4,9	4,2

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

Il tasso di frequenza (TI) degli infortuni si mantiene stabile a livello assoluto considerando la somma del personale maschile e femminile.

La gravità (IG) migliora da 99 a 77 giorni/200.000 ore nel periodo dal 2014 al 2016, anche se, considerando i sei anni, risulta ancora migliorabile.

L'indice TA che misura l'assenteismo è aumentato del 4,3% rispetto ai tre anni, rimane comunque positiva la valutazione se rapportata ai sei anni. La percentuale di as-

senza dal luogo di lavoro, alla quale concorrono oltre alle assenze per infortunio quelle per malattia e per permessi non regolamentati, si posiziona sul 4,1%.

Nel periodo di rendicontazione è stato riscontrato inoltre in Italia 1 caso di malattia professionale accertata.

L'aumento delle ore lavorate in valore assoluto, evidenziato dagli indicatori e utile per il calcolo degli indici, è influenzato dalla diminuzione del ricorso agli ammortiz-

INDICATORE G4-LA6

Tabella 24a DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA - ITALIA

		ITALIA					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
<i>n</i>	Totale forza lavoro*	1.725	1.690	1.609	1.612	1.587	1.598
<i>n</i>	Totale ore lavorate	2.429.221	2.382.860	2.473.215	2.423.810	2.473.062	2.526.971
<i>n</i>	Totale giorni persi	742	554	883	976	1.338	930
<i>n</i>	Numero totale infortuni	42	30	42	35	51	40
<i>n</i>	Numero totale malattie professionali	0	0	2	0	5	1
<i>n</i>	Giorni medi di assenza del personale	10	11	8	8	8	8
<i>n</i>	Giorni medi lavorativi	186	189	196	198	204	206
<i>n/200.000h</i>	TI = tasso infortuni	3,5	2,5	3,4	2,9	4,1	3,2
<i>n/200.000h</i>	TMP = tasso malattie professionali	0,00	0,00	0,16	0,00	0,40	0,08
<i>d/200.000h</i>	IG = indice di gravità	61,0	46,5	71,4	80,5	108,2	73,6
<i>d/200.000h</i>	TA = tasso di assenteismo	10.391	11.685	7.712	8.075	7.846	7.858
%	Assenza	5,2	5,8	3,9	4,0	3,9	3,9

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

zatori sociali nel 2016 rispetto al 2015. Il miglioramento della situazione economica mondiale e dello scenario di mercato ha fatto sì che le ore di cassa integrazione/solidarietà diminuissero in maniera marcata. **Tabella 23**

Considerata la distribuzione geografica degli infortuni (TI e IG), l'area più critica risulta essere quella Americana. Per quanto riguarda l'Italia, dopo la situazione difficile del 2015, si evidenziano i primi risultati del corso "Radi-

ciGroup for Safety - Alle Radici della Sicurezza" con una riduzione del tasso di frequenza (TI) del 22% e un ritorno ai livelli degli anni precedenti. Ulteriori risultati sono auspicati nel 2017. **Tabella 24**

Tabella 24b DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA - RESTO D'EUROPA

		RESTO D'EUROPA					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
n	Totale forza lavoro*	1.030	980	1.003	1.008	1.029	1.026
<i>n</i>	Totale ore lavorate	1.802.855	1.655.016	1.675.336	1.668.443	1.639.844	1.683.820
<i>n</i>	Totale giorni persi	504	707	688	631	518	437
<i>n</i>	Numero totale infortuni	28	14	22	25	20	21
<i>n</i>	Numero totale malattie professionali	0	0	0	0	0	0
<i>n</i>	Giorni medi di assenza del personale	9	12	17	8	14	12
<i>n</i>	Giorni medi lavorativi	226	229	219	209	223	222
<i>n/200.000h</i>	TI = tasso infortuni	3,1	1,7	2,6	3,0	2,4	2,5
<i>n/200.000h</i>	TMP = tasso malattie professionali	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>d/200.000h</i>	IG = indice di gravità	55,9	85,4	82,1	75,6	63,2	51,9
<i>d/200.000h</i>	TA = tasso di assenteismo	7.838	10.153	15.875	7.771	12.693	10.600
%	Assenza	3,9	5,1	7,9	3,9	6,3	5,3

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

Tabella 24c DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA - AMERICA

		AMERICA					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
n	Totale forza lavoro*	592	579	570	399	343	365
<i>n</i>	Totale ore lavorate	1.312.522	1.312.803	1.263.885	879.145	775.387	738.167
<i>n</i>	Totale giorni persi	185	422	425	863	987	531
<i>n</i>	Numero totale infortuni	26	45	28	15	12	19
<i>n</i>	Numero totale malattie professionali	0	0	0	0	0	0
<i>n</i>	Giorni medi di assenza del personale	8	8	10	11	6	6
<i>n</i>	Giorni medi lavorativi	281	282	209	281	289	251
<i>n/200.000h</i>	TI = tasso infortuni	4,0	6,9	4,4	3,4	3,1	5,1
<i>n/200.000h</i>	TMP = tasso malattie professionali	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>d/200.000h</i>	IG = indice di gravità	28,2	64,3	67,3	196,3	254,6	143,9
<i>d/200.000h</i>	TA = tasso di assenteismo	5.978	5.759	9.306	8.175	4.309	4.587
%	Assenza	3,0	2,9	4,7	4,1	2,2	2,3

*per il calcolo del G4-LA6 la forza lavoro comprende: i Lavoratori contrattuali, i lavoratori interinali ed i Lavoratori Dipendenti

LE POLITICHE RETRIBUTIVE

Il sistema retributivo nelle aziende del Gruppo è determinato dai livelli di responsabilità e dal contributo individuale al risultato collettivo. Il personale maschile e femminile accede ai medesimi livelli retributivi a parità di ruolo. Il fatto è correlato all'applicazione dei contratti collettivi nazionali e aziendali che prevedono indicazioni retributive senza differenze di genere.

I contratti nazionali e aziendali e le condizioni del merca-

to del lavoro determinano anche i livelli retributivi minimi per tutti i Lavoratori. Tutto questo nella consapevolezza che una strategia retributiva premiante costituisce uno degli asset principali di RadiciGroup.

Anche nel 2016 è proseguita la politica di rinnovo, per le aziende italiane, del Premio di Partecipazione al Risultato Aziendale. Si tratta di un premio annuale variabile di natura collettiva con una distribuzione individuale, determi-

Tabella 24d DISTRIBUZIONE DEGLI INFORTUNI PER AREA GEOGRAFICA - ASIA

		ASIA					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
n	Totale forza lavoro*	26	30	36	42	57	78
<i>n</i>	Totale ore lavorate	57.467	53.877	74.069	92.057	129.932	160.817
<i>n</i>	Totale giorni persi	206	188	195	35	222	68
<i>n</i>	Numero totale infortuni	0	1	0	1	2	2
<i>n</i>	Numero totale malattie professionali	0	0	0	0	0	0
<i>n</i>	Giorni medi di assenza del personale	10	11	7	6	6	4
<i>n</i>	Giorni medi lavorativi	276	224	257	227	296	186
<i>n/200.000h</i>	TI = tasso infortuni	0,0	3,7	0,0	2,2	3,1	2,5
<i>n/200.000h</i>	TMP = tasso malattie professionali	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>d/200.000h</i>	IG = indice di gravità	716,9	697,9	526,5	76,0	341,7	84,6
<i>d/200.000h</i>	TA = tasso di assenteismo	7.138	9.800	5.332	5.349	3.758	4.541
%	Assenza	3,6	4,9	2,7	2,7	1,9	2,3

*per il calcolo del G4-LA6 la forza lavoro comprende: i Lavoratori contrattuali, i lavoratori interinali ed i Lavoratori Dipendenti

nato sulla base di indicatori di performance aziendale e qualità, di indicatori ambientali e di sicurezza, Per quanto riguarda gli MBO riservati al personale manageriale e la relativa incentivazione, sono stati formalizzati nel 2015 attraverso l'Istruzione Gestionale IG 03.04. Il sistema MBO si basa su una valutazione legata a un mix variabile, a seconda delle fasce di inquadramento, di obiettivi di Gruppo, obiettivi aziendali e obiettivi individuali.

INDICATORE G4-LA2

Rimangono in essere, anche nel 2016, altri benefit (auto aziendali, ticket restaurant, mensa aziendale a tariffe agevolate, convenzioni) 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.

INDICATORI RELATIVI AI DIRITTI UMANI (HR)

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

DMA - Questo Valore di RadiciGroup esprime la piena adesione del Gruppo allo spirito della Dichiarazione Universale dei Diritti dell’Uomo. In particolare, in diverse parti di questo Bilancio, si descrive l’impegno a favore della cultura della sicurezza. Si racconta inoltre dell’attenzione ad un equilibrio tra vita personale e vita lavorativa e del particolare legame che, tradizionalmente, unisce il Gruppo alle realtà culturali territoriali nelle quali opera, che costituiscono il background di provenienza di molti dei suoi Dipendenti.

Tutti questi elementi danno concretezza agli impegni morali che il Gruppo si assume, in particolare, nei confronti dei Lavoratori.

Inoltre, nel biennio 2015-2016, l’attenzione ai Diritti Umani presso RadiciGroup si è focalizzata su questo particolare articolo della Dichiarazione Universale dei Diritti dell’Uomo:

ARTICOLO 23

1. Ogni individuo ha diritto al lavoro, alla libera scelta dell’impiego, a giuste e soddisfacenti condizioni di lavoro e alla protezione contro la disoccupazione
2. Ogni individuo, senza discriminazione, ha diritto ad eguale retribuzione per eguale lavoro.
3. Ogni individuo che lavora ha diritto ad una remunerazione equa e soddisfacente che assicuri a lui stesso e alla sua famiglia una esistenza conforme alla dignità umana ed integrata, se necessario, da altri mezzi di protezione sociale.
4. Ogni individuo ha diritto di fondare dei sindacati e di aderirvi per la difesa dei propri interessi.

Tale articolo ha ispirato il Gruppo nella realizzazione e diffusione dei Codici di Condotta per i Clienti e Fornitori, di cui si è già dato conto nella parte relativa al coinvolgimento degli Stakeholder. L’intenzione di condividere l’impegno per le tutele con altri importanti attori della Supply Chain amplia il ventaglio di possibilità di lavorare con efficacia per la costruzione di una catena di fornitura autenticamente sostenibile.

E’ importante sottolineare che tali Codici di Condotta non costituiscono solo un invito a Fornitori e Clienti ad impegnarsi sul rispetto dei diritti fondamentali, ma evidenziano, in primo luogo, l’impegno già assunto da RadiciGroup su tali fronti.

In aggiunta, gli investimenti di RadiciGroup per il mantenimento dell’occupazione, la presenza di contratti nazionali o collettivi a tutela dei Lavoratori (circa il 90% dei contratti) e la presenza di Organizzazioni sindacali nelle Aziende testimoniano ulteriormente l’importanza attribuita alla sfera dei Diritti Umani sulla quale RadiciGroup ha maggiore influenza, quella del lavoro.

Infine, la funzione Risorse Umane, presente in tutte le Aziende raccoglie eventuali segnalazioni dei Lavoratori formulate direttamente o tramite le Organizzazioni sindacali. La presenza del Responsabile Risorse Umane di Gruppo all’interno del Comitato Etico fa sì che le istanze eventualmente sollevate possano essere portate a conoscenza dei vertici del Gruppo.

INDICATORE G4-HR3

Nell’anno 2016 non si sono registrate nelle Aziende di RadiciGroup né episodi di discriminazione, né segnalazioni, infrazioni o sanzioni relative alla violazione dei Diritti Umani.

INDICATORI RELATIVI ALLA SOCIETA' (SO)

DMA - "Nei luoghi dove abbiamo le aziende (...) dopo parecchi anni di esperienza abbiamo capito che è importante che il Gruppo sia presente (...) non solo con i siti produttivi ma anche con degli interventi per aiutare il territorio. E' proprio una filosofia, una strategia del Gruppo (...) Per noi è importante essere presenti per fare sì che (...) quello che il territorio dà, noi in parte lo restituiamo".

Per saperne di più:

<http://www.radicigroup.com/it/news-media/video>

Video "Bilancio di Sostenibilità 2015"

Con queste parole il Presidente di RadiciGroup, nel video realizzato nel 2016 per la presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2015, ha delineato il rapporto tra il Gruppo e le Comunità locali, spiegando così una preziosa sinergia di attività e risorse che continua nel tempo.

Il contesto nel quale operano le Aziende del Gruppo è infatti caratterizzato da una tradizionale prossimità geografica tra l'impianto e la comunità locale di riferimento dell'Azienda. La vicinanza si traduce in attenzione reciproca, in rapporti costruttivi con le Autorità e le Associazioni territoriali e in occasioni di incontro, quali le giornate Fabbriche Aperte, delle quali si è parlato in questo Bilancio e in numerose edizioni precedenti.

LOGIT SRO - REPUBBLICA CECA

Novembre 2016: l'Ambasciatore italiano in Repubblica Ceca visita l'impianto di Logit Sro a Podbořany.

Per RadiciGroup il dialogo con le Istituzioni e le Comunità locali si è concretizzato nel 2016 anche attraverso la visita di S. E. Aldo Amati, ambasciatore italiano in Repubblica Ceca, allo stabilimento di Logit, azienda dell'Area di Business Performance Yarn.

Accompagnato da una delegazione di rappresentanti della Camera di Commercio e dell'Industria italo-ceca, Aldo Amati è stato accolto dal Vice presidente di RadiciGroup Maurizio Radici insieme ai vertici dell'Azienda. "Questa visita istituzionale è un'occasione per rafforzare il rapporto con le Istituzioni del territorio e per confrontarci in maniera trasparente con le Comunità locali, di cui ci sentiamo orgogliosamente parte" – ha spiegato Maurizio Radici.

Proprio secondo questa filosofia, Logit è stata finalista del Via Bona Philanthropy Awards 2016 nella categoria "Good company". Si tratta di un riconoscimento istituito nel 1998 dall'associazione no-profit Via Foundation a favore delle aziende ceche che si distinguono per attività di contributo al benessere dell'intera collettività.

Nel 2014, infatti, l'azienda ha dato vita al "Logit Fund" che ha come obiettivo il miglioramento della qualità della vita della popolazione nell'area di Podbořany. Nel biennio 2015-2016, il Logit Fund ha finanziato vari progetti, tra cui attrezzature di ginnastica per bambini, un giardino di erbe aromatiche per una scuola elementare, nuove attrezzature e divise per i ragazzi di una squadra di calcio locale.

SPONSORIZZAZIONI E LIBERALITÀ

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

Questo concetto, tratto dai Valori di riferimento di RadiciGroup, ci ispira da sempre nell'attività di sostegno ad associazioni e a singole iniziative di valore. Attraverso le sponsorizzazioni e le liberalità si rafforza la vicinanza tra il Gruppo ed i suoi Stakeholder. Il supporto che RadiciGroup può offrire permette a realtà diverse di incontrarsi ed arricchirsi reciprocamente nella realizzazione di progetti comuni."

Questa dichiarazione è stata pubblicata nel 2016 sul sito web di RadiciGroup, come elemento introduttivo al nuovo modulo on line di richiesta di contributi e liberalità.

Molteplici sono state le ragioni che hanno indotto alla creazione di un portale pubblico per le sponsorizzazioni. Innanzitutto il desiderio di essere accessibili ad un numero maggiore di interlocutori, non necessariamente italiani, attraverso il web. Inoltre, l'intenzione di creare una maggiore linearità nel processo di ricezione delle richieste, gestione e risposta agli interlocutori.

Tra l'inizio del 2016 e il giugno 2017 sono state inserite a sistema più di 120 richieste di sponsorship, circa la metà delle quali relative a progetti per il 2016, le restanti legate a progetti biennali o per il solo 2017. Gli ambiti prevalenti sono stati lo sport e iniziative di tipo artistico e culturale. Circa un terzo delle 120 richieste complessive è stato accolto.

Questi sono stati i criteri con i quali il Gruppo ha valutato le diverse sponsorizzazioni, privilegiando Enti o Associazioni che possedessero più requisiti, o dando continuità a progetti pluriennali già in corso:

DMA

- TERRITORIALITÀ DELL'ASSOCIAZIONE PROMOTTRICE E LEGAME CON LE COMUNITÀ DI RIFERIMENTO DELLE SINGOLE AZIENDE E DEL 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.

Grande rilievo hanno avuto nel 2016 le sponsorship ad associazioni sportive del territorio, senza trascurare però le attività legate alla salute e alla prevenzione che vengono sostenute sia in Italia che all'estero.

In particolare, la Fondazione Gianni e Luciana Radici legata all'azienda rumena Yarnea, ha sostenuto i Dipendenti con problemi medici non coperti dal sistema sanitario nazionale.

Per saperne di più:

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

Tabella 25 SCHEMA CONTRIBUTI E LIBERALITA' 2016

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salute e Prevenzione, Associazioni Umanitarie	67.025	100.130	39.007	103.011	51.168	141.638
Territorio, Cultura e Formazione	147.535	136.717	111.457	79.529	195.670	96.378
Sport	258.500	257.380	263.775	265.101	292.140	338.000
Totale*	473.060	494.227	414.239	447.641	538.978	576.016
Totale relativo a RadiciGroup	436.810	424.117	381.067	436.725	529.538	563.016

*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.

Radici Chemiefaser a sostegno del proprio territorio

Le forme di vicinanza e supporto alla propria comunità di riferimento possono essere molteplici. Lo sa bene Radici Chemiefaser che nel 2016 si è resa co-protagonista, insieme ad altre aziende della zona di Selbitz, di un progetto di mobilità a scopo sociale.

Il sito produttivo, appartenente all'Area Comfort Fibres, è una realtà manifatturiera storica e riconosciuta del territorio, dal 2011 entrata a far parte di RadiciGroup. Consapevole del proprio ruolo sociale, Radici Chemiefaser ha accolto l'appello del Sindaco di Selbitz per supportare un minibus destinato a favorire la mobilità degli anziani, soprattutto di coloro che devono spostarsi per visite mediche o per svolgere commissioni, dei giovani e in generale di coloro che non sono in possesso di mezzi di trasporto propri, ma che devono effettuare spostamenti.

Attraverso un gruppo di sponsor, il comune della cittadina ha potuto così mettere a disposizione gratuitamente un servizio di trasporto bisettimanale che ha trovato un ottimo riscontro in termini di utilizzo.

DMA - Conformemente al Codice Etico interno, sottoscritto dal Presidente di RadiciGroup ed aggiornato nel 2013, ed in particolare a quanto segue:

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

INDICATORE G4-S06

Il Gruppo nel 2016 non ha erogato alcuna forma di contributo economico diretto o indiretto ai partiti politici.

DMA - La presenza di un Bilancio Consolidato di Gruppo, certificato da parte terza, l'esistenza 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:

"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)."

INDICATORE G4-S08

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.

INDICATORI RELATIVI ALL'AMBIENTE (EN)

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

“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 e valutando, ove possibile, l'applicazione di principi ispirati all'eco-design e ad un'economia circolare”

I numeri e gli andamenti riportati a seguire tengono conto dei dati di Radici Plastics Mexico a partire dal 2015, da quando cioè questa realtà è entrata a far parte del perimetro di rendicontazione essendo stata acquisita da RadiciGroup nel 2014. Tutti gli altri dati, come già indicato all'inizio del documento, mostrano un andamento a sei anni.

MATERIE USATE E RIFIUTI

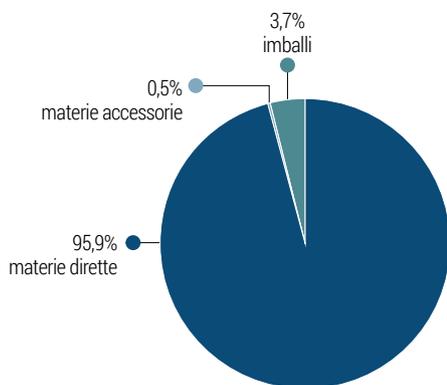
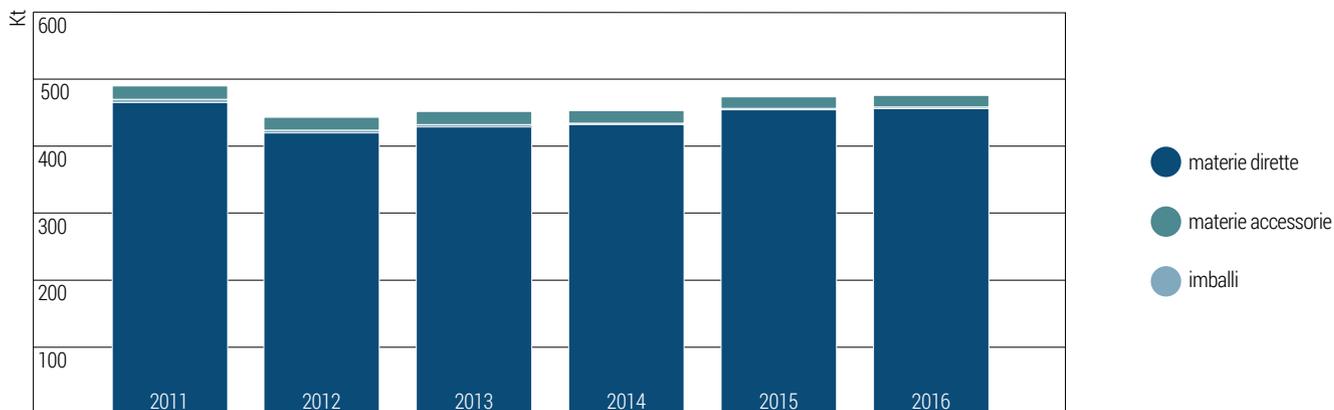
Attenzione all'uso delle materie prime significa per RadiciGroup scegliere Fornitori qualificati, in grado di garantire la massima qualità e trasparenza, come raccontato nella parte di report dedicata alla supply chain. Significa inoltre prestare grande attenzione all'efficienza dei processi e operare costantemente affinché i rifiuti entrino quanto più possibile nel circolo virtuoso del riciclo.

LE MATERIE USATE

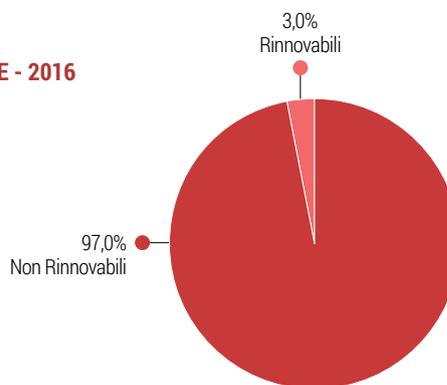
INDICATORE G4-EN1

Tabella 26 MATERIE USATE PER TIPOLOGIA

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
t	TOTALE	489.856	443.054	451.711	452.947	473.577	475.633
t	Materie dirette	465.045	419.656	428.602	432.162	454.202	455.936
t	Materie accessorie	4.606	3.860	3.430	1.754	1.915	2.230
t	Imballi	20.205	19.538	19.679	19.031	17.460	17.467
t	MATERIE NON RINNOVABILI	474.104	427.267	435.947	437.861	454.833	461.814
t	Materie dirette non rinnovabili	465.032	418.995	428.087	431.573	449.115	455.528
t	Materie accessorie non rinnovabili	4.606	3.860	3.430	1.754	1.915	2.230
t	Imballi non rinnovabili	4.466	4.412	4.430	4.534	3.803	4.056
t	MATERIE RINNOVABILI	15.752	15.787	15.764	15.086	18.744	13.819
t	Materie dirette rinnovabili	13	661	515	589	5.087	408
t	Materie accessorie rinnovabili	0	0	0	0	0	0
t	Imballi rinnovabili	15.739	15.126	15.249	14.497	13.657	13.411



MATERIE USATE - 2016



Sono stati ricalcolati retroattivamente i valori relativi alle materie accessorie e imballi di Noyfil S.p.A., Radici Plastics Ltda, e Radici Fibras Ltda. Tale ricalcolo, basato su un sistema di rilevazione più accurato, non ha influito significativamente sull'equilibrio complessivo dei dati.

Nel 2016 l'aumento di utilizzo dei materiali è stato in linea con l'aumento della produzione (+1,5% in tre anni) che si è fortunatamente accompagnata alla ripresa economica.

Considerata la tipologia del portafoglio prodotti del Gruppo, il mix tra materia rinnovabile e non rimane pressoché costante, eccezion fatta per il 2015 a seguito di un acquisto rilevante di materiali da fonte rinnovabile per lo studio e lo sviluppo di bio polimeri.

La ripartizione tra le tre macro categorie (materie prime,

ausiliari e imballi) è rimasta a sua volta sostanzialmente invariata nel tempo. Essendo i prodotti del Gruppo quasi tutti derivati dal petrolio, la voce "imballi" è quella che attualmente vede la percentuale maggiore di provenienza da fonte rinnovabile (77%) relativamente alla propria categoria. **Tabella 26**

Per quanto riguarda la quantità lavorata (ovvero l'intero quantitativo di materiale che è sottoposto ai vari processi di lavorazione, utilizzato per i conteggi nei successivi indicatori), si è verificato un incremento dovuto sia alla crescita della produzione che alla revisione del metodo di calcolo per alcuni siti che hanno proceduto a conteggi più accurati. Questo fatto rende i calcoli non immediatamente paragonabili con quelli effettuati negli anni di rendicontazione precedenti.

I RIFIUTI

INDICATORE G4-EN23

Tabella 27 PESO TOTALE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 anni
t	TOTALE	12.605	11.660	12.758	12.096	14.111	14.500	
t	PERICOLOSI	2.589	2.587	2.928	2.531	2.263	2.153	-15%
t	Pericolosi recupero	168	104	176	264	262	378	+ 43%
t	Pericolosi smaltimento	2.421	2.483	2.752	2.267	2.001	1.775	
t	NON PERICOLOSI	10.016	9.073	9.830	9.565	11.848	12.347	+ 29%
t	Non pericolosi recupero	8.382	7.438	8.026	7.888	10.047	10.088	+28%
t	Non pericolosi smaltimento	1.634	1.635	1.804	1.677	1.801	2.259	

Tabella 28 INDICE PESO TOTALE DEI RIFIUTI IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 anni
kg/t		12,53	12,51	13,44	12,39	14,38	14,63	+ 18%

Per quanto riguarda la produzione fisiologica di scarti di lavorazione e rifiuti di processo, è possibile affermare che nel periodo di rendicontazione è rimasta pressoché costante.

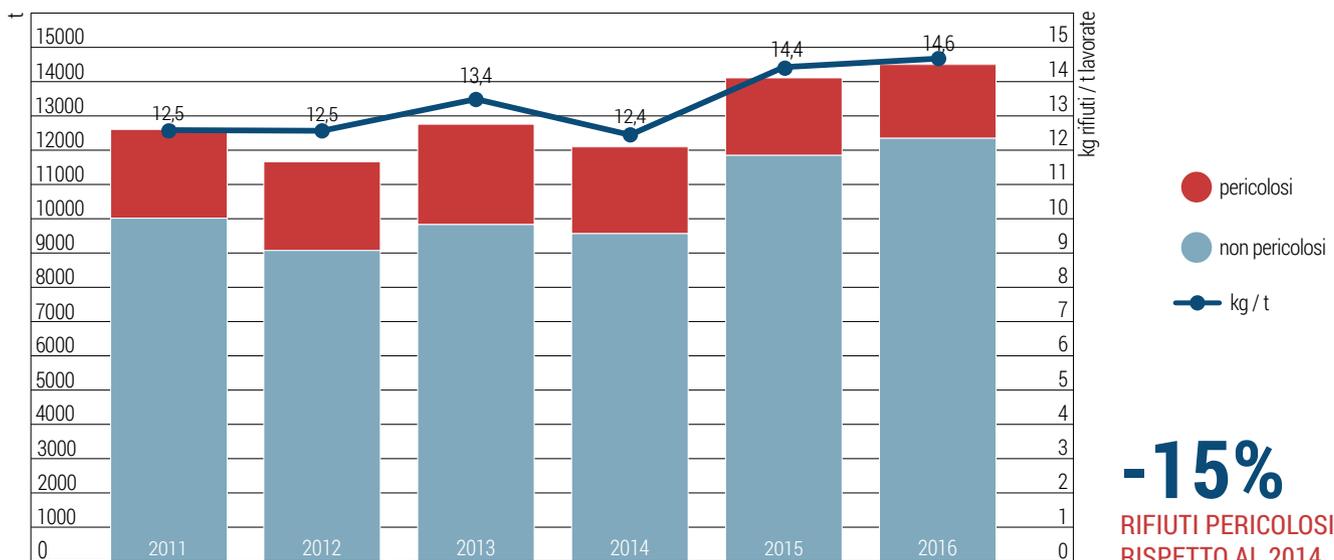
L'incremento complessivo dei rifiuti registrati che si è verificato nel 2015 e 2016 (+29%) è attribuibile a materiali che fino al 2014 venivano classificati come sottoprodotti.

La normativa attuale offre possibilità interpretative tali da consentire al Gruppo di classificare come sottoprodotti quantità rilevanti dei propri scarti di polimerizzazione, poiché, previe 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 pro-

pri Clienti/Stakeholders, tutta la filiera italiana del nylon di RadiciGroup a partire dal 2015 ha iniziato a gestire e classificare come rifiuti non pericolosi i residui di polimerizzazione in passato considerati, ai fini gestionali e delle edizioni precedenti del Bilancio, come sottoprodotti.

Per poter continuare a garantire un controllo completo della filiera si è dotato di autorizzazione al trattamento lo stabilimento Radici Novacips di Chignolo d' Isola, presso il quale potranno continuare ad essere recuperate tutte le categorie di scarti o rifiuti plastici tipici delle produzioni Radici, compresi quindi quelli di filatura, qualora la normativa Europea e nazionale lo richiedesse o rendesse opportuno.

Un ulteriore incremento di rifiuti è dovuto a materiale smaltito a seguito di demolizioni e successive opere di rifacimento e di revamping di linee di produzione.



-15%
RIFIUTI PERICOLOSI
RISPETTO AL 2014

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 15% dei rifiuti pericolosi nel triennio, cui si affianca un aumento del 43% dei rifiuti pericolosi recuperati. **Tabella 27**

RADICIGROUP E IL RICICLO, UNA STORIA PIÙ CHE TRENTENNALE

Grazie all'esperienza maturata dalla società Noy Vallesina Engineering, RadiciGroup ha affrontato il tema del riciclo molti anni fa, raccogliendo dati e informazioni relative al tema della depolimerizzazione e del riciclo meccanico del nylon. Per quanto riguarda la depolimerizzazione, l'assenza di convenienza economica negli anni '80 e, più di recente, la valutazione dei costi e degli impatti energetici estremamente elevati di questa soluzione, hanno fatto sì che il Gruppo si orientasse sul riciclo meccanico dei polimeri.

Questa decisione deriva quindi da un percorso strategico e storico iniziato più di trentacinque anni fa. Radici Novacips sede di Villa D'Ogna, nata per la produzione di techno-

polimeri e, contemporaneamente, per il riutilizzo degli scarti di polimerizzazione e filatura, nel tempo ha concentrato sforzi e know-how sulla lavorazione delle prime scelte.

L'azienda Sico di Chignolo d'Isola, dapprima terzista per la lavorazione delle seconde scelte e degli scarti, è stata di conseguenza assorbita da Radici Novacips assumendone anche la ragione sociale. Le due sedi di Radici Novacips hanno così concentrato l'intera filiera produttiva delle materie plastiche vergini e riciclate di RadiciGroup.

La scelta attuale di RadiciGroup, confortata dai dati di LCA dei polimeri di base e dagli EPD legati alla filiera del riciclo, è quella di trasformare in materie plastiche tutti i propri scarti "post industrial" di poliammide. Una scelta, il recupero meccanico per la lavorazione degli scarti, che è iniziata negli anni '90 in Germania, dove è nato il marchio Heramid che attualmente caratterizza tutta la linea di prodotti da riciclo dell'area Performance Plastics.

L'attività di entrambe queste aziende si è evoluta parallelamente allo sviluppo del Gruppo e della normativa in materia di rifiuti e alla crescente attenzione del mercato per i materiali di recupero, anche in termini di performance attese. Dalla lavorazione "indifferenziata", che consentiva solo di ottenere materiali di basso profilo, grazie a specifici investimenti in R&D, si è raggiunto un notevole livello di know how e specializzazione sui materiali secondari. Oggi l'area Performance Plastics di RadiciGroup lavora i propri scarti post industrial insieme a quelli delle aree Specialty Chemicals e Synthetic Fibres & Nonwovens.

Attualmente il flusso dei materiali di scarto è attentamente separato per tipologia, in funzione delle applicazioni cui sono destinati i materiali di scarto; si instaura in questo modo un sistema particolare di recupero "di qualità" che coinvolge quindi tutti i siti. E' infatti la cura nella gestione degli scarti alla produzione che consente il loro miglior utilizzo al recupero. Si tratta di una attività di recovery attenta a tutti gli aspetti del prodotto, del processo, del lavoro: le certificazioni Qua-

lità, Ambiente, Sicurezza presidiano tutte le fasi di raccolta, recupero e produzione di tecnopolimeri da materiale di riciclo.

Il know how di RadiciGroup, e dell'area materie plastiche in particolare, si esplica soprattutto nella formulazione di prodotti con caratteristiche tecniche e prestazionali ben definite e stabili sulla base però di materiali di input variabili, gli scarti, che per loro natura sono parzialmente indifferenziati.

Grazie alle competenze chimiche e alla tecnologia all'avanguardia di RadiciGroup, tecnopolimeri ottenuti dalla lavorazione dei materiali secondari hanno prestazioni paragonabili a quelli derivanti da polimeri vergini, e vengono utilizzati nella produzione di applicazioni chiave, ad esempio nel settore auto.

La crescente sensibilità sviluppata nei decenni recenti dal pubblico e dal mercato per l'ambiente è stata affiancata dall'evoluzione delle normative ambientali nazionali ed Europee.

Per poter continuare ad esercitare il massimo controllo possibile sull'attività di recupero Radici Novacips ha ottenuto, per lo stabilimento di Chignolo d' Isola, l'autorizzazione al trattamento di rifiuti plastici. Questo permetterà al Gruppo, anche a fronte di eventuali modifiche nella normativa nazionale, di continuare la propria attività a partire, indifferentemente, da sottoprodotti o da rifiuti, senza alcuna soluzione di continuità del presidio "virtuoso" implementato nella catena del recupero.

Non solo oneri e opportunità normative, ma una filosofia di approccio sostenibile alla gestione delle risorse: anche dove le leggi non prevedono espressamente l'approccio "circolare", sono privilegiate le scelte produttive che lo perseguono: nel 2010, l'acquisizione del compounder americano Michael Day, oggi Radici Plastics Usa, in grado di lavorare sia materie prime vergini che di recupero, ha rafforzato ulteriormente l'attività in questo senso.

Attualmente tutti gli stabilimenti dell'area materie plastiche di RadiciGroup sono in grado di utilizzare sia polimero primario che sottoprodotti per il compounding.

RISORSE IDRICHE

RadiciGroup è conscio da tempo dell'importanza di una corretta gestione idrica dei propri processi industriali. Per questa ragione la razionalizzazione dei consumi e il riciclo sono ai primi posti dell'agenda del Gruppo.

Insieme ad essi vi sono le attività di controllo, volte a tutelare la qualità dell'acqua in uscita dai siti produttivi. Questo avviene attraverso una sorveglianza puntuale del

percorso che l'acqua, proveniente in larga parte da fiume o canale e prevalentemente destinata a operazioni di raffreddamento, compie all'interno degli impianti.

Tutta l'acqua di processo viene trattata in conformità con le normative vigenti dei paesi in cui operano le aziende. In particolare, le acque di raffreddamento vengono costantemente monitorate per essere scaricate nel rispetto dei parametri di legge. **Tabella 29**

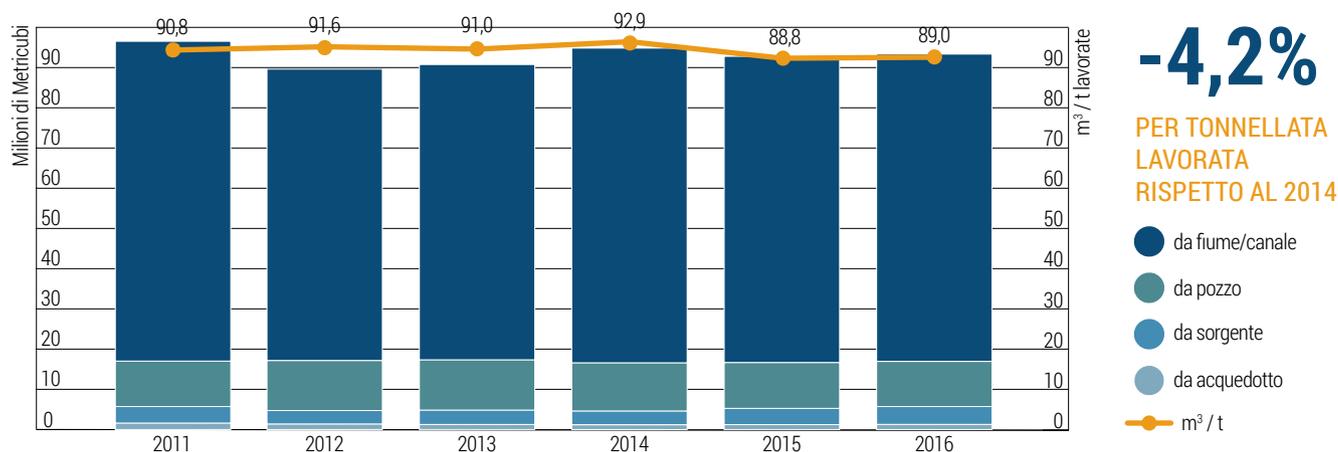
INDICATORE G4-EN8

Tabella 29 RISORSE IDRICHE PER FONTE

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m³	TOTALE	91.390.819	85.381.653	86.446.525	90.738.824	88.076.698	88.216.173
m ³	da acquedotto	155.879	133.188	124.258	116.177	121.449	125.401
m ³	da sorgente	415.271	338.693	354.433	339.886	402.969	445.842
m ³	da pozzo	11.284.044	12.407.583	12.499.407	11.982.837	11.380.769	11.213.152
m ³	da fiume / da canale	79.535.625	72.502.189	73.468.427	78.299.924	76.171.511	76.431.778

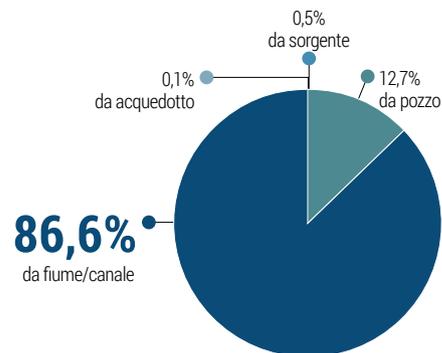
Tabella 30 INDICE - USO RISORSE IDRICHE IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 ANNI
m ³ /t	90,82	91,64	91,06	92,91	88,77	89,03	-4,2%



La quantità di acqua complessivamente impiegata nel 2016 è in linea con gli andamenti precedenti mentre il consumo per tonnellata lavorata si attesta sugli 89m3/t (- 4,2% rispetto al 2014). **Tabella 30**

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.



INDICATORE G4-EN22

Tabella 31 SCARICO IDRICO PER TIPOLOGIA

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m ³	TOTALE	47.900.278	46.650.673	47.517.723	48.175.520	48.086.977	46.856.446
m ³	in corso d'acqua superficiale	47.384.608	46.288.548	47.155.802	47.900.397	47.852.384	46.553.980
m ³	in rete fognaria	515.670	362.125	361.921	275.123	234.593	302.466

Di cui:

Tabella 32

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m ³	TOTALE	47.900.278	46.650.673	47.517.723	48.175.520	48.086.977	46.856.446
m ³	acqua scaricata direttamente	46.162.580	45.093.392	45.849.407	46.720.980	46.736.845	45.604.510
m ³	acqua trattata con depuratore interno	1.737.698	1.557.281	1.668.316	1.454.540	1.350.132	1.251.936

Tabella 33 INDICE - SCARICO IDRICO IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m ³ /t		47,60	50,07	50,05	49,33	49,01	47,29

INDICATORE G4-EN22

Tabella 34 QUALITÀ DELLE ACQUE SCARICATE

		2011	2012	2013	2014	2015 ²	2016
Kg	COD	1.997.375	1.846.942	1.533.321	1.185.152	1.412.272	1.548.252
Kg	Azoto Totale	1.209.052	989.706	995.990	1.096.000	962.532	1.076.144
Kg	Solidi Sospesi	26.075	30.421	23.823	17.169	23.474	13.135
Kg	Metalli *	9.805	6.627	7.931	9.648	7.961	7.158

* alluminio, cromo, ferro, nickel, rame, vanadio, zinco

² I valori riferiti al 2015 differiscono da quelli riportati nell'edizione precedente a causa di un errore di consuntivazione che ha fatto sì che non fossero conteggiati nel consolidato i dati di alcune realtà.

La tabella qui riportata mostra una qualità delle acque sostanzialmente stabile pur con alcune oscillazioni negli anni. **Tabella 34**

RADICIGROUP RACCOGLIE LA SFIDA DI MERMAIDS CON IL CNR-ISMAL DI BIELLA: IMPEGNO SUL FRONTE DELLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

INDICATORE G4-PR6

Ricerca, innovazione, trasparenza. E ancora costante attenzione ai “temi caldi” che interessano l’opinione pubblica in tema di sostenibilità, per avere strumenti validi di risposta ai propri Stakeholder. In quest’ottica RadiciGroup nel 2016 ha dato il via ad una collaborazione con il CNR-ISMAL di Biella, impegnato su MERMAIDS, progetto parte del programma LIFE+, lo strumento finanziario Europeo dedicato all’ambiente.

Quello dell’impatto delle microplastiche sull’ecosistema marino è un tema complesso, estremamente dibattuto. Un argomento dai numerosi tasselli, uno dei quali chiama in causa le micro e/o nano plastiche da fibre sintetiche rilasciate dai processi di lavaggio di tessuti sintetici o misti. Un tassello (il cui peso in termini di incidenza sul problema microplastiche nel suo complesso è stato stimato essere pari a circa il 10%) che RadiciGroup sta affrontando attraverso la collaborazione con il CNR, tra i partner di

LIFE+. Un progetto dimostrativo volto a mitigare l’impatto, sugli ecosistemi marini Europei, delle particelle di micro e/o nano plastiche provenienti dalle acque di scarico di lavaggio. Obiettivo della sperimentazione è l’implementazione di tecnologie innovative, nuovi additivi e nuove formulazioni di detergenti per i processi di lavaggio e per i trattamenti di finissaggio tessile.

I diversi studi effettuati dal CNR-ISMAL, tra cui i test su campioni di maglia realizzati impiegando fili continui di poliammide e poliestere di RadiciGroup, hanno contribuito ad accertare che i fattori che maggiormente influenzano il rilascio sono l’intensità dei trattamenti di manutenzione e la tipologia di detergente utilizzato.

Il progetto prosegue anche nel 2017 con l’esplorazione di possibilità di partnership con produttori di elettrodomestici, al fine di progettare insieme filtri in grado di bloccare il flusso delle microplastiche nelle acque di scarico.

INDICATORE G4-EN10

Tabella 35 RISPARMIO D’ACQUA

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m ³	acqua prelevata	91.390.819	85.381.653	86.446.525	90.738.824	88.076.698	88.216.173
m ³	acqua recuperata	72.326.000	77.360.437	74.004.952	56.739.347	56.000.052	59.069.440
%	acqua risparmiata	79%	91%	86%	63%	64%	67%

INDICATORE G4-EN10

Tabella 36 RISPARMIO D’ACQUA (SENZA RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND)

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
m ³	acqua prelevata	48.562.552	47.283.015	48.132.201	48.787.877	48.389.785	47.031.279
m ³	acqua recuperata	72.326.000	77.360.437	74.004.952	56.739.347	56.000.052	59.069.440
%	acqua risparmiata	149%	164%	154%	116%	116%	126%

A fianco della consueta e auspicabile attività di riciclo idrico da parte di tutti i siti, ogni anno in crescita, va segnalato che Radici Chimica Deutschland ricicla l'acqua al di fuori del proprio stabilimento.

L'Azienda attinge infatti le proprie risorse da un canale ad anello che subisce variazioni di volume limitate e legate alle condizioni climatiche (evaporazione-precipitazioni). Il riciclo è esterno all'azienda e non può rientrare nel conteggio relativo al riuso di acqua insieme alle altre Aziende del Gruppo.

Pertanto, nel 2016, il valore dell'indicatore G4- EN10, includendo Radici Chimica Deutschland è pari al 67% escludendola è pari invece al 126%. **Tabella 35 e Tabella 36**

IL FILATO TINTO MASSA DI NOYFIL SA: UN AUTENTICO CAMPIONE DEL RISPARMIO DI ACQUA.

La tintura in massa costituisce un processo attraverso il quale i pigmenti colorati vengono aggiunti al polimero prima della formazione delle fibre, durante il processo di estrusione e si fondono, letteralmente, con il polimero stesso.

Noyfil SA, azienda svizzera dell'Area Comfort Fibres di RadiciGroup, utilizza prevalentemente questo processo per il proprio poliestere. Sebbene la tintura in massa sia normalmente applicata su grandi quantitativi, l'Azienda è da tempo strutturata per realizzare anche piccoli lotti con questa tecnica, garantendo accanto ad una elevata ripetibilità e omogeneità del colore, notevolissimi risparmi nell'utilizzo di acqua.

Nel solo 2016, più del 65% del filo Starlight® venduto da Noyfil SA è stato tinto in massa, con un risparmio di acqua pari a 450.000 m3 rispetto ad una tecnica tradizionale di tintura in filo.

Espandendo l'orizzonte temporale al triennio 2014-2016, le performance sono ancora più rilevanti. Lo Starlight® tinto in massa ha consentito il risparmio di 1,768 milioni di m3 di acqua, corrispondenti alla capacità di un lago artificiale di medie dimensioni per la produzione di energia.

ENERGIA

Le realtà produttive che fanno parte del Gruppo sono caratterizzate da significativi fabbisogni energetici sia di tipo termico che elettrico e, grazie alla sensibilità sviluppata in termini di impatto ambientale e consapevoli dell'incidenza dei costi energetici sul bilancio, è oramai consolidata nella politica energetica di Gruppo una particolare attenzione ai temi dell'efficienza e della razionalizzazione dei consumi. L'attività degli Energy Manager (soggetti appositamente

previsti dalla legislazione italiana per il monitoraggio e l'ottimizzazione dei consumi, e la promozione di interventi mirati all'efficienza energetica) e il progressivo incremento del numero di siti in possesso di sistemi di gestione dell'energia certificati ISO50001 concretizzano la politica energetica del Gruppo, mirata al miglioramento continuo, catalizzando contestualmente il rinnovamento degli impianti e l'introduzione di tecnologie all'avanguardia.

INDICATORE G4-EN3

Tabella 37 CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 ANNI
GJ	TOTALE	2.885.633	2.756.575	2.585.711	1.971.976	1.972.626	1.861.445	-5,6%
GJ	da GAS NATURALE*	2.863.070	2.747.353	2.580.541	1.967.077	1.967.104	1.853.815	
GJ	da GASOLIO	19.849	2.360	1.102	1.101	1.769	1.445	
GJ	da GPL	1.955	2.637	3.063	3.128	2.975	5.363	
GJ	da OLIO COMBUSTIBILE	759	4.225	1.005	670	778	822	

*Nota: 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.

Tabella 38 INDICE - CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

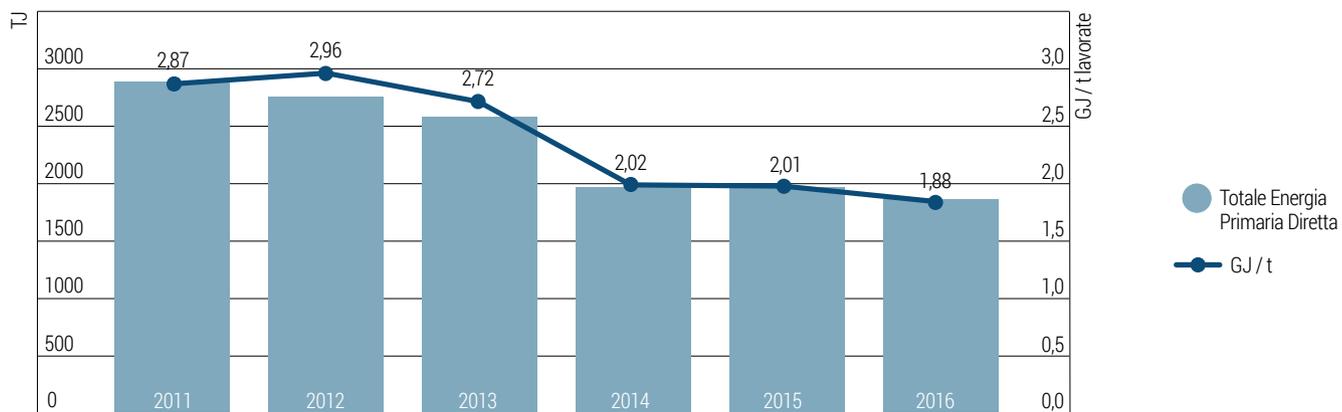
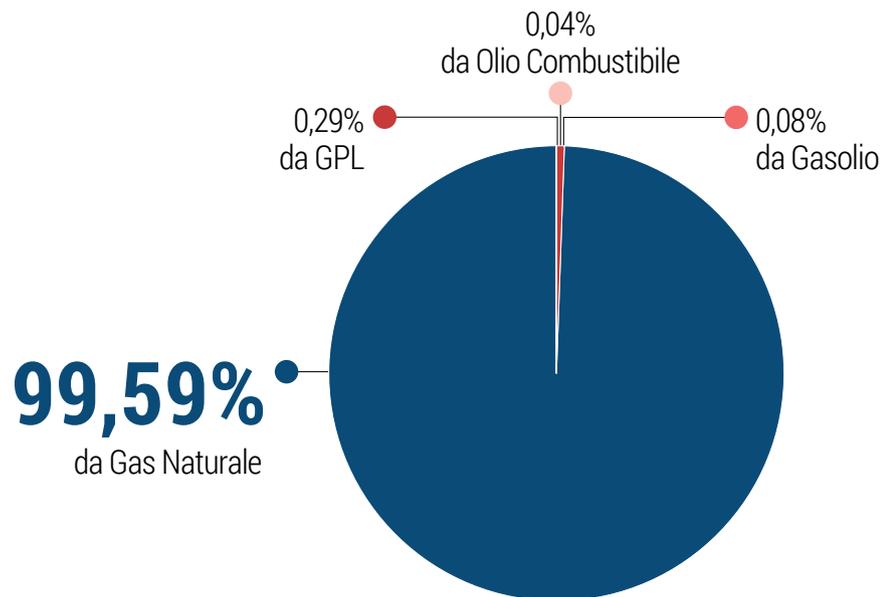
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
GJ/t		2,87	2,96	2,72	2,02	2,01	1,88

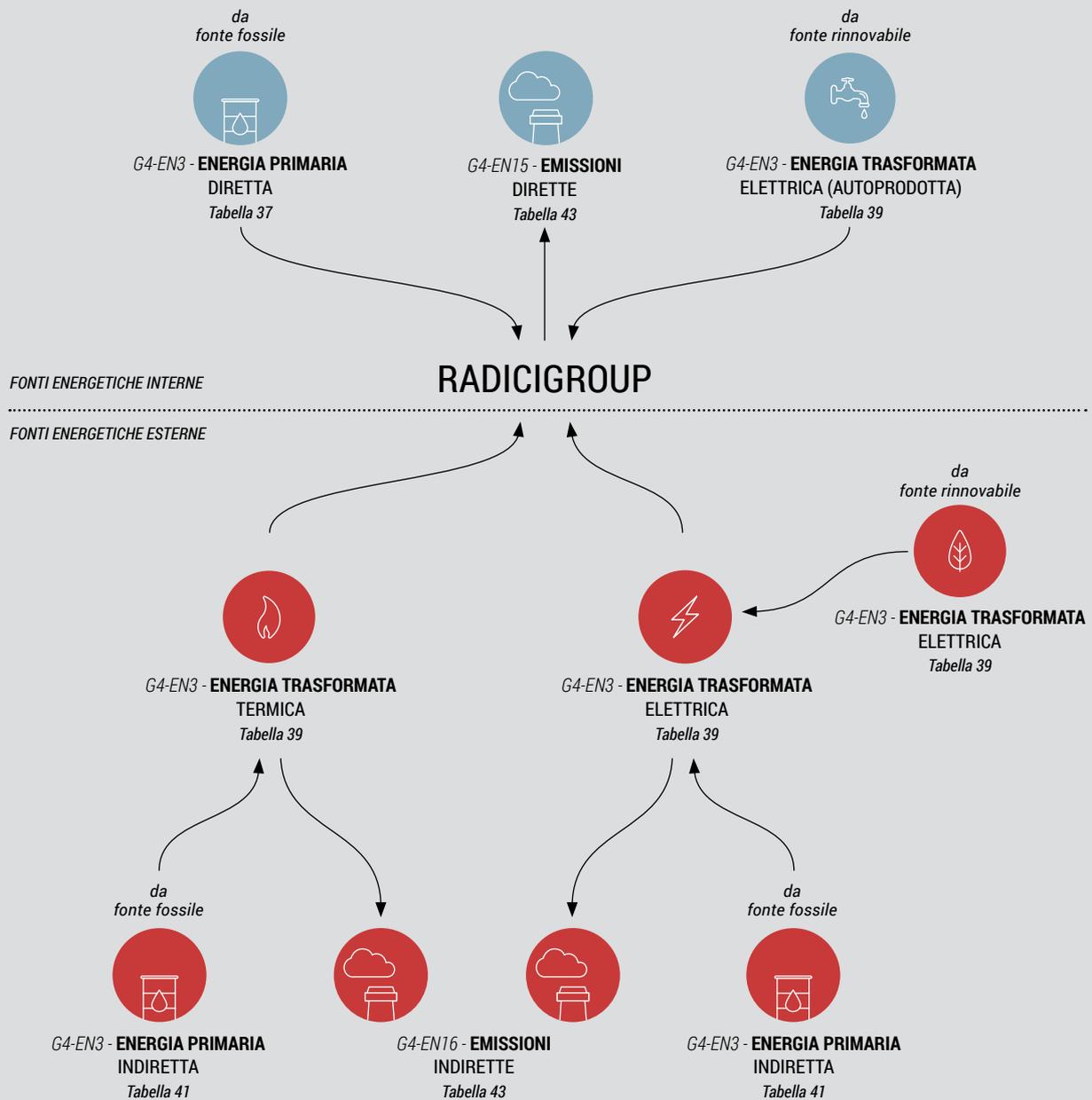
Con riferimento ai dati, il consumo complessivo di energia si è ridotto del 5,6 % in tre anni e del 35,5% in sei anni, risultato primario della politica di efficientamento posta in atto dal Gruppo. **Tabella 37**

Nel 2016 l'uso del gas naturale soddisfa oltre il 99,5% del fabbisogno complessivo di combustibile delle aziende.

Per quanto riguarda l'impiego di energia rapportato alla quantità lavorata, si è avuto nel 2016 un consumo pari a 1,88 GJ/t contro i 2,02 GJ/t del 2014. **Tabella 38**

CONSUMO DI ENERGIA PRIMARIA DIRETTA - 2016





In tema di energia elettrica, si è raggiunto un ottimo 51,6% di energia da fonte rinnovabile, in Italia in particolare energia idroelettrica fornita da Geogreen di cui si è raccontato nella parte relativa ai Fornitori. Analogamente

al 2015, sono presenti nel Gruppo sette siti, sia in Italia che all'estero, alimentati interamente con energia da fonte rinnovabile. **Tabella 39**

INDICATORE G4-EN3

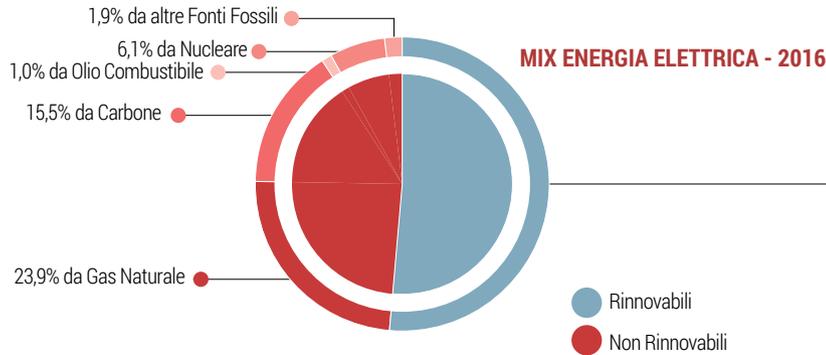
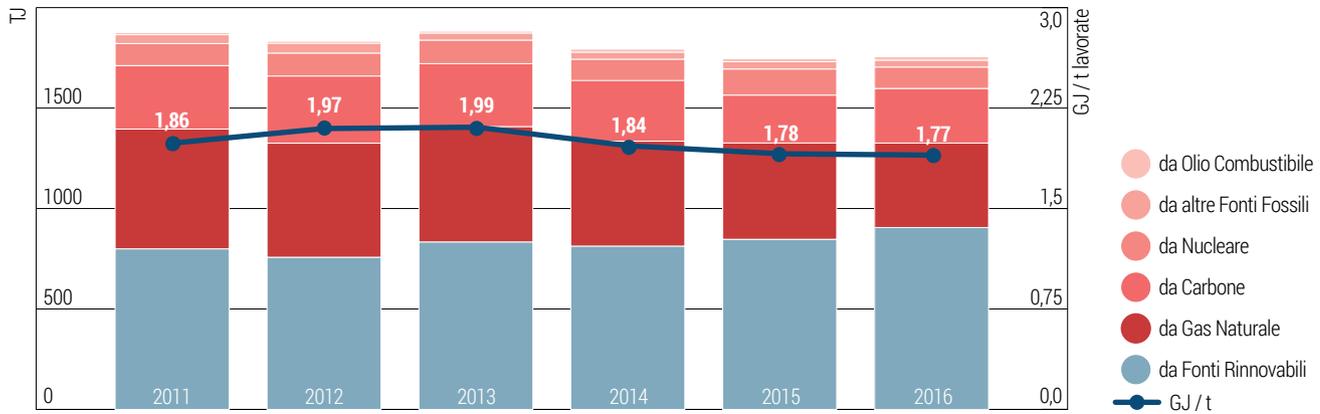
Tabella 39 CONSUMO DI ENERGIA TRASFORMATA SUDDIVISO PER FONTE ENERGETICA PRIMARIA (ELETTRICA E TERMICA)

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
GJ	TOTALE ENERGIA TRASFORMATA	3.917.657	3.714.266	3.808.477	3.848.824	3.739.148	3.726.772
GJ	SUB TOTALE ENERGIA ELETTRICA	1.875.264	1.832.380	1.882.802	1.793.416	1.746.186	1.756.188
GJ	Da fonte rinnovabile	799.476	757.615	833.840	813.088	846.895	905.390
%	energia da fonte rinnovabile su tot energia elettrica	42,6%	41,3%	44,3%	45,3%	48,5%	51,6%
GJ	di cui autoprodotta (idroelettrico)	(31.723)	(53.970)	(58.345)	(79.043)	(56.338)	(56.538)
GJ	Da fonti NON rinnovabili	1.075.788	1.074.765	1.048.962	980.328	899.291	850.798
GJ	da Gas Naturale	595.978	567.599	574.205	522.170	479.305	420.391
GJ	da Carbone	316.092	334.450	313.143	301.996	238.385	271.869
GJ	da Olio Combustibile	10.008	10.174	9.333	14.929	15.549	17.793
GJ	da Nucleare	109.660	114.146	117.037	106.084	129.933	106.637
GJ	da altre fonti fossili	44.050	48.396	35.244	35.149	36.119	34.108
GJ	SUB TOTALE ENERGIA TERMICA	2.042.393	1.881.886	1.925.675	2.055.408	1.992.962	1.970.584
GJ	da Gas Naturale	2.042.393	1.881.886	1.925.675	2.055.408	1.992.962	1.970.584

Tabella 40 INDICE - CONSUMO DI ENERGIA INTERMEDIA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI (VALORE RIFERITO ALL'ENERGIA ELETTRICA)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 anni	Δ 6 anni
GJ/t	1,86	1,97	1,98	1,84	1,78	1,77	-3,5%	-4,9%

MIX ENERGIA ELETTRICA



51,6%

DEL MIX ENERGIA ELETTRICA
DA FONTI RINNOVABILI

di cui **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 - Gandino, Italia

INDICATORE G4-EN3

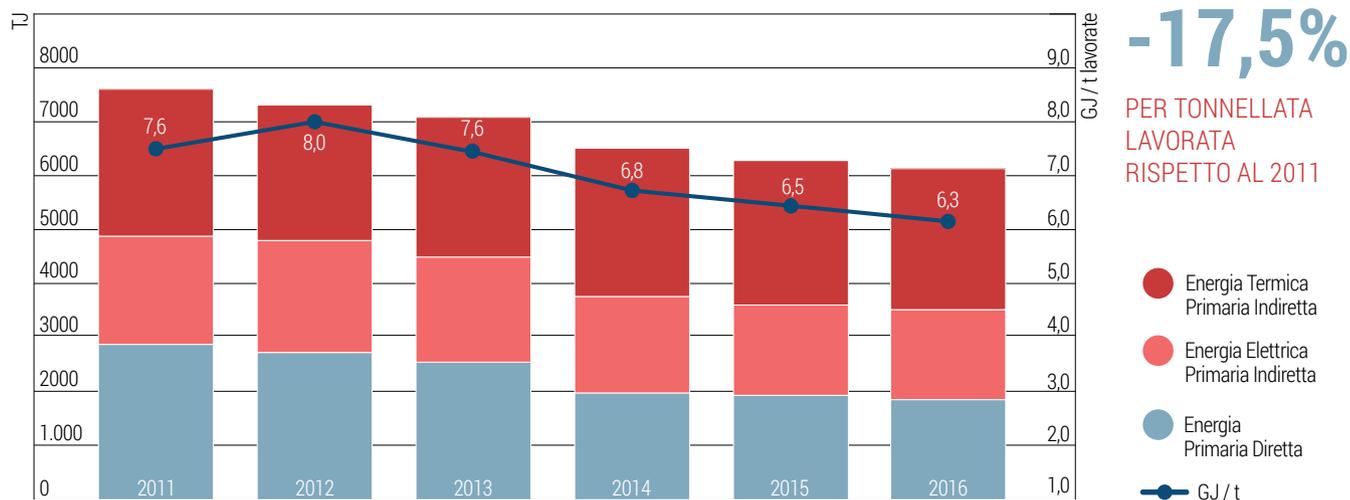
Tabella 41 ENERGIA PRIMARIA DIRETTA + INDIRETTA DA FONTE FOSSILE

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
GJ	TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA + INDIRETTA DA FONTE FOSSILE	7.678.029	7.424.198	7.176.375	6.587.001	6.369.900	6.233.876
GJ	TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA	2.885.633	2.756.575	2.585.711	1.971.976	1.972.626	1.861.445
GJ	TOTALE ENERGIA PRIMARIA INDIRETTA	4.792.396	4.667.623	4.590.664	4.615.025	4.397.274	4.372.431
GJ	Per produrre l'energia ELETTRICA INTERMEDIA da Fonte Fossile - ENERGIA Elettrica PRIMARIA INDIRETTA	2.041.464	2.107.338	1.976.812	1.833.705	1.689.795	1.703.719
GJ	Per produrre l'energia TERMICA INTERMEDIA da Fonte Fossile - ENERGIA Termica PRIMARIA INDIRETTA	2.750.932	2.560.285	2.613.852	2.781.320	2.707.479	2.668.712

Tabella 42 INDICE - CONSUMO TOTALE DI ENERGIA PRIMARIA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
GJ/t	ENERGIA PRIMARIA TOTALE	7,63	7,97	7,56	6,78	6,49	6,29
GJ/t	TOTALE ENERGIA PRIMARIA DIRETTA	2,87	2,96	2,72	2,02	2,01	1,88
GJ/t	TOTALE ENERGIA PRIMARIA INDIRETTA	4,76	5,01	4,84	4,76	4,48	4,41
GJ/t	Energia Elettrica PRIMARIA INDIRETTA	2,03	2,26	2,08	1,90	1,72	1,72
GJ/t	Energia Termica PRIMARIA INDIRETTA	2,73	2,75	2,76	2,86	2,76	2,69

IMPATTO GLOBALE DEL GRUPPO SULL'ENERGIA PRIMARIA



L'ottimizzazione degli impianti e delle utilities, che richiedono sempre minor consumo di energia primaria, abbinato al miglioramento del mix energetico che si orienta sempre più verso l'uso di energia trasformata da fonte rinnovabile, porta come conseguenza una riduzione dell'energia primaria da fonte fossile. Il totale di energia primaria (diretta + indiretta) da fonte fossile si riduce in valore assoluto del 5,4% in tre anni e del 18,8% rapportato al 2011.

Tabella 41

Anche gli indici, ossia l'energia necessaria per lavorare una tonnellata di prodotto, mostrano un risultato positivo passando dai 7,6 GJ/t del 2011 ai 6,3 GJ/t del 2016 con una riduzione del 17,5% nei sei anni e del 7,3 negli ultimi tre anni. Tabella 42

EMISSIONI

Strettamente legato al tema dell'energia, è il tema delle emissioni, da sempre cavallo di battaglia dell'impegno ambientale di RadiciGroup, elemento fondamentale del contributo che il Gruppo si propone di dare per il contrasto ai cambiamenti climatici. Grazie alla riduzione dei consumi, al miglioramento del mix energetico e a una strategia aziendale orientata a investire nelle Best Available Techniques, sono in miglioramento continuo la quantità e qualità delle emissioni nell'aria. Continua così il percorso virtuoso di mitigazione degli impatti ambientali che si traduce in un calo in valore assoluto delle emissioni dirette (t CO₂ eq) pari al 68% relativamente agli ultimi sei anni. *Tabella 43*

A questo si affianca una diminuzione dell'indice relativo alle emissioni sui quantitativi lavorati pari al 5% negli ultimi tre anni e pari ad oltre il 50% negli ultimi sei. *Tabella 44*

INDICATORE G4-EN15 e EN 16

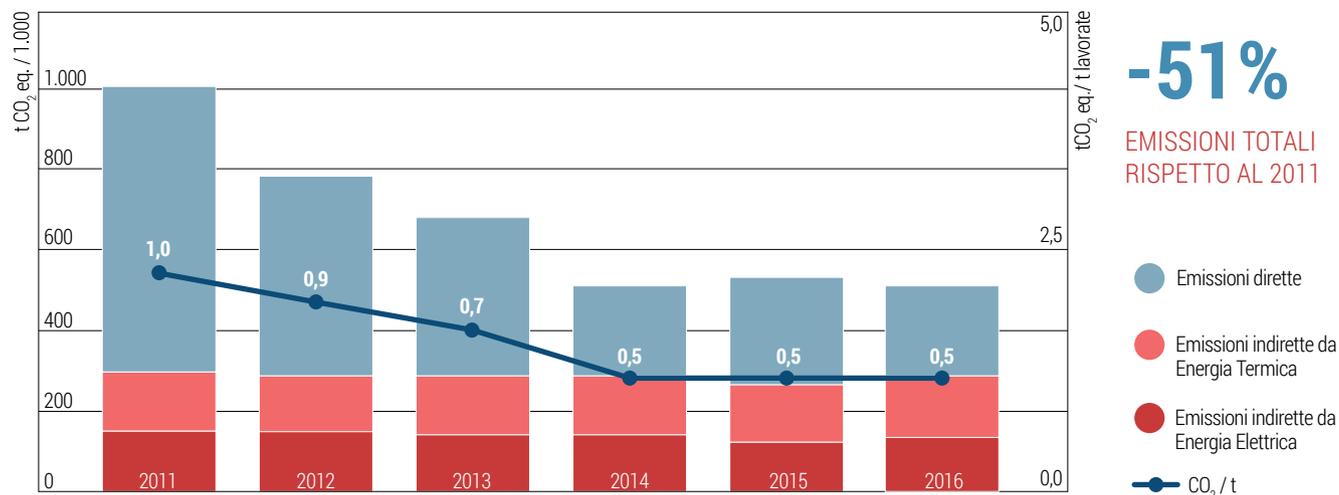
Tabella 43 EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
t CO ₂ eq.	TOTALE	1.010.036	791.257	677.346	507.713	530.961	489.783
t CO ₂ eq.	EMISSIONI DIRETTE (G4-EN15)	711.432	501.336	390.662	218.699	265.353	224.455
t CO ₂ eq.	EMISSIONI INDIRETTE (G4-EN16)	298.604	289.921	286.685	289.014	265.608	265.328
t CO ₂ eq.	emissioni indirette da Energia Elettrica	145.322	147.262	141.041	134.039	114.747	116.627
t CO ₂ eq.	emissioni indirette da Energia Termica	153.282	142.659	145.644	154.975	150.861	148.701

Tabella 44 INDICE - EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA IN RELAZIONE AI QUANTITATIVI LAVORATI

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 ANNI	Δ 6 ANNI
t CO ₂ eq.	1,00	0,85	0,71	0,52	0,54	0,49	- 5%	- 51%

EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA



Particolare rilevanza hanno avuto le misure di mitigazione messe in campo presso l'area Specialty Chemicals cui va il merito principale di questi risultati, grazie alla realizzazione di impianti di abbattimento delle emissioni presso lo stabilimento di Novara (-72,3% delle emissioni dirette in sei anni - *Tabella 43*).

INDICATORE G4-EN21

Tabella 45 QUALITÀ DELLE EMISSIONI

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	Δ 3 ANNI
t	TOTALE	527	502	459	240	181	167	-30,4%
t	NOx	317	306	312	207	152	125	
t	SOx	1,73	0,03	0	0	0	2	
t	POP	0,03	0,02	0	0	0	0	
t	VOC	14	18	11	12	9	12	
t	HAP	174	161	109	0	0	0	
t	PM	7	6	9	5	8	11	
t	Altre emissioni (monossido di carbonio)	14	11	18	16	12	17	

In costante miglioramento anche la qualità delle emissioni, le sostanze inquinanti si sono ridotte infatti del 30% in tre anni e del 68% in sei anni. Se consideriamo la sola BA Specialty Chemicals la riduzione degli inquinanti in sei anni è pari al 58%. **Tabella 45**

Non sono inserite nel calcolo dell'indicatore EN21 le aziende della BL Polyester e i siti tedesco, americano e messicano della BA Performance Plastics. Non sussiste infatti per queste aziende obbligo legislativo di monitoraggio. Le dimensioni limitate di queste realtà inducono ragionevolmente a considerare irrilevanti le quantità degli inquinanti. E' comunque allo studio l'introduzione di sistemi di monitoraggio ulteriori per completare la panoramica di Gruppo.

INDICATORE G4-EN29

Segnaliamo 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.

TOTALE SOSTANZE INQUINANTI RIDOTTE

-30% in 3 anni **-68% in 6 anni**

INDICATORI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO (PR)

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

"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."

DMA - Nel 2016, ai grandi e consueti capisaldi della ricerca, sviluppo e realizzazione di prodotti a limitato impatto, si è aggiunto il tema della riciclabilità.

La stragrande maggioranza dei prodotti di RadiciGroup rientrano in una delle categorie di seguito indicate (I PRODOTTI A LIMITATO IMPATTO DI RADICIGROUP).

Accanto ai prodotti che utilizzano il sempre maggiore quantitativo di energia da fonte rinnovabile presente nel Gruppo (si vedano a tal proposito gli indicatori EN e l'approfondimento su Geogreen), sono proseguiti gli studi sui biopolimeri, come raccontato anche a seguire.

La tintura in massa, molto presente nella parte fibre del Gruppo, ha portato ad ottimi risultati in termini di risparmio di acqua, come testimoniato dall'approfondimento dedicato a Noyfil SA. Al tema del riciclo, sempre fonda-

mentale nel Gruppo, si è affiancato il tema della riciclabilità, fortemente promossa in ottica di economia circolare. Concepire un prodotto affinché sia facilmente riciclabile a fine vita, con pochi passaggi tecnici e meccanici per trasformarlo in nuova materia prima implica, ad esempio, pensarlo composto da un unico materiale, da pochi materiali altamente compatibili tra loro o, in alternativa, facilmente separabili. Oppure valutare, insieme a tutta la supply chain, come creare un prodotto che abbia eccellenti performance nel primo ciclo di vita, e come sfruttare al meglio queste performance anche nella sua seconda vita.

Questa filosofia implica un elevato grado di conoscenza del prodotto stesso dal punto di vista chimico e funzionale. Implica inoltre una forte consapevolezza di quali siano gli impatti, attuali e futuri, di tutta la catena di produzione, dall'estrazione delle materie prime al fine vita al riciclo.

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 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



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 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
Biofeel: fili tessili bio-based
dorix®: fiocco bio-based
Radifloor® PX: fili BCF bio-based
CornLeaf: filo derivato da polimero a base di acido polilattico (PLA) Ingeo™



Riciclabili

Tutti i prodotti

**BIOPOLIMERI E SOSTENIBILITÀ: AL VIA NEL 2016 UNO STUDIO
COMMISSIONATO DA RADICIGROUP**

Nel corso del 2016 Radici Novacips ha fatto svolgere al Laboratorio Ap.E - Laboratory of Applied Electrochemistry del Dipartimento di Chimica dell'Università degli Studi di Milano un approfondimento rigoroso delle tematiche ambientali riguardanti le principali fonti "bio" utilizzate nella produzione di polimeri.

La complessità maggiore ha riguardato sia il reperimento dai dati sulla coltivazione delle materie prime (numero e intensità dei raccolti, tipi di fertilizzanti necessari, quantità di acqua utilizzata) che di quelli necessari a strutturare l'LCA dei processi di lavorazione della biomassa finalizzati ad ottenere il monomero, quindi l'utilizzo di energia, i chemicals impiegati, la resa dei processi. Le competenze specifiche del Dipartimento di Chimica e l'ampia ricerca brevettuale effettuata, hanno permesso di costruire ipotesi realistiche dei potenziali impatti ambientali dei principali monomeri bio utilizzati.

Gli studi sui biopolimeri, che hanno l'indubbio vantaggio di provenire da fonte rinnovabile, ad oggi evidenziano risultati di interpretazione non univoca. Per questa ragione, se si riterrà di voler utilizzare a fini di comunicazione con il mercato gli impatti ambientali, sarà necessario procedere ad ulteriori studi per capire l'effettivo grado di sostenibilità di questi materiali, soprattutto in relazione alle loro performance.

LA MISURAZIONE DEGLI IMPATTI

INDICATORE G4-PR1

In ottica di sostenibilità di prodotto, sulla base di quanto illustrato in precedenza, anche nel 2016 nel Gruppo si è lavorato sulla misurazione degli impatti attraverso strumenti riconosciuti e di carattere internazionale. Laddove possibile, si è proceduto a far certificare da parte terza i risultati delle misurazioni. Qui di seguito vengono indicati i principali sistemi utilizzati:

- 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.
- 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.

Ulteriore passo per la consapevolezza degli impatti lungo tutta la catena produttiva e rafforzativo del tema della compliance, indicato nella matrice di materialità, è stata, dal 2015, l'introduzione della funzione denominata Product Stewardship & Regulatory Affairs nell'area Performance Plastics. Obiettivo di questa funzione è quello di monitorare il rispetto delle principali leggi e regolamenti applicabili ai prodotti. Questo avviene in stretta collaborazione con i Fornitori chiamati a fornire dati ed informazioni in particolare relativamente alle materie prime. In questo modo, la conformità ai requisiti normativi si ha sin

dalle primissime fasi del processo produttivo, fin dall'ingresso in azienda di queste stesse materie prime. La creazione di un database costantemente aggiornato sulle caratteristiche dei prodotti ed il benchmark con i requisiti normativi più stringenti contribuiscono a rendere l'intero processo pienamente monitorato e più sostenibile.

**FILATI BCF RADIFLOOR®: SOSTENIBILITÀ MISURABILE
GRAZIE ALL'EPD**

Misurare ed essere in grado di comunicare al mercato informazioni basate su dati scientifici, verificabili e confrontabili circa il reale impatto ambientale dei prodotti continua ad essere tra gli obiettivi primari di RadiciGroup e delle sue Aziende sul fronte della sostenibilità.

È stata ufficializzata proprio nel marzo 2016 la pubblicazione della dichiarazione di impatto ambientale di prodotto (EPD - Environmental Product Declaration) elaborata da Radici Fil SpA - azienda storica di RadiciGroup - per l'intera gamma dei suoi filati BCF su base PA6.6 e PA6 grezzi, tinti in massa ("solution dyed"), ritorti e termofissati ("heat set") e interlacciati ad aria (air entangled).

Radici Fil ha analizzato il ciclo produttivo dei Radifloor® e misurato i relativi impatti ambientali a partire non solo da monte del proprio processo - ovvero dalla produzione di polimeri 6 e 6.6 impiegati per realizzare i suoi filati - ma dal processo stesso di estrazione delle materie prime necessarie a produrre i polimeri di poliammide sino ad includere le fasi di lavorazione, trasformazione e uscita dalla fabbrica dei filati (è stato realizzato uno studio di Life Cycle Assessment cradle to gate).

**INNO.PRO.WIRE: AL VIA NEL 2016 LA PRODUZIONE
DEI PRIMI MANUFATTI**

Nel mese di novembre 2016 si è tenuta una giornata formativa dedicata a LIFE-Inno.Pro.Wire, per fare il punto della situazione sullo stato di avanzamento del progetto finanziato dall'Unione Europea e nato dalla partnership tra il Gruppo Industriale Maccaferri (con Officine Maccaferri SpA e SAMP SpA) e RadiciGroup (con Radici Novacips SpA, headquarter dell'Area Performance Plastics).

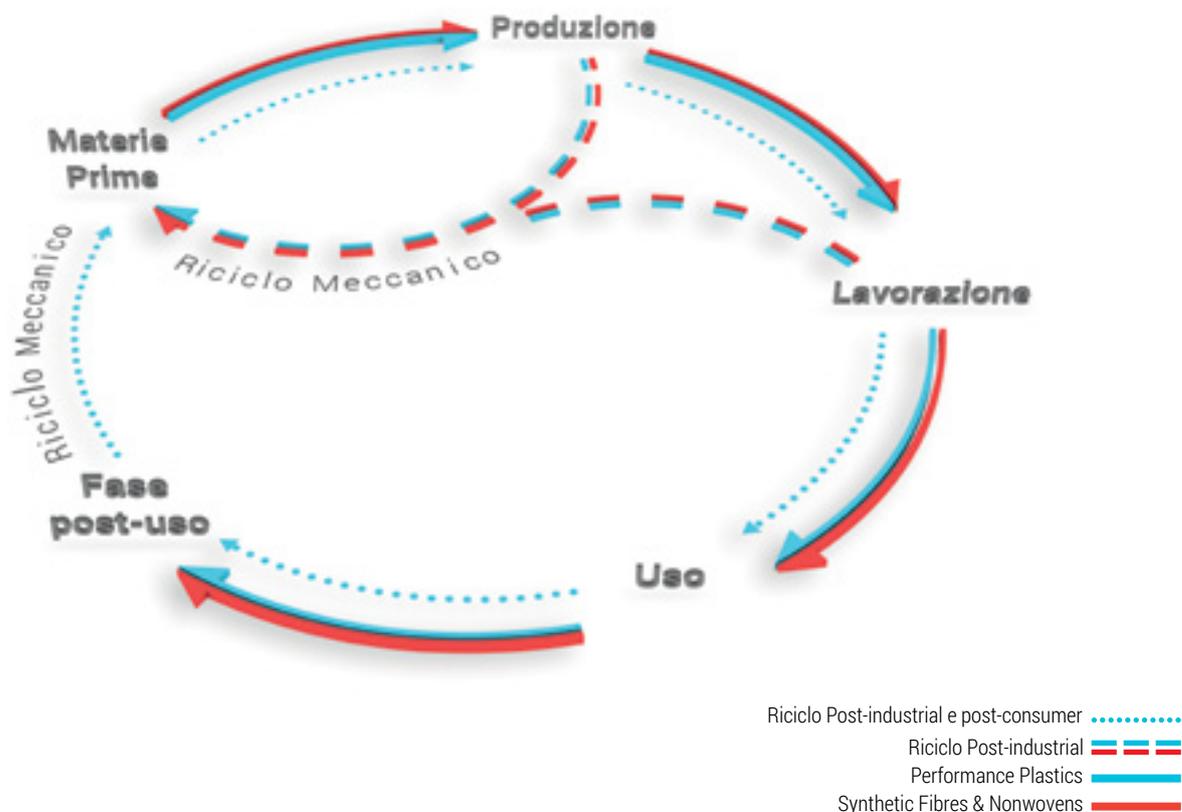
Una collaborazione, questa, nata nel 2015 per elaborare un processo innovativo e di minore impatto ambientale per la produzione di fili d'acciaio estrusi, destinati alla realizzazione di strutture protettive e di contenimento in rete metallica.

L'aspetto di innovazione sostenibile del progetto, in particolare, è legato all'utilizzo di polimeri su base poliammidica come valida alternativa al PVC per il rivestimento dei fili d'acciaio stessi.

Il workshop, organizzato da Gruppo Industriale Maccaferri e RadiciGroup presso l'Istituto Chimico Natta di Bergamo, ha visto la partecipazione, oltre che degli studenti, di Plastics Europe Italia, di EURIS srl e Ecoinnovazione srl. Una partnership che si è dunque aperta non solo al mondo della scuola, ma anche al mondo delle Associazioni di categoria e a quello delle Aziende che lavorano concretamente per la sostenibilità di prodotto.

RADICIGROUP E IL RICICLO

LA POLIAMMIDE

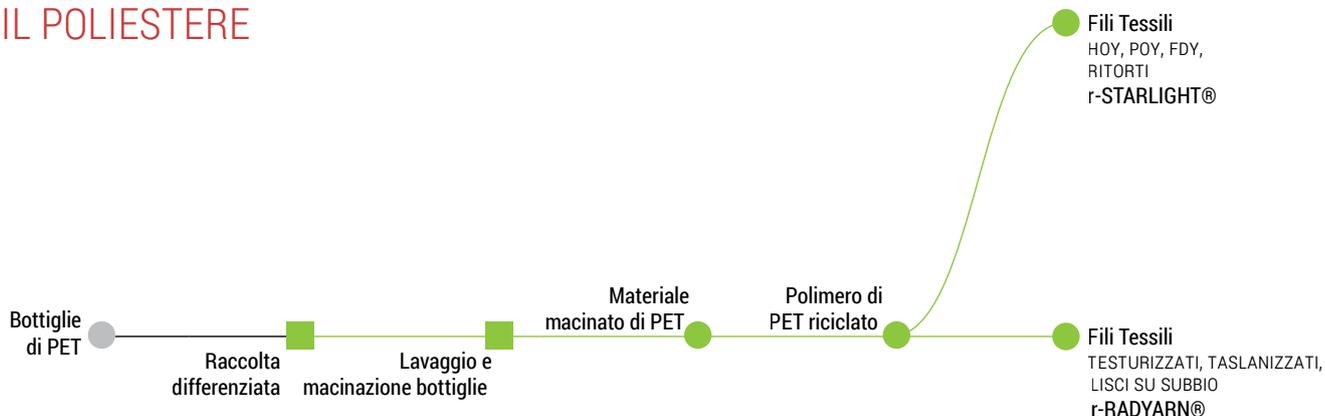


Sulla base delle misurazioni effettuate nel Gruppo, e considerando le caratteristiche di integrazione a monte delle sue aziende, due sono le grandi filosofie di riciclo attuate presso RadiciGroup:

- per la parte legata alla poliammide, tutti gli scarti produttivi (post industrial) dell'area materie plastiche e

fibre nonché tutti gli scarti reperiti sul mercato (post consumer), siano essi plastica o fibre, vengono trasformati, attraverso riciclo meccanico, in materie plastiche. Si tratta della soluzione a minori impatti chimici ed energetici che consente a questi scarti di tornare ad essere materia prima e di essere utilizzati in prodotti ad elevate prestazioni, ad esempio nel settore auto.

IL POLIESTERE



• per la parte legata al poliestere, il Gruppo acquista polimero riciclato da scarto di bottiglia e lo trasforma in filati dalle prestazioni paragonabili al filo da polimero vergine. Si tratta di una soluzione che consente di va-

lorizzare il macinato di bottiglia che diviene così filato che può poi essere nobilitato o additivato trasformandosi, ad esempio, in capi sportivi dalle elevate prestazioni tecniche.

LA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO

INDICATORE G4- PR3

Fondamentale elemento di sostenibilità, dopo aver concepito e realizzato un prodotto a limitato impatto, è la comunicazione che se ne fa al Cliente e al mercato.

Nel 2016 è stato rivisto il codice di condotta interno "No Green Washing". E' uno strumento rivolto a chiunque nel Gruppo si trovi a parlare dell'impegno di RadiciGroup per la sostenibilità. Il suo obiettivo è promuovere la consapevolezza di quanto importante e premiante, da un punto di vista reputazionale ed economico, sia una comunicazione veritiera ed affidabile.

L'aggiornamento ha riguardato l'introduzione di alcuni approfondimenti legati a LCA, EPD e PEF in particolare, temi chiave per la sostenibilità di prodotto.

Da un punto di vista generale, in osservanza alla legislazione vigente, tutti i prodotti di RadiciGroup sono accompagnati da 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:

• 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. Da tempo il Gruppo riconosce la validità di questa etichetta tanto da essere stato premiato sia

nel 2015 che nel 2016 da Oeko-Tex stesso per la lunga collaborazione (si veda l'approfondimento in merito).

- per tutte le aree di business, la certificazione o test report di "Food Contact Compliance", che attestano l'idoneità dei materiali al contatto con gli alimenti, sia esso diretto o indiretto. Attraverso un'accurata 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.
- per tutte le aree di business, a seconda del prodotto considerato e destinato al settore auto: la rispondenza alle specifiche tecniche delineate nello standard di gestione della qualità per i Fornitori del settore automobilistico ISO TS 16949.
- 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.

Così operando il Gruppo agisce 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 opera.

Alcune linee guida generali di comunicazione sono poi contenute nelle norme o nelle certificazioni che il Gruppo ha scelto di adottare su base volontaria. Innanzitutto la norma ISO 9001, nelle sue versioni 2008 e 2015, prevede che l'organizzazione debba mettere in campo strumenti e disposizioni efficaci per comunicare con il Cliente in merito al prodotto o per fornire indicazioni o aggiornamenti utili. Anche il sistema EPD si fa promotore di una comunicazione ambientale di prodotto trasparente, scientificamente fondata e documentata.

RADICI YARN SPA PREMIATA PER ESSERE CERTIFICATA "OEKO TEX® STANDARD 100" DA 20 ANNI.

Radici Yarn SpA - azienda di RadiciGroup tra i leader Europei nella produzione di fili e fiocco di nylon per i settori tessile-abbigliamento e tecnico-industriale - è tra le 33 aziende del settore Tessile Abbigliamento Moda premiate per essere certificate Oeko-Tex® Standard 100 da 20 anni. La premiazione si è tenuta il 21 giugno 2016 presso il Museo delle Culture di Milano.

Radici Yarn si aggiunge così a Noyfil SpA e Noyfil SA, aziende di RadiciGroup attive nella produzione di fili poliestere, che nel 2015 avevano già ottenuto il medesimo riconoscimento, importante testimonianza dell'impegno concreto a monitorare costantemente, con un approccio scientifico, la sicurezza dei prodotti. Per RadiciGroup, in particolare, il rispetto dei requisiti Oeko-Tex® significa offrire massime garanzie al consumatore finale nonché trasparenza a tutta la filiera.

INDICATORE G4-PR2 e PR4

I sistemi di misurazione adottati, l'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.

**PER QUANTO POSSA
ESSERE LIMITATO IL TEMPO
A TUA DISPOSIZIONE,
CIÒ CHE CONTA È COME SEI
DISPOSTO A USARLO**



IL PIANO DI

MIGLIORAMENTO

IL PIANO DI MIGLIORAMENTO

Sulla base delle tematiche evidenziate nell'analisi interna utile per la formulazione della Matrice, questi sono i nostri impegni futuri:

TEMA AMBIENTE

- Continuazione della politica di analisi del ciclo di vita dei prodotti e misurazione degli impatti ambientali delle organizzazioni attraverso sistemi riconosciuti e certificati.
- Aumento della consapevolezza relativa al contributo che le azioni implementate dai siti danno alle tematiche generali dell'impatto ambientale (analisi dei contesti aziendali e analisi ambientali realizzate secondo criteri analoghi e rapportate ai macro trend ambientali).
- Continuazione delle azioni di contenimento degli impatti attraverso il monitoraggio costante dei dati ambientali e il mantenimento di tecnologie all'avanguardia nei siti.

TEMA RISORSE UMANE

- Gestione del tema della Life Long Employability.
- Continuità del piano RadiciGroup for Safety - alle Radici della Sicurezza attraverso la verifica dell'efficacia e l'applicazione di quanto appreso nella vita aziendale.

TEMA SOCIETA'/DIRITTI UMANI

- Continuazione del lavoro di ascolto e vicinanza con le comunità territoriali attraverso i social media e le sponsorizzazioni e liberalità.
- Prosecuzione del lavoro con gli istituti scolastici del territorio per la realizzazione di progetti congiunti.

TEMA R&D/PRODOTTI

- Continuazione della strategia relativa alla riciclabilità e al riciclo dei prodotti attraverso tutte le misurazioni di impatto e di controllo delle filiere.
- Continuazione della messa a punto dei prodotti da fonte rinnovabile con l'obiettivo di arrivare a articoli 100% bio-based.
- Riorganizzazione dell'attività R&D di Gruppo in un'ottica di coordinamento centrale.
- Condivisione e aggiornamento delle conoscenze relative alla sicurezza di prodotto e agli aggiornamenti legislativi concernenti i prodotti del Gruppo tramite riunioni periodiche.

PER SAPERNE DI PIÙ SU RADICIGROUP

BILANCIO SOSTENIBILITA'

<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 QUALITA' 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.ceska-republika/>

PAGINA SLIDESHARE

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

CANALE YOU TUBE

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

*SALUTE E BENESSERE
SCATURISCONO DAL
RAPPORTO DI OGNUNO
CON GLI ELEMENTI
DELL'UNIVERSO.*

NE PAL

LETTERA DI

VALIDAZIONE

LETTERA DI VALIDAZIONE

IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 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**



VERIFICA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ ANNO 2016 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 2016, 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 2016”, 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 Yarn Villa d'Ogna; Radici Chemiefaser GmbH (Call c/o Radici Yarn Villa d'Ogna); Radici Novacips Villa d'Ogna; Radici Plastics USA (Call c/o Radici Novacips Villa d'Ogna); Noyfil Stabio; Radicifil Casnigo) 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 26/06/2017), 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.

Risultati e raccomandazioni

Il “Bilancio di Sostenibilità Radici Group” relativo all'anno 2016 è la seconda 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 sui 6 anni 2011-2016, con un maggiore focus sul triennio 2014-2016, al fine di consentire una valutazione più completa degli andamenti delle prestazioni dall'avvio del progetto. 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. Analogamente risulta giustificata l'esclusione delle società acquisite nell'ultimo anno, i cui dati sarebbero parziali e non del tutto coerenti con le realtà ormai consolidate.

Rispetto alla scorsa edizione risulta decisamente migliorata l'organizzazione e presentazione delle attività di analisi e valutazione dei rischi, coinvolgimento degli stakeholder, valutazione della rilevanza degli aspetti ai fini della definizione dei contenuti del report, attività che risultano ora maggiormente organizzate e strutturate, anche se in alcuni casi non risulta del tutto evidente il legame tra gli aspetti considerati nelle valutazioni aziendali e quelli previsti dalle linee guida GRI. Le numerose azioni realizzate o in fase di realizzazione per il coinvolgimento degli stakeholder 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, e rispetto agli anni scorsi risulta migliorato anche per quanto riguarda la gestione a livello di singola azienda o di singolo stabilimento, che risulta ora più chiara e ripercorribile.

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

- evidenziare in modo più chiaro il legame tra gli aspetti risultati materiali in base alle analisi aziendali e quelli elencati nelle linee guida GRI;
- evidenziare maggiormente, ove opportuno, le differenze dei vari aspetti a livello locale, approfondendo il dettaglio geografico relativo ad alcuni dei temi trattati (es. tematiche economiche);
- approfondire maggiormente alcune delle questioni ritenute rilevanti (es. questione della supply chain, parità di genere, lotta alla corruzione), attualmente affrontate solo a livello generale.

Conclusioni

La verifica del "Bilancio di Sostenibilità Radici Group" relativo al 2016 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, si può ritenere conforme al livello di applicazione "core".

03 agosto 2017

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	pagg. 10, 12 e 16
G4-2 Impatti rischi e opportunità	pagg. 10, 12, 14 e 68

PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE

G4-3 Nome dell'organizzazione	pag. 16
G4-4 Marchi, prodotti e servizi	pag. 30
G4-5 Ubicazione sede generale	pag. 139
G4-6 Paesi di operatività, inclusi gli impatti significativi legati ai prodotti, attività, servizi e alle relazioni	pag. 33
G4-7 Assetto proprietario	pagg. 16, 19 e 72
G4-8 Mercati serviti	pag. 36
G4-9 Dimensione dell'organizzazione	pag. 32
G4-10 Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	pag. 73 e 83
G4-11 Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	pag. 73 e 83
G4-12 Descrizione della supply chain	pag. 36
G4-13 Cambiamenti nel perimetro delle attività inclusa la localizzazione dei Fornitori	pag. 37
G4-14 Applicazione dell'approccio prudenziale	pag. 18
G4-15 Lista delle carte o principi a cui l'organizzazione aderisce o altre iniziative supportate	pag. 54
G4-16 Lista delle Associazioni di categoria a cui l'organizzazione aderisce	pag. 53

MATERIALITÀ E PERIMETRO DEL REPORT

G4-17 Elenco delle entità consolidate nel Bilancio consolidato e di quelle non comprese nel Bilancio di sostenibilità	pag. 17 e 19
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. 18 e 19
G4-19 Lista degli aspetti materiali identificati	pag. 19 e 24
G4-20 Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro al di fuori dell'organizzazione	pag. 19 e 24
G4-21 Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro interno all'organizzazione	pag. 19
G4-22 Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni	pag. 19
G4-23 Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro	pag. 19

Stakeholder ENGAGEMENT

G4-24 Lista degli Stakeholder ingaggiati dall'organizzazione	pag. 16
G4-25 Processo di identificazione degli Stakeholder	pag. 21 e 22
G4-26 Approccio all'engagement, incluso frequenze e tipologie di attività	pag. 22, 40 e 73
G4-27 Temi emersi dall'engagement, modalità di gestione anche attraverso il reporting	pag. 47

PROFILO DEL REPORT

G4-28 Periodo a cui si riferisce il report	pag. 16
G4-29 Ultimo report pubblicato	pag. 16
G4-30 Frequenza del reporting	pag. 16
G4-31 Contatti	pag. 139
G4-32 Livello scelto, certificazione, tabella contenuti	pag. 5 e 128

GOVERNANCE

G4-34 Struttura di governo inclusi i comitati che dipendono dal massimo organo di governo	pag. 72
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. 73
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. 10, 14, 49, 72, 73 e 136
G4-56 Principi, valori e norme di condotta	pag. 7 e 14

INDICATORI SECONDO IL MODELLO GLOBAL REPORTING INITIATIVE

INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA (EC)

DMA	pag. 56
Indicatore G4 - EC1	pag. 56

INDICATORI AMBIENTALI (EN)

DMA	pag. 98
Indicatore G4 - EN 1	pag. 98
Indicatore G4 - EN 3	pag. 107 - 112
Indicatore G4 - EN 5	pag. 58
Indicatore G4 - EN 8	pag. 103
Indicatore G4 - EN 10	pag. 105
Indicatore G4 - EN 15	pag. 113
Indicatore G4 - EN 16	pag. 113
Indicatore G4 - EN 21	pag. 114
Indicatore G4 - EN 22	pag. 104
Indicatore G4 - EN 23	pag. 100
Indicatore G4 - EN 29	pag. 114

PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE (LA)

DMA	pag. 82
Indicatore G4 - LA 2	pag. 83
Indicatore G4 - LA 6	pag. 89 - 93
Indicatore G4 - LA 9	pag. 87
Indicatore G4 - LA 12	pag. 84

DIRITTI UMANI (HR)

DMA

pag. 94

Indicatore G4 - HR 3

pag. 94

SOCIETÀ (SO)

DMA

pag. 85

Indicatore G4 - SO 6

pag. 97

Indicatore G4 - SO 8

pag. 97

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO (PR)

DMA

pag. 115

Indicatore G4 - PR 1

pag. 117

Indicatore G4 - PR 2

pag. 121

Indicatore G4 - PR 3

pag. 120

Indicatore G4 - PR 4

pag. 121

Indicatore G4 - PR 5

pag. 49

Indicatore G4 - PR 6

pag. 105

**IL VALORE DI OGNI
SINGOLA COSA DIPENDE
DALL'OCCHIO DI CHI
GUARDA**



**HANNO DATO
VOCE AL
BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ**

HANNO DATO VOCE AL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

STANDARD DISCLOSURES G4-37

Su input del CDA e degli Shareholder, il Gruppo GRI di Coordinamento e i Gruppi GRI di sito lavorano ogni anno alla realizzazione del Bilancio di Sostenibilità. Anche nel 2016, più di 70 persone nel Gruppo hanno fornito dati o informazioni preziosi per il report. Ad esse si uniscono le innumerevoli persone che indirettamente hanno lavorato per la raccolta degli indicatori e la formulazione dei testi.

RADICI CHIMICA S.P.A.

Stefano Alini,
Rita Barbaini,
Antonella Castelli,
Maurizio Cerina,
Marco Erbetta,
Pio Gazzini,
Fabrizio Mastandrea,
Cinzia Rinaldi,
Antonella Zaffaroni.

RADICI CHIMICA DEUTSCHLAND GMBH

Pamela Fleischer,
Susan Krause,
Jens Metzner.

RADICIFIBRAS LTDA

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

RADICI FIL S.P.A

LOGIT SRO

Nicola Agnoli,
Arturo Andreoni,

Matteo Bettinaglio,
Ottavio Calia
Martin Chlup,
Marco Guerini,
Riccardo Guerini,
Marco Gualteroni,
Andrea Visciglio.

CORDONSED

Andrea Longhi.

RADICI NOVACIPS S.P.A.

RADICI PLASTICS USA INC.

RADICI PLASTICS LTDA

RADICI PLASTICS GMBH

RADICI PLASTICS CO LTD.

RADICI PLASTICS MEXICO S. DE R.L. DE C.V.

Claudio Belotti,
Roberta Beltrami,
Francesco Calamina,
Alessandro Calabrese,
Jane Campos,
Susanna Caprotti,
Birgit Crinius,
Paulo Freitas,
Gan Lin,
Elisa Gelmi,
Luigi Gerolla,

Simone Grandi,
Gritt Hultsch,
Rachel Ma,
Michael Mertens,
Guillermo Meza,
Danilo Micheletti,
Nicole Pan,
Sergio Plascencia,
Nicolangelo Peduto,
Elisa Pellicoli,
Federico Percassi,
Giancarlo Poloni,
Shelly Ray,
Alberto Sessolo,
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,
Gerhard Pfeiffer,
Antonella Imberti,
Oscar Novali,
Giorgio Ongaro,
Monica Paganoni,
Gabriel Paduraru,
Alessandro Pagnini.

NOYFIL S.P.A.

NOYFIL SA

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

TESSITURE PIETRO RADICI S.P.A.

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

RADICI PARTECIPAZIONI S.P.A.

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

GEOENERGIE

Alessandro Bonarini,
Stefano Savoldelli.

GRUPPO DI COORDINAMENTO GRI

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

SPONSOR

Filippo Servalli.

CONTATTI ED INDIRIZZI UTILI

STANDARD DISCLOSURES G4-5

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:

[STANDARD DISCLOSURES G4-31](#)

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





www.radicigroup.com