



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

Romano Minozzi, Presidente





INTRODUZIONE

Nelle pagine che seguono Iris Ceramica Group presenta il suo secondo Bilancio di Sostenibilità con l'intento di comunicare in modo trasparente con i propri stakeholder 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 poiché questo documento evidenzia 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 prevede 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 quest'anno è stato il raggiungimento del livello "Core". Alcuni dati non sono riportati a causa della 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, 2018 e 2019. 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;
- **Chiarezza:** facendo in modo che i dati siano facilmente fruibili da tutti gli stakeholder;
- **Comparabilità:** evidenziando il maggior numero possibile di dati su scala triennale (2017, 2018 e 2019);
- **Affidabilità:** coinvolgendo tutte le funzioni aziendali nella raccolta dei dati e sottoponendoli a una attenta verifica da parte del CDA;
- **Tempestività:** A causa dell'emergenza sanitaria mondiale da COVID-19 non è stato possibile rispettare l'impegno preso lo scorso anno di presentare la rendicontazione di sostenibilità entro il mese di maggio 2020 in concomitanza dell'uscita del bilancio consolidato.

Inoltre all'interno del bilancio sono riportati gli obiettivi di sviluppo sostenibile promossi dall'ONU nell'ambito dell'agenda 2030 che il Gruppo si impegna a perseguire.



INDICE

MESSAGGIO DEL CEO	07
- I principali stakeholder	09
IL GRUPPO	
- Un soggetto etico: pioniere di responsabilità	11
- Azienda familiare, vocazione internazionale	13
- La Nostra Formula: un'equazione di valori	15
- Highlights 2019	16
- Comunicare per condividere valore	18
- La nostra storia	21
- Dimensioni del Gruppo	24
- Determinazione e distribuzione del valore aggiunto	25
L'ORGANIZZAZIONE	
- Una struttura articolata per sostenere il nostro business	29
- La Struttura del Gruppo	30
- I nostri Brand	33
- Competenze integrate per una progettazione consapevole	34
- Attrarre, coinvolgere, conquistare	35
- La Governance	36
- Etica e Integrità	37
- Strategia e approccio precauzionale	38
IL PRODOTTO	
- Tecnologia. Design. Bellezza.	41
- Innovazione e Sviluppo Sostenibile	44
- Un network creativo e ispirato	46
- Collaborazioni con Università, dialogo stakeholder/influencer	47
- Manifestazioni ed eventi	49
- Certificazioni	50



LA SUPPLY CHAIN	
- Una filiera virtuosa	52
L'AMBIENTE	
- Riduzione consumi plastica	61
- Energia	62
- Emissioni	63
- Rifiuti	64
- Acqua	65
LE PERSONE	
- Le risorse umane: il motore dell'innovazione	66
- Il Centro di valorizzazione del capitale umano	70
- Welfare e sviluppo delle Persone	72
- Salute e Sicurezza	72
LA COMUNITA'	
- Tante realtà, un'unica Comunità	77
- Territorio	78
- Salute	81
- Innovazione	83
- Formazione	85
- Cultura	87
- Sport	92
METODO E MATRICE DI MATERIALITÀ	94
OBIETTIVI 2020/2022	
- Il futuro: una visione da costruire nel presente	97
GRI INDEX	98



Ecco il mio motto: progresso costante. Se Dio avesse voluto che l'uomo indietreggiasse, gli avrebbe messo un occhio dietro la testa. Noi guardiamo sempre dalla parte dell'aurora, del bocciolo, della nascita.

Victor Hugo

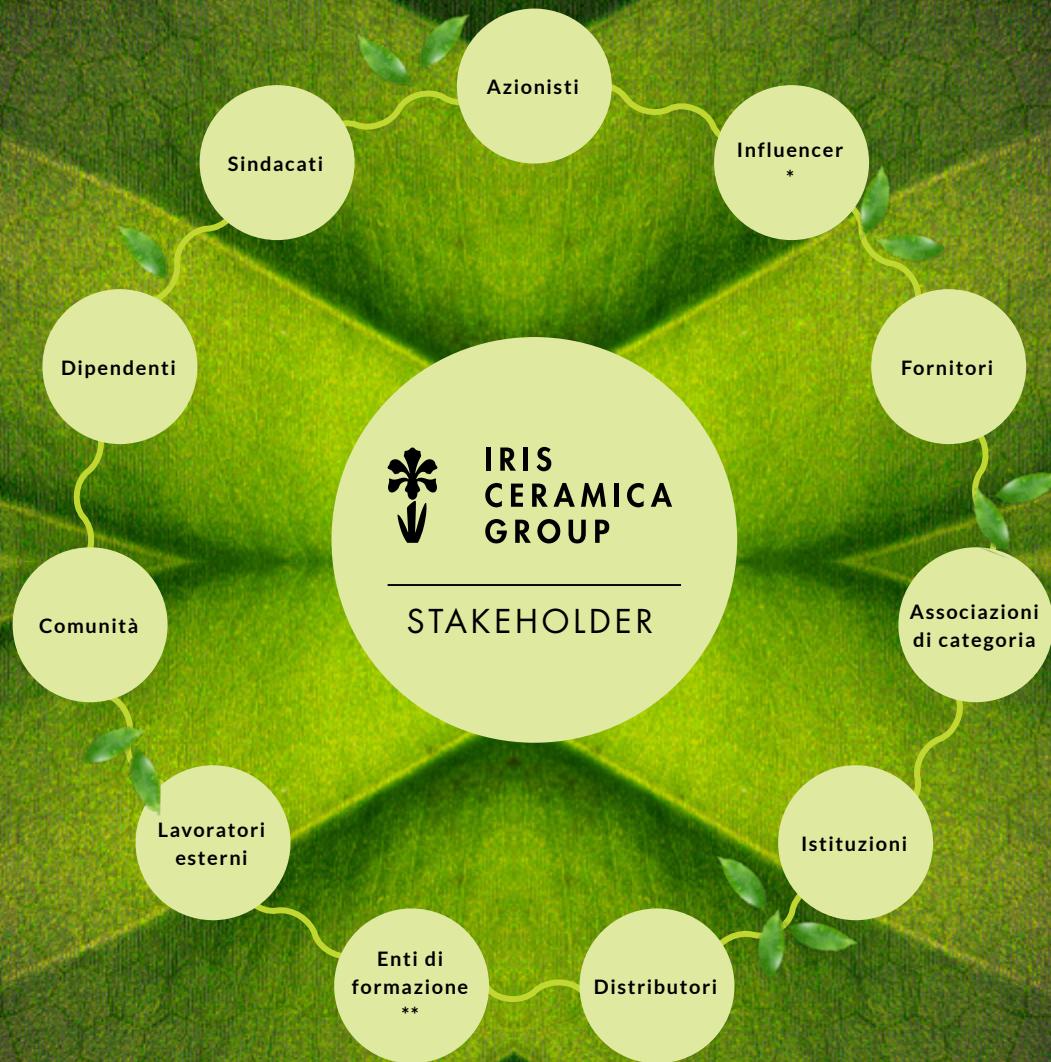
La redazione del Bilancio di Sostenibilità di Iris Ceramica Group in questo 2020, coincide con una sempre più urgente necessità di ridefinire ambiti e modalità di intervento nelle premesse del vivere e del produrre, accrescendo il significato e la portata di ogni investimento in responsabilità.

Lo stato di emergenza di cui ormai tutti siamo testimoni sta cambiando l'equilibrio e le regole della cultura occidentale, richiedendo un'analisi profonda e una seria riconsiderazione dei parametri cui rimprontare valori e stili di vita, personali e aziendali: emerge la necessità di una coscienza aumentata che ogni individuo e impresa sono chiamati ad onorare per realizzare una rivoluzione non più rimandabile. Il pensiero resiliente e innovatore sarà l'unico alleato su cui poter contare per l'avvenire, dal momento che la natura ha risorse tutte proprie per esprimere la sua insofferenza e ribellarsi a una convivenza con l'uomo ormai insostenibile. Per far fronte a questo indifferibile cambiamento di scenario è vitale dare impulso a una trasformazione culturale che, per i tempi che viviamo, può godere di un'accelerazione e di una efficacia che solo la constatazione di lottare per la sopravvivenza può innescare. Abbiamo già sperimentato in anni recenti la forte crisi finanziaria globale che ha travolto i Paesi e le società di tutto il mondo, ma l'indagine condotta in quell'occasione sulla vulnerabilità dei sistemi economici ha mostrato i suoi limiti attraverso una parziale e inadeguata ripresa, perché fondata sugli effetti e non sulle reali cause del problema che richiedono invece una definitiva inversione di prospettiva. In questo contesto, la parola sostenibilità è divenuta una delle parole più utilizzate e insieme abusate. Pur sapendo che ancora molto bisogna fare, sono fiera del lavoro svolto e dei risultati conseguiti dal Gruppo nel triennio 2017-19 qui in disamina, nella direzione di un pensiero sostenibile a supporto di ogni azione, progetto e costruzione per il futuro, coerentemente a quello che è l'impegno e i valori che hanno sempre ispirato la nostra storia. In questo periodo il Gruppo ha conquistato importanti quote di mercato nel mondo raggiungendo volumi di vendita significativi con nuove aperture in diversi Paesi, risultati che divengono

sinonimo di un rinnovato impegno che, al pari di una crescita nel fatturato e nell'organizzazione competitiva, richiede investimenti per essere sempre più un esempio di responsabilità e un modello culturale. Accanto a conferme di una salda leadership globale, e presupposto di questo successo, siamo infatti particolarmente orgogliosi di alcuni recenti traguardi che premiano gli sforzi improntati a un codice etico che riteniamo irrinunciabile e che ha reso possibile la dichiarazione di produzione a impatto zero. Zero Emission è un obiettivo che, in accordo con l'agenda Onu 2030 e in anticipo rispetto ai termini fissati, Iris Ceramica Group si è adoperata per raggiungere nell'ottica di conciliare produzione e benessere delle comunità che vivono in prossimità degli stabilimenti produttivi, primi ad ottenere questo riconoscimento tra tutte le imprese del settore ceramico. Il 2019 resterà impresso per lungo tempo nella storia del Gruppo come l'anno di esercizio dei traguardi più ambiziosi coronato con l'istituzione del Museo Storico e della Fondazione Iris Ceramica Group.

Il Museo Storico Iris Ceramica Group è testimone del patrimonio aziendale così come di quasi 60 anni di storia italiana, è memoria della vocazione all'innovazione e alla sostenibilità che ha accompagnato ogni slancio e intuizione imprenditoriale dal 1961 a oggi. Fondazione Iris Ceramica Group sarà il timone e la fonte di ispirazione per l'orizzonte produttivo cui improntare le scelte etiche dei brand per il futuro: un'istituzione vocata a promuovere la cultura e la sostenibilità architettonica e del design quali strumenti di utilità sociale, oltre al sostegno ai più alti valori di solidarietà cui è improntata la società civile. Sono passi importanti che hanno a cuore qualcosa in più dello sviluppo della società e cioè il progresso, due termini solo apparentemente sinonimi perché, come diceva Pier Paolo Pasolini, il primo ha come suo elemento fondante l'economia mentre il secondo il benessere delle persone. Una dissociazione che in realtà richiede e auspica una sincronia dal momento che un vero progresso è concepibile solo se si creano le premesse economiche necessarie ad attuarlo. La risposta, ancora una volta, è un'assunzione di responsabilità che si perfeziona in un modello culturale capace di diffondere valore e proporre un nuovo orizzonte cui guardare e un diverso modo di costruire.

Federica Minozzi
Group Ceo



I PRINCIPALI STAKEHOLDER DI IRIS CERAMICA GROUP

La qualità è il filo conduttore che sottende a tutta la produzione delle aziende del Gruppo. Anche se questo termine è spesso utilizzato con leggerezza, per noi ha da sempre un valore assoluto. Qualità significa ricerca estetica e lavorare per ottenere prodotti tecnologicamente performanti, che assicurino un basso impatto ambientale durante tutto il loro ciclo di vita. Qualità per noi è un modo di affrontare la quotidianità del lavoro, è la nostra risposta agli stakeholder con cui interagiamo. I nostri clienti sono diversi tra loro ma tutti ugualmente esigenti: il nostro obiettivo, condiviso e sostenuto dalla collaborazione di tutti i nostri brand, è quello di fornire le giuste risposte a ciascuno. Soluzioni all'avanguardia in grado di differenziarci, produttivamente sostenibili, esteticamente affascinanti: risposte di qualità. Architetti, designer, professionisti dell'abitare, ingegneri e general contractor non sono solo i portavoce e gli ambasciatori dei vantaggi tecnico-estetici delle nostre avanzate tecnologie e delle collezioni dei nostri materiali. Sono figure chiave nel nostro processo creativo. Con loro e grazie a loro, progettiamo un domani migliore, un abitare più sostenibile, bello, accogliente, incentrato sull'uomo. Ci lasciamo contaminare volentieri dalle ispirazioni dei partner e dei professionisti con cui lavoriamo, diventando assieme a loro anticipatori di tendenze, consumi e future

esigenze. Collaborando in modo sinergico, siamo certi di interpretare al meglio le loro idee più ardite e le esigenze tecniche più audaci per raggiungere il nostro obiettivo più importante: realizzare spazi urbani contemporanei sostenibili ed efficienti.

Nelle pagine che seguono sarà possibile comprendere le modalità di coinvolgimento di ciascun stakeholder nell'ottica di un dialogo costante che il Gruppo ha deciso di stabilire come una delle sue principali mission, lavorando e attivando progetti che guardano nella direzione della sostenibilità economica sociale e ambientale.

Per migliorare il rapporto con i diversi stakeholder abbiamo deciso di organizzare un multistakeholder engagement nel corso del quale condividere e dare un peso ai diversi temi rilevanti individuati da ICG. Questa attività, cuore dell'analisi di materialità, è fondamentale per la metodologia che sta alla base di questo Bilancio di Sostenibilità. Lo stakeholder engagement è un momento di condivisione e partecipazione che va oltre il rapporto uno ad uno tra ICG e singolo stakeholder. Si tratta di un momento nel quale i diversi soggetti possono dare suggerimenti e indicazioni all'organizzazione per la sua pianificazione strategica di medio e lungo periodo.

I risultati di questo incontro si possono leggere nella nota metodologica.

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

** Università, scuole superiori, ordini professionali

*"Nel bilancio delle imprese
non compaiono le due cose più
importanti, la reputazione e gli
uomini"*

Henry Ford



UN SOGGETTO ETICO: PIONIERE DI RESPONSABILITÀ

Oggi ogni impresa di successo deve dimostrare di meritare quanto ha realizzato a una collettività sempre più consapevole e informata. Alcune aziende con performance brillanti rincorrono valori ed ispirazioni, altre hanno invece disegnato su queste premesse la propria storia e nascono responsabili perché lo sono all'origine del loro processo creativo, con intuizioni destinate a svilupparsi e intrecciare le trasformazioni sociali, ora più che mai in termini di confronto e condivisione con tutta la collettività. Iris Ceramica Group è il più grande Gruppo industriale italiano nella produzione di ceramica tecnica e grès porcellanato di alta gamma. Fondata nel 1961 Iris Ceramica, la prima azienda del Gruppo muove da un pensiero etico che ha nell'equazione Economia=Ecologia il suo manifesto. È una matrice, un marchio di fabbrica impresso per sempre nell'evoluzione dell'azienda che ha nella coerenza il seme dei traguardi raggiunti, nell'innovazione e nella tecnologia i suoi più preziosi alleati, nella bellezza e nella sostenibilità il proprio orizzonte.

La volontà di redigere questo Bilancio di Sostenibilità è quindi una conseguenza naturale e spontanea per raccontare quanto in questa direzione è stato raggiunto in quasi 60 anni: non solo una rendicontazione trasparente e puntuale, ma la testimonianza viva dell'impegno profuso nel miglioramento sociale e ambientale, della capacità di incidere sul concetto stesso di qualità e di crescita sostenibile.

La reputazione sociale del Gruppo è un patrimonio costruito con costanza nel tempo grazie al vitale contributo di tutte le persone che hanno lavorato al suo consolidamento così come al dialogo con la collettività intesa nel senso più ampio di comunità umana, unita da valori

e obiettivi che prescindono dal confine ristretto delle particolarità identitarie e dell'appartenenza a specifici gruppi. Una collettività che esprime attese e desideri di qualità, bellezza e valore che devono essere interpretati dall'azienda anche nell'ottica di una sensibilità civica da applicare ai processi di crescita e di sviluppo a incremento del bene comune.

In questa prospettiva anche i risultati economici e competitivi acquistano nuovo significato e fanno coincidere le aspettative della persona e dei gruppi con l'interesse generale: l'Azienda diventa un soggetto etico che risponde alle istanze sociali con un impegno costante che interessa tutti gli ambiti e gli aspetti della sua organizzazione. Per indirizzare al meglio l'impegno verso una produzione sempre più illuminata e una responsabilità che intercetti le esigenze più profonde della vita contemporanea, Iris Ceramica Group negli ultimi mesi dell'anno 2019 ha perfezionato l'iter di costituzione della sua Fondazione. Fondazione Iris Ceramica Group diventa oggi lo strumento attraverso il quale orientare le scelte future e l'ispirazione per le aziende e le persone di cui è espressione attraverso la promozione dell'architettura e del design sostenibile, lo sviluppo di attività congiunte con partner esterni per diffondere valori condivisi, la promozione di modelli culturali per l'evoluzione della coscienza collettiva, azioni di solidarietà per la crescita e per il benessere di tutta la comunità.

Un investimento in responsabilità che nel percorso tracciato dal Gruppo evidenziato anche dall'inaugurazione del Museo Storico, testimone della visione e dell'identità che si intendono trasmettere alle risorse interne, al territorio, a ciascun portatore di interesse e alla comunità globale.





AZIENDA FAMILIARE, VOCAZIONE INTERNAZIONALE

La visione, la determinazione e le intuizioni di Romano Minozzi, Fondatore e Presidente di Iris Ceramica Group, insieme alla passione e allo spirito innovatore di sua figlia Federica, Amministratore Delegato, hanno decretato il successo di un modello di business globale nella manifattura ceramica, confermando la famiglia quale valore determinante, garanzia di solidità e univocità di intenti per tutte le aziende e i brand del Gruppo.

Una sola identità dai tratti molteplici, frutto della fusione di brand distinti accomunati da un progetto di crescita condiviso e sostenibile, in grado di dialogare col mondo esterno e interagire con un pubblico sempre più ampio producendo un impatto di valore sul mercato e sul territorio.

La produzione è incentrata su collezioni di rivestimenti in ceramica tecnica e grès porcellanato, frutto di una continua ricerca tecnologica ed estetica: la ceramica diventa protagonista con una varietà di superfici e soluzioni ideate, progettate e implementate direttamente nei nostri stabilimenti e laboratori dove ogni nuova idea viene posta sotto tutela con brevetti internazionali.

Iris Ceramica Group propone idee creative, nuove tecnologie, soluzioni inedite grazie alla valorizzazione umana e professionale di ogni singola risorsa interna in uno scambio continuo con la famiglia allargata del mondo del progetto che ha negli architetti e designer interlocutori autorevoli per la costruzione e lo sviluppo di soluzioni e prodotti d'eccellenza.

La visione globale e l'espansione su nuove aree di business è orientata alla ricerca con l'obiettivo di creare valore intrinseco e di anticipare le aspettative. La ricerca tecnologica si coniuga con la sostenibilità, sia sotto l'aspetto della tutela ambientale

sia nell'impiego razionale delle risorse: una vocazione che da sempre influenza le scelte aziendali, ancor prima che il tema ecologista assumesse l'attuale rilevanza.

Iris Ceramica Group comprende marchi storici come Iris Ceramica, Fiandre, FMG Fabbrica Marmi e Graniti e Ariostea, cui si sono aggiunti progressivamente brand ad alto potenziale di innovazione come Eiffelgres, Porcelaingres, Stonepeak e Sapienstone.

Ogni brand opera in autonomia, valorizzando il proprio patrimonio di risorse e talenti, nel rispetto delle linee guida condivise per la ricerca di una qualità senza compromessi e una spinta tecnologica costante. 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.

Il sistema manifatturiero industriale di Iris Ceramica Group è inserito nel cuore del distretto ceramico emiliano, uno dei principali poli manifatturieri dell'industria italiana, con sette aree produttive tra le province di Modena e Reggio Emilia, dove hanno rispettivamente sede gli stabilimenti di Sassuolo e Fiorano Modenese, e quelli di Viano e Castellarano.

Due grandi complessi produttivi in paesi strategici, Vetschau, nel Brandeburgo tedesco e Crossville nel Tennessee statunitense, ospitano poi i più recenti poli industriali del Gruppo con linee produttive esclusive nei loro territori e tecnologie all'avanguardia votate al risparmio energetico.

Le sedi commerciali all'Estero sono invece localizzate in diverse città negli USA, in Spagna, Francia, Germania, Messico, Regno Unito e nei principali centri della Russia.



Crossville

Vetschau

Viano e Castellarano

Modena

Sassuolo

Fiorano Modenese

LA NOSTRA FORMULA: UN'EQUAZIONE DI VALORI

Crediamo in un futuro in cui la sostenibilità e il rispetto dell'altro siano le premesse di una convivenza in equilibrio. Le linee di produzione a impatto zero ci accreditano ben oltre la nostra capacità di diffondere la cultura del bello, confermando la natura della nostra manifattura determinata a tutelare prioritariamente l'ambiente in cui viviamo. Lavoriamo ogni giorno per creare un mondo in cui il sistema produttivo e l'habitat dell'uomo si fondano in un nuovo livello di benessere.

La nostra sfida è quella di diffondere nel mondo un concetto di bellezza aumentata che si esprime in un valore del prodotto di livello superiore: la sua stessa qualità estetica deve essere valutata attraverso una serie di parametri che trascendono quanto percepibile con la vista o il tatto.

Per noi diffondere la cultura del bello significa imprimere in ogni manufatto e soluzione proposta la ricerca e l'impegno che ogni giorno dedichiamo per restituire alla natura e agli uomini quanto abbiamo goduto, le materie prime, il talento, le scoperte, l'equilibrio e l'ascolto. Nella relazione originaria di un umanesimo evoluto che nel nostro DNA è descritta nell'equazione Ecologia=Economia rinveniamo corrispondenze puntuali che sono i principi che animano la nostra intera produzione e attività:

ECCELLENZA = LEADERSHIP

Relazioni e stakeholder: un laboratorio di creatività. Una maggiore responsabilità discende da una riconosciuta autorevolezza: essere leader di mercato con prodotti di eccellenza è stimolo a sviluppare proposte che siano sempre più proiezione di esigenze e valori condivisi all'interno di un network di reciproca ispirazione.

QUALITA' = BELLEZZA

Forma e sostanza di uno stile inconfondibile. Vogliamo un mondo più

bello dove la cultura e la coscienza siano le sentinelle del progresso e la superficie delle cose rispecchi le intenzioni e gli sforzi di un pensiero mai artificioso e sempre autentico. Precisione, eleganza, armonia sono i criteri entro i quali vivere il nostro tempo.

RICERCA = SVILUPPO

Investire in crescita: un patrimonio per tutti. Continuiamo a interrogarci e a studiare il mondo per perseguire il miglior risultato, cresciamo in competenza e conoscenza, collaboriamo con i giovani per cercare risposte più rispettose del nostro e loro futuro che ne esaltino e concretizzino le intuizioni.

INNOVAZIONE = TECNOLOGIA

Active 2.0: l'intuizione diventa realtà. Investiamo nel futuro con risultati incoraggianti: qualità, tecnologia, ricerca e sostenibilità hanno la loro sintesi perfetta in una superficie magica, autopulente e antibatterica che assorbe l'inquinamento dello spazio circostante e purifica l'aria.

CULTURA = SOSTENIBILITA'

Risorse umane per crescere in un futuro sempre più globale. Leadership e alto senso di responsabilità per diffondere un pensiero innovativo ed ecologico, valorizziamo le risorse umane, investiamo in formazione e promuoviamo la progettazione condivisa. Vogliamo essere un modello culturale ispirato da un concetto di bellezza aumentata.

ECONOMIA = ECOLOGIA

Vocazione confermata nel traguardo emissioni zero. Creiamo valore nel rispetto della salute e delle persone attraverso un sistema produttivo sostenibile. Nel 2019, in anticipo sugli obiettivi ONU 2030, il Gruppo ha ottenuto il risultato Zero Emission raggiungendo un obiettivo cui ha dedicato la sua storia e dal quale ripartire fiducioso per le prossime sfide.

HIGHLIGHTS 2019

MUSEO IRIS CERAMICA GROUP

Quando Romano Minozzi all'inizio degli anni '60 iniziò la sua avventura imprenditoriale con la prima azienda, Iris Ceramica, fu subito chiaro che la spinta all'innovazione avrebbe caratterizzato tutta la sua vita professionale.

Il Museo Storico del Gruppo, inaugurato a maggio 2019, racconta questa storia, e quindi quella della nascita di un intero settore produttivo, proiezione di un'eccellenza che nel tempo si è affermata come uno dei baluardi del Made in Italy, consacrando il distretto modenese polo industriale dell'architettura d'interni e capitale mondiale della manifattura ceramica.

Nella sede di Fiorano Modenese, attraverso l'esposizione permanente in continuo aggiornamento di collezioni iconiche, lastre sintesi delle avanguardie tecnologiche, produzioni speciali, cataloghi e pubblicazioni che fanno mostra di sé lungo un percorso cronologico che abbraccia quasi sei decenni, è possibile conoscere l'evoluzione della ceramica italiana non solo dal punto di vista del prodotto, ma della rivoluzionaria capacità comunicativa che ne ha determinato e veicolato il primato mondiale.

È una narrazione sulla società contemporanea attraverso icone, un inedito punto di vista che intreccia la storia imprenditoriale e il suo fiorente sviluppo alla trasformazione dell'immagine e del costume italiano, dal boom economico dei primi anni Sessanta fino ai giorni nostri. Un Museo destinato a evolversi e crescere nel tempo, perché tutte le aziende del Gruppo continuano a impegnarsi nella ricerca di soluzioni innovative, tecniche ed estetiche, le cui eccellenze troveranno posto all'interno di questi spazi. Il Museo Storico è associato al circuito Museimpresa - l'Associazione Italiana dei Musei e

degli Archivi d'Impresa promossa da Assolombarda e Confindustria - e anche in questa veste promuoverà appuntamenti dedicati allo scambio e alla diffusione della cultura imprenditoriale e dei valori che uniscono tra loro aziende leader in diversi settori merceologici. Il Museo è dedicato a tutte le persone che fanno e hanno fatto parte di Iris Ceramica Group contribuendo allo sviluppo delle produzioni e del loro successo.

FONDAZIONE

Durante Cersaie 2019, in occasione della ICG Global Corporate Conference 2019, Federica Minozzi, Group Ceo, ha presentato la Fondazione Iris Ceramica Group, organizzazione privata e non profit che nasce dall'assunzione di responsabilità del Gruppo nei confronti dell'ambiente e della collettività per promuovere un modello di cultura sostenibile, l'architettura, l'arte e il design a fini di utilità sociale oltre al sostegno dei più alti valori di solidarietà cui è improntata la società civile.

La tutela dell'ambiente è da sempre elemento identitario del Gruppo, orizzonte cui orientare la produzione e la ricerca delle aziende di cui la Fondazione è emanazione, presupposto irrinunciabile della loro storia e del successo nel mondo.

Obiettivo primario recitato nello Statuto è l'impegno a costituirsi interlocutore propositivo per le comunità di riferimento, lavorando sul territorio italiano e internazionale con autorità locali, fondazioni e altri interlocutori autorevoli per crescere insieme nel segno di un modello etico di responsabilità per le aziende e le persone e offrire un palcoscenico aperto al dibattito culturale su temi e valori condivisi.

Per raggiungere questi obiettivi, la Fondazione promuove attività e progetti idonei a favorire lo scambio e il progresso



in ambito culturale, accademico e solidaristico per contribuire a un'evoluzione della coscienza civile e alla crescita sociale, partendo dalla comunità aziendale con azioni di welfare puntuali, al territorio su cui insistono le unità produttive con iniziative dedicate allo sviluppo delle persone, fino alla comunità internazionale per stimolare riflessioni e incoraggiare un pensiero sostenibile che accompagni la costruzione del futuro.

Fin dalle prime settimane di vita la Fondazione ha dato nuovo impulso all'individuazione degli strumenti più utili al benessere personale e professionale delle famiglie che contribuiscono ogni giorno al successo del Gruppo per migliorarne qualità e stili di vita con borse e vacanze studio, contributi alle rette scolastiche e premi per l'accesso a percorsi formativi in linea con l'impegno profuso.

Nel solco di un'estensione a tutta la comunità degli stakeholder di riferimento dei concetti di sostenibilità e resilienza, la Fondazione garantisce il suo sostegno ad alcune associazioni virtuose che si occupano di giovani, inclusione e supporto alle esperienze di vita meno fortunate, all'ambiente e alla sanità.

Tra queste: ActionAid per la tutela dei diritti delle donne e la lotta a tutte le forme di violenza contro i diritti umani nella convinzione che educazione, conoscenza e formazione siano gli strumenti per combattere i maltrattamenti e l'esclusione sociale e affermare diritti, libertà e autonomia; Sea Sheperd con l'Operazione Siso, campagna nel Mediterraneo per proteggere il delicato ecosistema dell'arcipelago delle Isole Eolie dalla pesca illegale e non regolamentata; Save The Children con i Punti Luce, comunità locali realizzate per offrire ai giovani dei quartieri periferici dei grandi agglomerati urbani italiani un punto di riferimento per incontrarsi, studiare, fare sport e fare luce sui loro bisogni e talenti.

Fondazione Iris Ceramica Group avrà un ruolo sempre più strategico nelle scelte di

espansione del Gruppo quale ispirazione cui improntare le prossime sfide nella convinzione che la leadership e il consenso nel proprio mercato di riferimento debbano corrispondere a un ascolto potenziato e a una sempre maggior armonia verso un umanesimo illuminato.

FLAGSHIP STORE

Il 2019 è stato un altro anno di conferme e nuove aperture per Iris Ceramica Group con l'inaugurazione di due showroom, rispettivamente a Londra e a New York, dedicati al total look e alle collezioni best seller.

Nel Regno Unito, il Gruppo ha scelto il distretto creativo di Clerkenwell, e in particolare un elegante edificio di ispirazione industriale in Old Street, per ridisegnare il proprio spazio espositivo in collaborazione con lo studio di architettura e design fiorentino Area-17.

Tre piani per una superficie complessiva di circa 600 mq che accolgono per la prima volta insieme i prodotti dei brand Ariostea, FMG Fabbrica Marmi e Graniti, Fiandre Architectural Surfaces, Iris Ceramica, SapienStone e Porcelaingres.

Non un semplice spazio espositivo ma un luogo di incontro dove interagire, ispirarsi e alimentare la propria creatività, in cui le collezioni del Gruppo danno vita ad ambientazioni contract e residenziali, fluide, idonee a trasformarsi in aree di co-working, conference room e lounge per eventi.

Common Ground è il nome del progetto, presentato in occasione dell'inaugurazione dello showroom, ideato da Henriette Thompson che ha, a sua volta, coinvolto un gruppo di designer nella realizzazione di un personale moodboard legato all'immaginario creativo londinese sui temi della sostenibilità, innovazione ed estetica, valori fondanti che accomunano il Gruppo e lo sviluppo territoriale della City.

Negli Stati Uniti, dopo l'apertura dello showroom di Chicago, è la volta di New York, a conferma della strategia aziendale che mira a posizionare il Gruppo

come player di riferimento nel mercato americano.

Un loft open space di circa 400 mq nel cuore del distretto del design newyorkese, vicino al NY Design Center, nel quartiere che accoglie i più importanti brand italiani dell'architettura e del design: un hub aperto al pubblico e a designer, architetti, progettisti, che qui possono trovare ispirazione per i progetti d'interni e il contract. Dalle facciate degli edifici ai rivestimenti per interni ed esterni fino ai top cucina e agli elementi d'arredo, protagoniste le più belle texture di Fiandre Architectural Surfaces, FMG Fabbrica Marmi e Graniti, Iris Ceramica, SapienStone, Ariosteia.

EMISSIONI ZERO

Fin dalle nostre origini la sensibilità verso una produzione responsabile e sostenibile è stata una priorità. I territori in cui viviamo e che accolgono i nostri stabilimenti sono risorse preziose, da rispettare e di cui prenderci cura, per migliorare la qualità di vita di chi li abita oggi e nel futuro. Ogni giorno ci impegniamo a raggiungere nuovi ambiziosi traguardi che coniugano etica e ricerca, innovazione e tecnologia. Per questo dal 2019 siamo fieri produttori a impatto zero attraverso impianti all'avanguardia, unici ed esclusivi, che ci hanno permesso di azzerare le emissioni di sostanze organiche volatili nell'aria.

Zero Emission è una missione che Iris Ceramica Group ha portato avanti nell'ottica di conciliare produzione e benessere dei cittadini che vivono vicino agli stabilimenti produttivi e creare un habitat a misura d'uomo. Nonostante tutti i forni di cottura delle nostre aziende rispettassero già in pieno i limiti previsti dalla legge, Zero Emission è nata come una sfida che il Presidente Romano Minozzi ha lanciato ai suoi più stretti collaboratori per andare oltre le richieste delle normative vigenti: i composti organici volatili (COV) non devono essere presenti all'uscita degli scarichi dei camini dello stabilimento di Castellarano

(RE), principale area di produzione delle grandi lastre ceramiche.

A seguito di una ricerca delle tecnologie consolidate nel campo del trattamento fumi, nello stabilimento di Castellarano, sono stati implementati tre impianti a combustore con recupero termico rigenerativo che lavorano sui fumi in uscita dai forni, abbattendo i composti organici volatili e le aldeidi, garantendo qualità dell'aria per i lavoratori e i cittadini residenti nel distretto industriale.

FAMILY DAY

Iris Ceramica Group ha accolto le famiglie dei propri dipendenti e collaboratori in occasione del primo Family Day. Una giornata di festa, felicità e condivisione per entrare nel mondo delle aziende del Gruppo senza dimenticare la solidarietà. Oltre alle tante attività di gioco per bambini e ragazzi, la giornata ha regalato un palcoscenico alle associazioni culturali e sociali quali ANT, LILT e ANWI, che hanno raccontato la loro storia ed il loro impegno. Protagonista anche il Museo Storico animato da visite guidate.

La giornata si è arricchita dalle proposte gastronomiche elaborate da La Lanterna di Diogene, di recente inserita tra i 10 finalisti del Basque Culinary World Prize 2019, che ogni anno premia l'operato di chef etici e progetti culinari solidali. Una cooperativa sociale nata dal sogno di costruire un'attività dove possano lavorare persone anche con serie problematiche sanitarie (sindrome di down, psicosi, paralisi cerebrale infantile) con l'obiettivo di produrre con la soddisfazione di aver realizzato qualcosa con persone con le quali si sta bene assieme.

COMUNICARE PER CONDIVIDERE VALORE

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.

Se la digital experience è una parte imprescindibile del nostro DNA, noi ancor oggi riteniamo che digitale e analogico siano esperienze diverse, ma ancora entrambe indispensabili. Rinunciare al punto di contatto dello showroom fisico, significherebbe far a meno di parte dell'esperienza che un brand può offrire.

Ad oggi è impossibile capire con precisione quale sia il confine tra i due mondi.

Iris Ceramica Group è una realtà internazionale articolata, basata su 8 brand principali e un diffuso sistema di spazi espositivi aperti ai quattro angoli del globo, che si raccontano anche attraverso siti web dedicati, canali social (Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn), advertising on e off line e attività di networking e PR.

Un sistema comunicativo ricco e complesso che vanta oltre cento asset online e che ha la sua eccellenza nel **magazine online Floornature.com**, nato nel 2001, quando colossi del web come YouTube e Wikipedia non avevano ancora visto la luce. Floornature.com si è imposto immediatamente come webzine di aggiornamento sui temi dell'architettura, dell'urbanistica e del design, tradotto in cinque lingue con oltre 100.000 visitatori al mese. Nel back office una vera e propria redazione di professionisti del giornalismo e dell'architettura e un team tecnico che supporta anche le aziende del Gruppo nella gestione dei rispettivi 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 prodotte e dell'identità dei brand, promosse attraverso produzioni video e fotografiche dedicate, adatte a esaltare l'ampia gamma e le innovative soluzioni proposte.

L'uso del digitale a supporto della comunicazione commerciale ha influito sul cambiamento strategico degli showroom nel mondo, trasformandoli in vere e proprie agorà di formazione e informazione sia per i collaboratori sia per i progettisti. Infatti, anche con la collaborazione di studi di progettazione di fama internazionale, vengono programmati talk, workshop e allestimenti su temi di grande attualità e interesse. Non semplici showroom espositivi quindi, ma luoghi di incontro, discussione e condivisione.

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 sono momenti fondamentali per la strategia di comunicazione del Gruppo. Sono queste infatti, fondamentali occasioni di networking e confronto con gli stakeholder di riferimento.



LA NOSTRA STORIA

Iris Ceramica Group nasce nel 1961 in un momento di particolare fermento dell'imprenditoria italiana, cui non faceva eccezione il distretto di Modena e Reggio Emilia. Erano gli anni del miracolo economico italiano e del boom dell'edilizia urbana caratterizzata dalla nascita di interi quartieri residenziali necessari ad accogliere i lavoratori che si trasferivano nel distretto ceramico, che cominciava allora a delineare la propria forza. Infatti, 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 nazionale cercando nuove opportunità tramite le esportazioni, che già nel 1980 valevano il 50% della produzione. La congiuntura negativa che coinvolse successivamente il sistema industriale italiano e l'edilizia in particolare, richiese agli imprenditori più lungimiranti nuovi sforzi e nuove intuizioni per traghettare le aziende in un mercato che stava

profondamente cambiando. Determinante fu in questo periodo l'innovazione tecnologica delle linee produttive, che implementando l'elettronica e l'automazione, permise il contenimento dei costi di produzione ed il consolidamento delle aziende fino all'avvento della monocottura.

Negli anni Novanta riprende la crescita dimensionale del Gruppo, nascono le business-unit con vocazione tecnico-specialistica e si procede per acquisizioni per rafforzare la presenza in singoli segmenti di mercato. 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 internazionale.

Sino a 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 ceramica tecnica che superano i 4.5 mq di superficie con uno spessore di soli 6 millimetri, che Iris Ceramica Group, prima tra tutte, ha reso un materiale adatto a molteplici usi e destinazioni.

2019
Nasce Fondazione Iris Ceramica Group.
Iris Ceramica Group annuncia produzione a Emissioni Zero.
Aprono flagship store Iris Ceramica Group a New York e Londra.

2018
Inaugura il Museo Storico Iris Ceramica Group a Fiorano Modenese.
Progetto Pollution 2018 - Refle-Action in occasione di Cersaie 2018 (Piazza Santo Stefano, Bologna).
Iris Ceramica Group è partner tecnico del Padiglione Italia alla 16° Biennale di Architettura.
Stonepeak Ceramics primo produttore in USA di Maxi Formati.

2017
Apra a Madrid OFICINA TECNICA, nuova gallery e showroom di Matimex.

2016
Nasce Sapienstone.

2015
Aprono FAB Fiandre Architectural Bureau a Milano e Berlino.
Apra SUPERSURFACESPACE a Mosca (ora SpazioIRIS MOSCOW).

2014
Apra FAB Fiandre Architectural Bureau a Catellarano.

2011
Nascono le maxi lastre.

2010
GranitiFiandre fornisce la pavimentazione del Padiglione Italia all'Expo di Shanghai 2010.

2009
Nasce ACTIVE CLEAN AIR & ANTIBACTERIAL CERAMIC™.

2008
Le collezioni di Iris Ceramica MA.DE e BRILLIANT sono le prime ceramiche nominate in concorso al Compasso d'Oro (XXI EDIZIONE).

2007
Apra a Milano in Tortona la galleria espositiva SPAZIOFMG PER L'ARCHITETTURA
Collezioni iconiche:
• Legni High-Tech (Ariostea)
• Luminar e Geodiamond (Fiandre)

2003
Inaugura lo stabilimento Stonepeak a Crossville (Tennessee).

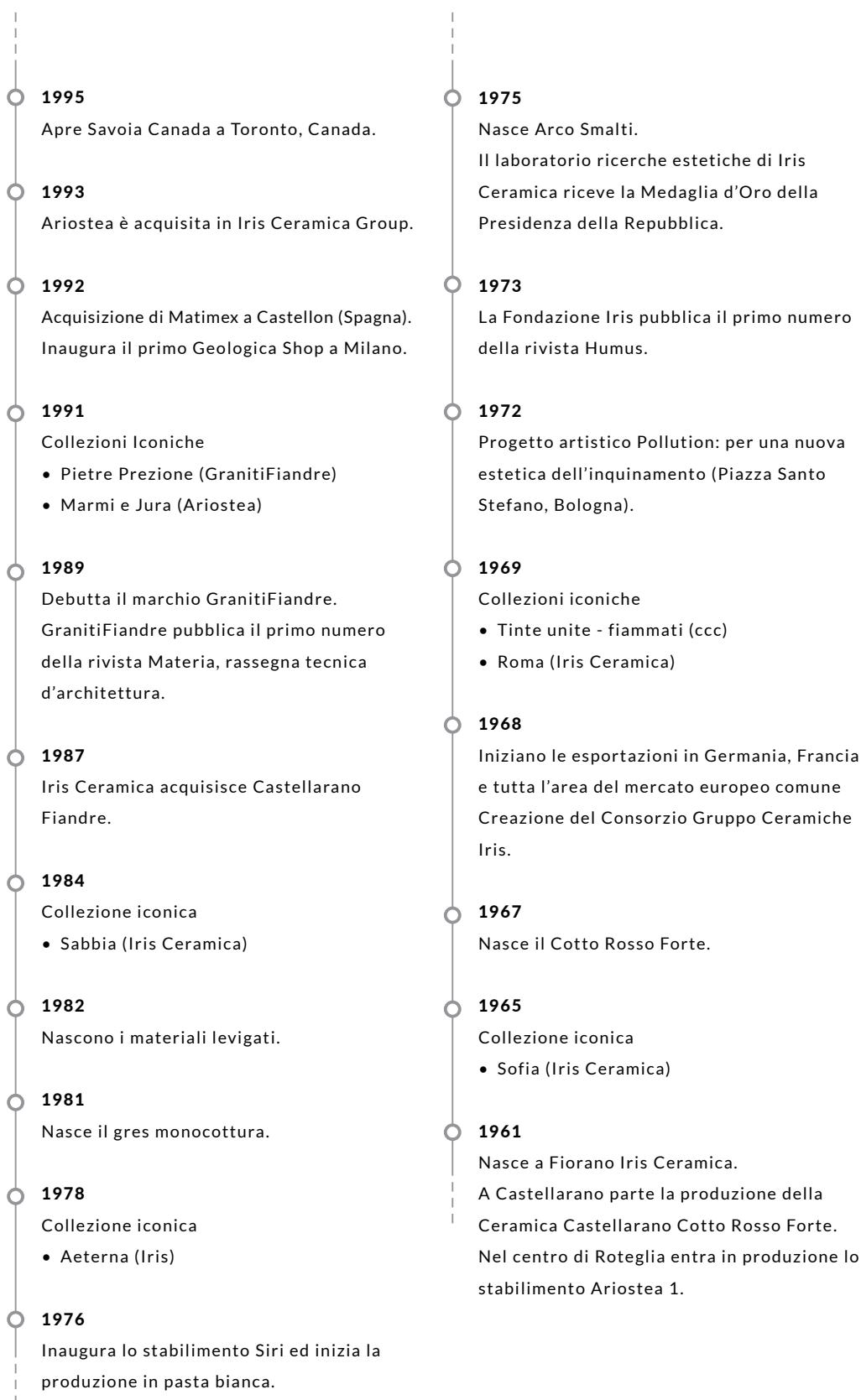
2002
Inaugura lo stabilimento Porcelaingres a Vetschau (Brandeburgo).

2001
Inaugura il nuovo stabilimento Eiffelgres a Viano sull'appennino Reggiano.
Inaugura il magazine online sull'architettura internazionale Floornature.com.
Iris Ceramica Group acquisisce Hydrodesign.

2000
Nasce la divisione Granitech a supporto dei progetti architettonici e delle strutture verticali.

1998
Nasce FMG Fabbrica Marmi e Graniti.
Inaugura lo Stabilimento Technomix.





LE DIMENSIONI DEL GRUPPO

Dopo un quinquennio di crescita esponenziale che ha visto il suo culmine nel 2017 con un incremento del fatturato del distretto del 7%, già dal 2018, complici le tensioni politiche del mercato internazionale e lo stallo dei lavori per le infrastrutture in Italia, si è registrata, per l'intero sistema produttivo italiano, una contrazione dell'export di circa il 3% e poco meno per quanto attiene al consumo interno. Il 2019 conferma la flessione

scaturita dopo l'apparizione dei dazi tra Usa e Cina, le sanzioni contro la Russia e l'Iran e la crisi dell'UE in risposta alla Brexit. Eventi straordinari che pesano sul sistema globale e che influenzano obbligatoriamente le prospettive di crescita aziendale anche negli esercizi successivi, fatta salva la considerazione generale che a momenti di grande espansione seguono necessariamente periodi di consolidamento dei risultati ottenuti.

	2017	2018	2019	Unità di misura
Totale delle operazioni (Vendite)	24.183.321	22.188.080	20.893.299	MQ
Materiali prodotti	25.415.242	23.326.059	21.027.107	MQ

	2017	2018	2019	Unità di misura
Vendite nette in paesi che costituiscono il 5% o più dei ricavi totali				
U.S.A.	186.841.448	173.270.002	163.918.479	€
ITALIA	48.119.871	43.176.859	42.697.616	€
GERMANIA	58.083.804	54.258.658	56.010.842	€

	2017	2018	2019	Unità di misura
Ricavi netti consolidati	509.208.000	483.334.000	480.681.000	€
Capitalizzazione totale (debiti e equity)	1.441.068.000	1.550.024.000	1.718.795.000	€



DETERMINAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto di un'impresa rappresenta la ricchezza prodotta dall'azienda nel corso del suo esercizio ed è individuabile come differenza tra la produzione lorda ed il consumo di beni e servizi. L'analisi della distribuzione del valore aggiunto è 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. La ricchezza prodotta e distribuita non è costituita solo dall'utile d'esercizio, ma comprende voci che nel Bilancio sono 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

VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO (MIGLIAIA DI EURO)				
	2017	2018	2019	NOTE
a) ricavi	532.335	556.508	554.214	vendite nette più ricavi da investimenti finanziari e vendita di beni
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO				
b) costi operativi	351.925	331.614	313.915	pagamenti a fornitori, investimenti non strategici, royalty, agevolazioni di pagamento
c) retribuzioni e benefit	109.453	105.572	110.858	uscite monetarie per i dipendenti (pagamenti correnti e non impegni futuri)
d) pagamenti ai fornitori di capitale	4.207	4.526	4.413	tutti i pagamenti ai fornitori di capitale dell'organizzazione
e) imposte e tasse	21.605	33.304	25.770	imposte e tasse lorde
f) investimenti nella comunità	348	31	205	contributi volontari e investimenti di fondi nella comunità (includere le donazioni)
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO				
(differenza tra valore economico generato e valore economico distribuito)	44.817	81.461	99.053	investimenti, equity release, ecc.



REP. SUDAFRICANA

LATVIA

TAIWAN

AUSTRIA

SVEZIA

CROATIA

REPUBBLICA CECA

MAROCCO

SERBIA E MONTENEGRO

PORTOGALLO

REGNO UNITO (U.K.)

SEYCHELLES

GIORDANIA

TUNISIA

COSTA D'AVORIO

ARABIA SAUDITA

ALGERIA

LUXEMBOURG

UKRAINA

DANIMARCA

CINA

AZERBAIJAN

MACEDONIA

U.A.E.

UNGHERIA

HONG KONG

POLINESIA FRANCESE

SLOVENIA

ETIOPIA

OLANDA

AUSTRALIA

BRASILE

REP. SAN MARINO

BELARUS

AUSTRIA

BELGIO

USA

KOREA DEL SUD

INDIA

LIBANO

LITHUANIA

ISRAELE

CIPRO

ROMANIA

SVIZZERA

FEDERAZIONE RUSSA

SERBIA

QATAR

GRECIA

EIRE

UNITED ARAB EMIRATES

MONTENEGRO

GIAPPONE

POLONIA

ESTONIA

OMAN

FRANCIA

LIECHTENSTEIN

SPAGNA

MONACO

MESSICO

CAMEROUN

PERU

CROATIA

KUWAIT

SINGAPORE

ALDIVE

NUOVA ZELANDA

BOSNIA-HERCEGOVINA

GRECIA

CONGO

BULGARIA

MALTA

IRAN

ITALIA

GEORGIA

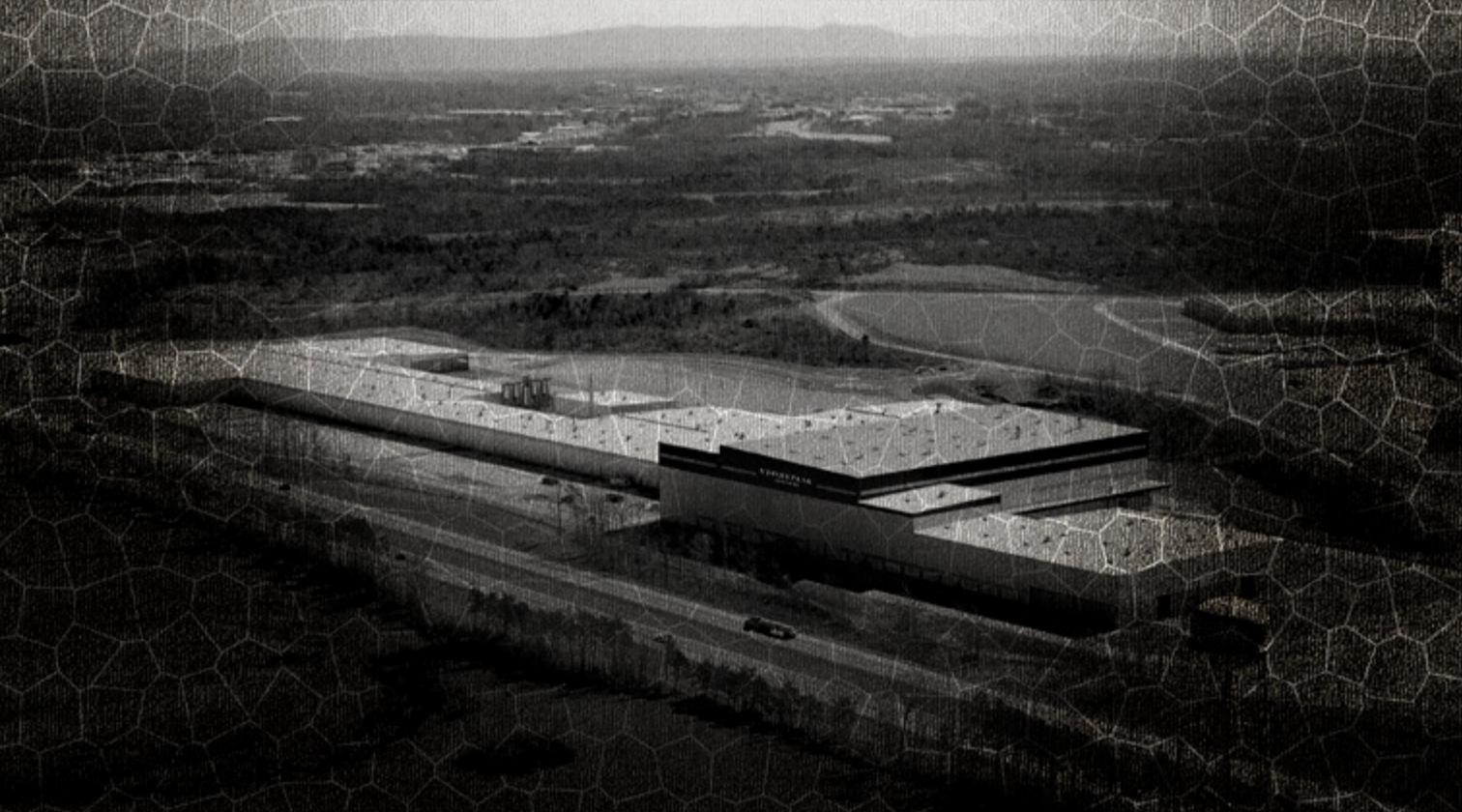
GERMANIA

TURCHIA

SLOVAKIA

CANADA





UNA STRUTTURA ARTICOLATA PER SOSTENERE UN BUSINESS INTERNAZIONALE

Il successo di Iris Ceramica Group deriva da un forte dinamismo legato sia alla visione del Presidente e Fondatore, Romano Minozzi, sia all'audacia di nuove creazioni. 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 da interno ed esterno, a uso residenziale, pubblico e commerciale.

Un Gruppo che si identifica nei suoi talenti e che esporta nel mondo l'eccellenza del Made in Italy.

Grazie a una capillare rete distributiva, a 9 stabilimenti produttivi dislocati in Europa e in America, a prestigiosi Flagship Store aperti al centro delle capitali del design internazionale da New York a Londra, da Milano a Berlino, da Mosca a Madrid, 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 comprende 9 marchi di riferimento e un articolato sistema di business unit interne, a garanzia di un elevato standard qualitativo e di un'assistenza efficace e completa.

I brand del gruppo propongono 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 e innovativi, dal forte potenziale come Active Surfaces, Porcelaingres, Stonepeak Ceramics, Sapienstone ed Eiffelgres che si inseriscono in una fascia alta di mercato, offrendo superfici ceramiche evolute che coniugano design e tecnologia.



LA STRUTTURA DEL GRUPPO

Iris Ceramica Group S.p.A. è la holding di un gruppo 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 esporta nel mondo l'eccellenza del Made in Italy grazie ad una

capillare rete distributiva e a 9 stabilimenti produttivi dislocati in Europa e negli Usa, i materiali Iris Ceramica Group sono venduti in oltre 100 paesi nel mondo con una ampia scelta di soluzioni per l'architettura e l'interior design.

Al 31/12/2019 Iris Ceramica Group S.p.A. è così strutturata:

Società produttive:

GRANITIFIANDRE S.P.A.

con sede a Castellarano (Reggio nell'Emilia) in Italia.

STONEPEAK CERAMICS INC.

con sede a Crossville (Tennessee) USA.

PORCELAINGRES GMBH.

con sede a Vetschau nel Brandeburgo in Germania.

IRIS CERAMICA LLC.

con sede a Mosca in Russia, recentemente costituita per lo sviluppo di un progetto di futura attività di produzione locale.

Società commerciali e di servizi:

IRIS CERAMICA GROUP UK LTD.

fondata nel 2019, con sede a Londra (UK).

ARCHITECTURAL IMPORTS LLC.

con sede a Miami (USA).

FIANDRE IRIS CERAMICA OOO.

con sede a Mosca (Russia).

LA CERAMICA S.R.L.

con sede a Bologna, Italia.

MATIMEX S.A.:

con sede a Castellón (Spagna).

ARCAREL INTERNATIONAL S.A.S.

con sede a Jouars-Pontchartrain (Francia).



Società di servizi:

TECHNORIUNITE S.R.L.

con sede a Castellarano (Reggio Emilia), opera nella fornitura e posa in opera di pavimenti e rivestimenti specialmente sulle grandi opere architettoniche.

CONSORZIO SICUREZZA S.R.L.

con sede a Sassuolo (Modena), è attiva nel campo della sicurezza industriale.

STUDIO SECON S.R.L.

con sede a Modena, è attiva nei servizi di assistenza fiscale e amministrativa.

Società finanziarie:

Finanziaria Ceramica Castellarano S.p.A.

con sede a Modena.

Società immobiliari:

NORWICH S.R.O.

La società ha sede nella Repubblica Ceca.

Fondazione Iris Ceramica Group

inscritta nel registro delle persone giuridiche il 16 Settembre 2019, su iniziativa di due dei soci fondatori, Romano e Federica Minozzi, quale segno tangibile dalla responsabilità di un grande gruppo industriale nei confronti dell'ambiente del territorio e della collettività. Donatori e soci fondatori, oltre a Romano e Federica Minozzi, le due società Iris Ceramica Group e Granitifiandre.

Nel corso del 2019 in conseguenza di operazioni di riorganizzazione delle articolazioni del Gruppo sono state fuse per incorporazione o liquidate, le sottostanti società:

IMMOBILIARE SANTA ROSA S.A.S.

con sede a Modena, fusa per incorporazione in Granitifiandre spa

MEDITERRANEA LLC.

con sede a Miami (USA) fusa per incorporazione in Architectural Import llc.

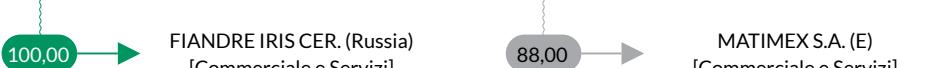
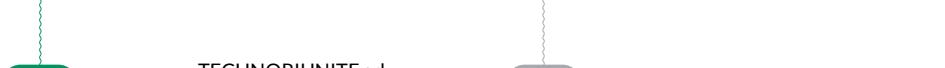
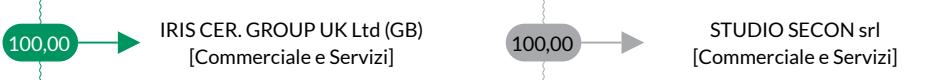
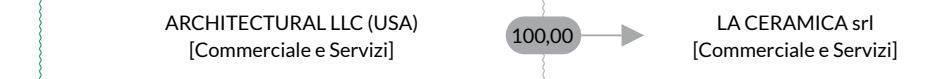
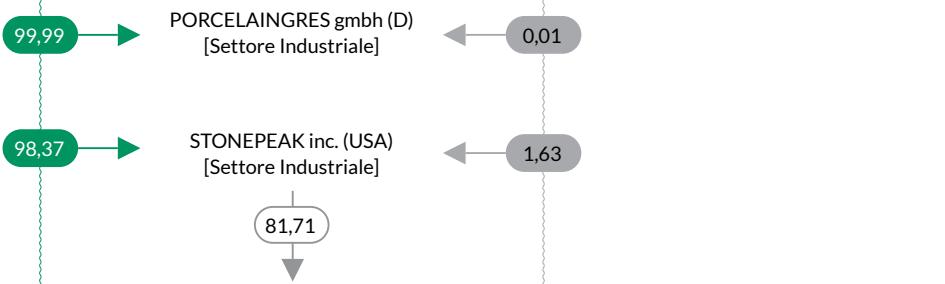
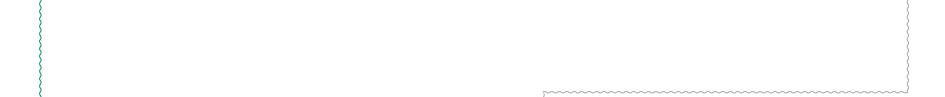
SAPIENSTONE INC.

con sede a Chicago (USA) fusa per Incorporazione in Stonepeak Ceramics inc.

IRIS CERAMICA FRANCE S.A.S.

con sede a Cannes (Francia) liquidata.

IRIS CERAMICA GROUP SPA
[Finanziaria Capogruppo]



BRAND UN UNICO GRUPPO, TANTE STORIE DI SUCCESSO

Sinergia, unione, collaborazione.

La presenza di brand con connotazioni e target diversi come quelli che compongono Iris Ceramica Group non è solo frutto di una scelta strategica a livello manageriale e organizzativo; è un modo di pensare l'azienda, un'offerta completa e integrata che arricchisce il settore. Nel pieno rispetto delle peculiarità e dell'identità di ogni azienda, far parte della nostra grande famiglia significa per ciascuno

di noi crescere insieme, avere maggiori opportunità, offrire un servizio globale al consumatore all'insegna della qualità e della completezza di gamma. Essere un Gruppo significa avere un approccio condiviso al mercato, mettere a frutto tecnologie, asset strategici e metodologie produttive, condividere iniziative e risorse per non essere più solo un insieme di aziende manifatturiere, ma divenire una risposta efficace e vantaggiosa per i nostri clienti.



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



FMG Fabbrica Marmi e Graniti, distribuisce pietre naturali prodotte in fabbrica grazie alle più evolute tecnologie di produzione "a tutta massa" per creare collezioni ispirandosi alle dimore nobiliari italiane.



Ariosteas 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 on demand fortemente customizzato.



Eiffelgres è una realtà innovativa non solo per la qualità dei prodotti ma soprattutto per il suo impegno, garantito anche dalle certificazioni, ottenute in una crescita economica sostenibile e nella salvaguardia dell'ambiente. Fondata nel 2001, è al fianco dei progettisti che privilegiano questi valori.



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 grès porcellanato per pavimenti e rivestimenti.



Col giovane brand Sapienstone realizziamo top da cucina in grès porcellanato, con grande cura per l'estetica e la funzionalità del prodotto.



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.



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

COMPETENZE INTEGRATE PER UNA PROGETTAZIONE CONSAPEVOLE

Desideriamo raggiungere l'eccellenza in tutte le fasi della nostra produzione ed è per questo che condividiamo in maniera strategica asset fondamentali e una comune base valoriale. Iris Ceramica Group presidia l'intera filiera del costruire moderno; oltre alle aziende manifatturiere fanno infatti parte del Gruppo società dedicate specificatamente agli aspetti tecnici di installazione e posa dei

materiali, capaci di offrire un supporto professionale e consulenziale a ingegneri, progettisti, designer e posatori anche nelle commesse più ambiziose. Innovazione, sperimentazione e sviluppo sono le parole chiave che guidano in maniera trasversale l'attività di ricerca, consentendoci di ottenere risultati tangibili che confermano la nostra posizione di leadership nel settore.

GRANITECH



La società Technoriunite e la divisione tecnica Granitech offrono supporto e soluzioni personalizzate ai professionisti più esigenti per la messa in opera del prodotto ceramico, affiancandoli dalla progettazione alla realizzazione di pavimenti, rivestimenti e facciate, fino alle fasi di gestione e assistenza in cantiere.

La pluriennale esperienza nel settore e la capacità di soddisfare tutte le diverse esigenze rendono la divisione tecnica del Gruppo il miglior alleato di ingegneri, progettisti, architetti e costruttori: questo garantisce qualità ed efficienza dove la componente estetica e le prestazioni dell'opera diventano imprescindibili per soddisfare le committenze più qualificate.

L'attività di Technoriunite e Granitech si estende anche a supporto di tutti i professionisti impegnati in prima persona nell'utilizzo e nella posa del prodotto ceramico, attraverso la fornitura dei migliori strumenti tecnici e di corsi formativi altamente professionalizzanti, inerenti soprattutto la gestione e l'impiego dei grandi formati ceramici nelle innumerevoli applicazioni.

Una garanzia assoluta in termini di competenze, affidabilità, spirito innovativo, qualità dei materiali e delle tecnologie impiegate, che si traduce in un servizio di altissimo livello per gli attori dell'edilizia e dell'architettura contemporanea.



ATTRARRE, COINVOLGERE E CONQUISTARE

Le molteplici applicazioni delle nuove tecnologie consentono una democraticità digitale che ha profondamente cambiato le aspettative e le richieste commerciali del pubblico. È l'utente che integra, al tradizionale appuntamento in negozio, una preventiva accurata informazione online sui prodotti con ricerche all'interno di portali di settore, magazine, blog.

La grande facilità di reperire notizie, verificare performance e fare confronti è una buona opportunità per accedere direttamente al mercato che diventa così molto più competitivo ed esigente e, in questo contesto, gli spazi di esposizione e promozione dei prodotti devono

necessariamente integrare i loro servizi.

I nostri showroom sono cambiati assecondando l'innovazione digitale evolvendo fino a divenire un canale complementare e di supporto alla promozione ON e OFFLINE, spazi di servizio e di esperienza, punti di contatto dove mission, vision e corporate identity sono in linea con le strategie di Gruppo.

I nostri Flagship Store si sono trasformati da luoghi strettamente commerciali, in spazi in cui il brand trasmette i valori e le qualità aziendali, coltiva relazioni con i propri stakeholder e crea occasioni di incontro e formazione.

Arcarel
International

ew
eurowest
decorative
surfaces

iros
U.S.

Matimex

TCL
transceramica
Innovation
beyond surfaces

VERSITALIA
PIRELLA GÖTTSCHE LOWE TECHNOLOGIES

**IRIS
CERAMICA
GROUP**
LONDON

**IRIS
CERAMICA
GROUP**
BERLIN



**SPAZIOIRIS
RUSSIA**

SPAZIOFMGPERL'ARCHITETTURA

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

Il consiglio di amministrazione resterà in carica fino all'approvazione del bilancio dell'esercizio 2019.

Collegio Sindacale

Attualmente composto da 5 persone:



Guidi dott. Gian Carlo
Presidente



Maggioni rag. Dario
Sindaco effettivo



Parisi dott.ssa Rosa Carla
Sindaco effettivo



Leoni dott. Roberto
Sindaco supplente



Melandri dott. Luca
Sindaco supplente

Revisore legale dei conti

Deloitte & Touche spa

Al revisore legale dei conti è stato conferito l'incarico di revisione legale dei conti per il triennio 2019-2021.

Il bilancio d'esercizio e consolidato di Iris Ceramica Group spa è sottoposto a revisione da parte di Deloitte & Touche SpA.

L'Organismo di Vigilanza di Granitifiandre spa è composto da tre membri nominati in data 30 aprile 2019, che permarranno in carica fino al 31 dicembre 2021. L'Organismo di Vigilanza relaziona annualmente al Consiglio di Amministrazione sulla propria

attività, volta a prevenire la commissione dei reati di cui al D.Lgs 231/2001 (e successive integrazioni/modifiche) attraverso la verifica dell'adeguatezza del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e del Codice Etico adottati dalla Società, nonché attraverso la verifica dell'osservanza delle previsioni in essi contenute.



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 alla soddisfazione 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 vita umana: ambiente, salute, recupero del patrimonio architettonico e dei beni culturali. Le condizioni dei collaboratori 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 stakeholder 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 e impresa.

Per questo, nel 2020 abbiamo organizzato un primo stakeholder engagement dove confrontarci con tutti coloro che interagiscono a vario titolo con ICG. È stato un momento di riflessione utile a raccogliere indicazioni per l'elaborazione della nostra strategia di medio e lungo periodo.

Noi crediamo che porre in essere comportamenti etici verso i portatori di interesse, favorisca un miglioramento della performance aziendale; l'alta soddisfazione degli stakeholder permette all'azienda di conseguire anche vantaggi competitivi e quindi aumentare il profitto. Adottiamo comportamenti eticamente corretti, perché funzionali agli obiettivi dell'Azienda e perché crediamo sia moralmente giusto farlo. Crediamo che nel mondo ci sia parimenti bisogno di verità, di eticità e di bellezza.

STRATEGIA E APPROCCIO PRECAUZIONALE

Soddisfare i bisogni del consumatore d'oggi è decisamente più impegnativo rispetto al passato. La maggiore 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 si rivela fondamentale per la conquista e il consolidamento di un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti, condizione necessaria per la sopravvivenza. Un'organizzazione che punta alla qualità deve 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 da 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 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 procedura prevede infatti un'integrazione tra i principi di gestione del rischio e lo sviluppo del sistema di gestione

della qualità.

La collaborazione degli 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 workflow 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 stakeholder accedono in maniera selettiva, ma celere, ad alcune informazioni chiave legate al processo, relative a esempio all'avanzamento delle attività, ai costi sostenuti, alle previsioni di chiusura. Queste condizioni sono in grado di creare un ambiente di sviluppo coeso anche quando i processi 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 practice siano seguite e rendendo il workflow stesso un patrimonio aziendale.
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.
3. Digitalizzazione, aprendo alla possibilità di tracciare le informazioni, l'analisi di percorsi, frequenze e tempi



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.

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.

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



COSA FACCIAMO

La nostra storia parte da lontano e come tutte le grandi storie italiane di successo è fatta di sognatori che hanno creduto in una visione e di interpreti che l'hanno trasformata in realtà. Iris Ceramica Group è oggi uno dei maggiori gruppi industriali italiani specializzato nella produzione di ceramica tecnica e grès porcellanato di alta gamma. Con le nostre opere, molto più che semplici superfici, aspiriamo a far immergere i nostri clienti in un mondo materico, fatto di sensazioni e suggestioni uniche. La produzione Iris Ceramica Group si distingue per la qualità delle finiture, l'originalità dello stile, la cura del dettaglio e l'innovazione tecnologica. Dal 1961

il fondatore Romano Minozzi trasmette la sua dedizione per la ricerca della perfezione estetica a un Gruppo che, nel tempo, si è costantemente espanso e consolidato.

La collaborazione tra le aziende e i brand che compongono il Gruppo, in una continua tensione verso il nuovo, genera prodotti di design dalle elevate prestazioni che sono il fondamento di un'impresa di successo e in continuo sviluppo: innovazione, know-how, profondità di gamma, spirito di condivisione, ampiezza di risorse e strategie mirate consolidano ogni giorno Iris Ceramica Group al vertice mondiale di settore.



TECNOLOGIA. DESIGN. BELLEZZA.

La purezza della materia diventa estetica quotidiana. Trasformiamo idee innovative in modi di vivere che assicurano elevati standard qualitativi, bellezza e sostenibilità. La forza di un Gruppo per garantire altissimi livelli di creatività e l'eccellenza manifatturiera nella realizzazione di superfici ceramiche al servizio dell'architettura e del design contemporaneo.

La purezza della natura primordiale e il fascino della cultura del bello tipicamente italiano sono tra le nostre maggiori fonti di ispirazione. Ogni giorno apriamo le nostre

menti e lasciamo che le esigenze e i desideri dei nostri stakeholder diventino nuova materia da plasmare per realizzare superfici esclusive, funzionali e performanti. Design e finiture uniche, decorazioni e brillantezza dei colori, ogni aspetto dei nostri prodotti è frutto di ingegno e creatività, una fusione di talento e pensiero. Progettiamo soluzioni estetiche distinte, espressioni della costante evoluzione tecnica che da sempre garantisce al Gruppo una posizione di leadership nel settore e una grande visibilità a livello mondiale.

ACTIVE SURFACES™

Abbiamo necessità di vivere in sicurezza e in libertà gli spazi della nostra quotidianità, senza rinunciare al design. Per questo le scelte dei materiali per progetti architettonici e di interior decoration che faremo, saranno orientate a garantire il massimo del benessere e della protezione della nostra salute, in modo semplice e duraturo. Le superfici ACTIVE sono la risposta 100% italiana che, oltre ad offrire una forte valenza estetica, soddisfa il bisogno di benessere e di sicurezza.

ACTIVE SURFACES è l'unica ceramica fotocatalitica, antibatterica, antivirale ed anti-inquinamento al mondo certificata ISO e brevettata a livello internazionale, presente con successo da 10 anni in tutto il mondo. I prodotti ACTIVE SURFACES sono ceramiche di alta qualità per pavimenti e rivestimenti, in aree interne ed esterne, per rivestire ambienti e arredi per la cura della persona o destinati alla preparazione e consumo di cibi come top cucina, tavoli, banconi e piani di preparazione.

AZIONE AUTO-PULENTE

Grazie alle proprietà fotocatalitiche di ACTIVE SURFACES, lo sporco aderisce meno alla superficie delle lastre, che risultano più facili e veloci da pulire. Pulizia facile e veloce, con conseguente riduzione dell'uso di detersivi costosi e aggressivi, spesso tossici per l'uomo e dannosi per l'ambiente. Le proprietà super idrofile di ACTIVE SURFACES consentono di pulire le superfici semplicemente con acqua e detersivi blandi. Sulle facciate esterne ad esempio, l'azione della pioggia sulle lastre è sufficiente per mantenerle pulite a lungo, preservandone l'estetica e riducendo notevolmente i costi di manutenzione.

AZIONE ANTI-INQUINAMENTO

ACTIVE SURFACES è in grado di convertire molecole volatili di inquinanti pericolosi come gli ossidi d'azoto (NOx) e i composti organici

volatili (VOC) in sostanze innocue, con grandi vantaggi per il benessere dell'uomo sia in luoghi esterni che in ambienti interni. Le lastre in ceramica fotocatalitica ACTIVE sono in grado di eliminare in modo permanente e continuo le molecole inquinanti presenti nell'aria con la semplice azione della luce. ACTIVE SURFACES è l'unica ceramica al mondo che lavora con qualsiasi tipo di illuminazione, anche con le nuove lampade LED a risparmio energetico.

AZIONE ANTIBATTERICA e ANTIVIRALE

È certificato che, grazie al processo di ossidazione indotto dalla fotocatalisi, le superfici ACTIVE sono in grado di eliminare i batteri al 99,99%; dai più comuni, come l'*Escherichia Coli*, ai più pericolosi e antibiotico-resistenti come lo *Staphylococcus Aureus* MRSA. Recenti certificazioni ISO dimostrano inoltre l'attività antivirale di ACTIVE SURFACES; i test, condotti su due ceppi virali particolarmente insidiosi e contagiosi come il virus influenzale H1N1 e l'Enterovirus 71, dimostrano l'efficacia oltre il 99% nei confronti dei virus. Il biossido di titanio combinato con argento potenzia le performance antibatteriche e antivirali di ACTIVE SURFACES, rendendole efficaci con luce naturale, ma anche in presenza di luci LED, in condizioni di scarsa illuminazione e perfino al buio. Unitamente a ciò, risultano certificate anche le proprietà antimuffa e antifungina del prodotto ACTIVE.

AZIONE ANTI-ODORE

Le superfici ACTIVE sono in grado di degradare le principali molecole responsabili dei cattivi odori che vengono così eliminati, rendendo gli ambienti più gradevoli. Infatti, il processo fotocatalitico porta alla degradazione delle molecole organiche odorigene che vengono a contatto con le superfici ACTIVE, preservando un ambiente confortevole, privo di inquinamento sensoriale fastidioso.



GRANDI LASTRE CERAMICHE

Un traguardo di pura avanguardia architettonica: le superfici diventano di grandi dimensioni (fino a 3m x 1,5m) e arricchiscono l'orizzonte applicativo

dei rivestimenti ceramici. Libertà di interpretazione della materia e nuovi scenari di progettazione tra colore, texture e design.

DESIGN YOUR SLABS

In risposta al sempre crescente desiderio di personalizzazione e 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: qualsiasi idea grafica

e artistica può essere riprodotta con la massima definizione su superfici di qualsiasi dimensione, dando vita a rivestimenti unici, frutto dell'immaginazione del committente. Una tecnologia inedita che cambia il modo di vestire gli spazi aprendo nuove strade all'interior design e all'architettura dei grandi spazi contemporanei, con la garanzia di ottenere sempre i massimi risultati dal punto di vista estetico e tecnico.

DIESEL LIVING WITH IRIS CERAMICA

La passione per la moda e il design si sono incontrate nel 2016 ed hanno dato vita ad una collaborazione tra due realtà, che si è presentata sul mercato internazionale col brand Diesel Living with Iris Ceramica. Il sodalizio tra Diesel Living, divisione arredo del marchio di casa Otb, e Iris Ceramica, ha prodotto numerose soluzioni dal gusto eclettico per la casa, il contract e il retail. Superfici originali, fuori dagli schemi, talvolta ispirati al cemento, talvolta a vetro, metalli e tele. Le suggestioni urbane e naturali si mescolano così ad atmosfere esotiche e spaziali, dando origine ad inediti scenari dell'abitare. Nel 2019 il cammino della nuova icona dell'interior design Made in Italy è

proseguito con nuove interpretazioni eclettiche sul tema dei rivestimenti. Così sono le suggestioni cromatiche dei pueblos latini a definire il nuovo Cement Mexican, dove la solidità del cemento sposa le tinte della terra, dell'oceano, del sole e della vegetazione tropicale. Con Shades of Blind, invece è il movimento a fare da base per composizioni geometriche che reinterpretano l'effetto delle tende plissettate in alluminio. Grande successo è stato registrato in particolare al Salone del Mobile di Milano prima e di Shanghai successivamente, dove le ultime novità hanno incontrato il gusto del pubblico giovane ed esigente che ama l'inconfondibile stile contemporaneo.

PROGETTAZIONE E SVILUPPO DI PARETI VENTILATE

Dalla fusione di ingegno e applicazione architettonica nascono i rivestimenti esterni ventilati. L'essenza del bello incontra elevate performance tecniche in un risultato unico che porta a un elevato risparmio termoenergetico: benessere strutturale delle pareti, protette da aggressioni esterne e dall'esposizione meteorologica, per un perfetto isolamento termo-acustico.

INNOVAZIONE E SVILUPPO SOSTENIBILE

Quasi il 10% del nostro fatturato annuo viene investito in ricerca e sviluppo perché siamo certi che non ci sia nulla di più importante per guardare al domani con fiducia. L'innovazione non è solo un obiettivo, ma rappresenta il cuore pulsante della nostra strategia aziendale.

Il senso profondo di innovare un prodotto ceramico è prendere ogni volta la materia prima e inventare per lei un nuovo futuro con un impegno costante in ricerca, nuove tecnologie e responsabilità sociale. Il prodotto che offriamo è un'idea, un progetto, un sistema di valori che abbraccia l'agire dell'impresa all'interno della società, ponendo al centro l'interesse del nostro cliente e il miglioramento della qualità della vita.

La responsabilità va oltre la superficie e trova la sua origine nella natura della manifattura determinata a una produzione

sostenibile e alla tutela dell'ambiente in cui viviamo e abitiamo. Ogni nostro prodotto è il frutto di ingegno artistico e creatività, una fusione di talento e pensiero al servizio della bellezza della natura. Perché il bello è forza sostenibile.

Il fare innovazione votato alla sostenibilità ci porta a cercare sempre nuove combinazioni di materie prime con stili originali e funzionalità innovative anche grazie alla tecnologia. Il nostro prodotto di design è unico ed è sintesi di qualità, pregio estetico, avanguardia tecnologica, maestria manifatturiera con un basso impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita. Icona di questa sfida è ACTIVE SURFACES, un rivoluzionario materiale ecoattivo per la riduzione dell'inquinamento atmosferico ed una maggiore salubrità degli ambienti di vita.



PREMIO COPERNICO40 AGLI AWARDS 2017 DEL 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.

UN NETWORK CREATIVO E ISPIRATO

Uno dei nostri principali obiettivi è esaltare la bellezza del saper fare italiano e sostenere la creatività di artisti, designer e architetti, per lasciare un segno tangibile nel panorama culturale mondiale. Fin dall'inizio della nostra storia abbiamo legato il concetto di arte a quello di sostenibilità, affinché i nostri messaggi, destinati a pubblici sempre più ampi, divenissero anche un mezzo per risvegliare le coscienze. Attraverso il coinvolgimento di tutti gli stakeholder, persone e organizzazioni con background diversi, abbiamo costruito un network di relazioni creativo e ispirato da fiducia, rispetto e valori condivisi. Un capitale sociale che vale la nostra reputazione, che vogliamo proteggere e valorizzare assicurando integrità, correttezza e trasparenza nella gestione di tutte le attività aziendali. L'ascolto delle esigenze, delle aspettative e degli obiettivi dei nostri interlocutori è la forza innovativa che ci permette di elaborare nuovi processi e realizzare azioni concrete che mirino alla soddisfazione del network ed a generare valore per tutta la catena.

Grazie a questa strategia attiva e partecipativa, il valore economico che generiamo viene ridistribuito nella nostra operatività quotidiana per creare una comunità solida e coesa.

Abbiamo creato installazioni articolate e complesse, prodotto performance artistiche di respiro internazionale, ospitato mostre di fotografia, design e architettura, sponsorizzato eventi artistico-culturali di rilievo assoluto come la XVI Biennale di Architettura di Venezia in cui siamo stati lo sponsor tecnico del Padiglione Italia, curato dall'architetto Mario Cucinella con il progetto Arcipelago Italia e tutto questo l'abbiamo fatto con uno scopo: riflettere e far riflettere sul nostro impatto sul pianeta, sull'influenza positiva o negativa delle nostre azioni. Investiamo nel futuro anche attraverso le partnership in ambito formativo. Collaboriamo con università ed enti di formazione italiani e internazionali: una preziosa fucina creativa con cui condividere il nostro spirito innovatore e dal quale attingere talenti e intuizioni per progettare spazi a misura d'uomo.



COLLABORAZIONI CON UNIVERSITÀ E DIALOGO

Collaboriamo con le migliori voci dell'architettura per portare il nome del Gruppo nel mondo.

Siamo impegnati in un dialogo attivo con i professionisti del costruire, i nostri interlocutori privilegiati. Con uno sguardo attento all'innovazione nell'architettura e nel design contemporaneo, ci lasciamo contaminare dalle ispirazioni dei professionisti dell'abitare, da ingegneri e contractor per progettare un vivere contemporaneo sostenibile ed efficiente.

Siamo fieri promotori di progetti a supporto del mondo della formazione come occasione vitale di crescita e di confronto, in particolare dell'alta formazione universitaria e accademica nazionale e internazionale. I progettisti del domani sono una fucina creativa da valorizzare per trovare soluzioni innovative per ripensare gli spazi del futuro.

La proficua collaborazione instaurata tra la formazione e la produzione è fondamentale per la solidità del Gruppo e permette di realizzare nuovi progetti che stimolino il pensiero e l'investimento in un futuro diverso.

Molte sono le collaborazioni e le partnership che abbiamo intrapreso con le più importanti università e scuole di alta formazione come lo IUAV di Venezia, il Politecnico di Milano, l'Istituto Europeo di Design, la Nuova Accademia del Design, l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia, YAC Young Architects Competition e la SOS - School of Sustainability di MCA Architects fondata da Mario Cucinella.

Promuoviamo contest internazionali che indagano la relazione tra l'uomo, l'architettura e la natura, per stimolare i giovani professionisti verso tecnologie per un costruire responsabile, a tutela del nostro presente e del nostro domani.

STAKEHOLDER/ INFLUENCER

MATERIATTIVA



con

SOS

multi-camerali architetture

MC A



MANIFESTAZIONI ED EVENTI

All'interno di una strategia globale che mira a consolidare il posizionamento del Gruppo come player di riferimento per l'eccellenza nell'architettura, puntiamo a una mirata pianificazione di manifestazioni fieristiche ed eventi per incontrare i pubblici di interesse, ampliare la rete di relazioni a livello nazionale, europeo e internazionale e creare occasioni tese alla massima diffusione dei nostri valori.

Il dialogo con un network consolidato e lo sviluppo di nuovi contatti ci permette di essere continuamente aggiornati sul mercato e intercettarne le esigenze, per trasformarle in continue opportunità di crescita. In quest'ottica partecipiamo alle più importanti manifestazioni dedicate al settore tra cui il Salone del Mobile a Milano, il Cersaie a Bologna, il Coverings negli USA, il Batimat a Mosca, il Surface Design Show a Londra, LivingKitchen a Colonia, il Salone del Mobile a Shangai e a varie edizioni

europee degli Architect@work. Nei nostri showroom, sempre più diffusi a livello internazionale, organizziamo ogni anno numerosi eventi in cui architetti, progettisti ed interior designer, si incontrano con il pubblico degli appassionati, le scuole e le università, per approfondire i grandi progetti d'architettura, le nuove tendenze dell'interior, per scambiarsi idee e alimentare la creatività e la conoscenza. Per diffondere la nostra visione votata all'ecosostenibilità abbiamo creato installazioni, prodotto performance artistiche, ospitato mostre di fotografia, design e architettura, supportato eventi artistico-culturali di rilievo internazionale, come la Biennale di Architettura di Venezia, Pollution 2018, The Architects Series. Vogliamo amplificare i nostri messaggi per riflettere e fare riflettere sul nostro impatto sul pianeta.

LOCATION/AREA DI INTERESSE

FIERE 2019	TOTALE	ITALIA	EUROPA	USA	RESTO DEL MONDO
Partecipazioni	60	5	24	29	2

EVENTI 2019	TOTALE	ITALIA	INTERNAZIONALE	USA	RESTO DEL MONDO
Sponsorizzazione					
Eventi culturali e professionali	17	11	6		
Organizzazione seminari e workshop	413	13	32	363	5
Organizzazione concorsi d'architettura e design	2	1	1		

BUDGET COMUNICAZIONE 2019	TOTALE
Fiere	€ 5.701.734
Meeting ed eventi	€ 1.762.909
Showroom	€ 9.024.865
TOTALE BUDGET 2019	€ 16.489.508

INVESTIMENTI DEL GRUPPO PER STAKEHOLDER	TOTALE
2017	€ 9.867.000,00
2018	€ 11.302.885,00
2019	€ 16.013.519,00

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 indirizzo 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 ISO 45001. 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.co

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.



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.

UNA FILIERA VIRTUOSA

1. Sostenibilità dei processi e dei prodotti

Gli stabilimenti produttivi di Iris Ceramica Group hanno una capacità produttiva complessiva per circa 30 milioni di metri quadri all'anno di superfici ceramiche.

Il Gruppo è impegnato sul fronte della sostenibilità dei suoi prodotti e dei processi produttivi, ponendo una grande attenzione al tema ambientale con un'attenzione particolare alla catena di fornitura che il gruppo monitora costantemente. Infatti nei processi di approvvigionamento la convenienza economica viene valutata parimenti agli aspetti legati alla sostenibilità dei fornitori in ambito ambientale e sociale, prediligendo local supplier, dove per local intendiamo fornitori italiani per l'Italia, tedeschi per la Germania e americani per gli USA. I fornitori vengono valutati dall'Ufficio Acquisti, in accordo con la funzione Controllo Qualità, secondo i criteri dettati dalla certificazione ISO-9001.

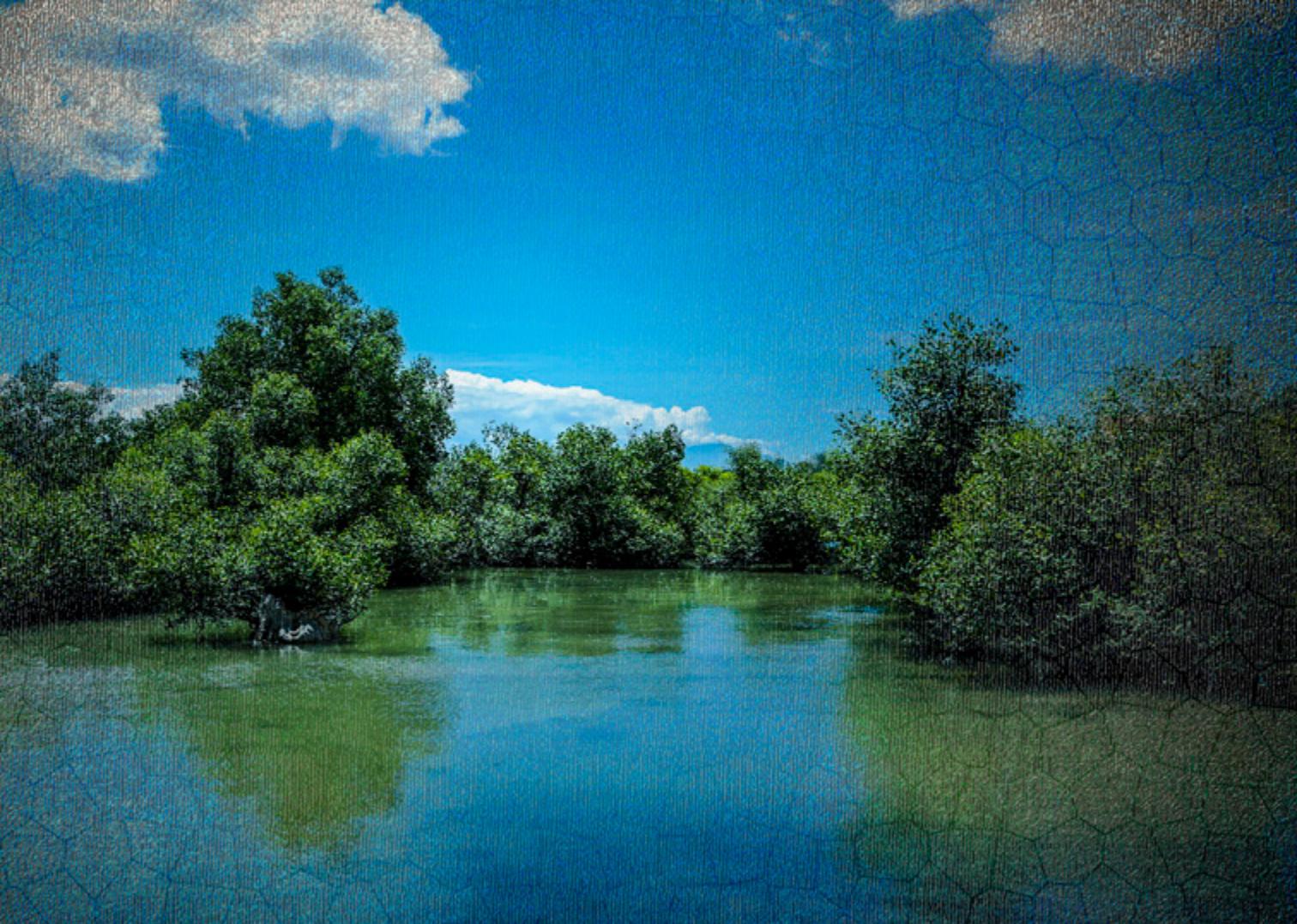
2. La catena logistica nel settore ceramico

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 comportano un notevole impatto ambientale 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, sono sottoposti a controlli fisici e chimici in tutte le fasi di processo. In tutta la catena di fornitura anche il tema dei trasporti è di grande rilevanza ed è trattato con grande attenzione poiché effettuato prevalentemente via gomma e via mare.

3. La nostra supply chain

In Iris Ceramica Group l'organizzazione degli approvvigionamenti è formata da 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) e da alcune interfacce interne operative per permettere un controllo accurato. Per le unità produttive della Germania e degli USA, gli acquisti per il normale funzionamento delle fabbriche, a eccezione delle materie prime che sono sempre trattate a livello centrale, vengono effettuati localmente. Sono i responsabili tecnici dei laboratori chimici, l'interfaccia interna operativa per le materie prime, che testano i materiali ed eseguono i regolari controlli in produzione. Quella per gli impianti è costituita dai responsabili tecnici dell'impiantistica, mentre per gli altri approvvigionamenti di produzione, l'interfaccia interna sono i direttori di stabilimento e i responsabili di reparto o di magazzino. Anche le lavorazioni esterne dei pezzi speciali di ceramica vengono gestite da personale appositamente incaricato. È l'Energy Manager che interviene nelle trattative e nella gestione delle forniture per gli approvvigionamenti di energia, voce estremamente importante nel conto economico dell'industria ceramica. Per Germania e USA, intervengono direttamente i responsabili delle sedi estere in contatto con l'Energy manager italiano, in accordo con la direzione del Gruppo. Connessi alla voce materiali troviamo quelle relative al consumo per la lavorazione delle lastre ceramiche (abrasivi) ed ai materiali per imballaggio (legno, carta, cartone, plastica e 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. Per le spese di tipo commerciale l'interfaccia interna operativa è costituita dai responsabili marketing delle divisioni commerciali interessate. Le spese commerciali interessano molteplici tipologie di fornitura: dagli strumenti di marketing agli allestimenti per fiere, fino alle spese di organizzazione di meeting e esposizioni

degli showroom comprendendo tutti i servizi connessi.

Diverse sono le tipologie di servizi terzi 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. Il noleggio a lungo termine permette un certo grado di flessibilità e la possibilità di disporre di mezzi sempre aggiornati per comfort, sicurezza e consumi.

4. Questionario fornitori

Essendo la catena di fornitura uno degli elementi fondamentali del nostro processo produttivo e quindi della nostra sostenibilità Iris Ceramica Group ha deciso di avviare un percorso di conoscenza e analisi della propria catena di fornitura



dal punto di vista della sostenibilità, con un duplice scopo. Prima di tutto capire quale sia il livello di rendicontazione attivato dai fornitori perché solo una catena di fornitura realmente orientata alla sostenibilità permette ad ogni singolo soggetto coinvolto di poter essere pienamente sostenibile. Il secondo obiettivo è quello di avere un'idea precisa del livello di conoscenza dei fornitori in merito alle attività di sostenibilità promosse da ICG. Grazie a questa prima analisi sarà possibile sviluppare un percorso di maggiore conoscenza e reciproco stimolo nelle pratiche di rendicontazione della sostenibilità.

Sono stati coinvolti oltre 50 fornitori tramite un questionario di 10 domande incentrate sul tema della reciproca conoscenza in termini di rendicontazione di sostenibilità. Il primo dato che emerge è che quasi la metà dei fornitori ha già attivato una qualche forma di rendicontazione di sostenibilità: certificazioni ambientali, Bilancio di sostenibilità o sociale e altre certificazioni sociali. Inoltre la metà di coloro che hanno risposto di non aver attivato strumenti di rendicontazione ESG ha segnalato che intendo attivarsi nei prossimi mesi. A questo va aggiunto che il 60% degli intervistati ha dichiarato di avere un Codice etico o di condotta, che viene aggiornato mediamente ogni due o tre anni, segnale positivo in ottica di CSR /RSI. Passando alla Comunicazione va notato

che solo il 30% dei soggetti monitorati dichiara di comunicare regolarmente agli stakeholder i risultati raggiunti in termini di sostenibilità; tra gli strumenti di comunicazione utilizzati per diffondere i propri risultati oltre la metà indica il sito web e i social come veicolo principale. L'indagine ha voluto anche verificare la conoscenza da parte dei fornitori delle attività di rendicontazione e azione di sostenibilità di ICG. E' emerso che il 40% dei fornitori conosce il Bilancio di sostenibilità di ICG e che il 30% conosce anche i singoli progetti promossi dall'azienda, in particolare tra i più noti figurano: Emissioni zero, Active, Pollution 2018, la Sala ibrida dell'Ospedale di Baggiovara e le sinergie con le organizzazioni umanitarie Action aid e Save The Children.

Particolarmente lusinghiero è risultato il giudizio espresso nei confronti di ICG in merito alle possibili azioni migliorative che l'organizzazione dovrebbe intraprendere per migliorare la propria sostenibilità, infatti quasi tutti gli intervistati hanno sottolineato l'alto livello di sostenibilità da loro percepito nell'azione quotidiana di ICG. Questa prima indagine rappresenta un trampolino di lancio verso un sempre maggiore coinvolgimento degli stakeholder e diffusione delle attività e dei risultati ottenuti da ICG, un impegno che l'azienda porterà avanti nei prossimi mesi con sempre maggior forza.

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 noleggi	2.209.555	428.158	3.196.729
Trasporti	10.375.859	1.938.776	25.502.359
Servizi	18.613.488	1.146.434	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%

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 noleggi	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%



2019

Categorie	ITALIA €	GERMANIA €	USA \$
Prodotti finiti	317.643	-	1.829.920
Materie prime	44.460.645	6.248.064	10.414.563
Materiali e ricambi	27.557.576	3.150.316	9.654.150
Energia	24.531.635	6.237.428	4.679.933
Manutenzioni	15.358.605	2.812.278	4.407.882
Affitti e noleggi	2.406.185	484.450	4.218.118
Trasporti	9.862.082	1.790.428	23.355.791
Servizi	17.821.421	1.420.424	14.603.691
Provvigioni	8.831.344	721.206	5.029.505
Spese commerciali	21.425.073	1.695.567	7.322.951
Altro	20.786.440	5.696.141	9.164.722
TOTALE	193.358.649	30.256.302	94.681.226

nr fornitori	3.109	867	1.066
di cui significativi*	309	53	166
% fatturato	85%	78%	87%
nr fornitori qualificati**	100	30	47
Fatturato fornitori qualificati	69.426.608 €	6.245.026 €	18.209.205 €
% fatturato	36%	21%	19%

*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 €

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 €

2019	ITALIA	GERMANIA	USA
Nr nuovi fornitori	572	163	241
Totale Spesa nuovi fornitori	€ 8.803.273	€ 1.392.047	\$ 3.108.739
% su totale acquisti	5%	5%	3%
nuovi di cui significativi *	13	2	6
per un fatturato di	€ 5.276.188	€ 1.016.800	\$ 1.669.022
% su fatturato nuovi fornitori	60%	73%	54%
Spesa nuovi fornitori locali	€ 6.919.022	€ 277.378	\$ 2.616.184

* spesa nell'anno superiore a 10.000 €



INDICAZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI

Nazione	numero		
Italia	2830	Peru	3
U.S.A.	1037	Rep. San Marino	3
Germania	633	Singapore	3
Francia	238	Slovakia	3
Svizzera	51	Australia	2
Austria	40	Brasile	2
Regno Unito (U.K.)	36	Cameroun	2
Polonia	35	Georgia	2
Spagna	27	Malta	2
Repubblica Ceca	18	Qatar	2
Olanda	16	Rep. Sudafricana	2
U.a.e.	16	Serbia	2
Belgio	15	Seychelles	2
Hong Kong	15	Taiwan	2
Cina	12	Tunisia	2
Croatia	11	Bahrain	2
Federazione Russa	11	Reunion	2
Ukraine	11	Arabia Saudita	1
Messico	10	Azerbaijan	1
Ungheria	10	Belarus	1
Canada	8	Costa D'avorio	1
Cipro	8	Giordania	1
Romania	8	Maldive	1
Turchia	8	Monaco	1
Bulgaria	7	Montenegro	1
Eire	7	Nuova Zelanda	1
Israele	7	Oman	1
India	6	Polinesia Francese	1
Slovenia	6	Portogallo	1
Estonia	5	Nigeria	1
Giappone	5	Togo	1
Grecia	5	Islanda	1
Luxembourg	5	Libia	1
Svezia	5	Malaysia	1
Kuwait	4	Costa Rica	1
Latvia	4	Argentina	1
Libano	4	Macao	1
Norvegia	4		
Finlandia	4		
Danimarca	3		
Lithuania	3		
Marocco	3		

Valore monetario stimato del pagamento ai fornitori

totale EURO: 288.164.317,89

totale USD: 168.805.336,85

MIGLIORAMENTO DEI PROCESSI E TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA

Partendo dall'equazione economia=ecologia, abbiamo percorso con costanza la strada della responsabilità per un'economia a servizio dell'uomo che ci ha portato al raggiungimento di un traguardo importante: la produzione a impatto zero.

La sfida emissioni zero rientra in un quadro più ampio di continua ricerca per minimizzare l'impronta ambientale che i processi produttivi generano su territorio, comunità e ambiente, attraverso un continuo miglioramento in efficienza e tecnologie all'avanguardia con l'ambizioso obiettivo di definire un modello di sviluppo sostenibile ispirato ai principi dell'economia circolare.

I campi di azione del Gruppo in questo senso riguardano, oltre alle emissioni in atmosfera, i consumi energetici e di gas, di acqua e la produzione dei rifiuti.

In merito alla sostenibilità ambientale dei materiali, dobbiamo sottolineare che il Gruppo utilizza materie prime non a rischio esaurimento e adotta piani estrattivi di recupero delle cave, scegliendo sistemi produttivi a circuito chiuso, reimmettendo nel ciclo di produzione gli scarti e producendo materiali ecoattivi che possono realmente migliorare la qualità della vita. Il Gruppo impone alle unità produttive la scelta di fornitori e forniture accessorie alla produzione privilegiando il rapporto con partner che condividano la medesima attenzione per l'ambiente.

L'impegno dei prossimi anni è di fare ricorso in misura sempre maggiore all'energia verde prodotta da fonti rinnovabili puntando su una produzione ecocompatibile e

contribuendo attivamente alla tutela e conservazione ambientale dei nostri territori.

Il Gruppo sta finalizzando un accordo con il provider Alperia, uno dei maggiori produttori di energia rinnovabile a livello nazionale, prodotta nelle centrali idroelettriche dell'Alto Adige.

Già da anni le unità produttive del Gruppo applicano soluzioni mirate al risparmio energetico. Per esempio, a Vetschau è operativo un impianto fotovoltaico capace di produrre 10MW. La società spagnola del Gruppo, Matimex, ha installato un impianto solare fotovoltaico che, con una produzione di 40kW, copre il fabbisogno della nuova sede spagnola. Inoltre, tutte le stazioni di lavoro sono dotate di illuminazione a LED per utilizzare l'energia in modo razionale, sicuro e sostenibile.

La politica aziendale del Gruppo sta adottando una misura importante che coinvolge le abitudini dei collaboratori e della vita aziendale. Nelle sedi italiane è già stato avviato il progetto per ridurre l'utilizzo della plastica monouso e sono stati posizionati dei contenitori ecologici per la raccolta differenziata con eleganti packaging dedicati a carta e plastica volto a sensibilizzare i collaboratori verso buone azioni quotidiane per salvare il pianeta. Per motivare tutti i collaboratori a raggiungere questo obiettivo, in ogni ufficio il Ceo del Gruppo ha lasciato un messaggio di sensibilizzazione sul tema.



CALCOLO DELL'ABBATTIMENTO DEI CONSUMI DI PLASTICA OTTENUTO NEI SITI FIANDRE ED ARIOSTEA

	gr.4,1/cad	Tot.gr
Bicchieri di plastica	155.931	639.317
	gr.1/cad	Tot.gr
Palette di plastica	155.931	155.931
	gr.12,4/cad	Tot.gr
Bottigliette di plastica	53.013	657.361
TOTALE		1.452.629

I bicchieri in plastica sono stati sostituiti, già lo scorso anno, con bicchieri in carta.

Le palette in plastica sono state sostituite con palette biodegradabili.

Nel percorso di responsabilità sociale e coinvolgimento sui temi della salvaguardia ambientale, Iris Ceramica Group sostiene, attraverso la propria controllata statunitense Stonepeak Ceramics, The Nature Conservancy, organizzazione

no profit votata da oltre 60 anni alla preservazione globale dell'ambiente naturale con particolare focus sulla difesa delle acque oceaniche dalle quali dipende la vita del pianeta.



ENERGIA

Il processo produttivo della ceramica richiede inevitabilmente importanti consumi energetici in quanto tutti i macchinari utilizzano come forza motrice l'energia elettrica e i forni per la cottura del gres porcellanato richiedono parimenti consumi di importanti quantitativi di gas metano; proprio per questi assunti, tutti i nostri investimenti nel versante produttivo manifatturiero sono orientati a ridurre il più possibile i consumi.

I costi che quindi sosteniamo annualmente per la continua innovazione impiantistica hanno la duplice finalità di garantirci prodotti sempre più performanti ed

esteticamente attraenti, senza trascurare una doverosa attenzione alla diminuzione dei consumi energetici in ottica di riduzione del conseguente impatto ambientale.

La redazione del Bilancio di Sostenibilità è l'occasione per monitorare e aggregare i dati ambientali che coinvolgono il Gruppo favorendo un'attività di analisi e di approfondimento utile a pianificare le attività per ridurre sempre di più la nostra impronta ambientale.

Di seguito riportiamo i principali indicatori energetici in ottica di riduzione del conseguente impatto ambientale.

CONSUMI ENERGETICI

CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE (GJ)

	2017	2018	2019
Energia elettrica	748.947	733.084	696.390
Gas di processo	3.010.826	2.982.617	2.859.712
TOTALE	3.759.773	3.715.701	3.556.102

RAPPORTO DI INTENSITÀ ENERGETICI

	2017	2018	2019
Energia elettrica Joule (EEJ)	0,025	0,027	0,027
Gas naturale Joule (NGJ)	0,105	0,111	0,113
Energia TOTALE Joule (TEJ) = EEG+NGJ	0,131	0,138	0,140

* 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.

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/m ²)		
	2017	2018	2019
Materiale Particellare	8,17	12,14	13,57
SOV	1,95	2,16	1,78
Ossido di Azoto	3,85	3,98	4,10

EMISSIONI DI GAS SERRA DIRETTE SCOPE 1

	CO ₂		
	2017	2018	2019
Combustione	167.391	165.983	159.105
Processo	2.888	2.708	4.279
TOTALE	170.279	168.691	163.384

EMISSIONI INDIRETTE SCOPE 2

		2017	2018	2019
Location based (LB)	CO ₂ (t)	1.749	1.664	1.664
	g CO ₂ /kWh	1.204	1.147	1.147
	t	76.347	71.134	67.233
Market based (MB)	CO ₂ (t)	1.624	1.207	1.200
	g CO ₂ /kWh	1.082	800	793
	t	79.828	66.681	62.658

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 x 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	2019
Dirette scope 1	5,92	6,24	6,41
Ind. scope 2 - MB	2,88	2,56	2,60
TOTALE	8,8	8,8	9,01

Il calcolo è stato effettuato sui MQ di materiale finito. Il tipo 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.

RIFIUTI

La quantità di rifiuti generata dall'attività produttiva viene minimizzata attraverso l'adozione di specifiche procedure di recupero. I 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 negli 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 altri e diversi rifiuti vengono generati da manutenzioni ordinarie e straordinarie di vario tipo (materiali ferrosi, olii e grassi, rifiuti elettrici ed elettronici, rifiuti da demolizioni, ecc) tra cui alcuni di questi di natura speciale. Di seguito riportiamo il quantitativo dei rifiuti prodotti dal 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		2019	
	P (Kg/m ²)	NP (Kg/m ²)	P (Kg/m ²)	NP (Kg/m ²)	P (Kg/m ²)	NP (Kg/m ²)
Raccolta differenziata	0	0,059	0	0,075	0	0,066
Recupero	0,002	2,190	0,003	2,594	0,003	2,493
Smaltimento	0,013	0,357	0,015	0,332	0,013	0,173
di cui in discarica	0	0,345	0	0,319	0,001	0,161

La scelta virtuosa di GranitiFiandre Spa di impiegare imballaggi Aliplast

GranitiFiandre ha scelto di impiegare imballaggi flessibili in polietilene rientranti nel sistema di gestione autonoma PARI (piano per la gestione autonoma dei rifiuti di imballaggio), promosso dal produttore Aliplast (www.aliplastspa.com) e riconosciuto dal Ministero dell'Ambiente. Questi imballaggi vengono prodotti impiegando fino al 90% di plastica riciclata, derivante dai processi di rigenerazione. Da un'analisi LCA (Life Cycle Assessment) condotta dallo stesso produttore risulta che nel 2019 GranitiFiandre ha acquistato complessivamente 170,832 tonnellate di imballaggi LDPE Aliplast, con un risparmio di CO2 equivalente pari a 300,664 tonnellate (1,76 kg di CO2 per kg di film Aliplast, rispetto all'analoga produzione in polimero vergine).

L'utilizzo di imballaggi PARI, contraddistinti da un apposito marchio di identificazione, offre inoltre l'opportunità, al destinatario finale, di prendere direttamente contatto con il produttore per organizzare la raccolta e lo smaltimento.

La stessa GranitiFiandre ha affidato lo smaltimento dei rifiuti di imballaggi flessibili in LDPE presso i propri stabilimenti al gruppo Aliplast, che nel 2019 ha raccolto ed avviato a riciclo 121,510 tonnellate di rifiuto di imballaggio. Il risparmio di CO2 dato dalla produzione di polimero riciclato rispetto alla produzione di polimero vergine è di 2,03 kg di CO2 per ogni kg di granulo LDPE Aliplast, con un risparmio di 244,635 tonnellate di minori emissioni.



L'adesione al consorzio Interseroh

In un'ottica di economia circolare e di corretto smaltimento degli imballi, per quanto riguarda in modo specifico i pallets su cui vengono trasportati i nostri prodotti in Germania, da anni abbiamo deciso di aderire al consorzio Interseroh, una realtà che si occupa di ideare soluzioni intelligenti ed integrate al fine di migliorare le performance aziendali in materia di sostenibilità a beneficio dell'ambiente, dell'economia e della società nel suo complesso. La gestione

dell'europallet è un processo virtuoso che abbiamo messo in campo in uno degli anelli più importanti della nostra supply chain, ovvero la fornitura del prodotto finito, di cui beneficiano direttamente anche i nostri distributori che, rimettendo i pallets al consorzio, oltre ad essere certi di operare virtuosamente a favore di una reale sostenibilità, migliorano le proprie performance aziendali grazie ad una scelta che ha anche un ulteriore vantaggio nel ridurre i costi di smaltimento.

ACQUA

L'utilizzo dell'acqua è indispensabile nel processo per la macinazione delle materie prime a umido, per la lavorazione di lucidatura superficiale delle lastre di grès 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). Il Gruppo lavora per un attento recupero circolare dell'acqua per cui, dopo un'accurata depurazione, l'acqua viene

riutilizzata fino ad essere mescolata negli impasti in fase di macinazione.

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/m ²)	Acqua scaricata (l/m ²)	Mat. solido scaricato (g/m ²)
2017	26,3	3,5	0,04
2018	26,9	4,3	0,12
2019	30,5	5,2	0,08



LE PERSONE

LE RISORSE UMANE: IL MOTORE DELL'INNOVAZIONE

Il successo di un'azienda dipende dalla sua reputazione, ovvero dalla percezione che le persone hanno dei prodotti e dei valori del brand, frutto della storia, della comunicazione e delle attività di pubbliche relazioni. Le persone sono il motore dell'innovazione del Gruppo, a loro bisogna guardare e su di loro investire, generando valore economico e sociale.

Le politiche di gestione delle risorse umane di Iris Ceramica Group sono storicamente improntate a valorizzare il legame con i propri collaboratori, sia nell'ambito di politiche retributive collettive e individuali che la pongono ai più alti livelli di attrattività nel distretto ceramico, sia attraverso la valorizzazione delle professionalità e dei talenti che trovano, nel rinnovamento tecnologico e organizzativo, l'opportunità di crescita.

Le relazioni sindacali sono da sempre improntate al dialogo, alla trasparenza e al confronto costruttivo, nel rispetto dei ruoli e delle peculiari finalità. L'esperienza aziendale e il limitato turn-over che caratterizzano il personale di Iris Ceramica

Group sono diretta conseguenza della percezione di un ambiente di lavoro favorevole a soddisfare le esigenze dei collaboratori in un clima di 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 collaboratori, i fornitori e gli altri stakeholder. Tutte le società del Gruppo adottano misure, in alcuni casi anche formali, di contrasto alle pratiche discriminatorie e allo sfruttamento della forza lavoro. La quasi totalità della catena di fornitura di Stonepeak Ceramics ha sede in USA o Canada, Paesi in cui il presidio dei temi attinenti 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

2019				
	TOTALE DIPENDENTI DIRETTI	M	F	LAVORATORI TEMPORANEI, IN APPALTO, SOMMINISTRAZIONE
GranitiFiandre spa	828	599	229	0
Studio Secon srl	1	0	1	0
Technoriunite srl	7	4	3	0
Consorzio Sicurezza srl	22	19	3	0
Stonepeak Ceramics ltd	498	338	160	12
Porcelaingres gmbh	222	190	32	10
TOTALE GRUPPO	1578	1150	428	22

2017

	GranitiFiandre Spa				Porcelaingres		Stonepeak		Consorzio Sicurezza		Technoriunite		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%	83%	100%	100%	100%	100%

2018

	GranitiFiandre Spa				Porcelaingres		Stonepeak		Consorzio Sicurezza		Technoriunite		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	92%	100%	100%	100%	100%	100%



2019

	GranitiFiandre Spa		Porcelaingres		Stonepeak		Consorzio Sicurezza		Technoriunite		Studio Secon		Iris Uk	
Nuovi assunti														
	Italia		Distaccati		Germania		USA		Italia		Italia		Italia	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
<30	9	21		1	1	1	32	17	3		1			1
da 30 a 50 anni	5	34	1	1	1		11	30						
>50	0	7					4	9						
Dismessi														
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
<30	1	2				2	16	39						
da 30 a 50 anni	4	8	1	1		1	17	42						
>50	9	36					3	11						

M = Maschi; F = Femmine

Congedi	GranitiFiandre		Porcelaingres		Stonepeak		Consorzio Sicurezza	
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine
Totale dei dipendenti aventi diritto al congedo parentale	622	236	27	25	388	160	1	
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	11	2	1	1	11	5		
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale	9	2	1	1	11	5		
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale e ancora in forza dopo dodici mesi dal periodo di congedo	9	2	4	4	11	5		
Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	82%	100%	100%	100%	100%	100%		



IL CENTRO DI VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO

Il capitale umano è la forma di reddito più preziosa per la crescita e il successo del Gruppo. Investire su persone, talenti e conoscenza è la strategia per affrontare le sfide di oggi e di domani insieme a una comunità che condivide valori e obiettivi. Gli scenari di mercato vedono il Gruppo impegnato in sfide commerciali e tecnologiche che richiedono continuo aggiornamento delle competenze e una gestione della formazione delle risorse interne allineata con gli obiettivi di business e la visione strategica di Gruppo per dare vita a un patrimonio di competenze ed esperienze consolidato. 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 garantire 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 a ottimizzare il sistema di gestione della sicurezza sul luogo di lavoro e 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	2019
TOTALE GRUPPO	ore di formazione	ore di formazione	ore di formazione
Manager	322	335	1024
Altre figure	5.673	6.703	7513
Totale	5.995	7.038	8.537



NEGOZIAZIONE & EMPOWERMENT

a cura di Arik Strulovitz, Direttore scientifico di International School of Negotiation e parte di un team di negoziatori specializzati in trattative in casi di crisi, alto rischio ed emergenza.

Il corso intende offrire la preziosa opportunità di acquisire principi, tecniche e metodologie orientati alla gestione professionale in materia di negoziazione, a tutti i livelli e nelle diverse circostanze.

RILASSIAMOCI INSIEME

a cura di Annalisa Ricchetti, Life Coach e Naturopata.

Il corso è rivolto all' articolato team di customer service del Gruppo per ottenere una maggiore consapevolezza emotiva e comunicativa. Una buona respirazione per svolgere bene le attività e migliorare problematiche legate allo stress, l'equilibrio e la modulazione della voce per comunicare in modo efficace e trasmettere emozioni positive, sono insieme strumenti fondamentali per ottenere energia e benessere a livello personale e avere buone relazioni.

PEOPLE MANAGEMENT

a cura di Samantha Gamberini, consulente e formatrice.

Il corso, rivolto ai capi fabbrica, capi processo e capi turno di Iris Ceramica Group, mira a fornire strumenti per implementare la collaborazione con il proprio team. Nella consapevolezza che gli individui siano il fattore determinante di successo di un'impresa, è fondamentale conoscerne gli aspetti del comportamento e approfondire i modelli di funzionamento, le dinamiche, e le determinanti di un gruppo di lavoro.

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. Questa mappatura è oggetto di aggiornamento periodico e consente un'immediata individuazione delle figure presenti e di quelle potenzialmente necessarie in un ampio scenario di Gruppo.

WELFARE E SVILUPPO DELLE PERSONE

Iris Ceramica Group mira al progresso e all'avanzamento della propria comunità di collaboratori e delle loro famiglie con attività di welfare aziendale in linea con la propria strategia di sostenibilità e con gli obiettivi a lungo termine.

Valorizziamo le persone secondo un paradigma di welfare generativo che permette di formare risorse attive e responsabili, instaurando un rapporto di collaborazione e di aiuto reciproco. Stabiliamo un rapporto di alleanza con i nostri collaboratori, che rafforzano il senso di lealtà nei confronti del Gruppo e aumentano il livello di produttività migliorandoci costantemente come Gruppo, come professionisti, come persone. Una sfida e al tempo stesso un'opportunità, anche e soprattutto dal punto di vista strategico dell'impresa stessa, in termini di

innovazione e creazione di valore sia al suo interno e sia sul territorio in cui opera, con una ricaduta a cascata sulla società nel suo complesso.

I corsi di formazione dell'Academy hanno l'intento di offrire uno strumento di evoluzione professionale e personale per le nostre risorse e dare vita a un patrimonio di competenze ed esperienze consolidato.

L'Academy ha preso vita con i primi incontri per la valorizzazione delle competenze di leadership rivolto ai direttori di produzione, capi fabbrica e responsabili dei laboratori R&D, di negoziazione ed empowerment e di intelligenza emotiva per il customer service del Gruppo.

Il Family Day rappresenta un momento di grande valore sociale, quale occasione di condivisione e aggregazione tra i collaboratori, le loro famiglie e le aziende.

SALUTE E SICUREZZA

EMERGENZA SANITARIA CAUSATA DA COVID-19

L'11 marzo 2020 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha dichiarato lo stato di Pandemia Mondiale a causa della diffusione di un pericoloso Coronavirus denominato Covid - 19. Il Gruppo si è immediatamente reso consapevole della gravità della situazione e ha attivato il protocollo di sicurezza anti-contagio prescritto dai vari governi dei Paesi in cui è presente con i propri siti produttivi, amministrativi e commerciali, ponendosi come priorità la tutela della salute delle persone.

Si è provveduto quindi a fornire a tutti i dipendenti i presidi di protezione individuale indispensabili e sono state predisposte le linee di produzione e di spedizione affinché fosse possibile rispettare le distanze tra i lavoratori di almeno un metro. Inoltre, tutti i varchi

di ingresso agli stabilimenti e agli uffici sono stati dotati di termoscanner per la misurazione della temperatura corporea nel rispetto dei DPCM dell'11 marzo e successivi e del protocollo di sicurezza sottoscritto dal governo con l'intesa di imprenditori e sindacati. Visto che le linee di produzione degli impianti del Gruppo già in normale attività di funzionamento non sono labour intensive, non si è reso necessario uno stop produttivo grazie al fatto che i singoli addetti godono di spazi molto ampi e la natura dell'attività produttiva non richiede attività di team. Per quanto riguarda gli uffici, sin dal 9 marzo, è stata data possibilità ai collaboratori di scegliere tra lo svolgere l'attività in regime di smart working o usufruire di ferie retribuite per soddisfare le esigenze familiari e personali. Potendo quindi garantire la tutela della



salute, in Italia il Gruppo ha chiesto ed ottenuto dalle autorità prefettizie di Modena e Reggio Emilia, in accordo con le RSU e le rappresentanze sindacali provinciali, di proseguire l'attività di produzione e spedizione, visto anche il numero di portafoglio ordini in essere che comprendeva materiale destinato alla costruzione di strutture sanitarie per l'emergenza Covid-19. In Germania il sito produttivo non è stato costretto ad osservare alcun tipo di

chiusura vista la diversa situazione vissuta dal Brandeburgo e le direttive conseguenti delle autorità locali e centrali tedesche che non hanno previsto il lockdown generale. Infine in Usa, dove le regole sono state dettate dalle singole Contee, lo stabilimento di Crossville non ha avuto una chiusura forzata grazie alla situazione sanitaria locale non preoccupante e le conseguenti disposizioni date dalla Contea e dallo stato del Tennessee.

Il Gruppo ha individuato nel miglioramento delle proprie prestazioni in materia di Sicurezza e Sanità sul luogo di lavoro un requisito essenziale nell'ambito delle politiche aziendali e per competere sul mercato. L'obiettivo è rendere compatibile lo sviluppo delle proprie attività con

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 dello standard 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 "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.

d) 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.

e) 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 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.

Le varie realtà aziendali hanno di conseguenza redatto una serie di documenti nei quali sono descritte le attività specifiche che hanno influenza sulle prestazioni aziendali in materia. L'adozione di un Sistema di Gestione 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 di sanità e sicurezza 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 e ispezione;
- 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 ad ogni

livello dell'Organizzazione e alle parti interessate;

- La definizione di obiettivi e traguardi documentati attraverso programmi nei quali vengono definiti tempi, mezzi e risorse necessari al loro raggiungimento;
- La definizione delle responsabilità e della struttura del Sistema di Gestione;
- La formazione e la sensibilizzazione di tutto il personale, specie quello che ha compiti che possono influire sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro;
- L'attivazione di adeguati canali di comunicazione interna e 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 di eventuali incidenti e dei quasi-incidenti allo scopo di prevenirne le cause;
- L'effettuazione di audit che garantiscono l'applicazione dello stesso.

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.



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. Tale procedura si applica a tutti i settori di attività dell'Azienda, e 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:

Il documento ha lo scopo di definire i criteri e le modalità per l'identificazione e la nomina delle figure che ricoprono posizioni di garanzia per la sicurezza e igiene del lavoro, nonché la conseguente

comunicazione alle parti interessate delle responsabilità a 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.

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".



TANTE REALTÀ, UN'UNICA COMUNITÀ

L'assunzione di responsabilità sociale è un investimento in grado di contribuire alla competitività e allo sviluppo dell'impresa stessa. In questa società globalizzata la sfida non è solo nella capacità di produrre beni e servizi di qualità a prezzi competitivi, ma sono diventati sempre più importanti asset intangibili, come la reputazione e l'impegno sociale e ambientale, in grado di portare valore perché ricchi di contenuti e capaci di rafforzare il DNA del Gruppo.

Iris Ceramica Group ha scelto di accompagnare la propria strategia di crescita con un forte e costante impegno nella creazione 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 nel sostegno a progetti e attività che il Gruppo ritiene importanti e strategici attraverso l'erogazione di contributi e che nel 2019 sono stati complessivamente pari a circa 457.771,7 euro.

In un Gruppo così complesso anche la comunità di riferimento, quindi i diversi portatori di interessi interni ed esterni, è necessariamente articolata; l'impegno deve puntare ai valori del territorio di appartenenza, sostenendone le iniziative culturali e sociali, ma anche alla promozione eventi di formazione per gli stakeholder e il supporto partecipe alle azioni di solidarietà a protezione delle realtà più fragili.



TERRITORIO

L'investimento nei confronti di un territorio è linfa vitale all'economia locale, al suo orgoglio, alla sua tradizione. Iris Ceramica Group è da sempre attenta a sostenere la

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.

"AMBASCIATORE DEL TERRITORIO"



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.

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 22ª 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.



PRESEPE GLORIA IN EXCELSIS

Nel 2019 abbiamo nuovamente concesso il nostro supporto all'associazione Modenamoremio, impegnata a valorizzare il centro storico della città di Modena, già caratterizzato da un importante patrimonio artistico e culturale, per renderlo un luogo di incontro e di scambio da vivere, grazie

anche ad un ricco calendario di eventi che la stessa associazione propone ogni anno. In quest'occasione abbiamo sostenuto la realizzazione del presepe di cartapesta "Gloria in excelsis" presso la Chiesa del Voto in via Emilia Centro a Modena.



SCUOLA FERMI - TORINO

L'idea di una nuova idea di scuola italiana parte da Torino con il progetto "Torino Fa Scuola" a cura di Fondazione Agnelli e Compagnia di San Paolo. Grazie a un'inedita collaborazione tra pubblico e privato sono state ristrutturate ed inaugurate all'inizio dell'anno scolastico 2019-20, due scuole

medie statali. Iris Ceramica Group ha collaborato alla realizzazione del progetto di BDR bureau per la Scuola Enrico Fermi, fornendo 2000 mq di lastre ceramiche trattate con tecnologia fotocatalitica antibatterica Active Surfaces

IL TEATRO FA MODA

Sempre nel 2019 Iris Ceramica Group ha sostenuto "Il teatro fa moda" una mostra che celebra arte, artigianato e territorio allestita nelle magnifiche sale della Fondazione Collegio San Carlo di Modena,

dedicata alle raffinate creazioni sartoriali realizzate dalle maestranze del Teatro Comunale di Modena Luciano Pavarotti e alle scenografie che hanno allestito e caratterizzato numerosi teatri italiani.




save the date!

la boutique di Natale
Fair Values
di CBM Italia Onlus

I migliori brand di moda, design e beauty
per i tuoi regali di Natale.

venerdì, 29 novembre

ore 18,00 apertura boutique
ore 19,00 Show cooking dello chef stellato Davide Oldani
CASA LAGO - via S. Tomaso, 6 Milano

RSTP
La invitiamo a confermare la sua presenza
entro lunedì 11 novembre a aziende@cbmitalia.org.
Per partecipare allo show cooking la donazione minima
consigliata è di € 40,00

special thanks to




**FAIR VALUES - LA BOUTIQUE DI
NATALE DI CMB ITALIA ONLUS**

Grande successo per l'iniziativa Fair Values Christmas Edition, promossa da CBM Italia Onlus in occasione delle festività natalizie 2019 a cui hanno aderito numerose aziende del settore design, moda, arte e beauty. Iris Ceramica Group ha donato alcuni oggetti di arredo da destinare alla vendita di beneficenza il cui ricavato è andato a sostenere la campagna "Fermiamo la cecità. Insieme è possibile."



SALUTE

Il Gruppo ha sostenuto e sostiene molte iniziative legate alla sanità di eccellenza consapevole che il settore necessita di forti investimenti per spazi all'avanguardia,

ricerche e formazione per il personale sanitario, ma anche per coloro che progettano le strutture e le dotazioni tecniche.

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

Il Gruppo ha finanziato nel triennio 2017-2019 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.

ANWI ITALIA

Iris Ceramica Group ha sponsorizzato alcune borse di studio del Dipartimento di Neuroscienze, Biomedicina e Movimento della facoltà di Medicina dell'Università

di Verona per il Corso di aggiornamento e perfezionamento per Istruttori dell'Associazione Nordic Walking Italia (ANWI).

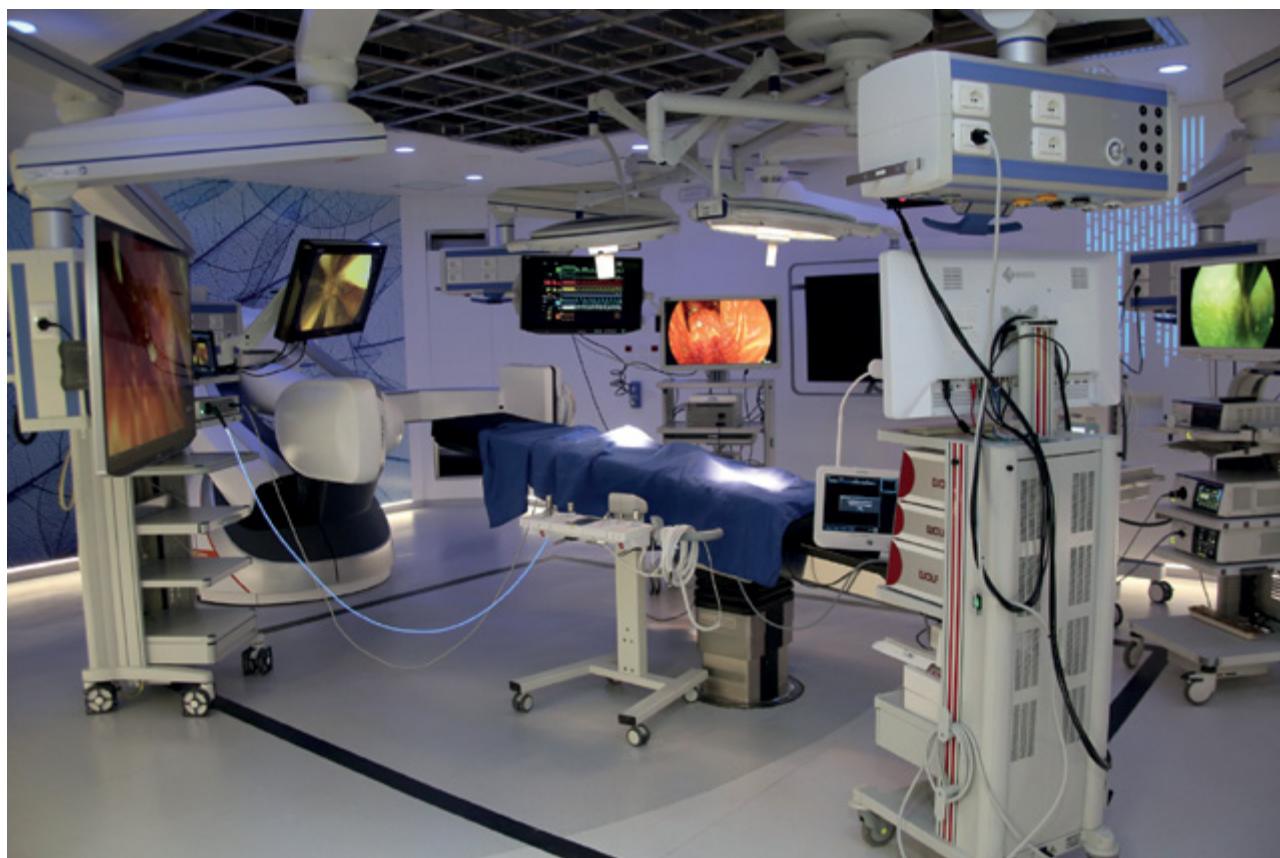
SALA IBRIDA DELL'OSPEDALE CIVILE DI BAGGIOVARA

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.



INNOVAZIONE

L'innovazione è una delle parole identitarie del Gruppo: testimone nella creazione delle soluzioni produttive e riferimento per i processi dell'organizzazione. Il Gruppo promuove progetti a supporto del trasferimento di conoscenza, 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 anche come capacità di innovazione dei processi aziendali.

CO-CREATION

Nell'ottobre 2018 Iris Ceramica Group è stata protagonista, presso la sede IUSVE (Istituto Universitario Salesiano di Venezia) di Verona, all'incontro dal titolo CO-CREATION destinato alle Facoltà di Architettura e Interior Design delle università italiane. Il confronto è partito da una tesi di laurea intitolata Interior

Design Institutes Ranking, una ricerca di censimento 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.



ICONIC AWARDS 2019 A MAGNETO

L'Innovative Architecture, promosso dal German Design Council, è il primo concorso internazionale indipendente dedicato all'architettura e al design che prende in esame l'interazione tra differenti discipline legate al mondo del progetto. La collezione Magneto di Fiandre si è distinta in due categorie aggiudicandosi la menzione "Winner" nella categoria "INNOVATIVE ARCHITECTURE" e la menzione "Selection" nella categoria "INNOVATIVE MATERIAL". Due riconoscimenti che dimostrano non solo il valore estetico di questa collezione dal seducente effetto ibrido cemento-metallo ma anche le straordinarie performance tecniche di durata e adattabilità che rendono Magneto una superficie utilizzabile in ogni tipo di progetto architettonico.



IL PREMIO CKA GOLD AWARD A CICPE, CHINA A UNI PEPPER MAXIMUM

Durante il CICPE 2019 - China International Ceramic & Bathroom Products Exhibition, che riunisce i principali player nel mondo dell'arredo bagno e delle finiture di interni ceramiche, si è svolto il contest Gold Award all'interno del quale la superficie Uni.Pepper ha ottenuto il China Ceramic King Award (CKA) nella categoria "large ceramic slabs".

IL PREMIO AD GREAT BATHS DESIGN AWARD A AZUL MACAUBAS

La superficie Azul Macaubas ha ottenuto negli Stati Uniti il riconoscimento di

prodotto vincitore del contest AD Great Baths Design Awards per l'edizione 2019.

ARCHITECTURAL DIGEST - GREAT DESIGN AWARDS

L'annuale celebrazione degli "AD Great Design Awards" identifica ed elegge i migliori prodotti di design tra più di 150 articoli scrupolosamente analizzati e selezionati durante l'anno. Per l'edizione 2019, i redattori di AD hanno setacciato

il mondo ricercando tra i nuovi oggetti di design quelli più strabilianti e dopo aver ascoltato il consiglio di diversi esperti del settore hanno deciso di premiare il prodotto Azul Macaubas di Fiandre.

ARCHITECT'S NEWSPAPER - BEST OF PRODUCTS AWARDS

Dopo una lunga e profonda riflessione la giuria scelta da Architect's Newspaper ha nominato, tra gli oltre 500 candidati all'edizione che ha segnato il record di partecipazione di tutti i tempi, i vincitori delle 18 diverse categorie del premio,

tra le quali si annoverano materiali da costruzione, arredi, finiture, cucine, bagni e non solo. Fiandre ha ricevuto il premio "Best of Products Award - Editors' Picks" per il prodotto Soft Onyx nella categoria "Finiture e Superfici d'Interno".

NYCXDESIGN AWARDS - AWARD IN THE SHOWROOM PROJECT CATEGORY

I vincitori del premio sono stati annunciati da Interior Design Magazine e ICFF in occasione della quarta edizione dei "NYCXDESIGN Awards" tenutisi durante NYCXDESIGN, la vetrina del design globale di New York. Il premio celebra i migliori

talenti nelle principali aree del design come l'architettura, il design di interni, l'arredo e l'illuminazione. Lo showroom di gruppo di New York ha vinto il premio nella categoria "Miglior Showroom".



FORMAZIONE

Iris Ceramica Group crede che nel capitale umano risieda la ricchezza presente e futura. Per questo dedichiamo un grande sforzo per promuovere e sostenere la formazione in tutte le sue accezioni

mettendo a disposizione della comunità le tecnologie più avanzate, le relazioni consolidate con i protagonisti del mercato, le ricerche più interessanti.

SUPERFICI NON SUPERFICIALI: COME SI DISEGNANO GLI ESTERNI NELLA CITTÀ CONTEMPORANEA

È stato lo showroom di Napoli il palcoscenico per gli ospiti di "Superfici non superficiali: come si disegnano gli esterni nella città contemporanea" dove sono state indagate le principali soluzioni tecniche

adottate nei più recenti progetti realizzati dallo studio olandese MVRDV e sono state approfondite le caratteristiche progettuali delle superfici verticali realizzate dalla nostra divisione GRANITECH.

AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ DALLA CAVA ALLA FABBRICA

Ambiente e sostenibilità, dalla cava alla fabbrica è l'evento ospitato nello showroom Ariostea di Carrara che ha consentito ai professionisti di visitare le celebri

cave di marmo e approfondire l'impegno dell'azienda nello sviluppo di soluzioni ceramiche sostenibili.

OTTAVA EDIZIONE DEL CONTEST NEXT LANDMARK 2019 DAL TITOLO "POLLUTION 2019: ARCHITECTURE FOR A SUSTAINABLE FUTURE".

Floornature, portale di architettura e design edito da Iris Ceramica Group, promuove nel 2019 l'ottava edizione del contest internazionale dedicato ad architetti e

designer quest'anno col titolo "Pollution 2019: Architecture for a Sustainable Future".

LECTURE DI JAN KNIKKER

A fine 2019, una classe di studenti della YACademy, ha partecipato alla lecture di Jan Knikker, partner e Business Development

Manager dello studio olandese MVRDV, ospitata all'interno dei locali rinnovati della show room istituzionale di ARIOSTEA

SAVE THE CHILDREN ILLUMINIAMO IL FUTURO

In un mondo che conosce un drammatico aumento delle disuguaglianze, l'intervento solidaristico può essere considerato una forma evoluta di redistribuzione delle risorse in favore dei più deboli.

In presenza di conflitti, povertà e altre

situazioni di disagio, sono i bambini a risentire maggiormente delle conseguenze negative. Per questo, Iris Ceramica Group ha voluto sostenere, attraverso la propria Fondazione, il progetto "Illuminiamo il futuro" programma di Save the Children



Italia, di sostegno all'istruzione e di contrasto alla povertà.

Lo scopo di questa iniziativa è la restituzione ai bambini dei luoghi pubblici abbandonati, frequenti soprattutto nei quartieri più svantaggiati delle nostre città.

In queste aree Save the Children crea dei

Punti Luce, nuovi spazi dedicati alle famiglie e ai bambini che possono avvalersi di sostegno allo studio, di laboratori artistici e musicali, di accesso alle nuove tecnologie, di consulenze pedagogiche, pediatriche e legali.



CULTURA

Oggi le aziende hanno la 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 che garantisce ritorni

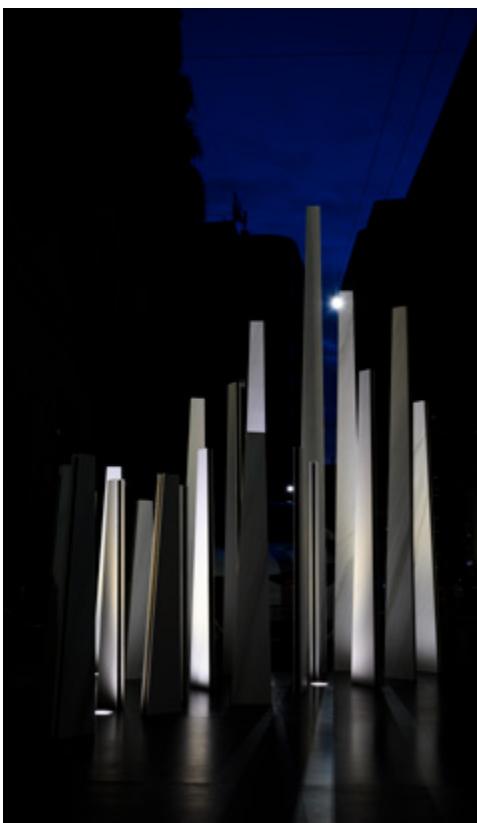
misurabili in termini di prestigio sociale e crescita morale. La cultura è uno dei valori fondanti la missione di Iris Ceramica Group che ne ha colto le molteplici sfumature e la sostiene con grande impegno.



SPONSOR TECNICO DEL PADIGLIONE ITALIA ALLA BIENNALE DI VENEZIA

Iris Ceramica Group nel 2018 è stato partner nella realizzazione del Padiglione Italia curato da Mario Cucinella alla 16. Mostra Internazionale di Architettura della Biennale di Venezia. Arcipelago Italia, Progetti per il futuro dei territori interni del Paese questo il titolo del Padiglione Italia, 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, Iris Ceramica Group ha deciso di sostenere la manifestazione, dichiarando l'unione di intenti che accomuna l'azienda al lavoro e alla ricerca 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.



MATERIATTIVA
@ MILAN DESIGN WEEK 2019

Iris Ceramica Group, dopo il successo ottenuto a Bologna nel 2018 con il progetto "Pollution - RefleAction", prosegue la collaborazione con SOS - School of Sustainability e lo studio Mario Cucinella Architects, indagando nuovi scenari sostenibili per la salvaguardia dell'ambiente. La Design Week 2019 di Milano è stata il teatro della proficua partnership attraverso l'installazione MaterAttiva: una suggestiva esperienza multi-sensoriale all'interno di uno spazio che evoca un nuovo patto tra uomo e natura.



THE ARCHITECTS SERIES

SpazioFMG per l'Architettura è la galleria showroom dei brand FMG Fabbrica Marmi e Graniti e Iris Ceramica.

Inaugurato nel 2007 a Milano in zona Tortona, è oggi un autorevole punto di incontro tra l'architettura e la città. Nel 2018 SpazioFMG per l'Architettura cambia veste e rinnova la sua offerta culturale con un progetto pluriennale curato dalla rivista The Plan.

The Architects Series, questo il nome del nuovo format, racconta tramite video inediti, realizzati in esclusiva negli headquarter degli studi coinvolti,



la metodologia progettuale di numerosi protagonisti dell'architettura italiana e internazionale.

Nel 2019 a spazioFMG le Lecture sono state affidate alle voci dei progettisti che collaborano con studi tra i più interessanti del panorama internazionale come GCA Architects, 3XN Architects, Behnisch Architekten, Shop Architects e Weiss/Manfredi.

Durante la Milano Design Week 2019, un temporary showroom a Brera ha ospitato la lecture dello studio BIG - Bjarke Ingels Group.



FOTOGRAFIA D'ARCHITETTURA

Organizzato con l'Ordine degli Architetti di Forlì-Cesena, un appuntamento di confronto e dibattito su un tema di grande interesse per i progettisti: la fotografia d'architettura. Il dialogo è stato condotto

da Paolo Schianchi, Teorico dell'Immagine, da Angelo Maggi, Storico della fotografia e da Michele Nastasi, fotografo e ricercatore nel campo dell'architettura e della sua rappresentazione.

ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

Il 20 febbraio 2019, gli studenti del corso di specializzazione in Design degli Interni presso l'Istituto Europeo di Design di Firenze (IED) guidati dal loro docente architetto Francesco Scanu, hanno trascorso

una giornata all'insegna della formazione sul campo visitando il quartier generale di Iris Ceramica e preparandosi così a svolgere un lavoro di ricerca sull'interior design e la ceramica.

**CITY, COUNTRY, RIVER
PHOTOGRAPHS AND FILMS BY HGESCH**

In occasione della settimana dell'arte di Berlino 2019, FAB Architectural Bureau Berlin ha avuto il piacere di presentare i lavori dell'architetto fotografo Hgesch con l'esposizione "Città, Campagna, Fiume". Le immagini in grande formato danno un'idea

della prospettiva personale di Hgesch delle nostre metropoli globali e degli edifici integrati nel panorama circostante. Anche la natura ha quindi un ruolo da protagonista. @ Berlin Art Week 2019 (FAB Showroom Berlin)



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 il Gruppo, lo studio MC Architects 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.

SPORT

Lo sport è metafora della vita: incontriamo ostacoli che ci aiutano a migliorare, diveniamo coscienti dei nostri limiti e impariamo anche a superarli. Lo sport ci educa alla cura di noi stessi, 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, è la tensione verso forme classiche di equilibrio,

geometria e simmetricità. Sono qualità che l'architettura cerca di trasmettere ai tessuti urbani deputati a 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, 2018 e 2019 Iris Ceramica Group è stato sponsor ufficiale della società sportiva Modena Volley che milita nel campionato di serie A maschile di pallavolo distinguendosi quale eccellenza a livello nazionale oltre che modello di eticità e valore, organizzativo e formativo. La capacità di fare squadra e di guardare avanti con atteggiamento positivo, l'eticità di fondo, hanno attirato il Gruppo verso questa società con la quale abbiamo una condivisione di ideali. Una partnership importante che conferma la volontà aziendale di consolidare la propria presenza

sul territorio nazionale, investendo sui giovani e la ricerca e valorizzazione dei talenti.

Il 6 Febbraio 2019 lo showroom di Iris Ceramica ha ospitato un incontro con il Modena Volley per dialogare sull'importanza del gioco di squadra che ha avuto come protagonisti Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group, Andrea Sartoretti, direttore sportivo della squadra, Julio Velasco, allenatore di Modena Volley, il capitano Ivan Zaytsev e i giocatori Micah Christenson, Maxwell Holt. L'incontro è stato moderato da Gianpaolo Maini.



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

MATRICE DI MATERIALITÀ

METODO E 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 percorso di rendicontazione di sostenibilità di ICG è stato arricchito quest'anno dallo stakeholder engagement, ossia un incontro al quale hanno partecipato i rappresentanti dei diversi stakeholder allo scopo di condividere le tematiche rilevanti che vanno a comporre la matrice di materialità, parte fondamentale del processo di rendicontazione realizzato con il metodo GRI versione core.

La matrice di materialità non è un semplice grafico ma il cuore della metodologia GRI, il momento in cui si incrociano i desiderata degli stakeholder con quelli di chi guida l'organizzazione. Si tratta del momento più importante del processo di rendicontazione perché è lì che tutti coloro 'a cui sta a cuore l'organizzazione' si ritrovano per stabilire le strategie e le azioni future, nell'ottica di un percorso di miglioramento continuo.

In questo senso si dimostra che l'azienda non è solo di qualcuno in particolare, ma

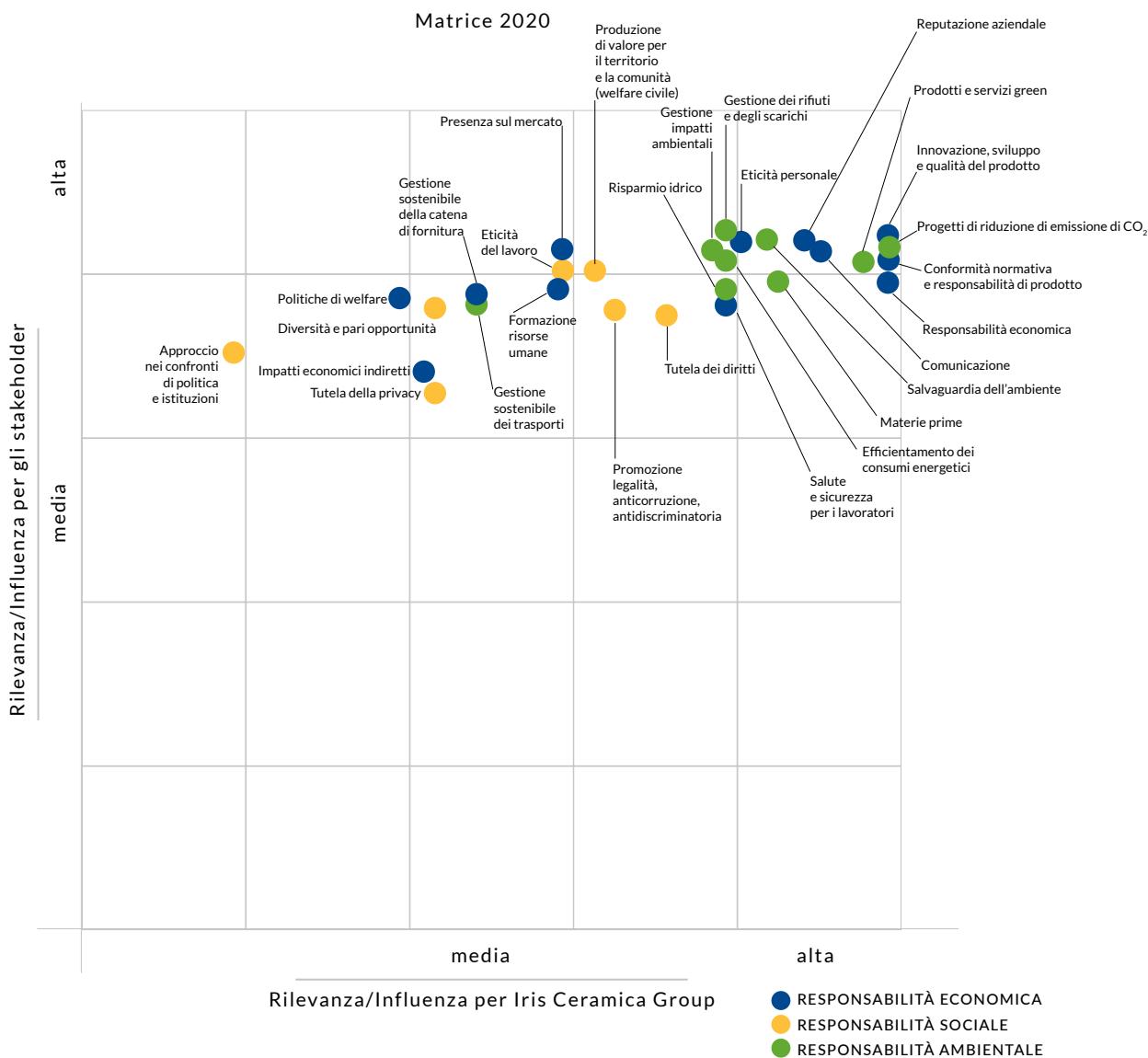
di tutti perché essa è un soggetto attivo dell'economia civile.

Il destino dell'azienda sta a cuore a tutti gli stakeholder non solo per gli effetti diretti, economici, che genera ma anche per le conseguenze, positive o negative, che l'organizzazione può avere verso l'ambiente e la società in cui è attiva.

Durante questo focus group i partecipanti hanno espresso la loro valutazione e dato un peso ad ogni singola tematica, in questo modo si è arrivati a definire meglio la matrice di materialità incrociando questi dati con quelli raccolti all'interno dell'azienda. Il risultato è visibile nello schema grafico della matrice di materialità dove sull'asse delle x troviamo i punteggi di rilevanza espressi da ICG e sull'asse delle y i punteggi medi raccolti durante lo stakeholder engagement.

Sono state inoltre raccolte considerazioni, idee, proposte e suggerimenti di miglioramento per la strategia di ICG che ora potrà contare su questo patrimonio cercando di valorizzarlo nei prossimi mesi. In generale il focus group è stato apprezzato così come anche la metodologia proposta per la conduzione dell'incontro stesso, il confronto è stato ricco di spunti e di elementi di miglioramento.





Guardando la matrice 2020 si nota che gli aspetti sui quali vi è maggiore equilibrio di vedute tra ICG e i suoi stakeholder e che risultano strategiche per entrambi sono i temi della Reputazione aziendale, Comunicazione, Salvaguardia dell'ambiente, Innovazione-sviluppo e qualità del prodotto e altri aspetti ambientali. Queste tematiche sono infatti allineate lungo la bisettrice dei 45° e questo significa che risultano importanti per entrambe le parti, quindi vi è una buona sintonia e si può continuare a lavorare bene su questi temi. Tuttavia sono presenti alcune tematiche nel quadrante in alto a sinistra, ciò significa che quegli aspetti stanno particolarmente a cuore agli stakeholder, quindi andranno tenute ancor di più in considerazione nelle prossime

azioni strategiche di ICG: politiche di welfare, diversità e pari opportunità, Impatti economici indiretti, tutela della privacy, gestione sostenibile dei trasporti e della catena di fornitura. Altre tematiche sono quasi ormai allineate: eticità del lavoro, formazione delle risorse umane e presenza sul mercato.

Nel complesso la matrice di materialità fornisce una fotografia molto positiva della relazione tra ICG e i suoi portatori di interessi, confermata anche durante lo stakeholder engagement che ha avuto riscontri e interesse molto alto tra i partecipanti che auspicano altri incontri di questo tipo anche su altri temi inerenti il miglioramento continuo dell'organizzazione.

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

IL FUTURO: UNA VISIONE DA COSTRUIRE NEL PRESENTE

Questa edizione del Bilancio di sostenibilità ci ha permesso di indicare in modo sistematico la filosofia che da decenni praticiamo promuovendo e praticando un'innovazione sostenibile quale parte fondamentale della nostra strategia e cultura aziendale. Ma questo non basta, vogliamo porci nuovi traguardi, 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 triennio 2020/2022.

GOVERNANCE

RENDICONTAZIONE

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

CODICE ETICO

Avviare un processo di 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.

AMBIENTE

EMISSIONI

Proseguire l'impegno per la progressiva riduzione della CO² emessa in atmosfera nell'ottica delle Emissioni Zero già raggiunte nell'azzeramento dei composti organici volatili (COV), ricercando soluzioni per la mitigazione del nostro impatto sull'ambiente.

ENERGIE RINNOVABILI

Investire in energie prodotte da fonti rinnovabili per tutelare l'ambiente e la salute della popolazione attraverso un modello di produzione sempre più responsabile, anche attraverso la scelta di fornitori green.

ECONOMIA CIRCOLARE

Continuare il percorso di sviluppo sostenibile ispirato ai principi dell'economia circolare e degli SDG dell'ONU, con l'obiettivo di sviluppare nuove soluzioni partendo dal design del prodotto, dall'innovazione del servizio e dalla riorganizzazione del sistema in un'ottica circolare.

SOCIALE

FONDAZIONE

Investire costantemente nelle attività della Fondazione nel settore della cultura architettonica e del design e nella promozione dei valori della solidarietà tramite attività culturali, educative, ricreative e di interesse sociale.

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Proseguire il percorso di confronto e dialogo con gli stakeholder nell'ottica di una maggiore condivisione e conoscenza delle diverse attività e impegni di ICG.

GRI CONTENT INDEX

Indicatori generali		Pagine di riferimento
102-1	Nome dell'organizzazione	3
102-2	Attività e servizi	41, 42, 43, 44, 45, 46, 47
102-3	Sede legale	31
102-4	Sede operativa	31
102-5	Forma legale dell'organizzazione	3
102-6	Luoghi in cui opera	26, 27
102-7	Dimensioni dell'organizzazione	24, 25
102-8	Informazione sulle persone che operano nell'organizzazione a vari livelli	66, 67, 68, 69
102-9	Descrizione della catena di fornitura	52, 53
102-10	Cambiamenti significativi per l'organizzazione	11
102-11	Principio o approccio precauzionale	38, 39
102-12	Iniziative esterne di carattere economico, sociale e ambientale in cui l'organizzazione è coinvolta	da pag. 77 a pag. 93
102-13	Appartenenza ad associazioni di categoria o di altro genere	Confindustria ceramica
Strategia		
102-14	Dichiarazione della più alta carica dell'organizzazione	7
Etica e integrità		
102-16	Valori, principi, standards e norme di comportamento	11, 13, 15, 16, 17, 18, 19
Governance		
102-18	Struttura della governance	29, 30, 31, 32, 36, 37
Stakeholder engagement		
102-40	Lista degli stakeholders	8
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	66, 68, 69
102-42	Descrizione del processo di identificazione degli stakeholders	8, 9
102-43	Descrizione dell'approccio di coinvolgimento degli stakeholders	9, 47
102-44	Argomenti chiave o preoccupazione degli stakeholders	Non sono emerse preoccupazioni rilevanti
102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato	24
102-46	Definizione del contenuto del report e della ricaduta degli impatti	3
102-47	Lista dei temi materiali	96
102-48	Ridefinizione delle informazioni contenute nel report	3
102-49	Cambiamenti nella rendicontazione	Non ce ne sono stati
102-50	Periodo di rendicontazione	2020 su dati 2017, 2018 e 2019
102-51	Data dell'ultima rendicontazione	Settembre 2019
102-52	Frequenza di rendicontazione	annuale
102-53	Contatti	31, 100
102-54	Livello di accordanza 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	96
103-2	Approccio gestionale degli argomenti materiali	96
103-3	Valutazione dell'approccio gestionale	7, 11, 13, 15

Indicatori specifici

201-1	Indicatori di performance economica	25, 26
301-1	Materiali utilizzati in base al peso e volume	60, 61
301-2	Materiali di input riciclati	56, 57
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	62
303-1	Consumo di acqua all'interno dell'organizzazione	65
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)	63
305-2	Emissioni indirette di GHG (scope 2)	63
307-1	Inosservanza delle leggi e dei regolamenti ambientali	non misurano inosservanze
308-1	Valutazione ambientale del fornitore	59
401-1	Occupazione e turn over	67, 68, 69
403-1	Salute e sicurezza sul lavoro	72, 73, 74, 75
403-3	Servizi di medicina sul luogo del lavoro	74
403-5	Formazione del personale sulla salute e sicurezza dei lavoratori	73, 74, 75
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	75
404-1	Formazione	70, 71
405-1	Diversità e pari opportunità degli organi di governo e dei dipendenti	36
406-1	incidenti di discriminazione	non si sono verificati
413-1	Operazioni con il coinvolgimento delle comunità locali	da pag. 77 a pag. 93
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	50, 51
417-1	Marketing	49
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**

Consulenza di redazione **Laboratorio delle Idee**

Per informazioni sul bilancio potete contattare **fondazione@irisceramicagroup.com**



