

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2019



*Questa prima dichiarazione di sostenibilità
è dedicata a tutte le persone che hanno fatto
e fanno parte del Gruppo.*

Romano Minozzi, Presidente



INDICE

MESSAGGIO DEL CEO FEDERICA MINOZZI	3
NOTA METODOLOGICA	7
IL GRUPPO	13
LE PERSONE	31
IL PRODOTTO	39
IL PROCESSO	49
IL TERRITORIO	59
OBIETTIVI	69
GRI CONTENT INDEX	70

“COMINCIATE COL FARE CIÒ CHE
È NECESSARIO, POI CIÒ CHE È POSSIBILE.
E ALL’IMPROVISO VI SORPRENDERETE
A FARE L’IMPOSSIBILE”

San Francesco d’Assisi





MESSAGGIO DEL CEO

Dopo che il mondo ha iniziato a vedere una ripresa dalla profonda crisi innescata dal disastro finanziario globale, i paesi e le società di tutto il mondo, esaminandone le cause per indagare le vulnerabilità dei sistemi economici, stanno finalmente realizzando che l'ossessione per una crescita sempre più rapida e l'egemonia finanziaria, hanno creato un mondo di enormi disuguaglianze con totale disprezzo per la sostenibilità. Ambienti di lavoro degradanti e strutture sociali umilianti minacciano seriamente il futuro dell'umanità. L'inasprimento di queste disfunzioni è oggi evidente nel pericolo rappresentato dal riscaldamento globale e dai conseguenti cambiamenti climatici. Oltre 4 miliardi di persone, più del 50% della popolazione mondiale, vivono in nazioni povere sopportando il peso più grave di questi squilibri ambientali e sociali; di fatto negli ultimi anni abbiamo smarrito il senso della nostra esistenza, e con esso la percezione delle esigenze e della disperazione altrui.

In questo contesto, la parola "sostenibilità" è divenuta una delle parole più utilizzate, ma anche abusate al mondo; fortunatamente, voci autorevoli stanno sottolineando la criticità fondamentale: stiamo consumando quantità eccessive di preziose risorse della nostra Terra.

Noi, in quanto gruppo industriale manifatturiero, pur utilizzando tecnologie e pratiche produttive sostenibili, ci rendiamo conto che non possiamo cambiare la situazione da soli. Per questo ritengo fondamentale il messaggio di San Francesco: ognuno deve darsi da fare iniziando da quanto può, col tempo, tutti assieme, potremo portare a compimento grandi cose. C'è bisogno di coraggio e fermezza per perseguire in modo costante e risoluto gli obiettivi quando i progressi sono lenti e le sfide grandi, ma questa tensione verso nuovi traguardi esprime la filosofia che da decenni praticiamo per promuovere l'innovazione: **la sostenibilità è una parte fondamentale della nostra strategia e della nostra cultura aziendale ed è essenziale per i nostri scopi, definisce non solo come facciamo le cose, ma chi siamo.**

Questo nostro primo Bilancio di Sostenibilità è una divulgazione trasparente e volontaria delle politiche per la sostenibilità di Iris Ceramica Group, un'espressione del nostro impegno costante per la costruzione di un futuro sostenibile, sicuro e inclusivo. Un impegno che si manifesta nei nostri sforzi per raggiungere livelli prestazionali sempre più alti, misurati in termini di contributo all'aumento del capitale economico, ambientale e sociale, in sostanza un investimento per il futuro teso a creare valore duraturo per tutti i nostri stakeholders. Frattanto ci sentiamo rassicurati che la decisione adottata un anno fa per una strategia di crescita a basse emissioni di sostanze volatili dannose alla salute, si sia oggi concretizzata nell'essere la prima, ed al momento unica azienda nel settore di riferimento, a poter dichiarare "EMISSIONI ZERO".

Credo che negli anni a venire pratiche aziendali sistematicamente sostenibili emergeranno come una fonte distintiva di competitività delle imprese poiché tutte le parti interessate richiederanno livelli crescenti di contributo agli obiettivi per lo sviluppo sostenibile previsti dall'Agenda ONU 2030.

Noi abbiamo guadagnato slancio in questa direzione integrando, in questi anni, ampi obiettivi di sostenibilità nelle nostre strategie industriali, mentre consolidavamo una presenza importante in gran parte del globo e gettavamo le basi per ulteriori sviluppi. Il Gruppo ha conquistato significative quote di mercato mondiale raggiungendo elevatissimi volumi di vendita, ma questi risultati non sono fini a sé stessi perché per guidare un mercato, per essere Leader, non è sufficiente avere il maggior fatturato o l'organizzazione più competitiva: essere Leader significa fare la differenza, adottare strategie di guida culturale, esprimere filosofie di prodotto che anticipano i bisogni e le abitudini di vita.

La nostra indole ci spinge a migliorare sempre in ciò che facciamo perché solo noi conosciamo il nostro business e solo noi sappiamo come sviluppare le nostre capacità al passo con i tempi e con lo sviluppo tecnologico. **Noi abbiamo i mezzi per raggiungere questo obiettivo, ce lo dicono la nostra storia, le nostre conoscenze e la nostra volontà.**

Federica Minozzi
Group Ceo

PREMESSA

Nelle pagine che seguono Iris Ceramica Group presenta il suo primo Bilancio di sostenibilità che nasce con l'obiettivo di comunicare in modo trasparente con i propri stakeholders portandoli a conoscenza della complessa realtà aziendale, descrivendo i risultati raggiunti e informando sui principali obiettivi che il Gruppo si è posto per il prossimo futuro in un'ottica di confronto, miglioramento e condivisione continua.

Per Iris Ceramica Group pubblicare il Bilancio di Sostenibilità ha anche un importante valore strategico interno poiché questo documento comunica in modo puntuale e dettagliato tutto quanto concerne la responsabilità sociale e l'approccio alle politiche di sostenibilità.

Il report è redatto secondo le linee guida del Global Reporting Initiative nella versione più attuale e in uso, denominata GRI Standards. Il Global Reporting Initiative indica due livelli di rendicontazione che sono relativi al numero e alla tipologia di indicatori rendicontati all'interno del report: Core (livello base) e Comprehensive (livello avanzato). L'obiettivo per questo primo anno è stato il livello "Core" che consideriamo quasi completamente raggiunto. Le lacune su alcuni dati sono dovute unicamente alla complessa struttura del Gruppo che si articola in più società dislocate in varie parti del mondo con adempimenti normativi estremamente diversi tra loro. Il reperimento delle informazioni richieste dallo standard ha subito quindi un adeguamento relativo alle diverse realtà e alle normative dei Paesi in cui sono dislocate. In ogni caso il perimetro del report abbraccia tutte le società del Gruppo e i dati raccolti comprendono gli anni di esercizio 2017 e 2018.

Nella stesura di questo Bilancio di sostenibilità sono stati rispettati i principi di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, affidabilità e tempestività che prescrive il GRI Standards.

- Accuratezza: riportando nel modo più dettagliato possibile gli indicatori richiesti dallo standard;
- Equilibrio: mettendo in evidenza sia gli aspetti positivi che negativi e quindi migliorabili dell'Organizzazione;
- Chiarezza: facendo in modo che i dati siano facilmente fruibili da tutti gli stakeholders;
- Comparabilità: evidenziando il maggior numero possibile di dati su scala biennale (2017 e 2018);
- Affidabilità: coinvolgendo tutte le funzioni aziendali nella raccolta dei dati e sottoponendoli ad una attenta verifica da parte del CDA;
- Tempestività: presentando la rendicontazione di sostenibilità entro l'autunno dell'anno successivo a quello di rendicontazione con l'obiettivo di approntarlo in futuro entro il mese di maggio in concomitanza dell'uscita del bilancio consolidato.

I principali stakeholders di Iris Ceramica Group

Qui di seguito è riportata la lista dei principali portatori di interesse del Gruppo. Nelle pagine che seguono sarà possibile comprendere le modalità di coinvolgimento di ciascuno stakeholder nell’ottica di un dialogo costante che il Gruppo ha deciso di porre come una delle sue principali mission, lavorando e attivando progetti che guardano nella direzione della sostenibilità economica sociale e ambientale.



*Architetti, designer, progettisti, trasformatori, posatori e consumatori finali

** Università, scuole superiori, ordini professionali

Matrice di materialità

L'analisi di materialità è definita dallo standard GRI, base di partenza per redigere un bilancio di sostenibilità. Essa si concretizza in una rappresentazione cartesiana in cui vengono indicati i temi che sono stati definiti di rilievo sia per il Gruppo che per i suoi principali portatori di interesse.

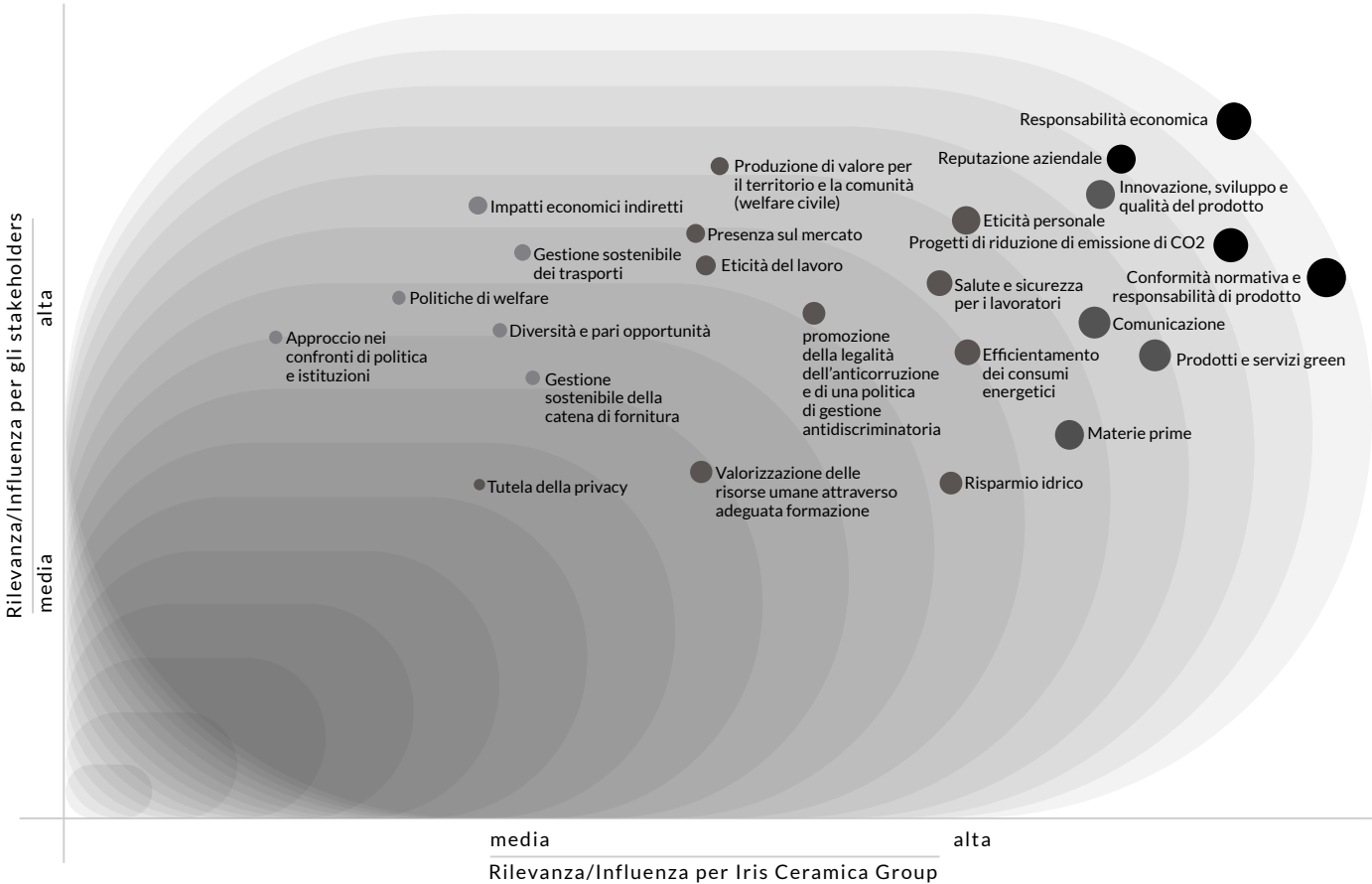
Il processo per la determinazione della matrice di materialità ha coinvolto una parte dello staff dirigenziale di Iris Ceramica Group e si è sviluppato in più fasi:

- mappatura degli stakeholders
- definizione dei temi rilevanti che lo standard ha suggerito e che abbiamo ritenuto pertinenti con l'organizzazione (di seguito riportati).
- attribuzione di un valore medio che ciascun tema riveste sia per il Gruppo che per i suoi stakeholder

Per il primo anno di rendicontazione abbiamo chiesto al gruppo dirigente coinvolto, di immedesimarsi nei principali stakeholders, e di attribuire a ciascun tema un valore di importanza da 1 a 5. Obiettivo futuro è quello di ridefinire la matrice attraverso un focus group che coinvolga direttamente i principali portatori di interesse.

Nella fascia alta del grafico e in quella laterale destra sono posizionati i temi di rilevanza alta sia per gli stakeholders che per il Gruppo.

Nella fascia bassa sono riportati quelli che dall'analisi sono risultati di rilevanza minore e che necessiteranno di essere analizzati, nei prossimi di anni, da parte della dirigenza aziendale.



Performance economica:

• Responsabilità economica	Interno e esterno
• Innovazione, sviluppo e qualità del prodotto	Interno e esterno
• Impatti economici indiretti	Esterno
• Presenza sul mercato	Esterno
• Gestione sostenibile della catena di fornitura	Interno e esterno

Performance ambientale:

• Efficientamento dei consumi energetici	Interno e esterno
• Gestione degli impatti ambientali diretti e indiretti sui territori	Esterno
• Progetti di riduzione di emissione di CO ₂	Esterno
• Gestione dei rifiuti	Interno e esterno
• Prodotti e servizi Eco Sostenibili	Interno e esterno
• Gestione sostenibile dei trasporti	Interno e esterno
• Materie prime	Interno e esterno
• Risparmio idrico	Interno e esterno

Performance sociale:

• Valorizzazione delle risorse umane attraverso adeguata formazione	Interno
• Politiche di Welfare, salute e sicurezza per i lavoratori	Interno
• Diversità e pari opportunità	Interno
• Eticità del lavoro	Interno e esterno
• Produzione di valore per il territorio e la comunità (welfare civile)	Esterno
• Promozione di legalità, anticorruzione e di politiche antidiscriminatorie	Interno e esterno

antidiscriminatoria

• Tutela dei diritti	Interno
• Tutela della privacy	Interno
• Approccio nei confronti di politica e istituzioni	Esterno
• Comunicazione	Interno e esterno
• Conformità normativa e responsabilità di prodotto	Interno e esterno

Governance

• Eticità personale	Interno e esterno
• Reputazione aziendale	Interno e esterno

Struttura del Bilancio

Il presente bilancio di sostenibilità ha una narrazione trasversale per argomenti, suddivisa in otto parti, che tocca tutti gli aspetti interni ed esterni dell'Organizzazione e mira a valutare il suo impatto sul territorio, inteso sia come luogo in cui l'organizzazione è presente che in generale come pianeta da rispettare, con una politica di conduzione aziendale che guarda all'agenda 2030 ONU attraverso gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Obiettivi di sviluppo sostenibile

Nel settembre 2015 all'Assemblea delle Nazioni Unite i leader mondiali si sono riuniti per varare politiche favorevoli allo sviluppo globale, promuovere il benessere umano e proteggere l'ambiente. In quell'occasione è stata approvata l'Agenda 2030 per uno sviluppo sostenibile, i cui elementi essenziali sono i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs, Sustainable Development Goals) con relativi sotto obiettivi specifici che mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza e allo sviluppo sociale ed economico. Inoltre si prefiggono di affrontare i cambiamenti climatici e costruire società pacifiche entro l'anno 2030. Tutti siamo chiamati a sentirci responsabili verso il pianeta e gli esseri viventi che lo popolano. Iris Ceramica Group ha impostato il suo modo di fare impresa ponendo una forte e concreta attenzione alla sostenibilità con l'obiettivo di perseguire in particolare alcuni degli SDGs che qui di seguito riportiamo e che saranno indicati nei rispettivi capitoli di questo bilancio.



“NEL BILANCIO DELLE
IMPRESE NON
COMPAGNANO LE DUE
COSE PIÙ IMPORTANTI,
LA REPUTAZIONE E GLI
UOMINI”

Henry Ford

L'AZIENDA, UN SOGGETTO ETICO

“Nel bilancio delle imprese non compaiono le due cose più importanti, la reputazione e gli uomini” (H. Ford) Da quando Ford pronunciò questa frase è passato molto tempo e molte cose sono cambiate. Oggi la collettività è sempre più consapevole e informata e richiede alle aziende una rendicontazione trasparente ed esaustiva, non più intesa come fredda sequenza di dati relativi all’andamento economico e finanziario, ma come testimonianza viva e feconda dell’impegno profuso nel miglioramento sociale e ambientale, della capacità di incidere sul concetto stesso di sviluppo e sulla sua sostenibilità.

Nei bilanci d’impresa ha sempre più spazio la rendicontazione non finanziaria ed il concetto di “reputazione sociale”, un patrimonio che si costruisce col tempo e la costanza, e dove compaiono le donne e gli uomini che hanno contribuito al suo consolidamento, coscienti del fatto che il buon nome di un’azienda si fonda sulle azioni compiute e che il suo mantenimento

dipende dalle azioni che si compiranno.

Il bilancio di sostenibilità di Iris Ceramica Group è rivolto alla collettività intesa nel senso più ampio di comunità umana, unita da valori e obiettivi condivisi che prescindono dal confine ristretto delle particolarità identitarie e dell’appartenenza a specifici gruppi. Una collettività che esprime bisogni e attese, che devono essere colti dalle Aziende cui è demandata la funzione civile di mettere a punto processi di crescita e di sviluppo, compatibili con la salvaguardia del bene comune.

Anche il risultato reddituale e competitivo viene pertanto a dipendere dalla legittimazione sociale e dal consenso ottenuto presso gli stakeholders e presso l’intera comunità. Le aspettative della singola persona e dei gruppi vengono così a coincidere con l’interesse generale, e l’Azienda diventa un soggetto etico che deve rispondere alle istanze sociali con un impegno permanente che coinvolge tutti gli ambiti della sua organizzazione.



LA NOSTRA ASSUNZIONE DI RESPONSABILITÀ

Il successo e la solidità dei brand di Iris Ceramica Group derivano dalla forza e dall'intuito imprenditoriale del fondatore, Romano Minozzi. La produzione è incentrata su collezioni di rivestimenti in ceramica tecnica e gres porcellanato, frutto di una continua ricerca tecnologica ed estetica, con l'intento di offrire alla clientela un prodotto performante e ricco di stile. Un'ampia gamma di superfici, unica per varietà e completezza delle soluzioni, in linea con le tendenze dell'architettura contemporanea, che trova applicazione in innumerevoli ambiti, dal residenziale

al contract, dagli spazi esterni sino all'arredo di design. Nella visione del Gruppo, la ceramica diventa protagonista dell'interior e la tecnologia, l'artigianalità e la qualità del prodotto si fondono con le idee di designers e architetti, generando valore estetico e funzionale. È costante l'impegno nella ricerca e nello sviluppo di nuovi prodotti, con l'applicazione delle più evolute tecnologie, ideate, progettate e implementate direttamente nei propri stabilimenti e nei laboratori di ricerca e sviluppo dove ogni novità viene posta sotto tutela con brevetti internazionali.

Iris Ceramica Group cresce attraverso innovazione continua di strategie e di processi, operando scelte che influenzano l'intero distretto produttivo, di conseguenza diventa inevitabile un'assunzione di responsabilità forte e determinata, basata su una rigorosa lista di punti chiave:

La conduzione familiare come valore aggiunto al business, come garanzia di solidità e univocità degli intenti per tutte le Aziende e i brand del Gruppo.
La visione è planetaria e l'espansione su nuove aree di business è guidata dalla volontà di allargare la platea dei fruitori dei propri prodotti e servizi puntando sul valore aggiunto che li distingue.
Il valore guida è la spinta all'innovazione e non la rincorsa a compiacere le tendenze in atto legate alla volubilità dei mercati.
L'obiettivo costante è la creazione di valore intrinseco, senza angosce per gli ostacoli che si frappongono al risultato.
Iris Ceramica Group è artefice delle nuove tecnologie, delle idee creative, delle

soluzioni inedite e della valorizzazione umana e professionale di ogni singola risorsa del Gruppo.
Il risultato è più importante dell'investimento necessario per conseguirlo e la soddisfazione del Cliente rappresenta il fine ultimo di ogni azione imprenditoriale.
La ricerca tecnologica si coniuga con la sostenibilità, sia sotto l'aspetto della tutela ambientale sia nell'impiego razionale delle risorse.
Un obiettivo perseguito da molto tempo prima che la tematica ecologista e che la sensibilità ambientale assumessero l'attuale rilevanza, grazie all'innata capacità di precorrere i tempi e le tendenze.



AZIENDA FAMILIARE, VOCAZIONE INTERNAZIONALE

Se la sede legale della holding Iris Ceramica Group è nel centro della città di Modena, le aziende produttive sono nate e si sono sviluppate, nel cuore del distretto ceramico emiliano, uno dei principali poli manifatturieri dell'industria Italiana, dove hanno sede gli stabilimenti di Sassuolo e Fiorano Modenese, in provincia di Modena, e quelli di Viano e Castellarano in provincia di Reggio nell'Emilia. Vetschau, in Germania e Crossville nello stato del Tennessee negli USA ospitano i più recenti poli industriali del Gruppo, dotati di linee produttive esclusive nel territorio e di tecnologie all'avanguardia votate al risparmio energetico.

Iris Ceramica Group comprende marchi storici e prestigiosi come Iris Ceramica, Fiandre, FMG Fabbrica Marmi e Graniti e Ariostea, cui si sono aggiunti

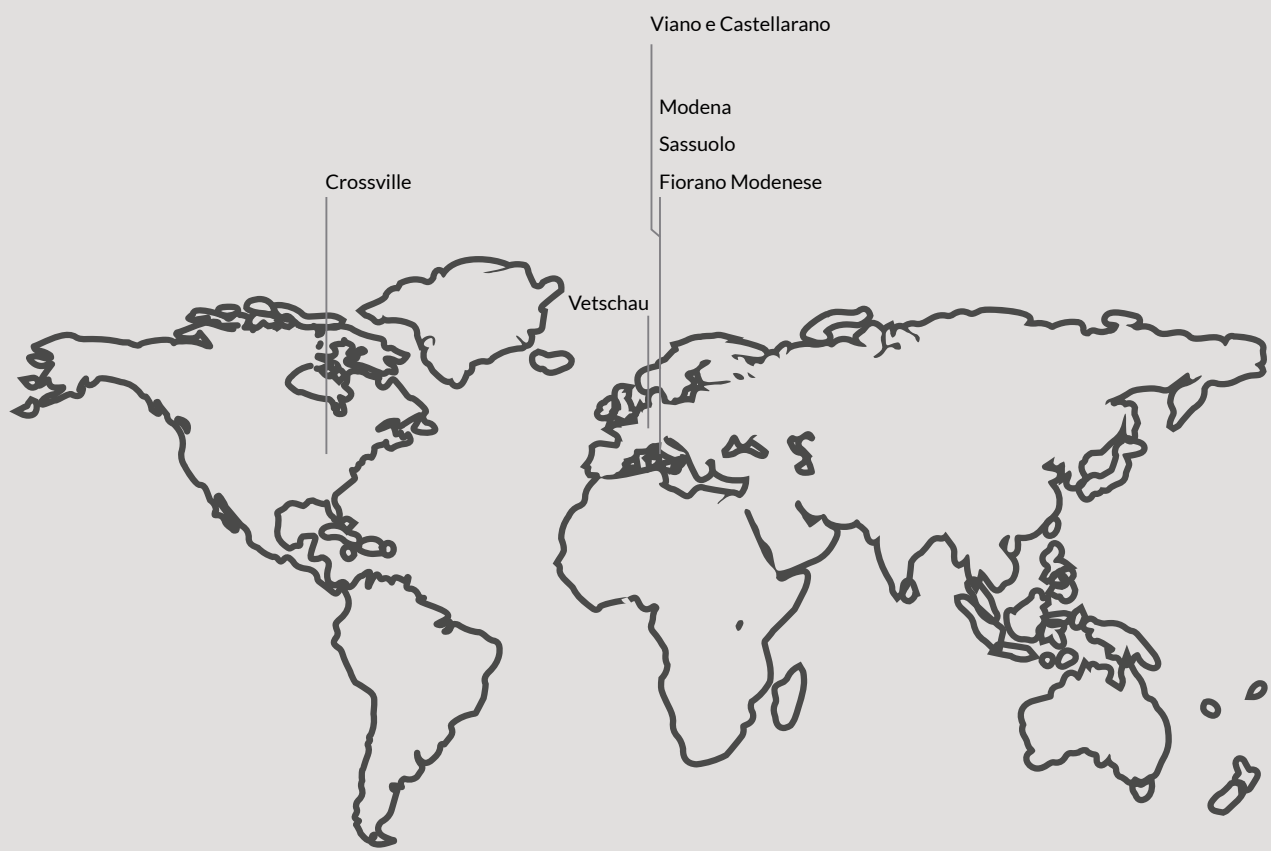
progressivamente brand giovani e ricchi di potenzialità come Eiffelgres, Porcelaingres, Stonepeak e Sapienstone.

La governance del Gruppo è costituita da Romano Minozzi, fondatore e Presidente di Iris Ceramica Group, e da sua figlia Federica, Amministratore Delegato. Ogni Brand opera in autonomia, valorizzando il proprio patrimonio di risorse e talenti, nel rispetto delle linee guida tracciate dal fondatore: la **ricerca di una qualità senza compromessi e la spinta costante all'innovazione.**

Il Gruppo è presente in oltre 100 paesi del mondo, e i suoi prodotti trovano applicazione in ambito contract e wellness, nell'hospitality e nel residenziale, fino alle grandi opere di architettura pubblica, offrendo risposta a tutte le esigenze del costruire e dell'abitare contemporaneo.

Il sistema manifatturiero industriale di Iris Ceramica Group è contraddistinto dalla presenza di 9 aree produttive, la maggior parte concentrate in Italia nel distretto industriale della ceramica, tra le provincie di Modena e Reggio Emilia, più due grandi complessi ubicati in paesi strategici, gli Stati Uniti d’America e la Germania.

Le sedi commerciali all'estero sono invece localizzate in svariate città degli USA, in Spagna, Francia, Messico, Regno Unito e nei principali centri della Russia.



LE DIMENSIONI DEL GRUPPO

	2017	2018	Unità di misura
Totale delle operazioni (Vendite)	24.183.321	22.188.080	MQ
Materiali prodotti	25.415.242	23.326.059	MQ

		2017	2018	Unità di misura
Vendite nette in paesi che costituiscono il 5% o più dei ricavi totali				
U.S.A.	(Vendite in \$)	205.853.025	199.861.658	\$
	(Vendite in €)	4.619.216	4.039.132	€
ITALIA		48.119.871	43.176.859	€
GERMANIA		58.083.804	54.258.658	€

	2017	2018	Unità di misura
Ricavi netti consolidati	509.208.000	483.334.000	€
Capitalizzazione totale (debiti e equity)	1.441.068.000	1.550.024.000	€



DAL MIRACOLO ECONOMICO ALLA VISIONE DEL FUTURO

La fondazione di Iris Ceramica Group risale al 1961 e si inserisce in una fase di particolare fermento dell'imprenditoria italiana, cui non faceva eccezione il distretto di Modena e Reggio Emilia. Erano gli anni del 'miracolo economico italiano', che corrispose a un'impennata dell'edilizia urbana con la nascita di interi quartieri densi di nuovi alloggi necessari ai lavoratori che si trasferivano nel distretto ceramico, che cominciava allora a prendere forma. In pochi anni il distretto diventa un fenomeno industriale di rilievo internazionale con la moltiplicazione di piccole e medie industrie. A metà del decennio veniva prodotto in quest'area il 40% del totale delle ceramiche della Comunità Economica Europea. È negli anni settanta che le Aziende di Romano Minozzi conoscono una prima fase di grande sviluppo, che venne poi consolidato con l'intuizione di superare i limiti del mercato domestico cercando nuove vie di sbocco tramite le esportazioni, che già nel 1980 coprivano il 50% della produzione. La congiuntura negativa che coinvolse successivamente il sistema industriale italiano e l'edilizia in particolare, richiese da parte degli imprenditori più

lungimiranti, nuovi sforzi e nuove intuizioni per traghettare le aziende in un mercato che stava profondamente cambiando. Si puntò allora sull'innovazione tecnologica delle linee produttive, implementando l'elettronica e l'automazione: i costi di produzione scesero e le aziende si consolidarono, fino alla vera svolta portata dall'avvento della monocottura. Negli anni novanta debuttano società con vocazione tecnica e specialistica, talvolta si tratta di divisioni interne al Gruppo che si trasformano in aziende vere e proprie, delle volte è il caso di acquisizioni effettuate per rafforzare la presenza in singoli segmenti di mercato, anche di nicchia. Si conferma la capacità di capire e assecondare lo spirito dei tempi, trasformando le difficoltà in opportunità, con l'obiettivo costante di rafforzare il ruolo di leadership del Gruppo. Sino ad oggi, le colonne portanti sono state l'innovazione e la qualità, nei laboratori di ricerca si continuano a trasformare le idee e le intuizioni in prodotti di assoluta avanguardia, come le maxi lastre in gres porcellanato di 300 x 150 cm con uno spessore di soli 6 millimetri che Iris Ceramica Group, prima tra tutte, ha reso un materiale adatto a molteplici usi e destinazioni.

Il 2018, come dichiarato anche da Confindustria ceramica, ha registrato una battuta d'arresto di produzione, vendite ed export per l'industria italiana delle piastrelle di ceramica, dopo un quinquennio di continua crescita; non si è trattato della crisi di un solo settore ma di una sofferenza più articolata e che ha coinvolto una parte significativa del sistema produttivo nazionale.

Nel triennio 2015-2017 il fatturato del distretto era cresciuto del 7%. Nel 2018 la frenata è stata brusca, in generale l'export si è contratto di circa il 3% e il consumo interno poco meno, le aziende hanno subito un clima pesante a livello internazionale a causa delle tensioni politiche: dal botta e risposta sui dazi tra Usa e Cina alle sanzioni contro la Russia e l'Iran, dalla crisi dell'UE alla Brexit. Con in più il blocco nazionale dei lavori per le infrastrutture.



DETERMINAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto di un'impresa rappresenta la ricchezza prodotta dall'azienda nell'esercizio. È individuabile come differenza tra la produzione lorda ed il consumo di beni e servizi. L'analisi del valore aggiunto consente un collegamento tra la contabilità generale d'esercizio e il bilancio di sostenibilità, allo scopo di misurare la ricchezza creata dall'attività aziendale a vantaggio dell'intera collettività e di identificare al suo interno i portatori di interesse che ne risultano destinatari. L'analisi della distribuzione del valore aggiunto diventa un criterio di lettura per valutare l'impegno nella responsabilità sociale dell'Impresa. I dati utilizzati sono tratti direttamente dal Bilancio Consolidato, redatto nel rispetto delle norme civilistiche e certificato dagli organi di controllo. Tale strumento si caratterizza come base imprescindibile per la successiva rendicontazione di sostenibilità.

VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO (MIGLIAIA DI EURO)			
	2017	2018	NOTE
a) ricavi	532.335	556.508	vendite di beni più ricavi da investimenti finanziari
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO			
b) costi operativi	351.925	331.614	
c) retribuzioni e benefit	109.453	105.572	
d) pagamenti ai fornitori di capitale	4.207	4.526	
e) imposte e tasse	21.605	33.304	
f) investimenti nella comunità	348	31	contributi volontari (incluse le donazioni)
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO			
(differenza tra valore economico generato e valore economico distribuito)	44.817	81.461	

La distribuzione del valore aggiunto espone i criteri tramite i quali Iris Ceramica Group ha ripartito la ricchezza prodotta nell'anno rispetto alle diverse categorie di interlocutori interni ed esterni. È evidente come la ricchezza prodotta e distribuita non sia costituita solamente dall'utile d'esercizio, ma comprenda voci che nel Bilancio sono necessariamente allocate tra i costi, mentre qui rappresentano, al pari dell'utile, il valore che l'azienda ha prodotto con la propria attività economica. La ripartizione del valore aggiunto di Iris Ceramica Group riflette nella sua struttura la funzione di governo e indirizzo complessivo delle attività del Gruppo.

ATTIVITÀ, BRANDS, PRODOTTI E SERVIZI

Iris Ceramica Group è leader mondiale nello sviluppo creativo, nella produzione e distribuzione di lastre ceramiche di alta gamma per il rivestimento di pareti, pavimenti ed elementi d'arredo ad uso residenziale, commerciale ed industriale. Un Gruppo che si identifica nei suoi talenti e che esporta nel mondo l'eccellenza del Made in Italy. Grazie ad una capillare rete distributiva e 9 stabilimenti produttivi dislocati in Europa e in America, Iris Ceramica Group è presente in oltre 100 paesi nel mondo con una ampia scelta di soluzioni per l'architettura e l'interior design, dal contract al wellness, dall'hospitality alle grandi opere di architettura pubblica. Più di 1.500 persone contribuiscono attivamente ogni giorno al successo del Gruppo che conta 8 marchi di riferimento e un articolato sistema di divisioni interne, a garanzia di un elevato standard qualitativo e di un'assistenza efficace e completa. L'attività di Iris Ceramica Group deriva da un forte dinamismo legato da un lato alla visione del Presidente e Fondatore, Romano Minozzi, e dall'altro all'audacia di nuove creazioni. I brand del gruppo perseguono quotidianamente il solco segnato dal Fondatore offrendo anno dopo anno novità che li rendono unici in un mercato altamente competitivo. Il successo deriva dal perfetto equilibrio tra Marchi storici e prestigiosi come **Iris Ceramica**, **Fiandre Architectural Surfaces**, **FMG Fabbrica Marmi e Graniti**, **Ariostea** e brand giovani dal forte potenziale come **Eiffelgres**, **Porcelaingres**, **Stonepeak Ceramics** e **Sapienstone**, che si inseriscono in una fascia alta di mercato, offrendo superfici ceramiche evolute che coniugano design e tecnologia.



Fiandre è pioniere nell'arte di creare ceramiche all'avanguardia. Al centro delle sue attività pone l'uomo ed il suo benessere spingendosi alla ricerca di soluzioni che permettano il miglioramento della qualità della vita.



Sin dal 1961 Iris Ceramica ha coltivato uno stile unico basato sull'audacia e fantasia delle sue collezioni; animata da una fonte inesauribile di soluzioni innovative di ceramiche smaltate e gres porcellanato per pavimenti e rivestimenti.



FMG Fabbrica Marmi e Graniti, distribuisce pietre naturali prodotte in fabbrica grazie alle più evolute tecnologie di produzione "a tutta massa".



Sapienstone è il brand che realizza top da cucina in gres porcellanato, in cui traspare l'attenzione non solo al design e all'estetica ma anche e soprattutto alla quotidiana fruizione del prodotto. Innovazione, sostenibilità e ben vivere sono i valori di Sapienstone.



Eiffelgres unisce il saper-fare italiano all'attenzione ai valori dell'eco-sostenibilità: oggi non è possibile progettare un'architettura o un oggetto senza pensare all'ambiente. Un pensiero che accompagna Eiffelgres fin dalla sua fondazione nel 2001.



Pur restando fedele all'Italian style che la rende unica nel mercato Nord Americano, Stonepeak reinventa costantemente dal 2005 le caratteristiche della ceramica e oggi disponibile per gli impieghi più diversi, dai grandi progetti al design d'interni.



Porcelaingres produce ceramiche eccezionali all'interno di uno degli stabilimenti produttivi tra i più moderni d'Europa, in cui tecnologia e sostenibilità ambientale convivono in una sintesi perfetta. Italian Style made in Germany.



Ariostea ha sviluppato internamente un Know How che la rende una tra le più innovative aziende del settore: le tecnologie adottate sono ideate e realizzate all'interno dell'azienda in un'ottica di servizio ONDEMAND fortemente customizzato.

I SERVIZI

Il supporto offerto da Iris Ceramica Group ai professionisti del settore come ingegneri edili, progettisti, architetti e costruttori si estende anche ai servizi legati all'utilizzo e posa dei materiali ceramici nelle loro innumerevoli applicazioni. Attraverso le organizzazioni **Technoriunite** e **Granitech** il Gruppo è in

grado di suggerire le migliori soluzioni per la messa in opera al cantiere. Dove la componente estetica e le prestazioni dell'opera devono combinarsi al meglio per soddisfare le committenze più qualificate, le componenti della divisione tecnica del Gruppo sono sicuramente la scelta più indicata.



ATTRARRE, COINVOLGERE E CONQUISTARE

Oggi le persone sono costantemente sottoposte a stimoli in conseguenza della continua evoluzione tecnologica e facilità di accesso alla rete: gli smartphone sono diventati la nostra porta verso un mondo fatto di dati e di stimoli vari. Con facilità sempre maggiore di trovare informazioni online anche la fase di acquisto si modifica: l'utente integra, al tradizionale acquisto in negozio, l'acquisto su store online, e soprattutto una preventiva ricerca sul web, di informazioni sui prodotti desiderati. In questo contesto così competitivo, gli spazi di esposizione e promozione dei prodotti, devono necessariamente modificare la loro natura e trasformarsi da semplici luoghi finalizzati alla vendita, in spazi in cui il brand coltiva relazioni con i propri stakeholders e crea per

loro esperienze uniche non solo di tipo commerciale. Questo non necessariamente finalizzato all'acquisto di un prodotto, quanto con l'obiettivo di trasmettere i valori e le qualità della brand identity che contraddistingue il marchio, così da fidelizzare il cliente potenziale e renderlo partecipe dello spirito aziendale. Ecco perché tutte le nostre aziende e le nostre showrooms espositive si muovono di pari passo con l'innovazione digitale e gli spazi al pubblico si evolvono fino a divenire un canale complementare e di supporto alla promozione online e offline, spazi di servizio e di esperienza più che negozi di vendita prodotti, punti di contatto dove Mission, Vision e Corporate Identity sono in linea con le strategie di Gruppo.



MERCATI SERVITI



U.A.E.
CIPRO
SVIZZERA
REPUBBLICA CECA
MAROCCO
EIRE
REP. SUDAFRICANA
SERBIA E MONTENEGRO
GRECIA
SLOVENIA
LIECHTENSTEIN
UKRAINA
CROATIA
IRELAND
OMAN
DANIMARCA
MACEDONIA
GRECIA
BULGARIA
SPAGNA
KOREA DEL SUD
CANADA
MALDIVE
LITHUANIA
INDIA
BELGIO
MONTENEGRO
CROATIA
LUXEMBOURG
CINA
MESSICO
LIBANO
SINGAPORE
UNITED ARAB EMIRATES
NUOVA ZELANDA
UNGHERIA
REP. SAN MARINO
AUSTRALIA
ESTONIA
COSTA D'AVORIO



TAIWAN

AUSTRIA

FEDERAZIONE RUSSA

SVEZIA

LATVIA

ROMANIA

SERBIA

FRANCIA

PORTOGALLO

GIORDANIA

QATAR

SEYCHELLES

ARABIA SAUDITA

GIAPPONE

ALGERIA

AZERBAIJAN

PERU

MONACO

AUSTRIA

KUWAIT

BRASILE

MALTA

GERMANIA

ITALIA

GEORGIA

BELARUS

POLONIA

TUNISIA

ISRAELE

TURCHIA

BOSNIA-HERCEGOVINA

CAMEROUN

HONG KONG

ETIOPIA

IRAN

OLANDA

CONGO

INDIA

SLOVAKIA

POLINESIA FRANCESE

POLINESIA FRANCESE

LA STRUTTURA DEL GRUPPO

L'oggetto sociale della Iris Ceramica Group S.p.A. (capogruppo), con sede a Modena, è incentrata sulla detenzione di partecipazioni e sull'investimento delle risorse finanziarie. Iris Ceramica Group S.p.A. è la holding di un gruppo operativo nel settore della produzione e commercializzazione di materiali ceramici e lastre in grès porcellanato. Al 31/12/2018 Iris Ceramica Group S.p.A. è così strutturata:

Società finanziaria di gruppo	Finanziaria Ceramica Castellarano S.p.A.
	La società, con sede a Modena, svolge attività finanziaria.
Società industriali ceramiche	Granitifiandre S.p.A.
	La società, con sede a Castellarano (Reggio nell'Emilia-Italia), opera nella produzione e commercio di materiale ceramico in grès porcellanato e ceramica tecnica.
	STONEPEAK CERAMICS INC.
	La società, con sede negli Stati Uniti nello Stato del Tennessee, opera nella produzione e commercio di materiale ceramico in grès porcellanato e ceramica tecnica.
	PORCELAINGRES GMBH.
Società commerciali e di servizi	La società, con sede in Germania nel Brandeburgo, opera nella produzione e commercio di materiale ceramico in grès porcellanato e ceramica tecnica.
	IRIS CERAMICA LTD.
	La società, con sede in Russia, è stata recentemente fondata per una futura prevista attività di produzione locale di grès porcellanato e ceramica tecnica.
	ARCHITECTURAL IMPORTS LLC.
	La società, con sede negli Stati Uniti a Miami, svolge attività di commercializzazione di materiale ceramico.
	FIANDRE IRIS CERAMICA OOO
	La società, con sede in Russia, a Mosca, svolge attività di commercializzazione di materiale ceramico.
	MEDITERRANEA LLC
	La società, con sede negli Stati Uniti, a Miami, svolge attività di commercializzazione di materiale ceramico.
	SAPIENSTONE INC.
	La società recentemente costituita, con sede negli Stati Uniti, è specificatamente rivolta alla progettazione e realizzazione di top in ceramica tecnica per il bagno e la cucina.

TECHNORIUNITE S.R.L.
La società, con sede a Castellarano (Reggio Emilia), svolge attività di fornitura e posa in opera di pavimenti e rivestimenti specialmente sulle grandi opere architettoniche.

ARCAREL INTERNATIONAL S.A.S.
La società, con sede in Francia, svolge attività di commercializzazione di materiale ceramico.

IRIS CERAMICA FRANCE S.A.S.
La società, con sede in Francia, svolge attività di commercializzazione di materiale ceramico.

LA CERAMICA S.R.L.
La società, con sede a Bologna svolge attività di commercializzazione di materiale ceramico, sanitari e arredo bagno.

MATIMEX S.A.
La società, con sede in Spagna, a Castellón, svolge attività di promozione e commercializzazione dei materiali del Gruppo sui mercati spagnolo e portoghese.

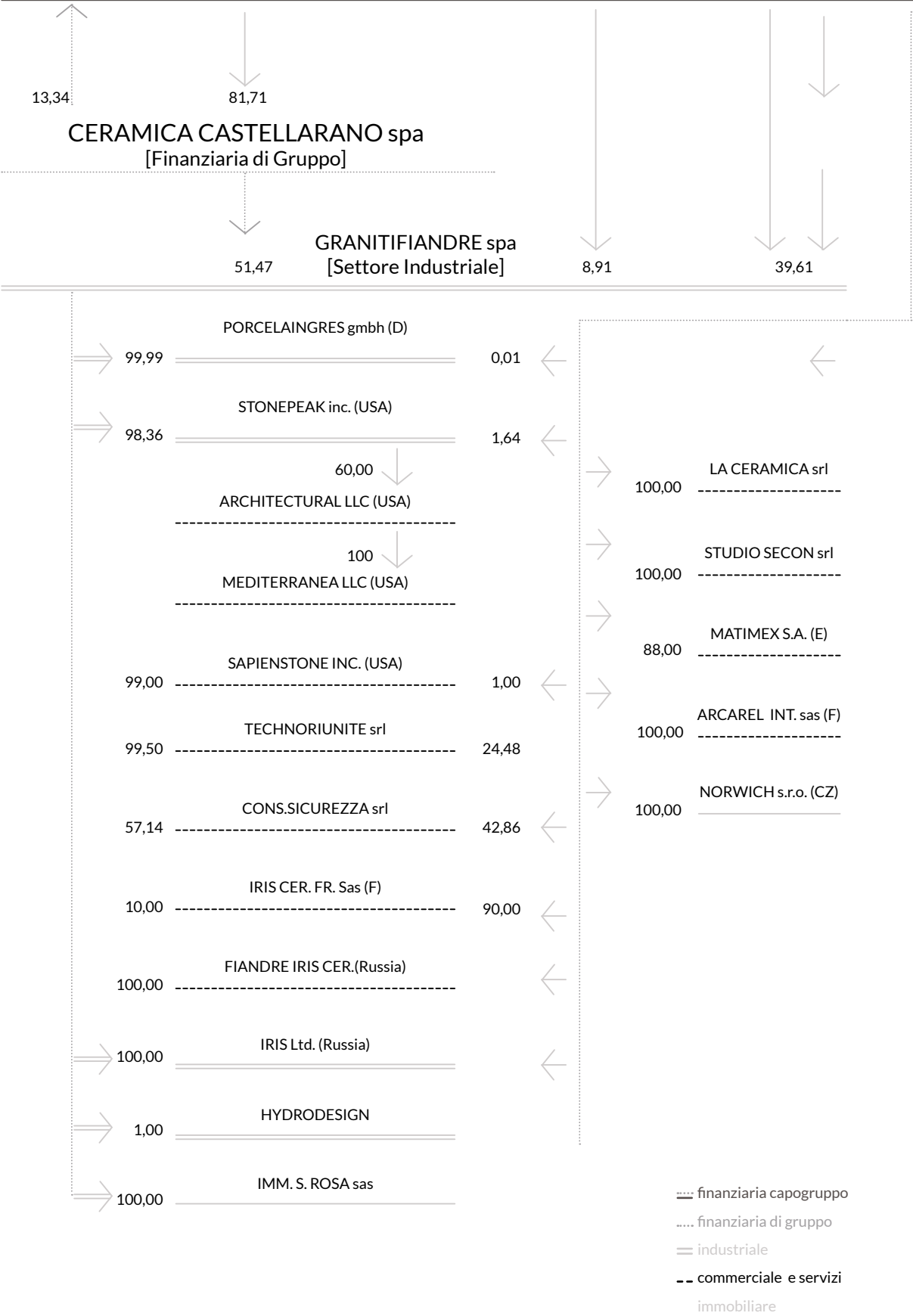
Altre società di servizi CONSORZIO SICUREZZA S.R.L.
La società, con sede a Sassuolo, svolge attività di sicurezza industriale.

STUDIO SECON S.R.L.
La società, con sede a Modena, svolge attività di assistenza fiscale e amministrativa a supporto del Gruppo.

Società immobiliari NORWICH S.R.O.
La società, con sede nella Repubblica Ceca, opera sul mercato immobiliare.

IMMOBILIARE SANTA ROSA S.A.S.
La società, con sede a Modena, opera sul mercato immobiliare.

IRIS CERAMICA GROUP SPA [FINANZIARIA CAPOGRUPPO]



ETICA E INTEGRITÀ

Raggiungere il successo economico tenendo fede ai valori etici e rispettando gli individui, le comunità e l'ambiente: l'impresa socialmente responsabile non nega la massimizzazione del profitto, la riduzione dei costi di produzione e l'espansione nel mercato globale, che ritiene insiti nella logica delle pratiche economiche, ma riesce a raggiungere i suoi scopi puntando al contempo al soddisfacimento del bene comune, inteso come benessere della comunità dove l'azienda opera e delle persone in generale.

Crediamo in un'impresa in cui parte del profitto sia utilizzato per iniziative in grado di migliorare la condizione della vita umana: ambiente, salute, recupero del patrimonio architettonico e dei beni culturali. Le condizioni dei lavoratori possono migliorare, sia con la valorizzazione del loro lavoro, sia rendendoli partecipi e protagonisti del processo di produzione, ma anche mediante il reinvestimento dei profitti per il benessere e la formazione loro e della comunità in cui vivono. L'azienda non può più essere solo il mezzo per ottenere

il profitto degli azionisti, ma attraverso di essa, tutti gli stakeholders devono poter raggiungere i propri scopi e arricchire sé stessi.

Per Iris Ceramica Group approcciare il Bilancio di Sostenibilità significa ribadire il proprio legame di reciproca dipendenza tra società civile ed impresa. Le scelte di business e le azioni sociali devono necessariamente seguire il principio del **valore condiviso**.

L'approccio del Gruppo trova fondamenta in una logica multi-stakeholder engagement; noi crediamo che porre in essere comportamenti etici verso i portatori di interesse, favorisca un miglioramento della performance aziendale; l'alta soddisfazione degli stakeholders permette all'azienda di conseguire vantaggi competitivi e quindi aumentare il profitto.

Adottiamo comportamenti eticamente corretti, perché funzionali agli obiettivi dell'Azienda e perché crediamo sia moralmente giusto farlo. Inoltre **crediamo che nel mondo ci sia parimenti bisogno di verità, di eticità e di bellezza**.

LA GOVERNANCE

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione della società è attualmente composto da 4 persone:



Minozzi dott. Romano
Presidente
e Consigliere Delegato



Minozzi dott.ssa Federica
Vice Presidente
e Consigliere Delegato



Mascaretti rag. Sergio Stefano
Consigliere Delegato



Tabellini dott. Mauro
Consigliere Delegato

Collegio Sindacale

Attualmente composto da 4 persone:



Guidi dott. Gian Carlo
Presidente



Fioroni dott. Massimo
Sindaco effettivo



Parisi dott.ssa Rosa Carla
Sindaco effettivo



Maggioni rag. Dario.
Revisore legale dei conti

STRATEGIA E APPROCCIO PRECAUZIONALE

Soddisfare i bisogni del consumatore d’oggi è un compito decisamente più impegnativo rispetto al passato. Il maggior grado di consapevolezza, informazione e interesse verso i temi dell’innovazione, della sostenibilità, e del costo, guidano le sue scelte d’acquisto; questi fattori, uniti alla richiesta di continuo incremento del livello di personalizzazione degli articoli, ci spingono a focalizzarci sempre più nella realizzazione di prodotti originali e all’avanguardia. L’adozione di questa linea di condotta si rivela fondamentale per la conquista e il consolidamento di un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti, condizione necessaria per la sopravvivenza. Ora noi riteniamo che un’organizzazione che punta alla Qualità debba conoscere e praticare i principi del risk management per anticipare le problematiche che potrebbero insorgere all’interno del sistema produttivo/distributivo e per prevedere eventuali criticità derivanti a un non corretto utilizzo dei prodotti. Gestire i rischi significa stimare la probabilità che si verifichi un problema e cercare di prevederne la gravità per porvi un rimedio preventivo o gestirlo al meglio. Avviare un processo di gestione del rischio, inoltre, ci aiuta a fare analisi approfondite in merito ai rischi/benefici di un prodotto. Non ci limitiamo a gestire i rischi solo all’atto della progettazione di nuovi articoli: il nostro processo di gestione dei rischi prevede che vengano aggiornate le analisi ogni volta in cui si verificano cambiamenti significativi nel prodotto, nel servizio, nel sistema, o nei processi che li regolano. Anche il feedback dei clienti che hanno utilizzato un prodotto o che si sono avvalsi di un servizio entra a pieno diritto nel nostro processo di gestione dei rischi. La nostra procedura prevede infatti un’integrazione tra i principi di gestione del rischio e lo sviluppo del Sistema di Gestione della Qualità.

FASI DEL PROCESSO	SOTTOFASI
Pianificazione prodotto	Identificazione opportunità Allocazione risorse e previsione timing Definizione obiettivi
Sviluppo Concept	Individuazione bisogni dei consumatori Definizione delle specifiche iniziali di prodotto Creazione del concept Test del concept Definizione specifiche finali di prodotto
Progettazione	Definizione architettura di prodotto Progettazione preliminare Definizione finale del prodotto Definizione processo di produzione
Prototipazione	Pianificazione e realizzazione prototipi Test, valutazione e correzione dei prototipi Avvio produzione

La collaborazione gli uffici Marketing, Sales, R&D, con i reparti produttivi rappresenta una relazione dalle forti potenzialità. Questo scenario è supportato da un’ottica innovativa di digitalizzazione del processo produttivo, basato su interazione continua, condivisione delle informazioni e struttura puntuale del work flow al fine di renderlo il più efficiente possibile: tecnologie innovative e un approccio strategico consentono di gestire l’intero processo in maniera smart ed efficiente. Gli stakeholders accedono in maniera selettiva, ma celere, ad alcune informazioni chiave legate al processo, relative ad esempio all’avanzamento delle attività, ai costi sostenuti, alle previsioni di chiusura.

Queste condizioni sono in grado di creare un ambiente di sviluppo collaborativo anche quando abbiamo processi che coinvolgono dipartimenti eterogenei.

I vantaggi che si possono ottenere da questa gestione del processo sono:

1.Standardizzazione, cioè mappatura del processo consentendo di ridurre gli spazi di aleatorietà, assicurando che tutte le best practices siano seguite e rendendo il workflow stesso un patrimonio aziendale.	di completamento, rende possibile l’identificazione di correlazioni sofisticate, traducibili in KPI (Key Performance Indicator) utili all’ottimizzazione del processo stesso e, soprattutto, in corrette decisioni di business. L’ampia gamma e la elevata numerosità di dati che la gestione di questo processo mette a disposizione, rappresenta un’opportunità di analisi e di studio dei processi in atto.
2.Accelerazione del Time To Market, elemento che oggi in un contesto evoluto e fortemente competitivo costituisce il principale beneficio richiesto. Accelerare lo sviluppo di nuovi prodotti migliora il margine competitivo, ottimizza la produttività e consente di gestire costi e rischi.	4.Automatizzazione. E’ una scelta che porta spesso benefici tangibili effettivi: minor numero di errori, diminuzione di attività-utente e di conseguenza, una minore resistenza al cambiamento degli attori coinvolti.
3.Digitalizzazione, aprendo alla possibilità di tracciare le informazioni, l’analisi di percorsi, frequenze e tempi	





IL PERSONALE

Il successo di un’azienda dipende dalla sua Reputazione, ovvero dalla percezione che le persone hanno dei prodotti e dei valori del Brand; ma una ottima reputazione non si costruisce di solo prodotto e pubblicità, quanto con il positivo riscontro di tutti coloro che hanno avuto un’esperienza diretta con l’Azienda e possono testimoniare la coerenza e la qualità. Questa convinta strategia di fare impresa legata alle relazioni, coinvolge tutti gli stakeholders ed in primis i dipendenti. Le politiche di gestione del personale di Iris Ceramica Group sono storicamente improntate a valorizzare il legame con i suoi dipendenti, sia nell’ambito di politiche retributive collettive e individuali che la pongono ai più alti livelli di attrattività nel comprensorio ceramico, sia attraverso la valorizzazione delle professionalità e dei talenti che trovano, nel rinnovamento tecnologico e organizzativo, l’opportunità di mettersi in luce e vivere spazi di crescita. Le relazioni sindacali sono da sempre improntate al dialogo, alla trasparenza e al confronto costruttivo, pur nel rispetto dei ruoli e delle peculiari finalità. L’elevata anzianità aziendale e il limitato turn-over che caratterizzano il personale di Iris Ceramica Group sono diretta conseguenza della percezione, da parte dei collaboratori, di un clima caratterizzato da continuità, orientamento al futuro, riconoscibilità dei propri valori e della possibilità di sviluppare autonomia e professionalità. Per Iris Ceramica Group il rispetto dei diritti fondamentali dell’uomo è alla base della piramide valoriale, del modo di operare e fare business, e delle relazioni con i dipendenti, i fornitori e gli altri stakeholders. Tutte le società del Gruppo adottano misure, in alcuni casi anche formali, di contrasto alle pratiche discriminatorie e al lavoro forzato. Negli Stati Uniti, praticamente la totalità della catena di fornitura di Stonepeak Ceramics ha sede in USA o Canada, paesi in cui il presidio dei temi afferenti la sicurezza e i diritti umani è garantito da una severa legislazione vigente. Le numerose società operanti in Europa utilizzano fornitori comunitari che, oltre a rispettare le stringenti normative dell’Unione Europea, ricevono regolari visite di controllo.

2017				
	TOTALE DIPENDENTI DIRETTI	M	F	LAVORATORI TEMPORANEI, IN APPALTO, SOMMINISTRAZIONE
GranitiFiandre spa	908	654	254	42
Studio Secon srl	1	0	1	10
Technoriunite srl	8	5	3	0
Consorzio Sicurezza srl	18	18	0	4
Stonepeak Ceramics ltd	279	186	93	65
Porcelaingres gmbh	222	186	36	10
TOTALE GRUPPO	1436	1049	387	131

2018				
	TOTALE DIPENDENTI DIRETTI	M	F	LAVORATORI TEMPORANEI, IN APPALTO, SOMMINISTRAZIONE
GranitiFiandre spa	879	623	256	65
Studio Secon srl	1	0	1	0
Technoriunite srl	8	5	3	0
Consorzio Sicurezza srl	17	17	0	4
Stonepeak Ceramics ltd	344	251	93	87
Porcelaingres gmbh	228	190	38	21
TOTALE GRUPPO	1477	1086	391	177

2017

	GranitiFiandre Spa				Porcelaingres		Stonepeak		Consorzio Sicurezza		Techno riunite		Studio Secon	
Nuovi assunti														
	Italia		Distaccati		Germania		USA		Italia		Italia		Italia	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
<30	2	11			2	1	55	150				1		1
da 30 a 50 anni	2	13	2	1	2					2				
>50		1		1						1				
Dismessi														
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
<30	1	3					28	81						
da 30 a 50 anni	1	8		1		1				2				
>50		15				1								1

M = Maschi; F = Femmine

Congedi						
	GranitiFiandre		Porcelaingres		Stonepeak	
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine
Totale dei dipendenti aventi diritto al congedo parentale	654	254	23	19	184	93
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	5	6	2	2	3	3
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale	2	4	2	2	3	3
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale e ancora in forza dopo dodici mesi dal periodo di congedo	4	5	2	2	3	3
Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	80%	100%	100%	100%	100%	100%

2018

	GranitiFiandre Spa				Porcelaingres		Stonepeak		Consorzio Sicurezza		Techno riunite		Studio Secon	
Nuovi assunti														
	Italia		Distaccati		Germania		USA		Italia		Italia		Italia	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
<30	4	8					78	170						
da 30 a 50 anni	4	10	1	1		2								
>50	1	1			1					1				
Dismessi														
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
<30	1	4					32	137					1	
da 30 a 50 anni	4	12		1		3				2				
>50	8	32												

M = Maschi; F = Femmine

Congedi						
	GranitiFiandre		Porcelaingres		Stonepeak	
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine
Totale dei dipendenti aventi diritto al congedo parentale	623	256	29	26	234	110
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	12	6	2	2	5	1
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale	11	6	2	2	5	1
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale e ancora in forza dopo dodici mesi dal periodo di congedo	11	6	2	2	5	1
Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	80%	100%	100%	100%	100%	100%



SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Nell'ambito delle politiche aziendali, quelle per la salute e la sicurezza sul lavoro rappresentano elementi fondamentali.

La consapevolezza dell'importanza della tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori ha creato nuove possibilità di sviluppo per il Gruppo che ha individuato nel miglioramento delle proprie prestazioni in materia di SSL, un requisito essenziale per competere sul mercato. L'obiettivo è rendere compatibile lo sviluppo delle proprie attività con la tutela e la prevenzione dei rischi per la salute e sicurezza sul lavoro e per questo la Direzione ha deciso di predisporre e sviluppare in maniera continuativa un Sistema di Gestione SSL conforme ai requisiti della Norma BS OHSAS 18001:2007.

In questo contesto

- a) La Direzione definisce i principi e gli orientamenti dell'organizzazione in materia di Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro, formalizzandoli nel documento di "Politica Aziendale di Gruppo per la Salute, la Sicurezza dei lavoratori, l'ambiente, la qualità e l'energia";

b) Il rappresentante della Direzione è incaricato di progettare e definire il Sistema di Gestione SSL coerente con la Politica e conforme ai requisiti della norma BS OHSAS 18001:2007 e di assicurarsi che le norme siano applicate e
- mantenute attive;

c) I responsabili di funzione sono incaricati di verificare che le loro aree operino in accordo ai contenuti del Manuale e delle procedure di riferimento.

La politica aziendale in materia di salute e sicurezza viene rivista periodicamente affinché sia sempre pertinente ed appropriata alla natura e alla dimensione dei rischi per la salute e sicurezza sul lavoro dei dipendenti.

Il Manuale del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro e le connesse procedure costituiscono il riferimento per il corretto funzionamento del sistema di gestione SSL e l'espressione della politica della salute e della sicurezza sul lavoro così come definita dalla Direzione. Il Manuale si applica a tutte le attività svolte dal Gruppo compreso il processo di progettazione e direzioni cantieri.



Per attuare la politica SSL le varie realtà aziendali hanno redatto una serie di documenti nei quali sono descritte le attività che hanno influenza sulle prestazioni aziendali in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

L'adozione e l'implementazione di un Sistema di Gestione SSL impegna il Gruppo al continuo miglioramento delle proprie prestazioni in materia attraverso:

- l'identificazione di tutti i pericoli relativi a processi, attività operative ed organizzative, sostanze e preparati pericolosi utilizzati;
- la definizione della propria Politica SSL e di obiettivi e traguardi ad essa congruenti;
- l'elaborazione di programmi per il raggiungimento di tali obiettivi e le modalità più opportune per la loro gestione;
- la valutazione, per tutti i lavoratori ed i soggetti potenzialmente esposti (lavoratori autonomi, dipendenti di soggetti terzi e visitatori occasionali), dei rischi associati a tali pericoli;
- l'identificazione delle prescrizioni legali e dei regolamenti applicabili alla realtà aziendale;
- l'attuazione di adeguate attività di monitoraggio, verifica ed ispezione per valutare sistematicamente il Sistema di Gestione SSL e le prestazioni aziendali in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- il periodico riesame e il miglioramento continuo del sistema;
- la predisposizione di appropriati canali di comunicazione sia interni che esterni.



È obiettivo del Gruppo diffondere i principi generali di funzionamento del Sistema di Gestione SSL tramite:

- la diffusione della Politica SSL ad ogni livello dell'Organizzazione e alle parti interessate;
- la definizione di obiettivi e traguardi documentati attraverso piani e programmi di gestione SSL nei quali vengono definiti tempi, mezzi e risorse necessari al loro raggiungimento;
- la definizione delle responsabilità e della struttura del Sistema di Gestione SSL;
- la formazione e la sensibilizzazione del personale che ha compiti che possono influire sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro;
- l'attivazione di adeguati canali di comunicazione interna, fra i differenti livelli e funzioni dell'Organizzazione, e di comunicazione esterna;
- il controllo operativo dei processi e delle attività associate ai rischi per la Salute e la Sicurezza dei lavoratori;
- la preparazione e la risposta alle emergenze, attraverso la definizione di procedure per prevenire e attenuare l'impatto conseguente a potenziali incidenti e situazioni di emergenza;
- la sorveglianza e la misurazione sistematica delle principali caratteristiche delle attività e delle operazioni che possono avere un impatto sulla Salute e Sicurezza dei lavoratori, registrando le informazioni che consentono di seguire l'andamento del controllo operativo e delle prestazioni;
- la valutazione periodica della conformità a leggi e a regolamenti applicabili;
- l'analisi degli incidenti e dei quasi incidenti allo scopo di prevenirne le cause;
- l'effettuazione degli audit del Sistema di Gestione SSL che garantiscono l'applicazione dello stesso.

INDIVIDUAZIONE DEI PERICOLI E VALUTAZIONE DEI RISCHI

Esiste all'interno dell'Organizzazione un documento che definisce la procedura, i criteri e le modalità di identificazione dei pericoli e di valutazione e controllo dei rischi per la sicurezza e la salute in ambiente di lavoro, in conformità a quanto previsto dalla vigente normativa in materia di sicurezza ed igiene del lavoro. Tale procedura si applica a tutti i settori di attività dell'Azienda, ed in generale in tutti i luoghi di lavoro dove prestano attività i dipendenti.



Individuazione e designazione delle figure coinvolte nella gestione della sicurezza e della salute

È disponibile un documento che ha lo scopo di definire i criteri e le modalità per l'identificazione e la nomina delle figure che ricoprono posizioni di garanzia in materia di sicurezza e igiene del lavoro, nonché la conseguente comunicazione alle parti interessate delle responsabilità ad essi attribuite, in conformità a quanto previsto dalla vigente normativa.

Gestione degli incidenti e degli infortuni

Iris Ceramica Group ha individuato una procedura che ha lo scopo di:

- identificare, valutare e registrare gli eventi incidentali, potenziali e reali, con conseguenze su persone, cose ed ambiente.
- definire le modalità e le responsabilità di gestione degli incidenti, dei quasi incidenti e degli infortuni.
- definire le eventuali azioni di miglioramento da intraprendere al fine di ridurre la probabilità d'accadimento o la gravità delle conseguenze degli incidenti, dei quasi incidenti e degli infortuni.

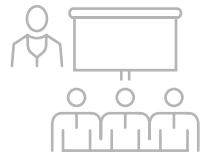
SERVIZI DI MEDICINA SUL LUOGO DI LAVORO

Il Gruppo promuove il servizio di medicina sul luogo di lavoro e definisce le modalità di gestione dei rapporti tra il medico competente e il personale aziendale in modo da garantire una idonea sorveglianza sanitaria sui lavoratori, a livello preventivo.



PARTECIPAZIONE, CONSULTAZIONE E COMUNICAZIONE AI LAVORATORI SU SICUREZZA, SALUTE E GESTIONE AMBIENTALE

Attraverso specifici documenti il Gruppo descrive le modalità per ricevere, registrare e rispondere ai rilievi sia interni che esterni all'azienda, riguardanti la propria gestione ambientale, energetica, della salute e della sicurezza dei lavoratori, e divulgare alle parti interessate le informazioni rilevanti sull'impatto ambientale e sull'efficienza energetica, nonché le informazioni circa i pericoli e i rischi per la salute e la sicurezza derivanti dall'attività, dalle strutture e dagli impianti.



Scopo di questa documentazione è anche definire le modalità di partecipazione e di consultazione dei lavoratori e loro rappresentanti circa le tematiche che riguardano la salute e la sicurezza del lavoro e i temi del risparmio energetico.

La comunicazione verso i lavoratori avviene secondo quanto prescritto all'interno dei seguenti documenti:

UNI EN ISO 9001 par. 7.4 “Comunicazione”

UNI EN ISO 14001 par. 7.4 “Comunicazione”.

BS OHSAS 18001 par. 4.4.3 “Comunicazione, partecipazione e consultazione”.

UNI EN ISO 50001- par. 4.5.3 “Comunicazione”.

FORMAZIONE INTERNA

Gli scenari di mercato vedono il nostro Gruppo impegnato in sfide commerciali e tecnologiche che richiedono continuo aggiornamento delle competenze ed una gestione della formazione del personale allineata con gli obiettivi di business e la visione strategica di Gruppo.

In questo quadro, la formazione professionale, manageriale e tecnica costituisce e costituirà sempre di più una leva fondamentale per la valorizzazione delle risorse umane, per garantire un costante allineamento delle competenze ai contesti che i mercati internazionali ci impongono e per garantirci un incremento incessante della qualità produttiva.

Le attività formative delle varie aziende del Gruppo risultano eterogenee in relazione alle specifiche attività svolte dalla popolazione target. I principali corsi al momento possono essere comunque classificati nelle aree descritte di seguito:

- qualità: interventi formativi volti a offrire al personale le competenze necessarie a raggiungere, mantenere e migliorare gli standard di qualità definiti a livello di Gruppo;
- salute e sicurezza: interventi formativi volti ad ottimizzare il sistema di gestione della sicurezza sul luogo di lavoro ed in particolare a garantire la predisposizione di tutte le misure necessarie per proteggere la salute e la sicurezza di ciascun lavoratore qualsiasi attività esso eserciti all'interno dell'azienda;
- tecnico - professionale: include gli interventi formativi volti all'acquisizione e all'aggiornamento di competenze tecniche, professionali e/o di cultura generale.

Ore di formazione

2017		2018	
TOTALE GRUPPO		TOTALE GRUPPO	
ore di formazione		ore di formazione	
Manager	322	Manager	325
Altre figure	5.673	Altre figure	6.713

MAPPATURA DELLE COMPETENZE

La mappatura delle competenze dei dipendenti richiede la compilazione di questionari sulle professionalità e sulle attitudini lavorative con riferimento al periodo di lavoro in azienda. Si tiene conto inoltre della formazione ricevuta presso precedenti datori di lavoro, dei titoli di studio conseguiti e di eventuali abilitazioni a specifiche mansioni certificate da enti preposti alla formazione. Detta mappatura, che è oggetto di aggiornamento periodico, consente un'immediata individuazione delle figure presenti e di quelle potenzialmente necessarie in un ampio scenario di Gruppo.



RICERCA, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ DEL PRODOTTO

Quasi il 10% del nostro fatturato annuo viene investito in ricerca e sviluppo poiché siamo certi che non ci sia nulla di più importante che “guardare oltre”; l’innovazione non è solo un obiettivo, ma rappresenta il cuore pulsante della nostra strategia aziendale.

Le nostre collezioni sono la massima espressione del know-how aziendale, dove la ricerca di nuove combinazioni di materiali abbraccia la capacità di definire stili e funzionalità innovativi.

Grazie a questo approccio abbiamo sviluppato internamente tecnologie

rivoluzionarie come Active Clean Air & Antibacterial Ceramic™, un ambizioso progetto di ricerca, che ha consentito la realizzazione di superfici ceramiche autopulenti ad azione antibatterica, antinquinante e anti odore. Un eccellente risultato che ogni anno, grazie all’incessante lavoro di un team dedicato e con il supporto dell’Università degli studi di Milano, viene implementato in termini di efficienza e di performance, contribuendo significativamente al miglioramento della qualità della vita dell’uomo.



DESIGN YOUR SLABS

Il più versatile e completo servizio di decorazione, on demand per lastre ceramiche di grandi dimensioni. Assecondando le sempre più crescenti necessità di personalizzazione e l'esigenza di prodotti unici, abbiamo lanciato DESIGN YOUR SLABS, un nuovo sistema di imprinting ad altissima definizione che sfrutta tutto il potenziale delle tecnologie digitali di ultima generazione e consente la customizzazione on demand dei rivestimenti ceramici. Effetti optical, pop art, pattern geometrici, inserimento di metalli preziosi come oro, argento o platino: ogni dettaglio trova massima definizione sulle superfici, dando vita a rivestimenti unici, frutto dell'idea personale del committente. Una tecnologia inedita che cambia il modo di vestire gli spazi aprendo nuove strade all'interior design ed all'architettura dei grandi spazi contemporanei, con la garanzia di ottenere sempre i massimi risultati dal punto di vista estetico e tecnico. Questi prodotti possono essere utilizzati sia negli spazi interni, per dare colore, carattere e personalità agli ambienti residenziali e commerciali e nei luoghi dedicati all'ospitalità e all'intrattenimento che nelle aree caratterizzate da alta umidità quali spa, e centri wellness od anche in outdoor, con la realizzazione di suggestive facciate dall'impatto decorativo sorprendente e durevole nel tempo.

ACTIVE: IL MATERIALE ECOATTIVO PER INTERNI ED ESTERNI

Active Clean Air & Antibacterial Ceramic™ è una tecnologia brevettata che consente ai nostri materiali di acquisire tutte le proprietà dei materiali fotocatalitici, grazie all'applicazione di biossido di titanio:

- **Efficacia Autopulente:** la sporcizia non aderisce grazie alle proprietà idrofile della superficie fotocatalitica, per cui la pulizia risulta più facile senza detergenti aggressivi, con solo acqua o saponi neutri. In particolare all'aperto, l'effetto combinato della luce solare con la pioggia è in grado di pulire le superfici mantenendo inalterati i colori originali e riducendo la necessità di manutenzione.
- **Efficacia Anti-inquinamento:** grazie al processo fotocatalitico, le sostanze inquinanti volatili, in presenza di luce o umidità naturale o artificiale sono degradate e rese innocue. L'effetto anti-inquinamento è stato dimostrato da test specifici eseguiti nei laboratori accademici del Dipartimento di Chimica dell'Università di Milano.
- **Efficacia Antibatterica:** siamo costantemente in contatto con batteri, alcuni dei quali sono molto pericolosi per la nostra salute. ACTIVE è efficace al 99,99% su tutti i batteri, dai più comuni come *Escherichia Coli* ai più pericolosi come *Staphylococcus Aureus* Methicillin-resistant (MRSA – antibiotico resistente).
- **Efficacia Anti-odore:** anche le molecole organiche odorigene sono degradate e il loro effetto eliminato grazie alle proprietà fotocatalitiche delle superfici ecoattive.

IL NUOVO ACTIVE 2.0

Oltre alle proprietà e alle caratteristiche già elencate, da ottobre 2017 è entrato in produzione il nuovo ACTIVE 2.0. Questo materiale è caratterizzato da nuove proprietà date da un TiO_2 (biossido di titanio) drogato con argento (preparazione brevettata), che garantisce prestazioni molto più elevate, garantendo:

- L'attività antibatterica anche al buio.
- Il miglioramento di tutte le proprietà fotocatalitiche dall'auto-pulizia (self-cleaning), all'anti-odore, all'anti-inquinamento con una maggiore efficienza che si traduce in un tempo più breve per purificare l'aria all'interno di un ambiente confinato.
- L'efficacia delle proprietà fotocatalitiche citate, non solo con luce solare o lampade UV, ma anche, **unico materiale industriale al mondo**, con luci LED.



LE CERTIFICAZIONI

In questi ultimi anni sono sempre di più i progettisti che per le loro opere richiedono protocolli di costruzione eco sostenibili. Inoltre ormai tutti gli appalti pubblici hanno recepito la normativa CAM (criteri ambientali minimi) che determina la scelta dei fornitori sulla base della loro affidabilità ed efficienza rispetto a parametri di salvaguardia ambientale. Di conseguenza l'attenzione di architetti e designer va nella direzione di ricerca nei materiali e

tecnologie costruttive a basso impatto ambientale. Questi cambiamenti del settore edilizio fanno seguito a scelte strategiche di forte spessore e tipo già intraprese dal Gruppo con prodotti che possiedono tutta una serie di importanti certificazioni sia di sistema che di prodotto, e che si basano su protocolli internazionali di sostenibilità, che di seguito elenchiamo.

CERTIFICAZIONI DI SISTEMA



Certificazione ISO 50001. Sistema di Gestione dell'Energia: standard internazionale che permette, attraverso l'implementazione di un sistema di gestione dell'energia, il miglioramento continuo della propria prestazione energetica, permettendo così una riduzione dell'emissione dei gas serra oltre che dei costi energetici correlati.



Certificazione ISO 9001. Sistema di Qualità aziendale. La certificazione, valida a livello internazionale, riguarda l'intera Organizzazione aziendale, dalla ricerca e sviluppo, alla produzione, dalla distribuzione all'assistenza al cliente.



Certificazione ISO 14001. Sistema di Gestione Ambientale, che attesta la validità delle misure adottate dall'azienda per salvaguardare l'ambiente interno ed esterno. Con questa certificazione confermiamo il nostro impegno nell'assicurare il rispetto della normativa ambientale, e nel gestire, preservare e, ove possibile, ridurre l'utilizzo di risorse naturali.



Il sistema comunitario di eco gestione e audit (**EMAS = Eco-Management and Audit Scheme**) è uno strumento a cui possono aderire volontariamente le imprese e le organizzazioni. La nostra azienda ha deciso di aderire ad EMAS per perseguire e rendere evidente un miglioramento costante delle proprie prestazioni ambientali, rese disponibili al pubblico attraverso la dichiarazione ambientale.



Certificazione OHSAS 18001. Acronimo di Occupational Health and Safety Assessment Series. Si tratta di uno standard internazionale mirato alla valutazione e prevenzione dei rischi attraverso un sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori, che garantisce un miglioramento continuo oltre al rispetto degli adempimenti legislativi.

CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO



View certified
our products on
<https://spot.ul.com/>



Certificazione GREENGUARD: assicura che i prodotti destinati all'uso in ambienti interni siano caratterizzati dalla assenza di emissioni nocive, contribuendo così alla creazione di ambienti più salutarì. GREENGUARD Gold Certification prende in considerazione fattori di sicurezza che tengono conto di soggetti sensibili (come i bambini e gli anziani) e assicura che l'impiego di un prodotto sia accettabile in ambienti come scuole e strutture sanitarie. Tale certificazione è ampiamente riconosciuta e accettata dai programmi di edilizia sostenibile e dai regolamenti edilizi in tutto il mondo. Negli Stati Uniti, essa viene presa come riferimento dei sistemi di valutazione degli edifici CHPS (The Collaborative for High Performance Schools) e LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).



See official listing
www.environdec.com

EPD (Environmental Product Declaration): dichiarazione ambientale di prodotto di tipo III effettuata su base volontaria, che si basa sull'analisi del ciclo di vita del prodotto (secondo l'approccio "dalla culla al cancello"), in accordo alla norma EN 15804. La presente dichiarazione viene redatta facendo riferimento alle linee guida delle norme UNI EN ISO 14040 e alle regole specifiche per la categoria di prodotto PCR (Product Category Rules). Tale documento descrive gli impatti ambientali legati alla produzione di una specifica quantità di prodotto nelle diverse fasi, dall'estrazione delle materie prime, al trasporto, fino alla fase produttiva vera e propria. **Il nostro Gruppo è stato il primo a certificare i propri prodotti in 6 mm e 10 mm (si veda in proposito www.environdec.com) con una EPD specifica di prodotto, convalidata da un Ente terzo indipendente.**

Certificazione LEED: già diffusa ed attiva in oltre 40 Paesi, il sistema di certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) valuta ed attesta la sostenibilità ambientale, sociale ed economica degli edifici considerati nel loro complesso. Secondo i criteri di classificazione LEED, i materiali da costruzione con elevata ecosostenibilità contribuiscono all'ottenimento dei crediti elevando il punteggio dell'edificio. Tutte le lastre presentate in questo protocollo contengono una percentuale di materiale riciclato superiore al 40% in accordo alla norma ISO 14021, garantendo quindi i più alti punteggi secondo il sistema LEED.



See Official Listing
(www.nsf.org)
To identify which
models are
NSF Certified

La certificazione NSF/ANSI 51 - 2014 - Food Equipment Materials (Materiali per Attrezzature Alimentari): è stata sviluppata principalmente per le applicazioni commerciali quindi anche bar, ristoranti, cucine di hotel, mense, ecc. Le lastre ceramiche trovano applicazione nelle zone potenzialmente soggette a spruzzi o particelle di cibo (ad esempio alzatine, pareti, tavoli dove i clienti consumano cibi o bevande). Tale certificazione garantisce i più elevati standard di qualità e sicurezza per i consumatori.



放射性水平A类
See official listing

Certificazione CCC: La certificazione CCC - China Compulsory Certification - è stata da noi implementata per le esportazioni in Cina per l'applicazione ed utilizzo del marchio CCC. Tale certificazione prevede una verifica da parte di Ente Terzo Accreditato dei requisiti di conformità stabiliti dal regolamento CCCGB6566-2010 e successivi aggiornamenti, riguardanti in generale la salute e la sicurezza.

ATTENZIONE AL DESIGN

Da sempre siamo attenti a tutto ciò che riguarda l'innovazione nel mondo dell'architettura e del design contemporaneo; nei nostri showroom organizziamo molteplici attività in cui architetti, progettisti, interior designer e appassionati si incontrano per scambiarsi testimonianze utili e interessanti per arricchire il proprio bagaglio culturale e professionale.

DIESEL LIVING WITH IRIS CERAMICA COLLECTION

Il rock, il denim, lo stile post industriale e il military vanno ad influenzare le superfici

Una casa oltre che sulle fondamenta si appoggia anche sul pavimento. Quando entri in un luogo, l'occhio viene subito attratto dalle caratteristiche del pavimento, dal materiale utilizzato e dal suo colore. Per questo, scegliere ed inserire dei pavimenti nelle collezioni del concept Diesel Living era fondamentale.

L'obiettivo della transizione tra due forme di design apparentemente non correlate (tessile e ceramica tecnica), era la creazione di un'atmosfera per la casa che scorresse naturalmente da un umore all'altro. Il risultato finale, garantito dal lavoro in team tra l'ufficio stile Diesel e i laboratori di ricerca di Iris Ceramica Group, è un prodotto ceramico totalmente diverso da quello già presente sul mercato delle superfici da rivestimento, con nuove trasposizioni delle trame dei tessuti in moderne superfici sperimentali per la casa. Nelle collezioni **Diesel Living with Iris Ceramica**, pavimenti e rivestimenti coprono spazi ispirati direttamente allo stile metropolitano industriale e urbano; influenze inaspettate ed ironiche modellano un mondo in cui stili classici e sperimentali si uniscono per creare qualcosa di completamente nuovo. Potenza materica che racconta di archeologia industriale. Colori, forme e venature ispirate alle superfici e alle atmosfere di lune e pianeti per ricreare la meraviglia cosmica vissuta dagli astronauti del passato e del futuro.

ATTENZIONE AGLI STAKEHOLDER

Il successo di un'impresa oggi si basa sul profitto economico e sul successo sociale. Per questo l'individuazione degli stakeholders, e fra questi i professionisti del costruire, nostri interlocutori privilegiati, l'ascolto delle loro esigenze, delle loro aspettative e dei loro obiettivi è fondamentale al fine di elaborare decisioni e realizzare azioni concrete che mirino alla loro soddisfazione.

Per engagement degli stakeholders noi intendiamo una strategia attiva e partecipativa che coinvolge i portatori di interesse direttamente nel primo momento in cui sono esposti ad un nostro messaggio e poi a seguire, attraverso diversi punti di contatto e canali, basati anche su tecnologie di accesso differenti e con diverso livello di interazione.

Noi operiamo in un settore che conserva un potenziale strategico unico, che è caratterizzato da un'accesa competitività sui prezzi e in cui le aziende sviluppano una concorrenza sempre crescente, in cui viene richiesto di migliorare costantemente le proprie prestazioni.

Rispondere alle attese dei portatori di interesse in maniera coerente e consapevole, vuol dire porsi nell'ottica di partecipare attivamente alla comunità nella quale si è radicati. Attraverso il coinvolgimento di persone e organizzazioni con background diversi, la reputazione che abbiamo costruito, protetto e che vogliamo ultimamente sviluppare, è una sorta di capitale sociale, un portafogli di relazioni tra individui ispirate a fiducia, rispetto e valori condivisi.

La nostra esperienza nei rapporti con gli stakeholders comprende l'organizzazione di eventi, seminari, workshop sull'architettura e l'interior design, oltre a programmi di comunicazione e coinvolgimento di altri pubblici di riferimento come i cittadini, le scuole, le associazioni e le comunità.

Di seguito riportiamo alcune **tra le più importanti iniziative del 2018** per la nostra **clientela** e per i nostri **influencers** che abbiamo organizzato o per le quali siamo stati partner, partecipando con nostri interventi diretti.

Negli ultimi anni le fiere hanno perso molto del loro appeal per le grandi aziende in quanto ritenute superate dalla possibilità di mostrare i propri prodotti sul web e sui social media.

Tuttavia non ne va sottovalutato l'effetto e, ancora oggi, possono essere un potente strumento di marketing; un'azienda non può mai essere un'isola: non serve a niente separarsi dal mondo in cui operiamo, il contatto continuo con i propri stakeholders costituisce un modo per ottenere informazioni e vantaggi. È una questione di crescita e di conoscenza, che permette di aggiornarsi sui trend del momento, comprendere verso quale direzione sta virando il mercato, rendersi consapevoli dei punti di forza o debolezza rispetto alla concorrenza.

Bisogna però che l'intera partecipazione sia curata nel dettaglio prima, durante e dopo la fiera, partendo da un'oculata scelta del target di riferimento; ecco perché Iris Ceramica Group ha puntato su una mirata pianificazione che la ha vista partecipare, attraverso le proprie articolazioni, a numerose esposizioni tra cui possiamo citare, il Salone del Mobile di Milano, il Cersaie di Bologna, il Coverings negli USA, il Batimat a Mosca, il Surface Design Show a Londra o i vari Architect@work in Europa.

Collaborazioni

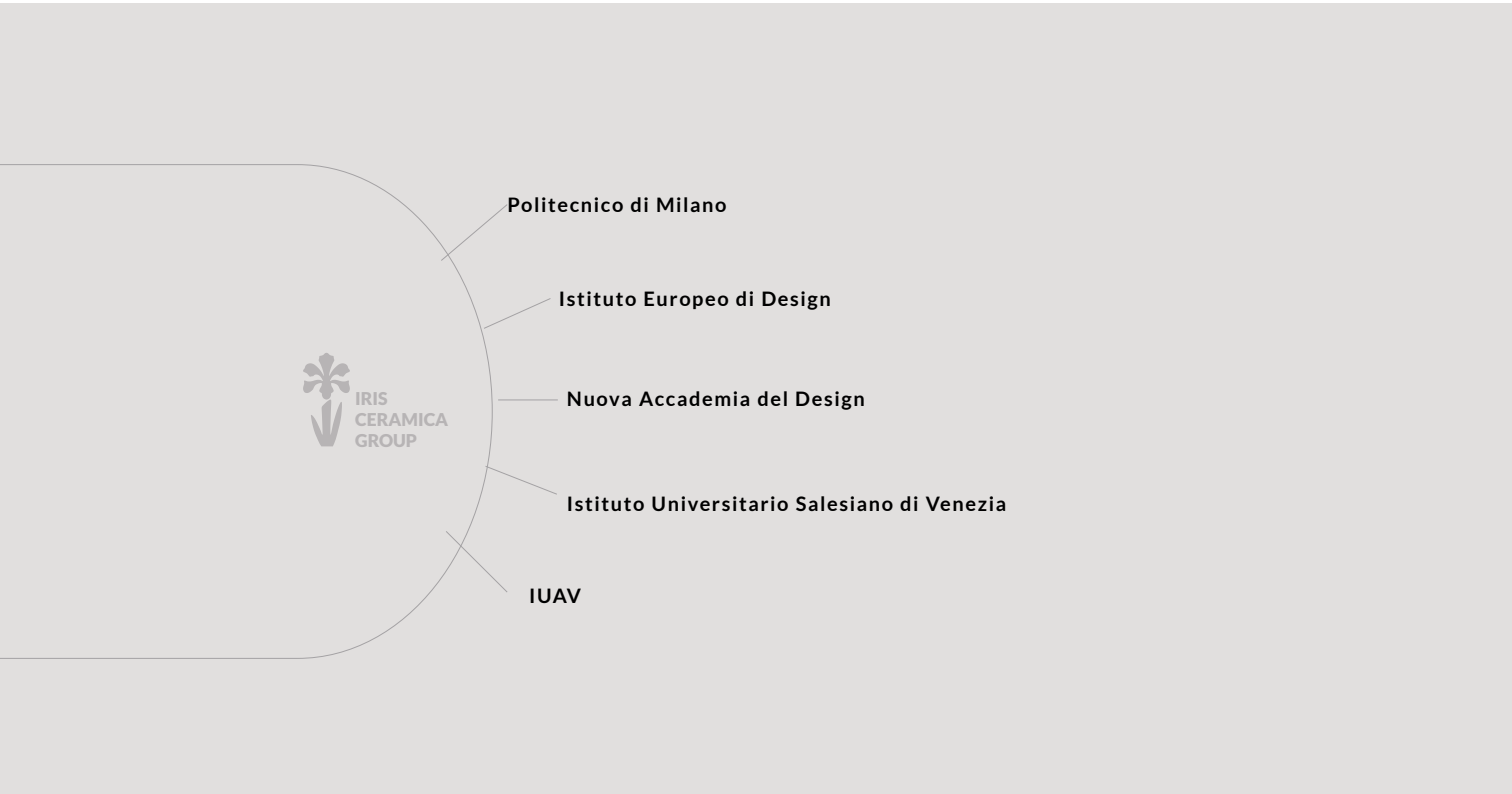
Molte sono le collaborazioni e le partnership che abbiamo intrapreso con le più importanti **università** come lo IUAV di Venezia, il Politecnico di Milano, l'Istituto Europeo di Design, la Nuova Accademia del Design e l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia. Promuoviamo **contest internazionali** che indagano la relazione tra l'uomo, l'architettura e la terra, per stimolare i giovani professionisti verso tecnologie per costruire responsabile, a tutela del nostro presente e del nostro futuro. In quest'ottica, alla XVI **Biennale di Architettura di Venezia** siamo stati main sponsor del Padiglione Italia, curato dall'architetto Mario Cucinella con il progetto **Arcipelago Italia**.

LOCATION/AREA DI INTERESSE					
FIERE 2018	TOTALE	ITALIA	EUROPA	USA	RESTO DEL MONDO
Partecipazioni	112	16	50	36	10

EVENTI	TOTALE	ITALIA	INTERNAZIONALE
2018			
Sponsorizzazione Eventi culturali e professionali	10	10	\
Organizzazione seminari e work shop	15	8	7
Organizzazione concorsi d'architettura e design	3	1	2

Budget Comunicazione 2018	TOTALE
Fiere	€ 5.821.487
Meeting ed eventi	€ 3.065.407
Show rooms	€ 2.093.750
TOTALE BUDGET 2018	€ 10.980.644

Totale investimenti del Gruppo per stakeholders	
2017	€ 9.867.000,00
2018	€ 10.762.000,00





TERRA, ACQUA, FUOCO

UNA GESTIONE RESPONSABILE DEL PROCESSO PRODUTTIVO

1. Sostenibilità dei processi e dei prodotti

Iris Ceramica Group produce 30 milioni di metri quadri all'anno di superfici ceramiche con la consapevolezza di avere un'enorme responsabilità verso il pianeta, l'ambiente e le persone. Il Gruppo è impegnato sul fronte della sostenibilità dei suoi prodotti, e sui processi tramite i quali vengono realizzati, ponendo una grande attenzione al tema ambientale. Ciò si concretizza attraverso una cura e un'attenzione particolare alla catena di fornitura che il gruppo monitora costantemente affinché nei processi di approvvigionamento non si prenda solo in considerazione l'aspetto di convenienza economica, ma si valutino, sempre più, anche aspetti che riguardano la sostenibilità dei fornitori in ambito ambientale e sociale, prediligendo local suppliers, dove per local intendiamo fornitori Italiani per l'Italia, tedeschi per la Germania e americani per gli USA. I fornitori vengono qualificati dall'Ufficio Acquisti, in accordo con la funzione Controllo Qualità, secondo i criteri dettati dalla certificazione ISO-9001, ed a seguito della compilazione di un questionario redatto internamente.

2. Caratteristiche specifiche di settore per la supply chain

Le materie prime svolgono un ruolo fondamentale per la realizzazione dei prodotti e provengono direttamente dall'estrazione in natura (sabbie, argille, feldspati) o dalle industrie chimiche (coloranti, smalti e additivi) e presentano un impatto ambientale considerevole in tutte le fasi del loro utilizzo. La qualità del prodotto finale dipende in grande parte dalla qualità delle materie prime utilizzate.

Affinché rispettino i criteri della certificazione ISO-9001, i materiali usati, devono subire dei controlli fisici e chimici in tutte le fasi di processo. Inoltre va considerato che anche il trasporto delle materie prime determina un notevole impatto ambientale poiché effettuato prevalentemente via gomma e via mare. In tutta la catena di fornitura il tema dei trasporti è quindi sempre presente poiché genera un impatto ambientale più significativo.

3. Attività relative alla supply chain

L'organizzazione degli approvvigionamenti per quanto concerne Iris Ceramica Group è strutturata come segue.

È presente un Ufficio Acquisti centrale con sede a Castellarano (Reggio Emilia, Italia) che si occupa della individuazione dei fornitori e delle trattative per le forniture di maggiore importanza a livello di Gruppo (Italia, Germania, USA). Per le realtà di Germania e USA, gli acquisti per il normale funzionamento delle fabbriche, ad eccezione delle materie prime che sono sempre trattate a livello centrale, vengono effettuati localmente.

L'interfaccia interna operativa per le materie prime è costituita dai responsabili tecnici dei laboratori chimici che testano i materiali ed eseguono i regolari controlli in produzione.

L'interfaccia interna operativa per gli impianti è costituita dai responsabili tecnici dell'impiantistica, mentre per gli altri approvvigionamenti di produzione, l'interfaccia interna è costituita dai direttori di stabilimento e dai responsabili di reparto o di magazzino.



L'interfaccia interna operativa per le spese di tipo commerciale è costituita dai responsabili marketing delle divisioni commerciali interessate.

Per quanto riguarda invece gli approvvigionamenti di **energia**, voce estremamente importante nel conto economico dell'industria ceramica, i contratti sono elaborati da una specifica figura, quella dell'Energy Manager che interviene nelle trattative e nella gestione delle forniture. Per Germania e USA, intervengono direttamente i responsabili delle sedi estere in contatto con l'Energy manager italiano, ed in ogni caso in accordo con la direzione del Gruppo.

Anche le lavorazioni esterne dei pezzi speciali di ceramica vengono gestite da personale appositamente incaricato.

Diverse sono le tipologie di servizi di cui il Gruppo si avvale: come l'utilizzo di manodopera esterna, specialmente per mansioni logistiche o di servizio o per lavorazioni su prodotti finiti.

Affitti e noleggi riguardano soprattutto macchinari per la movimentazione interna dei materiali e mezzi di circolazione.

2017			
Categorie	ITALIA €	GERMANIA €	USA \$
Prodotti finiti	665.891	-	6.897.806
Materie prime	39.100.811	7.786.942	13.922.078
Materiali e ricambi	25.513.023	3.561.498	10.774.114
Energia	31.652.702	6.249.471	5.165.033
Manutenzioni	12.939.961	3.043.017	5.551.335
Affitti e noletti	2.209.555	428.158	3.196.729
Trasporti	10.375.859	1.938.776	25.502.359
Servizi	18.613.488	1.46.434	13.991.386
Provvigioni	8.764.943	767.317	8.009.069
Spese commerciali	20.912.573	1.713.168	5.813.567
Altro	33.877.689	2.372.719	11.197.228
TOTALE	204.626.496	29.007.499	110.020.705
nr fornitori	3.234	933	1.019
di cui significativi*	319	54	185
% fatturato	86%	73%	91%

*Fornitori significativi = fornitori con fatturato >100.000€ annui e agenti con fatturato >50.000 € annui.



Il noleggio a lungo termine, a fronte dell'acquisto, permette un certo grado di flessibilità e la possibilità di disporre di mezzi sempre all'avanguardia per comfort, sicurezza e consumi.

I materiali riguardano soprattutto quelli di consumo per la lavorazione delle lastre ceramiche (abrasivi) e i materiali di imballaggio dei prodotti finiti (legno, carta, cartone, plastica ed altro). L'attenzione aziendale è rivolta principalmente ai fornitori con alti livelli di riciclo dei materiali.

Una cura particolare in fase di qualificazione dei fornitori è posta alla possibilità di utilizzo di materie prime "seconde", cioè derivanti dal riciclo di quelle principali (ciò

può avvenire internamente o esternamente), all'utilizzo di materiali per imballaggio in parte anch'essi costruiti con materiali di riciclo, alle attività poste in essere dai fornitori in tema di utilizzo efficiente dell'energia, all'adozione delle procedure più evolute a salvaguardia della sicurezza del personale coinvolto nelle operazioni e del rispetto dell'ambiente.

Le spese commerciali riguardano tantissime tipologie di fornitura, dagli strumenti di marketing, agli allestimenti per fiere, meeting e Sale Mostra con tutti i servizi connessi.

2018			
Categorie	ITALIA €	GERMANIA €	USA \$
Prodotti finiti	428.461	-	1.605.395
Materie prime	41.827.623	8.057.829	12.377.541
Materiali e ricambi	24.376.557	3.902.700	11.312.103
Energia	30.235.904	6.971.028	5.477.977
Manutenzioni	14.006.260	3.335.926	5.802.642
Affitti e noletti	2.164.674	440.699	3.666.712
Trasporti	10.043.867	2.025.134	28.744.870
Servizi	18.421.755	1.224.842	14.570.004
Provvigioni	8.356.909	726.840	6.721.797
Spese commerciali	19.792.222	2.023.406	6.825.293
Altro	22.955.632	5.331.823	12.734.151
TOTALE	192.609.862	34.040.227	109.838.486
nr fornitori	3.193	953	1.066
di cui significativi*	300	65	184
% fatturato	84%	77%	90%
nr fornitori qualificati**	96	25	55
Fatturato fornitori qualificati	59.193.875 €	4.045.855 €	25.181.099 €
% fatturato	31%	12%	23%

*Fornitori significativi = fornitori con fatturato >100.000€ annui e agenti con fatturato >50.000 € annui
Numero fornitori qualificati** = sono i fornitori che risultano dall'elenco che utilizziamo per la ISO 9001.
Non comprendono i fornitori di energia ancorchè siano grossi fornitori strutturati e certificati al loro interno.

SPESA PER NUOVI FORNITORI APERTI NELL'ANNO DI RIFERIMENTO

2017	ITALIA	GERMANIA	USA
Nr nuovi fornitori	630	194	200
Totale Spesa nuovi fornitori	€ 7.378.300	€ 2.267.680	\$ 10.584.711
% su totale acquisti	4%	8%	10%
nuovi di cui significativi *	16	5	14
per un fatturato di	€ 3.757.548	€ 1.219.973	\$ 8.757.462
% su fatturato nuovi fornitori	51%	54%	83%
Spesa nuovi fornitori locali	€ 5.296.306	€ 523.514	\$ 9.827.546

* spesa nell'anno superiore a 10.000 €

INDICAZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI

Nazione	numero		
Italia	303	Canada	10
U.S.A.	1028	Cina	10
Germania	612	Cipro	9
Francia	181	Marocco	9
Austria	55	Croatia	8
Svizzera	46	Eire	8
Polonia	41	Grecia	8
Regno Unito (U.K.)	31	Turchia	8
Spagna	23	Ungheria	8
Olanda	17	Estonia	7
Belgio	15	Israele	7
Federazione Russa	14	Bulgaria	6
Hong Kong	14	India	6
Repubblica Ceca	14	Libano	6
Romania	13	Rep. San Marino	6
U.A.E.	11	Ucraina	6
		Giappone	5
		Korea del Sud	5
		Messico	5
		Svezia	5
		Lussemburgo	4
		Qatar	4
		Australia	2
		Azerbaijan	2
		Belarus	2
		Bosnia-Hercegovina	2
		Camerun	2
		Iran	2
		Kuwait	2
		Latvia	2
		Malta	2
		Monaco	2



SPESA PER NUOVI FORNITORI APERTI NELL'ANNO DI RIFERIMENTO

2018	ITALIA	GERMANIA	USA
Nr nuovi fornitori	565	181	198
Totale Spesa nuovi fornitori	€ 6.833.920	€ 1.226.916	\$ 5.136.920
% su totale acquisti	4%	4%	5%
nuovi di cui significativi *	10	4	13
per un fatturato di	€ 4.249.689	€ 648.089	\$ 3.994.964
% su fatturato nuovi fornitori	62%	53%	78%

Spesa nuovi fornitori locali	€ 5.572.805	€ 616.725	\$ 3.575.222
------------------------------	-------------	-----------	--------------

* spesa nell'anno superiore a 10.000 €

Perù	2
Serbia	2
Seychelles	2
Algeria	1
Arabia Saudita	1
Congo	1
Costa d'Avorio	1
Etiopia	1
Georgia	1
Giordania	1
Macedonia	1
Maldiva	1
Montenegro	1
Nuova Zelanda	1
Oman	1
Polinesia Francese	1

Portogallo	1
Serbia e Montenegro	1
Slovacchia	1
Taiwan	1
Brasile	3
Danimarca	3
Liechtenstein	3
Lituania	3
Rep. Sudafricana	3
Slovenia	3
Singapore	4
Tunisia	4

Valore monetario stimato del pagamento ai fornitori
totale EURO: 275.349.742,75
totale USD: 196.229.201,57

QUALITÀ E MONITORAGGIO DEGLI IMPATTI SULL'AMBIENTE

Ispirati dall'ambiente e dalla sua tutela

Attraverso un'attenta analisi degli inevitabili impatti ambientali che i processi produttivi generano sul territorio, sulla comunità e sull'ambiente, Iris Ceramica Group da anni lavora per minimizzarli attraverso il continuo miglioramento dell'efficienza e dell'innovazione del processo produttivo.

Principali impatti ambientali di Iris Ceramica Group.

- Consumi energetici e di gas
- Consumi e scarichi idrici
- Produzione di rifiuti
- Emissioni in atmosfera

Importanti investimenti sui macchinari a favore dell'innovazione e della sostenibilità

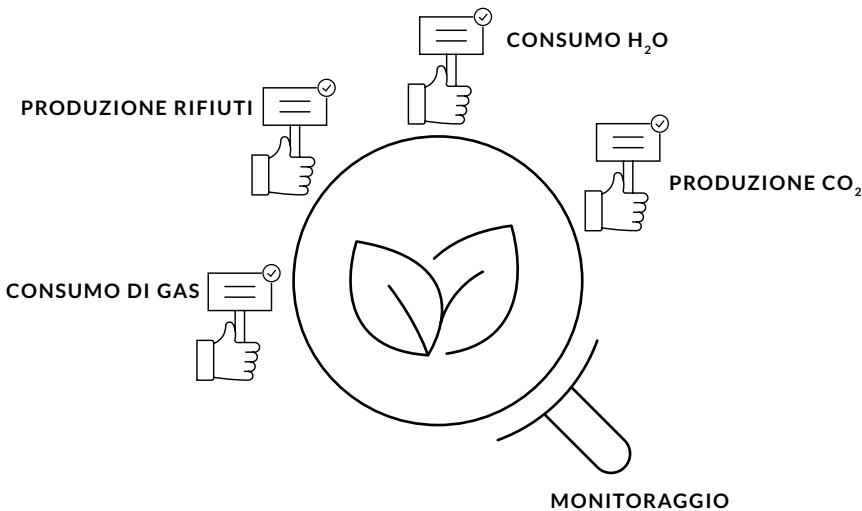
Il processo produttivo della ceramica richiede importanti consumi di energia elettrica e di gas, in quanto tutti i macchinari utilizzano come forza motrice l'energia elettrica e la cottura della ceramica richiede consumo di importanti quantitativi di gas metano. Tutti i recenti e nuovi investimenti in produzione sono orientati a ridurre il più possibile i consumi energetici.

La spesa per la continua innovazione degli impianti è orientata all'ottenimento di prodotti sempre più performanti ed esteticamente attraenti, coniugando tali necessità con quelle non meno importanti

della automazione e della riduzione dei consumi energetici e del conseguente impatto ambientale.

La redazione di questo primo Bilancio di sostenibilità è stata l'occasione per monitorare e aggregare i dati ambientali che coinvolgono il Gruppo favorendo un'attività di analisi e di approfondimento utile a pianificare anche nuove attività future per ridurre sempre di più gli impatti ambientali negli anni futuri.

Di seguito riportiamo i principali impatti ambientali di Iris Ceramica Group.



CONSUMI ENERGETICI

CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

	(GJ)	
	2017	2018
Energia elettrica	748.947	733.084
Gas di processo	3.010.826	2.982.617
TOTALE	3.759.773	3.715.701

EMISSIONI

DI GAS SERRA DIRETTE SCOPE 1

	CO ₂	
	2017	2018
Combustione	167.391	165.983
Processo	2.888	2.708
TOTALE	170.279	168.691

EMISSIONI INDIRETTE SCOPE 2

	CO ₂ (t)	
	2017	2018
Combustione	167.391	165.983
Processo	2.888	2.708
TOTALE	170.279	168.691

		2017	2018
Location based (LB)	k1	1743	1743
	g CO ₂ /kWh	1201	1201
	t	76.204	75.058

		2017	2018
Market based (MB)	k1	1624	1616
	g CO ₂ /kWh	1082	1.074
	t	79.828	77.446

RAPPORTO DI INTENSITÀ ENERGETICI

	(GJ/m ²)	
	2017	2018
Energia elettrica Joule (EEJ)	0,025	0,027
Gas naturale Joule (EEJ)	0,025	0,112
Energica TOTALE Joule (TEJ) = EEG+NGJ	0,131	0,139

* I tipi di energia inclusi nei rapporti di intensità sono: energia elettrica e gas naturale, altri consumi non sono significativi o compresi nei calcoli. L'energia è consumata all'interno dell'organizzazione per la produzione di prodotti finiti.

Per il calcolo sono state utilizzate le emissioni per combustione di gas naturale e le fonti di processo dovute al carbonio negli impasti.

Per quanto riguarda il calcolo della combustione è stata presa a riferimento la tabella parametri standard nazionali 2016 UNFCCC = calcolo revisionato per dichiarazione EU ETS. Sono stati presi a riferimento i consumi di gas naturale x fattore di emissione.

Per il processo si riporta il calcolo revisionato per la dichiarazione EU ETS impasti cotti calcolati sulla percentuale di carbonio, impasti per tonnellate, impasti cotti.

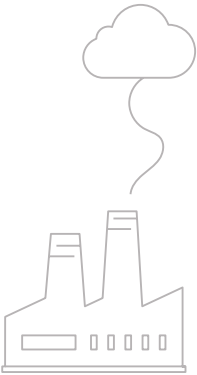
L'approccio di consolidamento per le emissioni è avvenuto attraverso un controllo operativo al 100%.

INTENSITÀ DELLE EMISSIONI

	kgCO ₂ /m ²	
	2017	2018
Dirette scope 1	5,92	6,32
Ind. scope 2 - MB	2,88	3,02
TOTALE	8,8	9,34

Il calcolo è stato effettuato sui mq. di materiale finito.

I tipi di emissione GHG racchiusi nel rapporto di emissione sono le dirette (scope 1) e le indirette (scope 2). Il gas incluso nel calcolo è la CO₂.



EMISSIONI DI SOSTANZE INQUINANTI IN ATMOSFERA

Al fine di mantenere salubri gli ambienti di lavoro, la polvere generata dalle lavorazioni viene aspirata e convogliata in filtri a maniche in tessuto, che filtrano l'aria trattenendo la quasi totalità del contenuto in polvere. La piccola quantità che passa attraverso i filtri viene monitorata periodicamente al fine di assicurare il mantenimento dell'efficienza del filtro. Dalla cottura del materiale nei forni, si generano anche ulteriori inquinanti tra cui SOV e NOx. Nella tabella seguente si riportano i fattori di emissione di tali inquinanti:

FATTORE EMISSIONE	(g/m²)	
	2017	2018
Materiale Particellare	9,17	12,14
SOV	1,95	2,16
Ossido di Azoto	3,85	3,98

GESTIONE DEI CONSUMI E DEGLI SCARICHI IDRICI

Nell'ottica del continuo sviluppo migliorativo della qualità dei prodotti e dell'ampliamento della gamma delle superfici, il Gruppo è fiero di poter elencare tra i propri asset industriali lo stabilimento dedicato alla levigatura e rettifica delle grandi lastre ceramiche in 3X1,5mt, con una capacità produttiva tra le maggiori del mondo, superiore a 3 milioni di metri quadrati all'anno.

La levigatura/lappatura consente di rendere le superfici del prodotto più lucide e brillanti, apportando un aspetto estetico di alto pregio, attraverso una lavorazione di asporto controllato dello strato superficiale delle lastre ceramiche. In tali operazioni le singole lastre passano sotto una serie di teste levigatrici, utilizzanti mole o spazzole di diversa composizione, in grado di raggiungere la brillantezza desiderata esclusivamente attraverso abrasione meccanica in cui l'utilizzo dell'acqua è indispensabile.

GESTIONE DEI RIFIUTI



L'attività produttiva genera una certa quantità di rifiuti che viene minimizzata attraverso l'adozione di specifiche procedure di recupero. Tali rifiuti vengono conferiti a soggetti autorizzati ad esercitare attività di recupero o di smaltimento, secondo le disposizioni normative vigenti. I quantitativi più rilevanti sono quelli derivanti dalla lavorazione del materiale crudo e cotto e vengono recuperati soprattutto in taluni stabilimenti del Gruppo abilitati a svolgere tale attività. Quantità inferiori derivano dall'utilizzo di

imballi in legno, plastica e carta, oggetto di raccolta differenziata. Infine vengono generati anche altri rifiuti derivanti da manutenzioni ordinarie e straordinarie di vario tipo (materiali ferrosi, olii e grassi, rifiuti elettrici ed elettronici, rifiuti da demolizioni, ecc) tra cui anche alcuni rifiuti pericolosi. Di seguito riportiamo il quantitativo dei rifiuti prodotti del Gruppo distinguendo quelli pericolosi (P) dai non pericolosi (NP) e la destinazione del rifiuto (recupero, smaltimento di cui in discarica, raccolta differenziata di carta - plastica - legno).

	2017		2018	
	P (Kg/m²)	NP (Kg/m²)	P (Kg/m²)	NP (Kg/m²)
Raccolta differenziata	0	0,059	0	0,075
Recupero	0,002	2,190	0,003	2,594
Smaltimento	0,013	0,357	0,015	0,332
di cui in discarica	0	0,345	0	0,319



Inoltre nel processo tecnologico l'acqua è indispensabile per la macinazione delle materie prime ad umido, per la lavorazione superficiale delle lastre di gres porcellanato e per i lavaggi degli impianti. Il prelievo dell'acqua necessaria per uso produttivo avviene da pozzi (acqua di falda) e da un acquedotto dedicato (acque non potabili prelevate da corso d'acqua superficiale trattate dal fornitore del servizio idrico per renderle idonee all'uso industriale). L'acqua potabile, viene invece utilizzata

esclusivamente per uso civile. Negli stabilimenti in cui è assente la lavorazione superficiale delle lastre non si hanno scarichi di acque industriali, mentre dove è presente tale lavorazione, una parte dell'acqua viene preventivamente trattata in impianti di depurazione quindi scaricata in corso d'acqua superficiale. Segue tabella contenente il quantitativo di acqua prelevata e scaricata a fini produttivi, oltre al quantitativo di residuo solido contenuto negli scarichi.

	Acqua prelevata (l/m²)	Acqua scaricata (l/m²)	Mat. solido scaricato (g/m²)
2017	26,3	3,5	0,04
2018	26,9	4,3	0,12



LA NOSTRA ATTENZIONE AL TERRITORIO

In questa società globalizzata la competizione non sta solo nella capacità di produrre beni e servizi di qualità a prezzi competitivi, ma sono diventati ancora più importanti asset intangibili, come la reputazione e l'impegno sociale e ambientale, in grado di portare valore aggiunto perché ricchi di contenuti e capaci di irrobustire il DNA dell'impresa. Un imprenditore sognatore eclettico come Adriano Olivetti sosteneva che "la fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti, deve distribuire ricchezza, cultura, servizi e democrazia", con un'attenzione riservata alle persone, non solo quelle che con l'azienda collaborano ma tutta la collettività.

Anche Iris Ceramica Group ha scelto di accompagnare la propria strategia di crescita con un forte e costante impegno nella generazione di valore per la collettività intera. Ciò deriva dalla radicata convinzione che ogni azienda ha una sua precisa collocazione nella società e non può sottrarsi al dovere, e al piacere, di contribuire al suo sviluppo e al suo successo. Questa profonda relazione di vicinanza si traduce ogni anno in significativi contributi sociali e sponsorizzazioni che il Gruppo sceglie di sostenere e che nel 2018 sono stati complessivamente pari a circa 489.370,00 euro.



1 IRIS CERAMICA GROUP PER LA QUALITÀ DELLA VITA

L'investimento nei confronti di un territorio reca linfa all'economia locale, al suo orgoglio, al suo senso di appartenenza. Iris Ceramica Group è da sempre in prima linea nella promozione del territorio e del benessere delle comunità locali con un modo di fare impresa che pone al centro l'uomo e il miglioramento della sua qualità di vita.

IL PRESEPE RITROVATO

Nel 2017 e nel 2018 Iris Ceramica Group ha sostenuto l'iniziativa "Il Presepe Ritrovato" promossa da Modenamoremio con il sostegno e il patrocinio del Comune di Modena. L'ormai tradizionale appuntamento cittadino presso la Chiesa di San Giovanni Battista prevede l'esposizione di statue datate 1912 e realizzate attraverso la tecnica del gesso a colaggio. Le statue sono state sottoposte ad un'accurata manutenzione dal Gruppo Museo Laboratorio Associazione Amici del Corni.

SPONSORIZZAZIONE MASTER DI II° LIVELLO “PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E PROGETTAZIONE DEI SISTEMI OSPEDALIERI E SOCIO-SANITARI”

Il Gruppo ha sponsorizzato nel 2017 e nel 2018 il Master di II° livello “Pianificazione, Programmazione e Progettazione dei Sistemi Ospedalieri e Socio-sanitari” del **Politecnico di Milano**.

Il Master intende perfezionare la formazione di quanti, nelle strutture sanitarie o nella propria attività professionale, affrontano le problematiche di ordine igienistico legate alla

progettazione, realizzazione e gestione delle strutture ospedaliere.

Esso è rivolto, pertanto, a coloro che a vario titolo seguono il processo edificatorio in tutte o in parte delle sue fasi: a partire dal progetto edilizio, fino alla chiusura del cantiere ed all’accertamento dei requisiti all’uso e durante l’uso, oppure per processi di riconversione e ristrutturazione.

SALA IBRIDA DELL’OSPEDALE CIVILE DI BAGGIOVARA

Imprenditoria e sanità collaborano per donare alla comunità un futuro migliore. Iris Ceramica Group è scesa in campo nel 2018 per fornire un decisivo supporto alla realizzazione della Sala Ibrida dell’Ospedale di Baggiovara (Modena). Un progetto ambizioso mirato alla costruzione di una sala operatoria all’avanguardia, dotata di apparecchiature radiologiche di ultimissima generazione, tra le quali un angiografo digitale di grande potenza. Un nobile

obiettivo, che guarda al futuro e ad un nuovo concetto di benessere attraverso il miglioramento dell’assistenza sanitaria, della prevenzione e delle cure mediche per il bacino territoriale della provincia di Modena e non solo. La possibilità di operare chirurgicamente col contestuale ausilio di apparecchiature diagnostiche di altissima efficienza, rivoluziona il sistema di cura consentendo di agire con immediatezza, precisione e sicurezza.



TITOLO DI “AMBASCIATORE DEL TERRITORIO” PER LA REGIONE EMILIA ROMAGNA



Iris Ceramica Group è stata insignita nel 2018 del prestigioso titolo di “**Ambasciatore del Territorio**” per la Regione Emilia Romagna nell’ambito del progetto “100 Mete d’Italia”, che premia le aziende virtuose per il Paese e per la collettività.

Un prestigioso appellativo riservato a realtà rappresentative di ogni singola regione d’Italia, capaci di distinguersi per aver contribuito in modo attivo ad incentivare lo sviluppo e la coesione della collettività, sviluppando un’idea di futuro originale e autentica, senza perdere il contatto con le radici del luogo in cui operano.

La nomina di “Ambasciatore del Territorio” conferita a Federica Minozzi conferma gli obiettivi promossi dalla holding italiana che da più di cinquant’anni esporta nel mondo l’eccellenza della regione e del Made in Italy. Il riconoscimento gratifica una storia d’impresa di successo, una gamma di prodotti di qualità e una produzione responsabile e sostenibile in grado di creare valore per l’azienda stessa e per il territorio.



ACTIVE CLEAN AIR & ANTIBACTERIAL CERAMIC™

Nel 2017 Iris Ceramica Group ha raggiunto un nuovo e importante traguardo nell’incessante sfida al miglioramento della qualità della vita dell’uomo, perseguita in modo sistematico e concreto, con l’avvio delle ricerche sulle proprietà benefiche della fotocatalisi. **La nuova versione della tecnologia Active Clean Air & Antibacterial Ceramic™** consente infatti di ecoattivare le grandi lastre ceramiche prodotte dal Gruppo fissando il biossido di titanio mediante applicazione digitale. Questo significativo passo avanti permette di migliorare le prestazioni fotocatalitiche delle lastre

ceramiche, le uniche al mondo certificate secondo le norme ISO, in termini di maggiore efficienza nella degradazione degli inquinanti dell’aria, degli odori e dell’azione antibatterica.

L’avanzamento tecnologico di Active è stato realizzato attraverso il progetto di ricerca Digitalife finanziato dalla Comunità Europea (LIFE ENV/IT/000140) in quanto l’applicazione digitale ha consentito anche il raggiungimento di più elevati indici di sostenibilità ambientale nella produzione riducendo significativamente il consumo idrico.

2 IRIS CERAMICA GROUP PER L'INNOVAZIONE

Innovazione è da sempre per Iris Ceramica Group, azienda leader mondiale per la produzione di grès porcellanato e ceramica tecnica, un tema centrale e uno dei valori fondanti su cui si basa la continua crescita e il successo aziendale.

PROGETTO ARCHITECTURAL SKIN



Next Landmark, contest internazionale promosso dal portale Floornature.com e ideato da Iris Ceramica Group si è rinnovato nell'edizione 2017, offrendo agli utenti nuove procedure e una innovativa

tecnologia con cui sperimentare la propria creatività: una rinnovata formula concorsuale che ha invitato architetti e interior designers di tutto il mondo a partecipare a ARCHITECTURAL SKIN.



Il concorso ha richiesto l'ideazione di un pattern geometrico o figurativo, ideato per lastre in gres porcellanato di grande formato da realizzare con la innovativa tecnica di stampa con processo ceramico "Design Your Slabs".

Al centro della trasformazione la nuova tecnologia DYS: un sistema di stampa ad altissima definizione in grado di consentire una customizzazione on-demand delle superfici in gres porcellanato fino alla singola lastra. Le continue ricerche e la costante implementazione di nuove tecniche del processo produttivo hanno infatti consentito il raggiungimento di standard molto elevati, sotto il profilo estetico, funzionale e di durata nel tempo.

Il progetto vincitore è stato premiato a novembre 2017 presso la galleria espositiva SpazioIRIS Moscow con una installazione dedicata.

PREMIO INNOVAZIONE ALLA XXI EDIZIONE DI 'EY L'IMPRENDITORE DELL'ANNO'

Nel novembre 2017 presso la suggestiva location di Palazzo Mezzanotte a Milano durante la cerimonia di premiazione della XXI edizione di 'L'Imprenditore dell'anno', promossa da Ernst & Young, Iris Ceramica Group ha vinto il Premio innovazione con la seguente motivazione: "per essere riusciti ad imporsi in Italia e nel mondo esplorando nuove possibilità di espandere

i confini della ceramica, creando prodotti in cui l'innovazione della materia e dei colori si coniuga con le tecnologie più evolute, la ricerca di nuove combinazioni dei materiali con la capacità di ripensare stili e funzionalità, facendo della sostenibilità un elemento portante della competitività aziendale".



PREMIO COPERNICO40 AGLI AWARDS 2017 DEL IL QUOTIDIANO IMMOBILIARE



In occasione del convegno "Italia da Costruire", organizzato da Il Quotidiano Immobiliare, giornale online di riferimento del settore immobiliare italiano, sono stati assegnati gli Awards 2017 presso l'Innovation Campus di Peschiera Borromeo (Milano). In questa occasione è stato consegnato a Federica Minozzi il premio Copernico40 che sostiene la cooperazione a livello internazionale tra le aziende del settore immobiliare italiano, al fine di valorizzare il manufatto in tutte le fasi del suo ciclo di vita. Il Gruppo, e in particolare il brand Fiandre, ha ricevuto questo riconoscimento per la sua proattività all'interno del processo di progettazione architettonica e per essere oggi un'eccellenza dell'industria italiana, in grado di offrire tecnologie innovative e all'avanguardia per il settore Real estate. L'assegnazione di questo importante premio riconosce e premia i tanti investimenti profusi dal Gruppo e le continue sfide vinte da parte di un'azienda che crede nel progresso e che ritiene che innovare sia l'unica strategia vincente in un mercato sempre più saturo e competitivo.

3 IRIS CERAMICA GROUP PER LA CULTURA

Investire in Cultura garantisce ritorni in termini di prestigio sociale e crescita morale, oggi le aziende hanno una vera e propria responsabilità di diffondere la cultura attraverso un'innovazione costante; una forma evoluta di mecenatismo d'impresa a sostegno della ricerca e della valorizzazione di nuovi talenti.

SPONSOR DEL “CERTAMEN CAROLINUM FRANCESCA MELETTI”

Con l'obiettivo di valorizzare e stimolare l'intensificazione dei rapporti tra 'Sistema Cultura' e 'Sistema Impresa' Iris Ceramica Group ha partecipato alla sponsorizzazione della 22° edizione del Certamen carolinum “Francesca Meletti” una gara di traduzioni dal greco e dal latino promossa dal liceo classico Muratori San Carlo di Modena, cui hanno partecipato oltre 300 studenti dei Licei di Modena, Vignola, Mirandola, Bologna e Parma. L'iniziativa ha il patrocinio del Comune e della Provincia di Modena, dell'AICC

(Associazione italiana di cultura classica) delegazione di Modena, della Società Dante Alighieri Comitato di Modena ed ha il fine di valorizzare lo studio della lingua e della cultura classica nella società contemporanea, di promuovere esperienze di eccellenza tra studenti di scuole di regioni diverse per una sfida positiva, tesa ad una sana competizione e a potenziare la consapevolezza identitaria mediante l'esercizio di un ruolo culturale attivo in un contesto europeo di esperienza di alto livello.

CO-CREATION

Nell'ottobre 2018 Iris Ceramica Group ha partecipato in qualità di promotore e co-organizzatore, presso la sede IUSVE (Istituto Universitario Salesiano di Venezia) di Verona, ad un incontro dal titolo CO-CREATION rivolto alle Facoltà di Architettura ed Interior design delle Università Italiane. L'incontro ha preso le mosse da una tesi di laurea intitolata INTERIOR DESIGN INSTITUTES RANKING. Una tesi di ricerca sull'offerta accademica di Design d'Interni in Italia con l'intento di aprire un dialogo fra i luoghi della formazione e gli spazi della produzione, al fine di instaurare collaborazioni sempre più proficue. Si è fatto il punto sulla complessità del panorama accademico italiano in riferimento alla formazione

in design d'interni, identificandone le potenziali attività specifiche per ogni ateneo caratterizzato da un elevato livello di formazione professionalizzante e d'inserimento nel mondo del lavoro. Il Gruppo promuove progetti a supporto del mondo della formazione, in particolare dell'alta formazione universitaria e accademica, che del tessuto sociale rappresenta a tutti gli effetti la fucina e il collante. L'ambito in cui Iris Ceramica Group è più attiva è quello del design e della creatività: design da intendersi come disciplina che concorre alla creazione di una cultura del progetto e creatività intesa come capacità di innovazione dei processi aziendali.

SPONSOR TECNICO DEL PADIGLIONE ITALIA ALLA BIENNALE DI VENEZIA



Iris Ceramica Group nel 2018 è stato sponsor tecnico del Padiglione Italia della 16° Mostra Internazionale di Architettura della Biennale di Venezia, curato dall'architetto Mario Cucinella "Arcipelago Italia, Progetti per il futuro dei territori interni del Paese": questo il titolo del Padiglione Italia alla Biennale 2018, dedicato allo spazio urbano che corre lungo la dorsale italiana e, più in particolare, su cinque aree d'intervento specifiche che diventano simboli tangibili del rilancio dei territori interni al Paese. Obiettivo finale quello di definire un possibile approccio futuro che metta in relazione architettura e paesaggio, riflettendo sul ruolo della disciplina nel processo di riqualificazione urbana. Da sempre, la Biennale riserva particolare attenzione a riflessioni che abbracciano

trasversalmente differenti tematiche di natura sociale, etica e ambientale, prospettando inediti scenari che indagano le fondamenta della progettazione. Proprio grazie alla vocazione della kermesse veneziana e alla riflessione proposta quest'anno dal Padiglione Italia, Iris Ceramica Group ha deciso di sponsorizzare la manifestazione, dichiarando l'unione di intenti che accomuna l'azienda al lavoro dell'architetto Cucinella. Iris Ceramica Group, da sempre attenta e orientata alla produzione di testimonianze culturali di grande spessore, ha sposato il progetto Arcipelago Italia, convinta del fondamentale ruolo dell'architettura nel contribuire al miglioramento della vita dell'uomo e nell'attivare nuove forme di sviluppo sostenibile.

GIAPPONIZZATI. RACCONTI DI UN VIAGGIO DI MODA



Una mostra che ha messo in scena 49 kimono per un imponente progetto ideato dall'architetto Fausto Ferri realizzato in partnership con Iris Ceramica Group. 18 giorni di mostra presso la Chiesa San Carlo di Modena con registrati 12.300 visitatori. La mostra, a cura di Stefano Dominella, ha voluto narrare non solo il complesso fenomeno che è stato il giapponismo, ma anche l'intreccio di diverse culture che hanno dato luogo a fenomeni socio-economici, politici e di costume. Nei primi del '900 scoppia in Europa e in Italia una diffusa passione per il Giappone e per la sua cultura, nasce il giapponismo. La moda femminile cambiò

drasticamente preferendo capi più ampi e disegnati con una forte impronta orientale, volumi, tessuti rigidi, sovrapposizioni, realizzati in tessuti e colori diversi, ma armoniosi, che rispecchiano le stagioni e gli stati d'animo: creazioni ispirate ai kimono. Contemporaneamente, dopo un periodo di grande chiusura, il Giappone si ispira all'occidente, a tal punto che anche le donne cominciarono ad indossare, in alternativa al kimono, abiti europei ed essere chiamate moga, modern girl. Una contaminazione bilaterale dove la tradizione d'una cultura diventa la trasgressione dell'altra senza comprometterne l'eleganza. Seguendo il ritmo del racconto, "Giapponizzati. Racconti di un viaggio di moda" ha ripercorso l'iter cadenzato da stili e periodi diversi, tra revival e contemporaneo. Sono stati in mostra capi creati da stilisti di chiara fama, da giovani designer e da ospiti internazionali che hanno interpretato nelle varie significazioni il tema del giapponismo. Ecco in esposizione, su palcoscenici realizzati con le nostre grandi lastre ceramiche, allestiti come opere d'arte, antichi Kimono giapponesi, obi, hakama, provenienti da importanti collezioni private.



POLLUTION 2018 - REFLECTION

Iris Ceramica Group, in occasione della 36esima edizione di Cersaie 2018, ha presentato in piazza Santo Stefano a Bologna il progetto POLLUTION 2018 – RefleAction. Un’installazione temporanea, nata dalla collaborazione tra l’Azienda, studio MC A e SOS School of Sustainability, che è stata inserita nello spazio urbano auspicando un nuovo e virtuoso equilibrio tra uomo e natura.

Pollution 2018 - RefleAction è la più recente tappa di un percorso aziendale votato all’ecosostenibilità iniziato cinquant’anni fa, testimone dell’impegno costante profuso dal Gruppo in materia di ricerca, nuove tecnologie e responsabilità sociale.

Nel 1972 fu la stessa azienda che, in pieno boom economico, si fece portavoce di un messaggio a favore dell’ambiente, dando vita in piazza Santo Stefano a una manifestazione artistica unica per il tempo: “Pollution: per un’estetica dell’inquinamento”. Per l’occasione, diecimila piastrelle raffiguranti la riproduzione di una zolla di terra, ciascuna delle quali firmata e numerata dal brand Iris Ceramica, rivestirono l’intera piazza fungendo da palcoscenico per le installazioni e le performance di 26 artisti impegnati sul tema. Nella stessa piazza, dopo 46 anni, Iris Ceramica Group ha rivisitato il messaggio evolvendolo e trasformando l’atto di denuncia in pensiero e azione. 40 giovani querce emergono nel cuore del centro storico bolognese da un suolo artificiale realizzato da una grande lama riflettente dalla geometria definita attraverso la quale si vuole capovolgere il consueto rapporto tra urbano e natura. Una materia che si fa natura quindi e diventa superficie del percorso narrativo con la pavimentazione dell’installazione in tecnologia ACTIVE, tracciando la strada della riflessione sui grandi temi ambientali.

ALTRE INIZIATIVE PER IL TERRITORIO

- 2017** Fondazione Fashion Research Italy: borse di studio a supporto dell’architettura
- 2017** FAI, Fondo Ambiente Italia
- 2017** CRI, comitato locale: acquisto barelle
- 2017** Associazione Green Hub: ciclo eventi “Piantiamo il seme dell’architettura che verrà”
- 2017** Le Fonti Award
- 2017** Riccardo Dell’Anna editore, volume 100 Progetti Italiani
- 2017** Associazione Architetti Golfisti
- 2017** Fondazione Palazzo Magnani: Fotografia europea
- 2017** Nuova Accademia Design Contest
- 2017** Next Landmark International Contest
- 2018** Polimi: Master in Pianificazione, programmazione e progettazione dei sistemi ospedalieri e socio-sanitari
- 2018** Certamen Carolinum “Francesca Meletti”: concorso di traduzione greco-latino tra licei classici e scientifici promosso dal liceo Muratori-San Carlo di Modena
- 2018** UNIVERONA Dipartimento di Scienze neurologiche e del movimento: Master Universitario in Tecnico nazionale di nordic walking
- 2018** FAI, Fondo Ambiente Italia
- 2018** CRI, comitato locale: acquisto mezzo trasporto per disabili
- 2018** LILT: sostegno ricerca oncologica
- 2018** Nuova Accademia Design Contest

4 IRIS CERAMICA GROUP PER LO SPORT

Lo sport è metafora della vita: incontriamo ostacoli che ci aiutano a migliorare, diveniamo coscienti dei propri limiti ed impariamo anche ad oltrepassarli. Lo sport ci educa alla cura di noi stessi, ma anche al rispetto verso compagni e avversari, è una parte essenziale della nostra vita, è la bellezza di certi gesti, lo sforzo per compiere movimenti sempre più raffinati come la prima incredibile schiacciata dalla linea del tiro libero messa a segno da Julius Erving durante il Dunk Contest del 1976 a Denver, l'esercizio agli anelli di Yuri Chechi alle Olimpiadi di Atlanta 1996, il record del mondo dei 100 metri a Pechino 2008 di Usain Bolt, è la tensione verso forme classiche di equilibrio, geometria e simmetricità; qualità che l'architettura cerca di trasmettere ai tessuti urbani deputati ad ospitare gli eventi sportivi. E la valorizzazione del territorio, la crescita dei talenti, la ricerca di forme raffinate ed eleganti sono da sempre anche tra le coordinate che indirizzano la nostra azione, da qui il nostro sostegno e la nostra vicinanza al mondo sportivo.



MODENA VOLLEY

Per le stagioni 2017 e 2018 Iris Ceramica Group è stato sponsor ufficiale della società sportiva Modena Volley che milita nel campionato di serie A maschile di pallavolo. Iris Ceramica Group crede molto nei principi fondanti del Modena Volley. La valorizzazione del territorio e delle eccellenze sportive locali, la capacità di fare squadra e di guardare avanti con atteggiamento positivo, l'eticità di fondo, hanno attirato il Gruppo verso questa struttura societaria con la quale abbiamo riscontrato condivisione di ideali. Una partnership importante che conferma la volontà aziendale di consolidare la propria presenza sul territorio nazionale, investendo nella valorizzazione di nuovi talenti e nella promozione delle eccellenze italiane.

TEAM CICLI PALETTI

Sia nel 2017 che nel 2018 Iris Ceramica Group è stato sponsor del Team Cicli Paletti. Ci sono persone che attraverso immaginazione e sensibilità creativa riescono a vedere il futuro e a dargli forma con le proprie mani, Luciano Paletti, artigiano del modenese, nel corso della sua carriera di meccanico ha disegnato, realizzato e brevettato alcune rivoluzionarie innovazioni nella telaistica delle biciclette con almeno trent'anni di anticipo rispetto ai colossi internazionali. Innovazione e lungimiranza sono valori che per Iris Ceramica Group sono sinonimo di futuro. Già dalla metà degli anni '80 le bici Paletti erano richieste in Cina, Australia e USA, oggi il negozio officina è guidato dal figlio Michele insieme alla mamma Giuliana e, dopo 43 anni dalla prima bici di Luciano, è

ancora una azienda artigiana di altissimo livello, protagonista nel mercato globale per qualità, assistenza professionale e valore umano. Luciano e il figlio hanno infatti sempre accompagnato all'amore per la progettazione della bicicletta la passione per il ciclismo agonistico. Nel team Cicli Paletti Riccardo Riccò conquistò il tricolore Junior nel 2001 e Luciano stesso rivestì negli anni '80 l'incarico di tecnico regionale di ciclocross. Paletti ha messo tanti giovani sui pedali, tra i quali anche l'olimpionico di Los Angeles 1984 Claudio Vandelli portandolo a livello nazionale. Tre mesi prima della sua scomparsa Luciano Paletti ha fondato la ASD Simec Fanton Cicli Paletti, squadra di allievi che raduna ragazzi della fascia pedemontana modenese tra i 15 e i 16 anni.

COMUNICAZIONE CON IL TERRITORIO

COMUNICAZIONE INTEGRATA E MULTICANALE

La nostra comunicazione è fondata su una strategia integrata e multicanale, finalizzata a diffondere i valori e l'impegno del Gruppo in tema di innovazione e sostenibilità e a divulgare le scelte tecniche e la filosofia che contraddistinguono la produzione firmata Iris Ceramica Group.

Una realtà internazionale articolata, basata su 8 brand principali ed un diffuso sistema di spazi espositivi che si raccontano anche attraverso siti web dedicati, canali social (Facebook, Instagram, You Tube, LinkedIn), advertising on e off line e attività di networking e PR.

Un sistema comunicativo ricco e complesso che vede come fiore all'occhiello il magazine online Floornature.com, nato nel 2001, quando ancora colossi del web come YouTube e Wikipedia non avevano ancora visto la luce, e subito impostosi come webzine di aggiornamento sui temi dell'architettura, dell'urbanistica e del design, tanto che oggi conta più di 100.000 visitatori al mese in cinque lingue.

Nel back office una vera e propria business unit composta da una redazione di professionisti del giornalismo e dell'architettura e da un team tecnico che supporta anche le singole aziende del Gruppo nella gestione dei propri asset digitali.

Una pianificazione internazionale supporta la veicolazione dei brand con l'ideazione di campagne di comunicazione integrate on e off line sulle principali testate di settore italiane ed estere. Grande attenzione è rivolta ai social network, vetrine d'eccellenza delle collezioni prodotto e dell'identità dei brand, promosse attraverso produzioni video e fotografiche dedicate, adatte ad esaltare l'ampia gamma e le innovative soluzioni proposte.

La presenza di numerose gallerie espositive in Europa ed oltre continente alimenta un ricco palinsesto di eventi proponendo talks, workshop e allestimenti che coinvolgono rinomati studi di progettazione internazionale. Non semplici showroom espositivi quindi, ma luoghi di incontro, discussione e condivisione orientati alla produzione di testimonianze culturali di grande spessore ed interesse per un pubblico di professionisti ed appassionati.

Fanno parte della nostra strategia di comunicazione anche la presenza costante alle fiere di settore più importanti del mondo come **Salone del Mobile** e **Cersaie** in Italia, **Coverings** negli Stati Uniti o **Mosbuild** in Russia. Fondamentali occasioni di networking e confronto con gli stakeholders di riferimento.

OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ PER IL 2019

Questa prima edizione del nostro Bilancio di sostenibilità ci ha permesso di mettere nero su bianco in maniera sistematica la filosofia che da decenni pratichiamo per promuovere l'innovazione, perché riteniamo che la sostenibilità sia una parte fondamentale della nostra strategia e della nostra cultura aziendale. Ma questo non basta, vogliamo porci nuovi obiettivi, migliorare per dare il nostro contributo all'aumento del capitale economico, ambientale e sociale dei territori in cui lavoriamo e non solo, per questo ci siamo posti alcuni obiettivi che intendiamo perseguire nel corso del 2019.



CODICE ETICO

Rielaborazione e condivisione con dipendenti e collaboratori dell'attuale Codice etico adottato da una delle aziende appartenenti a Iris Ceramica Group, al fine di poterlo estendere a tutte le componenti del Gruppo.



EMISSIONI

Continuare l'impegno nella riduzione e progressivo azzeramento della CO² emessa nell'ottica delle Emissioni Zero, con un impegno particolare nell'azzeramento dei composti organici volatili (COV).



FONDAZIONE

Creazione di una Fondazione che operi sia nel settore della cultura architettonica che del design e che inoltre promuova i valori della solidarietà tramite attività culturali, educative, ricreative e di interesse sociale.



FAMILY DAY

Realizzazione del primo Family day rivolto ai famigliari dei dipendenti e collaboratori, nell'ottica di una maggiore condivisione e conoscenza delle diverse attività e impegni di Iris Ceramica Group da parte di tutti i membri delle rispettive famiglie.



RENDICONTAZIONE

Continuare il processo di rendicontazione di sostenibilità nell'ottica del miglioramento continuo, approfondendo in particolare la relazione con gli stakeholder di riferimento.

GRI CONTENT INDEX

Indicatori generali		Pagine di riferimento
102-1	Nome dell'organizzazione	13
102-2	Attività e servizi	20,21
102-3	Sede legale	72
102-4	Sede operativa	15,15
102-5	Forma legale dell'organizzazione	24,25,26
102-6	Luoghi in cui opera	14,15,22,23
102-7	Dimensioni dell'organizzazione	16
102-8	Informazione sulle persone che operano nell'organizzazione a vari livelli	28,31,32
102-9	Descrizione della catena di fornitura	49,53
102-10	Cambiamenti significativi per l'organizzazione	
102-11	Principio o approccio precauzionale	23,30
102-12	Iniziative esterne di carattere economico , sociale e ambientale in cui l'organizzazione è coinvolta	51
102-13	Appartenenza ad associazioni di categoria o di altro genere	Confindustria ceramica
Strategia		
102-14	Dichiarazione della più alta carica dell'organizzazione	5
Etica e integrità		
102-16	Valori, principi, standards e norme di comportamento	27
Governance		
102-18	Struttura della governance	28
Stakeholder engagement		
102-40	Lista degli stakeholder	8
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	31,32
102-42	Descrizione del processo di identificazione degli stakeholder	7,8
102-43	Descrizione dell'approccio di coinvolgimento degli stakeholder	45,46,47
102-44	Argomenti chiave o preoccupazione degli stakeholder	Non sono emerse preoccupazioni rilevanti
102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato	24,25,26
102-46	Definizione del contenuto del report e della ricaduta degli impatti	7,10
102-47	Lista dei temi materiali	10
102-48	Ridefinizione delle informazioni contenute nel report	È il primo anno di report
102-49	Cambiamenti nella rendicontazione	Nessuno è il primo anno di report
102-50	Periodo di rendicontazione	2019 Su dati del 2017 e 2018
102-51	Data dell'ultima rendicontazione	Primo anno di report



102-52	Frequenza di rendicontazione	annuale
102-53	Contatti	72
102-54	Livello di accordance con lo standard	8
102-55	Certificazione esterna	non certificato
Approccio dell'organizzazione alla sostenibilità		
103-1	Spiegazione degli argomenti materiali e dei loro confini	10
103-2	Approccio gestionale degli argomenti materiali	16,17
103-3	Valutazione dell'approccio gestionale	16,17
Indicatori specifici		
201-1	Indicatori di performance economica	16,18
301-1	Materiali utilizzati in base al peso e volume	50,51
301-2	Materiali di input riciclati	50,51
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	56
303-1	Consumo di acqua all'interno dell'organizzazione	56
304-1	Siti operativi gestiti adiacenti ad aree protette ad alto valore di biodiversità	non ce ne sono
305-1	Emissioni di gas serra dirette (scope 1)	55
305-2	Emissioni indirette di GHG (scope 2)	55
307-1	Inosservanza delle leggi e dei regolamenti ambientali	non misurano inosservanze
308-1	Valutazione ambientale del fornitore	49
401-1	Occupazione e turn over	31,32
403-1	Salute e sicurezza sul lavoro	33,34,35
403-3	Servizi di medicina sul luogo del lavoro	36
403-5	Formazione del personale sulla salute e sicurezza dei lavoratori	35
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	35,36
404-1	Formazione	37
405-1	Diversità e pari opportunità degli organi di governo e dei dipendenti	31,32
406-1	incidenti di discriminazione	non si sono verificati
413-1	Operazioni con il coinvolgimento delle comunità locali	
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a screening utilizzando criteri sociali	obiettivo futuro
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza del prodotto e sulle categorie di servizi	40,41,42,43,44
417-1	Marketing ed etichettatura	da 59 a 68
418-1	Reclami giustificati relativi a violazione della privacy dei clienti o a perdite dei dati dei clienti	non si sono verificati reclami in merito
419-1	Inosservanza di leggi e regolamenti in ambito socio economico	non si sono verificate inosservanze

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI IRIS CERAMICA GROUP

Consulenza tecnica e metodologica di **Paola Ducci, mediamo.net**
Per informazioni sul bilancio potete contattare fondazione@irisceramicagroup.com



