

VAILLANT GROUP

REPORT
DI SOSTENIBILITÀ ITALIA
2021



TAKING CARE OF A BETTER CLIMATE.

Inside each home and
the world around it.

VAILLANT GROUP



“ Abbiamo l’ambizione e l’aspirazione di fornire il nostro contributo mettendo a disposizione la nostra esperienza, le nostre competenze e attitudini per favorire un progresso sociale sostenibile condiviso, a beneficio dell’ambiente e delle persone, coinvolgendo una platea più ampia possibile. ”

Gherardo Magri
AD Vaillant Group Italia

TAKING CARE OF A BETTER CLIMATE

INSIDE EACH HOME
AND THE WORLD AROUND IT

Questa visione aziendale è la motivazione e la forza trainante di noi tutti in Vaillant Group. Nelle nostre decisioni, la sostenibilità ambientale e sociale giocano sempre un ruolo primario, insieme alla sostenibilità economica.

“Taking care of a better climate” esprime esattamente lo spirito del “prendersi cura” degli aspetti strategici in ogni settore di attività.

“Climate” viene inteso nella sua accezione più ampia, intendendo per clima anche il livello di relazioni tra le persone e di contesto esistenti, per migliorare quanto più possibile ogni contesto in cui operiamo.

In particolare, desideriamo esprimere la nostra volontà di cooperare e interagire nei confronti di un’ampia platea di stakeholder, in quanto principali portatori di interessi comuni e protagonisti importanti nella realizzazione dei nostri obiettivi. Una visione in perfetta coerenza con i nostri valori – **Imprenditorialità, Fiducia, Integrità, Passione** – e dell’etica più assoluta nella gestione del business, nei rapporti con le persone, nel pieno rispetto dei diritti di tutti.

Vaillant Group Italia vuole garantire continuità e coerenza con la mission globale di Vaillant Group. Come azienda multinazionale abbiamo un piano ambizioso descritto nel programma strategico **S.E.E.D.S. – Sustainability in Environment, Employees, Development & Solutions and Society**.

La definizione di queste aree è basata sulla comprensione globale della sostenibilità che trova le principali sfide nella attenta valutazione del core business.

Questa seconda edizione del Report di Sostenibilità racconta il percorso di sviluppo e miglioramento quotidiano che tutti noi di Vaillant Group Italia stiamo portando avanti, innescando in ogni nostra azione comportamenti virtuosi e sostenibili, mettendo a disposizione esperienza, competenze e attitudini in grado di favorire un progresso sociale sostenibile condiviso per la costruzione di un futuro migliore, a beneficio dell’ambiente e delle persone.

INDICE

- 5 Lettera agli stakeholder
- 9 Guida alla lettura



LA NOSTRA IDENTITÀ

- 12 Chi siamo
- 14 Valori e governance
- 16 La sostenibilità per Vaillant



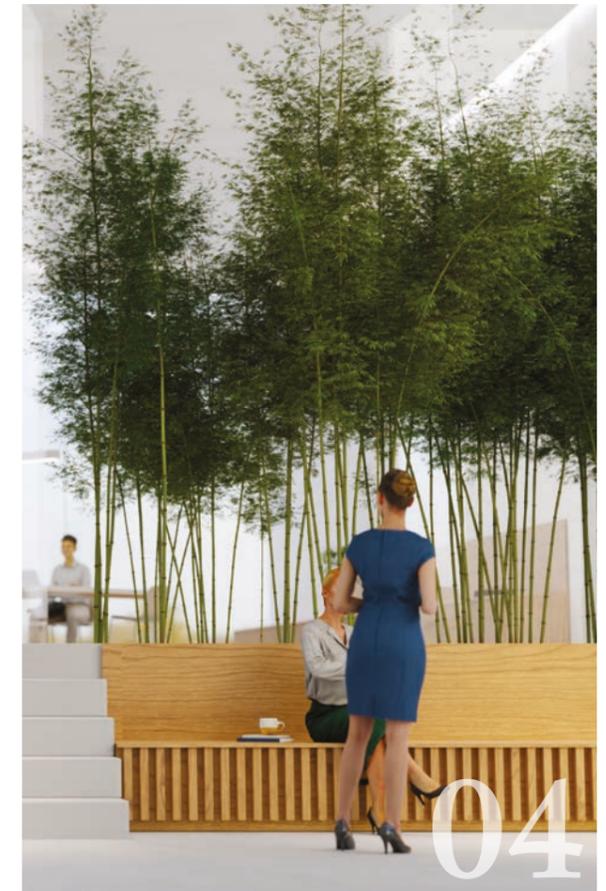
LE NOSTRE PERSONE

- 28 La centralità delle nostre persone
- 30 Numeri chiave
- 34 Formazione e sviluppo della carriera
- 36 Salute, sicurezza e benessere del personale
- 39 Obiettivi futuri



PRODOTTI E SERVIZI

- 42 Il modello di business di Vaillant Group Italia
- 44 Qualità del servizio e innovazione di prodotto
- 48 Attenzione verso il cliente
- 53 Obiettivi futuri



AMBIENTE E RESPONSABILITÀ SOCIALE

- 56 La gestione responsabile delle risorse naturali
- 62 Impegno sociale
- 63 Obiettivi futuri



GUIDA ALLA LETTURA

Questa seconda edizione del Report di Sostenibilità di Vaillant Group Italia S.p.a. (di seguito “Vaillant Group Italia”, “filiale italiana” o “azienda”) fa riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio e 31 dicembre 2021 e rappresenta uno strumento per comunicare in modo trasparente, ai propri stakeholder, gli impatti dell’azienda nei principali ambiti di sostenibilità.

Il perimetro di rendicontazione del presente documento include la sola società Vaillant Group Italia che ha sede operativa e legale a Milano, in Via Benigno Crespi, 70.

Il Report di Sostenibilità 2021 è stato redatto adottando i “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione “Referenced”. Il GRI è il riferimento più diffuso a livello internazionale per la rendicontazione di sostenibilità; si tratta di un’associazione indipendente internazionale che promuove lo sviluppo di una rendicontazione volontaria delle performance economiche, ambientali e sociali. In appendice al

documento è presente l’ “Indice dei contenuti GRI”, con il dettaglio delle informazioni qualitative e quantitative rendicontate attraverso l’utilizzo di determinati GRI Standard.

I contenuti del presente Report sono stati individuati attraverso un processo di analisi di materialità, che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per Vaillant Group Italia e i suoi stakeholder.

La redazione del documento è avvenuta in modalità partecipata, coinvolgendo la funzione Marketing & Brand Communication quale coordinatrice del progetto. Il Bilancio di Sostenibilità è stato sottoposto a valutazione del Comitato Esecutivo dell’azienda.

Il presente Report non è stato sottoposto a revisione da parte di un ente terzo indipendente.

Per informazioni e comunicazioni sul Report di Sostenibilità (disponibile sui siti web vaillant.it e hermann-saunierduval.it), è possibile inviare una mail a info.italia@vaillant.com.



LA NOSTRA IDENTITÀ



CHI SIAMO

Vaillant Group Italia è protagonista nel settore delle tecnologie per il riscaldamento e la climatizzazione attraverso la commercializzazione e distribuzione su tutto il territorio nazionale di sistemi di riscaldamento, climatizzazione e soluzioni eco-compatibili ad alto risparmio energetico, tutte orientate all'utilizzo delle energie rinnovabili. Il portafoglio prodotti include sistemi solari termici, pompe

di calore, sistemi di ventilazione per edifici a bassa energia, apparecchi per il riscaldamento ad alta efficienza alimentati da combustibili fossili e con sistemi di controllo intelligenti. Un ricco portafoglio di servizi – dall'assistenza post-vendita al consumatore alla formazione tecnica rivolta a progettisti e installatori - completa la gamma di prodotti a marchio Vaillant e Hermann Saunier Duval.



Il marchio Vaillant approda dalla Germania sul mercato italiano nel 1960, quale risultato di una continua espansione e di importanti investimenti in innovazione di quello che oggi è Vaillant Group, fondato nel 1874 da Johann Vaillant. Forte degli oltre 140 anni di esperienza del Gruppo, che conta nel mondo oltre

14.000 dipendenti, Vaillant Group Italia offre soluzioni efficienti per la casa con uno sguardo rivolto all'ambiente, garantendo assistenza a privati e supporto a professionisti grazie ad una diffusione capillare di Centri di Assistenza Tecnica ufficiali e ad una profonda penetrazione della rete commerciale sul territorio italiano.

Una storia di innovazione e modernizzazione per il comfort domestico

La storia di Vaillant Group Italia si intreccia alla storia rivoluzionaria e innovativa dei due brand che caratterizzano la sua offerta: Vaillant e Hermann Saunier Duval.

1874

Johann Vaillant apre la propria bottega per la lavorazione del rame e produzione di tubi a Remscheid, Germania. Ideando il "sistema chiuso" di riscaldamento dell'acqua sanitaria, introduce una vera rivoluzione nelle case delle persone.

1899

Dal volto di un Leprotto nasce un marchio. Una domenica di Pasqua, mentre sfogliava una rivista, Johann Vaillant vede un'immagine di un leprotto che esce da un uovo e subito capisce che il leprotto sarà il suo marchio commerciale. Come l'azienda stessa, questo marchio è stato rimodernato diverse volte e ora è il logo più noto nell'ambito delle tecnologie per il riscaldamento in tutta Europa.

Inizi del '900

Vaillant è il primo produttore di scaldabagni murali a gas in Germania.

1907

Charles Saunier e Maurice Duval, due pionieri nella storia degli apparecchi per il riscaldamento domestico, fondano in Francia la Saunier Duval. Situata al 99 di avenue de la République, a Parigi, vivrà una crescita considerevole con la produzione industriale di scaldabagni in rame e illuminazione pubblica a gas.

1924

Vaillant introduce sul mercato la caldaia per il riscaldamento centralizzato. Ora è possibile riscaldare tutte le stanze di una casa da un'unica posizione centrale. I radiatori sono tutto ciò che serve per riscaldare gli ambienti stessi.

1960

Vaillant apre la filiale italiana e il brand si espande anche nei mercati olandese, austriaco, belga, francese e britannico. Negli stessi anni, Saunier Duval propone sul mercato la sua prima caldaia murale combinata, in un unico apparecchio è possibile produrre sia acqua calda sia riscaldamento.

Anni '60

Vaillant è di nuovo all'avanguardia con il lancio sul mercato di caldaie murali innovative e salvaspazio.

1970

Viene fondata in Italia la società Hermann, dedicata alla produzione di caldaie in ghisa a basamento.

1991

Con l'introduzione di Thermoblock, caldaia a basse emissioni, Vaillant definisce i primi standard in fatto di sostenibilità ambientale. Il successo internazionale continua e il Gruppo inaugura altre sedi commerciali in Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria e Turchia.

1995-1998

Viene lanciata sul mercato la prima caldaia a condensazione sviluppata e prodotta da Vaillant. Il marchio si posiziona ancora una volta come pioniere nell'ambito di una nuova tecnologia che rispetta l'ambiente. Pochi anni più tardi, con il lancio di Spaziozero, Hermann diventa il riferimento per la commercializzazione delle caldaie ad incasso, mentre nel 1998 nasce Micra, una delle caldaie più compatte del mercato.

Inizi anni 2000

La crescita progressiva porta a nuovi assetti organizzativi e alla nascita di Vaillant Group, oltre che ad acquisizioni di marchi selezionati e alla continua espansione internazionale, che vede anche l'ingresso nel mercato Asia - Pacifico.

2009

Hermann introduce Spaziozero Solar System, il sistema solare ad incasso primo nel suo genere.

2012

Da due grandi tradizioni, Hermann e Saunier Duval, nasce la nuova realtà: Hermann Saunier Duval.

2014

Vaillant celebra i suoi primi 140 anni di successi, una lunga storia forgiata dal susseguirsi di primati mondiali. In occasione dell'anniversario, Vaillant inaugura una mostra itinerante presso clienti, partner specializzati e collaboratori Vaillant di tutta Europa.

2020

Vaillant lancia aroTHERM Plus, la pompa di calore monoblocco, sintesi perfetta di prestazioni eccezionali e rispetto dell'ambiente. Nello stesso anno viene inaugurato un nuovo centro di Ricerca & Sviluppo a Remscheid grazie ad un investimento di 54 milioni di euro.

Oggi

Vaillant Group è leader globale nei settori della tecnologia di riscaldamento, ventilazione e condizionamento, garantendo un'offerta di prodotti sempre più completa e all'avanguardia.

VALORI E GOVERNANCE

VISION, MISSION E VALORI CHE GUIDANO VAILLANT GROUP

Lo spirito di Vaillant Group si regge su quattro valori principali: **imprenditorialità, fiducia, integrità e passione**. A ognuno di essi sono associati tre principi che descrivono come questi valori si rispecchiano nel modo di agire che contraddistingue il Gruppo. Spirito imprenditoriale è **andare oltre le**

aspettative, aspirare a obiettivi ambiziosi e operare in modo sostenibile.

Fiducia significa poter **contare sul supporto reciproco, condividere le conoscenze, imparare dagli errori.**

Integrità implica **rispetto, assunzione di responsabilità e compliance** a leggi e normative.

Passione vuol dire **fare squadra, combattere per le proprie idee e imparare dagli errori.**

VISION

**“Taking care of a better climate.
Inside each home and the world around it.”**

Con una tecnologia di riscaldamento altamente efficiente, Vaillant Group consente ai suoi clienti di riscaldare in modo ecocompatibile e a risparmio energetico. Allo stesso tempo, svolge un ruolo attivo nella protezione del clima grazie a soluzioni volte al risparmio delle risorse.

MISSION

**La nostra missione,
il nostro impegno quotidiano.**

La missione dell'azienda è quella di essere pionieri della trasformazione del settore, attraverso l'innovazione e la digitalizzazione, garantendo un'esperienza di marca eccellente ai clienti grazie a un'organizzazione coinvolta e impegnata. Vaillant Group vuole essere riconosciuta come punto di riferimento dell'evoluzione green.

GOVERNANCE

Vaillant Group Italia è una società per azioni con socio unico, partecipata al 100% dalla capogruppo tedesca (Vaillant GmbH).

Il maggiore organo di governo dell'organizzazione è rappresentato da un **Comitato Esecutivo** responsabile della gestione operativa dell'azienda. Dal 2020, il Comitato risulta composto da cinque uomini e una donna.

In seno al Comitato Esecutivo sono anche regolarmente discusse tematiche di sostenibilità, per valutare tempestivamente rischi e opportunità ed anticipare l'evoluzione del mercato.

Il rispetto delle norme interne ed esterne è la costante che caratterizza i principi racchiusi nel **Codice Etico** del Gruppo, al quale Vaillant Group Italia aderisce.

Dall'impegno nella lotta alla corruzione, alla protezione dei diritti umani, alla garanzia di salute e sicurezza dei dipendenti, alla sicurezza dei prodotti e alla tutela dell'ambiente, la compliance orienta la condotta del management e dei dipendenti di Vaillant Group, con l'obiettivo di assicurare il successo sostenibile dell'impresa nel tempo e di promuovere il progresso della società.

Per favorire il rispetto del Codice Etico, il Gruppo prevede un **sistema di segnalazione** di presunte violazioni delle disposizioni di legge applicabili, del Codice Etico o degli ulteriori regolamenti interni, attraverso la nomina di un referente ufficiale a cui rivolgere le segnalazioni e mettendo a disposizione una procedura online che può essere avviata anche in forma anonima.

Tutte le segnalazioni ricevute sono trattate e indagate con la massima riservatezza.

Profilazione membri del Comitato Esecutivo

| Genere | 2021 | | 2020 | | 2019 | |
|--------|------|-----|------|-----|------|------|
| | n° | % | n° | % | n° | % |
| Donne | 1 | 17% | 1 | 17% | 1 | 20% |
| Uomini | 5 | 83% | 5 | 83% | 4 | 80% |
| Età | n° | % | n° | % | n° | % |
| < 30 | - | - | - | - | - | - |
| 30-50 | 1 | 17% | 1 | 17% | - | - |
| > 50 | 5 | 83% | 5 | 83% | 5 | 100% |

LA SOSTENIBILITÀ PER VAILLANT GROUP

Negli ultimi anni stiamo assistendo al manifestarsi degli effetti globali del cambiamento climatico con crescente intensità e frequenza, i quali generano gravi conseguenze sugli ecosistemi e sulle attività umane. Per questo, la necessità di adottare modelli produttivi e stili di vita sostenibili si fa sempre più urgente.

Da anni le istituzioni internazionali sono impegnate a promuovere lo sviluppo sostenibile dei Paesi e a elaborare strumenti che assistano governi e imprese nel diventare protagonisti di un cambiamento positivo. Nel 2000, su iniziativa delle Nazioni Unite, è stato lanciato il **Global Compact**, patto volontario a cui Vaillant Group ha aderito e che invita le aziende di tutto il mondo ad integrare all'interno del business la responsabilità sociale d'impresa declinandola in dieci principi universali relativi a diritti umani, lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione, e a rendere conto pubblicamente del percorso intrapreso. Inoltre, nel 2015, 193 Paesi membri dell'ONU hanno sottoscritto l'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**, un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità basato su 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile di natura economica, sociale e ambientale. Tutti i Paesi sono chiamati a contribuire al raggiungimento di questi obiettivi, coinvolgendo tutti gli attori, comprese le aziende.

Ma il contesto istituzionale internazionale non è il solo a chiedere a Paesi e sistemi produttivi di agire. Anche i consumatori dimostrano una nuova sensibilità e una crescente attenzione ad adottare comportamenti responsabili e a fare scelte con uno sguardo alla sostenibilità. Alle aziende, dunque, viene richiesto di assumere un ruolo che va oltre alla generazione del profitto economico, integrando strategie e azioni innovative per generare impatti positivi sulla società e sull'ambiente.

Affinché le aziende possano prendere parte alla transizione verso modelli sostenibili, diventa indispensabile individuare le principali sfide a cui queste sono chiamate a rispondere in relazione al proprio settore e al proprio business, oltre che a definire gli obiettivi che si possono porre per generare valore nel lungo termine.

UNO SGUARDO AL SETTORE

In base ai dati elaborati da ANGAISA (Associazione Nazionale Commercianti Articoli Idrosanitari, Climatizzazione, Pavimenti, Rivestimenti ed Arredobagno), **il mercato della distribuzione dei prodotti idrotermosanitari è in forte espansione**, registrando nel 2021 incrementi di fatturato senza precedenti: +33,11% rispetto al 2020 e +27,61% rispetto al 2019. Secondo le previsioni di ANGAISA, la crescita è destinata a proseguire anche nel biennio 2022-2023, seppure con tassi più contenuti.

A sua volta anche Vaillant Group Italia nel 2021 ha registrato un **trend positivo** e di ottima crescita, sostenuto anche dagli incentivi statali concessi per le ristrutturazioni, nonostante il perdurare dell'emergenza sanitaria e le difficoltà di approvvigionamento di parte della componentistica dei prodotti, criticità che sta interessando diversi settori.

Il settore idrotermosanitario in cui opera Vaillant Group Italia è responsabile di una quantità non indifferente di **emissioni di carbonio**. Secondo i dati ISPRA, **oltre il 17,7%** delle emissioni di CO₂ in Italia è dovuto al solo riscaldamento degli edifici residenziali, commerciali e pubblici¹. Nonostante l'emergere di una nuova sensibilità verso soluzioni a ridotto impatto ambientale, nel nostro Paese la principale fonte di energia per il riscaldamento è ancora il gas naturale, che copre il 50% della domanda di energia per il fabbisogno termico, seguita dalle biomasse solide come legname e cippato, e dai prodotti petroliferi, che forniscono ancora l'8% dell'energia necessaria, mentre solo l'1% del totale è soddisfatto da energia elettrica rinnovabile². Il riscaldamento è responsabile non solo di emissioni di carbonio ma anche di altre sostanze inquinanti che compromettono la qualità dell'aria, specialmente nelle aree urbane.

D'altra parte, il settore presenta concrete opportunità per contribuire al contenimento degli impatti prodotti sull'ambiente.

La tecnologia, infatti, ha già permesso di sviluppare soluzioni dagli alti margini di efficientamento e riduzione degli impatti ambientali, svincolate dalle fonti fossili.

¹⁻² "Una strategia per la decarbonizzazione dei sistemi di riscaldamento degli edifici in Italia", Elemens, Aprile 2021 (Dati 2018).

LA SPINTA VERSO SOLUZIONI ECO-COMPATIBILI

Una delle tendenze principali che sta caratterizzando il settore idrotermosanitario è l'aumento della domanda di soluzioni a ridotto impatto sull'ambiente, trainato dalla transizione verso l'elettrificazione e il ricorso alle energie rinnovabili, e ulteriormente spinto dai cambiamenti nel contesto normativo. Infatti, il **Decreto Legislativo 28/2011** ha introdotto dal 2018 l'obbligo di prevedere in fase di nuove costruzioni o ristrutturazioni rilevanti l'utilizzo di fonti rinnovabili per coprire il fabbisogno termico del **50% per gli edifici privati** e del **55% per gli edifici pubblici** (con quote ridotte per gli edifici situati nei centri storici). A livello fiscale, questa transizione è supportata dalle detrazioni previste da Superbonus 110%, Ecobonus 65% e 50%, e Bonus Casa 50% per gli interventi legati all'efficientamento e alla riqualificazione energetica degli edifici.

Tali misure hanno incentivato la ricerca di soluzioni green da parte dei consumatori, in particolare l'installazione di pompe di calore,

accelerando la tendenza dettata dalla crescente sensibilità verso la sostenibilità che già si stava diffondendo tra i cittadini. Come dimostrato dai risultati della settima edizione dell'**"Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile"** condotto nel 2021 da LifeGate ed Eumetra MR – e sponsorizzato da Vaillant Group Italia – **il 75% degli italiani** (il 32% in più rispetto alla prima edizione condotta nel 2015) **si dichiara in qualche modo coinvolto dal tema della sostenibilità**³. L'**87%** degli italiani sostiene che sia necessario **combattere i cambiamenti climatici adattando il proprio stile di vita**, anche a partire dalla casa. Ci si sta accorgendo di come la pandemia abbia avuto anche un effetto collaterale "positivo": le persone, infatti, hanno risparmiato e hanno avuto modo di riflettere maggiormente sulla propria casa, che spesso ha svolto anche funzione di ufficio. Questo ha determinato un crescente interesse e, parallelamente, maggiore disponibilità economica per le **ristrutturazioni**.

Ritiene necessario adattare il proprio stile di vita per combattere il cambiamento climatico.

dati 2021



87% POPOLAZIONE



75% GENERAZIONE Z⁴

Sull'evidenza dei cambiamenti in atto nella società e condividendo lo spirito di innovazione tecnologica e ambientale insito nel DNA di Vaillant Group, la filiale italiana si pone come protagonista e propulsore della transizione ecologica, non solo attraverso l'offerta di prodotti efficienti ed innovativi, ma anche assumendo un ruolo proattivo di sensibilizzazione e informazione rispetto ai temi della sostenibilità e dei comportamenti responsabili.

³ "7° Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile", LifeGate e Eumetra MR, settembre 2021.

⁴ Fascia della popolazione nata tra il 1997 e il 2012, definita anche dei "nativi digitali".

IL PERCORSO DI VAILLANT GROUP ITALIA

Per Vaillant Group, da sempre orientato all'innovazione e al futuro, contribuire a diffondere modelli di vita e di consumo sostenibili è una priorità irrinunciabile, parte integrante dell'impegno per la salvaguardia del pianeta inscindibilmente legato alla propria visione di crescita e di progresso.

L'impegno per la sostenibilità è formalizzato nel piano strategico di Gruppo S.E.E.D.S.

(Sustainability in Environment, Employees, Development & Solutions, Society), al quale Vaillant Group Italia aderisce e intende contribuire attivamente. Il Piano, in essere fin dal 2011 e aggiornato nel 2020, pone una serie di obiettivi per il 2030 in riferimento alle quattro aree strategiche individuate.

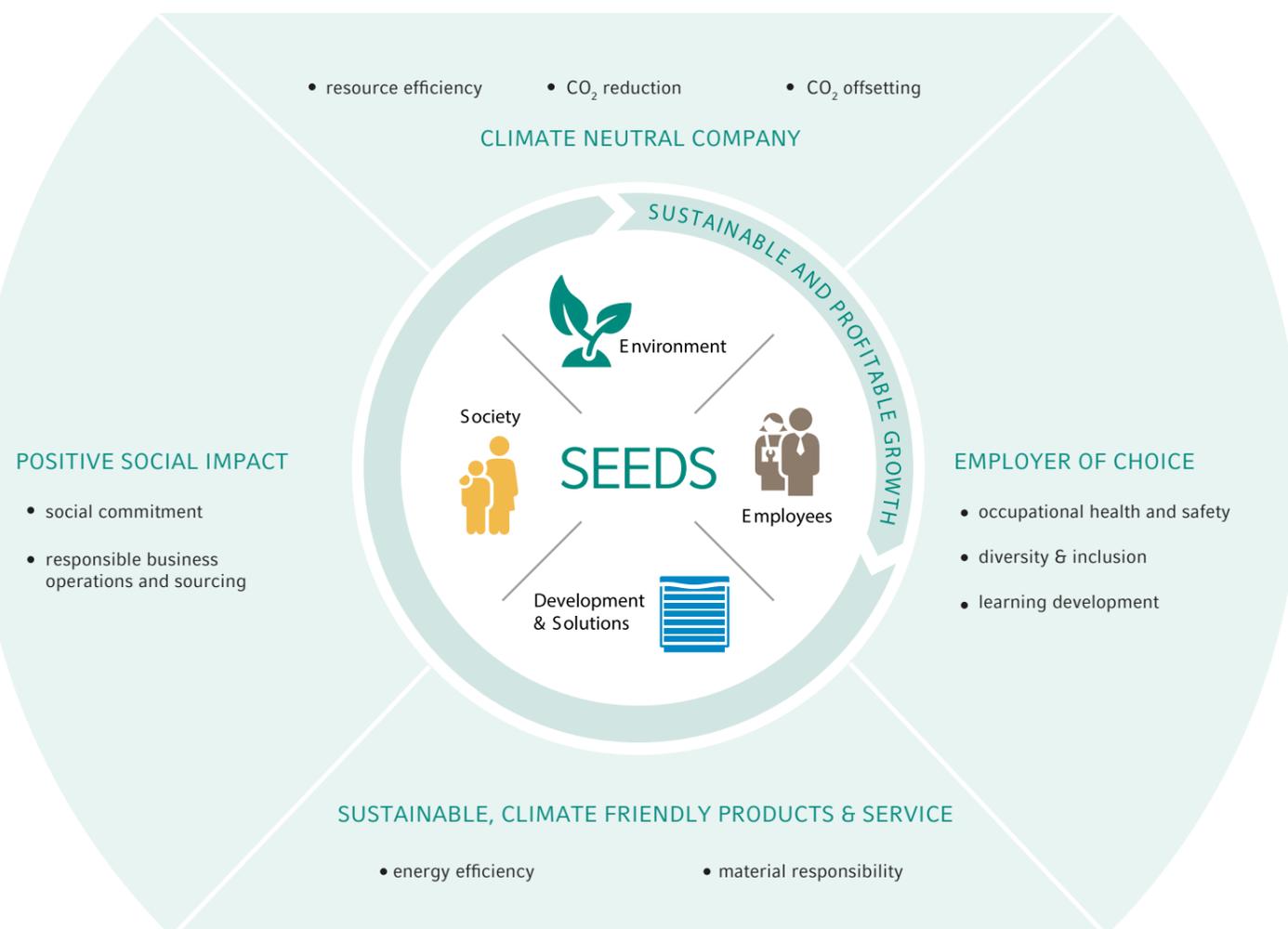
Tra gli obiettivi, la riduzione delle emissioni di CO₂ del 50% e il ricorso all'energia proveniente interamente da fonti rinnovabili⁵.

Per dare continuità agli obiettivi di Gruppo, la sede italiana ha intrapreso un percorso che ha consentito di sviluppare una strategia di sostenibilità locale, secondo un modello sempre più strutturato.

Nel corso del 2020 infatti è stata definita una precisa **roadmap** che prevede:

- Identificazione di un team stabile per la definizione del Piano strategico di sostenibilità e la sua attuazione, a cui spetta il compito di coinvolgere tutte le funzioni aziendali necessarie all'identificazione dei diversi temi da affrontare.
- Mappatura dei punti di forza e di miglioramento dell'approccio alla sostenibilità dell'azienda.
- Definizione di un Piano di Sostenibilità con obiettivi e target.
- Identificazione degli stakeholder e definizione della matrice di materialità.
- Definizione degli obiettivi e degli indicatori di performance.

L'obiettivo dell'azienda è quello di definire entro il 2022 un modello organizzativo a supporto della misurazione e della rendicontazione delle performance. In quest'ottica si è iniziato a lavorare, a partire dal 2021, all'implementazione delle prime attività.



Nell'ambito della propria strategia di sostenibilità, Vaillant Group Italia ha intrapreso un percorso di analisi per individuare con sistematicità gli aspetti economici, sociali e ambientali rilevanti in grado di influire da un lato sulla capacità dell'impresa di creare valore nel tempo e dall'altro di impattare sulle decisioni degli stakeholder.

⁵ "S.E.E.D.S. Sustainability Strategy since 2011", Vaillant Group, 2020. Disponibile sul sito web di Vaillant Group Italia e Vaillant Group.

L'identificazione dei temi materiali è stata effettuata prendendo in considerazione le tematiche più rilevanti in termini di impatti economici, ambientali e sociali in base all'influenza che esercitano sull'organizzazione e sugli stakeholder, a seguito di confronti avvenuti internamente e con il top management.

L'organizzazione, nello specifico, si è fatta portavoce dei propri stakeholder principali, ovvero clienti, fornitori, dipendenti, distributori e installatori, per selezionare i temi materiali che più influiscono sul business italia-

no. Nonostante l'azienda non abbia istituito un processo strutturato di stakeholder engagement, la natura dei servizi e delle attività dell'azienda genera un dialogo continuo con i vari gruppi di riferimento che permette di rilevare le aspettative e le richieste prioritarie anche in termini di sostenibilità.

Dall'analisi sono emersi **quindici temi** da presidiare sempre di più attraverso l'implementazione di nuovi strumenti o azioni di miglioramento, nonché di cui rendere conto all'interno del presente Report.

Matrice di materialità



● Etica ● Green ● Sviluppo

Il percorso intrapreso da Vaillant Group Italia prevede la **diffusione della cultura della sostenibilità lungo la catena del valore**. Con lo scopo di condividere con gli stakeholder i progressi del cammino avviato e di coinvolgerli nel raggiungimento di obiettivi comuni, l'azienda ha realizzato un documento che sintetizza la strategia di sostenibilità locale e lo ha pubblicato sulle sezioni "Sostenibilità" dei siti dei due brand Vaillant e Hermann Saunier Duval. Allo stesso modo, anche il Codice Etico e il nuovo Codice di Condotta per i Fornitori locali sono stati inseriti nelle sezioni "Compliance" dei siti delle due marche della filiale italiana.

PASSIONE
SOSTENIBILITÀ
SPIRITO IMPRENDITORIALE
SPIRITO DI SQUADRA
MISSION
FIDUCIA
INNOVAZIONE
OPERARE IN MODO SOSTENIBILE
DIGITALIZZAZIONE
INTEGRITÀ
CERTENZA DEL FARE
PERSONE
COSCIENZA
ECOLOGIA
AGIRE RESPONSABILMENTE
CELEBRAZIONE DEI SUCCESSI
EFFICIENZA
IDEE
AZIONE VALORI



I temi materiali sono quelli che riflettono gli impatti economici, sociali e ambientali o che possono influenzare in modo sostanziale le percezioni e le decisioni degli stakeholder.



MARKETING RESPONSABILE

Il marketing è una delle leve strategiche di Vaillant Group Italia. Per questo, è fondamentale garantire sempre una comunicazione commerciale corretta e trasparente, allineata ai valori aziendali e che promuova i principi di sostenibilità abbracciati dall'azienda.



PRATICHE DI BUSINESS CORRETTE

Nessuna organizzazione può prescindere dal rispetto del contesto normativo e competitivo. Vaillant Group Italia si impegna per una gestione etica e responsabile delle attività e delle relazioni, in compliance con le norme socio-ambientali e con i più alti standard etici e morali.



ORIENTAMENTO AL MERCATO

Il successo di Vaillant Group dipende dalla capacità di saper ascoltare e anticipare le esigenze del mercato, cogliendone soprattutto le opportunità derivanti dai trend di sostenibilità, mantenendo sempre alta l'attenzione sulla soddisfazione del cliente.



PROTEZIONE DEI DATI E SICUREZZA INFORMATICA

Data la crescente e generale digitalizzazione di ogni aspetto della vita privata e aziendale, la sicurezza dei sistemi informatici è un fattore sempre più rilevante per ogni tipo di organizzazione, attenzionato anche dagli obblighi di compliance sempre più stringenti.



PRODOTTI RISPETTOSI DEL CLIMA E DELL'AMBIENTE

Grazie alla propensione pionieristica di Vaillant Group, la filiale italiana può vantare un portafoglio di soluzioni eco-compatibili ad alto risparmio energetico, tutte orientate all'utilizzo delle energie rinnovabili, nel rispetto delle aspettative e delle istanze di clienti e stakeholder in generale, sempre più attenti alle questioni climatiche.



SMALTIMENTO DEI PRODOTTI A FINE VITA

Il sistema di produzione dominante negli ultimi decenni è stato caratterizzato da un modello economico di tipo "lineare" basato sul percorso "prendi-produci-smaltisci". In un mondo ormai contraddistinto dalla scarsità delle risorse e in cui il tema della gestione dei rifiuti sta diventando sempre più critico, occorre quanto mai prestare attenzione al fine vita di un prodotto per minimizzarne gli impatti e, al contrario, recuperare componenti ancora riutilizzabili e riciclabili.



LOTTA CONTRO LA CORRUZIONE E PRATICHE SCORRETTE

Anche per il Global Compact, la lotta alla corruzione costituisce una delle principali sfide globali. Vaillant Group Italia si impegna a rispettare gli standard più elevati di buona condotta aziendale in tutte le attività svolte, a protezione sia del valore aziendale che di quello condiviso con i propri stakeholder.



ORGANIZZAZIONE ORIENTATA ALL'INNOVAZIONE

L'innovazione è connaturata in Vaillant Group e per Vaillant Group Italia si traduce nel creare le giuste condizioni e un ambiente di lavoro favorevole all'approccio innovativo, dove tutti sono liberi di portare nuove idee senza paura di pensare fuori dagli schemi, a beneficio della crescita aziendale.



IMPRONTA CARBONICA DELL'AZIENDA

Anche se le attività di Vaillant Group Italia riguardano la commercializzazione e la distribuzione, l'azienda è attenta ai suoi impatti ambientali diretti, seppur limitati. Per questo si impegna ad impiegare energia proveniente da fonti rinnovabili, così da ridurre le emissioni di CO₂ legate all'organizzazione e contribuire anche agli obiettivi ambientali di Gruppo.



MOBILITÀ

L'attività commerciale è fondamentale per la valorizzazione della rete e viene svolta ricorrendo agli spostamenti con le auto aziendali. Di conseguenza, Vaillant Group Italia si è attivata per ridurre le emissioni legate all'attività commerciale attraverso la sostituzione delle auto aziendali con veicoli meno impattanti.



DATORE DI LAVORO ATTRAENTE

Le persone di Vaillant Group Italia sono il cuore del business. Per tutelarle e valorizzarle, l'azienda presta attenzione alla salute e al benessere sul luogo di lavoro, oltre ad investire nell'offerta di percorsi formativi di qualità.



MODELLO DI LAVORO INNOVATIVO

La promozione di un modello di lavoro innovativo è fondamentale per il continuo sviluppo del business. Per questo Vaillant Group Italia ha programmato una serie di interventi per stimolare il processo innovativo e collaborativo, basato sull'apertura mentale e sul coinvolgimento proattivo dei dipendenti a tutti i livelli. In quest'ottica svolgerà un ruolo importante il ridisegno del layout degli spazi della sede di Milano.



TRASPORTO MERCI

Una parte non trascurabile degli impatti ambientali di Vaillant Group Italia è legata alla logistica e al trasporto dei prodotti. Vaillant Group Italia riconosce la significatività di questo tema e si impegna per il prossimo futuro a trovare delle opportunità di ottimizzazione della logistica.



PROTEZIONE DEI DIRITTI UMANI LUNGO LA FILIERA

Distribuendo e commercializzando prodotti forniti direttamente da casa madre, Vaillant Group Italia è esposta al rischio di violazione dei diritti umani lungo la filiera in modo molto limitato. Nonostante ciò, è intenzione dell'organizzazione di includere in futuro anche questo aspetto nella valutazione dei fornitori.



GESTIONE DEI RIFIUTI

Tra gli impatti ambientali, Vaillant Group Italia pone l'attenzione anche alla prevenzione della produzione di rifiuti e al corretto smaltimento dei rifiuti generati nella propria sede, primariamente legati al consumo di materiale da ufficio e allo smaltimento delle rimanenze di magazzino.

GLI STAKEHOLDER DI VAILLANT GROUP ITALIA

Per Vaillant Group Italia, l'ascolto e il diretto coinvolgimento dei propri stakeholder sono di primaria importanza per comprendere le diverse aspettative di ogni portatore di interesse e costruire nel tempo solide relazioni professionali e personali.



Ambiente

L'ambiente rappresenta uno stakeholder molto rilevante; la sua tutela è al centro della strategia aziendale, non solo per la sua importanza sociale, ma soprattutto perché Vaillant Group è leader in un'industria che ha l'opportunità di incidere significativamente sugli obiettivi di riduzione di CO₂.



Centri assistenza

La rete dei Centri Assistenza Tecnica, composta da società di professionisti che si occupano delle attività di post vendita dell'azienda, è un'eccellenza riconosciuta dal mercato ed è parte integrante della «squadra» Vaillant Group Italia.



Installatori

Gli installatori termo-idraulici sono i professionisti che installano i prodotti/sistemi di Vaillant Group; sono i principali influenzatori della filiera.



Agenzia di vendita

La rete commerciale di Vaillant Group Italia è composta principalmente da agenzie commerciali plurimandatari; sono un interlocutore di fiducia per trasferire al mercato di riferimento la Mission e i Valori aziendali.



Fornitori

Rientrano nella categoria i fornitori presso cui Vaillant Group Italia effettua "acquisti indiretti", cioè di beni e servizi che non sono correlati al prodotto commercializzato. I principali fornitori sono identificabili come fornitori di servizi in outsourcing e come fornitori partner, che hanno una collaborazione continuativa nel tempo, incentrata su temi importanti per la crescita e lo sviluppo dell'azienda.



Dipendenti

Tutti i dipendenti di Vaillant Group hanno un ruolo centrale, sia perché principali destinatari di uno sviluppo sostenibile, sia perché fondamentali nell'esecuzione della Mission strategica.



Rivenditori

I rivenditori sono i clienti diretti di Vaillant Group Italia. L'essenza del rapporto con loro è la stretta partnership che si fonda sulla condivisione di un percorso comune, di obiettivi e di alleanze commerciali.



Utenti finali

Gli utenti finali sono i proprietari dei luoghi in cui sono installati i sistemi prodotti da Vaillant Group e, nella maggioranza dei casi, ne sono anche gli utilizzatori; negli ultimi anni la loro attenzione nella scelta della migliore soluzione di riscaldamento è cresciuta rapidamente e la sostenibilità trova un ruolo di rilievo nel comportamento di scelta e d'acquisto.



Progettisti

Vaillant Group fornisce prodotti, ma soprattutto sistemi; gli sviluppi tecnologici offrono oggi la possibilità di progettare impianti altamente efficienti e su misura per il cliente finale. Il progettista è un interlocutore fondamentale per sviluppare queste soluzioni, sempre più eco-sostenibili.

2021

LE NOSTRE PERSONE



LA CENTRALITÀ DELLE NOSTRE PERSONE

La **dedizione** e le **competenze** delle persone sono il valore aggiunto di Vaillant Group Italia, il cui business è basato non solo sulla proposta di prodotti, ma soprattutto sulla capacità di offrire una varietà di servizi di qualità e di **costruire relazioni di fiducia**. Per questo, l'azienda è attenta alle esigenze dei collaboratori e si impegna a rispettarli e valorizzarli continuamente. Il claim "Taking care of a better climate" significa infatti anche porre attenzione al **clima interno**, mettere l'accento sulla relazione e la **soddisfazione** dei dipendenti e del network commerciale.

L'attenzione alle esigenze dei lavoratori e la promozione del migliore contesto lavorativo sono una priorità per Vaillant Group Italia. **L'azienda mette in primo piano la motivazione e la soddisfazione della sua squadra, perché ritiene che i migliori risultati di business possano essere raggiunti più facilmente da un team fortemente ingaggiato, che condivide spirito e ambizioni.**

A tal proposito, Vaillant Group Italia mette a disposizione strumenti e canali per creare un **ambiente di lavoro aperto e collaborativo**, in cui ogni dipendente senta di poter esprimere sé stesso, essere ascoltato, accrescere le proprie competenze e realizzare le proprie aspettative.

L'attività di ascolto dei dipendenti è anche formalizzata dall'**indagine sulle condizioni lavorative e sulla cultura manageriale** condotta ogni due anni e che coinvolge tutto il personale con contratto a tempo determinato o indeterminato con ultimo ingresso in Vaillant Group Italia almeno entro i due mesi precedenti. La survey è effettuata attraverso una piattaforma digitale accessibile da qualsiasi

dispositivo e la partecipazione è facoltativa e anonima. L'indagine è composta da due parti: la **"Employee Survey"** con 42 domande riguardanti i feedback su diversi aspetti inerenti alle condizioni lavorative, e la **"Leadership Feedback"** con 23 domande riguardanti il proprio line manager. L'intento è di migliorare le prestazioni del singolo e dell'organizzazione grazie alla promozione di una **cultura del feedback** e della fiducia e all'individuazione di azioni di miglioramento da implementare.

Coerentemente con gli obiettivi che Vaillant Group Italia si era posta, l'ultima survey interna svolta nel 2021 ha ottenuto **ottimi risultati**, superando quelli della precedente edizione (2018). A parità di partecipazione (90%), infatti, **nel 2021 l'indice di coinvolgimento si è attestato all'88%, registrando un incremento di un punto percentuale**, a testimonianza dell'impegno dell'azienda nei confronti dei dipendenti.

Pari opportunità nel riconoscimento e nello sviluppo professionale sono garantite a tutti i dipendenti secondo la valutazione di qualifiche professionali e abilità, senza alcuna discriminazione basata su caratteristiche come il genere, l'età, l'etnia, la religione, l'orientamento sessuale o le opinioni politiche.

Sia i dipendenti che le potenziali nuove risorse sono valutate esclusivamente in base alle competenze e al merito, al comportamento corretto e all'allineamento ai valori aziendali.

Vaillant Group Italia promuove attivamente la sensibilizzazione al rispetto della diversità e all'inclusione sul luogo di lavoro attraverso l'**iniziativa "Diversity & Inclusion"**, lanciata alla fine del 2020 e portata avanti nel 2021 tra-

mite la realizzazione di **"Unconscious Bias"**, un workshop online nel quale sono stati coinvolti tutti i dipendenti. Il **workshop**, riguardante i temi della diversità generazionale, di genere e culturale, ha avuto l'obiettivo di accrescere la **consapevolezza dei meccanismi automatici** che generano i pregiudizi sulle altre persone e culture. In particolare, le attività proposte si sono focalizzate sul rendere più abili a percepire i **pregiudizi** per imparare

a comunicare e collaborare più efficacemente con gli altri, migliorando le relazioni sia nella vita professionale che in quella privata.

Il sistema di segnalazione di azioni in violazione del Codice etico e delle normative interne è valido, secondo le stesse modalità, anche per la rilevazione di episodi discriminatori all'interno dell'azienda.



MEETING PEOPLE

Due volte all'anno, Vaillant Group Italia organizza l'**evento interno "Meeting People"**, che prevede l'incontro di tutti i colleghi per celebrare i **successi** e condividere **risultati** e **progetti**. Sono presenti anche **momenti motivazionali**, valorizzati grazie all'intervento di **testimonial** e **consulenti esterni**.

Durante il Meeting People di dicembre 2021 è stato approfondito il tema dell'**umanesimo in azienda**, considerato decisivo per affrontare uno scenario quale quello attuale, caratterizzato da fenomeni complessi come la pandemia. L'evento rappresenta inoltre un'occasione di ascolto dei dipendenti, che vengono coinvolti attraverso **brevi sondaggi** a cui ciascuno può partecipare in real time tramite **piattaforme specifiche**, con domande che indagano le tematiche più rilevanti del momento.

NUMERI CHIAVE

Vaillant Group Italia applica gli accordi di contrattazione collettiva sulla totalità dei dipendenti, in particolare il contratto "Dirigenti Industria" ai dirigenti e il CCNL "Metalmeccanici Industria" al resto della popolazione aziendale.

Al 31 dicembre 2021 l'azienda conta **139 dipendenti**, in aumento del 6,1% rispetto al 2020, di cui 37 donne (26,6%) e 102 uomini

(73,4%). Tutti i dipendenti hanno un contratto a tempo indeterminato, di questi il 96,4% lavora a tempo pieno. Inoltre, nel 2021 si contano inoltre 3 lavoratori non dipendenti in somministrazione.

La maggioranza della popolazione aziendale (61,9%) è composta da persone tra i 30 e 50 anni. Gli under 30 rappresentano il 6,5% del totale e gli over 50 il 31,7%.

Dipendenti per contratto di lavoro, tipologia di impiego e genere

| N. di dipendenti e collaboratori | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|------------|------------|------------|
| Totale dipendenti | 139 | 131 | 121 |
| Totale donne | 37 | 35 | 34 |
| Totale uomini | 102 | 96 | 87 |
| Contratto a tempo indeterminato | 139 | 131 | 121 |
| Di cui donne | 37 | 35 | 34 |
| Di cui uomini | 102 | 96 | 87 |
| Contratto a tempo determinato | - | - | - |
| Di cui donne | - | - | - |
| Di cui uomini | - | - | - |
| Contratto full-time | 134 | 124 | 114 |
| Di cui donne | 32 | 29 | 28 |
| Di cui uomini | 102 | 95 | 86 |
| Contratto part-time | 5 | 7 | 7 |
| Di cui donne | 5 | 6 | 6 |
| Di cui uomini | - | 1 | 1 |
| Lavoratori non dipendenti | 3 | 1 | 1 |
| Totale dipendenti e collaboratori | 142 | 132 | 122 |

Dipendenti per categoria professionale e genere

| Categoria professionale | 2021 | | | 2020 | | | 2019 | | |
|-------------------------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|
| | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip |
| Top Management | 1 | 5 | 6 | 2 | 5 | 7 | 1 | 4 | 5 |
| Middle Management | 3 | 26 | 29 | 2 | 16 | 18 | 3 | 16 | 19 |
| Staff | 33 | 71 | 104 | 31 | 75 | 106 | 30 | 67 | 97 |
| Totale | 37 | 102 | 139 | 35 | 96 | 131 | 34 | 87 | 121 |

| Categoria professionale | 2021 | | 2020 | | 2019 | |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini |
| | % | % | % | % | % | % |
| Top Management | 0,7% | 3,6% | 1,5% | 3,8% | 0,8% | 3,3% |
| Middle Management | 2,2% | 18,7% | 1,5% | 12,2% | 2,5% | 13,2% |
| Staff | 23,7% | 51,1% | 23,7% | 57,3% | 24,8% | 55,4% |
| Totale | 26,6% | 73,4% | 26,7% | 73,3% | 28,1% | 71,9% |

Dipendenti per categoria professionale e fascia d'età

| Categoria professionale | 2021 | | | 2020 | | | 2019 | | |
|-------------------------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| | <30 | 30-50 | >50 | <30 | 30-50 | >50 | <30 | 30-50 | >50 |
| | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip | N°dip |
| Top Management | - | 1 | 5 | - | 2 | 5 | - | - | 5 |
| Middle Management | 1 | 18 | 10 | - | 12 | 6 | - | 14 | 5 |
| Staff | 8 | 67 | 29 | 7 | 69 | 30 | 4 | 70 | 23 |
| Totale | 9 | 86 | 44 | 7 | 83 | 41 | 4 | 84 | 33 |

| Categoria professionale | 2021 | | | 2020 | | | 2019 | | |
|-------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| | <30 | 30-50 | >50 | <30 | 30-50 | >50 | <30 | 30-50 | >50 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| Top Management | - | 0,7% | 3,6% | - | 1,5% | 3,8% | - | - | 4,1% |
| Middle Management | 0,7% | 12,9% | 7,2% | - | 9,2% | 4,6% | - | 11,6% | 4,1% |
| Staff | 5,8% | 48,2% | 20,9% | 5,3% | 52,7% | 22,9% | 3,3% | 57,9% | 19,0% |
| Totale | 6,5% | 61,9% | 31,7% | 5,3% | 63,4% | 31,3% | 3,3% | 69,4% | 27,3% |

Attrarre e trattenere le migliori risorse, in linea con i valori aziendali, rappresenta la chiave per garantire la qualità dei propri servizi. Per questa ragione Vaillant Group Italia è attivamente impegnata nella ricerca di figure professionali mediante l'attivazione di percorsi di stage tramite **Afol** (Agenzia Metropolitana per la Formazione, l'Orientamento e il Lavoro) e i programmi di **alternanza scuola-lavoro**.

Inoltre, l'azienda mette a disposizione dei candidati un **profilo aziendale LinkedIn** per ciascuno dei propri brand e un **portale corporate**, in cui vengono pubblicati gli annunci di lavoro.

Nel 2021 sono state **assunte 18 persone**, mentre 14 persone hanno cessato il rapporto di lavoro con l'azienda. Sia il tasso relativo alle assunzioni che quello relativo alle cessazioni hanno subito un incremento nel corso del 2021, superando i livelli 2019.

Numero di assunzioni per genere e fascia d'età

| Genere | 2021 | | | 2020 | | | 2019 | | |
|---------------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|
| | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| <30 | - | 6 | 6 | 1 | 2 | 3 | - | 1 | 1 |
| 30-50 | 3 | 8 | 11 | - | 8 | 8 | 3 | 6 | 9 |
| >50 | 1 | - | 1 | 1 | 1 | 2 | - | - | - |
| Totale | 4 | 14 | 18 | 2 | 11 | 13 | 3 | 7 | 10 |

| Genere | 2021 | | 2020 | | 2019 | |
|---------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-----------|
| | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini |
| <30 | - | 75% | 100% | 33,3% | - | 25% |
| 30-50 | 15% | 12,1% | - | 12,9% | 13% | 9,8% |
| >50 | 6,3% | - | 7,7% | 3,6% | - | - |
| Totale | 10,8% | 13,7% | 5,7% | 11,5% | 8,8% | 8% |

Numero di cessazioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

| Genere | 2021 | | | 2020 ⁶ | | | 2019 | | |
|---------------|----------|-----------|-----------|-------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| <30 | - | 1 | 1 | - | - | - | - | 1 | 1 |
| 30-50 | 2 | 7 | 9 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 | 7 |
| >50 | 2 | 2 | 4 | - | - | - | 1 | 1 | 2 |
| Totale | 4 | 10 | 14 | 1 | 1 | 2 | 2 | 8 | 10 |

| Genere | 2021 | | 2020 | | 2019 | |
|---------------|--------------|-------------|-------------|-----------|-------------|-------------|
| | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini |
| <30 | - | 12,5% | - | - | - | 25% |
| 30-50 | 10% | 10,6% | 4,8% | 1,6% | 4,3% | 9,8% |
| >50 | 12,5% | 7,1% | - | - | 9,1% | 4,5% |
| Totale | 10,8% | 9,8% | 2,9% | 1% | 5,9% | 9,2% |

⁶ Si precisa che una cessazione è avvenuta in data 31/12/2019.

FORMAZIONE E SVILUPPO DELLA CARRIERA

Per Vaillant Group Italia è fondamentale fornire a tutti i dipendenti l'**opportunità di crescere professionalmente**, non solo per quel che riguarda le **competenze tecniche** direttamente legate al prodotto e all'organizzazione, ma anche in relazione alle **soft skill**, come l'empatia e la gestione delle relazioni, e alle **competenze digitali** per favorire lo sviluppo personale e, di conseguenza, dell'intera organizzazione.

Ogni nuova risorsa introdotta in azienda partecipa ad un "**induction training**", un programma di inserimento gestito direttamente dalla funzione aziendale di riferimento per permettere al nuovo assunto di conoscere le dinamiche aziendali nonché gli strumenti di lavoro utili per svolgere le sue mansioni. Inoltre, possono essere attivati **programmi di formazione personalizzati** in base alle specifiche esigenze rilevate dal line manager in sede di valutazione periodica del dipendente.

Da aprile 2020 è stata introdotta una piattaforma di formazione digitalizzata, il "**Learning Management System**". La piattaforma permette di complementare la formazione in presenza con innovativi percorsi di apprendimento online dedicati allo sviluppo della professionalità e delle competenze del personale. **Questo sistema agevola l'accesso ai contenuti formativi, possibile in ogni momento e da qualsiasi dispositivo elettronico, e consente al dipendente di gestire le modalità e i tempi di fruizione dei corsi in base alle proprie necessità.** La funzione risorse umane provvede a fornire un'adeguata comunicazione sullo strumento, segnalando ogni nuovo corso o contenuto reso disponibile sulla

piattaforma. La tipologia dei programmi può variare da sessioni tenute da professionisti esterni all'azienda o interni, a video tutorial e pillole formative di breve durata. I contenuti affrontano sia tematiche per lo sviluppo delle **competenze tecniche**, come il programma "**Heat Pump Academy**" e le sessioni sulle **competenze informatiche**, sia **tematiche trasversali** relative a comunicazione efficace, linguaggio non verbale, digital mindset, arte dell'ascolto e benessere in azienda.

Grazie all'introduzione della piattaforma digitale, nonostante il perdurare dell'emergenza sanitaria e la conseguente limitazione di spostamenti e attività, Vaillant Group Italia nel 2021 ha potuto erogare **3.139 ore di formazione**, in aumento rispetto ai due anni precedenti (+66% rispetto al 2020 e +68% rispetto al 2019). In rapporto allo staff complessivo, ciascun dipendente nel 2021 ha beneficiato di **22,6 ore medie di formazione**, con un **aumento di circa 8 ore pro capite** rispetto all'anno precedente.

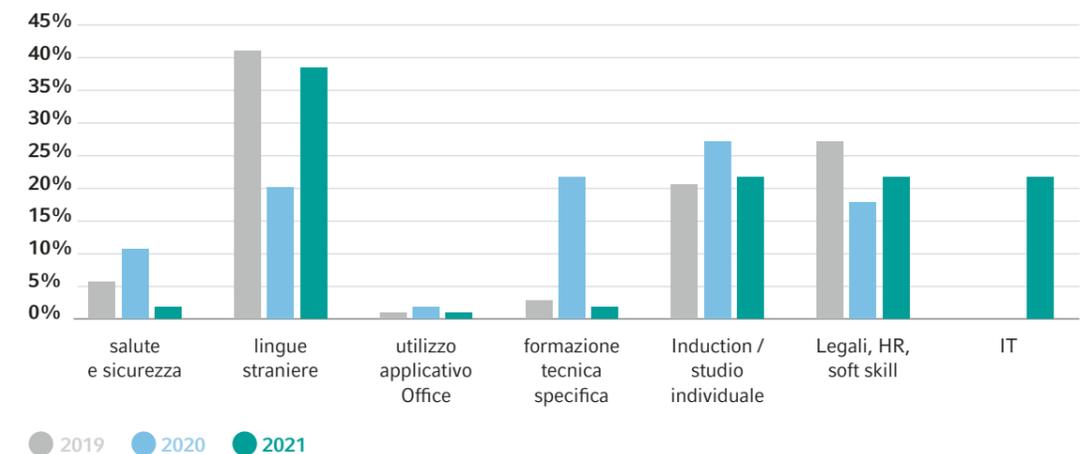
L'incremento nel numero di ore di formazione erogate è principalmente legato all'introduzione del sistema **LMS (Learning Management System)**. Il nuovo sistema di gestione dedicato alla formazione, infatti, consente di organizzare le attività in modo flessibile e di monitorarne i risultati in modo efficace.

Coerentemente con gli obiettivi prefissati, Vaillant Group Italia ha svolto attività formative specifiche per tutti i neoassunti 2021 sui temi dell'etica e dell'integrità aziendale, nell'ambito delle quali sono stati approfonditi i contenuti del Codice Etico.

Numero medio di ore di formazione annuali per dipendente, per genere e per categoria professionale

| Categoria professionale | 2021 | | | 2020 | | | 2019 | | |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| Top Management | 16,8 | 11,1 | 12,0 | - | 14,3 | 10,2 | 0,5 | 4 | 0,5 |
| Middle Management | 35,7 | 21,2 | 22,7 | 55,5 | 26,2 | 29,4 | 32,3 | 20,6 | 22,5 |
| Staff | 25,2 | 22,2 | 23,1 | 5,8 | 14,8 | 12,2 | 14 | 15,2 | 14,8 |
| Totale | 25,8 | 21,4 | 22,6 | 8,3 | 16,7 | 14,5 | 15,3 | 15,5 | 15,4 |

Ore di formazione per tipologia



L'importanza della sostenibilità per Vaillant Group Italia si riflette anche nelle attività di formazione e informazione. Tutti i dipendenti sono infatti formati e aggiornati con sistematicità sui temi della sostenibilità.

In particolare, ogni sei mesi, durante l'appuntamento del "Meeting People" viene effettuato un aggiornamento su tutte le attività sviluppate e finalizzate attinenti:

- La riduzione dell'impronta carbonica dell'azienda.
- L'andamento delle campagne di sostituzione delle caldaie obsolete.
- Attività rivolte ai dipendenti (es. relative a work-life balance, Diversity & Inclusion).

Oltre a ciò, l'azienda organizza brevi sessioni formative sui comportamenti sostenibili da adottare nella vita di tutti i giorni. Finora sono stati realizzati due momenti, il primo sull'alimentazione sostenibile e l'attenzione agli sprechi e il secondo sui consumi energetici.

Vaillant Group Italia riconosce e promuove il percorso di crescita professionale di ciascuna risorsa attraverso il "**Performance Management Cycle**", un sistema strutturato della valutazione delle performance del dipendente che coinvolge la totalità del personale dell'a-

zienda. Attraverso questo sistema, nel triennio 2019-2021 il **100% dei dipendenti** ha ricevuto una **valutazione periodica** delle proprie performance e dello sviluppo professionale. Il processo è gestito dai line manager, i quali definiscono gli **obiettivi individuali e di team** da raggiungere, in allineamento con gli obiettivi aziendali e di Gruppo. La valutazione è basata su un **orizzonte temporale annuale**, il quale è scandito da appuntamenti fissi in cui vengono forniti **feedback chiari e trasparenti** rispetto ai risultati effettivamente raggiunti e all'adeguatezza delle azioni messe in atto. I criteri di valutazione riguardano il raggiungimento degli obiettivi stabiliti a inizio del processo e il livello di competenze maturate **relativamente a quattro ambiti**: cognitivo (riguardante le competenze nel ruolo svolto e la propensione al miglioramento), **relazionale** (inerente a tutti i comportamenti organizzativi e di relazione con il team di appartenenza), **realizzativo** (attinente all'orientamento al risultato, alla sua qualità e alla resilienza nell'ottenerlo) e **drive** (relativo all'assunzione delle responsabilità specifiche del ruolo).

Inoltre, è in essere anche un **sistema di incentivazione aziendale**, che premia i dipendenti al raggiungimento di determinati **KPI definiti dall'azienda**. Il sistema ad oggi coinvolge circa il **30% della popolazione** e si basa su indicatori di performance non ancora legati ad aspetti di sostenibilità.

SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE DEL PERSONALE

Per Vaillant Group Italia la salute e il benessere di tutti i dipendenti è una prerogativa essenziale e strategica per creare un **ambiente di lavoro sicuro e confortevole** e, di conseguenza, favorire il successo economico del Gruppo. A tal proposito, l'azienda adotta una gestione proattiva della salute e della sicurezza sul posto di lavoro per l'individuazione tempestiva di potenziali rischi e aree critiche, così da attuare misure di prevenzione adeguate e sensibilizzare la popolazione aziendale all'adozione di comportamenti responsabili.

In tal senso l'azienda ha implementato un **sistema di gestione della salute e sicurezza** secondo quanto previsto dal **D. Lgs. 81/2008** in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, estendendolo a **tutta la popolazione aziendale**.

Come previsto dalla normativa, la società redige e aggiorna periodicamente il **DVR (Documento di Valutazione dei Rischi)**, che fornisce una descrizione dei **processi** utilizzati per individuare la presenza di **eventuali pericoli** sul lavoro e per **valutare i rischi in modo sistematico e non sistematico**. In particolare, sono stati identificati **specifici pericoli per ciascuna categoria di personale**: impiegatizio, addetto al servizio tecnico-formativo (addetti formazione e consulenza tecnica, pre/post-vendita, master division), e addetto alla commercializzazione (addetti operanti all'esterno della sede).

In generale, dato il carattere quasi esclusivamente impiegatizio del lavoro, i rischi connessi all'operatività aziendale risultano comunque molto contenuti. Dall'analisi effettuata, i principali rischi riguardano l'utilizzo delle attrezzature da ufficio, scivolamento, inciampo, schiacciamento, abrasione/taglio e contatto con sostanze irritanti (es. inchiostri e toner). Per ridurre e mitigare tali rischi la società ha previsto un insieme di appositi presidi. Inoltre, l'azienda si assicura che anche i propri distributori e installatori adottino le disposizioni normative in materia di salute e sicurezza, prevedendo la sottoscrizione di un documento da parte della Rete Assistenza autorizzata in cui quest'ultima dichiara di agire in conformità alle norme inerenti alla salute e sicurezza.

La procedura, nel caso in cui si verificano situazioni di rischio, prevede che venga effettuata una segnalazione ai Servizi Generali e al Centralino, che provvede alla chiamata di emergenza, ove necessario. Nei casi in cui si verificano incendi o malori, la segnalazione viene fatta direttamente alla Squadra di Emergenza. Inoltre, qualora venga percepita una potenziale situazione di pericolo, il dipendente è autorizzato in qualsiasi momento ad allontanarsi dalla sua postazione/luogo di lavoro. In caso di incidenti professionali viene attivata l'indagine mediante il medico competente, l'RSPP e il manager/coordinatore della persona che ha subito l'incidente, come da procedura prevista da DVR.

In ottemperanza alla normativa, Vaillant Group Italia ha identificato le **figure responsabili** del Servizio di Prevenzione e Protezione e redatto i relativi **protocolli sanitari specifici** per le due categorie di lavoratori che l'azienda impiega, i lavoratori di sede e il personale commerciale viaggiante sul territorio, periodicamente aggiornati in base ai risultati delle visite mediche pre-assuntive e delle visite periodiche, nonché in occasione dell'insorgenza di nuove patologie. Periodiche riunioni tra il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza, il responsabile del servizio di prevenzione e protezione, il dirigente aziendale per la sicurezza e il medico competente garantiscono il monitoraggio generale della situazione in termini di salute e sicurezza.

La mitigazione dei potenziali rischi individuati avviene anche per mezzo della **formazione in ambito di salute e sicurezza**, erogata al mo-

mento dell'assunzione sia su tematiche trasversali sia su aspetti più specifici relativi al profilo lavorativo.

Nel 2021 sono state erogate **52 ore di formazione**. In aggiunta, nel corso dell'anno a tutti i dipendenti è stata consegnata la strumentazione di lavoro più adeguata a prevenire i rischi collegati all'attività professionale (es. monitor di dimensioni adeguate, supporti lombari) e consentire una gestione ottimale del lavoro in modalità smart working.

Nel triennio 2019-2021 non si sono registrati casi di infortunio né sono emerse dalla valutazione dei rischi potenziali situazioni in cui si possano sviluppare malattie professionali.

Indici di infortunio

| Indici di infortunio relativi ai dipendenti | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|---------|---------|---------|
| Ore lavorate | 231.118 | 208.122 | 205.264 |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze | - | - | - |
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili | - | - | - |
| Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze | - | - | - |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili | - | - | - |

| Indici di infortunio relativi ai non dipendenti | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|-------|------|------|
| Ore lavorate | 3.579 | 136 | 648 |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze | - | - | - |
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili | - | - | - |
| Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze | - | - | - |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili | - | - | - |

NUOVI MODELLI DI LAVORO

A partire dal 2020, si sono diffusi nuovi modelli di lavoro. La pandemia ha, infatti, contribuito ad accelerare la transizione rispetto ai modelli tradizionali. Ad oggi, dopo la fase emergenziale, si avverte l'esigenza di **ripensare ai modi, ai tempi e agli spazi di collaborazione** tra i membri delle organizzazioni. In generale, le aziende si propongono di garantire una **maggiore flessibilità**. In molti casi si è iniziata a sperimentare, ad esempio, la **settimana ridotta di 4 giorni** con risultati positivi. Inoltre si punta, soprattutto nelle aziende di grandi dimensioni, a garantire un numero crescente di giornate di **home working**, che si stima arriveranno ad essere in media tre a settimana per ciascun lavoratore, e a **riprogettare gli ambienti lavorativi** (reali e virtuali) per agevolare la cooperazione. Si sta progressivamente investendo in **soluzioni tecnologiche** quali il **cloud, strumenti di digital collaboration, per la produttività e il monitoraggio da remoto**. Le persone saranno quindi chiamate ad adattarsi a questi strumenti imparando a utilizzarli correttamente, specie nella **collaborazione** e nella **comunicazione**.

Anche la **leadership manageriale** necessita di essere ripensata in chiave digitale e smart, affinché sia in grado di generare coinvolgimento e interesse nell'apprendere le nuove tecnologie e nel farne proprie le applicazioni.

In futuro i nuovi modelli di lavoro sono destinati a rimanere e diffondersi con successo in quanto ci si è resi conto dei numerosi benefici che derivano dalla loro applicazione:



miglioramento del bilanciamento tra lavoro e vita privata



riduzione del traffico nelle città



riduzione dell'inquinamento dell'aria nelle città



miglioramento della produttività sul lavoro



crescita della motivazione e del coinvolgimento dei dipendenti

Volendo fornire una risposta concreta alle esigenze emergenti, anche Vaillant Group Italia introdurrà dei cambiamenti. In particolare, l'azienda intende adottare stabilmente una **modalità di lavoro ibrida**, dopo aver sperimentato con riscontri positivi il lavoro da remoto durante la fase emergenziale e anche successivamente. L'introduzione di questa modalità di lavoro innovativa sarà accompagnata anche dagli interventi di **riorganizzazione degli spazi**, che, nella loro nuova forma, avranno l'obiettivo di stimolare ulteriormente il dialogo e rendere il lavoro in presenza un'occasione di dialogo produttivo.

L'ATTENZIONE VERSO IL BENESSERE DELLE PERSONE

Oltre a tutelare la salute e la sicurezza dei dipendenti, Vaillant Group Italia si impegna a promuoverne il **benessere psicofisico**. In tal senso, l'azienda, oltre ai tradizionali permessi e giorni di ferie maturati dal lavoratore, offre a ciascun dipendente, indipendentemente dalla tipologia di impiego, la possibilità di usufruire di:



20 ore annue dedicate ai permessi per le visite mediche



40 ore di riposo in caso di indisposizione



Recupero compensativo in caso di prestazione lavorativa nelle giornate di sabato e domenica



Worklife balance: flessibilità degli orari (calcolo mensile delle ore svolte e compensazione di debiti/crediti tramite soluzioni variabili)

OBIETTIVI FUTURI

Il benessere delle persone

Vaillant Group Italia intende mettere il benessere delle proprie persone al centro del suo approccio di sostenibilità. Per questo motivo ha previsto una serie di iniziative a supporto della **flessibilità**, di un **equilibrio vita-lavoro favorevole** e di un ambiente di lavoro in grado di stimolare la **motivazione e la soddisfazione personale**.

Da aprile 2022, infatti, con la conclusione della fase di emergenza, verrà implementato un **programma di smart working**, che, sulla base di accordi individuali, consentirà ai dipendenti di lavorare in **modalità ibrida**, nel rispetto del proprio contratto di lavoro. In questo modo l'azienda concederà ai propri dipendenti massima flessibilità, riconoscendo lo smart working quale strumento ideale per garantire il benessere organizzativo. Il programma implementato rappresenta **un ulteriore passo avanti in favore di una migliore conciliazione fra vita privata e professionale**.

Oltre a ciò, Vaillant Group Italia mira a facilitare il coinvolgimento, la comunicazione, il processo di lavoro e di creazione innovativo e il senso di appartenenza, ridisegnando gli spazi della sede di Milano. Entro il 2023 sono stati pianificati degli interventi di **revisione del layout degli edifici "Torre" e "Gardella/Gardellino"** che consentiranno di **innovare il modo di lavorare** grazie a misure come l'introduzione del desk sharing, la previsione di spazi che agevolino **metodi di lavoro interfunzionali** (es. sale riunioni e open space) e l'implementazione di strumenti di welfare culturale, come la **biblioteca aziendale**. Il nuovo programma di smart working sarà inoltre funzionale alla gestione delle attività di ristrutturazione che interesseranno gli edifici aziendali, consentendo di minimizzarne gli impatti sul personale (es. rumori, disagi nell'utilizzo delle utenze).

Infine, Vaillant Group Italia intende promuovere la diffusione di una cultura aziendale basata sui più alti principi di etica e integrità e sull'inclusività. A tal proposito, la filiale italiana si impegnerà nell'erogare programmi formativi e di informazione che consentano al 100% dei **neoassunti 2022** di ricevere una formazione sui temi riguardanti la condotta etica, con particolare attenzione ai contenuti del Codice Etico aziendale, e a coinvolgere almeno il 90% dei dipendenti in almeno un'iniziativa sui **temi della diversità e dell'inclusione** entro il 2022.

Aree di impegno



SMART WORKING



NUOVA SEDE



DIVERSITÀ E INCLUSIONE



PRODOTTI E SERVIZI

IL MODELLO DI BUSINESS DI VAILLANT GROUP ITALIA

I prodotti e i componenti di ricambio commercializzati da Vaillant Group Italia sono forniti direttamente dalla casa madre tedesca. Quest'ultima richiede ai fornitori di cui si avvale per l'approvvigionamento dei componenti il **rispetto dei dieci principi sociali, ambientali e di governance sanciti dal Global Compact delle Nazioni Unite**, come specificato nelle Condizioni generali di acquisto, e ne verifica l'osservanza durante le attività di **audit**.

Inoltre, i prodotti commercializzati da Vaillant Group Italia sono garantiti da una catena di fornitura gestita responsabilmente nel rispetto di selezionati requisiti in ambito di responsabilità sociale, politiche di gestione del personale, sostenibilità ambientale e responsabilità etica. Per concretizzare ulteriormente questo impegno, la capogruppo ha implementato alla fine del 2020 un **Codice di Condotta Fornitori**.

È nella filosofia di Vaillant Group Italia coinvolgere i suoi fornitori oltre il normale rapporto contrattuale e renderli partecipi di un

percorso di crescita reciproca attraverso la condivisione della propria visione e approccio alla sostenibilità. La condivisione, infatti, è una leva fondamentale per dare maggiore ampiezza ed efficacia alle politiche aziendali, che non devono rimanere confinate solo alla dimensione aziendale interna. Per questo motivo, a partire dal 2021, anche **Vaillant Group Italia si è dotata di un proprio Codice di Condotta per i Fornitori**, di cui è richiesta la sottoscrizione da parte di tutti i fornitori della filiale italiana. Il Codice richiama i principi e i valori contenuti nel Codice Etico e quelli previsti dal Global Compact delle Nazioni Unite e si propone di estenderli alla catena di fornitura di Vaillant Group Italia.

Per garantire la più ampia visibilità al documento, a inizio 2022 il Codice di Condotta per i Fornitori è stato pubblicato nella **sezione "Compliance"** dei siti dei due brand (vaillant.it e hermann-saunierduval.it), presentato agli stakeholder interni e successivamente inviato a tutti i fornitori.



DIRITTI UMANI

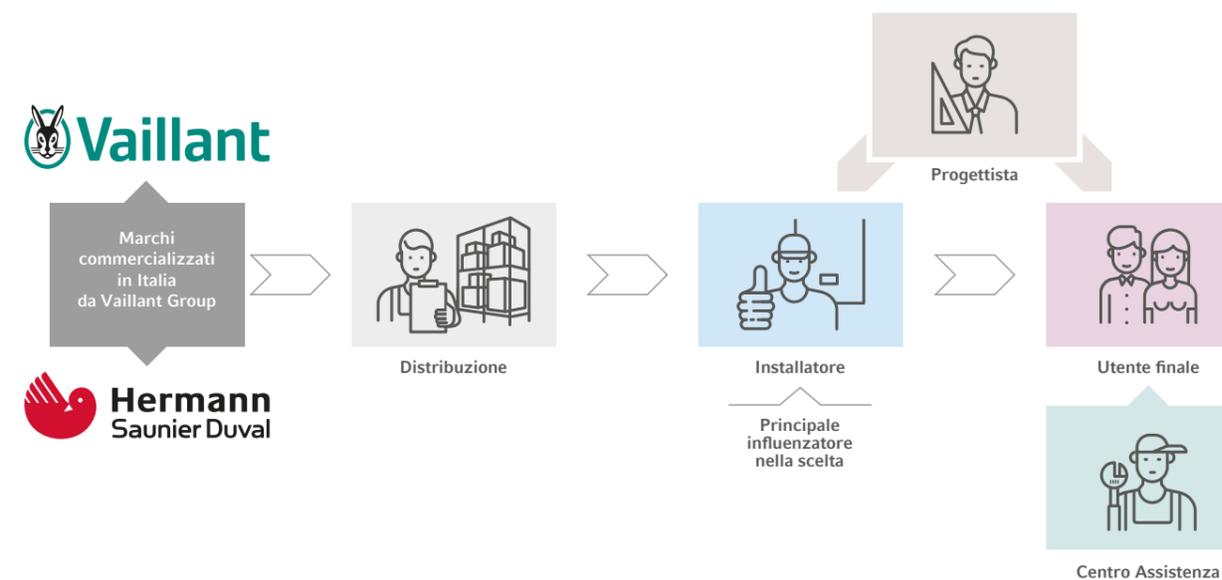
Nello specifico, il tema dei **diritti umani** riveste una particolare importanza per Vaillant Group. Come espressione della responsabilità aziendale, la capogruppo ha formulato una dichiarazione sul rispetto dei diritti umani, che è stata pubblicata all'inizio del 2020. In coerenza con tale dichiarazione, il Gruppo ha condotto un'analisi dei diritti umani per identificarne potenziali fattori di rischio di violazione, consentendo di valutare la probabilità che si verificano tali violazioni e la relativa gravità. Tutti i dipendenti sono tenuti ad integrare il principio di rispetto dei diritti umani nel loro lavoro quotidiano e a tenerne conto nei loro comportamenti. Per adempiere a questo dovere di diligenza anche lungo la catena di fornitura, la capogruppo valuta regolarmente i paesi di approvvigionamento per quanto riguarda i possibili rischi inerenti ai diritti umani.

Vaillant Group Italia recepisce gli ordini da inoltrare alla casa madre da una rete di **agenzie commerciali esterne** rappresentanti i marchi Vaillant e Hermann Saunier Duval e affida la distribuzione dei prodotti commercializzati sul territorio nazionale ad un **partner logistico esterno**, che si distingue per un concreto impegno nei confronti della sostenibilità ambientale e sociale. Il provider logistico è infatti dotato di un **Sistema di Gestione Ambientale ISO 14001:2015** e ha implementato una serie di **iniziative di efficientamento energetico** (es. utilizzo di pannelli fotovoltaici e installazione di luci a LED) e di **gestione virtuosa dei rifiuti**, privilegiando **attrezzature e materiali sostenibili e a ridotto impatto ambientale**.

I prodotti, dopo essere stati smistati da parte del partner logistico, giungono ai **rivenditori**, ossia grossisti di prodotti idrotermosanitari e punti vendita di grandi catene che commercializzano prodotti per la casa, i quali consegnano il materiale agli **installatori**, che provvedono al mon-

taggio nelle case degli **utenti finali**. L'assistenza post-vendita è invece fornita da una **rete di Assistenza Tecnica** autorizzata. I rivenditori e i Centri di Installazione e di Assistenza Tecnica sono selezionati da Vaillant Group Italia secondo una serie di criteri strategici ed economici, come il potenziale di business, la copertura territoriale e la posizione creditizia. Una volta selezionati, ai partner viene chiesto di sottoscrivere all'interno del contratto commerciale alcune **clausole** che mirano ad assicurare la massima qualità del servizio. Oltre a disporre dei necessari requisiti di legge in merito all'abilitazione all'esercizio delle attività, **il contratto richiede esplicitamente che il partner impieghi solo personale altamente qualificato e in linea con l'immagine commerciale e innovativa dei marchi Vaillant ed Hermann Saunier Duval**. Infine, il partner è anche responsabile della **formazione** costante dei tecnici impiegati, incluse la formazione e le sessioni di aggiornamento tecnico previsti da Vaillant Group Italia.

Il modello di business Vaillant Group Italia



Per la scelta di tutte le altre forniture necessarie alla conduzione delle attività aziendali, tra cui materiali da ufficio, materiali per attività di marketing e servizi di consulenza, logistica, ristorazione, pulizia e manutenzione edifici, accanto ai criteri di qualità e affidabilità, l'azienda considera anche la prossimità geografica come criterio di predilezione dei fornitori.

QUALITÀ DEL SERVIZIO E INNOVAZIONE DI PRODOTTO

SICUREZZA E QUALITÀ

Con i propri prodotti Vaillant Group Italia ha il privilegio di entrare nelle case delle persone portando soluzioni volte a migliorare il benessere e il comfort dell'ambiente domestico. Proprio per questo, ha la responsabilità di garantire sistemi e impianti sicuri che salvaguardino la salute dei consumatori e tutelino l'ambiente.

I prodotti commercializzati da Vaillant Group Italia giungono in azienda già collaudati e controllati dalla casa madre.

Tutti i prodotti fabbricati da Vaillant Group sono sottoposti a rigorosi controlli di qualità a partire dalle materie prime e dai componenti, fino al momento in cui il prodotto viene imballato per poi essere spedito verso i mercati di riferimento. Grazie al processo di controllo implementato, Vaillant Group garantisce la **completa tracciabilità** del prodotto finito e di tutti i suoi componenti.

Tutte le materie prime e i componenti sono infatti controllati in fase di **ingresso** all'interno dei siti produttivi per accertare che siano state rispettate le **caratteristiche di progetto** (es. tipo di materiale, dimensioni, tolleranze). Durante il processo produttivo vengono svolte **diverse tipologie di controlli** per ciascun prodotto (es. controllo in tempo reale della coppia di serraggio, tenuta della camera di combustione, tenuta idraulica). Allo stesso modo, Vaillant Group ha ideato dei **test specifici per gli imballaggi**, pensati per ridurre il rischio danneggiamento dei prodotti in fase di trasporto.

Compito della filiale italiana è assicurare che i prodotti siano installati in maniera corretta e sicura, per mantenerne la giusta funzionalità, e che venga svolta l'attività di manutenzione adeguata. A tale scopo l'azienda si occupa della **formazione** e della **consulenza tecnica** rivolte a installatori e manutentori impiegati dalle società terze contrattualizzate operanti come rete autorizzata dai brand. In particolare, l'attività di formazione post-vendita riguarda due tematiche principali: quella **tecnica** e quella **normativa**.

Nel primo ambito rientrano i corsi dedicati alla conoscenza dei nuovi prodotti e di quelli già a catalogo, nell'ottica di fornire gli strumenti per lo svolgimento di una corretta attività di ispezione, manutenzione e mantenimento dell'**efficienza energetica** degli impianti. In ambito normativo, i corsi proposti mirano a consolidare la conoscenza delle principali normative tecniche di settore, in particolar modo rilevanti per le fasi di ispezione e di manutenzione. Alla rete post-vendita viene anche messo a disposizione un **programma di certificazione per la qualifica di Operatore Post Contatore, secondo la norma UNI 11554:2014**, con la validazione di un Organismo di Certificazione accreditato in Italia.

Le attività formative sono effettuate sia in modalità online sia in presenza. Ai partecipanti viene fornito tutto il materiale didattico in formato digitale, comprendente manuali, video, informative tecniche e applicazioni web-based, a cui è possibile accedere attraverso apposite aree riservate all'interno dei siti internet istituzionali.

Nel 2021 sono state erogate complessivamente circa **466 ore di formazione sui prodotti a marchio Vaillant e 308 ore sui prodotti a marchio Hermann Saunier Duval**. Le attività, che a causa del perdurare della pandemia sono state svolte interamente tramite sessioni online, hanno coinvolto i Centri di Installazione e Assistenza Tecnica autorizzati dai due brand, per un totale di **2.938 tecnici Vaillant e 2.548 tecnici Hermann Saunier Duval**.

Oltre a ciò, la rete di assistenza tecnica è anche supportata in diretta nelle attività di risoluzione delle problematiche segnalate dagli utenti. Infatti, un **team di specialisti** operanti dalla sede milanese offre l'assistenza ai tecnici via telefono o e-mail o, in alcuni casi, i professionisti di Vaillant Group Italia si recano in loco per un affiancamento diretto.

A tutela della qualità dei prodotti e dei servizi con cadenza mensile (o settimanale nel caso di prodotti introdotti da pochi mesi sul mercato), Vaillant Group Italia verifica gli **interventi in garanzia** registrati dalle reti ufficiali di Vaillant ed Hermann Saunier Duval. Nel caso in cui dai controlli emergano anomalie, l'azienda attiva le adeguate verifiche per comprenderne le cause, siano esse determinate da errori del Centro di Assistenza intervenuto, da errori di installazione o altre cause esterne al prodotto o relative al prodotto stesso. Qualora si verifichi un difetto nel prodotto, Vaillant Group Italia attiva un ca-

nale di comunicazione con la funzione qualità della casa madre, che si preoccupa di **approfondire l'indagine** per identificare la soluzione, in seguito condivisa con le reti di assistenza. Il Gruppo effettua anche un controllo delle parti di ricambio, quando queste vengono sostituite in garanzia.

Infine, Vaillant Group Italia svolge **attività di audit** presso i Centri di Assistenza per indirizzarli ad una **maggiore consapevolezza** nella gestione degli interventi in garanzia a tutela degli utenti finali. In particolare, sono stati **17 gli audit svolti nel 2021**, di cui 16 presso i Centri di Assistenza Vaillant e 1 presso un Centro Hermann Saunier Duval.

Grazie all'attività di audit è stato possibile ottenere anche una razionalizzazione degli interventi in garanzia. Nel 2021, infatti, gli interventi realizzati sono stati 711 in meno rispetto al 2019 (-1%), a fronte di un parallelo **incremento delle vendite di +8,5%**. Risultati ancor più apprezzabili sono stati registrati nel periodo 2019-2020, quando, anche per effetto della pandemia e della conseguente riduzione delle vendite, gli interventi effettuati sono stati 8.248, in diminuzione del 14% rispetto agli anni precedenti. Inoltre, nel corso dell'anno è stato rivisto il **processo di gestione dei resi in garanzia** per far sì che i Centri di Assistenza pongano ancor più attenzione sulle **condizioni dei resi**.

2.938
tecnici formati
sui prodotti Vaillant

466
ore di formazione sui prodotti
a marchio Vaillant

2.548
tecnici formati sui prodotti
Hermann Saunier Duval

308
ore di formazione sui prodotti a marchio
Hermann Saunier Duval



INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

Vaillant Group Italia è attivamente coinvolta nel costante lavoro di innovazione e sviluppo prodotti progettati e realizzati da casa madre. L'obiettivo primario è quello di offrire ai clienti soluzioni ottimali e prodotti sicuri, efficienti e di qualità.

Il consolidato processo di innovazione del Gruppo ha origine dall'ascolto dei clienti e della loro esperienza nell'utilizzo quotidiano dei prodotti. Da ogni filiale, definita "Voice of Customer", vengono raccolte le richieste, i **bisogni**, le **idee** e le **motivazioni** degli utilizzatori. Sulla base dei dati raccolti, la filiale definisce le basi strategiche del progetto per l'introduzione di elementi di innovazione. Dopo aver individuato le **specifiche tecniche** e steso una prima bozza di **Business Plan**, il processo continua con la fase di **prototipizzazione e test** in collaborazione con la divisione R&D del Gruppo. Segue poi la fase di preparazione al lancio sul mercato, con la definizione della **strategia di marketing** e della **formazione** da erogare a tutte le filiali. Una volta sul mercato, il prodotto viene monitorato per garantire la corretta funzionalità e assicurare un'ottima qualità.

VAILLANT GROUP INNOVATION END TO END PROCESS

M 2 S

MARKET TO STRATEGY

È la fase iniziale del processo di innovazione in Vaillant Group. La «Voice of Customer» Italiana (VoC) motivata da nuove idee, cambi normativi e richieste di mercato, analizza campi di applicazione e definisce le basi strategiche del progetto con una serie di workshop interni.

S 2 R

STRATEGY TO ROADMAP

Il progetto strategico raggiunge una maturità tale da essere proposto al Headquarter Vaillant Group. Inizia una fase di definizione delle principali specifiche tecniche e una prima definizione di Business Plan. Una serie di workshop (RoadMapSprint) con altre filiali si conclude con l'inserimento del progetto in RoadMap

R 2 S

ROADMAP TO SPECIFICATION

La filiale italiana e la R&D dettagliano tutte le specifiche tecniche (Requirements Sprints) fino allo sviluppo di un prototipo che verrà testato a lungo in laboratorio e poi verrà installato un reale «field test».

S 2 M

SPECIFICATION TO MARKET LAUNCH

La R&D e la filiale italiana proseguono nello sviluppo del progetto in un contesto multinazionale, tenendo in considerazione tutte le richieste tecniche e di marketing delle altre filiali. Il progetto viene frizzato (Quality Sprints) e il marketing della filiale prepara ufficialmente il lancio. Si calendarizza la formazione a tutta la filiera.

M 2 E

MARKET LAUNCH TO END OF PROJECT

Il prodotto è lanciato sul mercato e viene monitorato per garantire le corrette performance e il miglior livello qualitativo, grazie al servizio offerto da Vaillant Group.



La sostenibilità è naturalmente una componente sempre più rilevante nello sviluppo e nell'offerta di nuovi prodotti. Vaillant Group è infatti costantemente impegnata nello sviluppo di **prodotti altamente performanti e che tengano in considerazione la salvaguardia dell'ambiente**, con l'obiettivo di contribuire al taglio dei consumi per il riscaldamento degli edifici.

Tra i prodotti della gamma di Vaillant Group Italia si possono trovare nuovi modelli di pompe di calore, che consentono un contenimento degli impatti ambientali, e sistemi di termoregolazione, che permettono di ottimizzare i consumi energetici. Ad esempio, il nuovo modello di **pompa di calore aroTHERM**, introdotto nel 2021 è altamente efficiente e utilizza un **gas refrigerante naturale, l'R290**, con un impatto ambientale molto contenuto. L'R290 ha infatti un potenziale di riscaldamento globale **GWP (Global Warming Potential) pari a 3, molto inferiore rispetto a quello dei gas attualmente più utilizzati nelle pompe di calore in commercio** (il gas R410a possiede un GWP pari a 2.088, mentre il gas R32 un GWP pari a 675).

Nell'ottica della continua innovazione, Vaillant Group è impegnata nel trovare soluzioni per il riscaldamento casalingo a emissioni zero puntando sulla rivoluzione dell'idrogeno. A livello di Gruppo, infatti, si sta investendo molto su questa nuova fonte energetica capace di contribuire alla decarbonizzazione del settore edilizio. È particolarmente interessante la sua applicazione all'interno degli edifici poiché, oltre ad una **combustione CO₂ neutral** per la produzione di energia, consente di alimentare gli impianti richiedendo le **stesse dimensioni** e garantendo il **medesimo rendimento** delle caldaie a gas, con il vantaggio di semplificare la sostituzione degli apparecchi già presenti all'interno degli edifici. Per questi motivi, il Gruppo sta già testando **una caldaia murale alimentata a idrogeno al 100%** per futuri test sul campo, oltre a preparare soluzioni tecniche per caldaie che funzionino con una miscela di **idrogeno di circa il 20%**, anticipando quelli che saranno gli scenari futuri, che vedono l'idrogeno verde spinto anche dalla Commissione Europea e presto in circolo nei tubi del gas insieme con il metano.

ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE

Qualità, competenza, fiducia e professionalità sono gli ingredienti della formula vincente di Vaillant, che in Italia conta su una **rete di assistenza capillare** su tutto il territorio nazionale, composta da **528 Vaillant Service**, di cui **116 Vaillant Service Plus**, ovvero professionisti accuratamente selezionati e direttamente formati dall'azienda per garantire un livello di **servizio eccellente** sia per gli utenti che per gli installatori.

Questo ha consentito a Vaillant Group Italia di aggiudicarsi il riconoscimento **"Numero 1 servizio"** nel settore **sistemi di riscaldamento**. Il premio è stato conferito sulla base dei risultati dello studio **"Campioni del servizio 2020/2021"** sul livello di soddisfazione dei clienti, condotto dall'Istituto Tedesco di Qualità e Finanza (ente indipendente specializzato nell'analisi e comparazione di prodotti, servizi e prodotti finanziari) in cooperazione con l'**Università Goethe di Francoforte**. Gli utenti hanno premiato la **professionalità**, la **gentilezza** del personale e la **reattività** nei tempi di risposta alle richieste sottoposte tramite i canali digitali dell'azienda.

Vaillant Group Italia monitora la qualità del servizio anche in prima persona, attraverso **indagini** rivolte ai **clienti** organizzate dall'azienda e affidate ad un **partner esterno specializzato** in ricerche di mercato. Annualmente viene misurata

la **percezione delle marche** Vaillant e Hermann Saunier Duval coinvolgendo i consumatori nella **"Brand Preference and Awareness Survey"**.

In continuità con gli anni precedenti, anche nel 2021 è stata riscontrata una buona conoscenza dei brand commercializzati e sono emersi degli utili insight su **abitudini** e i **driver d'acquisto** degli intervistati.

Inoltre, sempre con cadenza annuale, Vaillant Group Italia realizza la **"Customer Loyalty Survey"** per misurare la performance dei prodotti e servizi offerti. L'indagine, rivolta agli **installatori**, nel 2021 ha evidenziato ottimi livelli di soddisfazione e immagine. I due brand hanno infatti ottenuto performance migliori rispetto ai competitor. Con riferimento all'immagine di marca, ad esempio, Vaillant ha raggiunto il **punteggio di 4,2** contro un punteggio di 3,4 dei competitor. Allo stesso modo, i livelli di soddisfazione per Hermann Saunier Duval e Vaillant risultano al di sopra di quelli dei loro competitor, avendo raggiunto rispettivamente punteggi pari a **3,8** e **3,9**, (a fronte dei punteggi pari a 3,3 e 3,4 registrati dai competitor).

Inoltre, gli intervistati dichiarano un elevato livello di **fidelizzazione**, pari rispettivamente a **77** per Vaillant e a **80** per Hermann Saunier Duval, ben al di sopra dei livelli dei competitor (pari a 52).

Customer Loyalty Survey 2021



Le indagini si sono rivelate uno strumento valido per l'individuazione delle criticità e di spunti di miglioramento; per questo motivo l'azienda continuerà a svolgere questo tipo di attività nell'ottica di perfezionare continuamente i propri servizi.

COMUNICAZIONE TRASPARENTE

Un'offerta di prodotti e servizi di qualità non può prescindere da una comunicazione trasparente, affidabile e chiara. Per questo motivo, **ogni comunicazione di Vaillant Group Italia riguardante i brand e l'azienda, i prodotti, le attività e le iniziative commerciali è ideata in modo trasparente, preciso e non ingannevole**. Inoltre, l'azienda pone attenzione nell'illustrare le caratteristiche e le funzionalità di servizi e prodotti in un **linguaggio comprensibile e accessibile a tutti**, includendo le informazioni più adeguate per **agevolare le scelte** delle diverse tipologie di destinatari, ovvero i professionisti o gli utenti finali.

L'approccio alla comunicazione di Vaillant Group Italia è garantito da una **procedura di approvazione dei contenuti di marketing** per assicurare l'ottemperanza alle norme di riferimento in materia di pubblicità e comunicazione commerciale. In particolare, i contenuti specifici sono sottoposti al vaglio del dipartimento interno Affari Legali.

Inoltre, l'azienda si assicura di integrare le comunicazioni sia offline che online con l'inserimento di adeguati disclaimer per evitare contenuti ingannevoli o fraintendibili. Infine, tutte le attività promozionali organizzate dall'azienda sono normate da regolamenti che sono di volta in volta depositati al Ministero di competenza.



LA PRESENZA SUI SOCIAL MEDIA

Il web, e in particolare i social network, rappresentano uno dei principali canali con cui Vaillant Group Italia interagisce con i propri consumatori. Grazie all'immediatezza di questi strumenti, l'azienda può cogliere con facilità le esigenze e le aspettative del mercato. A tal proposito, la filiale italiana ha lavorato per accrescere la propria base utenti e le proprie interazioni in modo da rendere sempre più attivi questi canali di dialogo con gli stakeholder. L'impegno nella comunicazione social ha consentito di raggiungere, al termine del 2021, **23.510 fan su Facebook** tramite i profili dei due brand (17.320 fan sulla pagina Vaillant e 6.190 sulla pagina Hermann Saunier Duval). L'azienda ha continuato anche a sviluppare il canale LinkedIn: a dicembre 2021 ha infatti creato il profilo "Vaillant Group Italia", ulteriore rispetto ai profili associati ai due brand, raggiungendo più di 1.000 follower complessivi. Il canale social che ha ottenuto i maggiori risultati nel corso del 2021 è però senza dubbio YouTube. Grazie soprattutto alla campagna sponsorizzata "Scegli una nuova caldaia", realizzata a settembre 2021, i video di Vaillant Group Italia hanno ricevuto più di **2,7 milioni di visualizzazioni**.

Numeri chiave dei social media

| Social media | Unità di misura | 2021 | 2020 | 2019 |
|--------------|-----------------|-----------|---------|---------|
| Facebook | fan | 23.510 | 23.000 | 21.000 |
| YouTube | visualizzazioni | 2.715.719 | 218.000 | 897.700 |
| LinkedIn | follower | 1.002 | 230 | - |

Dati aggregati dei profili social dei marchi Vaillant, Hermann Saunier Duval e, con esclusivo riferimento al canale LinkedIn, anche di Vaillant Group Italia.

L'ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE

Poiché Vaillant Group Italia opera in un settore che contribuisce considerevolmente al rilascio di emissioni a effetto serra, l'azienda si sente coinvolta nella missione di fornire ai consumatori informazioni utili a compiere scelte più responsabili.

Nel 2017, per dare concretezza all'impegno per l'ambiente e alla missione di sensibilizzazione degli utenti sui temi di sostenibilità, Vaillant Group Italia ha dato vita a un **progetto editoriale**, ancora oggi attivo. Si tratta del blog online **"The Green Evolution"**, in cui la filiale italiana pubblica contenuti per **promuovere un'attitudine "green"**, spaziando dalle innovazioni scientifiche ai consigli per stili di vita più virtuosi. Gli articoli, organizzati nelle quattro aree **BetterClimate, GreenHome, EcoTech e SmartWork&Life**, propongono storie di sostenibilità e informazioni sempre aggiornate, accessibili tramite un'interfaccia semplice per una navigazione facile e intuitiva.

Dal blog è possibile anche accedere al **web tool per il calcolo dell'impronta carbonica** prodotta da ciascun utente, attraverso l'indagine sul proprio stile di vita. Compilando un questionario sviluppato dal Dipartimento di Scienze e Politiche Ambientali (ESP) dell'Università degli Studi di Milano, focalizzato sui dati relativi all'abitazione e a come è riscaldata, all'illuminazione e all'uso degli elettrodomestici, alle abitudini alimentari e di utilizzo dei trasporti, il calcolatore restituisce una quantificazione stimata delle emissioni annue di composti climalteranti prodotte dall'utente, espresse in termini di CO₂ equivalenti. Lo scopo del progetto è di **rendere gli utilizzatori più consapevoli** di come le proprie abitudini quotidiane possono impattare sull'ambiente e **suggerire dei comportamenti responsabili da adottare**. Inoltre, è uno strumento per **racogliere dati utili** ad elaborare le ricerche sul

clima promosse dall'azienda. Tutti i dati vengono raccolti ed utilizzati in maniera anonima ed aggregata, nel pieno rispetto della privacy degli utenti e delle norme di riferimento.

Oltre a ciò, l'impegno di Vaillant Group Italia per la sensibilizzazione si concretizza anche nelle sue attività di marketing e comunicazione. Per questo motivo le attività di comunicazione aziendali includono tra i temi principali quelli inerenti alla sostenibilità e, in particolare, la tutela dell'ambiente. Le campagne di comunicazione di prodotto sono infatti sistematicamente supportate da argomentazioni che suggeriscono scelte a minor impatto ambientale.

In particolare, con la **campagna di sostituzione delle caldaie** lanciata nel 2020 e riproposta anche nel 2021, l'azienda ha dato risalto alla finalità ambientale dello scegliere una caldaia con una ridotta impronta di carbonio. Gli aspetti ambientali sono stati ulteriormente messi in risalto attraverso la realizzazione nel 2020 di un'iniziativa associata di piantumazione, che ha visto **l'azienda impegnata a piantare un nuovo albero nel Parco del Ticino**, in Lombardia, e **nella Valle dell'Aniene**, nel Lazio, per ogni caldaia obsoleta sostituita con una caldaia Vaillant a basse emissioni. Clienti ed utenti hanno potuto seguire, attraverso una piattaforma web appositamente creata, l'avanzamento della campagna e avere a disposizione tutte le informazioni scientifiche e le curiosità sulle diverse specie di alberi piantumate.

Inoltre, in occasione della **giornata mondiale della Terra 2021**, Vaillant Group Italia ha realizzato un'attività di comunicazione sulle principali emittenti televisive nazionali, svincolata da messaggi commerciali, per tenere alta l'attenzione sulla **salvaguardia dell'ambiente** e promuovere **comportamenti responsabili e sostenibili**.



COMPORAMENTI RESPONSABILI E NUOVE TECNOLOGIE

Dall'adozione di comportamenti responsabili, all'attenzione nella scelta delle tecnologie, si può fare la differenza anche quando si parla di riscaldamento e climatizzazione. Per questo motivo Vaillant Group Italia si impegna giorno per giorno in attività di informazione e sensibilizzazione nei confronti dei propri stakeholder.

Un insieme di accorgimenti, oggetto dell'attività divulgativa dell'azienda, possono infatti contribuire a contenere gli effetti sull'ambiente.

È importante impostare le **temperature degli apparecchi** in modo da evitare temperature troppo alte in inverno e/o troppo basse in estate e effettuare una **costante attività di manutenzione** degli impianti per mantenerli efficienti, non disperdendo preziosi quantitativi di energia.

Bisogna poi scegliere accuratamente le **tecnologie** da installare, in funzione delle proprie esigenze e delle possibilità offerte dal mercato. In tal senso è importante considerare le **dimensioni degli spazi** da riscaldare e/o rinfrescare, la possibilità di realizzare soluzioni strutturali, l'impatto ambientale delle diverse fonti energetiche e delle differenti tecnologie.

La **caldaia a biomassa** può apparire come una tra le soluzioni più sostenibili perché impiega **combustibili rinnovabili** di origine vegetale come legno o pellet. In realtà, questa tecnologia può generare un impatto superiore alle caldaie a gas se non si tengono in considerazione aspetti tra i quali es. la **qualità e l'efficienza del carburante e dell'impianto e la provenienza del combustibile**.

Un'alternativa può essere rappresentata dalla **caldaia a condensazione**. Questa tecnologia consente ai fumi generati dalla combustione di rimanere più a lungo all'interno dell'apparecchio sotto forma di vapore acqueo, ottimizzando il processo di riscaldamento.

Qualora sia possibile realizzare dei **lavori strutturali**, è consigliabile installare una **pompa di calore**. Questa tecnologia sfrutta il calore presente nell'aria, nel sottosuolo o nell'acqua di falda e la trasferisce all'impianto di riscaldamento. Poiché la pompa di calore non realizza alcuna combustione, richiede un quantitativo contenuto di **energia elettrica**.

Oltre alle tecnologie alimentate tramite energia elettrica, come le pompe di calore, sono già state lanciate sul mercato le prime **tecnologie a idrogeno**, che, in futuro, consentiranno di abbattere del tutto le emissioni.

Nella lotta al cambiamento climatico l'idrogeno può, infatti, giocare un ruolo chiave, addirittura **decisivo**. Non a caso la **Commissione europea** lo considera un **pilastro** nella **ripresa post-pandemica** e un fattore importante nel raggiungimento della neutralità climatica al 2050. La stessa UE sta promuovendo la "European Clean Hydrogen Alliance", un'associazione di decisori appartenenti a tutta la catena del valore dell'idrogeno, di cui Vaillant Group è uno dei principali membri. Il Gruppo partecipa attivamente alle attività dell'associazione con l'obiettivo di tracciare il percorso di integrazione dell'idrogeno nel settore edilizio e contribuire all'obiettivo della carbon neutrality, fissato dall'UE entro il 2050.

L'idrogeno si prospetta quindi come un potente alleato nella transizione ecologica, ma **solo se verde, ossia prodotto da energie rinnovabili**, senza quindi ricorrere alla cattura di carbonio (idrogeno blu) o a combustibili fossili (idrogeno grigio). Tuttavia, al momento, il processo produttivo che consente di ottenere idrogeno rinnovabile è molto costoso e, per questo, in Europa viene utilizzato per produrre solo il **4%** dell'idrogeno disponibile. Questa percentuale, in prospettiva, dovrà essere incrementata in modo significativo per raggiungere gli obiettivi fissati dal **Green Deal** dell'UE. È, infatti, previsto che a livello europeo si producano **1 milione di tonnellate di idrogeno rinnovabile entro il 2024 e 10 milioni di tonnellate entro il 2030**, arrivando a coprire fino a **un quarto della domanda energetica nel 2050**. Si tratta di traguardi ambiziosi che richiedono grandi investimenti in R&D, che, anche Vaillant Group, si sta impegnando a sostenere.

PROTEZIONE DEI DATI E SICUREZZA INFORMATICA

La qualità dei servizi offerti da Vaillant Group non può prescindere dalla salvaguardia dei dati dei clienti e della sicurezza informatica. Per Vaillant Group **la protezione dei dati è una priorità**, per questo l'azienda presta particolare attenzione alle norme più restrittive in questo ambito, come ad esempio il **Regolamento generale sulla protezione dei dati introdotto dall'UE (GDPR)**.

Il **Manuale sulla protezione dei dati e la Direttiva di Gruppo sulla protezione dei dati** declinano i requisiti di legge nei processi interni e definiscono regole interne per il trattamento dei dati personali.

Vaillant Group ha implementato una serie di **misure di natura tecnica e organizzativa per tutelare i dati da accesso o utilizzo non autorizzati, utilizzo improprio, perdita e distruzione**. Queste misure tengono conto del quadro giuridico, anch'esso integrato nelle direttive e nei manuali interni.

Informative sul trattamento dei dati personali specifiche sono riportate all'interno della **Privacy & Cookie Policy** nonché, ove necessario, nei materiali di comunicazione, sia offline, sia online dei singoli servizi offerti da Vaillant Group. Tali informative sono dirette a definire limiti e modalità del trattamento dei dati personali di ciascun servizio, in base alle quali l'Utente potrà esprimere liberamente il proprio consenso, ove necessario, e autorizzare eventualmente la raccolta dei dati e il loro successivo trattamento.

In coerenza con le disposizioni e le procedure definite a livello di Gruppo, Vaillant Group Italia raccoglie e tratta i dati personali dei propri dipendenti, clienti e partner in conformità alle leggi vigenti e nel rispetto della loro sfera privata e il trasferimento di tali dati all'interno di Vaillant Group è previsto solo se è necessario per il loro trattamento, in conformità alla finalità prevista.

OBIETTIVI FUTURI

Diffondere una cultura della sostenibilità

Nel 2021 Vaillant Group Italia si è impegnata nel sensibilizzare e responsabilizzare i propri stakeholder, condividendo sui siti dei due brand il Codice Etico e il Codice di Condotta per i Fornitori. I due documenti stabiliscono le condotte cui fornitori e partner devono attenersi nei rapporti professionali con Vaillant Group Italia. In futuro l'azienda intende applicare i principi di sostenibilità anche nella fase di **selezione di nuovi fornitori**, a garanzia di una catena di fornitura allineata agli obiettivi dell'azienda. Per questo motivo, entro la fine del 2022, la filiale italiana introdurrà dei **criteri sociali e ambientali** nel processo di qualifica e valutazione dei fornitori locali.

Consapevole dell'importanza rivestita da una maggiore sensibilità diffusa tra gli attori della filiera come leva del cambiamento, Vaillant Group Italia si impegna ad investire nell'informazione verso installatori e progettisti in merito ai prodotti ad alta efficienza, valorizzando i benefici ad essi legati non solo da un punto di vista commerciale, ma anche ambientale, affinché tutta la rete possa sostenere Vaillant Group nella missione di riduzione delle emissioni negli edifici. A tal proposito, la filiale italiana prevede di inserire in tutti i **corsi di formazione** e le **newsletter**, destinati a installatori e progettisti, contenuti riguardanti le caratteristiche ambientali dei prodotti ad alta efficienza. Già dal 2020, l'azienda ha realizzato un programma di formazione approvato da un ente certificatore, **sulle nuove soluzioni con refrigerante R290**, introdotte a maggio 2021. I corsi hanno coinvolto **la rete di assistenza Vaillant Service Plus, i Vaillant Service e tutti gli installatori Vaillant certificati**, per poi estendersi anche ad altri professionisti che operano con il gas R290.

Allo stesso modo, Vaillant Group Italia intende continuare a sensibilizzare gli **utenti finali** nei confronti delle tematiche ambientali per stimolarne comportamenti virtuosi attraverso **campagne ed eventi di comunicazione** incentrati sui temi della sostenibilità.

Infine, Vaillant Group Italia si pone l'obiettivo di coinvolgere Agenzie di Vendita e centri di Assistenza Tecnica in **iniziative a favore del territorio**, prevedendo la definizione entro il 2022 di un piano di attività triennale.

Aree di impegno



SELEZIONE
FORNITORI



SENSIBILIZZAZIONE



INIZIATIVE
LOCALI

4

AMBIENTE E
RESPONSABILITÀ SOCIALE



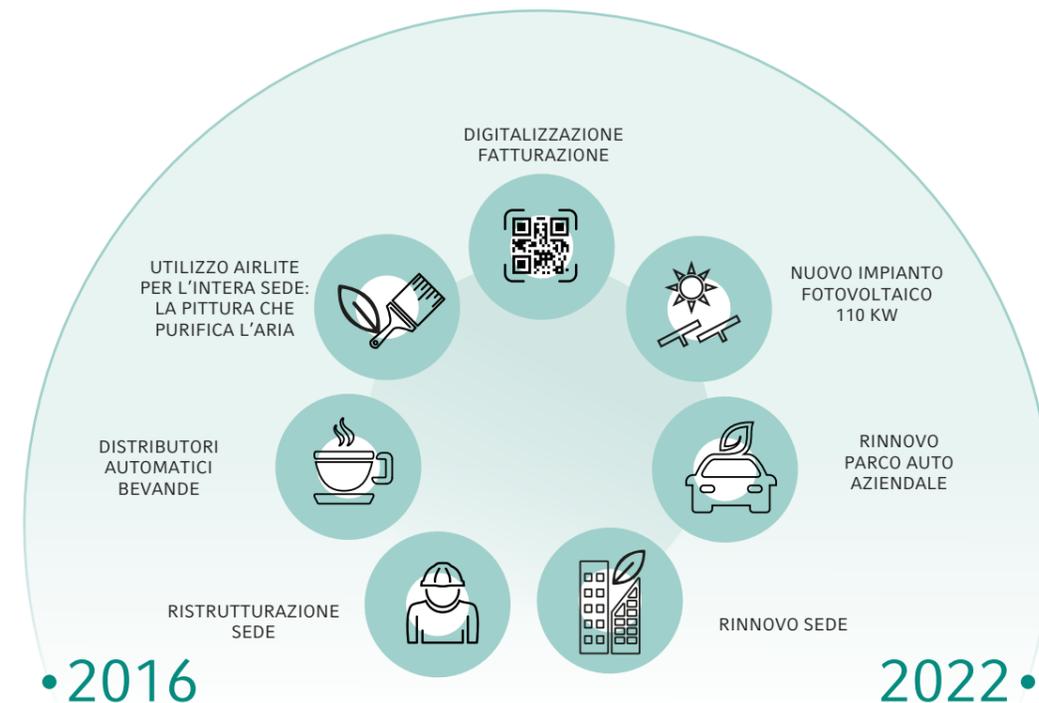
LA GESTIONE RESPONSABILE DELLE RISORSE NATURALI

Con l'Accordo di Parigi del 2015 per la prima volta la comunità internazionale ha raggiunto un consenso, giuridicamente vincolante, che prevede la limitazione del riscaldamento globale entro la soglia di due gradi. In quanto fornitore di tecnologia di riscaldamento, ventilazione e condizionamento ad alta efficienza, Vaillant Group Italia è consapevole di poter contribuire a raggiungere questo obiettivo grazie a soluzioni intelligenti e ad alto risparmio energetico, sempre più basate su fonti di energia rinnovabili. Più del 40% del consumo di energia primaria nell'Unione Europea avviene negli e per gli edifici. Il **core business** di Vaillant Group costituisce, pertanto, uno dei più importanti fattori della transizione energetica. Tutto questo si rispecchia nella **visione** "Taking care of a better climate. Inside each home and the world around it." e nell'**orientamento strategico** del Gruppo.

Gli obiettivi S.E.E.D.S. contenuti nel piano strategico del Gruppo prevedono entro il 2030 una riduzione generale delle emissioni di CO₂ del 50%, la riduzione del 40% dell'energia consumata dagli stabilimenti e l'approvvigionamento del totale dell'energia utilizzata da fonti rinnovabili.

Per contribuire a questi obiettivi, Vaillant Group Italia ha già implementato una serie di misure di miglioramento in relazione agli impatti più rilevanti associati alle proprie attività, ovvero azioni per l'efficientamento energetico e la riduzione delle emissioni legate alla flotta aziendale.

L'azienda si impegna a continuare questo percorso di miglioramento e di riduzione degli impatti ambientali derivanti dalle proprie attività.



CONSUMI ENERGETICI

La sede di Vaillant Group Italia si estende su una superficie di circa 4.200 m². Gli edifici sono riscaldati da un sistema ibrido di pompe di calore e di caldaie a condensazione alimentate a gas. I consumi energetici, dunque, sono in gran parte legati al consumo di **gas metano** per l'alimentazione degli impianti di riscaldamento. Nel 2021, il gas metano consumato è stato pari a circa **65.493 m³**, registrando una leggera flessione, in continuità con il trend registrato nel 2020 (-5% rispetto al 2020, -6% rispetto al 2019). Per quanto riguarda l'elettricità, **nel 2018 sulla copertura del magazzino della sede è stato installato un impianto fotovoltaico che, nel periodo estivo di massimo rendimento, consente una riduzione dei consumi di energia elettrica fino al 50%**. Per coprire il restante fabbisogno di energia, Vaillant Group Italia si rivolge ad un provider che certifica la fornitura di **energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili** in percentuale pari o superiore al 98,3%.

Grazie all'impianto fotovoltaico, nel 2021 sono stati **prodotti e consumati 105.092 kWh** di energia elettrica (a fronte dei 114.841 kWh del 2020), e una piccola quantità, pari a 89 kWh (122 kWh nel 2020), è stata reimmessa in rete. L'elettricità acquistata dalla rete è stata pari a **240.128 kWh**.

Completano i consumi dell'organizzazione quelli legati all'utilizzo di carburanti per il parco auto, che nel 2021 sono cresciuti per effetto della ripresa degli spostamenti di lavoro. In particolare, i consumi di benzina hanno subito un forte incremento nel 2021, raggiungendo i 145.247 l rispetto ai 64.154 l del 2020. Viceversa, i consumi di diesel si sono ridotti, passando dai 43.205 l del 2020 a 8.372. L'aumento generale dei consumi di carburante è legato alla ripresa post-pandemia e, più nello specifico, il maggior consumo di benzina rispetto al diesel è legato al **rinnovo della flotta** con la sostituzione dei veicoli a diesel con nuovi veicoli a benzina e ibridi.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione

| in GJ | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Consumi da fonti di energia non rinnovabili | 7.073 | 6.078 | 7.909 |
| Gas naturale | 2.439 | 2.555 | 2.595 |
| Diesel per parco auto | 310 | 1.602 | 3.933 |
| Benzina per parco auto | 4.306 | 1.902 | 1.358 |
| Energia elettrica acquistata proveniente da fonti non rinnovabili | 17 | 19 | 23 |
| Consumi da fonti di energia rinnovabili | 1.225 | 1.476 | 1.681 |
| Energia autoprodotta da impianto fotovoltaico | 378 | 414 | 435 |
| Energia autoprodotta da impianto fotovoltaico e reimmessa in rete | (0,32) | (0,44) | (0,38) |
| Energia elettrica acquistata proveniente da fonti rinnovabili | 847 | 1.063 | 1.247 |
| Totale consumi energetici all'interno dell'organizzazione | 8.298 | 7.554 | 9.590 |
| Numero medio di dipendenti | 133 | 125,8 | 121,8 |
| Intensità energetica rispetto al totale dei consumi (GJ/n° medio dipendenti) | 62,4 | 60,0 | 78,8 |

Oltre alle misure sopra menzionate per garantire un approvvigionamento più sostenibile di energia, Vaillant Group Italia è anche impegnata nel trovare soluzioni di efficientamento energetico. Fin dal 2018, gli impianti di illuminazione interna ed esterna della sede sono stati automatizzati attraverso l'installazione di **sensori di passaggio e di sensibilità alla presenza di luce naturale** per la gestione dell'illuminazione temporizzata. Allo stesso tempo, è stato avviato un processo di sostituzione dell'illuminazione esistente con impianti a **tecnologia LED** che verrà completato nel prossimo triennio.

È stato, infine, pianificato un **progetto di ristrutturazione degli edifici della sede per rinnovare gli impianti e la struttura interna degli uffici, in modo da razionalizzare gli spazi in ottica di risparmio energetico.**

EMISSIONI

Le emissioni dirette di Vaillant Group Italia sono legate al consumo di gas naturale e di carburanti per la flotta auto. Nel 2021 le **emissioni dirette** (Scope 1) sono state pari a **491 tonnellate di CO₂ equivalente**, in aumento del 23,1% rispetto al 2020, ma comunque al di sotto dei livelli 2019 (quando erano pari a 524,9 ton CO₂). Le **emissioni indirette** legate all'acquisto di energia elettrica (Scope 2) sono state invece pari a **62,4 tonnellate di CO₂ equivalente** secondo il metodo location-based e 2,2 secondo il metodo market-based⁷, il quale riflette l'approvvigionamento di energia proveniente da fonti rinnovabili. Rispetto al 2020 si nota una **riduzione delle emissioni indirette** location based (-20%) e una più lieve diminuzione delle market based (-12%), a causa del minor consumo di energia elettrica. Parallelamente, anche l'**intensità emissiva di Scope 2** si è ridotta rispetto all'anno precedente rispettivamente del **24%** per le emissioni **location based** e del **16%** per le **market based**.

Emissioni di Scope 1 e Scope 2

| in tCO ₂ e | 2021 | 2020 | 2019 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Emissioni dirette (Scope 1) | 491,0 | 399,0 | 524,9 |
| Gas naturale ⁸ | 130,1 | 135,6 | 137,7 |
| Diesel per parco auto ⁹ | 22,2 | 114,4 | 280,8 |
| Benzina per parco auto ¹⁰ | 338,8 | 149,1 | 106,5 |
| Emissioni indirette (Scope 2) | | | |
| Energia elettrica acquistata (Location-based) ¹¹ | 62,4 | 78,2 | 97,9 |
| Energia elettrica acquistata (Market-based) ¹² | 2,2 | 2,5 | 3,0 |
| Intensità emissiva (tCO₂e / n° medio di dipendenti) | | | |
| Emissioni dirette | 3,69 | 3,17 | 4,31 |
| Emissioni indirette (location-based) | 0,47 | 0,62 | 0,80 |
| Emissioni indirette (market-based) | 0,02 | 0,02 | 0,02 |

Per gestire la mobilità aziendale in ottica sostenibile, nel 2020 è stata introdotta la figura del **Mobility Manager**. Questa figura si occupa di redigere il **Piano Spostamenti Casa-Lavoro** con lo scopo di razionalizzare gli spostamenti del personale, ottimizzandoli e migliorando la raggiungibilità dei luoghi di lavoro.

Inoltre, con l'obiettivo di ridurre le proprie emissioni di gas serra, Vaillant Group Italia ha avviato una sostituzione progressiva della flotta auto aziendale, che fino all'inizio del 2019 era costituita esclusivamente da veicoli alimentati a diesel, con una flotta di veicoli a benzina, ibridi e completamente elettrici. L'au-

mento dei consumi di benzina, a partire dal 2020, è dovuto, dunque, a questo intervento.

L'introduzione delle auto ibride comporta, infatti, in ogni caso l'impiego del motore a benzina all'esaurirsi della batteria o in caso di difficoltà di ricarica. Per ovviare al problema, a marzo 2021 Vaillant Group Italia ha inserito, tra gli strumenti aziendali forniti agli autisti delle auto ibride/elettriche, l'**app EV-way, che agevola gli utilizzatori nel trovare i punti di ricarica lungo il percorso**, incentivando così l'uso dei veicoli in modalità elettrica e consentendo il monitoraggio puntuale da parte del fleet manager.

Attualmente, la flotta è composta in prevalenza da auto ibride, introdotte a partire dal 2020, in seguito ad un intervento di installazione di tre colonnine di ricarica nel cortile aziendale. Nel corso del 2021 è stata rivista la car list in favore dell'introduzione di auto a minori emissioni di CO₂, con un incremento del numero di auto ibride ed elettriche (ad oggi pari rispettivamente al 60% e al 6% della flotta aziendale). In coerenza con l'obiettivo di azzerare la flotta a diesel entro il primo trimestre del 2022, nel 2021 Vaillant Group Italia si è attivata per provvedere alla sostituzione di tali veicoli. Tuttavia, a causa dei ritardi registrati nelle consegne delle auto, il raggiungimento dell'obiettivo subirà una lieve dilazione.

| Composizione della flotta | 2021 | 2020 | 2019 |
|---------------------------|------|------|------|
| N° veicoli | 73 | 69 | 63 |
| Diesel | 1% | 22% | 57% |
| Benzina | 33% | 29% | 19% |
| Ibridi | 60% | 48% | 24% |
| Elettrici | 6% | 1% | - |

Infine, sempre a beneficio della riduzione della propria impronta carbonica di organizzazione, è stata completata la progettazione per la modernizzazione dell'impianto di condizionamento nell'edificio Torre che, grazie a tecnologie più efficienti, comporterà una sostanziale riduzione delle emissioni in atmosfera.

⁷ Il primo metodo riflette l'intensità media delle emissioni relative alle reti dalle quali l'energia viene erogata, mentre il secondo riporta le emissioni connesse all'elettricità che la società ha deciso di acquistare.

⁸ Fattore di emissione 2021: 1,986 kgCO₂/mc. Fattore di emissione 2020 e 2019: 1,976 kgCO₂/mc. Fonte: ISPRA.

⁹ Fattore di emissione 2021: 1,15 tCO₂/t. Fattore di emissione 2020 e 2019: 1,151 tCO₂/t. Fonte: ISPRA.

¹⁰ Fattore di emissione 2021: 3,152 tCO₂/t. Fattore di emissione 2020 e 2019: 3,14 tCO₂/t. Fonte: ISPRA.

¹¹ Fattore di emissione 2021 e 2020: 260 gCO₂/kWh. Fattore di emissione 2019: 277,6 gCO₂/kWh. Fonte: ISPRA.

¹² Fattore di emissione 2021: 456,57 gCO₂/kWh Fattore di emissione 2020: 459 gCO₂/kWh. Fattore di emissione 2019: 466 gCO₂/kWh. Fonte: AIB European Residual Mixes.

UTILIZZO DEI MATERIALI E GESTIONE DEI RIFIUTI

Essendo Vaillant Group Italia un'azienda che si occupa della commercializzazione di prodotti e dell'offerta di servizi, i materiali acquistati riguardano prevalentemente lo svolgimento delle **attività di ufficio**, in particolare l'utilizzo di **carta, buste plastificate e toner**. Per ottimizzare l'uso delle risorse e ridurre il consumo di carta, l'azienda è attenta a sensibilizzare il personale a non sprecare le risorse aziendali e a stampare solo quando strettamente necessario. Inoltre, dal 2018 le fatture sono inviate esclusivamente in formato digitale.

La carta che è necessario comunque acquistare è **interamente certificata FSC** (Forest Stewardship Council). Nel 2021 il quantitativo

di carta consumata è stato molto contenuto (120 kg, a fronte dei 528 kg del 2020 e dei 984 kg del 2019) sia per effetto del processo di dematerializzazione in atto che per il minor utilizzo di carta avuto nel 2020 a causa della pandemia, che ha consentito nel corso del 2021 di attingere alle rimanenze dell'anno precedente.

Per prevenire la produzione di rifiuti soprattutto plastici, nel 2019 si è provveduto alla sostituzione delle bottigliette d'acqua in plastica erogate dai distributori automatici con **acqua in lattina** e alla sostituzione dei bicchierini per il caffè in plastica con **bicchierini in carta**. Inoltre, ad ogni dipendente è stata fornita una **borraccia in alluminio**, che può essere riempita grazie agli **erogatori di acqua microfiltrata** collegati alla rete idrica comunale e una tazza in vetro per il caffè.

Utilizzo dei principali materiali

| in kg | 2021 | 2020 | 2019 |
|--------------------|------|------|------|
| Carta | 120 | 528 | 984 |
| di cui FSC | 100% | 100% | 100% |
| Buste plastificate | - | 6 | 9,5 |
| Toner | 8 | 6 | 1,5 |

Danno luogo alla produzione di rifiuti le attività di **gestione del magazzino e l'attività di ufficio**.

Poiché Vaillant Group Italia si occupa della commercializzazione sul territorio italiano dei prodotti Vaillant e Hermann Saunier Duval realizzati negli stabilimenti del Gruppo, i rifiuti generati dalla filiale italiana sono riconducibili principalmente a pallet in legno per il trasporto dei prodotti, film termoretraibile per avvolgere i prodotti nel trasporto su pallet e imballaggi, che sono costituiti prevalentemente in cartone, polistirene e cellophane.

La quota più rilevante di rifiuti è rappresentata dai **prodotti invenduti**, rispetto ai quali risulta di particolare attenzione il tema dello **smaltimento**. A differenza delle altre tipologie di rifiuti, che Vaillant Group Italia smaltisce attraverso la raccolta comunale, i prodotti invenduti vengono gestiti in modo diverso.

Due volte all'anno le rimanenze di magazzino sono suddivise secondo quattro tipologie:

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|
| ARTICOLI OBSOLETI articoli presenti in magazzino da oltre tre anni e non rendibili agli stabilimenti produttivi in cui sono stati fabbricati | ARTICOLI DIFETTOSI articoli che sono stati resi dai clienti | ARTICOLI DANNEGGIATI articoli danneggiati durante il trasporto e, valutati dai tecnici autorizzati, non vendibili | ARTICOLI SOSTITUITI articoli che provengono da sostituzioni |

Lo smaltimento di tali prodotti, costituiti principalmente da metallo, è affidato a una società specializzata che si occupa dell'intero processo di rottamazione. Al termine dell'operazione di smaltimento, la società incaricata rilascia un report in cui sono riportati la tipologia di materiale rottamato e il peso complessivo.

I climatizzatori sono trattati separatamente, poiché contengono il gas refrigerante, considerato come pericoloso per via della sua infiammabilità (seppur bassa). Il prodotto finito è interamente rottamato in Italia, mentre le parti di ricambio sono inviate a casa madre in Germania prima dello smaltimento, per studiarne eventuali difetti in ottica di miglioramento del prodotto.

Nel 2021 sono stati smaltiti mediante invio a recupero di energia un totale di **20,01 ton** di prodotti invenduti/rottami, a fronte delle **18,24 ton** del 2020, per un totale di **18,33 ton di rifiuti non pericolosi e 1,68 ton di rifiuti pericolosi**.

Nell'ottica del continuo miglioramento delle performance ambientali, a maggio 2021 Vaillant Group Italia ha introdotto una **nuova procedura** per l'individuazione, la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti generati dall'azienda presso la sede di Milano e rispetto alle dotazioni elettroniche assegnate ai dipendenti. Per questo motivo a partire dal 2021 è stato possibile tracciare anche rifiuti diversi da invenduti/rottami.

Rifiuti

| in ton | 2021 | 2020 | 2019 |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Prodotti finiti non pericolosi | 18,33 | 11,81 | 18,73 |
| Ricambi per prodotti | 1,26 | - | - |
| Carta e cartone | 10,6 | 6,93 | - |
| Imballaggi misti | 1,1 | 0,07 | 3,92 |
| Prodotti finiti pericolosi | 1,68 | 6,44 | 3,04 |
| Monitor | 0,33 | - | - |
| Totale rifiuti | 33,30 | 25,24 | 25,69 |

IMPEGNO SOCIALE

La vocazione sociale di Vaillant Group è intrinseca nel core business poiché attraverso i suoi prodotti l'azienda influenza la vita domestica delle persone.

Tuttavia, la funzione sociale di Vaillant Group Italia non si limita a questo. L'azienda sostiene iniziative solidali come l'**Associazione CasaAutismo di Bergamo**, importante progetto sul territorio rivolto a bambini e ragazzi con disturbi dello spettro autistico e punto di riferimento per le loro famiglie, che dal 2016 Vaillant Group Italia supporta con una **donazione annuale**.

Inoltre, la filiale italiana contribuisce anche a finanziare, tramite una donazione annuale, le attività dell'associazione **SOS Villaggi dei Bambini Onlus**, sezione italiana della più grande organizzazione a livello mondiale impegnata nel sostegno di bambini privi di cure familiari o a rischio di perderle.

Infine, Vaillant Group Italia crede nell'importanza di coinvolgere e sensibilizzare i propri dipendenti all'impegno verso la comunità, consapevole del fatto che diffondere una cultura della responsabilità sociale e della sensibilità verso i più vulnerabili crea valore per tutta la società.

Per questo, a maggio 2021 l'azienda ha creato una **procedura** che consente ai dipendenti di svolgere **8 ore all'anno di volontariato aziendale** coperte da permessi retribuiti con l'obiettivo di **favorire e supportare le attività di volontariato a sostegno delle comunità locali**.

Inoltre, in continuità con l'anno precedente, anche nel 2021 l'azienda ha aderito all'iniziativa in favore di **Azione Solidale Onlus**, proponendo ai propri dipendenti di prendervi parte in occasione del Natale, con la donazione di pacchi contenenti generi alimentari.

OBIETTIVI FUTURI

Intervenire a favore dell'ambiente

Per l'attitudine che caratterizza Vaillant Group e per la natura dei suoi prodotti, **intervenire a favore dell'ambiente** significa per Vaillant Group Italia **concentrare l'attenzione soprattutto sulla riduzione dei livelli di CO₂ nell'atmosfera**. Per far questo, l'azienda intende agire sulle vendite, sull'efficiamento dei propri edifici e dei consumi e sulla flotta aziendale.

Vaillant Group Italia continuerà ad incentivare le vendite dei prodotti a minor impatto ambientale con l'obiettivo di **aumentare il peso dei prodotti ad alta efficienza** (caldaie a condensazione, pompe di calore, sistemi ad energia rinnovabile) e **far sì che questi rappresentino entro il 2025 almeno l'80% del fatturato aziendale**.

La **ristrutturazione della sede di Milano** verrà realizzata nel rispetto dell'ambiente, installando delle pompe di calore all'interno dell'edificio Torre, **così da renderlo "near zero emission" entro il luglio 2022**. Quest'obiettivo potrà essere realizzato con un rinnovamento degli impianti della struttura, che prevede l'introduzione di 10 pompe di calore Vaillant di ultima generazione (modello **aroTHERM plus**).

Proseguirà la progressiva sostituzione della flotta aziendale così da **eliminare le auto ad alimentazione diesel entro la fine del 2022 e arrivare, nello stesso anno, ad almeno il 60% di auto ibride o elettriche**.

In ultimo l'azienda si impegnerà nel contenimento dei consumi idrici ed energetici presso la sede di Milano per continuare a **ridurre i consumi di acqua, gas e energia elettrica**.

Aree di impegno



PRODOTTI AD ALTA
EFFICIENZA



RISTRUTTURAZIONE
SEDE



FLOTTA AUTO



CONSUMI ENERGETICI
E IDRICI

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Il Report di Sostenibilità 2021 di Vaillant Group Italia è stato redatto adottando i GRI Standards secondo l'opzione "Referenced".

La tabella che segue riporta le informazioni della società basate sui GRI Standards con riferimento agli indicatori GRI utilizzati. Per ogni informazione fornita, si riporta il riferimento alla pagina del Report di Sostenibilità.

| GRI Standard | Informativa | Numero di pagina |
|--|--|---|
| Informativa generale | | |
| | 102-1 Nome dell'organizzazione | 12 |
| | 102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi | 12 |
| | 102-3 Luogo della sede principale | 9 |
| | 102-4 Luogo delle attività | 9 |
| | 102-5 Proprietà e forma giuridica | 15 |
| | 102-6 Mercati serviti | 12 |
| | 102-7 Dimensione dell'organizzazione | 30 |
| | 102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori | 30 |
| | 102-9 Catena di fornitura | 42-43 |
| | 102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura | Nel triennio 2019-2021 non sono avvenute modifiche significative all'organizzazione e alla catena di fornitura. |
| | 102-13 Adesione ad associazioni | Assotermica Assoclima |
| | 102-14 Dichiarazione di un alto dirigente | 5 |
| | 102-16 Valori, principi, standard, e norme di comportamento | 14 |
| | 102-18 Struttura della governance | 15 |
| GRI 102: Informativa generale 2016 | 102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder | 24-25 |
| | 102-41 Accordi di contrattazione collettiva | 30 |
| | 102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder | 20 |
| | 102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder | 24-25, 28-29, 48 |
| | 102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato | 9 |
| | 102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi | 9 |
| | 102-47 Elenco dei temi materiali | 20-23 |
| | 102-48 Revisione delle informazioni | 9 |
| | 102-49 Modifiche nella rendicontazione | 9 |
| | 102-50 Periodo di rendicontazione | 9 |
| | 102-51 Data del report più recente | 9 |
| | 102-52 Periodicità della rendicontazione | 9 |
| | 102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report | 9 |
| | 102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards | 9 |
| | 102-55 Indice dei contenuti GRI | 64-68 |
| | 102-56 Assurance esterna | 9 |

COMPORTEMENTO ANTICONCORRENZIALE

GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016

| | | |
|-------|--|-------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15 |

GRI 206: COMPORTEMENTO ANTICONCORRENZIALE 2016

| | | |
|-------|---|--|
| 206-1 | Azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrate azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche. |
|-------|---|--|

ANTICORRUZIONE

GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016

| | | |
|-------|--|-------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15 |

GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016

| | | |
|-------|---|--|
| 205-3 | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrati episodi di corruzione accertati. |
|-------|---|--|

COMPLIANCE SOCIOECONOMICA

GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016

| | | |
|-------|--|-------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15 |

GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA 2016

| | | |
|-------|--|---|
| 419-1 | Non-compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica. |
|-------|--|---|

COMPLIANCE AMBIENTALE

GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016

| | | |
|-------|--|-----------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15, 56 |

GRI 307: COMPLIANCE AMBIENTALE 2016

| | | |
|-------|-----------------------|---|
| 307-1 | Compliance ambientale | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrati casi di non conformità con leggi e normative in materia ambientale. |
|-------|-----------------------|---|

LAVORO MINORILE

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|------------------------------------|--|---|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15, 42, 53 |
| GRI 408: LAVORO MINORILE 2016 | | |
| 408-1 | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrati casi di attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile. |

LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|---|--|---|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15, 42, 53 |
| GRI 409: LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO 2016 | | |
| 409-1 | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrati casi di attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio. |

ENERGIA

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|------------------------------------|--|-----------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 56-57, 63 |
| GRI 302: ENERGIA 2016 | | |
| 302-1 | Energia consumata all'interno dell'organizzazione | 57 |
| 302-3 | Intensità energetica | 57 |

EMISSIONI

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|------------------------------------|--|-----------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 58-59, 63 |
| GRI 305: EMISSIONI 2016 | | |
| 305-1 | Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | 58 |
| 305-2 | Emissioni indirette di GHG (Scope 2) | 58 |
| 305-4 | Intensità delle emissioni di GHG | 58 |

RIFIUTI

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|------------------------------------|---|-------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 60-61 |
| GRI 306: RIFIUTI 2020 | | |
| 306-1 | Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti | 60-61 |
| 306-2 | Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti | 60-61 |
| 306-3 | Rifiuti prodotti | 60-61 |

OCCUPAZIONE

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|------------------------------------|---|-----------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 28-33, 39 |
| GRI 401: OCCUPAZIONE 2016 | | |
| 401-1 | Nuove assunzioni e turnover | 32-33 |
| 401-2 | Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno ma non per i lavoratori part-time e a termine | 38 |

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|---|---|-------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 36-38 |
| GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018 | | |
| 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | 36 |
| 403-2 | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti | 36 |
| 403-3 | Servizi di medicina del lavoro | 37 |
| 403-4 | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro | 37 |
| 403-5 | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro | 37 |
| 403-6 | Promozione della salute dei lavoratori | 38 |
| 403-7 | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | 36-37 |
| 403-9 | Infortuni sul lavoro | 37 |
| 403-10 | Malattie professionali | 37 |

FORMAZIONE E ISTRUZIONE

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|---------------------------------------|--|-----------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 34-35, 39 |
| GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016 | | |
| 404-1 | Ore medie di formazione pro capite | 34 |
| 404-3 | Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance | 35 |

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|--|--|------------------|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15, 28-33, 39 |
| GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016 | | |
| 405-1 | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | 15, 31 |

NON DISCRIMINAZIONE

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|---|--|--|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 14-15, 28-29, 42 |
| GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016 | | |
| 406-1 | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate | Nel triennio 2019-2021 non sono stati registrati episodi di discriminazione. |

MARKETING ED ETICHETTATURA

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|---|---|---|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 48-49 |
| GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016 | | |
| 417-2 | Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi | Nel triennio 2019-2021 non sono stati registrati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi. |
| 417-3 | Incidenti di non conformità riguardanti le comunicazioni di marketing | Nel triennio 2019-2021 non sono stati registrati incidenti di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing. |

PRIVACY DEI CLIENTI

| GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE 2016 | | |
|---|---|--|
| 103-1 | Spiegazione degli aspetti materiali e relativo perimetro | 22-23 |
| 103-2 | Approccio del management e relativi componenti | 52 |
| GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI 2016 | | |
| 418-1 | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dei dati dei clienti | Nel triennio 2019-2021 non si sono registrate denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dei dati dei clienti. |

TAKING CARE
OF A BETTER CLIMATE

INSIDE EACH HOME
AND THE WORLD AROUND IT

Vaillant Group Italia
Via Benigno Crespi, 70
20159 - Milano (IT)

Numero sede 02.69712.1
info.italia@vaillant.com