

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ
..... 2017

QUELLO CHE

Noi
FACCIAMO





CARI STAKEHOLDER

Con il nostro Rapporto di Sostenibilità, che pubblichiamo da un triennio, continuiamo a condividere con voi le principali performance di carattere non finanziario del Gruppo.

La scelta di pubblicare volontariamente questo documento, che integra e approfondisce il Bilancio Consolidato di Gruppo, discende dalla consapevolezza che la nostra realtà sia il risultato della nostra reputazione che rimane

il bene più prezioso che abbiamo. Ogni giorno, dovunque, è un valore che dobbiamo preservare e accrescere, impegnandoci a garantire elevati standard di integrità, legalità, trasparenza e rispetto.¹

Per noi la sostenibilità non è solo nelle macchine che realizziamo, ma anche nelle modalità in cui le realizziamo. Sosteniamo il più possibile il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030² e ci impegniamo a rispettarne e promuoverne i principi nel nostro specifico perimetro di attività, in accordo con le indicazioni ricevute dai nostri clienti.

Sostenibilità per noi significa anche innovazione continua, sia di prodotto che di processo. Sono da sempre convinto che l'imprenditore sia mosso dall'innovazione, non dal profitto poiché se fosse mosso solo dal profitto non sarebbe imprenditore, ma un mero speculatore.

Soprattutto, creiamo valore condiviso per e con le comunità che ci ospitano, nel rispetto delle culture e diversità locali.

Vogliamo continuare ad essere tra i leader del mercato, spinti da una forte ambizione: contribuire allo sviluppo sostenibile della società e dei nostri stakeholder e, grazie all'inestimabile impegno di tutte le nostre persone, siamo fiduciosi di poter continuare ad ottenere ulteriori successi e raggiungere nuovi traguardi, anche a loro beneficio.

Maurizio Marchesini
PRESIDENTE

¹ Codice Etico di Marchesini Group, pagina 9.

² Risoluzione adottata dall'Assemblea Generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite del 25 settembre 2015, *Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*.



Cari stakeholder,

Il 2017 è stato il primo anno da Amministratore Delegato del Gruppo Marchesini.

Una realtà importante sia dal punto di vista economico - produttivo sia dal punto di vista sociale, che sta vivendo un momento eccezionale della sua evoluzione.

In un panorama nazionale in cui il ruolo sociale dell'impresa passa spesso in secondo piano, per il Gruppo Marchesini è stato un ulteriore anno di espansione con il superamento dei 1400 dipendenti.

Un anno accompagnato da una crescita costante in termini di occupazione, produzione e innovazione tecnologica.

Ed è proprio grazie alla sua forte propensione all'innovazione, caratteristica del suo DNA, che Marchesini Group oggi è tra le aziende di riferimento nell'ambito Piano nazionale Industria 4.0.

Innovazione e sostenibilità sono due concetti inscindibili in Marchesini Group: infatti se non innova l'azienda moderna è destinata a morire e quindi non è sostenibile. Innovare è un concetto dinamico: vuol dire aprirsi a realizzare soluzioni fuori dagli schemi consolidati ma è un processo stimolante e gratificante.

Sono illimitate le opportunità di innovazione, con la giusta caparbia e tenacia insieme ad un processo che favorisca la creatività. Marchesini Group ogni giorno semina idee i cui frutti saranno raccolti negli anni futuri.

Occorre, tuttavia, rispettare le regole imposte dalle politiche ambientali, supportando anche la crescita sociale, culturale ed economica della comunità di cui si è parte, per stare al passo con un mondo in continua evoluzione.

Ed è dalla comunità di cui siamo parte che selezioniamo risorse e talenti indispensabili per il successo della nostra impresa.

Il Gruppo Marchesini sente anche la responsabilità di intervenire in caso di bisogno come è accaduto con l'iniziativa intrapresa insieme ad IMA s.p.a. per risolvere la situazione di difficoltà in cui versavano 84 dipendenti di un'azienda di Monghidoro (BO) in fallimento.

Nel 2017 sono stati raggiunti traguardi significativi, credo però che nulla di tutto questo sarebbe stato possibile senza il fondamentale contributo di tutte le persone coinvolte nell'organizzazione.

A loro va il mio ringraziamento per aver abbracciato la cultura della innovazione e della sostenibilità traducendola ogni giorno in azioni concrete.

Molto è stato fatto e molto è ancora da fare ma le sfide fanno parte della nostra storia e da qui, ogni giorno, noi partiamo per costruire il futuro.

Pietro Cassani
AMMINISTRATORE
DELEGATO

RIFERIMENTI GRI-4 E AGENDA 2030

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ MARCHESINI GROUP	PAG.	GRI 4	CONTENUTI GRI 4	AGENDA 2030	GOALS
APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ	15	G4-1	PROVIDE A STATEMENT FROM THE MOST SENIOR DECISION-MAKER OF THE ORGANIZATION (SUCH AS CEO, CHAIR, OR EQUIVALENT SENIOR POSITION) ABOUT THE RELEVANCE OF SUSTAINABILITY TO THE ORGANIZATION AND THE ORGANIZATION'S STRATEGY FOR ADDRESSING SUSTAINABILITY.	<p>3 - ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ</p> <p>6 - GARANTIRE A TUTTI LA DISPONIBILITÀ E LA GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ACQUA E DELLE STRUTTURE IGIENICO-SANITARIE</p> <p>7 - ASSICURARE A TUTTI L'ACCESSO A SISTEMI DI ENERGIA ECONOMICI, AFFIDABILI, SOSTENIBILI E MODERNI</p> <p>11 - RENDERE LE CITTÀ E GLI INSEDIAMENTI UMANI INCLUSIVI, SICURI, DURATURI E SOSTENIBILI</p> <p>12 - GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO</p> <p>13 - PROMUOVERE AZIONI, A TUTTI I LIVELLI, PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO</p> <p>15 - PROTEGGERE, RIPRISTINARE E FAVORIRE UN USO SOSTENIBILE DELL'ECOSISTEMA TERRESTRE</p>	      
		G4-2	PROVIDE A DESCRIPTION OF KEY IMPACTS, RISKS, AND OPPORTUNITIES.		
		G4-24	PROVIDE A LIST OF STAKEHOLDER GROUPS ENGAGED BY THE ORGANIZATION.		
		G4-25	REPORT THE BASIS FOR IDENTIFICATION AND SELECTION OF STAKEHOLDERS WITH WHOM TO ENGAGE.		
		G4-26	REPORT THE ORGANIZATION'S APPROACH TO STAKEHOLDER ENGAGEMENT, INCLUDING FREQUENCY OF ENGAGEMENT BY TYPE AND BY STAKEHOLDER GROUP, AND AN INDICATION OF WHETHER ANY OF THE ENGAGEMENT WAS UNDERTAKEN SPECIFICALLY AS PART OF THE REPORT PREPARATION PROCESS.		
		G4-27	REPORT KEY TOPICS AND CONCERNS THAT HAVE BEEN RAISED THROUGH STAKEHOLDER ENGAGEMENT, AND HOW THE ORGANIZATION HAS RESPONDED TO THOSE KEY TOPICS AND CONCERNS, INCLUDING THROUGH ITS REPORTING. REPORT THE STAKEHOLDER GROUPS THAT RAISED EACH OF THE KEY TOPICS AND CONCERNS.		
		G4-28	REPORTING PERIOD (SUCH AS FISCAL OR CALENDAR YEAR) FOR INFORMATION PROVIDED.		
		G4-29	DATE OF MOST RECENT PREVIOUS REPORT (IF ANY).		
		G4-30	REPORTING CYCLE (SUCH AS ANNUAL, BIENNIAL).		
		G4-56	DESCRIBE THE ORGANIZATION'S VALUES, PRINCIPLES, STANDARDS AND NORMS OF BEHAVIOR SUCH AS CODES OF CONDUCT AND CODES OF ETHICS.		

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ MARCHESINI GROUP	PAG.	GRI 4	CONTENUTI GRI 4	AGENDA 2030	GOALS
RESPONSABILITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA	28	G4-3	REPORT THE NAME OF THE ORGANIZATION.	<p>8 - INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI</p> <p>12 - GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO</p>	 
		G4-4	REPORT THE PRIMARY BRANDS, PRODUCTS, AND SERVICES.		
		G4-5	REPORT THE LOCATION OF THE ORGANIZATION'S HEADQUARTERS.		
		G4-6	REPORT THE NUMBER OF COUNTRIES WHERE THE ORGANIZATION OPERATES, AND NAMES OF COUNTRIES WHERE EITHER THE ORGANIZATION HAS SIGNIFICANT OPERATIONS OR THAT ARE SPECIFICALLY RELEVANT TO THE SUSTAINABILITY TOPICS COVERED IN THE REPORT.		
		G4-7	REPORT THE NATURE OF OWNERSHIP AND LEGAL FORM.		
		G4-8	REPORT THE MARKETS SERVED (INCLUDING GEOGRAPHIC BREAKDOWN, SECTORS SERVED, AND TYPES OF CUSTOMERS AND BENEFICIARIES).		
		G4-9	REPORT THE SCALE OF THE ORGANIZATION, INCLUDING EMPLOYEES, OPERATIONS, ...		
		G4-13	REPORT ANY SIGNIFICANT CHANGES DURING THE REPORTING PERIOD REGARDING THE ORGANIZATION'S SIZE, STRUCTURE, OWNERSHIP, OR ITS SUPPLY CHAIN.		
		G4-15	LIST EXTERNALLY DEVELOPED ECONOMIC, ENVIRONMENTAL AND SOCIAL CHARTERS, PRINCIPLES, OR OTHER INITIATIVES TO WHICH THE ORGANIZATION SUBSCRIBES OR WHICH IT ENDORSES.		
		G4-17	LIST ALL ENTITIES INCLUDED IN THE ORGANIZATION'S CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS OR EQUIVALENT DOCUMENTS.		
G4-18	EXPLAIN THE PROCESS FOR DEFINING THE REPORT CONTENT AND THE ASPECT BOUNDARIES. EXPLAIN HOW THE ORGANIZATION HAS IMPLEMENTED THE REPORTING PRINCIPLES FOR DEFINING REPORT CONTENT.				
G4-EC1	DIRECT ECONOMIC VALUE GENERATED AND DISTRIBUTED.				
G4-34	REPORT THE GOVERNANCE STRUCTURE OF THE ORGANIZATION, INCLUDING COMMITTEES OF THE HIGHEST GOVERNANCE BODY. IDENTIFY ANY COMMITTEES RESPONSIBLE FOR DECISION-MAKING ON ECONOMIC, ENVIRONMENTAL AND SOCIAL IMPACTS.				

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ MARCHESINI GROUP	PAG.	GRI 4	CONTENUTI GRI 4	AGENDA 2030	GOALS
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO, R&S E INDUSTRIA 4.0	32	G4-DMA	A. REPORT WHY THE ASPECT IS MATERIAL. REPORT THE IMPACTS THAT MAKE THIS ASPECT MATERIAL. B. REPORT HOW THE ORGANIZATION MANAGES THE MATERIAL ASPECT OR ITS IMPACTS. C. REPORT THE EVALUATION OF THE MANAGEMENT APPROACH.	4 - FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA ED INCLUSIVA, E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI 8 - INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI	 
		G4-PR5	RESULTS OF SURVEYS MEASURING CUSTOMER SATISFACTION.		
OPERATIONS	37	G4-EC9	PROPORTION OF SPENDING ON LOCAL SUPPLIERS AT SIGNIFICANT LOCATIONS OF OPERATION.	13 - PROMUOVERE AZIONI, A TUTTI I LIVELLI, PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 17 - RAFFORZARE I MEZZI DI ATTUAZIONE E RINNOVARE IL PARTENARIATO MONDIALE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE	 
		G4-EN1	MATERIALS USED BY WEIGHT OR VOLUME.		
RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	39	G4-EN27	EXTENT OF IMPACT MITIGATION OF ENVIRONMENTAL IMPACTS OF PRODUCTS AND SERVICES.	12 - GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO 13 - PROMUOVERE AZIONI, A TUTTI I LIVELLI, PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	 
ENERGIA	39	G4-EN3	ENERGY CONSUMPTION WITHIN THE ORGANIZATION.	7 - ASSICURARE A TUTTI L'ACCESSO A SISTEMI DI ENERGIA ECONOMICI, AFFIDABILI, SOSTENIBILI E MODERNI	
RIFIUTI	40	G4-EN2	PERCENTAGE OF MATERIALS USED THAT ARE RECYCLED INPUT MATERIALS.	3 - ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ 11 - RENDERE LE CITTÀ E GLI INSEDIAMENTI UMANI INCLUSIVI, SICURI, DURABILI E SOSTENIBILI 12 - GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO	  
		G4-EN23	TOTAL WEIGHT OF WASTE BY TYPE AND DISPOSAL METHOD.		
		G4-EN28	PERCENTAGE OF PRODUCTS SOLD AND THEIR PACKAGING MATERIALS THAT ARE RECLAIMED BY CATEGORY.		
ACQUA	41	G4-EN8	TOTAL WATER WITHDRAWAL BY SOURCE.	6 - GARANTIRE A TUTTI LA DISPONIBILITÀ E LA GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ACQUA E DELLE STRUTTURE IGIENICO-SANITARIE	

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ MARCHESINI GROUP	PAG.	GRI 4	CONTENUTI GRI 4	AGENDA 2030	GOALS
CARBON FOOTPRINT	42	G4-EN3	ENERGY CONSUMPTION WITHIN THE ORGANIZATION.	7 - ASSICURARE A TUTTI L'ACCESSO A SISTEMI DI ENERGIA ECONOMICI, AFFIDABILI, SOSTENIBILI E MODERNI 12 - GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO 13 - PROMUOVERE AZIONI, A TUTTI I LIVELLI, PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 15 - PROTEGGERE, RIPRISTINARE E FAVORIRE UN USO SOSTENIBILE DELL'ECOSISTEMA TERRESTRE	   
		G4-EN4	ENERGY CONSUMPTION OUTSIDE OF THE ORGANIZATION.		
		G4-EN15	DIRECT GREENHOUSE GAS (GHG) EMISSIONS (SCOPE 1).		
		G4-EN16	ENERGY INDIRECT GREENHOUSE GAS (GHG) EMISSIONS (SCOPE 2).		
		G4-EN19	REDUCTION OF GREENHOUSE GAS (GHG) EMISSIONS.		
RESPONSABILITÀ SOCIALE	45			4 - FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA ED INCLUSIVA, E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI 8 - INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI	 
ORGANICO E STRUTTURA ORGANIZZATIVA	48	G4-LA1	TOTAL NUMBER AND RATES OF NEW EMPLOYEE HIRES AND EMPLOYEE TURNOVER BY AGE GROUP, GENDER AND REGION.	8 - INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI	
INVESTIRE SULLE PERSONE; TALENT ACQUISITION; TRAINING AND DEVELOPMENT; PERFORMANCE MANAGEMENT	50	G4-LA9	AVERAGE HOURS OF TRAINING PER YEAR PER EMPLOYEE BY GENDER, AND BY EMPLOYEE CATEGORY.	4 - FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA ED INCLUSIVA, E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI 5 - RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE ED EMANCIPARE TUTTE LE DONNE E LE RAGAZZE 8 - INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI	  
	52	G4-LA10	PROGRAMS FOR SKILLS MANAGEMENT AND LIFELONG LEARNING THAT SUPPORT THE CONTINUED EMPLOYABILITY OF EMPLOYEES AND ASSIST THEM IN MANAGING CAREER ENDINGS.		

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ MARCHESINI GROUP	PAG.	GRI 4	CONTENUTI GRI 4	AGENDA 2030	GOALS
WELFARE IN MARCHESINI GROUP: COMUNICAZIONE INTERNA E ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	56			<p>1 - PORRE FINE AD OGNI FORMA DI POVERTÀ NEL MONDO</p> <p>3 - ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ</p> <p>4 - FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA ED INCLUSIVA, E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI</p> <p>5 - RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE ED EMANCIPARE TUTTE LE DONNE E LE RAGAZZE</p>	   
SALUTE E SICUREZZA	60	GA-LA6	TYPE OF INJURY AND RATES OF INJURY, OCCUPATIONAL DISEASES, LOST DAYS, AND ABSENTEEISM, AND TOTAL NUMBER OF WORK-RELATED FATALITIES, BY REGION AND BY GENDER.	3 - ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ	
IMPEGNO PER LA COLLETTIVITÀ - UN ANNO DI SOSTENIBILITÀ	67			<p>1 - PORRE FINE AD OGNI FORMA DI POVERTÀ NEL MONDO</p> <p>2 - PORRE FINE ALLA FAME, RAGGIUNGERE LA SICUREZZA ALIMENTARE, MIGLIORARE LA NUTRIZIONE E PROMUOVERE UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE</p> <p>3 - ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ</p> <p>4 - FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA ED INCLUSIVA, E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI</p> <p>5 - RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE ED EMANCIPARE TUTTE LE DONNE E LE RAGAZZE</p> <p>9 - COSTRUIRE UN'INFRASTRUTTURA RESILIENTE E PROMUOVERE L'INNOVAZIONE ED UNA INDUSTRIALIZZAZIONE EQUA, RESPONSABILE E SOSTENIBILE</p> <p>10 - RIDURRE L'INEGUAGLIANZA ALL'INTERNO DI E FRA LE NAZIONI</p> <p>11 - RENDERE LE CITTÀ E GLI INSEDIAMENTI UMANI INCLUSIVI, SICURI, DURATURI E SOSTENIBILI</p> <p>16 - PROMUOVERE SOCIETÀ PACIFICHE E INCLUSIVE PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE</p> <p>17 - RAFFORZARE I MEZZI DI ATTUAZIONE E RINNOVARE IL PARTENARIATO MONDIALE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE</p>	         

PREFAZIONE

di STEFANO ZAMAGNI³

Il Rapporto di Sostenibilità 2017 del Gruppo Marchesini che il lettore ha per mano merita grande apprezzamento e considerazione e ciò per una duplice ragione. Per un verso, per l'accuratezza e la completezza delle informazioni rese, oltre che per il taglio espositivo sapientemente scelto. Per l'altro verso, e soprattutto, per il messaggio che promana da queste pagine e sul quale desidero soffermarmi, in breve.

Una schiera di ricerche, sia teoriche sia empiriche, ci conferma che la nostra società non considera più sufficiente - pur ritenendolo necessario - che l'impresa si limiti a ricercare unicamente il profitto per meritare piena legittimazione sociale. È ormai acquisito, infatti, che catena del valore economico e catena del valore sociale devono procedere di pari passo, proprio come ci ricorda il celebre apologo di Platone: "Il solco sarà diritto [e il raccolto abbondante] se i due cavalli che trainano l'aratro procedono alla stessa andatura" (*Fedro*). Ebbene, l'attività della Marchesini che in queste pagine è così vividamente narrata, è una chiara conferma della felice intuizione platonica.

La generazione di valore è tornata oggi - come già era accaduto all'epoca dell'Umanesimo civile nel XV secolo - ad aver bisogno di imprenditori aperti al nuovo - dunque innovatori - e capaci di creare nessi di relazione. È in ciò il senso ultimo di quel modello di economia di mercato noto come "capitalismo condiviso". Lo *shared capitalism* è un assetto organizzativo volto ad allineare gli interessi delle varie classi di stakeholder a quelli degli shareholder e a porre l'impresa in dialogo con tutte le sfere in cui si articola la società. L'evidenza empirica mostra che, laddove applicato, questo modo di produzione accresce significativamente il livello dei tanti indicatori di performance aziendale. Valore e ricchezza possono aumentare, infatti, solo attraverso una collaborazione leale e non corporativa tra imprese, enti pubblici, società civile organizzata.

Siamo alla vigilia di una nuova stagione imprenditoriale che si caratterizza sia per il rifiuto di un modello fondato sullo sfruttamento (della natura e dell'uomo) in favore di un modello centrato sulla logica della reciprocità, sia per lo sforzo di dare un senso all'attività di impresa, la quale non può ridursi a pensare se stessa come mera "macchina da soldi". (Ha scritto David Hevesi - non papa Francesco! - sul *New York Times* del 5/9/2008: "Sono triste e offeso per l'idea che le imprese esistono solo per arricchire i loro proprietari... Questo è il meno importante dei compiti che esse assolvono; esse sono assai più onorevoli e più importanti di ciò"). Invero, sempre più diffuso tra gli imprenditori illuminati - e Marchesini è tra questi - è il pensiero secondo cui il profitto non può essere l'unico obiettivo dell'impresa e soprattutto che non può esserci trade-off tra profitto e impegno civile. Perché il "come" si genera profitto è altrettanto importante del "quanto" se ne produce.

Oggi sappiamo che il successo dell'impresa procede di pari passo con quello del territorio di cui è parte. Se quest'ultimo non è in grado di assicurare, poniamo, adeguati livelli di istruzione, servizi sanitari in grado di incidere sul livello medio di salute, un'organizzazione del lavoro capace di rendere compatibili, in maniera decente, tempi di vita familiare e tempi di lavoro, e così via, l'impresa mai potrà conseguire successi duraturi, quali che siano le abilità del suo management.

Ecco perchè l'imprenditore illuminato non può non pensare allo sviluppo del suo territorio, ritenendo che a questo debba provvedere unicamente l'ente pubblico, al quale solo spetterebbe la titolarità degli interventi. Per dirla con una battuta, il passaggio cui stiamo assistendo è quello dalla concezione secondo cui "ciò che è bene per l'impresa è bene per la società", alla concezione opposta per cui "ciò che è bene per la società, è bene per l'impresa". Quel che è necessario è dotarsi di una dose massiccia di coraggio e di saggezza.

Ha scritto il celebre scrittore inglese Gilbert Chesterton: "Tutta la differenza tra costruzione e creazione è questa: una cosa costruita si può amare solo dopo che è stata costruita, ma una cosa creata si ama prima ancora di farla esistere". Marchesini è un imprenditore creatore in questo preciso senso, che si nutre di speranza e che non crede affatto che il futuro sarà destabilizzante solo perché non è in nostro possesso.

³ Prof. Stefano Zamagni, già ordinario di Economia Politica dell'Università di Bologna, è Adjunct Professor, Johns Hopkins University, SAIS Europe e membro ordinario della Pontificia Accademia delle Scienze Sociali.

1. NOTA METODOLOGICA

Il Gruppo Marchesini⁴ pubblica il suo terzo Rapporto di Sostenibilità, riferito all'anno 2017, consolidando il processo di comunicazione verso gli stakeholder e rendendolo sempre più fruibile, con particolare riguardo alle performance non finanziarie quali le proprie attività sociali ed ambientali. In quest'ottica, al fine di premiare la tempestività nel fornire informazioni quali-quantitative sui principali indicatori di sostenibilità, si è ritenuto opportuno rinviare le informazioni economico - finanziarie alla pubblicazione del bilancio consolidato di Gruppo⁵.

Il documento continua ad essere redatto facendo riferimento alle "Sustainability Reporting Guidelines G4" definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting e le informazioni quali-quantitative presentate sono confrontate con quelle relative all'esercizio almeno precedente.

Anche quest'anno il Rapporto di Sostenibilità è stato redatto dalla funzione Corporate Social Responsibility sotto la supervisione del CSR Manager del Gruppo che, seguendo una prassi ormai consolidata, si è avvalso del processo di coinvolgimento partecipativo di tutte le funzioni aziendali operanti in Marchesini. Il processo di reporting si è basato sui sistemi informativi in essere presso l'azienda (controllo di gestione, contabilità, qualità, ambiente, internal audit, sicurezza, gestione del personale, HR development ecc..) che sono stati integrati con specifici strumenti di raccolta ed analisi dati. Le informazioni riportate rispettano i principi di materialità, rilevanza, accuratezza, comparabilità, tempestività e affidabilità.

Il perimetro di rendicontazione comprende le società italiane del Gruppo e si riferisce al 31 dicembre 2017, salvo diverse indicazioni eventualmente riportate nei capitoli di competenza.

Il Rapporto di Sostenibilità 2017 del Gruppo Marchesini, in accordo con i principi del GRI, si concentra in particolare modo sull'analisi degli ambiti indicati nella matrice di materialità elaborata nel Rapporto di Sostenibilità 2016, con la quale sono stati individuati quei temi che più risultano rilevanti in relazione agli impatti socio-ambientali ed economici che il business del Gruppo genera all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

Le informazioni riportate fanno riferimento a grandezze misurabili e a stime; è opportunamente indicato nel documento il ricorso a queste ultime.

⁴ Per "Gruppo Marchesini" (di seguito Gruppo o Azienda) si intende l'assetto organizzativo rappresentato nello schema a pag. 29.

⁵ Il bilancio consolidato di Gruppo, in ottemperanza alla normativa civilistica e fiscale vigente, verrà approvato e pubblicato entro il 30 giugno 2018.

2. APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

L'impegno del Gruppo Marchesini per la sostenibilità è volto ad assicurare la continuità del suo successo nel tempo, con la riduzione progressiva del suo impatto ambientale e un contributo concreto al miglioramento della qualità della vita nelle sue comunità di riferimento.

Per questo motivo, di fronte alle crescenti sfide in fatto di sostenibilità, ha individuato una serie di attività prioritarie per il suo business e per i suoi stakeholder.

L'Azienda è infatti consapevole che la sostenibilità in senso lato del suo business sia fondamentale per la creazione di valore per la totalità degli stakeholder, assicurando lo sviluppo sia del Gruppo, sia del territorio nel quale è inserito.

I contenuti trattati sono presentati con l'approccio modulare già adottato nelle precedenti edizioni, fondato sui tre pilastri valoriali qualificanti esplicitati nel Codice Etico del Gruppo:

1. La creazione di valore attraverso l'integrità dei comportamenti, la capacità di fare innovazione, e la promozione dell'eccellenza a tutti i livelli;
2. La valorizzazione delle persone, la tutela della loro sicurezza e l'incentivo alla condivisione e alla collaborazione;
3. La trasparenza e la completezza dei flussi informativi, il legame con il territorio e la sostenibilità dello sviluppo.

La *mission* ("Because you are our mission"^{6,7}) e la *vision* ("perseguimento continuo dell'eccellenza e dell'innovazione nel pieno rispetto delle disposizioni di legge e del Codice Etico"⁸) aziendali rappresentano sempre i principi ai quali tutte le attività del Gruppo sono informate.

Coerente a tali principi Marchesini Group continua ad impegnarsi nella *customer centricity*⁹ che si realizza concretamente nell'offrire ai propri clienti il meglio disponibile sul mercato per soddisfare le loro esigenze con soluzioni efficaci, efficienti e sostenibili. Il Gruppo mantiene anche nel 2017 la sua posizione tra i quattro leader mondiali del suo settore¹⁰. Anche per questo motivo l'approccio nell'affrontare le tematiche riguardanti la sostenibilità è rivolto ad incontrare l'importanza crescente che le aziende multinazionali operanti nei mercati di riferimento riservano agli argomenti trattati quando stilano i rating delle aziende partner.

⁶ Cfr. Rapporto di Sostenibilità 2015, pagg. 18 e 19, Codice Etico, pagg. 16, 26 e 30.

⁷ "Because you (customers, n.d.r.) are our mission", come afferma Maurizio Marchesini, Presidente di Marchesini Group S.p.a. nel *Company Profile* del sito aziendale www.marchesini.com.

⁸ Codice Etico di Marchesini Group, pagina 16.

⁹ "La Customer Centricity è l'unica strategia aziendale end-to-end e inclusiva orientata al singolo cliente e alle sue esigenze individuali. Customer Centricity è sia una base imprenditoriale, organizzativa, strategica e operativa di un modello di business adattato al cambiamento, sia una gestione e una strategia di base, strategia e approccio fondamentalmente nuovi." Wilkes, Stange - *Customer Centricity e Corporate Management*.

¹⁰ Transparency Market Research, *Pharmaceutical Packaging Equipment Market By Product Type (Solids Packaging Equipment, Semi-solids Packaging Equipment and Liquids Packaging Equipment) and By Package Type (Primary Packaging Equipment and Secondary Packaging Equipment, - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2015 - 2021*, Albany (NY), 2015.



2.1 I NOSTRI STAKEHOLDER

Il Gruppo Marchesini pone grande attenzione alle legittime aspettative ed esigenze dei suoi stakeholder¹¹, incoraggiandone la partecipazione e il coinvolgimento, con l'obiettivo di comprendere le loro opinioni e sviluppare soluzioni in grado di creare valore condiviso nel lungo periodo.

In funzione dei contesti geografici ed operativi di riferimento, il Gruppo adotta strategie di coinvolgimento diversificate e flessibili. Investitori, clienti, partner, governi e media rappresentano stakeholder chiave a livello corporate, così come, a livello operativo, i principali stakeholder sono dipendenti, partner, clienti, fornitori, comunità e autorità locali e altre organizzazioni come i sindacati e le ONG.

Il dialogo con gli stakeholder rappresenta da sempre un elemento centrale nel "fare impresa" del Gruppo. La trasparenza è infatti alla base della sua strategia di sostenibilità, da sempre impegnato a sviluppare e mantenere solide relazioni con tutti gli stakeholder.

Questo approccio ha consentito a Marchesini Group di costruire solidi rapporti con clienti, istituzioni, dipendenti, fornitori, comunità e terze parti in tutto il mondo.

2.2 MATRICE DI MATERIALITÀ PER IL 2017

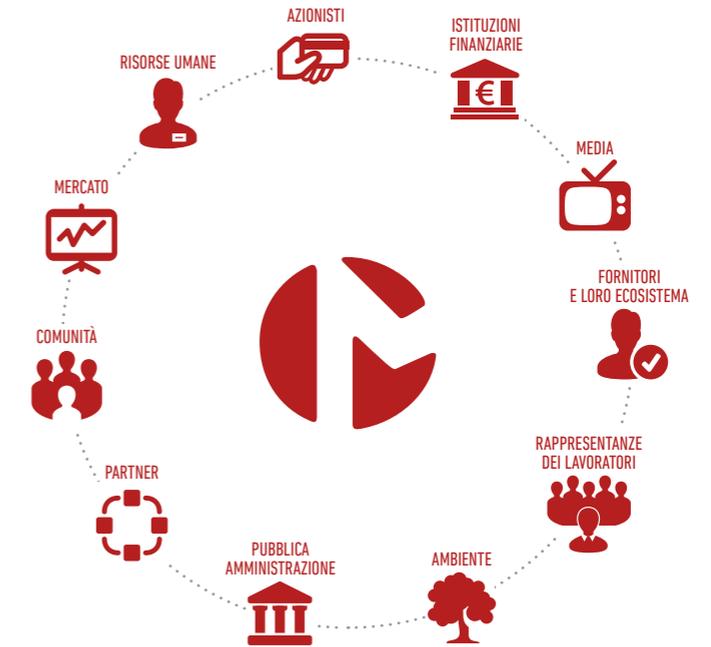
In linea con le Linee Guida G4, l'analisi di materialità è un processo periodico volto a individuare aspetti economici, ambientali e sociali che potrebbero avere un impatto rilevante sulle performance economiche del Gruppo o influire in modo sostanziale sulle valutazioni e le decisioni dei suoi stakeholder. Questa analisi, effettuata nel 2016 e, per la sua solidità, ritenuta ancora attuale, si è svolta attraverso il coinvolgimento dei nostri principali stakeholder interni ed esterni.

Il processo è stato articolato in quattro fasi principali, sintetizzate come segue:

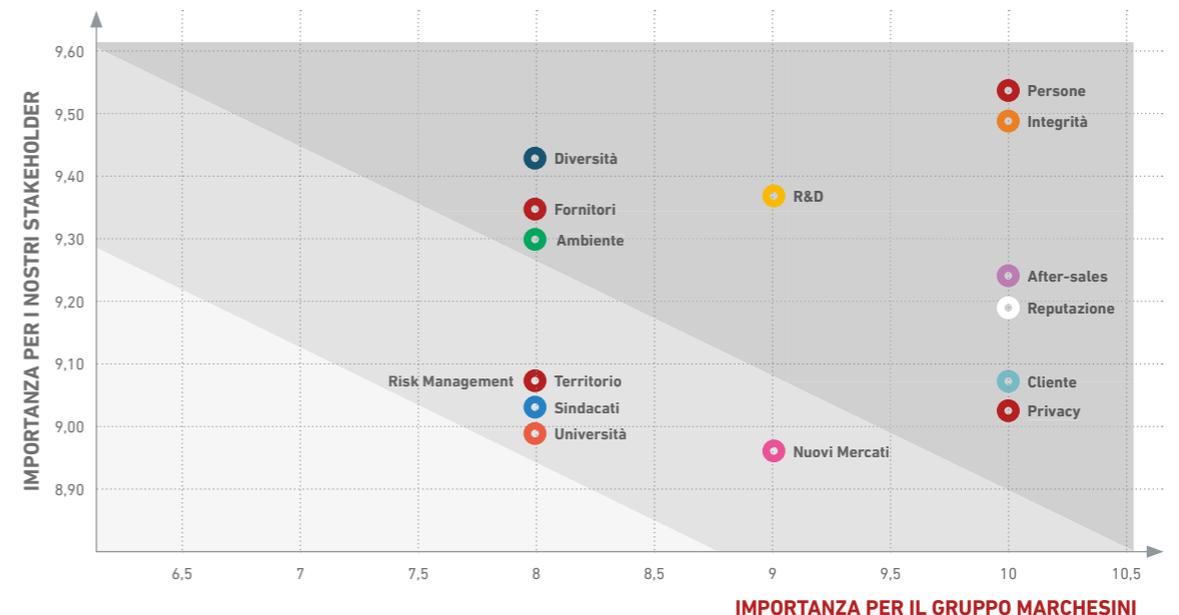
- Identificazione interna di possibili temi di sostenibilità di rilievo per il nostro settore
- Prioritizzazione interna dei temi individuati con il management del Gruppo, attraverso la consultazione con la direzione aziendale, includendo risorse umane, qualità e health and safe executive (HSE), approvvigionamento, produzione, ufficio tecnico e relazioni con gli investitori
- Prioritizzazione esterna di temi individuati con gli stakeholder principali del Gruppo, attraverso interviste con rappresentanti dei clienti, dipendenti, fornitori ecc., un sondaggio su un campione di dipendenti e interviste con dipendenti che intrattengono relazioni con gli stakeholder, sia presso la sede (investitori e clienti) sia nell'ambito dei progetti (comunità locali e autorità)
- Approvazione finale dell'elenco degli aspetti prioritari da parte del management del Gruppo

Grazie a questo processo abbiamo individuato 14 aspetti prioritari riportati nella matrice di materialità seguente, che costituiscono la base del nostro Rapporto di sostenibilità.

I SOGGETTI INTERESSATI (STAKEHOLDER) E DESTINATARI DEL CODICE ETICO



MATRICE DI MATERIALITÀ 2017



LEGENDA

- BASSA PRIORITÀ
- MEDIA PRIORITÀ
- ALTA PRIORITÀ

3. LA NOSTRA STORIA

PRODUCT LINES





PIANORO (BO)

1974

2M

Cartoners



PIANORO (BO)

1976

GENERALMAC

Sachet machines and rigid tube machines



PIANORO (BO)

1978

UNIMAC

Warehouse



PIANORO (BO)

1980

M80

Cartoners



CARPI (MO)
CALDERINO (BO)

1985

GAMMA

Blister machines

DI GAMMA

Blister machines



PIANORO (BO)

1987

2M

Filling division

1975
SPAIN
Barcelona



1979
Official launch
IPACK IMA
BA400



1981
First participation to INTERPACK trade fair in Düsseldorf



1986
UK
Leighton Buzzard, Bedfordshire



BA50
Cartoner



T400
Counting machine for tablets in rigid tubes



BA400
Cartoner

New redesigned layout

- Drum for carton opening (Patented)
- Pusher opposite operator side
- Ergonomic carton magazine on operator side
- Carton translation system to prevent bucket displacement
- Designed from a machine layout that already included the safety guards



THREE-CHANNELS TUBE CAROUSEL GROUP



MB440
First Blister machine



Massimo Marchesini



Maurizio Marchesini



Ipackima, Milano 1979
Presentation of the BA400



Marco Marchesini



Fidenzio Sanmarchi, Junior designer



Pioneers



Giuseppe Monti





1977 - 1980
Collaboration with CASIMIRO ADANI leading to:

- Automatic fase generator
- Led synoptic panel
- Cmos Logic



1983
First PROGRAMMABLE SYSTEM

3. LA NOSTRA STORIA

SPECIAL EVENTS

Open house

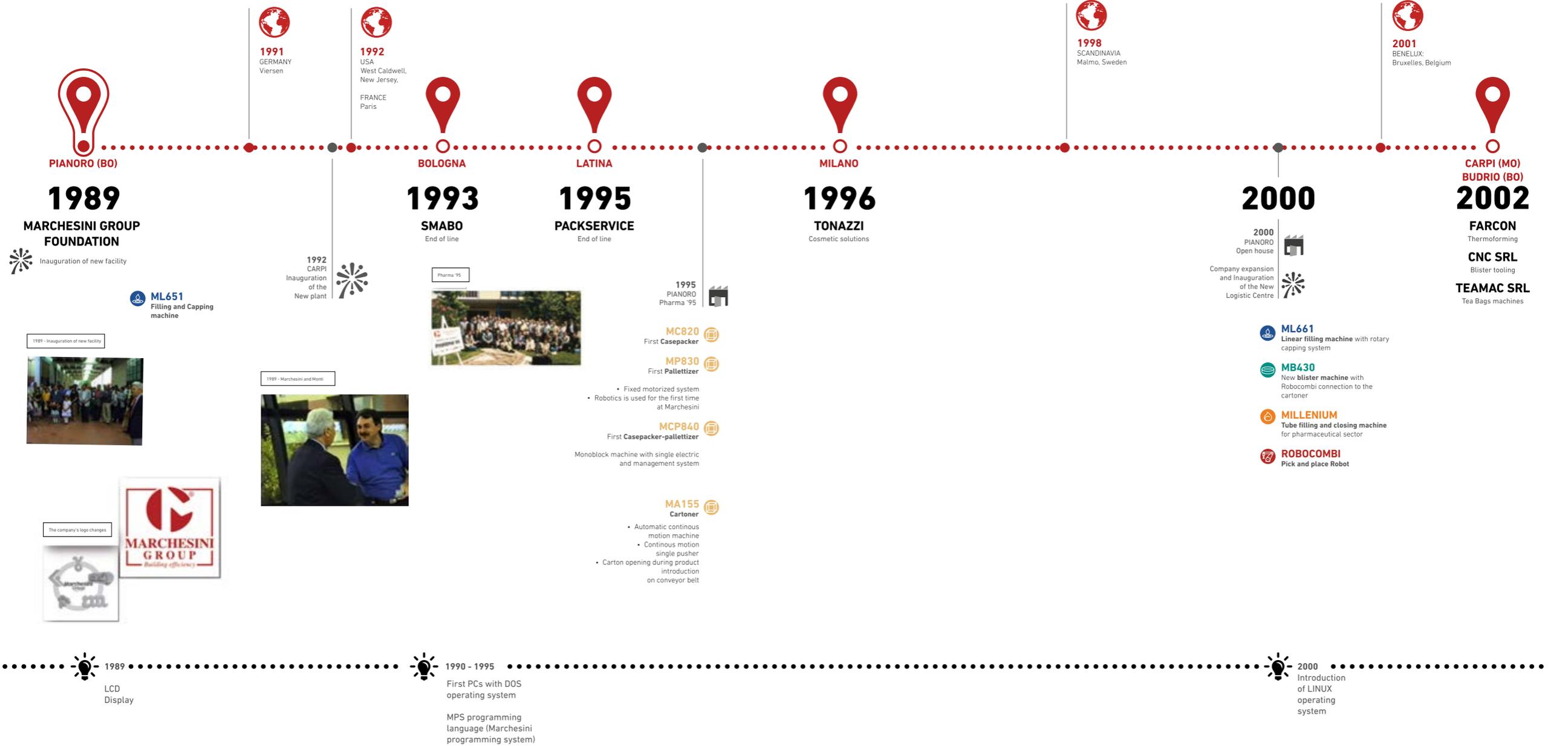
Inauguration

Trade Fair

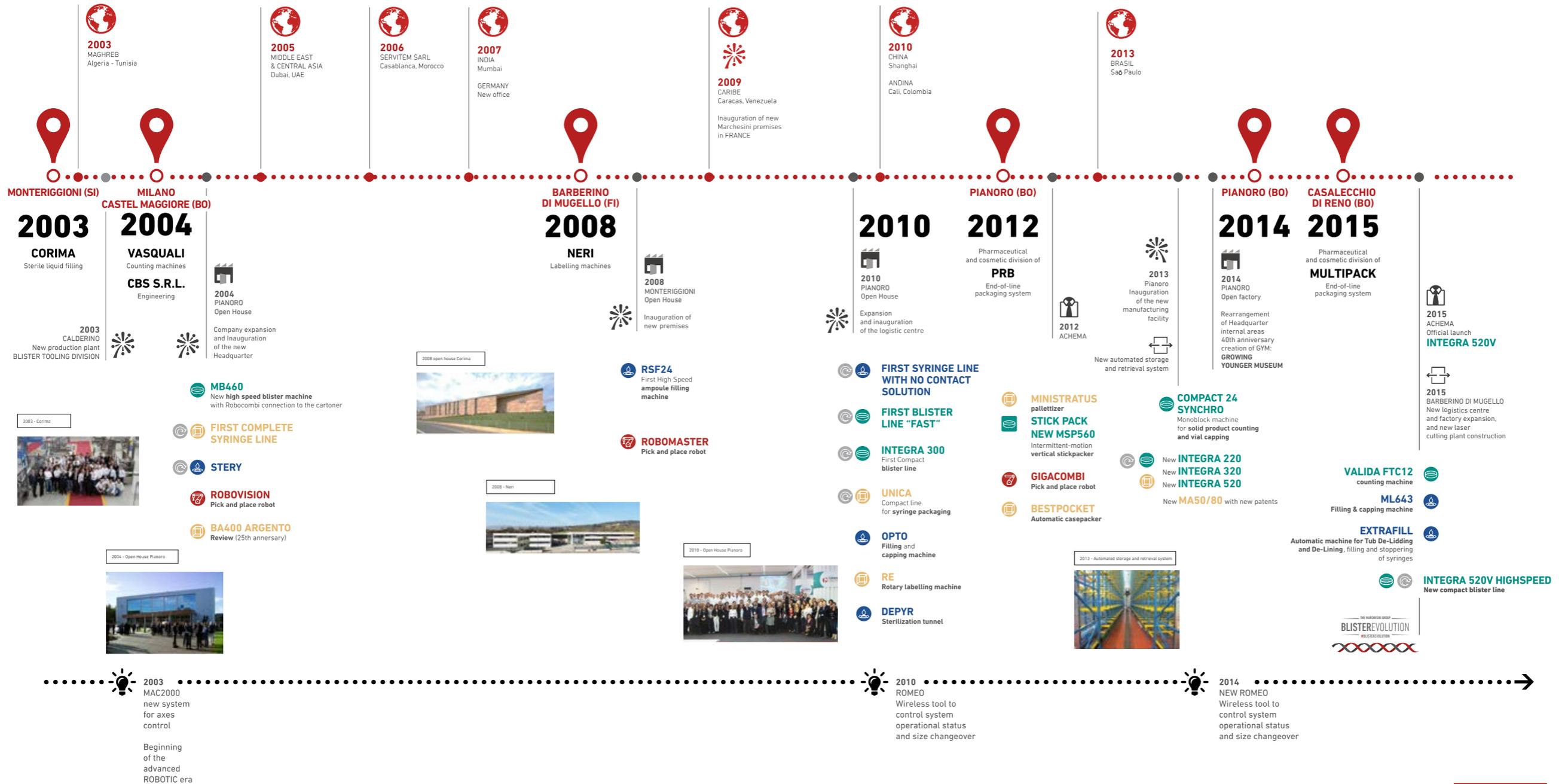
Corporate Social Responsibility

Plant expansion

New appointment



3. LA NOSTRA STORIA



3. LA NOSTRA STORIA

2016

2016
RUSSIA
Moscow

POLAND
Warsaw

UKRAINE
Kiev

2016
Sustainability
Report

2016
Code of Ethics

2016
CARPI

Open House

Company expansion
and Inauguration
of the new
Carpi thermoforming
centre

BLA420CW
labelling, Track & Trace and checkweigher machine

BLA525 NEW
Track & Trace and labelling machine

SYNCHRO 24 + NIR
counting and capping solid forms
in vials in a single monobloc

FARPLUS
New bundling machine
for cosmetic product

2016 - Open House Carpi

**BOLOGNA
BIENTINA (PI)**

2017

DUMEK
Turboemulsifier

VIBROTECH
acquisition of 40%
Infeed and positioning
systems

2017
CASTELMAGGIORE

Company expansion
and inauguration

2017 - CBS

PIETRO CASSANI
new Chief Executive
Officer of the company

2017
INTERPACK

MA400 New - restyling
Continuous motion horizontal cartoner

TURBOMEK series
Turboemulsifier

WHAT WE BELIEVE IN
Code of Ethics

BLISTEREVOLUTION
#BLISTEREVOLUTION

4. HIGHLIGHTS 2017

MARCHESINI

ITALY
PIANORO
589 TOTAL EMPLOYEES
M² 48600

TOTAL MANUFACTURING AREA

LIQUID FILLERS
SACHET FILLERS
CARTONERS
OVERWRAPPING MACHINES
CASE PACKERS
PALLETIZERS
COMPLETE LINES

NERI DIVISION

ITALY
BARBERINO DEL MUGELLO
157 TOTAL EMPLOYEES
M² 12932

TOTAL MANUFACTURING AREA

LABELLERS
DEPYROGENATION TUNNELS
WASHERS

BLISTER & FARCON DIVISION

ITALY
CARPI
117 TOTAL EMPLOYEES
M² 14000

TOTAL MANUFACTURING AREA

DEEP DRAW THERMOFORMERS
BLISTER

CORIMA

ITALY
SIENA
86 TOTAL EMPLOYEES
M² 5935

TOTAL MANUFACTURING AREA

WASHERS
DEPYROGENATION TUNNELS
SYRINGE FILLERS
VIAL FILLERS
STERILE VIAL FILLERS

PACKSERVICE DIVISION

ITALY
LATINA
31 TOTAL EMPLOYEES
M² 4400

TOTAL MANUFACTURING AREA

STRIP FILLERS
RIGID TUBE FILLERS
CASE PACKERS
FEEDERS

TONAZZI VASQUALI DIVISION

ITALY
MILANO
50 TOTAL EMPLOYEES
M² 5832

TOTAL MANUFACTURING AREA

TUBE FILLERS
JAR FILLERS
MASCARA FILLERS
COUNTING MACHINES
ELEVATORS
FEEDERS

MARCHESINI DIV. TOOLING

ITALY
CALDERINO
26 TOTAL EMPLOYEES
M² 4700

TOTAL MANUFACTURING AREA

TOOLING BLISTER
MACHINES

DUMEK

ITALY
BOLOGNA
12 TOTAL EMPLOYEES
M² 1250

TOTAL MANUFACTURING AREA

TURBOEMULSIFIERS
MELTERS
FILLING & CLOSING MACHINES

C.B.S. ENGINEERING S.R.L.

ITALY
CASTELMAGGIORE - BO
39 TOTAL EMPLOYEES
M² 2000

OMAC S.R.L.

ITALY
BUDRIO - BO
46 TOTAL EMPLOYEES
M² 4000

C.N.C. S.R.L.

ITALY
CARPI - MO
41 TOTAL EMPLOYEES
M² 3200

RINOVA S.R.L.

ITALY
PIANORO - BO
12 TOTAL EMPLOYEES
M² 2430

MAIN FACT&FIGURES

24 NEW MACHINES
IN THE LAST 3 YEARS

97.650 SQUARE METRES
OF FACILITIES

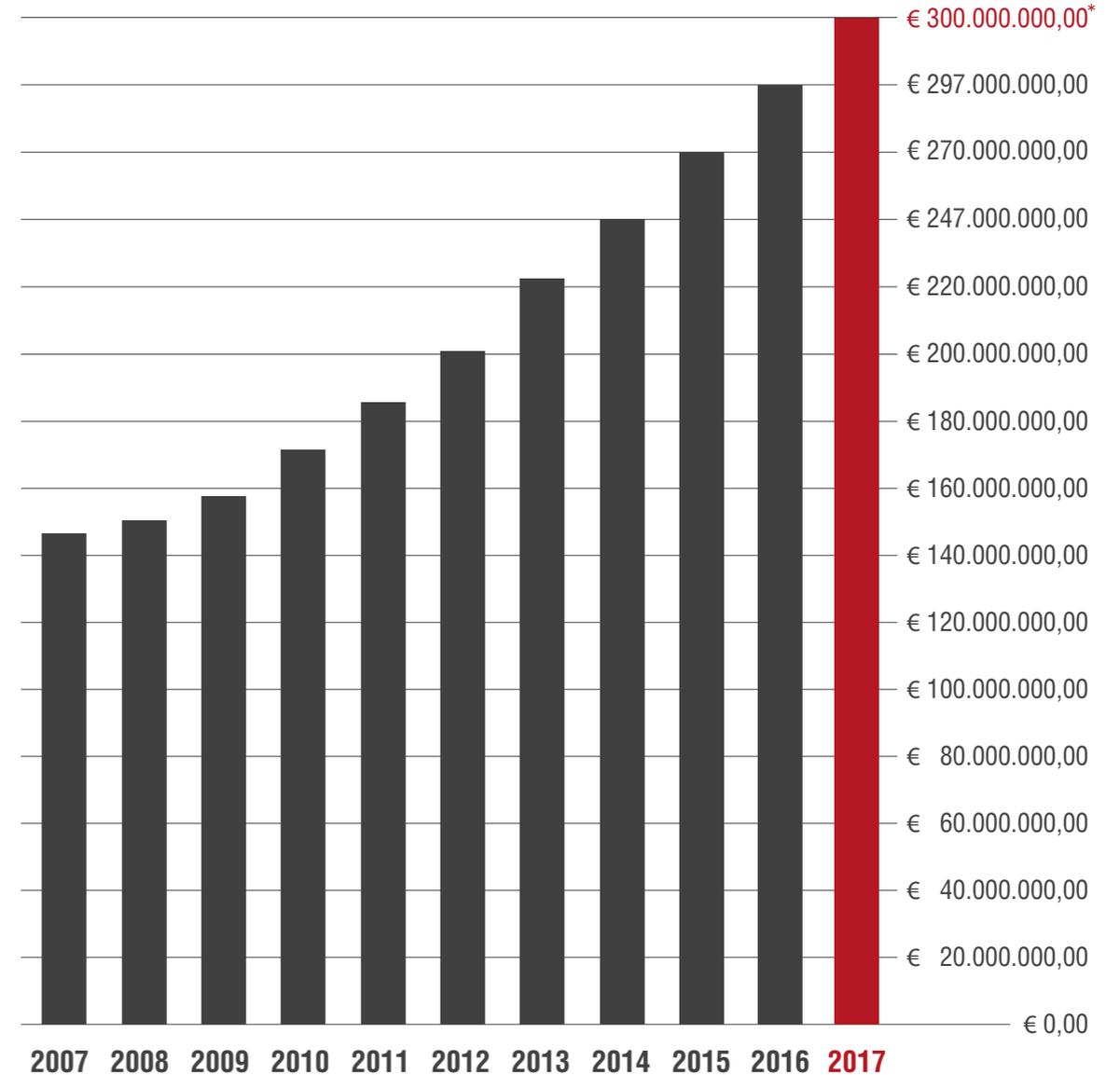
28 AUTOMATIC WAREHOUSES

380 NEW FEEDING GROUPS/YEAR

1 AUTOMATED STORAGE
AND RETRIEVAL SYSTEM

125.000 NEW
DRAWINGS/YEAR

ABOUT US



* Fatturato di gruppo (Valore stimato).

L'ammontare effettivo del fatturato consolidato di Gruppo sarà confermato dal Bilancio Consolidato che verrà approvato e pubblicato entro il 30 Giugno 2018.

5. RESPONSABILITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA

GRI - G4 | 3, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 15, 17, 34, EC1



5.1 CORPORATE GOVERNANCE

La *Corporate Governance* è l'insieme di strumenti, regole, relazioni, processi e sistemi aziendali finalizzati ad una corretta ed efficiente gestione dell'impresa, intesa come sistema di compensazione fra gli interessi dei soci e degli amministratori di una società. La struttura della corporate governance esprime quindi le regole e i processi con cui si prendono le decisioni in un'azienda, le modalità con cui vengono decisi gli obiettivi aziendali nonché i mezzi per il raggiungimento e la misurazione dei risultati raggiunti.

Le regole della *Corporate Governance* fanno riferimento sia alle leggi ed ai regolamenti dell'ordinamento giuridico del Paese nel quale l'impresa opera, sia alle regole interne all'impresa stessa. Le relazioni includono quelle tra gli attori coinvolti nella società: i proprietari (gli azionisti), i manager, gli amministratori, le autorità di regolazione, i dipendenti e la società in senso ampio. I processi e sistemi si riferiscono ai meccanismi di delega dell'autorità, alla misurazione delle performance, alla sicurezza, al reporting e alla contabilità.

Nel Gruppo Marchesini il sistema di *Corporate Governance* è basato sul ruolo centrale del Consiglio di Amministrazione (come organismo principale a cui è demandato il controllo dell'azienda da parte degli azionisti), sulla trasparenza nelle decisioni operative, efficacia dei controlli interni, su regole rigorose a controllo e prevenzione dei conflitti di interesse e su solidi principi di comportamento e di governo delle interazioni con i soggetti interessati.

Massimo Marchesini, Presidente onorario

Maurizio Marchesini, Presidente del C.d.A.

Pietro Cassani, Amministratore Delegato, membro del C.d.A.

Marco Marchesini, Direttore di Produzione, membro del C.d.A.

Marinella Alberghini, Direttore dell'organizzazione, membro del C.d.A.

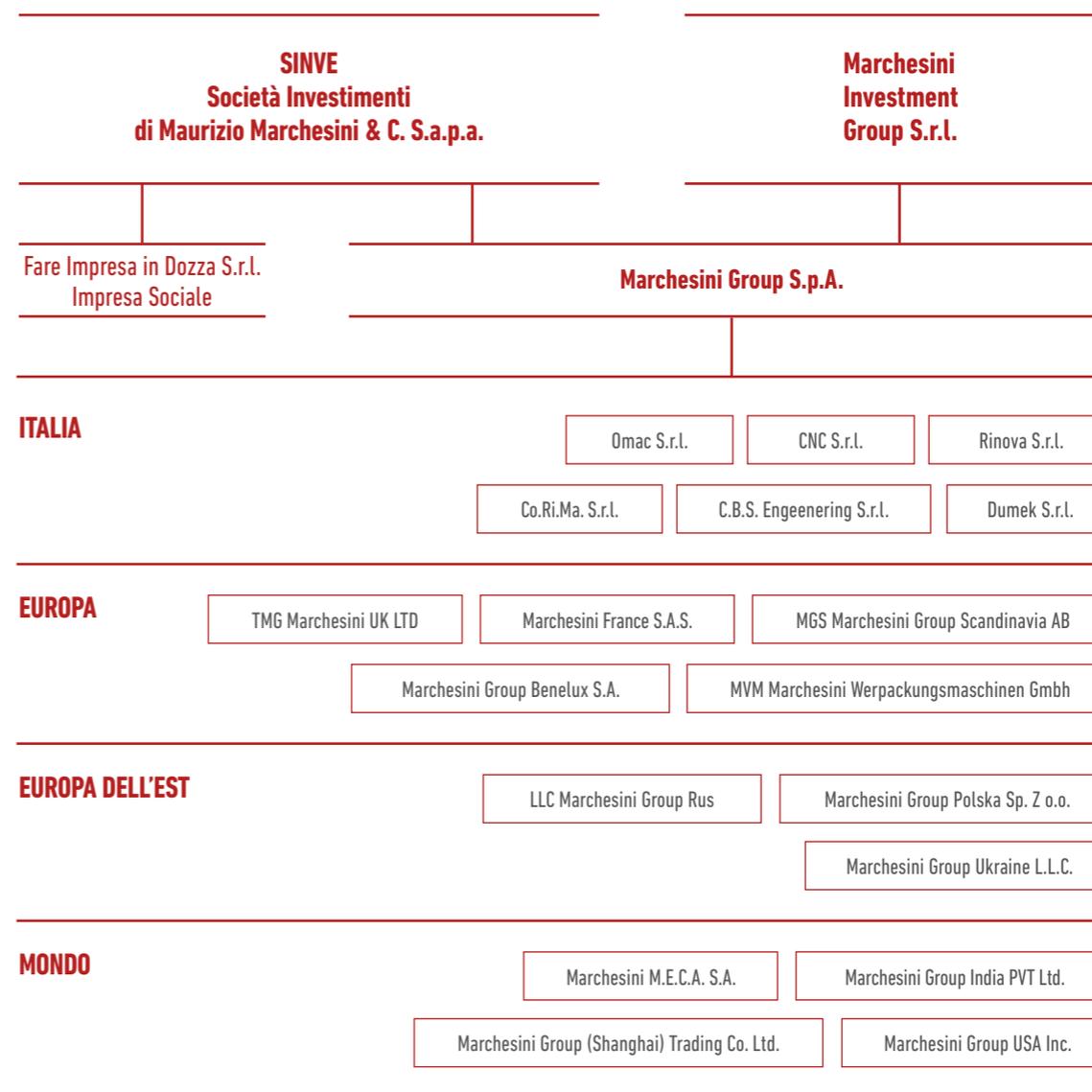
Giuseppe Monti, Direttore tecnico, membro del C.d.A.

Valentina Marchesini, Direttore risorse umane, membro del C.d.A.

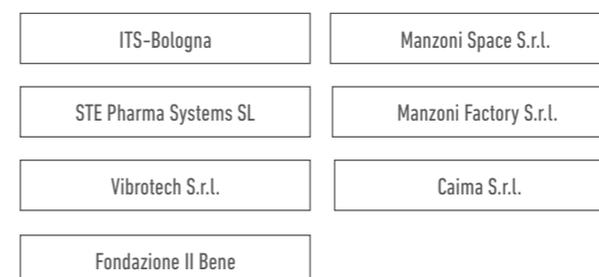
Pietro Tomasi, Direttore Commerciale

Fabio Degli Esposti, Direttore Finanziario

5.2 ASSETTO SOCIETARIO (AL 31/12/2017)



Altre partecipazioni



5.3 MARCHESINI GROUP NEL MONDO

Con una percentuale di esportazioni superiore all'85% del fatturato, Marchesini Group si afferma come un'azienda ad alta vocazione internazionale. Per mantenere questo ruolo e consolidare la sua presenza sullo scenario internazionale in continuo cambiamento, sin dai primi anni di attività Marchesini ha puntato sulla creazione di una capillare rete commerciale all'estero. Nel 2017 il Gruppo, attraverso un organico di **136 persone**, è presente in oltre **116 Paesi** del mondo con **13 aziende** estere ed una rete di **35 uffici** di rappresentanza cresciute di pari passo con l'azienda per ribadire quotidianamente la volontà di essere vicina alle esigenze della clientela.

-  Foreign Companies
-  Representative Offices



MARCHESINI GROUP UK

-  UK - IRELAND

MARCHESINI GROUP USA

-  USA - CANADA & PUERTO RICO

MARCHESINI GROUP FRANCE

-  FRANCE

MARCHESINI GROUP BENELUX

-  BELGIUM - LUXEMBOURG

MARCHESINI GROUP ESPAÑA (STE PHARMA SYSTEMS)

-  SPAIN

MARCHESINI GROUP MAGHREB (STE MAGHREB)

-  ALGERIA - TUNISIA - MOROCCO

MARCHESINI GROUP SCANDINAVIA

-  SCANDINAVIA

MARCHESINI GROUP GERMANY

-  GERMANY - SWITZERLAND - NETHERLANDS

MARCHESINI GROUP SWITZERLAND

-  SWITZERLAND

MARCHESINI GROUP RUS

-  RUSSIA - ARMENIA - AZERBAIJAN - BELARUS
GEORGIA - KAZAKHSTAN - UZBEKISTAN

MARCHESINI GROUP POLSKA

-  POLAND - ESTONIA - LATVIA - LITHUANIA

MARCHESINI GROUP UKRAINE

-  MOLDOVA - UKRAINE

MARCHESINI GROUP INDIA

-  MUMBAI HEADQUARTERS

MARCHESINI GROUP SHANGHAI

-  CHINA

MARCHESINI GROUP MECA

-  MIDDLE EAST & CENTRAL ASIA:
HEADQUARTERS IN GENEVA SWITZERLAND
DUBAI - AFGHANISTAN - SAUDI ARABIA
BANGLADESH - CYPRUS - EGYPT - UNITED ARAB EMIRATES
JORDAN - GREECE - IRAN - IRAQ - ISRAEL
KUWAIT - LEBANON - OMAN - PAKISTAN - QATAR
SYRIA - TURKEY - YEMEN

MARCHESINI GROUP BRASIL

-  BRAZIL - ARGENTINA - BELIZE - BOLIVIA - CHILE - COLOMBIA
COSTA RICA - CUBA - DOMINICAN REPUBLIC - ECUADOR
EL SALVADOR - GUATEMALA - HONDURAS - MEXICO - NICARAGUA
PANAMÀ - PARAGUAY - PERÙ - URUGUAY - VENEZUELA

5.4 VALORE ECONOMICO GENERATO

Il Gruppo Marchesini riconosce l'importanza di un'equilibrata distribuzione del valore generato dalla propria attività nei confronti dei propri stakeholder, valore che gli stessi, direttamente o indirettamente, hanno contribuito a produrre. Si stima che il valore economico generato dal Gruppo nel 2017 ammonti a circa 300 milioni di euro, con un incremento del 3- 4 % rispetto al dato del 2016 riconducibile principalmente all'aumento della produzione e dei conseguenti ricavi.

6. RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO, R&S E INDUSTRIA 4.0

GRI - G4 | DMA - PR5



L'anno 2017 ha visto il Gruppo Marchesini ancora più impegnato nella sua attività di *product stewardship*¹² come volano della sua politica di responsabilità di prodotto. I temi dell'Industria 4.0¹³, in particolare, sono diventati parte sempre più integrante degli ingranaggi alla base del funzionamento del Gruppo, come di tutte le aziende italiane.

Il suo *core business* porta il Gruppo ad operare a stretto contatto con settori industriali che, per loro natura, implicano un continuo aggiornamento sulle tematiche legate agli investimenti innovativi. Questo si traduce in due vantaggi: il primo, congiunturale, è dovuto al fatto che il mercato farmaceutico non ha scontato gli effetti della grande recessione che hanno afflitto altri mercati. Il secondo vantaggio, più contingente, ci porta più da vicino proprio ai temi dell'Industria 4.0 in quanto rapportarsi con i clienti del settore farmaceutico e cosmetico significa interloquire costantemente con aziende che, per necessità di settore, promuovono il tema e ne sono molto sensibili.

Il Gruppo Marchesini ha quindi cominciato a "masticare" i concetti dell'Industria 4.0 ben prima che diventassero di moda e ad affrontare già dall'inizio del secolo le loro ricadute sui processi interni e sui prodotti finali. A livello di processo, ad esempio, si avvale di algoritmi derivanti da analisi dinamiche sui dati gestionali, che utilizza per fare dei "carotaggi" e ottenere informazioni specifiche su una determinata macchina.

Il Gruppo è, inoltre, all'avanguardia per quanto riguarda la *cybersecurity* poiché tutela i suoi sistemi informatici attraverso l'utilizzo di software anti-intrusione e canali criptati per le informazioni sensibili.

L'aspetto più interessante è, però, legato alle stampanti 3D integrate nel processo produttivo: oggi Marchesini Group dispone di un reparto dedicato che utilizza stampanti tridimensionali operative 24 ore su 24, che realizzano prototipi e specifici pezzi di produzione, frutto ogni volta di uno studio ingegneristico diverso.

Grazie all'utilizzo di una tecnologia di prototipazione rapida, sviluppata internamente e chiamata "Fast Format Maker", l'Azienda è in grado di garantire la consegna di pezzi di ricambio finiti, testati e pronti all'uso in tempi estremamente ridotti dalla richiesta. Anche grazie alle stampanti 3D è possibile progettare in modo molto più diretto e rapido, senza stampare un solo foglio cartaceo e identificando "in virtuale" le migliori strategie di lavorazione. In questo modo si riescono a ridurre i tempi e i costi di realizzazione dei pezzi, monitorando anche la pianificazione della produzione, l'usura delle macchine e la gestione degli errori.

Dal punto di vista del prodotto, poi, la collaborazione con le industrie del farmaco e il coinvolgimento diretto sui temi dell'Industria 4.0 hanno spinto il Gruppo, anno dopo anno, alla realizzazione di linee per il confezionamento sempre più flessibili e robotizzate.

Lo sviluppo *in house* di bracci robotici ci permette di velocizzare di molto la produzione, grazie alla capacità di gestire con grande efficienza il passaggio dalla fase a monte - ad esempio la compressa che viene inserita nel blister - a quella a valle - dove il blister viene posizionato nel suo astuccio. Si tratta di robot specificamente studiati per il packaging, completamente integrati con le macchine e in grado di adattarsi autonomamente alla variabilità dei prodotti da confezionare, di solito molto diversi per dimensione, peso e forma.

¹² Verdantix, *Smart Innovators: Product Stewardship Solutions*, London, UK, Dicembre 2015.

¹³ Ministero dello sviluppo Economico, *Piano Nazionale Industria 4.0*, www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/industria40.

In questi ambiti rientra anche l'utilizzo di sistemi di visione (telecamere wireless) integrate nelle macchine di nuova generazione, che garantiscono massima elasticità nella gestione dei vari prodotti e materiali da confezionare. Queste telecamere sono utilizzate all'interno dei sistemi di serializzazione permettendo di codificare in modo univoco ogni singola confezione per poterla riconoscere, tracciare ed identificare.

Siamo all'avanguardia anche nello sviluppo dell'analisi dei dati di produzione per anticipare gli interventi di manutenzione - le cosiddette operazioni di manutenzione predittiva - e in quello di sistemi di autoapprendimento, ovvero di software che ottimizzano in automatico il processo di confezionamento.

L'output del processo produttivo Marchesini non è mai, quindi, solo una macchina per il confezionamento, ma un vero e proprio mix di beni e servizi ad alto contenuto tecnologico che rientra a pieno titolo nella lista presente all'interno del Piano nazionale Industria 4.0¹⁴, contenente l'elenco dei beni agevolabili.

Sotto questo punto di vista, trattandosi di tematiche in rapida evoluzione, Marchesini Group cerca di incontrare le esigenze dei propri clienti fornendo loro una sorta di "informativa" completa limitata non solo a contenuti di carattere tecnico sulla macchina acquistata, cosa che fa da sempre, ma anche illustrando quali sono le caratteristiche tecniche che permettono di identificare le macchine come beni "4.0" ed eventualmente i suggerimenti per integrarle al fine di rientrare nel disposto della normativa vigente. Questa attività ha significato per il Gruppo l'avvio di processi di formazione ad hoc dei dipendenti, con la consapevolezza che non si possa fornire servizi innovativi senza la creazione di nuove figure professionali e senza riqualificare il personale già strutturato.

Una delle unità più strategiche dell'attività di ricerca e sviluppo (R&D) del Gruppo Marchesini è quella deputata allo sviluppo di applicazioni robotizzate. Si tratta di un team specializzato formato per lo più da ingegneri dell'automazione che lavora per costruire robot completamente integrati nelle macchine che confezionano farmaci e cosmetici.

La totale integrabilità dei robot nel processo produttivo è imprescindibile dal fatto che tutti i robot e i software che lo gestiscono siano progettati e assemblati internamente per garantire applicazioni in grado di gestire alla perfezione il passaggio del prodotto in tutte le fasi del confezionamento. Fondamentale, quindi, è l'utilizzo della tecnica *pick and place*, molto presente sia sulle linee standard, sia su quelle ultra-personalizzate.

Il costante sviluppo di applicazioni robotiche ha incrementato negli anni il numero di brevetti depositati dal Gruppo che, a fine 2017, hanno superato quota 500.

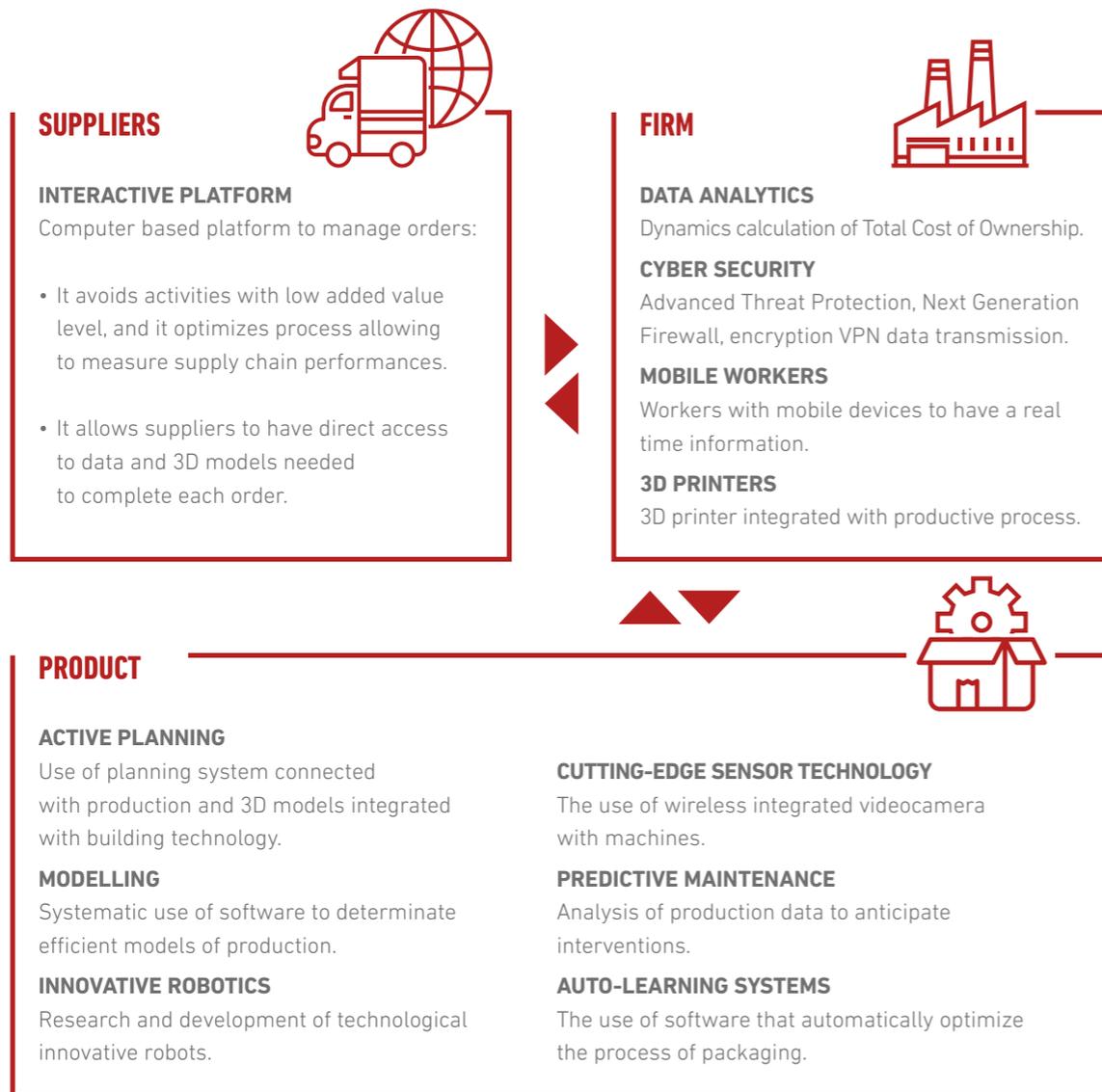
Nel 2017 l'impegno del Gruppo nelle attività di ricerca e sviluppo è proseguito, confermando sempre più che la sua vocazione all'innovazione è insita nel proprio DNA. In termini finanziari, l'investimento in attività di R&D è stato di circa 3,2 milioni di euro¹⁵, l'1% del valore economico generato^{16,17}.

¹⁴ Legge 11 dicembre 2016, n. 232 - Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019, Allegato A, pubblicata sulla GU Serie Generale n.297 del 21-12-2016 - Suppl. Ordinario n. 57).

¹⁵ Dato corrispondente ai costi di R&S capitalizzati e alle svalutazioni. In realtà, oltre ai dati ufficiali di bilancio, il monte ore e gli investimenti dedicati sono molto più elevati se si considera che quasi ogni singola macchina prodotta presenta caratteristiche specifiche studiate di volta in volta sulla base di specifiche esigenze del cliente.

¹⁶ Il valore medio, in termini di investimenti, dell'intensità della Ricerca e Sviluppo delle 2500 più importanti aziende europee si attesta intorno al 4% (Cfr. Héctor Hernández, Fernando Hervás, Alexander Tübke, Antonio Vezzani, Mafini Dosso, Sara Amoroso, Nicola Grassano, Alexander Coad, Petros Gkotsis, *The 2015 EU Industrial R&D Investment Scoreboard*, European Commission - Joint Research Center, Seville (Spain), 2015).

¹⁷ Secondo Vera Negri Zamagni la spesa del Paese per R&S è una percentuale del P.I.L. intorno all'1,4% (metà pubblica e metà privata), a fronte di una media UE del 2% in V. Zamagni, *L'economia italiana nell'era della globalizzazione*, Bologna, Il Mulino, 2018.



WHAT ARE WE TALKING ABOUT? Industry 4.0 may mean:

The evolution of CIM (Computer Integrated Manufacturing), "informatics-centric" central strong view, that is a concept found out at the end of 80s and nowadays made possible by Internet of Machines or Things (IoM o IoT) and by the improved calculation power of modern computer.

The "smart fabric" is based on smart integration between technologies of machines and ICT (Information and Communication Technologies), as defined by the European program of research (7th Framework program and Horizon 2020), following a manufacturing principle about sustainability, circularity and lean manufacturing.

1 INTERACTIVE PLATFORM

We activated a platform for managing orders, that simplifies and automates the purchasing processes, p.o. management process. It allows to delete all activities with a low level of added value, and assesses performance of supply chain. In addition, application for a continuous interaction between production and suppliers has been activated; it let suppliers to download 3D models regarding only requested particulars from order.

2 DATA ANALYTICS

We provide decisional processes based on algorithms that are given from dynamic analysis on managerial data. Recently, this procedure has been applied to determinate Total Cost of Ownership (T.C.O), related to spare parts for homogenous groups of machines. T.C.O is provided as percentage of average sale price of each machine. It is also possible determinate T.C.O. for the life period of every group of machines model, such as discounted annual installments obtained discounting them by WACC (weighted average capital cost).

3 CYBER SECURITY

We adopted the following safeguard informatics systems:

- Email > solutions A.T.P that actively control specific components, by isolating and destroying damaging ones;
- Browsing > N.G.F. and Intrusion Prevention Systems;
- Encrypted channels (VPN) > to transmit data about functioning of machines to costumers;
- Protection of strategically relevant, sensible, and reserved data > Data Lost Prevention system, that allows to encrypt data of the firm from outside.

4 MOBILE WORKERS

Our workers operating outside the firm are enabled to use mobile systems that provide them a real time access to the Marchesini network and Company's data base.

5 INTERACTIVE PLATFORM

We activated a department that uses 3D printers. These printers operate 24 hours/day in order to realize prototypes and workpieces, in both plastics and metallic materials. Last year we totalized about 6500 hours for each machine.

6 ACTIVE PLANNING & MODELLING

We designed and created an integrated system able to receive 3D models, elaborate them, simulate creation process and, finally, materially realize them. All the process doesn't need to print any paper and automatically finds the best realization strategies. This innovative project allows to reduce time and costs in parts production, by monitoring production, wear of cnc machines as well as the mistakes management.

7 INNOVATIVE ROBOTICS

We matured an important know how regarding complex robotic controls. The added value of ours robots consists of their own nature: they are specifically designed for the packaging sector, therefore they are completely integrated and able to independently adapt themselves to the process variability (products of different size, weight, shape, at different speeds and randomly placed).

8 INNOVATIVE SENSORS

We adopted these new generation vision systems new generation allow to improve the automation of machines. They read and recognize (= understand) shapes; they are used on new generation machines in order to guarantee the highest elasticity that is needed in different products and packaging materials process. Moreover applications of 3D videocameras for robots management are currently been studied.

9 PREDICTIVE MAINTENANCE PLATFORM

We are implementing monitoring activities on operational functionality of machines, by obtaining information that can be used on networks for a systematic monitoring (IOT, applications that alert technician etc.) in order to activate a signal of predictive maintenance.

10 AUTOLEARNING SYSTEMS

We are particularly focused on auto-learning systems and, in particular, on their application-oriented solutions, in order to resolve issues on variability of packaging materials and items to be packaged. By the way it happens always keeping in mind that in the real world anything can be approached with reference to rigid algorithms.

AT MARCHESINI GROUP, INNOVATION IS TO CONVERT A GOOD IDEA INTO A DIFFERENT AND COMPETITIVE ACTIVITY. INNOVATION IS THE KEY FOR A SUCCESSFUL COMPETITION.

6.1 CUSTOMER SATISFACTION

Coerentemente alla propria *mission* che trova nella Customer Centricity la sua applicazione, l'innovazione dell'offerta e delle combinazioni integrate di prodotto e servizi hanno come obiettivo primario la fidelizzazione dei clienti e il porsi nei loro riguardi più come *preferred partner* che come semplici fornitori.

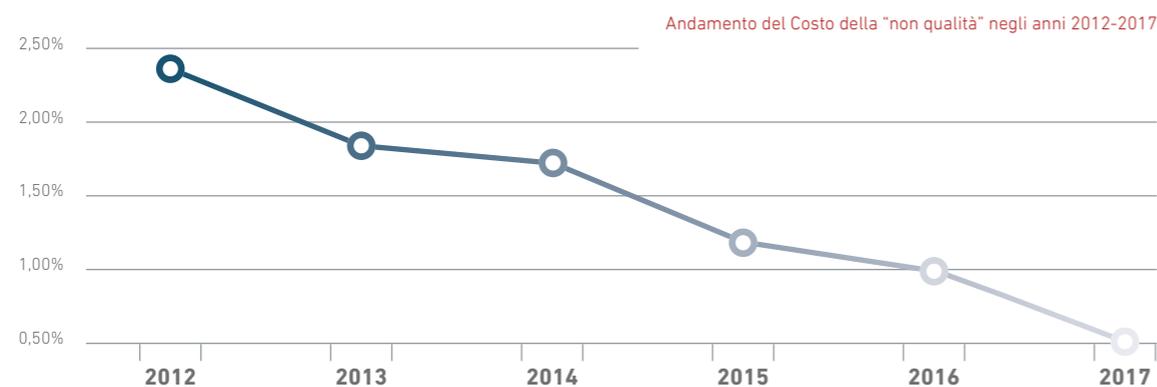
Questo implica che, per aumentare la soddisfazione della clientela e la percezione del valore ricevuto dal Gruppo Marchesini, oltre al regolare monitoraggio dei principali indicatori di servizio quali efficienza, affidabilità e tempestività, si tengano sotto controllo altri Key Performance Indicator (KPI), ritenuti, per esperienza, più significativi nella valutazione della customer satisfaction.

Questi sono:

- Indice Ritardo macchine singole e linee
- Indice Costi non qualità macchine singole e linee
- Indice Ritardo Globale Consegne Post-Vendita
- Indice Tempi di risposta al cliente per le richieste al Post Vendita
- Consuntivi gestione Audit Cliente, Lamentele e Reclami Cliente

Questa attività si è rivelata fondamentale e l'attenzione al miglioramento generale delle performance è evidenziato dal KPI di sintesi "costi della non qualità"¹⁸ post-vendita che, nel 2017, si è assestato su un soddisfacente 0,41% del costo del prodotto spedito, confermando un ulteriore miglioramento della performance rispetto al 2016.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
COSTO (€)	73.614.051	79.719.772	82.290.787	89.590.085	99.285.000	99.006.105
COSTO NON QUALITÀ (€)	1.675.647	1.389.060	1.361.004	855.005	731.000	402.774
% NON QUALITÀ	2,28%	1,74%	1,65%	0,95%	0,74%	0,41%



¹⁸ Per "costi della non qualità" si intendono tutti quei costi sopportati dal Gruppo per ovviare a tutto ciò che, in seguito alla vendita, diminuisce l'efficienza o il funzionamento dei macchinari assicurato ai clienti. L'ammontare annuo di tali costi viene rapportato al totale dei costi di produzione. L'indice riportato nel 2017 può essere soggetto a rettifica a seguito di eventuali *feedback* negativi che verranno ricevuti nel corso del 2018.

7. OPERATIONS

GRI - G4 | EC9 - EN1



La capacità di rispondere tempestivamente alle richieste del mercato è un ulteriore fattore di successo che permette al Gruppo Marchesini di mantenere la propria posizione di leadership nel settore delle macchine automatiche.

Nel 2017 si è mantenuta la strategia industriale basata sul mantenimento della presenza capillare nel mondo e della concentrazione degli approvvigionamenti e della produzione in stabilimenti localizzati in Italia. Questo ha consentito al Gruppo di proseguire la crescita del business in maniera organica, attraverso investimenti selezionati attentamente e lo sviluppo di sinergie commerciali e produttive.

7.1 APPROVVIGIONAMENTI E LOGISTICA

La funzione Logistica gestisce le allocazioni produttive di breve e medio termine e si occupa della pianificazione e distribuzione dei fabbisogni di materiali e servizi mediante un processo di Sales & Operation Planning, che costituisce il collegamento tra il ciclo attivo e quello passivo.

Per quanto riguarda gli approvvigionamenti, il Gruppo Marchesini intrattiene rapporti con numerosi fornitori di materiali. Le principali materie prime utilizzate nei propri processi produttivi sono metalli ferrosi, non ferrosi (alluminio) e derivati del petrolio come PVC, PET ed altri polimeri.

Nel 2017 le principali materie prime consumate sono state circa 500mila tonnellate, con incremento del 19% circa rispetto all'anno precedente. I materiali grezzi, nel 2017, hanno subito un deciso aumento dei consumi che è sicuramente correlato ad alcuni fattori tra cui:

- Entrata in funzione del nuovo reparto taglio metallo a Barberino di Mugello, che ha portato un aumento dei consumi di pezzi prodotti internamente
- Entrata in funzione del nuovo magazzino automatico e della nuova macchina per il taglio plastica presso lo stabilimento di Calderino

Il Gruppo ha continuato a promuovere i principi condivisi con il Codice Etico nella selezione dei fornitori facendo il possibile per controllare la provenienza dei materiali e le modalità di lavorazione degli stessi: nel momento in cui un fornitore entra in rapporto con il Gruppo, è necessario che ne condivida i valori.

Nel corso dell'anno in esame è continuata l'attività di auditing sugli standard di qualità che i nostri fornitori sono tenuti a rispettare. In quest'ambito sono stati effettuati 62 audit, il 100% dei quali con esito positivo¹⁹.

Per quanto riguarda i consumi di imballaggi e materiali di imballaggio, nel 2017 sono stati 813mila tonnellate circa, con un incremento del 19% rispetto all'anno precedente²⁰.

¹⁹ Per "esito positivo" dell'audit si intende che l'entità oggetto di verifica ha mantenuto il suo status di fornitore, seppure con eventuali declassamenti o notifiche di "non conformità minori" a seguito delle quali sono state comunicate le idonee misure correttive.

²⁰ Nonostante le azioni aziendali volte alla riduzione del consumo dei materiali di imballaggio, il suo aumento è per un 6% circa correlato all'aumento della produzione. Nel 2017 sono state gestite più misure di pallet, utilizzati a consumo nei vari magazzini, che fino all'anno precedente non erano mai state monitorate. La loro contabilizzazione contribuisce per un ulteriore 3% circa.

8. RESPONSABILITÀ AMBIENTALE²³



	CONSUMI 2017 (KG)	CONSUMI 2016 (KG)	Δ%
METALLI FERROSI	233.462	214.897	9%
METALLI NON FERROSI	208.207	176.308	18%
MATERIE PLASTICHE VARIE	56.749	28.656	98%
TOTALE	498.418	419.861	19%

Considerando il peso specifico del legno pari a 300 Kg/m³ è stato possibile ottenere in Kg la quantità di materiale consumata negli anni 2016 e 2017, confrontando i valori ottenuti e riportati nella tabella sottostante:

IMBALLI LEGNO	787.494	724.196	9%
IMBALLI CARTA E CARTONE	21.621	18.454	17%
PELLICOLA PET	3.969	3.861	3%
TOTALE	813.084	746.511	9%

7.2 SOSTENIBILITÀ DEGLI APPROVVIGIONAMENTI

Il 1° gennaio 2021 sarà effettivo in tutta l'Unione Europea il Regolamento (UE) 2017/821 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 maggio 2017²¹, che stabilisce obblighi in materia di dovere di diligenza nella catena di approvvigionamento per gli importatori dell'Unione di stagno, tantalio e tungsteno, dei loro minerali e di oro, originari di zone di conflitto o ad alto rischio. Il Gruppo Marchesini, coerentemente ai valori espressi nel proprio Codice Etico, sostiene la lotta alla violenza, alle violazioni dei diritti umani e al degrado ambientale per l'estrazione e la commercializzazione di alcuni minerali della zona geografica delimitata come "Regione dei conflitti", che comprende la Repubblica democratica del Congo (RDC) e i paesi limitrofi²².

In attesa che il Regolamento Europeo sia effettivo, il Gruppo Marchesini ha deciso di riferirsi alla norma vigente negli USA relativa ai requisiti in materia di rilevazione e di pubblicazione "minerali dei conflitti", come indicato dalla "Riforma Dodd-Frank Wall Street e Consumer Protection Act" del 2010. Per i produttori che aderiscono a questa iniziativa vige l'obbligo di informare se i prodotti creati contengono metalli estratti nelle province orientali della Repubblica Democratica del Congo (RDC) e nei paesi limitrofi, dove l'estrazione di minerali può finanziare, direttamente o indirettamente, violazioni dei diritti umani o portare benefici a gruppi armati in quei paesi.

Nel 2017 il Gruppo Marchesini ha inviato ai suoi fornitori di metalli e manufatti in metallo o contenenti metalli una richiesta di dichiarazione riguardo all'adesione a tale iniziativa e al rispetto della normativa vigente negli USA, con l'intento di perseguire l'obiettivo di evitare l'uso di minerali che non siano certificati come "conflict free".



²¹ Pubblicato sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, L 130, 19 maggio 2017.

²² Repubblica Democratica del Congo, Repubblica del Congo, Repubblica del Sud Sudan, Repubblica Centrafricana, Repubblica dell'Uganda, Repubblica del Ruanda, Repubblica del Burundi, Repubblica d'Angola, Repubblica Unita di Tanzania, Repubblica dello Zambia.

Anche nel 2017 il Gruppo Marchesini si è impegnato in un miglioramento continuo delle proprie performance ambientali promuovendo il coinvolgimento e la sensibilizzazione di tutta la struttura direttiva e del personale dipendente in una cultura di responsabilità condivisa, fornendo le risorse e la formazione necessarie.

Siamo convinti non solo che si possa fare business rispettando il contesto ambientale e sociale in cui si opera, ma anzi che questo sia un fattore fondamentale per sviluppare competitività e solidità nel lungo periodo. Per questo motivo, il Gruppo promuove lo sviluppo sostenibile, favorendo iniziative finalizzate alla salvaguardia ambientale e all'efficienza energetica e sostenendo la ricerca di tecnologie di produzione e distribuzione a basso impatto ambientale.

Marchesini Group si impegna a rispettare tutte le norme a tutela dell'ambiente, evitando qualsiasi inquinamento ambientale, sia sotto forma di scarichi illeciti in aria, acqua, suolo e sottosuolo, sia come emissione di rumori eccessivi nell'ambiente e, soprattutto, come scorretta gestione dei rifiuti. A questo proposito, evita la miscelazione dei rifiuti, l'incauto affidamento e la scorretta gestione documentale.²⁴

In primo luogo il Gruppo si propone, quindi, di garantire il rispetto delle leggi vigenti in materia ambientale per quanto riguarda le proprie attività interne. Persegue inoltre la collaborazione con le Autorità Pubbliche e rapporti di reciproca fiducia con Dipendenti, Clienti, Fornitori e, attraverso il monitoraggio dei parametri ambientali, l'organizzazione si prefigge lo scopo ultimo di ridurre ogni tipo di inquinamento e impatto ambientale.

In particolare si impegna a:

- Adottare ogni approccio preventivo allo scopo di ridurre l'inquinamento;
- Ottimizzare i consumi delle risorse energetiche²⁵;
- Garantire il rispetto della normativa vigente da parte di tutta l'organizzazione;
- Privilegiare aziende di gestione rifiuti che si impegnino al recupero/riciclo di essi;
- Adottare, laddove se ne riscontri la necessità, le opportune azioni correttive/preventive;
- Diffondere all'interno della propria realtà aziendale una cultura volta alla sostenibilità e al rispetto ambientale.

8.1 ENERGIA

L'impegno a garantire un ambiente di lavoro il più confortevole possibile²⁶, il mantenimento del comfort microclimatico (riscaldamento e aria condizionata) in tutti gli stabilimenti produttivi e uffici del Gruppo, assorbe circa il 50% del totale dei consumi energetici.

I consumi energetici in termini di tep (tonnellate equivalente di petrolio²⁷) nel 2017 sono aumentati dell'11% come conseguenza all'aumento dei consumi di energia elettrica dovuto all'aumento della produzione e del gas per riscaldamento dovuto all'aumento dell'estensione degli stabilimenti.

²³ I dati riportati in questa sezione si riferiscono a Marchesini Group S.p.a. e CO.RI.M.A. S.r.l.

²⁴ Codice Etico di Marchesini Group, pagina 31.

²⁵ In quest'ambito una particolare attenzione viene rivolta anche alla progettazione e alla realizzazione dei nuovi stabilimenti come quello di Carpi inaugurato ad ottobre 2016, caratterizzato, per esempio, dell'adozione di soluzioni tecnologiche innovative volte all'azzeramento dei consumi di combustibili fossili per il riscaldamento.

²⁶ Codice Etico di Marchesini Group, pagina 26.

L'incremento delle emissioni in termini di tonnellate di anidride carbonica equivalenti, (vedi paragrafo 8.4), nel 2017, nonostante l'aumento della produzione e dell'estensione degli stabilimenti, è stato limitato allo 0,4% rispetto al 2016, grazie all'utilizzo in autoconsumo di energia elettrica da fotovoltaico e all'ottimizzazione della flotta aziendale che utilizza sempre più autovetture ibride.

	CONSUMI 2017 (TEP)	T CO ₂ EQ.	CONSUMI 2016 (TEP)	T CO ₂ EQ.	Δ 2017/2016 TEP	Δ 2017/2016 T CO ₂ EQ.
ENERGIA DIRETTA	399,80	1.093,00	418,10	1.238,81	-4,4%	-11,8%
GAS PER RISCALDAMENTO	279,80	658,00	260,90	668,00	7,2%	-1,5%
ALTRI COMBUSTIBILI PER RISCALDAMENTO	0	0	1,50	0,81	-100%	-100%
COMBUSTIBILI PER AUTOTRAZIONE	120,00	435,00	155,70	570,00	-22,9%	23,7%
ENERGIA INDIRETTA	1.405,08	2.307,00	1.208,10	2.146,00	16,3%	7,5%
ENERGIA ELETTRICA	1.368,08	2.307,00	1.208,10	2.146,00	13,2%	7,5%
ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA	37,00	0				
TOTALE	1.804,88	3.400,00	1.626,20	3.384,81	11,0%	0,4%

8.2 RIFIUTI

Il tema della gestione sostenibile dei rifiuti è da sempre al centro dell'attenzione del Gruppo Marchesini. L'azienda, infatti, dedica spazi e risorse proprie alla riduzione, al recupero e al riciclo dei rifiuti industriali, prima di procedere con lo smaltimento dei residui irrecuperabili.

Questo impegno è dimostrato dal fatto che nel 2017, rispetto al 2016:

- A fronte di fatturato e produttività in crescita, il quantitativo di rifiuti prodotto è diminuito del 5%
- Il quantitativo di rifiuti avviati a recupero è aumentato dell'1%
- I rifiuti avviati a termovalorizzazione sono diminuiti del 29%
- I rifiuti avviati a smaltimento sono diminuiti del 4%

La maggior parte dei rifiuti del Gruppo sono costituiti da materiali utilizzati per i test nel ciclo produttivo delle macchine automatiche e sono composti da imballaggi misti, imballaggi in carta e farmaci (per lo più placebo). I rifiuti liquidi, invece, provengono esclusivamente dal lavaggio dei pezzi o dalle lavorazioni meccaniche a freddo e sono stoccati e di seguito smaltiti secondo la vigente normativa senza alcuno scarico in fognatura.

IN DETTAGLIO

	2017 (KG)	%	Δ% '17/'16	2016 (KG)	%
RIFIUTI NON PERICOLOSI	753.896	80%	1%	744.493	75%
RIFIUTI PERICOLOSI	189.792	20%	-25%	252.258	25%
TOTALE	943.688		-5%	996.751	

²⁷ Il tep rappresenta la quantità di energia rilasciata dalla combustione di una tonnellata di petrolio grezzo e vale circa 42 GJ. Il valore è fissato convenzionalmente, dato che diverse varietà di petrolio posseggono diversi poteri calorifici e le convenzioni attualmente in uso sono più di una.

PIÙ IN PARTICOLARE:

	2017 (KG)	%	Δ% '17/'16	2016 (KG)	%
IMBALLAGGI	399.040	42,3%	8%	368.450	37%
FARMACI	141.029	14,9%	-29%	197.738	19,8%
METALLI	146.143	15,5%	-8%	158.594	15,9%
RIFIUTI REP. LAVOR. MATERIE PRIME	172.860	18,3%	6%	162.862	16,3%
EMULSIONI	41.868	4,4%	-19%	51.400	5,2%
SOLUZIONI ACQUOSE	28.070	3,0%	32%	21.330	2,1%
RAEE	11.909	1,3%	-58%	28.160	2,8%
ALTRI RIFIUTI	2.769	0,3%	44%	1.917	0,2%
RIFIUTI DA DEMOLIZIONI	-			6.300	0,6%
TOTALE	943.688		-5%	996.751	
DI CUI:					
RIF. AVVIATI A RECUPERO	727.511	77%	1%	721.230	72%
RIF. AVVIATI A TERMOVALORIZZAZ.	138.895	15%	-29%	194.966	20%
RIF. AVVIATI A SMALTIMENTO	77.282	8%	-4%	80.555	8%

8.3 ACQUA

Il Gruppo Marchesini preleva l'acqua per i suoi stabilimenti esclusivamente dalla rete pubblica e per usi civili. Nel 2017 il prelievo è stato di 24.156 mc con un aumento del 32,7% rispetto al 2016.

Tale incremento è correlato all'aumento dell'estensione complessiva degli stabilimenti (+16,8%) e all'aumento dei dipendenti (+4,3%).

Gli scarichi idrici degli stabilimenti dell'Azienda sono costituiti esclusivamente da scarichi di tipo domestico provenienti dai servizi igienici, dalle mense e dai piazzali scoperti degli stabilimenti produttivi. Questi scarichi sono collettati nella fognatura pubblica, nel rispetto della normativa vigente. Ogni eventuale refluo allo stato liquido originato dalle attività produttive aziendali viene raccolto e stoccato come rifiuto per poi essere smaltito a norma di legge presso impianti dove si attuano processi di depurazione.

	2017 (MC)	2016 (MC)	Δ% '17/'16
PRELIEVO ACQUA DA RETE IDRICA	24.156	18.204	32,7%

8.4 CARBON FOOTPRINT

La Carbon Footprint è un indicatore ambientale che misura l'impatto delle attività umane sul clima a livello globale ed esprime quantitativamente gli effetti prodotti da parte dei cosiddetti gas serra (Greenhouse Gases - GHG) generati da una persona, un'organizzazione, un evento o un prodotto, sia esso un bene o un servizio. A livello di organizzazione, tale strumento è normato a livello internazionale dalla ISO 14064 che definisce come progettare, sviluppare, gestire e rendicontare inventari di GHG a livello di organizzazione, di impresa o di singolo stabilimento produttivo. Esso presenta numerose analogie con i sistemi di gestione ambientale, rispetto ai quali si differenzia per essere focalizzato su un solo aspetto ambientale: le emissioni di gas clima-alteranti. L'analogia con i sistemi di gestione ambientale rende particolarmente semplice ed agevole il passaggio da uno strumento all'altro.

La Carbon Footprint di Prodotto (CFP), espressa nell'unità di misura tCO₂eq²⁸, considera le emissioni complessive di tutte le fasi della vita del prodotto/servizio "dalla culla alla tomba" rapportate al Global Warming Potential²⁹ della CO₂. Il suo calcolo parte dalle fasi di approvvigionamento e trattamento delle materie prime costitutive per poi prendere in considerazione le fasi relative alla loro lavorazione e produzione del prodotto, fino ai trasporti al cliente arrivando a coprire, eventualmente, le attività di utilizzo e smaltimento.

Anche nel 2017 il Gruppo Marchesini ha proseguito nello studio quantitativo della Carbon Footprint di Organizzazione degli stabilimenti di Marchesini Group S.p.a.³⁰, selezionati sulla base dell'omogeneità dell'attività svolta, utilizzando la metodologia derivante dal progetto Enea - Life CLIM'FOOT³¹.

Le motivazioni che hanno spinto l'azienda ad effettuare lo studio sono le seguenti:

- Identificare gli aspetti significativi in termini di effetti sul cambiamento climatico degli stabilimenti inclusi nel perimetro aziendale, ai fini di una loro riduzione e/o mitigazione;
- Monitorare le variazioni degli impatti dal punto di vista climatico.

Lo studio ha considerato tutte le emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2)³² di gas clima alteranti associate agli stabilimenti inclusi nel perimetro dello studio.

La raccolta dati è stata condotta mediante le seguenti modalità:

- Predisposizione di fogli di raccolta dati elaborati suddivise per i diversi Scope;
- Incontri di coordinamento e confronto presso l'headquartes a Pianoro (BO);
- Richieste di informazioni aggiuntive e dati tramite contatti telefonici o via posta elettronica.

Esistono attualmente diverse metodologie per la quantificazione della CFO. Per il presente studio è stata considerata la norma UNI ISO, in quanto rappresenta lo standard di riferimento a livello internazionale. In essa si rimanda, per alcuni aspetti specifici, al GHG Protocol.

²⁸ tCO₂eq è un'unità di misura che permette di pesare insieme emissioni di gas serra diversi con differenti effetti climateranti. Ad esempio una tonnellata di metano che ha un potenziale climaterante (vedi nota 23) 21 volte superiore rispetto alla CO₂, viene contabilizzata come 21 tonnellate di CO₂ equivalente. In questo modo è possibile paragonare tra di loro gas diversi, quando si considera il loro contributo all'effetto serra.

²⁹ Il Global Warming Potential (GWP, in italiano potenziale di riscaldamento globale) esprime il contributo all'effetto serra di un gas serra relativamente all'effetto della CO₂, il cui potenziale di riferimento è pari a 1. Ogni valore di GWP è calcolato per uno specifico intervallo di tempo (in genere 20, 100 o 500 anni).

Per quanto riguarda le emissioni di gas climateranti di un'organizzazione, il GHG Protocol, suddivide le emissioni di gas ad effetto serra in tre categorie:

- Scope 1: emissioni dirette di GHG derivanti da attività svolte in sito;
- Scope 2: emissioni indirette di GHG connesse all'uso di energia elettrica prelevata dalla rete elettrica nazionale o la quota di energia elettrica autoprodotta e consumata;
- Scope 3: emissioni indirette di GHG che non rientrano negli Scope 1 e 2.

Dal momento che la quantificazione delle emissioni appartenenti a quest'ultima categoria attualmente non è obbligatoria, ma a discrezione dell'azienda, l'indagine è stata circoscritta agli scope 1 e 2 per i quali i dati attività sono stati determinati sulla base delle informazioni contenute nelle bollette delle utenze o dalle carte carburante per i consumi di carburante dei mezzi di proprietà aziendale.

Le emissioni di gas climateranti per il 2017 sono complessivamente diminuite del 2,18% rispetto a quelle del 2016. Nello specifico, le emissioni che contribuiscono maggiormente al valore totale sono quelle indirette da consumo di energia elettrica, con un contributo pari al 65,8%. Tali consumi tuttavia sono strettamente collegati alla tipologia di processo produttivo svolto dall'azienda che necessita un costante raffrescamento dei locali.

Analizzando il contributo dei diversi stabilimenti al valore totale di carbon footprint, si evidenzia che per entrambi gli anni analizzati i maggiori impatti sono associati all'Headquarters del Gruppo.

Confrontando il contributo dei singoli processi tra i due anni si osserva che l'incidenza del parco macchine aziendale è diminuita del 24% nel 2017, grazie all'incremento di auto ibride nella flotta aziendale, mentre per tutti gli altri processi si evidenzia una aumento degli impatti.

Al fine di ridurre gli impatti dei consumi elettrici, il Gruppo ha deciso di orientarsi verso l'acquisto di energia elettrica prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili (con certificato di origine), che, di fatto, ha un impatto nullo in termini di CFO. Il raggiungimento di questo obiettivo è previsto per il 2018.

Con questo studio il Gruppo Marchesini ha contribuito anche alla sperimentazione del calcolo dell'impronta di carbonio all'interno del progetto LIFE Clim'Foot (*Climate Governance: implementing public policies to calculate and reduce organizations carbon Footprint*³³), finalizzato a fornire un contributo conoscitivo e operativo per supportare l'avvio di politiche e di azioni per la riduzione dei gas a effetto serra.

³⁰ Nello specifico, gli stabilimenti inclusi nello studio sono i seguenti:

- via Nazionale 100 (sede direzionale e stabilimento produttivo per la realizzazione dei macchinari);
- via Garganelli 20 (magazzino);
- via Allende (magazzino materiali di prova);
- via Emilia Romagna - Carpi
- via Belice - Latina (stabilimento produttivo macchine e in minima parte magazzino);
- via Kennedy - Cerro Maggiore (stabilimento produttivo macchine e in minima parte magazzino).

Per tutti gli stabilimenti sopra riportati sono state considerate le emissioni dirette (Scope 1) e le emissioni indirette da consumo energetico (Scope 2) come richiesto dalla ISO e dal GHG Protocol.

³¹ Il progetto è coordinato dall'Agenzia per l'ambiente francese (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie - ADEME) e i partner italiani coinvolti sono ENEA (Agenzia Nazionale per le Nuove Tecnologie, l'Energia e lo Sviluppo Economico Sostenibile) ed il suo spin-off Ecoinnovazione S.r.l.

³² Greenhouse Gas Protocol.

³³ LIFE Clim'Foot - Climate Governance: Implementing public policies to calculate and reduce organisations' carbon footprint LIFE14 GIC/FR/000475, http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=search.dspPage&n_proj_id=5259.



9. RESPONSABILITÀ SOCIALE

Le nostre persone sono un asset fondamentale per lo sviluppo e il successo aziendale. Le competenze tecniche e manageriali, nonché l'esperienza acquisita sui progetti in tutto il mondo, sono caratteristiche decisive per garantire l'eccellenza nelle nostre attività e il raggiungimento degli obiettivi del Gruppo.

Le priorità nei confronti delle nostre persone sono:

- Migliorare le capacità del personale, attraverso programmi di sviluppo e formazione per il consolidamento e il trasferimento delle competenze tra i nostri dipendenti;
- Migliorare ed allineare tutte le persone ad un'unica cultura corporate che ne rafforzi il senso di appartenenza e l'adesione ai valori del Gruppo;
- Attrarre e coltivare persone di talento, con una particolare attenzione per laureati e giovani professionisti attraverso programmi di *employer branding* e collaborazioni con le migliori istituzioni scolastiche del territorio. In questo modo, puntiamo a formare una nuova classe di dipendenti in grado di assicurare continuità al business.

Alla fine del 2017, il Gruppo Marchesini impiega 1408 dipendenti diretti in tutto il mondo di cui 1027, ovvero il 73% circa presso gli stabilimenti di Marchesini Group S.p.a.

Per migliorare le capacità e le competenze interne l'Azienda promuove la creazione di un ambiente di lavoro che valorizzi le capacità individuali e sostenga il potenziale dei dipendenti, sviluppando le competenze chiave necessarie per il business.

La formazione continua rappresenta un fattore importante per i nostri dipendenti e per il futuro del Gruppo. Per questo motivo, definiamo e implementiamo un piano di formazione annuale, con l'obiettivo di consolidare e sviluppare le competenze chiave di cui abbiamo bisogno per eccellere in termini di standard professionali, performance e risultati. Tale piano viene definito sulla base di un'analisi dei fabbisogni formativi che, evidenziando i *gap* esistenti rispetto alle effettive necessità, identifica la tipologia di formazione più appropriata al fine di colmarli.

Il Gruppo Marchesini investe anche nello sviluppo professionale nelle singole aree geografiche in cui opera, al fine di disporre di personale qualificato per i progetti locali in corso e per iniziative future.

		FATTORI DI EMISSIONE	2016	2017	% '17/'16
SCOPE 1	EMISSIONI DIRETTE PER IL FUNZIONAMENTO DI IMPIANTI E MACCHINARI (tCO ₂ eq)	AUTO AZIENDALI	570	436	-24%
		EMISSIONI FUGGITIVE	196	101	-48%
		RISCALDAMENTO GAS METANO	668	658	-1%
TOTALE SCOPE 1			1.434	1.195	-17%
SCOPE 2	EMISSIONI INDIRETTE DA CONSUMI ENERGETICI (tCO ₂ eq)	ENERGIA ELETTRICA	2.146	2.307	8%
TOTALE SCOPE 2			2.146	2.307	8%
TOTALE EMISSIONI			3.580	3.502	-2,18%

EMISSIONI 2016 E 2017 A CONFRONTO



9.1 PROMOZIONE DELLA CULTURA DELL'APPRENDIMENTO

Nel 2017 è proseguita l'esperienza di Growing Younger lanciata nel 2014 con l'obiettivo di promuovere un nuovo modello di formazione in grado di rafforzare le capacità e competenze esistenti e condividere le conoscenze in tutta l'organizzazione.

Il 2017 si è caratterizzato per iniziative di formazione sui temi della Leadership, del Knowledge Sharing e su temi di natura tecnico - operativa.

Particolare rilievo ha assunto la formazione manageriale sui temi della gestione e valutazione dei collaboratori, con sessioni in aula. L'iniziativa formativa, a supporto del Programma di Performance Management aziendale, ha favorito la condivisione di un approccio comune di supporto alla crescita e allo sviluppo professionale dei propri collaboratori.

Nel 2017 abbiamo erogato più di 160 ore di formazione ai manager e staff del Gruppo, sia presso le sedi che in commessa, che hanno coinvolto il 4% in più delle persone rispetto all'anno precedente.

Nel territorio bolognese in particolare, dove ha sede l'headquarters del Gruppo, l'Azienda mantiene relazioni privilegiate con i principali istituti tecnici, licei scientifici, con Alma Mater Studiorum - Università degli Studi di Bologna, l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e l'Università degli Studi di Siena.

A Bologna, inoltre, con l'Istituto Salesiano B.V. di San Luca e con l'Istituto di Istruzione Superiore Aldini Valeriani Sirani ha da tempo consolidato un rapporto di veicolazione di competenze tecniche specialistiche inviando proprio personale altamente qualificato per sessioni di didattica e componenti meccanici inutilizzati per sperimentazioni "sul pezzo".

Un'altra iniziativa a cui il Gruppo partecipa attivamente è la Fondazione Istituto Tecnico Superiore³⁴ Meccanica, Meccatronica, in sigla Fondazione ITS Maker di Bologna. La Fondazione ITS MAKER opera nell'ambito dell'istruzione di livello terziario, nel rispetto della programmazione dell'offerta della Rete Politecnica regionale, assicurando la formazione a livello post secondario di tecnici superiori in relazione a figure nazionali che rispondono alla domanda proveniente dai settori della meccanica, meccatronica motoristica e packaging. Sostiene inoltre l'integrazione tra filiera formativa (istruzione e formazione tecnica professionale) e filiera economica e produttiva con particolare riferimento ai poli tecnicoprofessionali e le misure per l'innovazione e il trasferimento tecnologico alle piccole e medie imprese. La Fondazione opera per valorizzare la cultura tecnica, tecnologica e scientifica nell'ottica di accrescere qualificare e innovare le competenze tecnico-professionali promuovendo l'orientamento dei giovani e delle loro famiglie verso le professioni tecniche.

Un'altra iniziativa di grande rilevanza sociale, sia per il suo valore, sia per i suoi risultati, è il progetto Fare Impresa in Dozza S.r.l.³⁵, nato dalla collaborazione tra alcune delle principali realtà dell'industria del territorio Bolognese quali IMA S.p.a. e GD S.p.a. La finalità del progetto, nato con la partecipazione della Fondazione Aldini - Valeriani, è quella di fornire ai detenuti della Casa Circondariale di Bologna (carcere della Dozza) un'opportunità di lavoro stabile e duraturo, recuperabile nella vita successiva al compimento del periodo detentivo per favorire il loro reinserimento nella società civile.

³⁴ Gli Istituti Tecnici Superiori ITS, introdotti nell'ordinamento nazionale dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 25 gennaio 2008, recante *Linee guida per la riorganizzazione del Sistema di istruzione e formazione tecnica superiore e la costituzione degli istituti tecnici superiori*, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.86 del 11-04-2008, rappresentano le chiavi di volta del riorganizzato complesso sistema di istruzione e formazione tecnica superiore fondato su partecipazione e cooperazione. Gli ITS, che possono costituirsi in base a esclusiva previsione dei Piani territoriali di offerta formativa delle Regioni, collegano istituzioni pubbliche e soggetti privati interessati in vista di un obiettivo di risultato condiviso, aderente a concrete esigenze socio-economiche del territorio e del Paese.

Quello che si può definire core business della società riguarda, in particolare, l'esecuzione di lavori di carpenteria, assemblaggio e montaggio di componenti meccanici, da eseguirsi all'interno del carcere per conto dei soci o di società appartenenti ai loro gruppi industriali.

L'attività di selezione e formazione del personale procede senza soluzione di continuità per fare fronte alle scarcerazioni che interrompono il rapporto di lavoro. Al 31/12/2017 il Gruppo Marchesini partecipa l'impresa Sociale Fare Impresa in Dozza (FID) S.r.l. al 30%.

Un'ulteriore testimonianza dell'impegno sociale del Gruppo Marchesini è stata la costituzione di Caima S.r.l. insieme al Gruppo IMA e a due imprese del territorio leader nei settori dell'impiantistica elettronica, robotica e dell'automazione: CAT progetti s.r.l. e IEMA s.r.l. Caima srl è stata costituita per consentire di riassorbire in un contesto produttivo almeno una parte degli 84 dipendenti di un'azienda di Monghidoro (Bologna) rimasti senza lavoro a causa della chiusura della società. Il Gruppo Marchesini e le altre aziende coinvolte sono convinte, infatti, che il ruolo sociale degli imprenditori sia imprescindibile dal sostegno al tessuto economico e produttivo dei territori in cui operano, specialmente in aree insustriali, come quelle della montagna che hanno subito una crisi molto pesante e in cui è necessario mantenere presidi manfatturieri.

9.2 LE PERSONE AL CENTRO

La consapevolezza che le persone che lavorano nel Gruppo siano la risorsa principale e che, per competere con imprese multinazionali e generare valore sostenibile sia necessario creare coesione e spirito di appartenenza, sono i valori fondanti della politiche relative alle risorse umane.

Marchesini Group è consapevole che l'innovazione, elemento distintivo del proprio DNA, non dipenda unicamente dal capitale fisico ma da quei fattori esogeni tra cui i cosiddetti 'beni intangibili', le persone in primis, che sempre più sono e saranno fattore distintivo e competitivo delle imprese. L'acquisto di tecnologia senza investimenti formativi per poterla gestire al meglio, ottimizzarne l'utilizzo, costruirne di nuova e più efficiente non si accorda con quello in cui il Gruppo crede da sempre:

*Le Persone, grazie alla loro passione e al loro entusiasmo, sono la forza di Marchesini Group. Pertanto il loro rispetto, l'attenzione al loro benessere, nonché la tutela delle diversità, rappresentano un impegno costante per il Gruppo. Un ambiente di lavoro coinvolgente, motivante e caratterizzato da uno spirito di condivisione e collaborazione migliora la prestazione di ogni team di lavoro e di Marchesini Group nel suo complesso.*³⁶

Il modello antropologico sottostante alle scelte del Gruppo ha oggi più che mai implicazioni concrete e decisive per le sfide che lo aspettano. Nonostante sembri che attualmente questa prospettiva sia assente dal piano strategico italiano³⁷, questo ha certamente il merito, oltre ad aver stanziato risorse ad hoc anche attraverso piani di ricerca con atenei d'eccellenza, di affrontare finalmente il tema.

³⁵ L'oggetto dell'attività, avente finalità di utilità sociale, rientra tra quanto disciplinato dal Decreto Legislativo 24 marzo 2006, n. 155 recante *Disciplina dell'impresa sociale, a norma della legge 13 giugno 2005, n. 118*, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.97 del 27-04-2006.

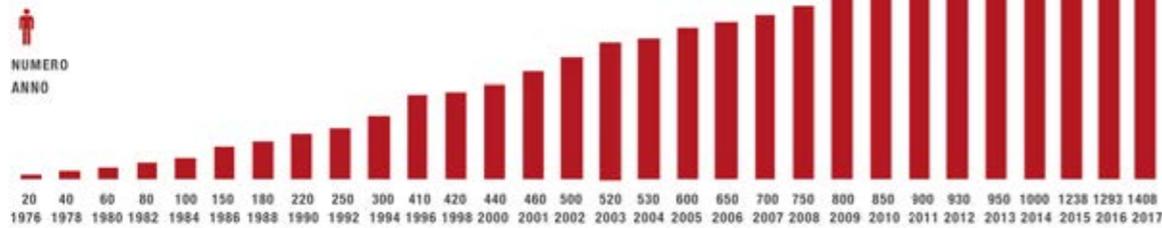
³⁶ Codice Etico, pagina 24.

³⁷ Analisi e spunti di Valentina Marchesini, HR Manager di Marchesini Group Spa in *La formazione, una responsabilità sociale da condividere*, Com.Pack, 2017 n. 30, pag. 50-53.

9.3 ORGANICO E STRUTTURA ORGANIZZATIVA³⁸

Il Capitale umano è un fattore determinante per un Gruppo chiamato a competere ai massimi livelli in un contesto globale così sfidante e a perseguire l'obiettivo di mantenere la posizione di leader nel mercato e creare valore sostenibile e durevole nel tempo.

INCREMENTO DEI DIPENDENTI NEGLI ANNI



TOTALE ORGANICO DI GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2017*

L'organico complessivo del Gruppo Marchesini al 31 dicembre 2017 è pari a **1.408 persone** di cui **935 fra dirigenti e impiegati** e **473 operai**.

Il consuntivo 2017 evidenzia **un incremento netto pari a 115 unità** (105 fra dirigenti e impiegati, 10 fra gli operai), corrispondente ad **un incremento del 9% rispetto al 2016**.

LEGENDA

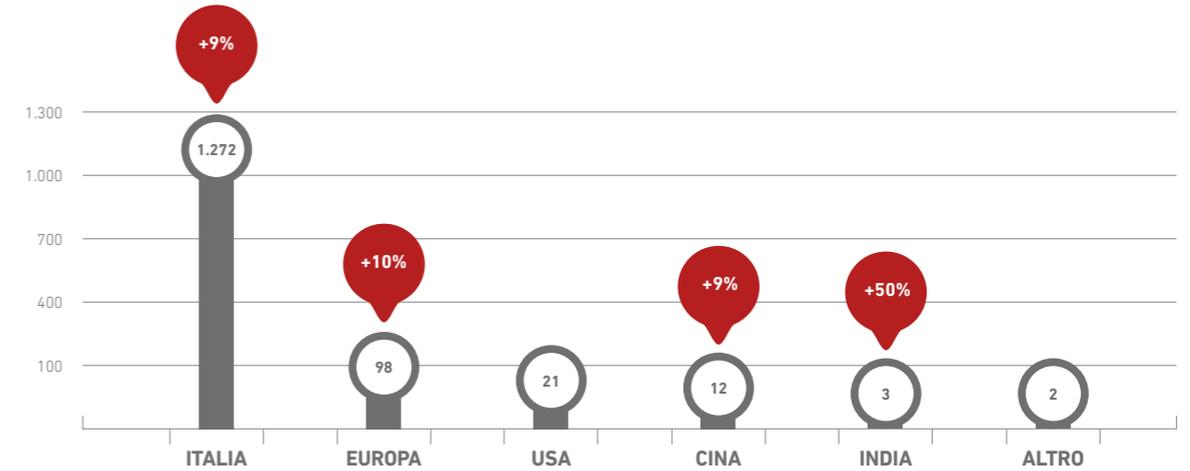
- LAVORATORI WHITE COLLAR
- LAVORATORI BLUE COLLAR



³⁸ I dati di seguito riportati si riferiscono alle sole aziende Marchesini Group S.p.A., Corima srl, Omac srl, CNC srl, Dumek srl, C.B.S. Engineering srl e le società estere controllate e collegate.

* Per motivi contrattuali, fra i dirigenti e gli impiegati sono inclusi anche i tecnici dell'Ufficio Tecnico Meccanico (UTM), Ufficio Tecnico Elettronico (UTE) e i tecnici specializzati delle società estere.

ORGANICO PER CATEGORIA AREA GEOGRAFICA E INCREMENTO RISPETTO ALL'ANNO 2016 AL 31 DICEMBRE 2017



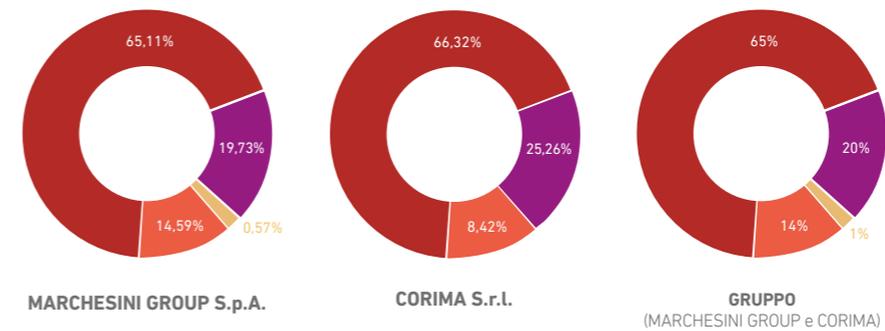
PERSONALE MARCHESINI GROUP S.P.A. PER STABILIMENTO



LEGENDA

- BARBERINO DEL MUGELLO
- CALDERINO
- CARPI BLISTER
- CERRO MAGGIORE-MI
- IMOLA
- LATINA
- PIANORO

ORGANICO PER TITOLO DI STUDIO



LEGENDA

- LICENZA ELEMENTARE
- LICENZA MEDIA
- DIPLOMA SCUOLA SUPERIORE
- LAUREA

9.4 INVESTIRE SULLE PERSONE

Il Gruppo Marchesini si impegna a prendersi cura delle proprie Persone, favorendone lo sviluppo personale e professionale, creando iniziative per accrescerne le capacità, le conoscenze e le competenze. A tutte le Persone devono essere garantite pari opportunità di formazione e di crescita professionale, in linea con i criteri di merito e i risultati conseguiti.

Crediamo nella forza della collaborazione tra le Persone; per questo promuoviamo la collaborazione effettiva, che si basa sulla condivisione di valori, obiettivi e metodi ed è sostenuta dalla passione per il proprio lavoro. Le relazioni tra le Persone devono essere contraddistinte da un costante e continuativo scambio di riscontri reciproci sull'attività svolta e sui comportamenti adottati, al fine di promuovere il consolidamento di una cultura del feedback.

La valutazione della prestazione di ciascuno deve tener conto non solo di che cosa si è raggiunto, ma anche di come sono stati conseguiti i risultati, premiando l'integrità, l'onestà, la passione, la propositività, la voglia di fare e le idee innovative.³⁹

I processi di gestione delle risorse, di incentivazione e motivazione individuale permettono al personale del Gruppo di crescere professionalmente. In questo senso continuano ad essere portate avanti attività di:

- Talent acquisition: processo di recruitment e inserimento di neodiplomati e neolaureati;
- Training and development: attività di formazione manageriale e professionale;
- Performance management: programma di valutazione della performance dei dipendenti basato sulla dialettica responsabile e sulla contestualizzazione dei risultati conseguiti.

Sono previsti inoltre diversi benefit, tra i quali:

- L'offerta di piani pensionistici integrativi;
- Assicurazioni mediche e sanitarie;
- Accordi con partner esterni per la fornitura convenzionata di prodotti e servizi agevolati per i dipendenti (ingressi e prodotti a prezzi scontati presso teatri, palestre, gruppi editoriali ed esercizi commerciali);
- Piano di welfare aziendale.

9.4.1 TALENT ACQUISITION

Anche il 2017 si è confermato per il Gruppo Marchesini un anno di forte focalizzazione sul core business, sui processi industriali e produttivi, sulla razionalizzazione dei costi e competitività internazionale.

Una delle criticità strategiche a cui il Gruppo, come gli altri suoi competitor sul territorio, ha dovuto far fronte è il reperimento di risorse umane idonee ad essere inserite in un'organizzazione in continua crescita.

Partendo dalla considerazione che "le fabbriche sono affamate di tecnici, ma sul mercato non si trovano"⁴⁰, solo negli ultimi tempi in Italia si è posto l'accento sul gap scuola - imprese e sulle idiosincrasie educative prima e formative poi verso le discipline più spiccatamente tecniche⁴¹ che hanno portato il sistema ad una situazione vicina allo stallo.

Per questo il Gruppo Marchesini si è proiettato verso una strategia di talent acquisition, piuttosto che di mero recruitment, con la consapevolezza che il recruiting stia all'attività di talent acquisition come la tattica (azione a breve termine) sta alla strategia (pianificazione di lungo respiro).

Il recruiting, infatti, ha l'obiettivo di trovare un candidato per ricoprire una posizione vacante, mentre una strategia di talent acquisition ha l'obiettivo di trovare specialisti, leader e futuri manager dell'azienda. La talent acquisition tende quindi a focalizzarsi su una pianificazione di lungo termine delle risorse umane per trovare candidati idonei a ricoprire posizioni con un skillset molto specifico.

La necessità di una pianificazione di lungo termine deriva dal dato di fatto che per coprire posizioni specialistiche o di leadership sia spesso necessario molto tempo.

Una precisazione, tuttavia, è necessaria: il recruiting è un sottoinsieme della talent acquisition e include attività di sourcing, screening di curricula, colloqui, assessment, selezione ed assunzione e, nelle aziende come quelle del Gruppo Marchesini, anche le prime fasi dell'onboarding. Non c'è talent acquisition senza recruiting, ma può esserci recruiting anche senza una strategia definita di talent acquisition.

La talent acquisition implica un processo più efficiente, centrato sui candidati e relativamente più semplice (una volta impostato ed avviato il processo). Il processo non è lineare ma ciclico: non è volto semplicemente a gestire una temporanea necessità di personale, ma guarda avanti e pone le basi per esser in grado di ricoprire posizioni simili in futuro.⁴²

Nel 2017 il Gruppo Marchesini ha partecipato a due eventi volti a supportare la sua attività di talent acquisition: il Career day organizzato dalla "Lavoro più" allo stadio dall'Ara di Bologna il 24 marzo (21 curricula ricevuti di cui 10 considerati profili idonei) e il Career Day organizzato dall'Università della Calabria il 1° dicembre (30 curricula ricevuti di cui 18 considerati profili idonei).

Nel 2018 il Gruppo parteciperà a Career day presso le Università di Pisa, Bari, Brescia, Modena, Firenze e Padova.

⁴⁰ Ilaria Vesentini, *Allarme dell'industria Bolognese: servono periti tecnici o non si cresce*, Il Sole 24 Ore, 22 Aprile 2017.

⁴¹ *La formazione, responsabilità sociale da condividere*, Intervista a Valentina Marchesini, HR Manager del Gruppo Marchesini su COM.PACK n. 30/2017, pag. 50-53.

⁴² Baid, P and Rao, A.R. (2006) *Employer Branding, Concepts and Cases*, ICFAI University Press, Hyderabad.

³⁹ Codice Etico, pagina 25.

9.4.2 TRAINING AND DEVELOPMENT

Nel promuovere lo sviluppo personale e professionale delle Persone che perseguono gli obiettivi del Gruppo, l'attività di formazione rappresenta un importante investimento per la costruzione, il rafforzamento e la crescita dell'Azienda.

La formazione, all'interno del Gruppo Marchesini, assume un carattere prettamente tecnico, dovendo mantenere tutto il personale costantemente aggiornato sull'implementazione delle nuove tecnologie sviluppate dai team di progettazione. Molta attenzione viene ovviamente riservata anche alle competenze trasversali e alla formazione legata all'ambito ambiente e sicurezza.

Uno dei corsi più importanti riguarda l'inserimento dei neo diplomati e neo laureati all'interno dell'Ufficio Tecnico Meccanico: è strutturato in due moduli distinti, uno della durata di quattro settimane in cui viene insegnato l'utilizzo del CAD parametrico, del PDM aziendale e di parte delle regole legate alla normalizzazione tecnica interna e l'altro, della durata di circa otto settimane, in cui si inizia l'affiancamento a un responsabile di tipologia meccanica. Questo vero e proprio "rodaggio", in condizioni didatticamente favorevoli, velocizza e migliora il successivo inserimento in produzione. Tutto l'iter è poi soggetto a verifiche periodiche per monitorare i miglioramenti dei partecipanti.

Altri corsi tecnici riguardano gli aggiornamenti di software e procedure dell'ufficio tecnico elettronico, tenuti normalmente dal team di ricerca e sviluppo e rivolti a tutto il personale non solo della relativa area, ma molto spesso a tutti i collaudatori meccanici ed elettrici che devono necessariamente avere dimestichezza con il pannello operatore e le relative funzionalità.

Il mondo delle norme, dei brevetti e della gestione degli strumenti, richiede un aggiornamento costante eseguito da personale altamente competente, motivo per il quale i corsi vengono svolti in collaborazione con UCIMA.

Tutto il personale è poi coinvolto nella formazione inerente il Sistema di Qualità, i cui argomenti spaziano dall'adeguamento di procedure, guide e documenti interni fino all'aggiornamento della stessa normativa ISO 9001.

Anche la gestione della formazione per il personale assunto con contratto di apprendistato è puntuale e particolare, tagliata "ad hoc" in base al ruolo del neo assunto. Il percorso si completa poi con un affiancamento "on the job" della durata circa di dodici mesi, fino al raggiungimento di un buon livello di autonomia operativa.

La formazione trasversale, infine, occupa un posto sempre più rilevante nel piano di formazione annuale: non solo lingue straniere e corsi di informatica ma anche team building, metodi di valutazione, gestione della leadership rivolti a tutti i responsabili di primo livello.

Nel 2017 le ore di formazione erogate al personale sono state 19.405, con un incremento del 16,2% rispetto al 2016.

Nel 2017 il Gruppo ha inoltre promosso 111 progetti formativi che hanno interessato 30 neolaureati e 81 neodiplomati. Il 25% del personale assunto⁴³ ha precedentemente svolto qualche forma di stage nel Gruppo.

La formazione manageriale ha implicato un cospicuo investimento in risorse finanziarie e organizzativo, in termini di persone coinvolte. In particolare, nel 2017, sono state erogate circa 168 ore di formazione manageriale, che hanno coinvolto circa 166 persone della direzione e del *middle management* di tutte le sedi italiane.

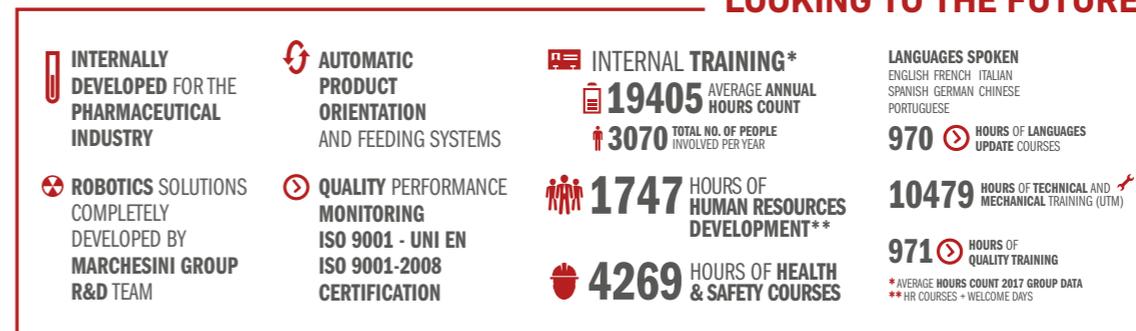
Un'attività formativa di particolare importanza è stata strutturata e proposta nella forma attuale a settembre 2016. Si tratta dei cosiddetti "Welcome Day" per i neoassunti.

In queste giornate formative vengono trattati i principali temi relativi alla vita in azienda, per agevolare le persone che si avvicinano all'organizzazione del Gruppo per la prima volta nell'espletamento delle loro mansioni quotidiane e nella fruizione di tutti i servizi di cui possono godere in quanto parte del Gruppo.

In particolare si illustrano ai neoassunti il Codice Etico, il Codice Comportamentale, il funzionamento della Intranet aziendale (con particolare attenzione al portale dedicato all'HR), gli adempimenti in termini di Privacy, le attività di welfare aziendale (dalla mensa alla piattaforma Easywelfare⁴⁴) e il sistema qualità.

L'attività formativa, coordinata dalla funzione Sviluppo Risorse Umane, è erogata da responsabili e addetti delle aree tematiche coinvolte.

LOOKING TO THE FUTURE



	2017	Δ% 2017/2016	2016	Δ% 2016/2015	2015
ORE FORMAZIONE MANAGERIALE	168	-81%	304	103%	150
N.RO PERSONE COINVOLTE	166	4%	160	7%	150

INVESTIMENTI IN FORMAZIONE	2017	Δ% 2017/2016	2016	Δ% 2016/2015	2015
COSTO FORMAZIONE (€)	157.374	28%	113.600	55%	73.055

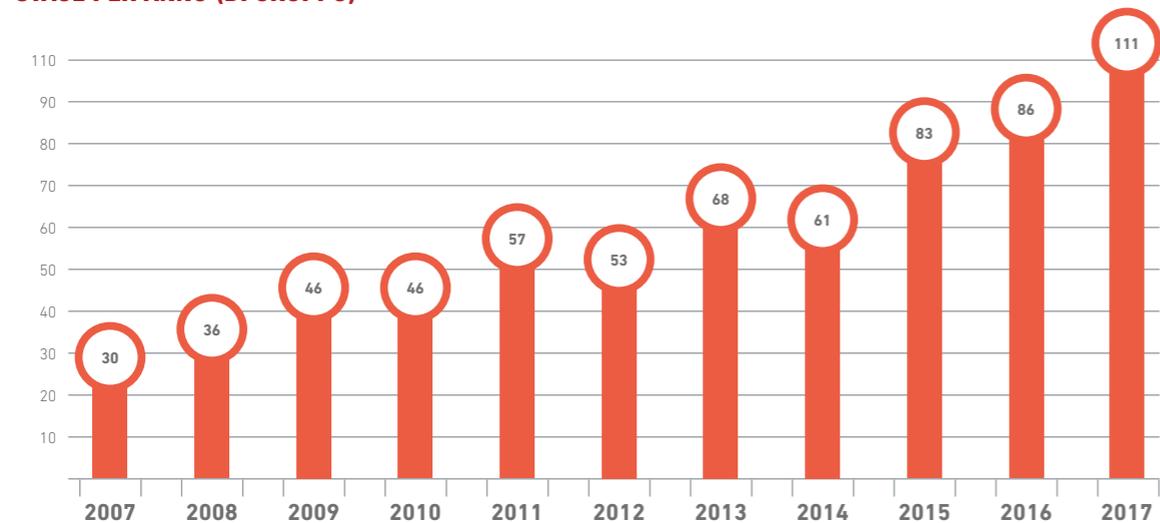
ORE FORMAZIONE/PRESENZE IN AULA

LEGENDA | ● ORE DI FORMAZIONE ● PRESENZE IN AULA



Anche l'investimento in formazione effettuato nel 2017 è aumentato del 28% rispetto al 2016.

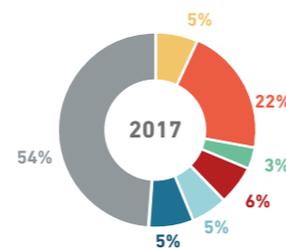
STAGE PER ANNO (DI GRUPPO)



Nel 2017 si sono tenuti 4 Welcome Day per 105 partecipanti complessivi.

RIPARTIZIONE ORE DI FORMAZIONE PER ARGOMENTO

● APPRENDISTATO ● QUALITÀ ● WELCOME DAY ● AREA SICUREZZA
● RISORSE UMANE ● LINGUE STRANIERE ● FORMAZIONE TECNICA



9.4.3 PERFORMANCE MANAGEMENT

L'assunto secondo il quale

*La valutazione della prestazione di ciascuno deve tener conto non solo di che cosa si è raggiunto, ma anche di come sono stati conseguiti i risultati, premiando l'integrità, l'onestà, la passione, la propositività, la voglia di fare e le idee innovative.*⁴⁵

rimane la chiave di volta di tutto il performance management system del Gruppo Marchesini il cui modello, coerentemente con i valori espressi nel Codice Etico, è quello delle "3P"⁴⁶ ovvero la **posizione**, che determina il "contesto organizzativo" in cui opera una risorsa, il **profilo** di ruolo ne descrive le "caratteristiche" richieste dall'organizzazione e la **prestazione**, che rappresenta il contributo che una risorsa, dotata di un determinato profilo di competenza e inserita in una determinata posizione, fornisce all'organizzazione in cui opera.

Alla base di tutto vi è comunque la consapevolezza che le persone coinvolte nell'organizzazione non siano solo reattive alla mera retribuzione, ma anche alle condizioni complessive dell'esperienza sociale (bisogni e aspettative) e lavorativa (retribuzione, ma anche contenuto del lavoro in termini di autonomia e responsabilità, possibilità di crescita professionale ecc.).⁴⁷

Dal 2014, anno del lancio del progetto "IMPORTANT", l'elemento cruciale su cui si impernia il processo di performance review delle risorse umane del Gruppo è la motivazione, ossia l'energia che alimenta la dinamica dei comportamenti e delle azioni individuali e la dirige e la orienta verso il conseguimento di finalità generali e specifiche.⁴⁸

Nel Gruppo Marchesini la valutazione delle prestazioni non è solo uno "strumento" di allineamento manageriale rispetto agli obiettivi aziendali, ma è soprattutto un processo che deve permettere di gestire e sviluppare il capitale umano con l'obiettivo di:

- Integrare il capitale umano nel sistema organizzativo e finalizzarlo agli obiettivi e ai fattori di successo aziendali;
- Migliorare la comunicazione verticale (rapporto capo-collaboratore);
- Evidenziare le necessità di sviluppo organizzativo (modifica dei ruoli, piani di carriera, addestramento, formazione ecc.);
- Premiare le risorse migliori (in coerenza con le politiche retributive aziendali).

Tale processo, supportato da una piattaforma on-line, si fonda su 5 step principali:

- Definizione delle performance: determinare target e comportamenti attesi;
- Feedback costanti: consolidata e durevole relazione tra capo e collaboratore;
- Valutazione complessiva: processo di valutazione dei risultati quantitativi e qualitativi raggiunti;
- Controllo: attività di condivisione e comparazione delle valutazioni da parte del management;
- Feedback: restituzione del feedback al collaboratore.

⁴⁵ Codice Etico, pag. 25.

⁴⁶ Nicola Longo, *Performance Management - Valutare i risultati e valorizzare le competenze*, Dirigente, n. 10/2007, Manageritalia, Milano 2007.

⁴⁷ Galimberti, V., *Psiche e Techne*, Feltrinelli, Milano, 1999.

⁴⁸ Quaglino, G.P., *Voglia di fare, motivazioni per essere nell'organizzazione*, Guerrini e Ass., Milano, 1999.

9.5 WELFARE IN MARCHESINI GROUP

Il welfare aziendale costituisce un insieme di benefit e prestazioni finalizzato a superare la componente meramente monetaria della retribuzione al fine di sostenere il reddito dei dipendenti e migliorarne la vita privata e lavorativa introducendo anche il concetto di "attività di supporto al risparmio del tempo" abitualmente impiegato in attività attinenti alla gestione familiare, alla salute, all'istruzione ecc.

Il Gruppo Marchesini ha da tempo adottato misure in tal senso: il servizio di ristorazione aziendale⁴⁹, il supporto alle rette della scuola materna per i non residenti nel comune sede dell'azienda⁵⁰, agevolazioni per corsi di yoga, ginnastica posturale e Pilates e l'iniziativa "Ci pensa la mensa"⁵⁰, ovvero la possibilità di prenotare presso il ristorante aziendale pasti da asporto ad un prezzo vantaggiosissimo da ritirare alla fine dell'orario di lavoro.

Nel 2017, sono stati implementati i progetti "Local to you, il "Progetto Mammella", un programma di educazione alimentare e un programma di dissuasione dal tabagismo.

Local To You è una giovane azienda, nata nel 2016 da alcune cooperative sociali del territorio bolognese da tempo impegnate in agricoltura favorendo l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate e con particolare attenzione all'etica con la quale vengono coltivati i prodotti. Tramite apposita convenzione, accedendo al portale www.localtoyou.it i dipendenti del Gruppo⁵¹ possono acquistare, con pochi click, prodotti di stagione e con un'ampia scelta di prodotti biologici e riceverli direttamente in azienda. L'iniziativa, adottata da Marchesini Group a complemento di "Ci pensa la mensa", ha ricevuto una menzione speciale nell'ambito del premio ER.RSI 2017 istituito dalla Regione Emilia Romagna per valorizzare le realtà produttive che si sono distinte con le migliori pratiche sul tema delle pari opportunità di genere e del superamento dei divari retributivi.

Il "progetto mammella" della Fondazione ANT Onlus, si inserisce fra le varie attività di prevenzione sostenute da Marchesini Group a beneficio dei suoi dipendenti. Partendo dalla consapevolezza che la prevenzione rappresenta l'arma più efficace per combattere il cancro, ragion per cui la Fondazione ANT in questi ultimi anni ha dedicato particolare attenzione ai progetti di sensibilizzazione ed educazione sanitaria nelle scuole e sul territorio ed ai progetti di diagnosi precoce, l'azienda ha aderito all'iniziativa di ANT tramite un sostegno economico al progetto a fronte del quale la fondazione ha messo a disposizione un medico specialista che per 5 giornate è rimasto a disposizione delle dipendenti di età inferiore a 45 anni che si sono sottoposte a visita senologica ed ecografica. Nel corso dell'iniziativa hanno usufruito del servizio specialistico 64 dipendenti.

Per l'anno 2018, sempre in collaborazione con Fondazione ANT Onlus, è previsto il "Progetto tiroide"⁵⁰.

Partendo dalla considerazione che:

Il modello di Welfare State totalista (non totalitarista: attenzione), nel quale si affida allo Stato il compito di preoccuparsi della condizione di vita dei cittadini (dalla culla alla bara) non è più sostenibile, sia a livello economico (perché alimenta la voragine del debito pubblico), sia perché non rispetta la dignità delle persone assistite, essendo un modello paternalistico e assistenzialista. Negli ultimi dieci anni è iniziata una transizione culturale verso un welfare plurale, nel quale l'ente

⁴⁹ Il servizio di ristorazione aziendale è a carico del Gruppo per tutte le aziende ad eccezione di Co.Ri.M.A. S.r.l., dove il personale contribuisce con € 2,45 a pasto.

⁵⁰ Iniziativa attivata per il solo Comune di Pianoro (BO), sede dell'Headquarters.

pubblico, i soggetti privati, il terzo settore colmano tutti assieme i buchi del welfare totalista, lasciati aperti dalla riduzione dei fondi a scopi sociali (per la sanità, le pensioni, i sussidi, l'istruzione, ecc.).⁵²

Da giugno 2016, il Gruppo ha attivato un programma di welfare aziendale tramite una piattaforma multiservizi. Questo nuovo sistema⁵³ di retribuzione, sempre più diffuso indipendentemente dal settore di riferimento, ha consentito al Gruppo di introdurre un sistema di servizi a sostegno dei propri collaboratori con vantaggi fiscali per l'azienda e il dipendente (la cosiddetta "leva fiscale" introdotta dalla citata legge di stabilità per il 2016).

Accanto al piano di welfare volontario, con l'accordo integrativo del 27 febbraio 2017 che ha modificato il CCNL di settore vigente⁵⁴ si prevede che le aziende, a decorrere dal 1° giugno 2017 mettano a disposizione dei lavoratori un'offerta di beni e servizi di welfare del valore di 100 euro, elevato a 150 e 200 euro, rispettivamente a decorrere dal 1° giugno 2018 e 1° giugno 2019, da utilizzare entro il 31 maggio dell'anno successivo.⁵⁵

Nel corso del 2017 ad ogni dipendente è stato quindi attribuito un budget di welfare di 300 euro utilizzabile tramite il portale multiservizi "marchesinigroupwelfare" attivato sulla piattaforma Easywelfare, per la fruizione di un paniere di servizi divisi per aree d'intervento: istruzione, mutui, salute, previdenza, famiglia, sport, shopping, facilitazioni e molto altro ancora.

Il servizio, in full outsourcing, semplice, intuitivo e dotato di assistenza dedicata, è stato utilizzato dal 70% dei dipendenti. In un'unica piattaforma è l'utente a scegliere come meglio spendere la quota welfare a sua disposizione.

⁵¹ Delle sedi di Pianoro, Calderino e C.B.S. Engineering S.r.l.

⁵² Laura La Posta, *Sostenibilità sociale chiave dello sviluppo*, intervista a Stefano Zamagni, Il Sole 24 Ore Dossier n. 6 "Rapporto Sviluppo Sostenibile, 2 Marzo 2016.

⁵³ Introdotto, di fatto, con la Legge n. 208 del 2015 recante *Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2016)*, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie Generale n.302 del 30-12-2015 - Suppl. Ordinario n. 70.

⁵⁴ CCNL Metalmeccanica Industria, Sezione Quarta, Titolo IV, art. 17 *Welfare*.

⁵⁵ Hanno diritto a questa offerta di beni e servizi di welfare i dipendenti che abbiano un rapporto di lavoro in corso al 1° giugno o siano comunque assunti entro il 31 dicembre di ciascun anno, a condizione che abbiano superato la prova e che non siano in aspettativa non retribuita né indennizzata (aspettativa per malattia, per motivi di studio, ecc.) per tutto il periodo 1° giugno-31 dicembre. Per i lavoratori assunti con contratto a tempo determinato, è necessario, inoltre, aver maturato un'anzianità di servizio di almeno tre mesi complessivi nel corso di ciascun anno solare (1° gennaio - 31 dicembre). Per i lavoratori a part-time il valore dei suddetti strumenti di welfare non è riproporzionabile in relazione al loro ridotto orario contrattuale. Per quanto riguarda i lavoratori con contratto di somministrazione, in base al principio di non discriminazione di cui all'art. 35, primo comma, del Decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81, le aziende interessate provvederanno a comunicare alla società di somministrazione quanto stabilito dall'Accordo di rinnovo in materia di welfare. Al fine di una più semplice applicazione della norma contrattuale, le parti hanno condiviso, a titolo esemplificativo, un elenco di strumenti di welfare e relative condizioni per fruire della normativa fiscale e contributiva di vantaggio. Nel contempo si è prevista espressamente la possibilità che i 100, 150 e 200 euro, stabiliti rispettivamente per il 2018 e 2019, possano essere destinati, anche per un solo anno, al Fondo Cometa o al Fondo MetaSalute, secondo regole e modalità previste dai medesimi Fondi. In tale ipotesi, ma anche in previsione di possibili modifiche delle attuali condizioni normative, si è precisato che i suddetti valori devono essere comprensivi degli eventuali costi fiscali o contributivi a carico dell'azienda. Al contrario, non possono essere scomputati eventuali costi, commerciali o amministrativi, derivanti dall'attivazione o gestione dei servizi di welfare.

Nel 2017 Il Gruppo⁵⁶ ha complessivamente stanziato per il welfare aziendale 1.414.300 euro, con un incremento del 24% rispetto al 2016, euro così ripartiti:

	2017	2016
EROGAZIONE PIATTAFORMA MULTISERVIZI	298.900,00	120.580,00
COSTO DEL SERVIZIO PIATTAFORMA	29.792,40	20.173,00
MENSA AZIENDALE	1.052.282,79	974.000,00
ALTRE INIZIATIVE	33.325,00	28.000,00
TOTALE WELFARE AZIENDALE	1.414.300,19	1.142.753,00

Con riferimento ai servizi erogati tramite la piattaforma Marchesini Group Welfare, la scelta della destinazione di spesa è riportata nel seguente grafico.⁵⁷



⁵⁶ Limitatamente alle società Marchesini Group S.p.a. e CO.RI.M.A. S.r.l.

⁵⁷ La voce "Gestione residuo fine piano" si riferisce alla quota prevista dal CCNL per l'esercizio 2017 non utilizzata e portata a nuovo nel 2018.

9.6 COMUNICAZIONE INTERNA E ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO

Anche nel 2017 la comunicazione interna si è rivelata uno strumento fondamentale, poiché il Gruppo Marchesini, prima dei processi, delle funzioni, dei reparti, è costituito da persone, risorse umane che mettono al servizio dell'azienda competenze e know-how e rappresentano per l'azienda l'asset strategico per eccellenza.

In tale ottica si inseriscono gli obiettivi di comunicazione interna finalizzata alla diffusione di un atteggiamento culturale che vada a permeare tutti i livelli dell'organizzazione, tale da annullare qualsiasi distanza tra le risorse umane e l'impresa.

Informare diventa necessario per far sì che le persone si riconoscano nell'azienda e ne condividano valori e strategie, nonché procedure e metodologie per il corretto espletamento delle attività produttive. Non solo: la comunicazione è necessaria ai fini del cambiamento poiché la partecipazione attiva e la condivisione consente di superare le resistenze al cambiamento, sia esso dettato da esigenze interne o da contingenze ambientali, e per sottolineare e condividere con l'organico stesso attività, progetti e traguardi raggiunti.

La comunicazione è fondamentale per creare un ambiente di lavoro propositivo e motivato alla realizzazione degli obiettivi comuni; è uno strumento che permette di avvicinare tutti i dipendenti alle linee strategiche d'impresa e renderli partecipi anche di ciò che accade nel resto del Gruppo. Attraverso sistemi di comunicazione adeguati è possibile creare rapporti trasparenti e caratterizzati da fiducia reciproca.

Le iniziative di coinvolgimento sono promosse dalla funzione Comunicazione. La consueta Festa d'Estate, edizione 2017, si è tenuta il 23 settembre ed è stata organizzata presso l'impianto sportivo Junior Club di Rastignano (Pianoro), nelle vicinanze dell'Headquarters. L'evento ha coinvolto più di 400 persone provenienti da tutte le sedi italiane e le ha viste cimentarsi in bicicletta, tornei di beach volley, tennis e calcio.



9.7 SALUTE E SICUREZZA

Anche nel 2017, coerentemente ai valori espressi nel proprio Codice Etico⁵⁸, il Gruppo Marchesini si è impegnato per garantire la massima tutela dell'integrità, della salute e del benessere dei propri lavoratori.

In ottemperanza alla normativa vigente in materia⁵⁹ sono stati definiti dei programmi di educazione e formazione sui temi della sicurezza sul lavoro, sul primo soccorso, sulle norme antincendio, sulle conseguenze dell'uso di alcool e sostanze stupefacenti, sui rischi specifici delle varie mansioni e sulla formazione ambientale, anche se non definiti obbligatori dalla legislazione locale.

A livello di ogni unità operativa il Gruppo eroga ai propri dipendenti corsi di formazione in materia di ambiente e sicurezza, tarati in funzione dell'attività svolta dal singolo lavoratore. I corsi possono avere ad oggetto la corretta gestione dei rischi meccanici, elettrici o derivanti dalla manipolazione delle sostanze chimiche, piuttosto che le istruzioni da seguire per ridurre l'impatto sull'ambiente (ad esempio nella manipolazione dei rifiuti).

Come di consueto, anche nel 2017 si sono tenute le Riunioni della Sicurezza riguardanti le sedi italiane del Gruppo. Durante questo incontro sono stati presi in esame argomenti quali:

- Statistiche infortuni anno precedente
- Attività di formazione e informazione sulla sicurezza
- Andamento del consumo di dispositivi di protezione individuale
- Interventi eseguiti dalla riunione dell'anno precedente
- Misure e miglioramenti previsti per l'anno in corso
- Valutazione dei rischi
- Attività di sorveglianza sanitaria.

L'atteggiamento proattivo del Gruppo su queste tematiche ha consentito all'azienda di usufruire dello sconto sul premio INAIL⁶⁰ a seguito degli interventi di miglioramento nel campo della prevenzione degli infortuni e igiene del lavoro. Nel 2017, per le attività svolte nel 2016 lo sconto sul premio è stato € 32.695,00 relativamente ad attività svolte nelle sedi di Carpi e Pianoro riguardanti il monitoraggio del rumore e dei campi elettromagnetici negli stabilimenti e la dotazione di un defibrillatore cardiaco.

⁵⁸ Codice Etico, pagina 27.

⁵⁹ D.lgs. 9 aprile 2008, n. 81 - Testo coordinato con il D.lgs. 3 agosto 2009, n. 106, Attuazione dell'articolo 1 della Legge 3 agosto 2007, n. 123 in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. Gazzetta Ufficiale n. 101 del 30 aprile 2008 - Suppl. Ordinario n. 108 Decreto integrativo e correttivo: Gazzetta Ufficiale n. 180 del 05 agosto 2009 - Suppl. Ordinario n. 142/L.

⁶⁰ L'Inail premia con uno "sconto" denominato "oscillazione per prevenzione" (OT/24), le aziende, operative da almeno un biennio, che eseguono interventi per il miglioramento delle condizioni di sicurezza e di igiene nei luoghi di lavoro, in aggiunta a quelli minimi previsti dalla normativa in materia (d.l. 81/2008 e s.m.i.). L'"oscillazione per prevenzione" riduce il tasso di premio applicabile all'azienda, determinando un risparmio sul premio dovuto all'Inail. In base al decreto ministeriale 3 marzo 2015 che ha riscritto il testo dell'articolo 24 del decreto ministeriale del 12 dicembre 2000, come successivamente modificato dal decreto ministeriale 3 dicembre 2010, la riduzione di tasso è riconosciuta in misura fissa, in relazione al numero dei lavoratori-anno del periodo.

ANDAMENTO DEGLI INFORTUNI NEGLI ULTIMI ANNI SECONDO QUANTO RICHIESTO DAL D. Lgs. 81/08 e 106/09

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
NUMERO INFORTUNI (1)	23	20	14	14	18	11	16	11	13	9	10	6
N.RO GG TOTALI DI INFORTUNI (2)	418	197	207	273	280	299	404	144	175	204	166	82
NUMERO ORE LAVORATE (3)	1.355.199	1.387.640	1.443.037	1.429.996	1.476.247	1.478.463	1.532.390	1.598.829	1.665.696	1.761.484	1.814.540	1.923.608
N.RO MEDIO LAVORATORI (4)	776	800	820	826	849	861	897	923	952	996	1.054	1099
INDICE DI INCIDENZA (5)	3,0	2,5	1,7	1,7	2,1	1,28	1,78	1,19	1,37	0,90	0,95	0,55
INDICE DI FREQUENZA (6)	17,0	14,4	9,7	9,8	12,2	7,4	10,4	6,9	7,8	5,1	5,5	3,1
INDICE DI GRAVITÀ (7)	0,31	0,14	0,14	0,19	0,19	0,20	0,26	0,09	0,11	0,12	0,09	0,04

(1) Solo quelli che hanno comportato un'assenza dal lavoro superiore ad 1 giorno (compreso quello dell'infortunio stesso) e che, ai sensi dell'art.4, comma 5, lettera o), del D. Lgs. 626 devono essere annotati nell'apposito registro.

(2) Totale delle giornate complessive di assenza dal lavoro per gli infortuni di cui al punto (1).

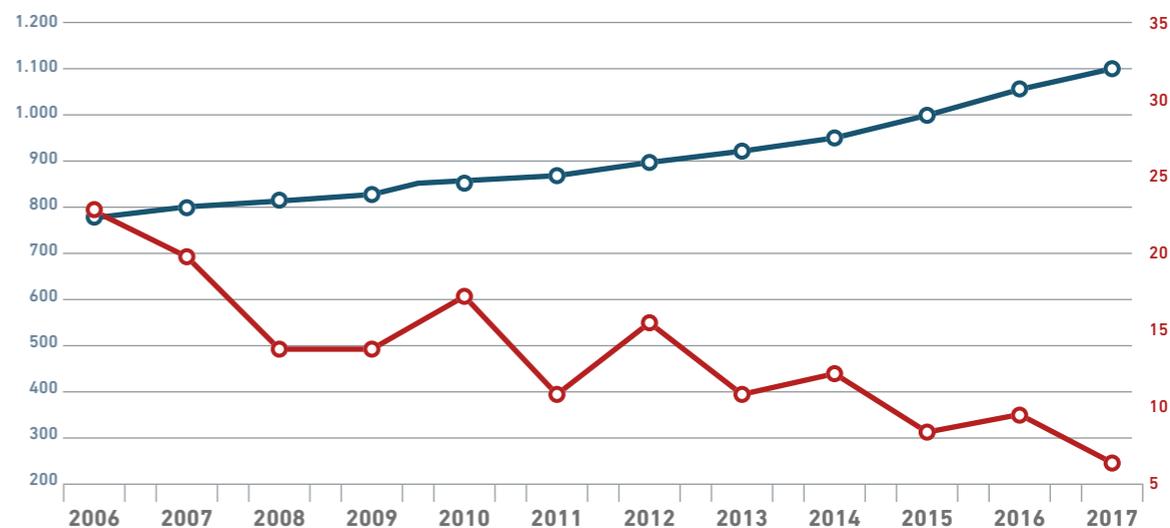
(3) Totale ore lavorate nell'anno.

(4) Media aritmetica tra il numero dei lavoratori in forza da gennaio a dicembre di ogni anno.

(5) Calcolato secondo la formula: n. infortuni/n. lavoratori x 100.

(6) Calcolato secondo la formula: n. infortuni/n.ore lavorate x 1.000.000.

(7) Calcolato secondo la formula: n. di gg. di durata totale/n. ore lavorate x 1.000.



LEGENDA | ● NUMERO DIPENDENTI ○ NUMERO INFORTUNI

Con particolare riferimento alle statistiche sugli infortuni⁶¹, si riportano nella seguente tabella i dati relativi al periodo 2005-2017 con esplicitazione dell'indice di frequenza⁶² e indice di gravità.⁶³

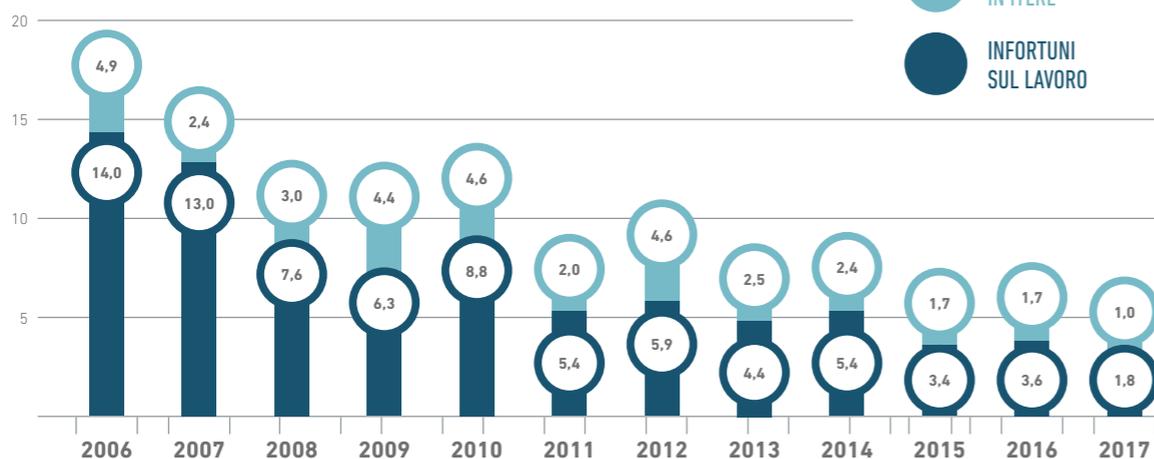
Per quanto attiene alla formazione sulla sicurezza, nel 2017 sono state erogate 4.023 ore che hanno interessato 495 dipendenti⁶⁴. L'80% circa delle ore di formazione ha riguardato i nuovi assunti.

I principali interventi in materia di salute e sicurezza effettuati nel 2017 hanno riguardato migliorie infrastrutturali nei capannoni delle varie sedi, dotazioni di macchinari più efficienti e ottimizzazione di processi. Sono stati implementati corsi volontari di disassuefazione per tabagisti e di alimentazione consapevole e, a servizio della sede di Pianoro, è stata realizzata una nuova accogliente sala per i corsi di ginnastica posturale, Pilates e yoga.

INDICE DI FREQUENZA

LEGENDA

- INFORTUNI IN ITERE
- INFORTUNI SUL LAVORO



⁶¹ Limitatamente alle sedi italiane.

⁶² La frequenza infortuni misura l'incidenza degli infortuni per migliaia di ore occorsi in un dato periodo, settore e ambito territoriale, relativamente al numero di ore lavorate nel medesimo periodo, settore e ambito territoriale. L'indice è moltiplicato per un migliaio (10³) in modo da evitare valori numericamente troppo piccoli. Tale indice è di validità generale, ed essendo normalizzato in relazione a periodo, settore e ambito territoriale, si presta ad effettuare comparazioni attraverso queste tre distinte dimensioni. Nel calcolo della frequenza degli infortuni si può fare riferimento, anziché al totale complessivo, a tre diverse categorie:

- Infortuni che hanno causato inabilità temporanea
- Infortuni che hanno causato inabilità permanente
- Infortuni mortali

⁶³ Misura la gravità degli infortuni espresse in giornate perse convenzionali per migliaia di ore lavorate. L'indice è moltiplicato per un mille (10³) in modo da evitare valori numericamente troppo piccoli. Tale indice è di validità generale, ed essendo normalizzato in relazione alla categoria di gravità, si presta ad effettuare comparazioni di ogni tipo. Nel calcolo della gravità degli infortuni si può fare riferimento, anziché al totale complessivo, a tre diverse categorie la cui gravità è espressa in giornate perse convenzionali:

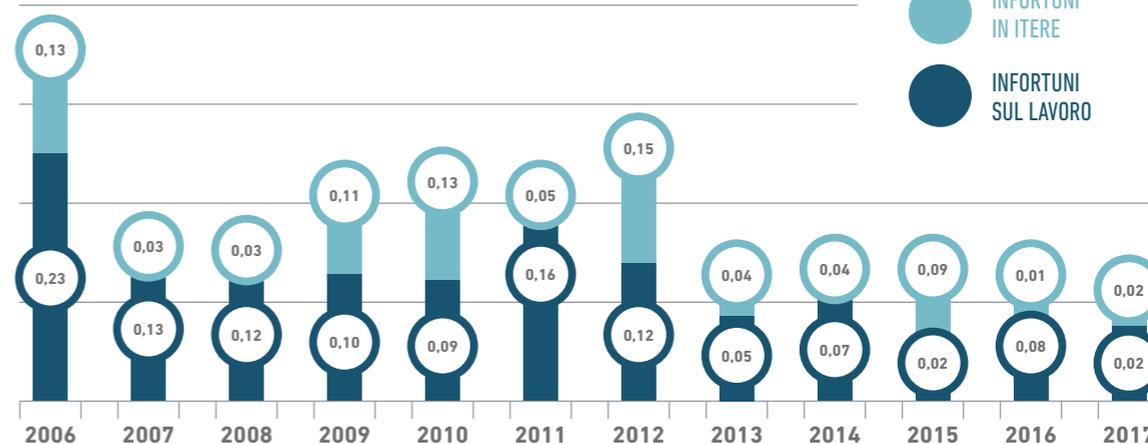
- Infortuni che hanno causato inabilità temporanea, dove la gravità coincide con il numero di giornate perse
- Infortuni che hanno causato inabilità permanente, dove la gravità è calcolata moltiplicando i punti di invalidità di ciascun caso per 75, ed è espressa in numero di giornate perse convenzionali
- Infortuni mortali, dove la gravità è calcolata moltiplicando ciascun caso di morte per 7.500 (corrispondenti al numero di giorni lavorativi medi nel corso di tutta la vita di un lavoratore), ed è espressa in numero di giornate perse convenzionali.

Il Totale complessivo è calcolato come somma delle giornate perse convenzionali per ciascuna delle tre categorie.

INDICE DI GRAVITÀ

LEGENDA

- INFORTUNI IN ITERE
- INFORTUNI SUL LAVORO



	ORE 2017	Δ% 2017/2016	ORE 2016	ORE 2015	Δ% 2016/2015
PRIMO SOCCORSO	201		42	92	-54%
ANTINCENDIO	291		0	40	-100%
RLS	72		184	64	188%
DIR/PREPOSTI	104		288	276	4%
NUOVI ASSUNTI/AGGIORNAM.	3222		1.599	1.815	-12%
ATTREZZATURE	133		181	176	3%
TOTALE	4.023	75%	2.294	2.463	-7%

	P. COINVOLTE 2017	Δ% 2017/2016	P. COINVOLTE 2016	P. COINVOLTE 2015	Δ% 2016/2015
PRIMO SOCCORSO	49		13	22	-41%
ANTINCENDIO	51		0	8	-100%
RLS	9		11	8	38%
DIR/PREPOSTI	13		33	39	-15%
NUOVI ASSUNTI/AGGIORNAM.	352		153	168	-9%
ATTREZZATURE	21		51	16	219%
TOTALE	495	90%	261	261	0%

⁶⁴ La formazione sulla sicurezza rappresenta il 14% circa di tutta la formazione erogata. Tuttavia il dato relativo al numero di soggetti destinatari di tali progetti formativi è disponibile solo per Marchesini Group S.p.A.

9.8 MOBILITÀ SOSTENIBILE

Nel 2017 presso l'headquarters del Gruppo è stato approcciato il tema della mobilità sostenibile.

La mobilità sostenibile è un sistema di mobilità urbana in grado di conciliare il diritto alla mobilità con l'esigenza di ridurre le cosiddette esternalità negative ad essa connesse.

In pratica si tratta di tutti quei provvedimenti che, una volta messi in atto, permettono di garantire gli spostamenti urbani della popolazione riducendone gli effetti negativi in termini di emissioni nocive, smog, inquinamento acustico, congestione del traffico e incidenti, con evidenti ritorni anche per l'azienda che li promuove in termini di riduzione degli infortuni derivanti da incidenti *in itinere*, congestione dei parcheggi aziendali.

Nel corso del 2017 è iniziato un assessment sulle preferenze e sulle modalità di mobilità del personale della sede di Pianoro i cui risultati verranno elaborati nel 2018 per valutare l'opportunità di possibili miglioramenti.

Nel 2017 Marchesini Group, con il supporto di Raffaele Donini, Assessore ai trasporti della Regione Emilia Romagna, è riuscita ad ottenere un adeguamento dell'orario dei treni utilizzabili per raggiungere Pianoro dal Capoluogo e dai paesi limitrofi, rendendo la modalità ferroviaria più comoda e quindi più "appetibile" da parte dei dipendenti non residenti a Pianoro.

Marchesini Group ha, inoltre, aderito a "Bella mossa", la nuova iniziativa di promozione della mobilità sostenibile coordinata dalla SRM-Reti e Mobilità, l'agenzia di Comune e Città metropolitana di Bologna per la mobilità e il trasporto pubblico locale e Cofinanziata dal progetto europeo EMPOWER, di cui Bologna è Città Pilota. L'iniziativa, che si prefigge di coinvolgere 10.000 cittadini del territorio metropolitano, è rivolta a singoli cittadini, studenti e aziende.

Il meccanismo è semplice: è sufficiente scaricare gratuitamente da AppStore e PlayStore l'app BetterPoints, installarla e iscriversi. Con la app si potranno registrare i propri spostamenti in bicicletta, autobus, treno, car-sharing, car-pooling e gli spostamenti a piedi, guadagnando per ognuno di essi "PuntiMobilità". Al raggiungimento di traguardi specifici, stabiliti in base al numero di "spostamenti sostenibili" effettuati, i punti potranno essere convertiti in sconti presso i tanti esercizi commerciali che hanno aderito all'iniziativa. In questo modo si dà vita a uno "schema a incentivi" utile per stimolare e favorire la mobilità sostenibile nell'intera città metropolitana di Bologna.

Marchesini Group ha partecipato formando una squadra con i propri dipendenti. I punti raccolti da ciascun dipendente - oltre a poter essere utilizzati individualmente per beneficiare degli sconti - contribuiscono ad alimentare il punteggio della squadra in classifica. Le aziende che a fine progetto si classificheranno nelle prime posizioni potranno vincere premi collettivi, come le rastrelliere e tanti voucher per i dipendenti più virtuosi.

Realizzata in collaborazione con Tper, l'iniziativa ha il patrocinio di Comune e Città metropolitana di Bologna, Regione Emilia-Romagna, Camera di Commercio e Università di Bologna, a cui si aggiungono i Comuni di Anzola dell'Emilia, Calderara di Reno, Castenaso, Granarolo dell'Emilia, Castel Maggiore, Casalecchio di Reno, San Lazzaro di Savena, Sasso Marconi, Zola Predosa e dell'Unione Reno-Galliera.

9.9 PRIVACY

Il prossimo 25 maggio 2018 sarà effettivo il "Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)⁶⁵" (GDPR).

Il Gruppo Marchesini ha immediatamente considerato l'adeguamento del "sistema privacy" aziendale un momento utile per fare innovazione e, coerentemente alla sua filosofia d'impresa, creare ulteriore nuovo valore.

Durante il 2017 è iniziata l'operazione di allineamento della policy sulla privacy di Gruppo (c.d. *compliance assessment*). Sono iniziati confronti con professionisti qualificati, procedendo alla nomina di un Responsabile per il Trattamento dei Dati Personali che ricoprirà in seguito il ruolo di Data Protection Officer, che, con competenze trasversali e integrate, guiderà le varie funzioni aziendali interessate a rispondere in modo adeguato alle mutate esigenze di mercato (riorganizzazioni aziendali, risorse umane, processi, certificazioni, qualità, customer experience, ecc.).

Il progetto di adeguamento si articolerà in 9 fasi come evidenziato nella figura in basso e sarà a regime dal 25 maggio 2018. Anche di fronte a questa sfida il Gruppo ha un percorso virtuoso e il passaggio alla nuova normativa Privacy rappresenta un'opportunità per trasformare un'area di rischio aziendale in un punto di forza e un'opportunità per incrementare la reputazione aziendale e il business permettendo simultaneamente di integrare azioni di valorizzazione della governance e di attivare un percorso di innovazione sociale a tendere che riscontra ritorni indubbiamente positivi.



9.10 RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI

Il Gruppo Marchesini partecipa attivamente alla vita associativa del nostro Paese, aderendo a diverse associazioni e istituzioni per promuovere non solo lo sviluppo industriale e culturale, ma anche la diffusione della sostenibilità e dell'innovazione.

In particolare è socio di Confindustria Emilia area Centro, UCIMA (Unione Costruttori Italiani Macchine Automatiche, di cui il Presidente Maurizio Marchesini è anche membro del Consiglio Direttivo), Associazione Amici del Museo del patrimonio industriale, AIDAF (Associazione Italiana Delle Aziende Familiari) e Associazione meccanica.

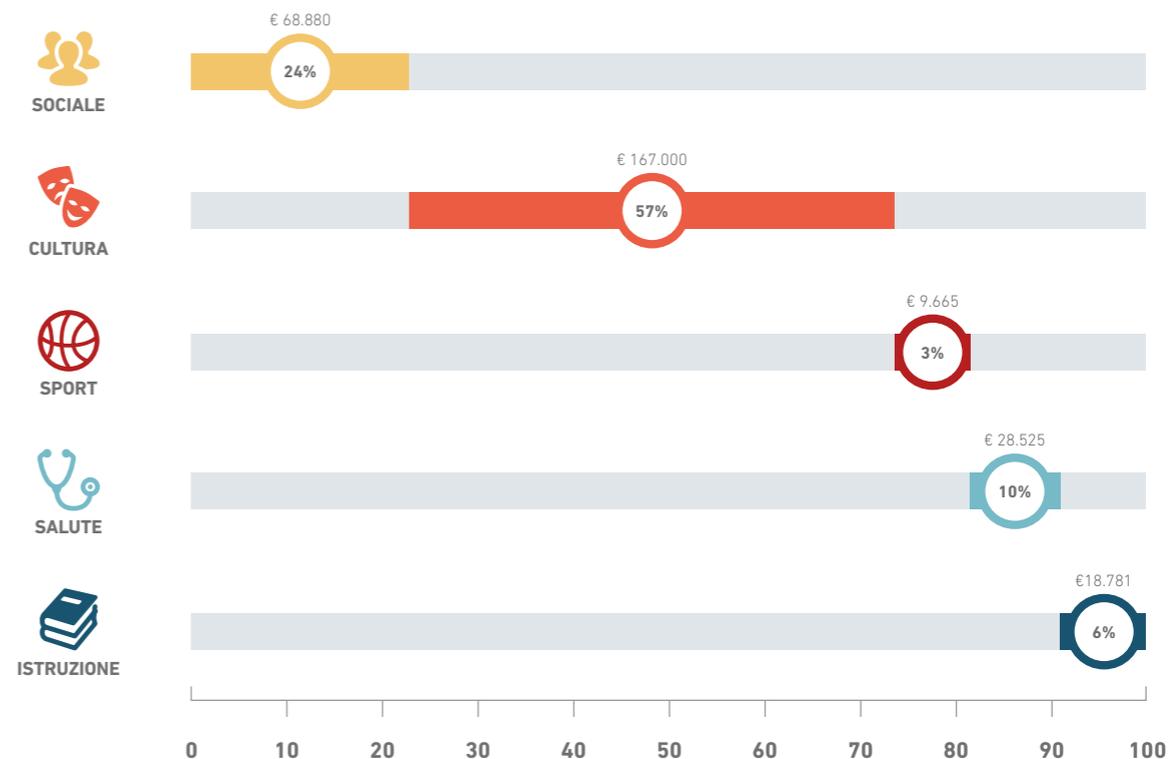
Il Gruppo si relaziona con le diverse Istituzioni e associazioni "con la massima trasparenza, chiarezza e correttezza, in modo da non indurre interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti"⁶⁶, nella piena osservanza della normativa vigente e nel rispetto del carattere pubblico della funzione.

10. IMPEGNO PER LA COLLETTIVITÀ - UN ANNO DI SOSTENIBILITÀ

Fare impresa in modo "profondamente legato alla promozione di uno sviluppo sostenibile, con particolare riferimento alla tutela dell'ambiente e al legame con i contesti sociali in cui il Gruppo opera"⁶⁷, è un aspetto fondamentale dell'approccio alla sostenibilità del Gruppo Marchesini che si concretizza con il sostegno economico a progetti e attività sociali, culturali e artistiche e di ricerca scientifica.

È un vero e proprio circolo virtuoso che, apportando numerosi vantaggi competitivi, motiva ulteriormente il Gruppo a coltivare la partecipazione e il proprio ruolo attivo in tali relazioni e a partecipare concretamente a progetti e iniziative di pubblico interesse.

Nel corso del 2016 Marchesini Group, consapevole che le relazioni con le comunità locali rappresentano il punto di partenza per la creazione di valore attorno all'impresa, ha continuato a sostenere lo sviluppo economico, sociale e culturale delle aree in cui opera erogando circa 293.000 euro, il 4,8% in più rispetto al 2015, così ripartiti:



⁶⁶ Codice Etico, pag. 32.

⁶⁷ Codice Etico, pagina 30 e segg.

CASE HISTORY

Di seguito riportiamo in dettaglio gli interventi diretti più significativi⁶⁸ dell'anno 2017.



ANTONIANO ONLUS

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO
PER I PROGETTI ATTIVATI
NELL'ANNO 2017: MENSA CENA
E REINSERIMENTO SOCIALE.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.onlus.antoniano.it

Antoniano Onlus è un'istituzione bolognese che si occupa di solidarietà, intrattenimento e comunicazione sociale. Il contributo economico del Gruppo Marchesini ha consentito di supportare attività importanti della Onlus, come i servizi di segretariato sociale e i laboratori formativi, e soprattutto il servizio di mensa serale ai poveri, inaugurato nel 2016 (in media si servono 60 persone per cena). Il nostro sostegno è rivolto ai nuclei familiari in difficoltà che hanno frequentato la mensa e con i quali sono stati attivati progetti di autonomia; si tratta di persone che vivono in povertà, segnalate dai servizi sociali, o che stanno scappando da zone di guerra e sono in Italia come richiedenti asilo. In diverse giornate i dipendenti Marchesini con i loro famigliari e amici si sono dati appuntamento alla mensa Padre Ernesto - completamente rinnovata e animata da 40 chef famosi che si alternano per portare gratuitamente le loro competenze e la loro creatività, cucinando con quello che la dispensa mette loro a disposizione - per servire la cena alle persone che faticano a provvedere alle esigenze primarie proprie e dei figli, con disagio economico e relazionale. Tutto ciò è possibile grazie al progetto Food for Soul, associazione non-profit contro lo spreco alimentare fortemente voluta dallo chef stellato Massimo Bottura, che ha permesso anche l'apertura di un refettorio a Rio de Janeiro.

⁶⁸ Ovvero contributi di valore superiore a 1000 euro.

ASSOCIAZIONE NOVA

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

COSTRUZIONE E SOSTENTAMENTO PRESIDIO MEDICO NELLE VICINANZE DI KINSHASA (REPUBBLICA DEMOCRATICA DEL CONGO).



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.associazionenova.org

Fra gli istituti aiutati da Nova nella Repubblica democratica del Congo c'è l'orfanotrofio Aurore di Kinshasa. La comunità rurale che vive nel territorio dell'orfanotrofio Aurore è numerosa e, tra le mille mancanze di cui soffre, è particolarmente pressante quella di un presidio sanitario.

Nell'area non ci sono strutture sanitarie e quelle meno distanti, tutte private, propongono costi assolutamente inaccessibili alla stragrande maggioranza della popolazione.

Il progetto relativo alla costruzione del presidio medico è andato in porto nei primi mesi del 2016, grazie a un finanziamento della Chiesa Valdese (attraverso i proventi dell'otto x mille), a importanti finanziamenti di imprese dell'area bolognese fra cui il Gruppo Marchesini e a donazioni individuali.

Tuttavia i "sostegni a distanza" sono sufficienti solo per coprire le spese scolastiche; l'ambulatorio medico al momento non è autosufficiente in quanto le entrate non riescono ancora a coprire i salari del medico e dell'infermiera, le spese di acquisto di medicinali e forniture mediche. A fronte di ciò, il Gruppo Marchesini ha confermato per l'anno 2017 la sua volontà nel voler sostenere il progetto Aurore.

DIOCESI DI CARPI

CONTRIBUTO 2017 **3.000 EURO**

SOSTEGNO ATTIVITÀ ECCLESIALI E CARITATIVE.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.carpi.chiesacattolica.it

A seguito della solenne riapertura al culto tenutasi il 25 marzo 2017 - resa possibile grazie alla raccolta fondi istituita a seguito del sisma del 2012, per fronteggiare le spese di restauro della diocesi di Carpi, pesantemente danneggiata - il Gruppo Marchesini ha deciso di contribuire con una donazione finalizzata al sostentamento delle attività caritative ed ecclesiali.

MAMA ANAKUJA

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

DONAZIONE FINALIZZATA
ALLA COSTRUZIONE
DELLA NUOVA PAVIMENTAZIONE
"MAMA ANAKUJA CHILDREN'S HOME".



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.mamaanakuja.org

La storia dell'associazione Mama Anakuja inizia del 2004 quando un'imprenditrice brianzola, Liliana Ostinelli - scomparsa tragicamente il 16 marzo 2018 - sceglie come meta per le vacanze il Kenya. Nel misero villaggio di Muyeye, vicino a Malindi, si ritrova davanti bambini orfani per la maggior parte ammalati. Questi bambini vivevano in un fatiscente "pollaio", affamati, senza letti, dormivano e mangiavano per terra e senza vestiti. Preso atto di questa situazione nel 2005 gli amici di Liliana vogliono dare un aiuto concreto: attivano una raccolta fondi finalizzata alla costruzione di un orfanotrofio per ospitare i bambini bisognosi e dare loro un futuro più dignitoso, farli vivere e giocare come è diritto di ogni bambino del mondo. Nel 2006 i bambini vedono finalmente la "Mamma Anakuja children's home": una casa in cui dormire, un ambulatorio infermieristico in cui ricevere cure, un luogo in cui mangiare e giocare. I lavori da fare sono sempre tanti e i bambini aumentano sempre, di conseguenza sono necessari ulteriori lavori tra cui uno riguarda la costruzione della nuova pavimentazione avvenuta grazie alla donazione del Gruppo Marchesini.

FONDAZIONE ITACA

CONTRIBUTO 2017 **3.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO
ALL'ASSOCIAZIONE
PER LA REALIZZAZIONE
DEI VARI PROGETTI.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.progettoitaca.org

La Fondazione Itaca è un'idea nata da un gruppo di amici che da un po' di tempo lavoravano singolarmente e in modo disaggregato come volontari nel settore assistenziale, in particolar modo con gli anziani e i disabili. "Itaca" perché l'isola di Ulisse rappresenta il porto sicuro dei sogni e dei desideri di quanti si sentono esclusi o emarginati, il posto dove trovare o ritrovare affetti veri, sinceri e fedeli. L'azione della Fondazione Itaca Onlus si svolge dalla sua costituzione prevalentemente su Bologna allargandosi poi nel tempo su Rimini, Ravenna, Pesaro e Ancona. È indirizzata a persone in difficoltà, indipendentemente dalla patologia o dall'handicap, e si articola in più direzioni: corsi e laboratori di recupero e mantenimento, laboratori di avviamento o ri-avviamento al lavoro, intrattenimento e sostegno, recupero mirato, pranoterapia alla persona e attività di carattere ludico. Durante l'anno vengono effettuati mediamente 400 interventi di sostegno alla persona direttamente a domicilio. I soci della Fondazione hanno superato di gran lunga le 5.000 unità.

ASSOCIAZIONE PAPA GIOVANNI XXIII

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

SOSTEGNO AL PROGETTO
"OPERAZIONE COLOMBA".



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.apg23.org

La storia di Operazione Colomba iniziò nel 1992 quando alcuni volontari e obiettori di coscienza della Comunità Papa Giovanni XXIII, interrogati dal conflitto Jugoslavo e mossi dal desiderio di vivere concretamente la nonviolenza in zone di guerra, provarono e riuscirono - anche nelle vesti di stranieri, civili e disarmati - a raggiungere alcuni campi profughi della Croazia. I volontari iniziarono a trascorrere alcuni periodi nei campi profughi constatando come fossero sempre più i civili e quindi non più chi la guerra la combatte, i più indifesi: bambini, donne, disabili e anziani. I volontari successivamente organizzarono una presenza continuativa e questo fece emergere un'ulteriore triste realtà: la guerra crea vittime su tutti i fronti del conflitto e quindi tanta paura, dolore e disagio psicologico. Un unico grande desiderio comune aleggiava nell'aria: la speranza nella pace. Nasceva così la ragione di esistere del Corpo Nonviolento di Pace della Comunità Papa Giovanni XXIII, denominato Operazione Colomba con una grande missione: scardinare questo meccanismo di odio e distruzione attraverso la forza dell'amore, della verità, del sostegno e della condivisione.

HAPPY HAND

CONTRIBUTO 2017 **3.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO ALL'ASSOCIAZIONE
PER LA REALIZZAZIONE
DELLA MANIFESTAZIONE ANNUALE
"HAPPY HAND".



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.happyhand.it

Il WTKG "Willy the King Group" è un'associazione intitolata a Willy Boselli che da anni promuove iniziative volte a favorire l'inclusione sociale dei soggetti diversamente abili. Annualmente, tramite la manifestazione "Happy Hand - Giochi senza barriere", si adopera nell'intento di abbattere la barriera che divide lo sport olimpico da quello paralimpico, per guardare soltanto alle persone, a prescindere dalle categorie di abilità. Si propone al pubblico come un festival dello sport e dell'inclusione sociale in cui i riflettori sono puntati su abilità e disabilità, con gli sport olimpici proposti insieme a quelli paralimpici e occasioni di compenetrazione tra le discipline sostenendo che questa è la strada per una nuova cultura sulla disabilità.

Utilizzando lo sport come strumento di aggregazione e condivisione, risulta essere sempre più importante porre attenzione e sensibilità al tema della disabilità, offrendo "forza" e motivazione a chi fisicamente parte svantaggiato.

AVIS BOLOGNA

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

CONTRIBUTO VOLTO
AL FINANZIAMENTO
DELLA 45° EDIZIONE
DELLA GALAVERNA 2017.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.bologna.avisemiliaromagna.it

Diventato un appuntamento fisso per i cittadini pianoresi e per tutti gli amanti del podismo, la "Galaverna" è ormai giunta alla 45° edizione. Domenica 22 gennaio 2017 alle ore 9.00 i partecipanti si sono ritrovati per condividere, chi una passeggiata in compagnia e chi una vera e propria corsa. Ogni partecipante è libero di scegliere il percorso più congeniale a sé tra quelli da km 3,5 - 6,5 - 10,5 - 16,0 - 20,0 su strade asfaltate, sterrate e su strade di campagna, con l'unico limite di arrivare al traguardo entro le 4 ore. La manifestazione è organizzata dal Gruppo podistico Proloco Avis Pianoro e sostenuto dall'Assessorato allo sport del Comune di Pianoro. Dal 2014 la manifestazione della Galaverna è dedicata alla memoria di Alice Gruppioni, imprenditrice pianorese scomparsa nel 2013.

Marchesini Group ha sostenuto questo evento diventato un simbolo carico di significato per i cittadini di Pianoro che conoscevano Alice. Si segnala inoltre che molti dipendenti del Gruppo Marchesini hanno preso parte all'evento organizzandosi in gruppi e partecipando in compagnia.

ARCIDIOCESI DI BOLOGNA

CONTRIBUTO 2017 **30.000 EURO**

CONTRIBUTO PER LA VISITA
DEL SANTO PADRE A BOLOGNA
PREVISTA PER IL 1 OTTOBRE 2017.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.chiesadibologna.it

È stato l'Arcivescovo di Bologna S. E. Mons. Matteo Maria Zuppi ad annunciare che il Santo Padre Francesco sarebbe venuto in visita pastorale a Bologna in occasione del Congresso Eucaristico Diocesano, domenica 1 ottobre 2017, giorno in cui si è celebrata la "Domenica della Parola" e nella quale è stato rinnovato "l'impegno per la diffusione, la conoscenza e l'approfondimento della Sacra Scrittura".

La giornata è iniziata alle 10:30 con la visita di Papa Francesco all'hub regionale di via Mattei ed è proseguito con l'incontro dei giovani nordafricani sbarcati sulle coste italiane; alle 12:00 si è tenuta la Recita dell'Angelus in Piazza Maggiore; alle 12:30 il Papa ha partecipato al pranzo con i poveri nella Basilica di San Petronio; alle 14:30 c'è stato l'incontro con il clero; alle 15:30 il Papa ha voluto incontrare il mondo universitario nella Basilica di San Domenico; alle 17:00 si è conclusa la giornata con la celebrazione della Santa Messa allo Stadio Dall'Ara.

È stato possibile accogliere 80.000 fedeli grazie all'organizzazione predisposta e sostenuta dai vari enti pubblici e privati, tra i quali il Gruppo Marchesini.

ASSOCIAZIONE MYRMICA

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

SOSTEGNO PER LE ATTIVITÀ
AVVIATE DALL'ASSOCIAZIONE.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.apianoro.it/associazione-myrmica

Nel settembre del 2008 numerosi giovani del Comune di Pianoro esternano un loro desiderio: valorizzare l'identità del Paese attraverso lo sviluppo di iniziative volte a coinvolgere i cittadini pianoresi e specialmente i giovani. Da questa comune speranza nasce l'associazione Myrmica che nel settembre 2010 dà vita al "Ri-Mescolone" rievocando così un evento sportivo che si svolgeva a Pianoro negli anni 70. L'idea era quella di unire tutti i giovani delle varie frazioni del Paese in una giornata all'insegna dello sport e del divertimento. La risposta estremamente positiva a questa iniziativa ha spinto l'associazione a continuare a credere fermamente nel progetto, cercando di risvegliare in ogni maniera Pianoro dal torpore degli ultimi anni organizzando attività di coinvolgimento per i cittadini.

Il Gruppo Marchesini sostiene l'associazione, la quale dimostra di essere mossa da uno spirito di volontà volto alla valorizzazione dell'identità pianorese.

A.I.S.A. SEDE REGIONALE EMILIA ROMAGNA

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

CONTRIBUTO VOLTO AL SOSTEGNO
DELLE ATTIVITÀ ASSOCIATIVE
PER LA VIGILANZA
E LA SICUREZZA DELL'AMBIENTE.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.aisa-on-line.org

L'AISA, Associazione Italiana Scienze Ambientali, nasce nel 1996 a Napoli, muovendo i primi passi in ambito universitario come associazione studentesca.

Oggi AISA è un'associazione di categoria professionale senza fini di lucro che rappresenta, su tutto il territorio nazionale, i professionisti inclusi in un settore non regolamentato in Italia: quello dell'Esperto Ambientale. Questo è possibile attraverso un sistema di attestazione dei servizi prestati dai propri associati, la sottoscrizione del Codice Deontologico Professionale e l'obbligo della formazione permanente da parte degli stessi.

Le principali finalità di AISA sono:

- Promuovere la professionalità degli Esperti Ambientali in ogni campo;
- Promuovere l'educazione ambientale
- Promuovere e sostenere l'approccio alle tematiche ambientali in una prospettiva olistica;
- Identificare e mantenere un sistema di relazioni fra tutti i professionisti delle discipline interessate.

VALLE LAVINO ONLUS

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

SOSTEGNO FINALIZZATO
AL FINANZIAMENTO PER LA REALIZZAZIONE
DELLA NUOVA SEDE UNICA DEL GVS
(GRUPPO VOLONTARIO DI SOCCORSO).



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.vallelavino.it

Nel 1987 nasce la Pubblica Assistenza G.V.S. (Gruppo Volontario di Soccorso) Valle Lavino Onlus in convenzione con l'Azienda USL di Bologna. L'associazione GVS, con sede legale nel Comune di Monte San Pietro e sede operativa nel comune di Zola Predosa, è attiva da 30 anni nel soccorso e nell'assistenza sanitaria, è costituita da circa 120 soci attivi di tutte le età (dai 18 ai 70 anni), è iscritta all'Associazione Nazionale Pubbliche Assistenze (ANPAS Emilia Romagna), è dotata di 3 autoambulanze - tutte accreditate per l'emergenza 118 e un mezzo a nove posti per il trasporto di persone con ridotta capacità motoria o disabilità.

A seguito della accertata insufficienza della sede di Zola Predosa a rispondere a tutte le esigenze del bacino servito, si è resa indispensabile realizzare una nuova sede provvista di tutti i requisiti idonei all'accreditamento e di conseguenza è stata aperta una raccolta fondi alla quale il Gruppo Marchesini ha contribuito donando 1000 euro. La sede "La casa del Volontario" è stata inaugurata domenica 8 ottobre 2017.

ASSOCIAZIONE AMICI DI TAMARA E DAVIDE

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO PER LE ATTIVITÀ
PROMOSSE DELL'ASSOCIAZIONE
E PER LA FESTA DELLA SCUOLA
DEL 22 SETTEMBRE 2017.



SOCIALE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.amicitamaraedavide.it

L'associazione amici di Tamara e Davide nasce appunto in ricordo di Tamara e Davide, due persone capaci di mettersi in gioco e capaci nella semplicità della loro vita di essere "straordinari nell'ordinario". Entrambe le loro esperienze di vita li hanno immersi in un cammino difficile segnato dalla sofferenza e dalla malattia. Le loro testimonianze di vita e di morte sono come un tesoro che i soci fondatori hanno percepito come un vero proprio dono da far fruttare e trasmettere a tutti coloro che non hanno avuto la possibilità di conoscerli. L'associazione si propone come un luogo al cui centro vi è l'essere umano e il servizio alla persona intesa nella sua interezza, fisica e spirituale; un luogo dunque di crescita, confronto e condivisione aperto a tutti e per tutte le età.

Il contributo del Gruppo Marchesini ha finanziato le spese per l'organizzazione della festa della scuola tenutasi il 22 settembre 2017, nonché le attività sociali, culturali e sportive che l'associazione organizza.

TEATRO AUDITORIUM MANZONI

CONTRIBUTO 2017 **120.000 EURO**

SPONSORIZZAZIONE
STAGIONE TEATRALE
2017-2018



CULTURA



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.auditoriummanzoni.it

Manzoni Factory s.r.l., società di cui Marchesini Group S.p.a. detiene il 20% delle quote sociali, gestisce il Teatro Auditorium Manzoni in virtù di un contratto di affitto di ramo d'azienda stipulato con la Fondazione Teatro Comunale di Bologna. La direzione artistica, affidata al M° Giorgio Zagnoni, famoso flautista, garantisce i più elevati standard di qualità dell'offerta. L'obiettivo dell'aiuto economico è quello di promuovere la cultura musicale, specialmente sinfonica e cameristica, nel territorio.

In virtù della partecipazione societaria e dell'attività di sponsorizzazione, inoltre, Marchesini Group è in grado di offrire ai propri dipendenti particolari sconti sulla stagione, promuovendo la cultura musicale anche al proprio interno.

RADIO IMMAGINARIA

CONTRIBUTO 2017 **15.000 EURO**

SOSTEGNO ALL'ATTIVITÀ STANDARD
E AL PROCESSO
DI INTERNAZIONALIZZAZIONE.



CULTURA



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.radioimmaginaria.it

Radioimmaginaria è la prima e unica radio in Europa realizzata e condotta da adolescenti di età compresa tra gli 11 e i 17 anni. È nata nel 2010 a Castel Guelfo, in provincia di Bologna, e trasmette via web sulla piattaforma "Spreaker" un programma settimanale che vanta a fine 2015 circa 250.000 ascolti. La presenza social di Radioimmaginaria vanta una global reach su Facebook fino a 10.500.000 di contatti settimanali, oltre 27.000 fan di pagina, oltre 7.000 fan su Spreaker, un seguito di oltre 1.000 follower su Twitter e gli altri social. Circa 200 ragazzi coinvolti in Italia e fuori dall'Italia, di cui 100 circa iscritti regolarmente. Antenne presenti a Torino, Sanremo, Varese, Cremona, Bergamo, Verona, Padova, Bologna (e provincia), Riccione, Firenze, Terni, Roma, Napoli, Bruxelles, Londra e Montreal. Canale in Italiano, Francese e in Inglese, con circa 1.500 episodi singoli, il 77% di audience con meno di 24 anni e ascolti da oltre 30 paesi, con prevalenza di Italia, UK, USA, Canada e Germania.

Nel 2017 il Gruppo Marchesini decide di appoggiare economicamente il mantenimento di 2 redazioni al di là del nostro confine, una in Francia e una in Spagna, nonché le spese di strumentazioni aggiuntive e di un piccolo gruppo di Jay (junior maggiorenni) impegnati nelle attività.

FESTIVAL SPOSTA-MENTI

CONTRIBUTO 2017 **5.500 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO ALLA REALIZZAZIONE DEL FESTIVAL "SPOSTAMENTI" DAL 15 AL 17 SETTEMBRE 2017 A PIANORO (BO) E FINANZIAMENTO PROGETTO "IL TESSUTO DI ZED".



CULTURA



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.spostamentifestival.it

SpostaMenti è un'iniziativa su confini, intrecci e opportunità di quest'epoca per provare a volgere uno sguardo differente sui temi attuali: ambiente, migrazioni, lavoro, salute mentale e diversità con la chiave della narrazione. La sede di Pianoro è stata scelta perché consente di uscire dalla logica del centro, nel senso di città, per spostarci nella periferia. La sfida del festival, infatti, è quella di portare attenzione ai territori di confine e alle relazioni che lì si possono sviluppare.

Il titolo "SpostaMenti" è significativo perché al festival si parla degli spostamenti oggi: nei modi di vivere, nelle relazioni, nelle scelte e nei processi. Per due giorni incontri, documentari, arte, teatro e musica. Il Festival "SpostaMenti", di cui Marchesini Group è partner, si è tenuto a Pianoro dal 15 al 17 Settembre 2017; è in quell'occasione è stata presentata "l'opera Zed" in quanto parte del programma. L'opera è stata inaugurata nell'Headquarters del Gruppo Marchesini, alla presenza di oltre 200 ospiti. Un'opera d'arte multisensoriale e futuristica, ideata dall'artista visiva Julia von Stietencron per colpire gli occhi e il cuore di chi la guarda. Proprio il cuore umano è il "motore" di questa installazione illuminotessile interattiva, in grado di visualizzare, grazie a particolari sensori, la mutevolezza del ritmo cardiaco e di trasformare lo spettatore in un esploratore dell'opera stessa. A seconda dello stato d'animo dell'esploratore l'opera manifesta una trasfigurazione cromatica, comportandosi come un vero e proprio specchio dei sentimenti che alimentano il cuore umano. Un tappeto sonoro aiuta l'esploratore a ottimizzare il proprio ritmo cardiaco: in questo modo, si passerà da rappresentazioni sonore distorte e stressanti ad acustiche armoniche meditative in grado di ripristinare, almeno temporaneamente, la coerenza cardiaca nelle persone che per vari motivi, psicologici o fisici, l'hanno perduta.

CINEMA MODERNISSIMO

CONTRIBUTO 2017 **20.000 EURO**

SPONSORIZZAZIONE ATTIVITÀ DI RECUPERO E RESTAURO DEL CINEMA MODERNISSIMO BOLOGNA.



CULTURA



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.cinetecadibologna.it/cineteca/progetto_cinema_modernissimo

In controtendenza rispetto alla logica del multiplex, la Cineteca di Bologna sposa la nuova sensibilità internazionale per il recupero dei cinematografi di inizio secolo, ed è pronta ad affrontare una sfida culturalmente e imprenditorialmente così importante come quella di ridare vita al Cinema Modernissimo. L'obiettivo è quello di riportare gli interni delle sale al loro originario splendore Liberty e creare le condizioni per un'esperienza di visione alla massima qualità consentita dagli standard tecnologici attuali, sia in termini di restituzione dell'immagine (la cabina di proiezione sarà dotata di proiettori sia per la pellicola sia per i formati digitali fino al 4K, la massima risoluzione oggi possibile) sia in termini di qualità del suono. Il recupero del teatro sotterraneo rappresenta un'occasione unica per la città di Bologna. Nel cuore del centro storico, all'interno del 'quadrilatero', il 'nuovo' Cinema Modernissimo si presenterà come luogo ideale di diffusione della cultura cinematografica in uno splendido contesto storico, in continuità con lo spettacolo del festival "Il Cinema Ritrovato" che ogni estate anima Piazza Maggiore. Il progetto per far rinascere la storica sala cinematografica in Piazza Maggiore, figlio di un protocollo d'intesa tra il Comune di Bologna, la Fondazione Cineteca di Bologna e la proprietà della sala Emmegi Cinema, con la collaborazione di Unindustria Bologna, ha visto l'inizio dei lavori di ristrutturazione nel primo trimestre del 2016, mentre l'ipotesi di fine lavori è per metà 2019. Con il suo contributo il Gruppo Marchesini, insieme ad altre importanti realtà industriali bolognesi, sostiene la realizzazione di questo progetto.

CENTRO SAN DOMENICO

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

SOSTEGNO PER LE ATTIVITÀ
CULTURALI CATTOLICHE.



CULTURA



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.centrosandomenico.it

Il Centro San Domenico, nasce a Bologna nel 1970, grazie all'iniziativa del fondatore Fra Michele Casali. È un'associazione culturale cattolica senza fini di lucro, che attraverso conferenze, dibattiti, convegni, seminari e altre forme di comunicazione culturale, si propone di diffondere i principi della fede cattolica e di affrontare problematiche etiche, filosofiche, religiose, artistiche e d'attualità; temi affrontati in un continuo confronto tra le idee, nel massimo rispetto delle opinioni differenti e nella costante ricerca di ciò che unisce anziché di quanto divide. Le parole di Papa Giovanni Paolo II, espresse nel decennale dalla fondazione, descrivono appieno lo spirito del centro san Domenico: "Una provvida istituzione culturale, presenza viva e testimonianza cristiana nella città e nella diocesi di Bologna, lodevolmente disponibile anche all'ascolto di altre voci, in uno spirito di dialogo collettivo".

A.I.L.

CONTRIBUTO 2017 **1.500 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO
PER L'ORGANIZZAZIONE DELL'EVENTO
"UN PUNTO IN PIÙ" SVOLTOSI A BOLOGNA
IL 5 OTTOBRE 2017.



SALUTE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.aillbologna.it

Il 5 ottobre al MAST di Bologna si è tenuto un importante evento promosso da AIL Bologna, Un punto in più. È stato presente l'allenatore simbolo, Julio Velasco - coach dal carisma travolgente e dalla appassionante simpatia - che ha trasformato la Nazionale di Volley nella "Squadra del secolo" e che, in quell'occasione, ha parlato di gioco di squadra e cambiamento attraverso le sue metafore manageriali che sono di grande stimolo e motivazione ad un miglioramento della performance. Il Gruppo Marchesini, con il suo contributo, ha permesso lo svolgimento dell'evento.

FONDAZIONE TELETHON

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

SOSTEGNO ALL'ATTIVITÀ
DI RICERCA
DELLA FONDAZIONE.



SALUTE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.telethon.it

Nel 1966 negli Stati Uniti Jerry Lewis inventa una non stop televisiva per raccogliere fondi a favore della distrofia muscolare. Una formula di successo che viene adottata, a partire dal 1987, anche in Europa dall'Associazione francese contro le Miopatie (Afm). Nel 1990, grazie all'incontro tra Susanna Agnelli e l'Unione italiana lotta alla distrofia muscolare (Uildm), Telethon sbarca in Italia con la prima maratona televisiva. Da allora lavora ogni giorno per dare risposte concrete a tutte le persone che lottano contro le malattie genetiche, così rare da essere spesso dimenticate dai grandi investimenti pubblici o privati in ricerca. Telethon finanzia i migliori ricercatori ed istituti di ricerca, perché crede nel merito e nell'eccellenza: solo così sono stati raggiunti alcuni primi risultati importanti per la cura delle malattie genetiche.

FONDAZIONE IL BENE ONLUS

CONTRIBUTO 2017 **3.000 EURO**

SOSTEGNO ALL'ATTIVITÀ
DI DIAGNOSI E CURA DELLA FONDAZIONE,
NONCHÉ CONTRIBUTO PER L'ACQUISTO
DI UN ECODOPPLER.



SALUTE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.fondazioneilbene.org

Nata nel settembre del 2011, la Fondazione Il Bene Onlus sostiene l'attività del Centro Il BeNe (acronimo di Bellaria Neuroscienze), struttura autorizzata per la diagnosi e cura delle sindromi riconosciute come malattie neurologiche rare e neuroimmuni. Il Centro, diretto dal Dott. Fabrizio Salvi è inserito all'interno del Dipartimento di Neuroscienze dell'Azienda USL di Bologna, presso l'Unità Operativa Complessa (U.O.C.) di Neurologia dell'Ospedale Bellaria di Bologna. Il Centro Il BeNe dell'IRCCS (Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico) Bellaria di Bologna cura attualmente circa 2.000 pazienti, di cui 1.300 pazienti affetti da sclerosi multipla, 300 da miastenia e oltre 300 da altre malattie rare. Finalità principale del Centro Il BeNe è fornire risposte complete ai pazienti affetti da malattie neurologiche rare e neuroimmuni come Amiloidosi, Atassia, Malattia di Behcet, Malattia di Charcot Marie Tooth, Paraparesi spastica, Sclerosi Laterale Amiotrofica, Sindrome di Von Hippel-Lindau, Miastenia gravis, Sclerosi Multipla. Il Gruppo Marchesini con il suo sostegno ha contribuito all'acquisto di un ecodoppler che consentirà una diagnosi più precisa e dettagliata dello stato della malattia.

MEDICI SENZA FRONTIERE

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO
PER IL PROGETTO
"MISSIONE ITALIA".



SALUTE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.medicisenzafrontiere.it

Alla fine degli anni 90 Medici Senza Frontiere prende atto di una drammatica situazione: le stesse persone curate e assistite da MSF a migliaia di chilometri di distanza, sono presenti anche in Italia e in Europa e molto spesso in condizioni di estrema precarietà e bisogno. A fronte di questa situazione nasce "Missione Italia". Dal 2002 MSF è stata presente in contesti particolarmente delicati dagli sbarchi di migranti a Lampedusa, ai lavoratori stagionali nel Sud Italia, e all'interno dei centri per migranti in diverse regioni. Dall'inizio del 2016 sono sbarcate in Italia - principalmente nei porti siciliani e calabresi - 180.740 persone. Con "Missione Italia" si è dato supporto sanitario a tutte quelle persone, giunte nel nostro paese dopo un lungo e rischioso viaggio via mare o via terra.

ASSOCIAZIONE MEDICI CATTOLICI ITALIANI

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

CONTRIBUTO ECONOMICO
PER IL PROGETTO
"UNA CULLA PER LA VITA".



SALUTE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.amci.org

L'associazione Medici Cattolici Italiani, in risposta al drammatico problema degli abbandoni di neonati, ripropone la cultura dell'accoglienza della vita attraverso le "Culle per la vita", moderna riedizione delle antiche "Ruote degli esposti", che nei secoli scorsi hanno rappresentato una testimonianza dello sforzo della Società in favore dei più deboli: una concreta possibilità di vita per i più deboli, i neonati appunto. Le Culle attuali sono molto più "tecnologiche", ma hanno ereditato dalle "Ruote degli esposti" il significato e la ragione d'esistere: i neonati vengono accolti in sicurezza e le madri possono restare in anonimato.

Il Gruppo Marchesini, con il suo contributo economico ha permesso l'acquisto di "una Culla per la vita".

FONDAZIONE NATALINO CORAZZA

CONTRIBUTO 2017 **6.000 EURO**

SOSTEGNO PER IL PROGETTO
"PSORIASI: CURE A DOMICILIO"



SALUTE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.fondazionecorazzapsoriasiandco.it

Nell'Unità operativa interaziendale di Dermatologia del Sant'Orsola Bologna attualmente sono in trattamento circa 500 pazienti affetti da psoriasi moderate o severe, con o senza coinvolgimento articolare. A fronte di ciò il Policlinico Sant'Orsola e la Fondazione Natalino Corazza si sono unite per portare a domicilio dei pazienti una delle metodologie più avanzate nella cura della psoriasi: la fototerapia. Quest'ultima viene erogata normalmente in regime ambulatoriale, tuttavia per ragioni legate alla età delle persone, alla capacità motoria compromessa dalla malattia, ad esigenze di lavoro o alla distanza dalle strutture, questo trattamento per molti pazienti diventa inaccessibile.

ALIAV - ASS. DIPLOMATI IST. ALDINI VALERIANI

CONTRIBUTO 2017 **5.000 EURO**

CONTRIBUTO FINALIZZATO
ALL'INAUGURAZIONE
DELLA SALA CONFERENZE "G. SEDIOLI".



ISTRUZIONE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.aliav.it

Mercoledì 29 novembre 2017 presso l'IIS ALDINI VALERIANI SIRANI è stata inaugurata la nuova sala Conferenze "G. Sedioli". Alla cerimonia di inaugurazione - con la presenza della ViceSindaco Dr.ssa Marilena Pillati - sono stati invitati il Consiglio di Istituto, il Comitato Genitori, gli Ex- Docenti Aldini, l' ALIAV e la Giunta del Comitato Studentesco.

ISTITUTO COMPRENSIVO - CENTRO CASALECCHIO

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO RIVOLTO AL LABORATORIO
ISTITUITO PRESSO LA SCUOLA PRIMARIA GARIBALDI
FINALIZZATO ALL'ACQUISTO DEGLI ARREDI DELL'ATELIER
E DELLA BIBLIOTECA COLLEGATA AD ESSO.



ISTRUZIONE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.iccentro.org

L'istituto comprensivo di Casalecchio di Reno ha vinto il bando MIUR per la creazione di un Atelier Creativo. Presso la scuola primaria Garibaldi verrà allestito un laboratorio al quale potranno partecipare tutti gli alunni dell'istituto; dall'infanzia alla secondaria di primo grado con percorsi integrati nel curriculum disciplinare e interdisciplinare. La finalità di questo laboratorio sono molteplici: rafforzare nei ragazzi la capacità di analisi e risoluzione dei problemi, utilizzare gli strumenti e i metodi del pensiero computazionale sia attraverso l'uso delle tecnologie digitali sia con strumenti più tradizionali; stimolare un'interazione creativa tra digitale e manuale, anche attraverso esperienze di making, robotica educativa e internet delle cose.

L'istituto comprensivo ha attivato una raccolta fondi finalizzata all'acquisto dell'arredamento dell'atelier, in quanto l'organizzazione e la "bellezza" degli spazi stimolano e supportano l'apprendimento e l'insegnamento. Il risultato è un vero e proprio spazio dove i bambini apprendono esercitando la creatività, la manualità, il gioco, l'uso consapevole dei media e il pensiero progettuale.

ISTITUTO S. GIUSEPPE - BOLOGNA

CONTRIBUTO 2017 **10.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO
PER AMPLIAMENTO
OFFERTA FORMATIVA PER L'ANNO 2017.



ISTRUZIONE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.scuolesangiuseppe.net

Il Progetto Educativo dell'Istituto San Giuseppe si ricollega all'esperienza educativa originaria della Fondatrice, la Serva di Dio Madre Lucia Noiret, che, in Imola, diede vita a una Congregazione Religiosa dedicata alla formazione umano-cristiana e alla istruzione della gioventù. Suor Lucia, donna ricca di umanità e di fede, animata da una forte passione educativa, attenta alle innovazioni culturali del suo tempo, autorevole nell'esigere professionalità e impegno, capace di "portare nel cuore" e "prendersi a cuore" ogni persona, delineò grazie al suo carisma l'opera educativa dell'Istituto.

La comunità educante dell'Istituto San Giuseppe si riconosce in queste tre parole: ACCOGLIENZA, ASCOLTO, AUTONOMIA. Esse sono la chiave del vivere quotidianamente la scuola ed accompagnano il servizio di ciascuno e la crescita del bambino nel suo percorso di vita.

- L'accoglienza è il punto di partenza per ogni relazione, che diviene solidarietà nell'ambito professionale, collaborazione fra pari e condivisione di momenti extradidattici.
- L'ascolto è rendere significativa l'accoglienza di ciascuno, ponendolo al centro della relazione personale ed educativa.
- L'autonomia è l'espressione della propria individualità nella consapevolezza del rispetto di quella altrui. È un percorso che parte dall'acquisizione delle piccole autonomie quotidiane fino alla manifestazione consapevole delle proprie idee, dei propri sentimenti e non ultime delle proprie risorse.

OLIMPIADI ITALIANE DI INFORMATICA

CONTRIBUTO 2017 **1.500 EURO**

CONTRIBUTO FINALIZZATO A SOSTENERE
L'EVENTO "OLIMPIADI ITALIANE DI INFORMATICA".



ISTRUZIONE



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.olimpiadi-informatica.it

Le Olimpiadi Internazionali di Informatica (IOI) costituiscono una delle sei olimpiadi scientifiche internazionali insieme a quelle di matematica, fisica, chimica, biologia e astronomia. L'Italia ha partecipato per la prima volta alle IOI nel 2000 in forma sperimentale e dal 2001 la partecipazione è diventata stabile. L'accesso alle Olimpiadi Italiane di Informatica (OI) è aperto a tutte le scuole secondarie superiori e già dal primo anno si è registrata l'iscrizione di 500 scuole. L'evento assume particolare significato in quanto costituisce occasione per far emergere e valorizzare le "eccellenze" esistenti nella scuola italiana, con positiva ricaduta sull'intero sistema educativo. A maggior ragione, se si considera che le discipline scientifiche hanno un valore strategico sia per lo sviluppo della ricerca scientifica e tecnologica sia per la formazione culturale e professionale dei giovani.

Il Gruppo Marchesini con il suo contributo ha permesso l'organizzazione dell'evento.

FUTA BIKE

CONTRIBUTO 2017 **1.000 EURO**

SOSTEGNO ECONOMICO
PER L'ATTIVITÀ SPORTIVA.



SPORT



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.teamfutabike.com

ASD Team Futabike nasce nel 2008 dalla passione di 5 persone che danno inizio ad una attività che sul territorio è molto diffusa: l'utilizzo della bicicletta sia da strada che da fuoristrada. L'associazione vive grazie al continuo sostegno di alcuni sponsor - tra i quali figura il Gruppo Marchesini - che hanno permesso di partire e creare un gruppo di 15 soci che decretano la necessità per Pianoro di avere un gruppo sportivo amatoriale e cicloturistico. Negli anni il numero di iscritti è sempre in continuo aumento e oggi conta 78 soci.

GOLF CLUB IL MOLINO DEL PERO

CONTRIBUTO 2017 **3.665 EURO**

SOSTEGNO ALLA DIFFUSIONE
DELLA PRATICA DEL GOLF
A PIANORO E NEL COMPRESORIO
DEI COLLI BOLOGNESI.



SPORT



DESCRIZIONE DEL PROGETTO

www.golfmolinodelpero.it

Adatto a tutte le età, il golf è un'ottima opportunità, per coniugare benessere fisico e psichico a un momento di socializzazione e divertimento. Sempre più persone, di ogni età, praticano questo sport abitualmente, grazie a strutture come quella del Molino del Pero che lo permettono a costi sostenibili. Per chi ha superato gli "anta", ma non solo, il golf è un'ottima opportunità, per coniugare benessere fisico e psichico a un momento di socializzazione e divertimento. In qualche modo è anche un'attività che mette a posto la coscienza, ma anche il fisico dei più pigri, di chi non vuole prendersi l'impegno quotidiano della palestra o quello bisettimanale del nuoto o della ginnastica; infatti, per ottenere ottimi risultati basta fare 18 buche una volta alla settimana.

È opinione diffusa, suffragata da studi clinici, che il golf:

- Contribuisce a prevenire forme di disabilità (stanno nascendo molte associazioni per persone "diversamente abili")
- Aiuta a prevenire la depressione
- Previene la riduzione delle facoltà mentali (attenzione, concentrazione, tattica di gioco, strategie da applicare per raggiungere gli obiettivi sono messe in campo ogni volta che si tira una pallina)
- Migliora l'equilibrio e quindi previene il rischio di cadute accidentali (grazie al movimento che si effettua nello swing)
- Aumenta la resistenza (si cammina parecchio)
- Aumenta la flessibilità delle articolazioni e la potenza muscolare (sono coinvolte molte fasce muscolari, da quelle dei glutei alle braccia, alle cosce)
- Migliora la funzionalità respiratoria e cardiaca (grazie alle lunghe passeggiate)
- Migliora il sistema cardiovascolare (con diminuzione dei livelli di colesterolo)
- Migliora il tono dell'umore (essendo praticato all'aria aperta in mezzo alla natura e al verde).

10.1 ATTIVITÀ BENEFICHE PROMOSSE DAI DIPENDENTI DEL GRUPPO MARCHESINI

Il Gruppo Marchesini promuove da sempre le attività di volontariato prestate dai propri dipendenti, ritenendole un'esperienza arricchente e appagante sotto diversi punti di vista⁶⁹.

Una particolarità, questa, che ha portato a consolidare una procedura che prevede il raddoppio da parte dell'Azienda dei fondi raccolti tramite attività promosse dai dipendenti.

Nel 2017 le "Persone Marchesini" di tutti gli stabilimenti in Italia, hanno promosso le seguenti attività raccogliendo complessivamente **€ 57.294,36**:

- **Festa d'Estate 2017: € 3.800**, di cui €1.900 raccolti dai dipendenti e € 1900 come raddoppio dell'azienda, devoluti a GVC Onlus (<http://www.gvc-italia.org>) per il sostegno a progetti di cooperazione internazionale con strategie complesse di intervento, dall'assistenza umanitaria alla ricostruzione, sanità sicurezza alimentare, educazione della donna e dell'infanzia.
- **Lotteria di Natale: € 8.910** di cui € 4.455 raccolti dai dipendenti e € 4.455 come raddoppio dell'azienda, devoluti in parti uguali a:
 - Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna (<https://www.bancoalimentare.it/en/emiliaromagna>) a sostegno della promozione di politiche a favore della lotta allo spreco alimentare, alla povertà e all'esclusione sociale;
 - Fondazione Don Mario Campidori Onlus (<http://www.simpatiaeamicizia.it>) con l'obiettivo di contribuire a creare luoghi in cui la condizione di disabilità sia presente come situazione di vita da accogliere.

⁶⁹ Nelle ricerche psicologiche che si sono occupate dell'argomento il modello più conosciuto che individua sei classi di motivazioni al volontariato è quello "funzionalista" di Snyder e collaboratori (Omoto, Snyder, 1995; Clary et al., 1998; Snyder, Omoto, Crain, 1999; Stukas, Snyder, Clary, 1999; Snyder, Clary, Stukas, 2000; Snyder, Omoto, 2001):

- **valori personali** (values): esprime la presenza di interesse umanitario per gli altri
- **comprensione** (understanding): permette di mettere in pratica abilità, capacità e conoscenze che altrimenti rimarrebbero inespresse.
- **valori sociali** (social): permette relazioni significative con gli altri
- **carriera** (career): permette di avere vantaggi per la propria carriera
- **protezione** (protection): protegge l'io dai sensi di colpa per essere più fortunato di altri o per sviare l'attenzione dai problemi personali
- **miglioramento** (enhancement): vengono utilizzate le risorse positive dell'io per accrescere la fiducia in sé stessi e l'autostima

