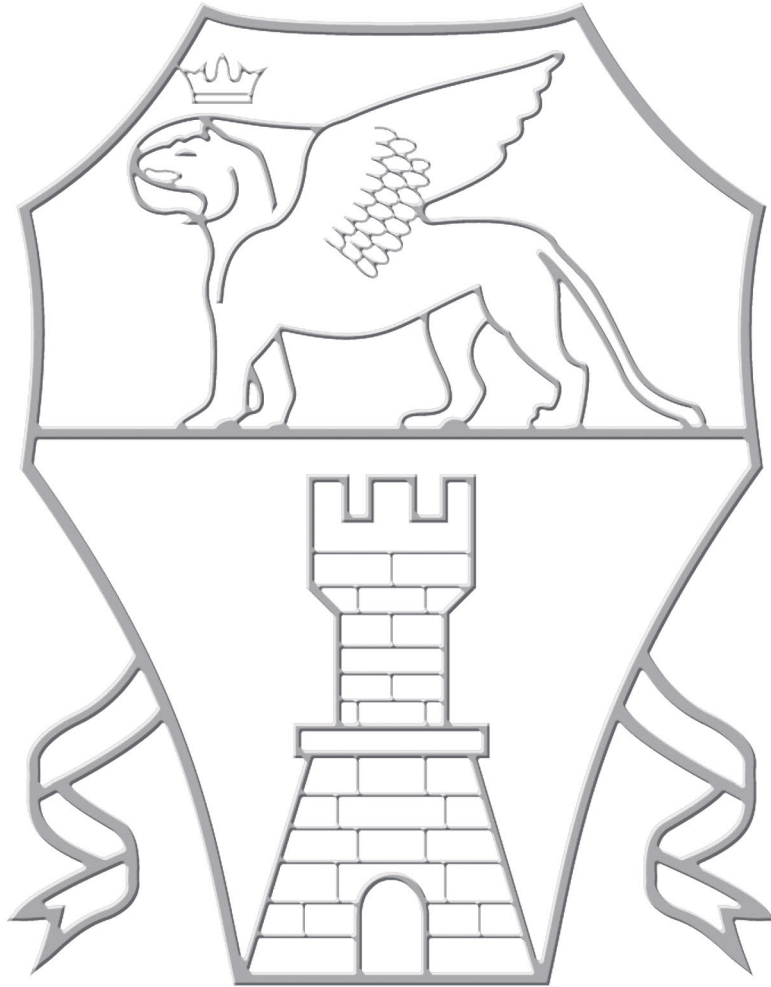




BRUNELLO CUCINELLI



DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO 2017  
AI SENSI DEGLI ARTT. 3 E 4 DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 254 DEL 2016





## SOMMARIO

<b>1. PREMESSA</b> .....	<b>3</b>
<b>2. L'IMPRESA UMANISTICA</b> .....	<b>5</b>
2.1 VALORI E FILOSOFIA .....	7
2.2 ETICA E CORPORATE GOVERNANCE .....	8
2.2.1 CODICE ETICO .....	8
2.2.2 <i>CORPORATE GOVERNANCE</i> .....	8
2.3 I PRINCIPALI RISCHI IN AMBITO NON FINANZIARIO .....	9
<b>3. LE UMANE RISORSE</b> .....	<b>11</b>
3.1 INTRODUZIONE .....	11
3.2 LO SVILUPPO E LA VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE .....	14
3.3 IL BENESSERE E IL RISPETTO DELLE PERSONE .....	17
3.4 L'ATTENZIONE PER LA SALUTE E LA SICUREZZA DELLE PERSONE .....	18
<b>4. LA PROMOZIONE DELLA CULTURA</b> .....	<b>21</b>
4.1 LA CUSTODIA DELLA CULTURA UMBRA E ITALIANA .....	21
4.1.1 IL RESTAURO E LA NUOVA VITA DEL BORGO .....	21
4.1.2 LA NUOVA SEDE: PERIFERIA AMABILE E IMPATTO AMBIENTALE .....	23
4.1.3 LA SCUOLA DI ARTI E MESTIERI DI SOLOMEO E LA PROSPETTIVA PER IL FUTURO .....	26
4.2 LE ATTIVITÀ A SOSTEGNO DEL TERRITORIO .....	27
4.2.1 "PROGRAMMA FILIERA" .....	27
4.2.2 ATTIVITÀ DI RESTAURO NEL TERRITORIO .....	27
4.3 ATTIVITÀ FILANTROPICA .....	28



4.4 COMUNICAZIONE DELL'IDENTITÀ CULTURALE .....	28
4.4.1 VALORI AZIENDALI ATTRAVERSO IMMAGINI DI CAMPAGNA E CATALOGHI .....	29
4.4.2 L'IMMAGINE E LA CULTURA DI SOLOMEO ATTRAVERSO LE BOUTIQUE .....	32
4.4.3 FILOSOFIA E IDENTITÀ D'IMPRESA ATTRAVERSO IL WEB .....	35
4.5 RAPPORTO CON I CLIENTI .....	37
<b>5. LA GESTIONE RESPONSABILE DEL PROCESSO DI PRODUZIONE E DI APPROVVIGIONAMENTO ..</b>	<b>38</b>
5.1 CENNI SUL PROCESSO DI PRODUZIONE .....	38
5.2 LE MATERIE IMPIEGATE NEL PROCESSO PRODUTTIVO .....	41
5.2.1 MATERIE PRIME PER LA REALIZZAZIONE DEI PRODOTTI .....	41
5.2.2 PACKAGING .....	42
5.2.3 ALTRI MATERIALI .....	43
5.3 RAPPORTI CON I TERZI: FORNITORI E FAÇONISTI .....	44
<b>6. L'ATTENZIONE VERSO L'AMBIENTE .....</b>	<b>47</b>
6.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI DI GAS AD EFFETTO SERRA .....	47
6.2 CONSUMI E SCARICHI IDRICI .....	50
6.3 LA GESTIONE DEI RIFIUTI .....	52
<b>7. LA LOTTA ALLA CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA E LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI .....</b>	<b>53</b>
7.1 LA LOTTA ALLA CORRUZIONE .....	53
7.2 LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI .....	54
<b>NOTA METODOLOGICA .....</b>	<b>55</b>
<b>RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE .....</b>	<b>65</b>



## 1. PREMESSA

La presente dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito, anche “DNF”) è stata redatta in conformità alle previsioni di cui agli articoli 3 e 4 del D. Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016, emanato in attuazione della legge 9 luglio 2015, n. 114, recante delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l’attuazione di altri atti dell’Unione Europea (legge di delegazione europea 2014).

Con il D. Lgs. n. 254/2016, il legislatore italiano ha recepito nell’ordinamento statale le previsioni della Direttiva 2014/95/UE (c.d. “Direttiva Barnier”) del Parlamento Europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, recante modifica della Direttiva 2013/34/UE, concernente la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni. In particolare, a partire dall’esercizio finanziario in corso alla data del 1 gennaio 2017, gli enti di interesse pubblico (come definiti dall’art. 16, comma 1, del D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39) che abbiano le caratteristiche dimensionali di cui all’art. 2, comma 1, del D. Lgs. n. 254/2016, tra cui la Brunello Cucinelli S.p.A. (di seguito, la “Società”), sono tenuti a redigere per ciascun esercizio finanziario una dichiarazione di carattere non finanziario contenente informazioni necessarie ad assicurare la comprensione dell’attività dell’impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dalla stessa prodotto, relativamente ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, considerati rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell’impresa. Ai sensi dell’art. 2, comma 2, D. Lgs. n. 254/2016, nel caso di enti di interesse pubblico che siano società madri di un gruppo di grandi dimensioni, quale è il Gruppo Brunello Cucinelli (di seguito anche il “Gruppo”), la dichiarazione di carattere non finanziario deve essere redatta su base consolidata secondo quanto previsto dall’articolo 4 del D. Lgs. n. 254/2016.

L’intervento del legislatore comunitario muove dalla considerazione dell’importanza della comunicazione, da parte delle imprese, di informazioni sulla sostenibilità, riguardanti ad esempio i fattori sociali e ambientali, al fine di individuare i rischi per la sostenibilità e accrescere la fiducia degli investitori e dei consumatori (cfr. Considerando (3) della Direttiva Barnier).

Nella divulgazione delle suddette informazioni, l’impresa soggetta alle previsioni del D. Lgs. n. 254/2016 deve descrivere almeno il proprio modello aziendale di gestione ed organizzazione delle attività, le politiche eventualmente praticate, i risultati conseguiti ed i relativi indicatori di prestazione di carattere non finanziario, i principali rischi, generati o subiti, in connessione ai temi di cui sopra, secondo un principio di “rilevanza” dell’informazione divulgata in rapporto alla realtà e alle caratteristiche dell’impresa.

In linea con le richieste del D. Lgs. n. 254/2016, la Società ha individuato come rilevanti i temi della gestione del personale, della promozione della cultura, della gestione del processo produttivo e di approvvigionamento, nonché (con le precisazioni di cui *infra*) i temi ambientali. A questo proposito, si sottolinea che, ad oggi, il Gruppo non ha ritenuto necessario dotarsi di politiche formalizzate relative agli ambiti richiamati dal D. Lgs. n. 254/2016, anche alla luce del buon funzionamento delle politiche attuate da prassi e dell’elevato livello di controllo a livello centrale. Sarà cura dell’organo amministrativo valutare l’opportunità di definire politiche di Gruppo formalizzate con riferimento agli aspetti non finanziari maggiormente rilevanti.

Secondo quanto previsto dall’art. 5, comma 3, D. Lgs. n. 254/2016, la presente dichiarazione consolidata di carattere non finanziario costituisce una relazione distinta rispetto alla “Relazione sulla Gestione” relativa al Bilancio 2017 della Società. Cionondimeno la presente DNF è da considerarsi ad integrazione della Relazione sulla Gestione e della documentazione di Bilancio della Società al 31 dicembre 2017.



La presente dichiarazione ha ad oggetto informazioni relative all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 ma, al contempo, fornisce al lettore gli strumenti per un raffronto con i dati relativi all'esercizio 2016. Si precisa che, trattandosi della prima applicazione della disciplina del D. Lgs. n. 254/2016, il raffronto tra i dati del 2017 e quelli dell'esercizio precedente sarà sommario e di tipo qualitativo, come consentito dall'art. 12, comma 2, D. Lgs. n. 254/2016.

Il presente documento è stato sottoposto a esame limitato, secondo quanto previsto dal principio *International Standard on Assurance Engagement (ISAE 3000 Revised)* da parte di EY S.p.A.

Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. ha approvato la presente dichiarazione non finanziaria in data 7 marzo 2018.

La presente dichiarazione non finanziaria è pubblicata nella sezione "Dichiarazione non Finanziaria" del sito internet della Società: <http://investor.brunellocucinelli.com>.



## 2. L'IMPRESA UMANISTICA

*“Nella mia vita ho sempre coltivato un sogno: quello del lavoro utile per un obiettivo importante. Sentivo che il profitto d’azienda, da solo, non bastava a realizzare questo mio sogno, e che un fine più alto doveva essere ricercato”*

Il Gruppo opera nel settore del lusso assoluto ed è specializzato nell’ideazione, produzione e distribuzione di capi di abbigliamento e accessori, per uomo e donna, caratterizzati da un’altissima artigianalità e rigorosamente “made in Italy”. Tra i prodotti a marchio “Brunello Cucinelli” meritano una particolare menzione quelli realizzati in cashmere.

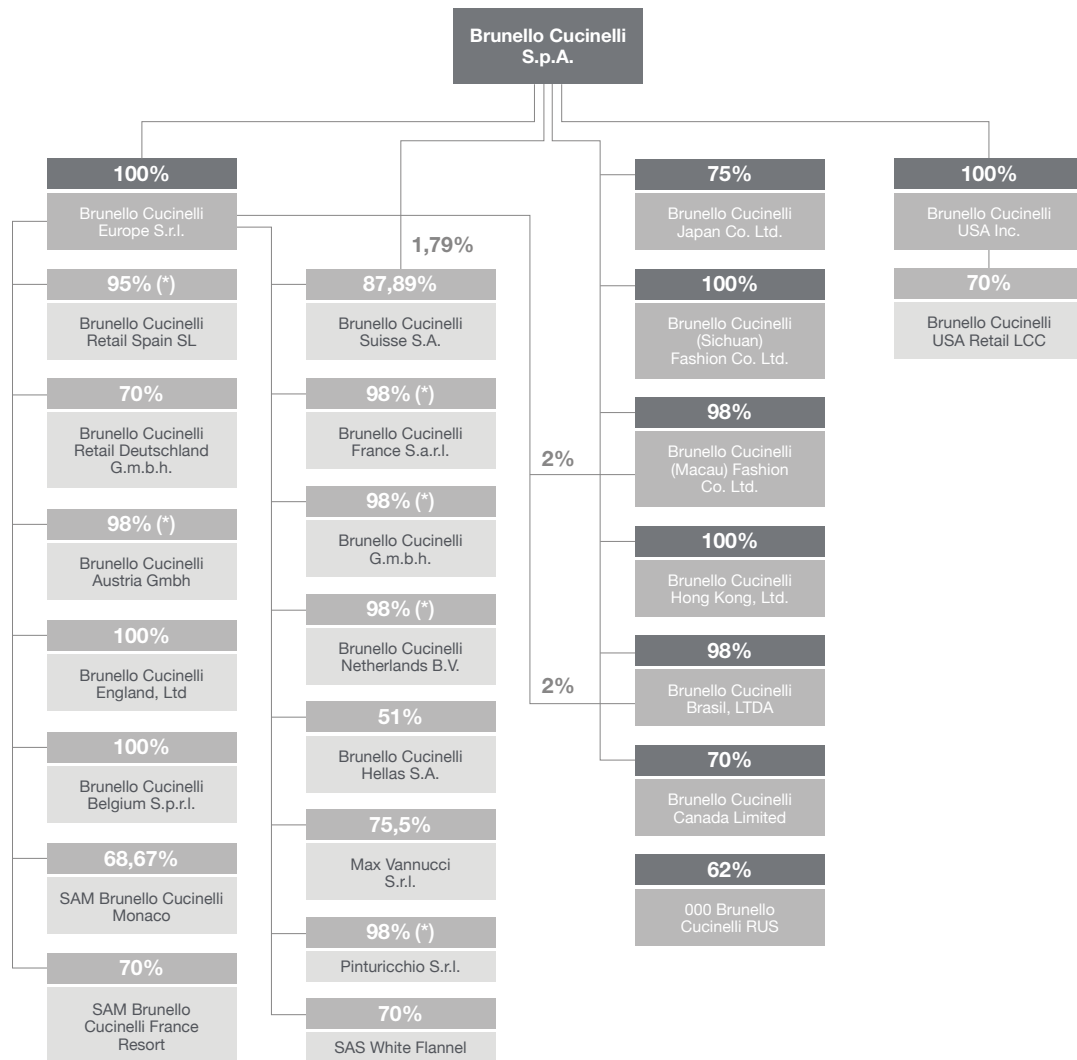
Il Gruppo opera in numerosi Paesi, anche attraverso società (direttamente o indirettamente) controllate dalla capogruppo, Brunello Cucinelli S.p.A., aventi sede in Europa, USA, Cina, Giappone, Russia, Canada e Brasile.

In particolare, il brand “Brunello Cucinelli” è presente nelle vie del lusso delle principali città e località *resort*, con prestigiose *boutique* monomarca, nonché negli spazi più esclusivi di negozi multibrand e di *luxury department stores*.

A livello organizzativo, il Gruppo si compone di ventiquattro società controllate da Brunello Cucinelli S.p.A., dalla quale vengono diramati gli indirizzi per il coordinamento dei servizi di amministrazione, per la definizione e realizzazione degli investimenti e per le relazioni commerciali. La Società opera secondo un sistema organizzativo delle attività che presuppone la condivisione delle strategie di prodotto e di comunicazione, affinché queste risultino coerenti con l’immagine del marchio e lo stile Brunello Cucinelli.



### ORGANIGRAMMA DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2017



(\*) La restante % di partecipazione è detenuta dalla BRUNELLO CUCINELLI S.p.A.





## 2.1 VALORI E FILOSOFIA

Nel borgo medievale di Solomeo Brunello Cucinelli ha dato vita ad una nuova dimensione imprenditoriale: una realtà che pone l'uomo al centro dell'impresa e che intende il lavoro come una delle più nobili espressioni del valore umano. Attraverso questa impostazione, il profitto diviene un mezzo per conseguire il fine superiore del vero bene: migliorare la vita di chi lavora, custodire le bellezze del mondo, realizzare progetti rivolti alle future generazioni.

L'azienda si fonda su un modello imprenditoriale ancorato ad alcuni elementi distintivi che identificano e posizionano il *brand* nella fascia altissima del lusso nel mercato internazionale:

- **artigianalità italiana**, sinonimo di cura nella scelta della materia prima e di ricerca di un'altissima qualità, che dipende in primo luogo dall'attenzione a fornire le migliori condizioni possibili per favorire la creatività lungo ciascun passaggio della filiera produttiva. Quest'ultima si avvale di oltre 300 laboratori artigianali italiani (prevalentemente in Umbria) per la realizzazione di ciascuna fase di produzione;
- **esclusività**, caratteristica fondamentale del posizionamento nella fascia più alta del lusso, che il cliente finale attribuisce al gusto contemporaneo, alle lavorazioni artigianali e alla qualità delle materie prime che costituiscono le fondamenta dello stile Brunello Cucinelli, sostenuto da una presenza distributiva selezionata con cura;
- **crescita garbata**, intesa come sviluppo sostenibile al fine di migliorare armonicamente e secondo il giusto tempo le condizioni dell'impresa; l'obiettivo è creare una dimensione innovativa orientata al benessere delle persone che lavorano e collaborano con l'azienda.

Lo sviluppo aziendale negli anni ha seguito ritmi naturali e sostenibili, che hanno portato al raggiungimento di una "profitabilità sana", secondo la quale la realizzazione degli utili non va disgiunta dall'esigenza di rendere l'organizzazione sempre più solida e dalla cura costante delle condizioni di lavoro, nel rispetto del territorio circostante.

Tale modello di "impresa umanistica" ha permesso di sviluppare un senso di partecipazione molto intenso, sviluppato sia internamente tra i dipendenti, che esternamente nei rapporti con i *façonisti* e i fornitori, i partner commerciali e i clienti.

Il Gruppo promuove una cultura improntata alla legalità – nessun comportamento illecito, sia pur realizzato nell'interesse o a vantaggio dell'impresa, può ritenersi in linea con la politica aziendale – e al controllo, che deve governare tutte le fasi decisionali e operative dell'attività sociale. Il raggiungimento di queste finalità si concretizza in un sistema coerente di principi, procedure organizzative, gestionali e di controllo e disposizioni che mirano a far sì che le attività aziendali siano conformi alle leggi applicabili.

In ottemperanza al D.Lgs. n. 231/2001, la Società assicura una corretta divulgazione dei contenuti e dei principi del proprio modello organizzativo all'interno e all'esterno della propria organizzazione, secondo le volontà del fondatore e sotto la supervisione dell'Organismo di Vigilanza. L'attività di comunicazione e formazione è diversificata a seconda dei destinatari cui essa si rivolge ma è, in ogni caso, improntata a principi di completezza, chiarezza, accessibilità e continuità al fine di consentire ai diversi destinatari la piena consapevolezza di quelle disposizioni aziendali che sono tenuti a rispettare e delle regole etiche che devono ispirare i loro comportamenti.



## 2.2 ETICA E CORPORATE GOVERNANCE

### 2.2.1 CODICE ETICO

Nella “*Impresa Umanistica*” di Solomeo i rapporti con personale, collaboratori esterni, fornitori, partner commerciali e clienti, sono improntati alla centralità dei valori umani. Ciascuno deve sentirsi responsabile del proprio lavoro, senza penalizzare la propria individualità. Si valorizza la libertà e si crea un gruppo unito dove ognuno ha un ruolo da svolgere per il bene di tutti.

Questi valori si trovano espressi nel Codice Etico, in cui la Società sottolinea le responsabilità che da sempre hanno contraddistinto la propria cultura d’impresa.

Accanto ai valori fondamentali di rispetto delle leggi, onestà, trasparenza, correttezza e buona fede, il Codice Etico pone in primo piano gli obiettivi di sviluppo sostenibile, vale a dire il benessere delle persone che lavorano e collaborano con la Società e la responsabilità dell’impresa nei confronti del territorio. L’adozione e applicazione del Codice Etico è imprescindibile per il raggiungimento dell’obiettivo primario della Società, che consiste nella creazione di valore per gli azionisti, i dipendenti, i *façonisti* e i fornitori, i clienti e per la comunità nel suo insieme.

Il Codice Etico è condiviso con tutti i dipendenti e i terzi che collaborano per lo sviluppo, la produzione, la promozione, la distribuzione e la vendita dei prodotti. La Società ne promuove la conoscenza con vari mezzi (pubblicazioni online e/o comunicazioni dirette) e ne richiede l’adesione per qualsiasi contratto di fornitura, configurandolo quale presupposto per l’instaurazione del rapporto contrattuale.

Per una più approfondita descrizione dei contenuti del Codice Etico, si rimanda al seguente link: <http://investor.brunellocucinelli.com/yep-content/media/codice-etico.pdf>.

### 2.2.2 CORPORATE GOVERNANCE

La Società, a far data dal 27 aprile 2012, è quotata sul mercato telematico azionario (“MTA”) organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. e, in materia di *corporate governance*, la Società osserva le raccomandazioni contenute nel Codice di Autodisciplina delle società quotate.

In particolare, il sistema di governo societario adottato dalla Società consiste nel c.d. “modello tradizionale”, composto dall’Assemblea dei soci, dal Consiglio di Amministrazione e dal Collegio Sindacale. Per gli esercizi 2012/2020, l’Assemblea dei soci, a norma del D. Lgs. n. 39/2010, ha affidato l’attività di revisione legale dei conti alla società EY S.p.A.

La gestione societaria è rimessa al Consiglio di Amministrazione che, al proprio interno, ha istituito due comitati con funzioni consultive, propositive e di controllo: il Comitato Controllo e Rischi e il Comitato per la Remunerazione.

Il Comitato Controllo e Rischi supporta, con un’adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relativamente al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché quelle relative all’approvazione delle relazioni finanziarie periodiche.



Il Comitato per la Remunerazione, invece, sottopone al Consiglio di Amministrazione proposte per la definizione della politica per la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche.

La Società, su base volontaria, ha altresì istituito dei comitati interaziendali con funzioni prevalentemente di coordinamento operativo. In particolare, tra essi si annoverano:

- il **Comitato di Direzione**, composto da amministratori esecutivi e dirigenti responsabili delle funzioni produttiva, commerciale, di comunicazione e marketing, finanziaria e legale della Società, con il compito principale di supportare l'organo amministrativo nell'attuazione dei piani industriali e strategici. Ai citati componenti, si sono recentemente aggiunti i responsabili della funzione *digital*, in considerazione dell'accresciuta attenzione all'immagine della Società nel mondo digitale;
- il **Comitato Umane Risorse** che definisce le linee guida e i principi relativi all'assunzione di dipendenti, ai passaggi di carriera, alla remunerazione e alla *policy* aziendale relativa al rapporto di lavoro;
- il **Comitato per la Progettazione Architettonica** che ha il compito di definire il *concept* dei negozi monomarca e degli spazi espositivi (es. *show-rooms*) e la progettazione architettonica delle sedi della Società;
- il **Comitato per la Sicurezza Informatica** che ha il compito di coordinare le funzioni aziendali interessate, al fine di valutare e mitigare i rischi connessi all'uso dei sistemi informatici del Gruppo.

A tali momenti di coordinamento, si affianca, con frequenza biennale, il "Consiglio dei 50", che si svolge in due giorni al di fuori degli spazi aziendali, in un contesto conviviale. In tale occasione, le strategie elaborate dall'organo amministrativo (condivise durante le assemblee aziendali: vedi Capitolo 3, paragrafo 3.3) e sviluppate attraverso le linee guida dei citati comitati, sono discusse e arricchite mediante il confronto dialogico con una platea più ampia di soggetti, che a vario titolo concorrono a porre in essere tali strategie. I partecipanti rappresentano tutti i reparti aziendali e fungono da veicolo delle istanze e dei sentimenti della base, con la quale, subito dopo, c'è la condivisione di quanto emerso nel Consiglio.

Il sistema di governo societario è essenzialmente orientato all'obiettivo della creazione di valore per gli azionisti in un orizzonte di medio-lungo periodo, nella consapevolezza della rilevanza sociale delle attività in cui il Gruppo è impegnato e della conseguente necessità di considerare adeguatamente tutti gli interessi coinvolti.

Per una più approfondita descrizione del sistema di *corporate governance*, si rimanda alla *Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari* per l'esercizio 2017 consultabile al seguente link: <http://investor.brunellocucinelli.com/it/governo-societario/assemblea-azionisti>.

## 2.3 I PRINCIPALI RISCHI IN AMBITO NON FINANZIARIO

Nell'ambito del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è stato implementato un processo di *risk assessment* dei rischi di *business* provenienti da fonti esterne ed interne basato su un'autovalutazione del rischio da parte dei responsabili delle varie aree aziendali, sia *core* che *non-core business*. Dal momento che alcuni rischi sono indefettibili rispetto al raggiungimento degli obiettivi aziendali, il *risk assessment* serve a determinare la propensione e la tolleranza ai rischi da parte della Società.

Il Comitato di Direzione della Società effettua anche una valutazione di idoneità degli obiettivi rispetto alla natura e alle capacità della Società, effettuando così già in principio un primo contenimento dei rischi, evitando quelli inutili.



I principali rischi identificati dalla Società in connessione con i temi per essa rilevanti indicati dal D. Lgs. n. 254/2016 consistono nei seguenti:

### **Gestione del personale**

I principali rischi connessi alla gestione del personale consistono nel rischio di non riuscire a reperire, in futuro, personale adeguatamente specializzato nelle lavorazioni artigianali come, ad esempio, sarti o modellisti, nonché nel rischio reputazionale e di responsabilità amministrativa ex D. Lgs. n. 231/2001 conseguente a eventuali violazioni da parte dei dipendenti delle regole di legalità, trasparenza e correttezza, che devono ispirare costantemente l'organizzazione e l'operato dell'impresa. Le procedure e i presidi di controllo esistenti nel Gruppo sono volti a mitigare questi rischi.

Inoltre, il Gruppo, in conformità con la normativa vigente, monitora costantemente i potenziali rischi legati alla salute e sicurezza dei propri dipendenti.

### **Gestione del processo produttivo e di approvvigionamento**

I principali rischi connessi al processo produttivo e di approvvigionamento consistono in:

- rischio reputazionale conseguente ad eventuali violazioni da parte dei fornitori e dei *façonisti* dei diritti umani e dei principi contenuti nel Codice Etico della Società. L'esistenza di forme di controllo (finanche di terzo livello) da parte della Società sull'operato dei propri fornitori e *façonisti* contribuisce a mitigare questo rischio;
- rischio strategico legato ad un'eventuale riduzione futura del numero di persone specializzate nelle tecniche di lavorazione artigianale e ad una mancanza di ricambio generazionale necessario per l'attività produttiva;
- rischio operativo conseguente all'eventuale cessazione (in un arco temporale ravvicinato) dei rapporti con un numero rilevante di *façonisti*, o al mancato rispetto da parte di più *façonisti* dei programmi di produzione, per quanto condivisi con la Società. Peraltro, l'esistenza di una pluralità di *façonisti* con cui la Società collabora da molti anni fa sì che questo rischio sia minimo.

### **Ambiente**

Per quanto concerne i temi ambientali, il principale rischio è riconducibile a quello di non conformità legislativa, legato all'evolversi del quadro normativo, nazionale e comunitario, cui la Società è chiamata ad adeguarsi. In particolare, il rischio in esame è connesso a possibili restrizioni/vincoli giuridici che fossero imposti con riguardo alle emissioni in atmosfera di gas ad effetto serra, nonché relativamente alla gestione degli scarichi e dei rifiuti. Quest'ultimo aspetto assume particolare rilievo con riguardo all'attività del reparto lavanderia della Società, posto che questa è l'unica che presenta un potenziale rischio di impatto ambientale. Peraltro, tenuto conto delle attività svolte dalla Società e dal Gruppo e della limitata rilevanza dei temi ambientali, il rischio evidenziato è ritenuto dalla Società minimo.



### 3. LE UMANE RISORSE

#### 3.1 INTRODUZIONE

Nella filosofia imprenditoriale del Gruppo Brunello Cucinelli l'uomo è al centro di ogni processo: la cura del benessere, l'attenzione per la sicurezza e la valorizzazione delle risorse umane – o, meglio, delle umane risorse (a sottolineare la prevalenza del dato 'umanistico' su quello economico) – costituiscono uno dei pilastri della filosofia aziendale.

Al 31 dicembre 2017 i dipendenti del Gruppo sono n. 1.670 (in aumento del 13,4% rispetto al 2016), di cui n. 965 operano presso le sedi italiane.

Le tabelle che seguono evidenziano un apprezzabile aumento del numero dei dipendenti dal 2016 al 2017 in tutte le aree geografiche in cui il Gruppo opera con proprie società.

**Tabella 1: GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti**

Tipologia di contratto	2016		2017	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Indeterminato	439	761	473	871
Determinato	74	199	104	222
Sub-Totale	513	960	577	1.093
<b>Totale Anno</b>	<b>1.473</b>		<b>1.670</b>	
Full time	501	907	563	1.040
Part time	12	53	14	53
Sub-Totale	513	960	577	1.093
<b>Totale Anno</b>	<b>1.473</b>		<b>1.670</b>	

**Tabella 2: GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti**

Tipologia di contratto	2016			2017		
	Italia	Resto d'Europa	Extra-UE	Italia	Resto d'Europa	Extra-UE
Indeterminato	849	157	194	874	159	311
Determinato	63	13	197	91	17	218
Sub-Totale	912	170	391	965	176	529
<b>Totale Anno</b>		<b>1.473</b>			<b>1.670</b>	
Full time	886	152	370	935	158	510
Part time	26	18	21	30	18	19
Sub-Totale	912	170	391	965	176	529
<b>Totale Anno</b>		<b>1.473</b>			<b>1.670</b>	

**Tabella 3: GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti**

Tipologia di contratto	2016						2017					
	Italia		Resto d'Europa		Extra UE		Italia		Resto d'Europa		Extra UE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Indeterminato	310	539	58	99	71	123	320	554	54	105	99	122
Determinato	25	38	4	9	45	152	45	46	9	8	50	168
Sub-Totale	335	577	62	108	116	275	365	600	63	113	149	380
<b>Totale</b>	<b>1.473</b>						<b>1.670</b>					
Full time	328	558	59	93	114	256	355	580	60	98	148	362
Part time	7	19	3	15	2	19	10	20	3	15	1	18
Sub-Totale	335	577	62	108	116	275	365	600	63	113	149	380
<b>Sub-Totale</b>	<b>1.473</b>						<b>1.670</b>					

Va sottolineato che n. 1.344 dipendenti (pari all'80,5% del totale) sono assunti con contratto di lavoro a tempo indeterminato<sup>1</sup> e che i contratti a tempo determinato riguardano essenzialmente i neo-assunti. Inoltre, il 96% dei dipendenti al 31 dicembre 2017 lavora con orario *full-time*.

I dipendenti del Gruppo possono essere suddivisi in tre categorie: 1) dirigenti e quadri; 2) impiegati e personale di vendita; 3) operai.

Con specifico riferimento alla giurisdizione italiana, si precisa che al personale di vendita si applica il CCNL del settore terziario. Diversamente, a tutti gli altri dipendenti viene applicato il CCNL del settore industria abbigliamento e confezioni. Nei Paesi diversi dall'Italia in cui il Gruppo opera viene osservata la normativa di riferimento in ambito lavoristico e, per gli aspetti del rapporto di lavoro non espressamente disciplinati a livello legislativo, viene applicato un corpo di regole aziendali (c.d. "*Employee Handbook*") che integra la normativa nazionale e il contratto individuale.

Anche al fine di gestire al meglio le peculiarità dei diversi ordinamenti nazionali, è stato nominato un responsabile delle umane risorse (o *HR Manager*) in ciascuna delle principali aree geografiche in cui il Gruppo opera, vale a dire l'Italia, gli USA, la Cina e il Giappone. Gli *HR Manager* si occupano, in particolare, dei processi di selezione, formazione, sviluppo, gestione e valutazione del personale; attività che implicano un coinvolgimento costante dei responsabili dei diversi uffici e reparti aziendali. Tali responsabili si occupano di monitorare e coordinare le attività dei dipendenti sottoposti alla loro gestione, salvo riferire regolarmente agli *HR Manager*, nonché al Comitato Umane Risorse istituito presso la Società<sup>2</sup>. Il Comitato si riunisce periodicamente al fine di definire (tenuto conto delle determinazioni degli organi delegati e dei piani aziendali) le politiche e le linee guida di riferimento per gli *HR Manager* locali, nonché per stabilire i programmi di promozione e sviluppo delle professionalità, anche sulla scorta dei riscontri ricevuti dai vari responsabili di area.

Il Comitato Umane Risorse è composto da cinque *manager* della Società, di genere ed età diversi, e offre altresì la propria capacità di ascolto alle istanze dei dipendenti; in particolare, prende in esame rapidamente le richieste

<sup>1</sup> Tra i contratti a tempo indeterminato sono inclusi anche i contratti di apprendistato.

<sup>2</sup> Vedi anche Capitolo 2, paragrafo 2.2.2.



dei dipendenti relative sia al miglior svolgimento dell'attività lavorativa, sia ai propri bisogni personali. Il ruolo svolto in questo ambito dal Comitato Umane Risorse ha contribuito a sviluppare un forte sentimento di affezione dei dipendenti verso la Società, con la consapevolezza di trovare sempre un rapido ascolto alle proprie richieste.

Nella tabella che segue viene data evidenza della composizione della dirigenza del Gruppo, nonché delle varie categorie professionali che vi operano, secondo criteri di genere ed età. Si evidenzia la crescita del personale di vendita (in particolar modo, nelle fasce di età sotto i 30 anni e tra i 30 ed i 50 anni) in linea con l'ampliamento della rete dei punti vendita (c.d. DOS) del Gruppo.

Merita di essere sottolineato che, al 31 dicembre 2017, l'età media dei dipendenti del Gruppo è di 38 anni.

**Tabella 4: GRI 405-1 Indicatori di diversità degli organi di governo e dei dipendenti**

Composizione dell'organico e degli organi di governo	2016			2017		
	Uomini	Donne	Sub-Tot. Anno	Uomini	Donne	Sub-Tot. Anno
<b>CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE (Brunello Cucinelli S.p.A.)</b>						
< 30 anni	0	0	0	0	1	1
30 ≤ x ≤ 50	3	2	5	2	2	4
> 50 anni	4	1	5	5	1	6
<b>ORGANICO Gruppo</b>						
<b>Dirigenti e Quadri</b>						
< 30 anni	1	0	1	1	0	1
30 ≤ x ≤ 50	26	19	45	28	21	49
> 50 anni	5	5	10	4	6	10
<b>Impiegati e Personale di Vendita (White Collar)</b>						
< 30 anni	93	145	238	115	180	295
30 ≤ x ≤ 50	198	399	597	234	489	723
> 50 anni	20	79	99	23	88	111
<b>di cui Personale di Vendita (Sales)</b>						
< 30 anni	44	74	118	65	98	163
30 ≤ x ≤ 50	97	235	332	113	292	405
> 50 anni	9	56	65	10	59	69
<b>Operai (Blue Collar)</b>						
< 30 anni	71	48	119	61	42	103
30 ≤ x ≤ 50	72	156	228	84	155	239
> 50 anni	26	110	136	27	112	139

**Tabella 5: GRI 405-1 Indicatori di diversità degli organi di governo e dei dipendenti**

Composizione dell'organico e degli organi di governo	2016						2017					
	ITALIA		EUROPA		EXTRA-UE		ITALIA		EUROPA		EXTRA-UE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
<b>Dirigenti e Quadri</b>												
< 30 anni	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
30 ≤ x ≤ 50	19	11	1	4	6	4	23	9	1	4	4	8
> 50 anni	5	5	0	0	0	0	4	6	0	0	0	0
<b>Impiegati e personale di vendita (White collar)</b>												
< 30 anni	40	62	20	20	33	63	49	68	21	21	45	91
30 ≤ x ≤ 50	94	168	39	69	65	162	109	187	39	75	86	227
> 50 anni	7	17	2	15	11	47	8	21	2	13	13	54
<b>di cui Personale di Vendita (Sales)</b>												
< 30 anni	2	9	19	19	23	46	8	6	20	21	37	71
30 ≤ x ≤ 50	10	25	39	67	48	143	13	29	39	74	61	189
> 50 anni	0	1	2	15	7	40	0	2	2	13	8	44
<b>Operai (Blue Collar)</b>												
< 30 anni	71	48	0	0	0	0	61	42	0	0	0	0
30 ≤ x ≤ 50	72	156	0	0	0	0	84	155	0	0	0	0
> 50 anni	26	110	0	0	0	0	27	112	0	0	0	0

### 3.2 LO SVILUPPO E LA VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE

All'interno dell'impresa ogni dipendente rappresenta un'"anima pensante", che mette a disposizione e condivide le proprie qualità umane, creative ed esperienziali secondo un sentimento di responsabilità collettiva verso l'azienda, il marchio e il prodotto.

Rispetto, uguaglianza e valorizzazione del merito sono valori fondamentali del Gruppo, che ricorre a molteplici iniziative per attrarre persone dotate di elevate capacità professionali e per trattenerle presso di sé, riducendo per quanto possibile il tasso di *turnover*.

In particolare, la Società partecipa agli *open day* di orientamento organizzati da diversi Atenei italiani e sovente offre a giovani neolaureati opportunità di inserimento in azienda attraverso *stage* formativi (che di frequente si trasformano in contratti di lavoro). La Società collabora altresì con alcune scuole secondarie superiori del territorio umbro al fine di offrire ai più giovani l'opportunità di svolgere periodi di alternanza scuola-lavoro.

Per quanto concerne la formazione del personale di vendita, sono previsti (tra l'altro) percorsi di *induction* durante i quali i neoassunti addetti alle vendite hanno la possibilità di visitare la sede della Società, il borgo di Solomeo, Perugia e altre località limitrofe, così da toccare con mano la filosofia aziendale, di cui la tradizione e il territorio umbri costituiscono l'importante sostrato culturale e sociale. Lo scopo di questo percorso è quello di fornire al personale di vendita gli strumenti necessari a presentare in modo adeguato al consumatore finale il *brand* Brunello Cucinelli e tutto ciò che esso rappresenta.





Per gli altri dipendenti sono previsti momenti di formazione e aggiornamento professionale; una formazione più intensa è impartita nell'ambito dei contratti di apprendistato che riguardano i più giovani, ai quali vengono affiancate sul posto di lavoro figure esperte.

Il Gruppo offre prospettive di stabilità ai propri dipendenti: ciò è testimoniato dall'elevata percentuale di dipendenti assunti con contratto di lavoro a tempo indeterminato. Con specifico riferimento alla Società, nel periodo 2012-2017 gli apprendisti il cui rapporto è stato convertito, al termine dell'apprendistato, in un contratto a tempo indeterminato sono stati n. 285 su n. 296 (tasso di conversione pari al 96,3%) a conferma dell'importanza ricoperta dall'attività di formazione nel percorso di sviluppo professionale del personale.

Inoltre, il merito è incentivato attraverso la previsione di programmi che favoriscono lo sviluppo professionale; periodicamente, infatti, sono previste valutazioni sulle *performance* dei dipendenti che tengono conto di criteri essenzialmente di carattere qualitativo. Sulla base di tali valutazioni, vengono anche stabiliti gli avanzamenti di carriera.

Da lungo tempo la Società attribuisce ai dipendenti un premio cosiddetto di "responsabilità", il cui importo viene determinato nella stessa misura per tutti, a prescindere dall'inquadramento. L'ammontare del premio corrisposto con riferimento all'esercizio 2017 è stato significativamente incrementato.

Si ricorda poi che il Consiglio di Amministrazione della Società capogruppo, nella seduta del 13 dicembre 2013, ha approvato le linee guida di un programma, denominato "Passaggio Generazionale", volto a facilitare l'avvicendamento nelle posizioni di responsabilità dei più importanti uffici e dipartimenti in cui si articola la struttura organizzativa della Società, attraverso la selezione, l'inserimento e la formazione di una nuova generazione di *manager*. Il programma si prefigge l'obiettivo di formare dipendenti giovani, preparati e altamente motivati, realizzando altresì le finalità di conservazione delle conoscenze aziendali e di continuità nella gestione della Società. Il programma prevede che ciascun dipendente della Società che sia responsabile di un ufficio partecipi ad iniziative formative e a programmi di *tutoring* a favore dei lavoratori del proprio ufficio, tra cui poter selezionare colei o colui (per comodità il "secondo responsabile") che, per formazione, capacità, abilità tecniche, ecc., potrà essere investito della titolarità dell'ufficio. Si potrà diventare secondo responsabile solo dopo un periodo di prova di tre anni, nel corso del quale il secondo responsabile dovrà dimostrare le sue capacità e attitudini ad assumere il ruolo di responsabilità che gli si intende affidare in futuro quando l'avvicendamento con il responsabile dell'ufficio sarà operativo. La designazione del giovane dipendente come secondo responsabile non garantisce la futura nomina. Il programma prevede che l'avvicendamento alla guida di un ufficio avvenga allorché il responsabile raggiunga l'età di 60 anni; a quel punto, l'ex-responsabile continuerà ad operare al fianco del nuovo responsabile in veste di consigliere esperto.



Nelle tabelle che seguono sono riportate le assunzioni e le cessazioni del Gruppo suddivise secondo criteri di genere e ripartiti per area geografica<sup>3</sup>.

**Tabella 6 GRI 401-1: Occupazione**

Assunzioni e cessazioni suddivisi per età <sup>4</sup>	2016					
	Uomini			Donne		
	Italia	Resto d'Europa	Extra-UE	Italia	Resto d'Europa	Extra-UE
<b>Assunzioni</b>						
< 30 anni	12 1%	12 7%	16 4%	30 3%	11 6%	30 8%
30 ≤ x ≤ 50	15 2%	10 6%	26 7%	18 2%	12 7%	54 14%
> 50 anni	0 0%	0 0%	1 0%	7 1%	4 2%	16 4%
<b>Totale</b>	<b>27</b> 3%	<b>22</b> 13%	<b>43</b> 11%	<b>55</b> 6%	<b>27</b> 16%	<b>100</b> 26%
<b>Cessazioni</b>						
< 30 anni	1 0%	3 2%	22 6%	4 0%	8 5%	29 7%
30 ≤ x ≤ 50	10 1%	3 2%	27 7%	10 1%	13 8%	35 9%
> 50 anni	3 0%	0 0%	4 1%	8 1%	1 1%	17 4%
<b>Totale</b>	<b>14</b> 8%	<b>6</b> 4%	<b>53</b> 31%	<b>22</b> 13%	<b>22</b> 13%	<b>81</b> 48%

<sup>3</sup> Nel calcolo delle assunzioni e delle cessazioni non sono stati presi in considerazione i lavoratori con contratto a tempo determinato, assunti per coprire posizioni ed esigenze di carattere temporaneo quali picchi produttivi e di carattere sostitutivo (malattie, maternità, ecc.).

<sup>4</sup> Il tasso di assunzione e il tasso di cessazione per ciascuna area geografica sono calcolati sul totale della popolazione al 31/12 per area.



Tabella 7 GRI 401-1: Occupazione

Assunzioni e cessazioni suddivisi per età	2017					
	Uomini			Donne		
	Italia	Resto d'Europa	Extra-UE	Italia	Resto d'Europa	Extra-UE
<b>Assunzioni</b>						
< 30 anni	13 1%	9 5%	35 9%	35 4%	12 7%	58 15%
30 ≤ x ≤ 50	20 2%	9 5%	35 9%	11 1%	15 9%	80 20%
> 50 anni	2 0%	0 0%	6 2%	0 0%	0 0%	19 5%
<b>Totale</b>	<b>35</b> 4%	<b>18</b> 11%	<b>76</b> 19%	<b>46</b> 5%	<b>27</b> 16%	<b>157</b> 40%
<b>Cessazioni</b>						
< 30 anni	5 1%	5 3%	16 4%	4 0%	3 2%	18 5%
30 ≤ x ≤ 50	6 1%	11 6%	25 6%	9 1%	11 6%	36 9%
> 50 anni	1 0%	0 0%	5 1%	8 1%	1 1%	13 3%
<b>Totale</b>	<b>12</b> 7%	<b>16</b> 9%	<b>46</b> 27%	<b>21</b> 12%	<b>15</b> 9%	<b>67</b> 39%

In linea con il *trend* di crescita degli ultimi anni, si conferma sia per il 2016 che per il 2017 un dato elevato di assunzioni (rispettivamente, n. 274 e n. 359); al riguardo, è significativo il dato riferito alle assunzioni nella fascia di età sotto i 30 anni.

Diversamente, i dipendenti cessati nel corso del 2017 sono stati n. 177, in diminuzione rispetto al dato di n. 198 del 2016.

### 3.3 IL BENESSERE E IL RISPETTO DELLE PERSONE

Al riconoscimento del merito e allo sviluppo delle competenze si affiancano altri due valori a fondamento della politica di gestione delle umane risorse del Gruppo, ovvero il benessere ed il rispetto delle persone.

L'azienda crede fortemente che la diversità di genere, culturale e di *background* professionale dei propri dipendenti, rappresenti un'insostituibile fonte di arricchimento e di stimolo reciproco delle proprie risorse. Il Gruppo si adopera per contrastare ogni forma di discriminazione sul luogo di lavoro riconoscendo pari opportunità a tutti i dipendenti. Si rileva, a questo proposito, che nel corso degli ultimi due anni non è stato accertato alcun caso di discriminazione.



L'eterogeneità della composizione del personale è favorita altresì dal fatto che il Gruppo opera su scala internazionale. Per il Gruppo lavorano dipendenti appartenenti a 47 nazionalità diverse.

La politica attuata dalla Società rispetto al tema della gestione del personale muove dalla convinzione che, al fine di promuovere il benessere delle persone e, conseguentemente, un elevato livello di produttività delle stesse, sia indispensabile garantire un giusto equilibrio tra tempi di lavoro e di vita privata. Nella sede di Solomeo l'orario di lavoro è dalle 8 alle 17,30 con una pausa pranzo di un'ora e mezzo che consente a coloro che abitano nelle vicinanze di poter trascorrere la pausa con la propria famiglia, rinnovando così una tradizione molto sentita nel territorio. Viene disincentivato il lavoro oltre l'orario di chiusura e raccomandato di non inviare e-mail di lavoro durante il tempo libero.

Tra le iniziative finalizzate ad accrescere il senso di appartenenza al Gruppo, meritano di essere citate le assemblee aziendali organizzate almeno quattro volte all'anno, in occasione delle quali i dipendenti vengono aggiornati dallo stesso Presidente e Amministratore Delegato sull'andamento dell'attività d'impresa.

Un'importante iniziativa che la Società ha assunto in favore delle proprie persone è il programma denominato "Perché fiorisca la cultura", che si propone di valorizzare e favorire il tempo dedicato alle attività culturali e ricreative come naturale e indispensabile completamento della vita professionale. Il progetto prevede lo stanziamento di un budget annuale grazie al quale ciascun dipendente può acquistare libri, biglietti per spettacoli, corsi di formazione, ecc..

Le iniziative previste a vantaggio dei dipendenti sono a beneficio sia di quelli assunti *full-time* che (proporzionalmente) di quelli *part-time*.

In linea con l'obiettivo di promuovere e garantire la dignità e il benessere delle proprie persone, il Gruppo pone attenzione a che gli ambienti di lavoro siano non solo conformi agli standard di igiene e sicurezza imposti a livello normativo, ma anche tali da offrire un elevato livello di comfort.

Una particolare cura viene riservata all'estetica degli spazi, sia interni che esterni.

Gli stabilimenti e uffici della sede di Solomeo sono circondati da un parco di oltre 60.000 m<sup>2</sup> (vedi anche Capitolo 4, paragrafo 4.1.2); i dipendenti possono usufruire di questi ampi e curati spazi verdi durante la pausa pranzo, così da immergersi in questo contesto naturale, rilassarsi con passeggiate tra i viali alberati e godere dell'atmosfera speciale che emanano il roseto e il frutteto.

### **3.4 L'ATTENZIONE PER LA SALUTE E LA SICUREZZA DELLE PERSONE**

Il Gruppo Brunello Cucinelli rispetta la normativa per la tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro (in particolare, il D. Lgs. 81/2008).

Ad ogni dipendente viene garantita un'adeguata formazione e informazione sul corretto uso dei dispositivi e macchinari a disposizione.

Merita ricordare che nel 2015 la Società, con la collaborazione delle Università di Firenze e di Bologna, ha realizzato un progetto denominato "Progetto Ergonomia", il cui obiettivo è stato quello di individuare presidi



da implementare presso ciascuna sede del Gruppo volti a incrementare il livello di salute e di comfort di alcune mansioni lavorative che, secondo la letteratura, sono maggiormente esposte a sviluppare malattie professionali.

Lo studio, fatto in maniera preventiva (considerato che ad oggi non ci sono state malattie professionali), ha comunque portato all'adozione di ulteriori accorgimenti per tali mansioni, quali ad esempio l'acquisto di sedie maggiormente ergonomiche e il miglioramento delle postazioni così da adattare alle esigenze di ciascuna persona.

Inoltre, nel 2017 è stato eseguito dal Ciriad di Perugia (Centro Interuniversitario di Ricerca sull'Inquinamento e sull'Ambiente) uno studio delle condizioni di microclima interno e di benessere degli ambienti di lavoro, che ha rilevato condizioni di comfort ottimali conformemente agli obiettivi imposti dalla normativa vigente, nonché una percezione molto positiva, da parte del lavoratore, dell'ambiente lavorativo.

Particolare attenzione viene posta nei confronti dei dipendenti della Società che lavorano all'interno del reparto di lavanderia, dove viene utilizzato il percloroetilene, solvente che potrebbe avere impatti negativi sull'ambiente e sulla salute dei lavoratori ove non correttamente utilizzato. Per questo, oltre al costante monitoraggio e ai controlli che vengono effettuati a monte e a valle dell'utilizzo del solvente, a tutti i dipendenti che lavorano con lavasecco vengono forniti degli indumenti di protezione e sono sottoposti ad analisi periodiche.

Di seguito sono riportati i principali indicatori di prestazione legati alla salute e sicurezza dei dipendenti, tra cui il tasso di frequenza e l'indice di gravità degli infortuni, il tasso di malattie professionali e il tasso di assenteismo.

**Tabella 8: GRI 403-2 Indicatori relativi alle prestazioni di salute e sicurezza**

Dati relativi a tutti i dipendenti	2016					
	Italia		Europa		Extra-UE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Numero di infortuni in azienda	2	2	1	3	0	0
Infortuni in itinere	3	6	1	2	0	0
Numero totale di infortuni mortali legati al lavoro	0	0	0	0	0	0
Tasso di frequenza infortuni	0,003	0,002	0,009	0,015	0,000	0,000
Tasso di malattia professionale	0	0	0	0	0	0
Tasso di gravità	0,20	0,03	0,03	0,21	0,00	0,00
Tasso di assenteismo	0,02	0,03	0,01	0,04	0,01	0,01

Dati relativi a tutti i dipendenti	2017					
	Italia		Europa		Extra-UE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Numero di infortuni in azienda	2	4	2	3	0	0
Infortuni in itinere	2	3	2	1	0	0
Numero totale di infortuni mortali legati al lavoro	0	0	0	0	0	0
Tasso di frequenza infortuni	0,003	0,004	0,019	0,015	0,000	0,000
Tasso di malattia professionale	0	0	0	0	0	0
Tasso di gravità	0,12	0,05	0,87	0,41	0,00	0,00
Tasso di assenteismo	0,03	0,04	0,02	0,04	0,01	0,02



Gli infortuni registrati nel corso degli esercizi presi in considerazione sono estremamente ridotti (e più spesso riconducibili a infortuni *in itinere*) e ciò anche grazie alle cautele e ai presidi di controllo adottati dalla Società, e più in generale all'attenzione che viene posta al tema della sicurezza degli ambienti di lavoro.

Si sottolinea, inoltre, che il tasso di assenteismo è estremamente contenuto e che non si sono verificati casi di malattie professionali.

Il Gruppo è altresì attento al rispetto da parte dei propri *façonisti* delle normative in materia di salute e sicurezza. Infatti, tutti coloro che operano in nome e/o per conto della Società sono tenuti a realizzare le proprie attività nel rispetto delle procedure volte a garantire la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro (si rimanda al Capitolo 5, paragrafo 5.3, per maggiori informazioni).

## 4. LA PROMOZIONE DELLA CULTURA

### 4.1 LA CUSTODIA DELLA CULTURA UMBRA E ITALIANA

La realtà e l'immagine aziendale esprimono valori radicati nel territorio umbro.

Il paesaggio fatto di colline, borghi, castelli e chiese medievali, l'attenzione a preservare un ritmo naturale nel lavoro e nella vita, la custodia delle tradizioni, rappresentano elementi costitutivi dell'identità dell'impresa umanistica di Solomeo.

#### 4.1.1 IL RESTAURO E LA NUOVA VITA DEL BORGO

La storia dell'azienda è indissolubilmente legata a quella del borgo di Solomeo.

Già nel 1985, a sette anni dalla prima collezione prodotta, l'azienda si muove per acquisire i primi spazi nel borgo trecentesco di Solomeo, al fine di impiantarvi la propria sede. Dopo due anni di lavori, l'azienda si stabilisce negli spazi restaurati con l'intervento di artigiani locali, che impiegano materiali provenienti dal territorio circostante. Subito dopo, i lavori di restauro del borgo proseguono parallelamente alla crescita delle attività del Gruppo, per essere conclusi nel 1999.



Solomeo, Piazza della Pace

Sin dal principio, l'intento principale è stato quello di ristrutturare più che di costruire *ex novo*, e ciò al fine di custodire i valori del territorio. Tutti i restauri sono stati compiuti preservando le forme e le ripartizioni originali, tenendo conto del "*genius loci*" e dotando i locali delle moderne infrastrutture in modo da favorirne l'evoluzione nel tempo. Solomeo ha così riscoperto la sua antica vocazione produttiva; si è voluto realizzare una forma di coesione armonica tra vita lavorativa e vita privata all'interno del borgo, in modo da integrare il polo economico dell'impresa con la presenza umana. In questo senso si è realizzata la sintesi di profitto e umanità, tradizione e evoluzione, economia locale e economia globale.

Il lavoro di restauro e valorizzazione di Solomeo è stato completato dagli interventi promossi dalla Società, che ha ristrutturato ulteriori elementi del borgo e ha realizzato *ex novo* il Teatro Cucinelli (inaugurato il 3 settembre 2008) per formare quello che oggi è chiamato "Foro delle Arti".

Successivamente, nel 2010 è stata istituita la Fondazione Brunello e Federica Cucinelli che ha proseguito l'attività sino ad allora condotta dalla Società, sostenendo finanziariamente la programmazione di una nutrita stagione teatrale e musicale e organizzando un festival musicale estivo molto apprezzato.

La Fondazione è un ente separato dalla Società e dal Gruppo Brunello Cucinelli, senza scopo di lucro, che si propone fini di solidarietà e utilità sociale nella cultura e nell'arte, oltre che nei settori dell'educazione, dell'istruzione e della valorizzazione dei beni e delle attività culturali e dei beni ambientali; il suo obiettivo è sostenere ogni iniziativa che valorizzi la conoscenza, la tutela del territorio e dei monumenti, i valori della tradizione, i valori spirituali e quotidiani dell'uomo.



Teatro Cucinelli e Foro delle Arti



#### 4.1.2 LA NUOVA SEDE: PERIFERIA AMABILE E IMPATTO AMBIENTALE

I caratteri dell'espansione dell'azienda al di fuori del perimetro dell'antico borgo rispondono alla medesima filosofia che accompagna l'azienda sin dall'insediamento a Solomeo: il concetto di "periferia amabile" amplifica i termini in gioco nella ristrutturazione del borgo, come più volte espresso nei comunicati dell'azienda e nei discorsi del fondatore Cav. Lav. Brunello Cucinelli. Il principale obiettivo è stato quello di mantenere una continuità fondamentale con i valori più nobili del contesto, in questo caso la campagna umbra.

Dagli anni 2000, la crescita dell'azienda ha reso necessari nuovi spazi per produzione e uffici. Coerentemente con il progetto che ha coinvolto il borgo trecentesco, è stato acquisito un opificio industriale già presente ai piedi della collina dove si trova Solomeo. L'edificio è stato radicalmente ristrutturato con impiego di materiali e manodopera locale, prestando attenzione ai colori, alla coerenza con l'ambiente circostante e alla dotazione di ampie vetrate e finestre con l'obiettivo di rendere gli ambienti luminosi e con ampia visibilità sull'esterno.

A partire dal 2013, la Società ha accresciuto ulteriormente gli spazi con due nuovi padiglioni costruiti in continuità strutturale ed estetica rispetto al primo.

La nuova struttura a forma di ferro di cavallo circonda ora un giardino centrale, ispirato al concetto storico dell'"*hortus conclusus*".



Giardino centrale

Inoltre, alla fine del 2016, è stato inaugurato un nuovo padiglione destinato a supportare lo sviluppo del mondo digitale in vista dell'avvio della gestione diretta della *boutique online*, nel desiderio di rendere sempre più esclusiva e “artigianale” anche la presenza digitale.

Le ampie finestre presenti su tutti i lati dei padiglioni permettono ai dipendenti di volgere in ogni momento uno sguardo su un ambiente naturale curato. Tutti gli edifici della Società sono oggi circondati da un parco che si inserisce armonicamente nel paesaggio (v. infra).

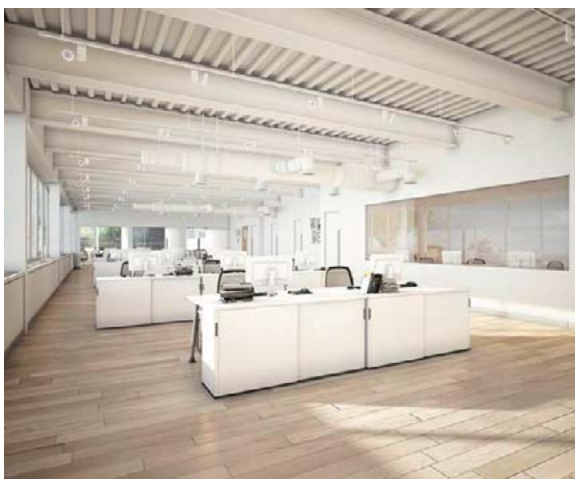
Anche in questo caso, agli interventi promossi dalla Società si sommano i progetti sostenuti dalla Fondazione Brunello e Federica Cucinelli. In particolare, nel 2014 è stato avviato il “Progetto per la Bellezza”, che completa la valorizzazione del contesto di periferia industriale del borgo di Solomeo attraverso la creazione di tre parchi ricreativi, sportivi e agronomici, così contribuendo alla qualità della vita lavorativa e privata di Solomeo: il “Parco Industriale” che si affianca a quello dell’azienda, il “Parco Agrario” e il “Parco dell’Oratorio Laico”. Per maggiori informazioni si rinvia a: <http://www.brunellocucinelli.com/it/beauty-project.html>.



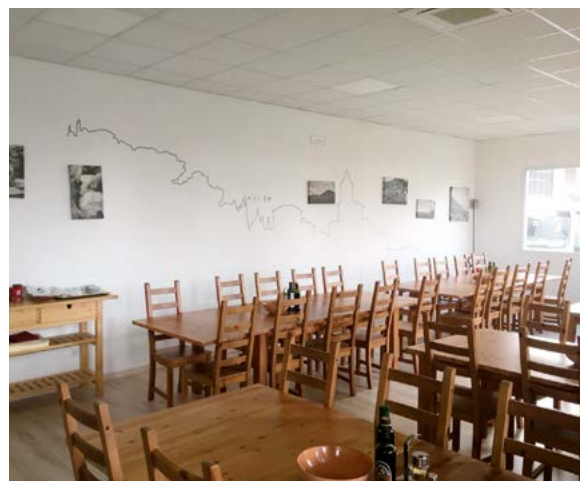
Nuovo padiglione e-commerce



La stessa attenzione alla cura dei luoghi di lavoro della sede principale della Società è stata posta anche nella realizzazione di quelle delle società controllate. In particolare, si ricorda che è stata inaugurata nel settembre 2017 la nuova sede amministrativa e logistica delle controllate americane, situata a Ardsley, NY, e sono proseguiti nel corso del 2017 i lavori di ristrutturazione dello stabilimento della società produttiva Pinturicchio S.r.l., in Avenza, Carrara; a tal riguardo, gli interventi hanno interessato la creazione di un ristorante aziendale, la ristrutturazione degli spazi produttivi e il rifacimento dell'area verde circostante.



Ardsley – NY



Avenza, Carrara

#### 4.1.3 LA SCUOLA DI ARTI E MESTIERI DI SOLOMEO E LA PROSPETTIVA PER IL FUTURO

L'opera di restauro e la nuova vita del borgo è culminata nella fondazione, nel 2013, della Scuola di Arti e Mestieri di Solomeo.

L'obiettivo è quello di offrire una formazione di alta qualità, umana e tecnica, a giovani allievi che vogliono apprendere le arti fondamentali della moda.

Il contesto etico riveste una particolare importanza per la filosofia aziendale: punta a restituire il giusto valore alla passione e alla dignità del lavoro, in particolare quello manuale, tra i giovani. Da un punto di vista più ampio, quindi, con l'apertura della scuola si è voluto dare un contributo alla conservazione della tradizione artigianale legata all'abbigliamento, una delle eccellenze della manifattura italiana.

La scuola si articola in cinque corsi, organizzati dalla Società e tenuti nell'antico borgo: rammendo e rimaglio per le discipline di maglieria, taglio e confezione per la creazione di capi in tessuto e, infine, sartoria, dedicata alla creazione degli abiti da uomo.

Ispirati alle antiche botteghe rinascimentali, nelle quali i giovani allievi venivano affiancati a maestri esperti, tutti i corsi contano un massimo di sei allievi, seguiti da "speciali docenti": i maestri sono, infatti, gli artigiani della stessa Società (e in qualche caso ex-dipendenti in pensione), che mettono a disposizione la loro esperienza e passione per accompagnare gli allievi nell'apprendimento dei mestieri. Tutti gli allievi ricevono una borsa di studio mensile e al termine degli studi sono liberi di proseguire la loro formazione o di mettere a frutto le conoscenze acquisite nel mondo del lavoro.

La scuola ha anche attivato corsi per attività diverse, tra cui quelli dedicati alle arti murarie, promossi e sostenuti dalla Fondazione Brunello e Federica Cucinelli.

Per maggiori informazioni si rinvia a: <http://www.brunellocucinelli.com/it/solomeo-school.html>.



Scuola di Arti e Mestieri di Solomeo

## 4.2 LE ATTIVITÀ A SOSTEGNO DEL TERRITORIO

### 4.2.1 “PROGRAMMA FILIERA”

Nel 2015 è stato avviato il “Programma Filiera”, un’iniziativa sviluppata in collaborazione con un primario istituto di credito italiano, dedicata alle piccole e medie realtà aziendali che operano come fornitori o *façonisti* per conto della Società.

La Società, quale capofiliera del progetto, ha la possibilità di integrare le valutazioni sul merito creditizio dei propri fornitori/*façonisti* elaborate dall’istituto bancario, comunicando informazioni di carattere industriale e permettendo così ai propri partner di ottenere un’offerta di servizi maggiormente personalizzata e con condizioni economiche più favorevoli della media del mercato di riferimento.

Obiettivo ultimo del programma è quello di agevolare il rilancio e lo sviluppo delle produzioni *made in Italy*, in qualsiasi settore esse operino, e permettere un’elastica opera di supporto per necessità gestionali, servizi bancari e agevolazioni per finanziamenti.

### 4.2.2 ATTIVITÀ DI RESTAURO NEL TERRITORIO

La Società dimostra un costante interesse nel supporto delle attività culturali e delle associazioni del territorio.

Una menzione particolare è per il progetto di intervento a sostegno della città di Norcia. In seguito al terremoto che ha colpito la città nell’ottobre 2016, la Società, unitamente ai dipendenti e ai tanti amici (tra cui, importanti



La Piazza centrale di Norcia, da destra a sinistra: La Basilica di San Benedetto, il Monastero adiacente e la Torre Civica del Comune



imprenditori stranieri) del Cav. Lav. Cucinelli, si è immediatamente attivata offrendo il proprio sostegno agli interventi di restauro degli elementi danneggiati, tra i quali la bellissima Torre Civica, simbolo laico del Comune di Norcia. All'iniziativa ha preso parte anche la Fondazione Brunello e Federica Cucinelli.

Il Cav. Lav. Cucinelli ha sempre rimarcato un legame spirituale e culturale speciale con questo magnifico borgo medievale, cui spesso fa riferimento come "la città dell'anima".

Si attendono i tempi tecnici per procedere al restauro della Torre Civica della città, monumento facente parte del complesso del palazzo comunale e della piazza centrale del borgo medievale.

### 4.3 ATTIVITÀ FILANTROPICA

La Società da sempre è impegnata in molteplici attività di carattere filantropico.

Tra queste particolarmente significativa è stata l'iniziativa a sostegno del Malawi. Nel 2008 è stato, infatti, siglato un Protocollo d'intesa tra il Gruppo Cucinelli, la Regione Umbria, l'Arcidiocesi di Perugia-Città della Pieve e l'associazione di Volontariato ONLUS "Amici del Malawi" per la ristrutturazione e qualificazione di un edificio adibito a ospedale in Pirimiti, nel distretto di Zomba. L'inaugurazione del complesso ospedaliero SOLOMEO RURAL HOSPITAL è avvenuta il 28 aprile 2011 e sin da allora, tutti i firmatari dell'accordo si sono impegnati nell'opera di assistenza, manutenzione, approvvigionamento e di formazione del personale dipendente dell'ospedale. In precedenza era stata completata anche la costruzione di un edificio adibito ad asilo, adiacente l'ospedale.

A partire dal 2011, anno precedente la quotazione in borsa della Società, tali attività sono state in gran parte prese in carico dalla Fondazione Brunello e Federica Cucinelli, che si è impegnata a proseguire l'opera iniziata, consolidando e promuovendo quei valori che da sempre hanno ispirato la Società, in tutte le sue attività.

Parallelamente, la Società e le sue controllate hanno continuato a realizzare opere benefiche. Si tratta di interventi aventi un'incidenza marginale sui conti consolidati (Euro 776 mila nel 2016, pari allo 0,17% circa del fatturato consolidato, e Euro 756 mila nel 2017, pari allo 0,15% circa del fatturato consolidato), che si aggiungono a quelli più cospicui posti in essere dalla Fondazione.

### 4.4 COMUNICAZIONE DELL'IDENTITÀ CULTURALE

Nel corso degli anni, l'immagine aziendale ha sviluppato e approfondito le forme e i messaggi della comunicazione secondo i valori che sin dall'origine sono stati avvertiti come connaturali e identificativi: valori non materiali, che comprendono temi etici ed estetici accanto a elementi specificamente legati alla cultura umbra e italiana. Questo approccio, costitutivo dell'"impresa umanistica", ha messo in secondo piano, se non escluso, il carattere commerciale del marchio e la presenza del prodotto, per concentrarsi su un livello di comunicazione sentito come più "alto", che comprende sia temi universali che elementi comunicativi specificamente locali.

Dalle immagini di campagna all'arredamento e all'estetica delle boutique, dai contenuti del sito al rapporto diretto con i clienti, tutte le forme di comunicazione sono improntate al medesimo spirito di condivisione di valori non materiali.

#### 4.4.1 VALORI AZIENDALI ATTRAVERSO IMMAGINI DI CAMPAGNA E CATALOGHI

L'immagine di campagna rappresenta uno dei principali veicoli dell'identità e del pensiero aziendale. Diffuse globalmente e rinnovate con il susseguirsi delle stagioni, le immagini scelte e prodotte dalla Società hanno sempre sottolineato l'importanza di valori universali, amplificati da scenari naturali o focalizzati su ambienti significativi della cultura umbra e italiana.

I temi affrontati dalle immagini riflettono i principali valori che l'impresa sostiene: l'importanza degli ideali come forma di unione e fratellanza universale, la cultura come eredità artistica, la tradizione come forma di conoscenza trasmessa dai nostri padri.





Un tema speciale, che più volte ha rappresentato il soggetto delle campagne nel corso degli anni, è il rispetto della natura e della terra come luogo da curare e da nutrire. L'idea di fondo, supportata dalle immagini, dai comunicati stampa e dalle interviste di Brunello Cucinelli, è quella della “custodia del Creato” come obiettivo comune, volto a lasciare in eredità un mondo più bello di come lo abbiamo ricevuto.





Oltre alle immagini di campagna, di particolare importanza sono i cataloghi istituzionali, distribuiti in tutto il mondo come pubblicazione ufficiale delle collezioni stagionali di moda.

In apertura delle parti dedicate alla moda, le pagine introduttive sono dedicate a temi culturali, storici o etici. Nel corso delle stagioni sono stati trattati, tra gli altri, argomenti quali la tradizione dei *Ceri di Gubbio*, il *Festival dei Due Mondi* di Spoleto, l'Abbazia di San Pietro in Valle, l'Università per Stranieri di Perugia, Assisi, Spello, la visione ecumenica di Federico II, la cultura mediterranea e il valore della custodia della cultura umbra a seguito del terremoto del 2016.



#### 4.4.2 L'IMMAGINE E LA CULTURA DI SOLOMEO ATTRAVERSO LE BOUTIQUE

La presenza di boutique nelle principali capitali e mete *resort* del mondo rappresenta un mezzo per veicolare i messaggi aziendali.

Il *concept* delle boutique riflette i principali valori estetici ed etici dell'impresa: arredamento conviviale degli ambienti, materiali naturali e medesime tonalità che caratterizzano l'azienda nel contesto naturale della campagna umbra. L'obiettivo è quello di offrire attraverso questi ambienti un'atmosfera rilassata e confidenziale, in modo da focalizzare l'attenzione, oltreché sulle collezioni, anche sullo stile di vita e cultura italiani – in particolare sulla declinazione realizzata a Solomeo, dove la custodia della natura e il valore di un tempo "umano" rappresentano aspetti fondamentali.





Esattamente come avviene per le collezioni, l'ideazione e la progettazione di tutti gli elementi di arredo avvengono a Solomeo e rispondono, quindi, alla filosofia che valorizza gli elementi naturali e un approccio dedicato alla qualità del tempo. Dove possibile, ad esempio, nei negozi monomarca a gestione diretta e in alcune boutique multimarca, i mobili sono prodotti dalle stesse aziende umbre che collaborano con la Società per la creazione dell'arredamento.



Vetrina "Cucina Italiana"  
Monte Napoleone, Milano

Anche l'allestimento della vetrina, canale di presentazione commerciale per eccellenza nelle principali vie della moda del mondo, rappresenta uno strumento importante per veicolare i temi etici aziendali. In particolare, il tratto caratteristico delle vetrine è rappresentato dalla presenza costante di materiali naturali, ideati e progettati a Solomeo e realizzati prevalentemente in Umbria. Nel corso delle stagioni, le vetrine si sono principalmente ispirate a tre tematiche fondamentali per l'azienda: il valore della natura, il *lifestyle* italiano e il mondo culturale e letterario.



Vetrina "Christmas Crib",  
ispirata alla tradizione dei presepi



Serie dedicata ad Expo di Milano 2015  
(tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita!") e alla natura.



Vetrina "Mulini a Vento"  
ispirata all'opera di Miguel de Cervantes



#### 4.4.3 FILOSOFIA E IDENTITÀ D'IMPRESA ATTRAVERSO IL WEB

Attraverso il *web*, l'azienda ha plasmato una distintiva forma di presenza digitale, che rispetta i medesimi canoni identitari dell'"impresa umanistica", declinati secondo forme di fruizione innovative e contemporanee. L'*heritage*, la filosofia e la cultura d'impresa legati al *brand* e allo stile di vita italiano costituiscono il fulcro per qualsiasi sviluppo e pubblicazione del sito web aziendale.



La caratteristica principale del sito *web* è l'accesso attraverso un solo portale a due distinte sezioni: "Filosofia", corrispondente al sito *corporate*, e "Boutique", corrispondente al sito di e-commerce. La parte del sito dedicata alla filosofia è costruita per raccontare la storia dell'impresa e diffonderne gli ideali: il capitalismo umanistico, la dignità morale ed economica del lavoro, la qualità del prodotto artigianale e il legame con il territorio. In particolare, un'intera sezione che va sotto il titolo di "Pensieri sul mondo contemporaneo" è dedicata ad approfondimenti su tematiche attuali rilevanti per la cultura aziendale.

### PENSIERI SUL MONDO CONTEMPORANEO



2017, "Discorso ai miei benemeriti Maestri del lavoro"



2017, "Verso un Universalismo dell'Uomo"  
Lectio per il Global Economy Prize al Kiel Institute  
for the World Economy



2017, "Un Capitalismo dell'Uomo per l'Uomo"  
Lettera edificante ai giovani di tutto il mondo  
TEDx Padova



2016, Artigiani Umanisti del Web

<http://www.brunellocucinelli.com/it/home.html>

La presenza e l'approccio della Società sul *web* – sia per quanto riguarda la filosofia che l'e-commerce – si riflettono nella figura ideale degli "Artigiani Umanisti del Web", descritta nell'omonima breve pubblicazione che rappresenta una sorta di "manifesto" per trasporre nel mondo digitale la cura, la qualità e il garbo che contraddistinguono il *brand*. La forte continuità che lega il prodotto alla filosofia aziendale viene così espressa anche attraverso il mondo digitale, dove il concetto di "protezione" ha un rilievo maggiore di quello di "promozione". Le potenzialità della diffusione permessa da *internet* non incidono sui criteri adottati per definire l'immagine del *brand*, che restano basati su una forma di comunicazione concentrata sui valori d'impresa e sulla percezione di esclusività del prodotto.



## 4.5 RAPPORTO CON I CLIENTI

Il rapporto della Società con i clienti si ispira alle regole del rispetto e della discrezione.

L'approccio seguito deriva dalla scala di valori della filosofia aziendale, che pone la massima attenzione al rispetto del tempo privato – dei dipendenti, così come dei clienti – e alla cura della qualità della vita. I contatti, via posta, telefono o *web*, sono perciò limitati al massimo, in quanto si preferisce l'instaurazione di un rapporto di fiducia, basato sugli interessi direttamente manifestati dai clienti.

Come naturale complemento di questo approccio discreto, viene rivolto ai clienti più affezionati un invito per un breve soggiorno in Umbria, dove hanno la possibilità di visitare personalmente l'azienda e Solomeo, oltre che visitare le città d'arte del territorio – tra le quali Perugia, Assisi e Spello – che sono particolarmente legate alla storia dell'azienda. In tal modo, si invitano i clienti a scoprire la cultura e le tradizioni del territorio, che diviene parte complementare del *brand* Brunello Cucinelli.



## 5. LA GESTIONE RESPONSABILE DEL PROCESSO DI PRODUZIONE E DI APPROVVIGIONAMENTO

### 5.1 CENNI SUL PROCESSO DI PRODUZIONE

La realizzazione delle collezioni di abbigliamento e accessori “Brunello Cucinelli” è un processo complesso che si articola in diverse fasi e che coinvolge, al contempo, molteplici soggetti, sia interni che esterni al Gruppo.

Le strategie di prodotto e l’attività comunicativa sono strettamente connesse, risultando così coerenti con l’immagine del *brand* e con lo stile Brunello Cucinelli.

#### Ideazione delle collezioni

Il processo ha inizio con le analisi del mercato e con la ricerca di nuove tendenze da parte degli addetti all’ufficio stile sia uomo che donna.

Il *team* dell’ufficio stile frequenta le principali località internazionali del mondo del *fashion* prendendo altresì parte a fiere della moda e del settore tessile, al fine di recepire e anticipare le nuove tendenze, nonché le richieste del mercato.

Successivamente viene avviato il processo creativo preceduto da un momento di confronto che vede coinvolti tutti i membri del *team* creativo, chiamati a definire e a condividere le linee guida stilistiche della collezione.

L’ufficio stile realizza le bozze dei disegni dei capi di abbigliamento e degli accessori della collezione. Contestualmente, vengono selezionati i materiali (filati, tessuti, pellami), nonché le relative *nuances* di colore. In particolare, grazie al lungo rapporto di fidelizzazione e fiducia esistente, la Società collabora a stretto contatto con i fornitori nella ricerca costante di materiali, ove possibile innovativi, da impiegare nella realizzazione dei propri capi e accessori.

#### Prototipazione

Una volta approvati dall’ufficio stile, i modelli ideati vengono trasmessi al reparto sviluppo prodotto (o reparto prototipia) della Società che, in stretta collaborazione con l’ufficio stile, procede alla realizzazione dei prototipi.

La prototipia viene realizzata all’interno dell’azienda e, soltanto in via residuale per alcuni prodotti specifici, da un numero limitato di laboratori artigianali di comprovata e lunga esperienza e fiducia.

Il reparto sviluppo prodotto è composto da un *team* di maestri e tecnici (più di 100, in prevalenza donne) altamente specializzati, che in tempo reale traduce le idee dell’ufficio stile in altrettanti prototipi; l’ufficio stile è così messo in condizione di valutare immediatamente, non solo su disegno, la bontà di ciascuna idea, di modificarla, validarla o eventualmente annullarla.

L’insieme dei prototipi validati dall’ufficio stile costituisce la base per lo sviluppo del campionario della collezione.





Reparto prototipia

### Approvvigionamento materie prime e produzione

In concomitanza con la presentazione della collezione e la campagna vendite, ha inizio la fase di approvvigionamento di materie prime di altissima qualità (principalmente filati, tessuti e pelletteria) presso aziende (quasi esclusivamente italiane) di comprovata affidabilità, cui fa seguito l'avvio della produzione.

La produzione, nelle sue fasi dirette, è demandata ai *façonisti* che collaborano con la Società: si tratta di aziende e laboratori artigianali di altissima qualità, di piccole e medie dimensioni, tutti italiani e prevalentemente concentrati in Umbria, che a dicembre 2017 impiegavano complessivamente circa 4.200 addetti. A tali laboratori, con i quali sono instaurati rapporti fondati su stima e rispetto reciproci, la Società fornisce un supporto attivo e continuativo.

Controlli di qualità rigorosi e continui sono implementati lungo l'intera catena del valore. Le fasi di lavorazione di tutti i capi Brunello Cucinelli svolte dai laboratori specializzati sono infatti sottoposte ad attenti controlli da parte del personale della Società, così da garantire la qualità del semilavorato durante il suo avanzamento e, infine, quella del prodotto finito.

In particolar modo, per quanto riguarda i capi di maglieria, che rappresentano il 23%<sup>5</sup> circa della produzione, i semilavorati rientrano in azienda al termine di ognuna delle numerose fasi di lavorazione (possono arrivare sino

<sup>5</sup> Il dato si riferisce all'esercizio 2017.



ad otto) per essere sottoposti, uno ad uno, a scrupolosi controlli di qualità da parte del personale specializzato. Al termine di ogni singolo controllo intermedio, il prodotto semi-lavorato viene riconsegnato al *façonista* cui è affidata la successiva fase produttiva. I capi di maglieria vengono sottoposti al trattamento di “follatura”, passaggio estremamente importante e delicato, eseguito esclusivamente all’interno dell’azienda, che consente di conferire al capo il più alto grado di morbidezza e compattezza.

## Distribuzione

Terminato il processo produttivo, i prodotti risultati conformi agli standard di qualità della Società vengono sottoposti alle procedure conclusive di confezionamento per poi essere distribuiti ai clienti, tramite vettori incaricati sulla base degli accordi commerciali con detti clienti.

Al riguardo, si segnala che la Società rispetta (ed impone a tutta la filiera) elevatissimi standard di sicurezza, sia a tutela delle persone direttamente coinvolte nei processi, sia al fine di una più efficiente spedizione, con risparmio di tempo e costi. Grazie a tali standard di sicurezza, la Società ha ottenuto dall’ENAC (Ente Nazionale Aviazione Civile) la qualifica di “Mittente conosciuto” e, pertanto, si avvale esclusivamente di vettori che siano accreditati quali “agenti regolamentati” o che comunque agiscano nel rispetto della normativa ENAC di riferimento.

Con particolare riguardo al processo di approvvigionamento e produzione, il Gruppo pone da sempre la massima attenzione nel garantire il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori, oltre che al proprio interno, anche lungo la catena di fornitura. In particolare, l’impegno della Società si concentra sui *façonisti*, con cui vanta rapporti pluriennali basati sulla reciproca fiducia, e sui fornitori di materie prime; a tutti viene richiesto il rispetto delle normative vigenti oltre che di elevanti standard di qualità.

Pur in assenza di politiche specifiche per la selezione e la valutazione dei fornitori in relazione ad aspetti sociali, la Società ha esplicitato all’interno del proprio Codice Etico regole di condotta da seguire nei confronti di fornitori e collaboratori esterni, cui è richiesto, oltre a professionalità e affidabilità, di condividere e tutelare i principi espressi nel Codice stesso, in modo da promuovere lo sviluppo di rapporti duraturi nel tempo.

Il Codice Etico è il documento che consacra i valori fondanti e ispiratori dell’attività del Gruppo, tra i quali un ruolo essenziale è svolto dalla centralità dell’essere umano e dal rilievo dei rapporti interpersonali, costantemente improntati a legalità, onestà, trasparenza, correttezza e buona fede. Inoltre, il Codice Etico afferma che “*i fornitori, i consulenti, i façonisti, gli agenti, i procacciatori d’affari, sono selezionati secondo procedure rispettose delle leggi di volta in volta applicabili e costantemente improntate a criteri di trasparenza, concorrenzialità ed efficienza*”. A tal proposito, inoltre, ai dirigenti e dipendenti responsabili delle funzioni aziendali che partecipano a tali processi viene raccomandato di monitorare il rispetto della normativa in materia di lavoro, tra cui quella concernente il lavoro minorile e la salute e sicurezza dei lavoratori.

Nei paragrafi che seguono sono illustrate le pratiche adottate dalla Società per la gestione del processo di approvvigionamento di materie prime e del rapporto con i *façonisti*.



## 5.2 LE MATERIE IMPIEGATE NEL PROCESSO PRODUTTIVO

Per la realizzazione del prodotto finito il Gruppo si approvvigiona delle seguenti categorie di materiali:

- materiali per la realizzazione dei prodotti;
- materiali per il packaging dei prodotti;
- materiali per il funzionamento del reparto lavanderia.

A questi si aggiungono i materiali di consumo utilizzati per le attività operative dei reparti produttivi e logistici e quelli utilizzati per le attività di ufficio.

Nel 2017 la spesa totale per l'approvvigionamento delle materie prime, sussidiarie e di consumo è stata pari a Euro 82,6 milioni circa; la spesa verso fornitori italiani pesa per il 95,5%.

**Tabella 9: GRI 204-1 Percentuale di spesa verso fornitori locali**

Spesa per materie prime, sussidiarie e di consumo per Area Geografica (acquistate dalla Società)	2016 €	2017 €
Italia	75.603 mila	78.858 mila
di cui Umbria	8.568 mila	9.770 mila
Altri Paesi UE	2.534 mila	2.778 mila
Paesi Extra-UE	398 mila	957 mila
Sub-Totale	78.535 mila	82.593 mila
di cui:		
- <i>Materia Prima e Merchandising</i>	75.016 mila	79.181 mila
- <i>Altri Materiali di Consumo</i>	3.519 mila	3.412 mila
Riepilogo Materie acquistate dalla Società	78.535 mila	82.593 mila
Materie Prime acquistate dalle altre società del Gruppo	3.268 mila	4.618 mila
<b>Tot. Acquisti del Gruppo</b>	<b>81.803 mila</b>	<b>87.211 mila</b>

### 5.2.1 MATERIE PRIME PER LA REALIZZAZIONE DEI PRODOTTI

È priorità della Società quella di offrire al consumatore finale un prodotto di altissima qualità e artigianalità, derivante dall'utilizzo di pregiate materie prime, appositamente selezionate.

Nella realizzazione dei manufatti, la Società impiega filati (principalmente cashmere) tessuti e pellami. Il cashmere, materia prima icona del Gruppo, scelta tra le qualità più pregiate provenienti dalla Mongolia e dalla Cina, viene filato o tessuto dalle principali aziende italiane del settore. Una volta acquistate, le materie prime vengono tutte sottoposte a controlli di qualità in azienda e, solo successivamente, fornite ai *façonisti* per dare avvio alla produzione.

I controlli di qualità oltre che supportati da macchinari e da strumentazioni tecniche avvengono sistematicamente anche con la prova di indosso. In questo modo, si ha la possibilità di verificare immediatamente il risultato estetico di ogni singolo prototipo e la riuscita dei materiali impiegati, per poi procedere all'eventuale fase di "sdifetto", ovvero la fase in cui le imperfezioni del prototipo sono eliminate.



La tabella sottostante indica le tipologie e i quantitativi delle principali materie prime acquistate nel 2016 e nel 2017.

**Tabella 10: GRI 301-1 Materiali utilizzati**

Materia prima	Unità di misura	Quantitativi	
		2016	2017
Filati (di cui Cashmere)	Kg	131.000 (39,5% in Kg 61,4% in €)	133.860 (38,3% in Kg 62% in €)
Pellami	m	181.000, di cui 2,3% CITES	194.200, di cui 2,4% CITES
Tessuti	m	1.818.000	2.019.600

In generale, la Società acquista le materie prime da fornitori italiani; fanno eccezione il *denim* – il cui approvvigionamento viene effettuato direttamente presso fornitori giapponesi, considerati *leader* mondiali nel settore – e alcuni pellami pregiati forniti da un produttore spagnolo.

Gran parte dei fornitori dai quali sono acquistate le materie prime intrattiene da molti anni rapporti con la Società; essi rappresentano un fondamentale punto di riferimento nella catena del valore, nonché una garanzia in termini di affidabilità e qualità.

La Società pone attenzione alle normative nazionali ed internazionali in materia di approvvigionamento, importazione ed esportazione di materie prime, con particolare riferimento a quelle provenienti da specie animali minacciate di estinzione (si veda, ad es., la Convenzione di Washington del 1973, c.d. “Convenzione CITES”).

Ai fini dell’approvvigionamento delle piume d’oca<sup>6</sup> impiegate nella realizzazione di piumini, la Società si rivolge ad un fornitore italiano che certifica il trattamento sanitario della piuma e attesta di non rifornirsi da allevatori che praticano lo “*spiumaggio*” (tecnica che provoca inutili sofferenze all’animale), bensì da allevatori europei che da generazioni allevano oche per fini alimentari e che garantiscono di evitare loro ogni forma di maltrattamento.

## 5.2.2 PACKAGING

Relativamente al “*packaging*” del prodotto, occorre distinguere: 1) la fase di trasporto del materiale/prodotto semilavorato dalla sede di Solomeo ai laboratori dei *façonisti*, durante le fasi di lavorazione e controllo qualità (che, come detto, viene svolto costantemente durante l’intero processo produttivo) e 2) la fase di imballaggio del prodotto finito destinato alla spedizione (ai clienti rivenditori e ai clienti *retail*).

Nella prima fase, il materiale/prodotto semilavorato viene inserito in buste di plastica protettive e, poi, riposto all’interno di scatole di cartone che sono riutilizzate più volte, sino ad esaurimento. Sono in corso di valutazione soluzioni alternative di minor impatto ambientale.

Nella seconda fase, ossia in quella dell’imballaggio del prodotto finito, vengono utilizzati contenitori di cartone e talvolta di tessuto, questi ultimi riutilizzabili dal cliente *retail* e forniti per la miglior conservazione di determinati prodotti come, ad esempio, le calzature, le borse o gli accessori.

<sup>6</sup> Merita precisare che le piume non rappresentano una materia prima di particolare rilievo per la Società.



Nella tabella che segue sono indicati i dati relativi ai materiali acquistati per il *packaging*.

**Tabella 11: GRI 301-1 Materiali utilizzati**

Materia Prima	Quantitativi (kg)	
	2016	2017
Carta/Cartone (rinnovabile)	670 t di cui 148 t è carta riciclata e 50 t è certificata FSC	657 t di cui 179 t è carta riciclata e 83 t è certificata FSC
Plastica (non rinnovabile)	88 t	75 t

In relazione ai materiali indicati nella tabella di cui sopra, si precisa che la carta e il cartone acquistati dalla Società vengono utilizzati non soltanto per il *packaging* dei prodotti finali ma, almeno in parte, per alcune fasi della produzione. Peraltro, nei quantitativi sopra indicati sono compresi i contenitori di cartone acquistati direttamente dalla Società per essere spediti successivamente ai negozi monomarca del Gruppo presenti in tutto il mondo.

### 5.2.3 ALTRI MATERIALI

La follatura dei prodotti è l'unica fase del processo produttivo che si svolge interamente presso la sede di Solomeo (vedi anche paragrafo 5.1). Trattasi di un passaggio molto importante e delicato, considerata l'elevata qualità dei materiali utilizzati nella realizzazione dei prodotti.

Nella tabella sottostante vengono indicati i materiali impiegati in questa fase.

**Tabella 12: GRI 301-1 materiali utilizzati**

Materiale utilizzato (Lavanderia)	Quantità (kg)	
	2016	2017
Sapone neutro	1.200	800
Ammorbidente	6.620	6.360
Antischiuma	280	90
Percloro	825	880
Detersivo in polvere	380	480

Si osserva che, nel corso del 2017 la Società ha utilizzato 33.656 kg. di carta (diversa da quella per uso *packaging*) in diminuzione rispetto ai 37.185 kg. del 2016.

Al fine di ridurre l'impatto ambientale prodotto dalla propria attività, nel 2017 la Società ha avviato l'iniziativa denominata "Progetto Green", il cui obiettivo principale consiste nell'ottimizzare la raccolta differenziata dei rifiuti, nel sensibilizzare i dipendenti ad un consumo accorto e al riciclo della carta, nonché nella digitalizzazione degli archivi.



### 5.3 RAPPORTI CON I TERZI: FORNITORI E FAÇONISTI

Come detto, la Società realizza i propri prodotti avvalendosi dell'opera di imprese esterne al Gruppo<sup>7</sup>, i c.d. *façonisti*, vale a dire imprese di piccole e medie dimensioni che realizzano prodotti con tecniche di lavorazione tipicamente artigianali.

Tutti i *façonisti* cui si rivolge la Società sono italiani, operanti in Italia; di questi circa l'80% nel territorio umbro.

Inoltre, essi si distinguono per la loro alta specializzazione. Rispetto ai capi di abbigliamento e con particolare riferimento alla maglieria, la specializzazione dei *façonisti* non è solo per prodotto ma, rispetto al singolo prodotto, per ciascuna delle fasi del relativo processo produttivo. Ciò consente al Gruppo di ottenere prodotti di qualità e di ridurre il carico complessivo di lavoro gravante su ciascun *façonista*, oltre che di facilitare i controlli qualitativi svolti dal Gruppo. In tal modo risulta anche ridotto il rischio di dipendenza da singoli *façonisti* poiché esiste più di un *façonista* per ogni singola fase produttiva, e sono abbreviati i tempi di produzione delle singole commesse.

Nella selezione dei fornitori di materie prime, così come dei *façonisti*, la Società ricerca anzitutto un'elevata professionalità e affidabilità, idonee a garantire il rispetto degli standard qualitativi che caratterizzano i prodotti a marchio Brunello Cucinelli.

È considerata condizione imprescindibile la piena adesione da parte di *façonisti* e fornitori ai principi contenuti nel Codice Etico della Società, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 20 giugno 2011 e considerato parte integrante del Modello di organizzazione e controllo adottato ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001.

La tabella che segue evidenzia la spesa per lavorazioni esterne (c.d. *façon*) suddivisa per area geografica.

#### *Façonisti*

**Tabella 13: GRI 204-1 Percentuale della spesa destinata ai fornitori locali**

Spesa per lavorazioni esterne suddivisa per area geografica	2016		2017	
	€	N. Laboratori	€	N. Laboratori
Italia	82.338 mila	330	87.852 mila	333
<i>di cui Umbria</i>	49.396 mila	263 (80% del totale)	52.920 mila	265 (80% del totale)
Altri Paesi UE	0		0	
Paesi Extra-UE	0		0	
<b>Totale</b>	<b>82.338 mila</b>		<b>87.852 mila</b>	
Lavorazioni con componente di materiali	4.649 mila		4.934 mila	
<i>di cui</i>				
Italia	4.642 mila		4.927 mila	
Europa	7 mila		7 mila	
Extra-Europa	0		0	

<sup>7</sup> Fanno eccezione le società del Gruppo Max Vannucci S.r.l. e Pinturicchio S.r.l., specializzate rispettivamente nella maglieria e nella produzione di giacche da uomo.

Di seguito viene rappresentata la provenienza regionale dei *façonisti* di cui il Gruppo si avvale secondo le tipologie di prodotto.



Lo sviluppo di forti relazioni personali con i singoli *façonisti* è considerato una priorità della Società, oltreché il presupposto necessario per la costruzione di rapporti professionali solidi e proficui, come tali destinati tendenzialmente a protrarsi nel lungo periodo. Al riguardo, la Società, facendo leva sulla propria esperienza e conoscenza del settore, si mette a disposizione dei propri *façonisti* offrendo loro (laddove richiesto) un supporto consulenziale in diversi ambiti: organizzativo, legale, finanziario. In questo modo il *façonista* ha la serenità di avere alle spalle un supporto professionale che va oltre il mero aspetto tecnico, interessando anche gli aspetti organizzativi.

È consuetudine da molti anni che nel mese di dicembre venga organizzato un evento conviviale a cui sono invitati tutti i *façonisti*, con l'obiettivo di condividere i traguardi raggiunti insieme nell'anno, i progetti e le tendenze del mercato.



La Società effettua controlli continui sull'operato dei *façonisti*, sotto il profilo della qualità tecnica dell'attività commissionata, in un rapporto di reciproco scambio con arricchimento di professionalità e *know-how* per entrambe le parti.

Si può concludere che questo modello di rapporti favorisce il perseguimento dell'obiettivo aziendale di dare dignità morale ed economica ai propri *façonisti*.

I controlli che la Società svolge presso le aziende dei propri *façonisti* sono anche il momento per la verifica del rispetto delle regole di condotta imposte dal Codice Etico. Viene verificato che le attività siano esercitate in ambienti idonei e salubri, nel rispetto dei diritti dei lavoratori. Al riguardo, si rileva che, ai sensi del Codice Etico, la selezione di *façonisti* e fornitori avviene assicurando loro pari opportunità di partecipazione e verificando che dispongano di mezzi, strutture organizzative, capacità tecniche ed esperienza, sistemi di qualità e risorse adeguate alle esigenze e all'immagine della Società, ma soprattutto verificando il rispetto della normativa in materia di lavoro, ivi incluso per ciò che attiene il lavoro minorile, la salute e la sicurezza dei lavoratori (cfr. art. 5.1 del Codice Etico).

L'accertamento del mancato rispetto delle regole di condotta contenute nel Codice Etico espone il *façonista* (o fornitore) alla cessazione del rapporto con la Società.

**“L’essere umano al centro della Fabbrica Contemporanea: *Pro Hominibus dignitatem*”**

*“Siamo artigiani contemporanei, che da una parte hanno in mano le forbici, e dall'altra l'Ipad. Vogliamo accettare il cambiamento imparando a governarlo e ponendoci come umanisti del web”*

Nel corso dell'esercizio 2017, la Società, con la stipula di un contratto di rete con altri *partner*, ha avviato il progetto denominato “L’essere umano al centro della Fabbrica Contemporanea: *Pro hominibus dignitatem*”.

Trattasi di un progetto di ricerca e sviluppo sperimentale il cui obiettivo immediato è quello di studiare ed implementare nuove tecnologie in grado di ridefinire l'intera filiera, dalle attività di ideazione, progettazione e creazione, fino a quelle di logistica, integrando altresì i fornitori al fine di monitorare tutte le fasi produttive nella loro interezza: tali tecnologie andranno a supportare il lavoratore che, alleggerito così da mansioni puramente operative, potrà dedicare più tempo ed energie all'espressione della propria creatività e abilità tecnica, a tutto vantaggio dell'efficienza e della qualità della produzione.

Il fine ultimo è quello di valorizzare il benessere e la dignità della persona, il cui contributo in termini di artigianalità e creatività resta insostituibile.

Alla base del progetto, tanto innovativo quanto coerente con i valori che da sempre ispirano la Società, vi è la profonda convinzione che la tecnologia debba essere concepita non come fine, bensì come strumento al servizio dell'uomo.

Il progetto, che abbraccerà un arco temporale pluriennale, vedrà collaborare tra loro entità differenti, quali università e centri di ricerca tecnologici all'avanguardia (SDA Bocconi, MIT- Massachusetts Institute of Technology, Dipartimento di Ingegneria dell'Università degli Studi di Perugia, Fondazione Istituto Italiano di Tecnologia), nonché fornitori e società di consulenza.





## 6. L'ATTENZIONE VERSO L'AMBIENTE

L'amore per l'ambiente e il territorio circostante costituisce un tassello importante della filosofia aziendale che, informata ai valori del “*capitalismo umanistico*”, considera l'uomo come “custode del creato”, chiamato a porsi di fronte alla natura e alle sue risorse in maniera rispettosa e responsabile.

Ciò si traduce in un impegno concreto da parte del Gruppo nel programmare le proprie attività affinché siano sostenibili anche da un punto vista ambientale.

Per quanto concerne le attività realizzate dal Gruppo, l'analisi degli impatti ambientali correlati evidenzia come essi si concentrino principalmente all'interno dei seguenti ambiti:

- con riguardo alle fasi di acquisto di materie prime e produzione, i principali impatti riguardano i consumi energetici che assicurano il funzionamento dei magazzini di ricezione e stoccaggio, e delle fasi produttive, incluso il controllo della qualità dei prodotti. All'interno di tali strutture è presente anche una lavanderia, adibita alla fase di c.d. “follatura” dei capi di abbigliamento, a cui sono associati gli impatti sulle risorse in termini di consumi e scarichi idrici;
- con riguardo alle fasi di distribuzione e deposito presso i negozi, rilevano principalmente i consumi energetici associati al funzionamento dei centri di deposito e spedizione dei prodotti finiti nonché delle *boutique* gestite dal Gruppo (c.d. DOS).

Pur in assenza di una politica ambientale formalizzata (in virtù della limitata rilevanza degli impatti ambientali generati), il Gruppo è impegnato nella custodia e tutela dell'ambiente e, come indicato all'interno dei principi generali del suo Codice Etico, “*contribuisce in maniera costruttiva alla sostenibilità ecologica in tutte le proprie attività; tale impegno a salvaguardare l'ambiente si concretizza attraverso una programmazione delle attività che ricerca un equilibrio tra iniziative economiche e imprescindibili esigenze ambientali in conformità delle direttive nazionali ed internazionali in materia*”.

Il tema del rispetto dell'ambiente è affrontato anche nei “Principi di riferimento per l'adozione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001”. In particolare, tra i reati-presupposto previsti dal modello di gestione adottato dalla Società *ex art. 6* del D.Lgs. 231/2001, sono annoverati anche i reati ambientali e, ai fini di prevenzione, sono contemplati i protocolli e i presidi volti specificamente alla disciplina dei processi aziendali che potrebbero essere l'occasione per la commissione di tali reati.

### 6.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI DI GAS AD EFFETTO SERRA

Come anticipato, i principali impatti ambientali riguardano il consumo di risorse energetiche, a sua volta correlato al funzionamento degli impianti e degli edifici di cui il Gruppo si avvale e in cui opera.

In particolare, con riguardo al ciclo di produzione, rilevano i consumi di gas naturale e di energia elettrica che garantiscono l'operatività delle principali strutture del Gruppo, ovvero gli impianti di prototipazione, i magazzini di ricezione e stoccaggio e la lavanderia; sempre all'ambito operativo afferiscono i consumi di carburante della flotta aziendale.



In aggiunta a questi, sono considerati i consumi di gas naturale e di energia elettrica che permettono l'operatività nei reparti produttivi e negli uffici commerciali, logistici, amministrativi e direzionali situati presso le sedi della Società, della Pinturicchio S.r.l. e della Max Vannucci S.r.l., nonché degli uffici e delle rappresentanze commerciali nel resto del mondo e dei DOS gestiti dalle società del Gruppo<sup>10</sup>; a tal riguardo, i consumi energetici sono relativi all'illuminazione e al riscaldamento dei locali.

La Società, nel corso del 2015, in conformità con quanto prescritto dal D. Lgs. n. 102/2014, ha predisposto un "Rapporto di Diagnosi Energetica" per il sito di Solomeo al fine di descrivere il sistema energetico aziendale e i relativi consumi, e definire i possibili interventi di miglioramento in termini di efficienza energetica, quantificandone i conseguenti risparmi.

Nelle tabelle che seguono sono indicati i consumi di gas naturale e di elettricità nel 2016 e nel 2017. Significativo è l'aumento del ricorso a fonti rinnovabili registrato nel 2017, dovuto al completamento del passaggio ad un nuovo fornitore (passaggio avviato nell'aprile 2016) che utilizza centrali idroelettriche (quindi fonti rinnovabili) per la produzione di energia elettrica.

**Tabella 14: GRI 302-1 (a, b, c, d, e) Consumi energetici**

	Unità di misura	2016	2017
Gas Naturale	GJ	14.451	15.564
Elettricità	GJ	27.850	29.668
Di cui da fonti rinnovabili	GJ	1.704	15.600

**Tabella 15: GRI 302-1 (a, b, c, d, e) Consumi energetici della flotta aziendale**

Flotta aziendale	Unità di misura	2016	2017
Benzina	GJ	54	33
Diesel	GJ	6.982	7.497

**Tabella 16: GRI 305-1 e 305-2 Emissioni di gas a effetto serra**

	Unità di misura	2016	2017
Emissioni dirette ("scope 1") <sup>9</sup>	ton CO <sub>2</sub> eq	1.361	1.608
Emissioni indirette ("scope 2")	ton CO <sub>2</sub> eq	2.760	3.138

<sup>8</sup> Non rilevano ai fini della presente Relazione i punti vendita gestiti da terzi (*franchisees*).

<sup>9</sup> Tali emissioni includono anche le perdite di gas refrigeranti per l'Italia.



### **Analisi della *Carbon Footprint* del maglione di cashmere**

In data 28 novembre 2012, Brunello Cucinelli S.p.A. siglò un accordo volontario con il *Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare* in materia di “promozione di progetti comuni finalizzati all'analisi, riduzione e neutralizzazione dell'impatto sul clima del settore della produzione tessile, maglieria & moda”. Tale accordo si inseriva nel più ampio programma di valutazione dell'impronta ambientale del *Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare* finalizzato a promuovere progetti comuni di sviluppo di metodologie di analisi, di riduzione e di neutralizzazione dell'impatto sul clima di prodotti, servizi e processi produttivi.

Nell'ambito di questo accordo è stata condotta un'analisi della “carbon footprint” del maglione basico da uomo in cashmere 100% (in cinque diverse versioni) prodotto dalla Società; l'obiettivo era di fornire all'azienda una descrizione degli impatti di carbonio relativi alla produzione e all'intero ciclo di vita del maglione, nonché di identificare i contributi più significativi della “carbon footprint”.

La contabilizzazione della “carbon footprint” del maglione (nelle sue cinque versioni), condotta in conformità ai requisiti e alle linee guida del *WRI/WBCSD GHG Protocol Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard* (che segue un approccio c.d. Life Cycle Assessment, analizzando cioè l'intero ciclo di vita del prodotto “dalla culla alla tomba”), ha preso in considerazione le seguenti cinque fasi:

- acquisizione e pretrattamento di materiale in input;
- produzione;
- distribuzione e stoccaggio;
- fase di uso;
- fine vita.

Per ogni fase sono state calcolate le relative emissioni di gas a effetto serra (GHG) in funzione della specifica attività e di adeguati fattori di emissione; una volta determinate le emissioni associate a ciascuna fase del ciclo di vita del prodotto, le stesse sono state sommate per ottenere la “carbon footprint” del maglione.

I risultati dell'analisi hanno evidenziato che le componenti più importanti della “carbon footprint” del prodotto considerato sono rappresentate dalla fase di uso e dalla fase di acquisizione dei materiali di input, entrambi fasi del ciclo di vita sulle quali risulta difficile intervenire in maniera diretta al fine di una eventuale riduzione delle relative emissioni. Le fasi di produzione e distribuzione contribuiscono invece in maniera minore, coprendo insieme circa un terzo delle emissioni totali.

Inoltre, dall'aprile 2016, il Gruppo è passato ad acquisire energia elettrica in Italia da un fornitore che produce energia verde da centrali idroelettriche.



## 6.2 CONSUMI E SCARICHI IDRICI

La (sia pur limitata) rilevanza del tema riguardante la gestione delle risorse idriche è connessa alla presenza, presso il sito di Solomeo, di una lavanderia utilizzata in fase di c.d. follatura; in tale fase, i capi di maglieria sono sottoposti a un trattamento di lavaggio affinché acquistino la consistenza e la morbidezza desiderate (v. Capitolo 5, paragrafo 5.1).

All'interno della lavanderia sono presenti tre lavatrici a secco, tre lavatrici in acqua e cinque asciugatrici ("tumbler"). Il ciclo di "lavaggio" è il seguente: i capi di maglieria provenienti dai *façonisti* sono inizialmente lavati nelle lavatrici a secco per poi passare al lavaggio in acqua, che avviene a temperatura non superiore a 40°C in modo che la fibra di *cashmere* non si danneggi; infine, i capi sono riposti nei *tumbler* per l'asciugatura finale.

Come già anticipato, quella della lavanderia costituisce l'unica attività potenzialmente a rischio di impatto ambientale in virtù della necessità di scaricare acque reflue industriali contenenti sostanze potenzialmente pericolose. Peraltro, al fine di prevenire tale rischio, è in funzione un depuratore che raccoglie e tratta la maggior parte degli scarichi idrici della Società, tra cui le acque reflue della lavanderia, prima che queste vengano immesse in un corpo idrico superficiale.

Il sito, essendo sottoposto ad Autorizzazione Unica Ambientale (A.U.A.), adotta un sistema di monitoraggio delle acque di scarico atto a verificare la conformità dei parametri allo scarico. La Società, infatti, è tenuta ad effettuare periodicamente, tramite tecnico abilitato, campionamenti e analisi chimico-biologiche delle acque reflue, al fine di certificare la conformità degli scarichi rispetto ai limiti di legge previsti e l'eventuale presenza di ulteriori sostanze pericolose. Tali certificati di analisi devono essere poi presentati, con apposita comunicazione, all'ARPA Umbria che, in caso di necessità, può procedere all'aggiornamento delle condizioni autorizzative.

Per quanto riguarda i prelievi idrici, infine, l'acqua prelevata all'interno del sito di Solomeo proviene da acquedotto pubblico quando è destinata ad uso civile, mentre viene emunta da pozzi o dai serbatoi di stoccaggio e recupero delle acque piovane quando destinata ai processi produttivi. Il pozzo risulta regolarmente denunciato e monitorato<sup>10</sup>.

Le tabelle che seguono illustrano i dati dei prelievi e degli scarichi idrici negli anni 2016 e 2017 e la qualità dell'acqua scaricata. Si conferma a tal ultimo riguardo il rispetto dei parametri di legge. Ai consumi di acqua per le attività di lavanderia, si aggiungono anche i consumi per uso civile negli uffici e nei negozi che, nella maggior parte dei casi, in assenza di dati puntuali, sono stati stimati sia per il 2016 che per il 2017. Per quanto riguarda gli scarichi ad essi connessi, si ritiene ragionevole considerare il volume scaricato pari a quello prelevato.

L'aumento dei consumi registrato tra il 2016 ed il 2017 è naturale conseguenza della crescita delle attività operative del Gruppo, degli spazi (sia di proprietà che in affitto) e della forza lavoro.

<sup>10</sup> Il dato monitorato è disponibile solo per il 2016 dal momento che il pozzo è crollato all'inizio del 2017. Attualmente la Società ha provveduto al tombamento e alle dovute comunicazioni. Tale evento ha determinato una diminuzione della quantità degli scarichi in acque di superficie.

**Tabella 17: GRI 303-1 (a) Volumi di acqua approvvigionata per fonte**

Prelievi idrici <sup>11</sup>	Unità di misura	2016		2017	
		Italia	Extra Italia	Italia	Extra Italia
Pozzi	m <sup>3</sup>	3.963	0	0	0
Acqua piovana direttamente raccolta e conservata da parte dell'organizzazione	m <sup>3</sup>	0	0	0	0
Acquedotti pubblici	m <sup>3</sup>	17.946	13.885	24.033	19.266
Altro	m <sup>3</sup>	0	0	0	0
<b>Totale</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>21.909</b>	<b>13.885</b>	<b>24.033</b>	<b>19.266</b>

**Tabella 18: GRI 306-1 (a) Volumi di acqua scaricata in base alla destinazione**

Scarichi idrici inviati a depuratore – Solomeo	Unità di misura	2016	2017
Scarichi in acque sotterranee	m <sup>3</sup>	0	0
Scarichi in acque di superficie	m <sup>3</sup>	14.773	12.643
Scarichi in fognature che conducono a fiumi, oceani, laghi, zone umide	m <sup>3</sup>	0	0
Scarichi in falde freatiche	m <sup>3</sup>	0	0

**Tabella 19: GRI 306-1 (a) Qualità dell'acqua scaricata**

Parametro di qualità acqua scaricata	2016	2017
pH	7,33 a 25,0 °C	7.36 a 25,0 °C
Solidi Sospesi Totali (SST)	1,3 mg/litro	1,5 mg/litro
Solidi Sedimentabili	0,1 ml/litro	N.D.
Indici Volume Fanghi (SVI)	76,9 ml/g	N.D.
O <sub>2</sub> disciolto	4,66 mg/litro	3.79 mg/litro
Azoto ammoniacale (come NH <sub>4</sub> )	1,38 mg/litro	0.53 mg/litro
Azoto nitroso	0,07 mg/litro	0.21 mg/litro
Azoto nitrico	75,05 mg/litro	171.25 mg/litro
C.O.D. (come O <sub>2</sub> )	51 mg/litro	21.8 mg/litro
B.O.D. <sub>5</sub> (come O <sub>2</sub> )	27 mg/litro	12.5 mg/litro
B.O.D. <sub>5</sub> / C.O.D.	0,53	0.57
B.O.D. <sub>5</sub> / N	1,42	0.29
B.O.D. <sub>5</sub> / P	16,46	10.5
Tensioattivi totali	1,3 mg/litro	0.62 mg/litro
Grassi e oli animali/vegetali	4,6 mg/litro	3.3 mg/litro
Azoto totale (come N)	18,0 mg/litro	42.6 mg/litro
Fosforo totale (come P)	1,64 mg/litro	1.19 mg/litro
Cloruri	84,13 mg/litro	74.62 mg/litro
Solfati (come SO <sub>4</sub> )	24,49 mg/litro	21.20 mg/litro

<sup>11</sup> I dati relativi ai prelievi idrici sono oggetto di stima per quanto riguarda la maggior parte dei negozi e degli uffici commerciali all'estero. Per maggiori dettagli si veda la Nota Metodologica.

### 6.3 LA GESTIONE DEI RIFIUTI

Il tema della corretta gestione dei rifiuti risulta rilevante in conseguenza degli scarti generati dal processo di follatura, nel corso del quale i capi vengono sottoposti a trattamento di lavaggio a secco e ad acqua. I rifiuti derivanti da questa attività, benché in quantità molto ridotta, sono considerati rifiuti pericolosi e, pertanto, sono oggetto di gestione specifica.

In particolare, la procedura di lavaggio a secco produce tre diverse tipologie di rifiuti che consistono in fanghi, acque di contatto e “*pelucchi*”. Relativamente ai fanghi, l’operatore ne controlla il livello di produzione, visibile nel retro della macchina lavasecco e, periodicamente, aziona lo scarico automatico, che convoglia gli stessi all’interno di fusti metallici, i quali vengono poi smaltiti come rifiuti speciali tramite ditta autorizzata. Le “acque di contatto”, che derivano dall’umidità estratta dai capi durante il ciclo, vengono raccolte in un recipiente, successivamente svuotato dall’operatore all’interno di un apposito contenitore, smaltito tramite ditta autorizzata. Infine, i “*pelucchi*” dei capi vengono raccolti nella “*prendispilli*”, che viene svuotata dall’operatore all’interno dei sacchi di plastica, anch’essi smaltiti da una ditta autorizzata.

Gli altri rifiuti prodotti derivano principalmente dalle attività di ufficio; questi sono assimilabili a rifiuti solidi urbani, gestiti tramite raccolta differenziata e ritirati dalla società municipalizzata.

Anche le attività di produzione e magazzinaggio producono rifiuti, prevalentemente consistenti in cartone e plastica, anch’essi gestiti con raccolta differenziata, che tramite un’azienda autorizzata vengono interamente recuperati e nuovamente impiegati finché non più utilizzabili.

La tabella che segue conferma come negli anni 2016 e 2017 la produzione di rifiuti pericolosi sia stata molto contenuta.

**Tabella 20: GRI 306-2 (a, b) quantitativi (ton) di rifiuti pericolosi e non pericolosi prodotti dall’organizzazione per il processo di produzione suddivisi per tipologia di smaltimento (Italia)**

Rifiuti correlati al processo di produzione	Unità di misura	2016		2017	
		Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Rifiuti totali	ton	6,7	596	4,5	795
Di cui inviati a recupero	ton	0,5	316	0,4	347
Di cui destinati in discarica	ton	6,1	16	4,1	11
<b>Altri rifiuti (sede di Solomeo)</b>					
Di cui destinati a depuratore esterno <sup>12</sup>	ton	0	264	0	437

<sup>12</sup> Il dato è riferito ai rifiuti derivanti dall’utilizzo di bagni della sede di Solomeo non allacciati alla fognatura.



## 7. LA LOTTA ALLA CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA E LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

### 7.1 LA LOTTA ALLA CORRUZIONE

Tra i temi presi in considerazione dal D.Lgs. n. 254/2016, vi è quello della lotta contro la corruzione attiva e passiva.

Al riguardo, si osserva che, in virtù dell'attività in concreto svolta dal Gruppo, il tema in oggetto non è ritenuto rilevante ai fini della presente dichiarazione non finanziaria. Infatti, gli ambiti in cui il Gruppo opera non presentano frequenti occasioni di contatto e relazione con le autorità pubbliche.

I rapporti che le società del Gruppo instaurano con terzi riguardano generalmente soggetti privati, come fornitori di materie prime o di servizi, *façonisti*, distributori commerciali, ecc. Pertanto, risulta potenzialmente rilevante la fattispecie della corruzione tra privati (art. 2635 c.c.). Ciò nondimeno, va segnalato che i rischi legati alla corruzione tra privati sono oggetto di specifiche cautele adottate dal Gruppo nella gestione dei rapporti instaurati con i terzi, quali la definizione di un sistema di deleghe e responsabilità, la previsione di procedure interne e di diversi livelli di autorizzazione, l'attuazione di controlli incrociati. Inoltre, il Gruppo esige dai terzi con cui entra in contatto il rispetto dei principi di legalità e trasparenza che ispirano e governano le condotte poste in essere dal Gruppo.

Il Gruppo si impegna nella tutela della dignità del lavoro e dell'etica d'impresa, contrastando la corruzione in ogni sua forma, attiva e passiva, raccomandando condotte virtuose e predisponendo meccanismi di controllo preventivo.

L'impegno a promuovere il rispetto di elevati standard etici è formalizzato all'interno del Codice Etico della Società, in cui sono evidenziati i principi che da sempre contraddistinguono l'identità del Gruppo. Pur non avendo adottato una specifica politica di Gruppo in merito alla lotta alla corruzione, nel Codice Etico viene esplicitamente affermato che *“sono bandite e perseguite pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni di vantaggi, corresponsione di benefici materiali e immateriali nonché di altri vantaggi finalizzati ad influenzare o compensare rappresentanti di istituzioni come pure dipendenti del Gruppo”*.

Considerato che la corruzione rientra tra i reati rilevanti ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001, la Società ha adottato un modello di gestione che prevede presidi ai fini di prevenzione di tale tipologia di reato.

Si rileva che, così come in passato, anche negli anni 2016 e 2017 non si sono verificati casi di corruzione.



## 7.2 LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

Tra i principi guida dell'azione del Gruppo vi è la salvaguardia dei diritti umani.

Tale principio ispira tanto la gestione delle umane risorse, quanto l'organizzazione del processo produttivo e la gestione dei rapporti con fornitori e *façonisti*.

In particolare, il Gruppo considera la tutela della sicurezza e il rispetto dei diritti fondamentali delle persone negli ambienti di lavoro come aspetti imprescindibili della propria attività.

La Società raccomanda ai propri fornitori e *façonisti* di adeguarsi costantemente agli standard imposti dalle normative nazionali e internazionali in materia.





## NOTA METODOLOGICA

La presente DNF del Gruppo Brunello Cucinelli risponde alle richieste del D. Lgs. n. 254/2016 sull'obbligo di rendicontazione delle informative non finanziarie da parte delle organizzazioni di grandi dimensioni e di interesse pubblico. Tale informativa ha l'obiettivo di assicurare la comprensione del modello organizzativo, delle attività, dei principali rischi e degli indicatori di prestazione del Gruppo relativamente agli aspetti ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva che risultano rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell'azienda.

Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. ha approvato la presente dichiarazione non finanziaria in data 7 marzo 2018.

### Il processo di individuazione dei temi rilevanti

Con lo scopo di individuare i temi rilevanti per l'azienda, la Società ha realizzato alcune analisi volte a comprendere le principali pressioni provenienti dai propri portatori di interesse e le priorità aziendali con riferimento ai cinque ambiti del D.Lgs. n. 254/2016.

Le analisi realizzate per individuare i temi rilevanti per l'azienda sono le seguenti:

- **analisi dei trend di sostenibilità a livello globale:** mappatura dei principali aspetti non finanziari presi in considerazione dalle principali borse valori che hanno pubblicato linee guida per il reporting di sostenibilità, dai rating di sostenibilità (DJSI, MSCI, ecc.), dalle organizzazioni internazionali (GRI, World Economic Forum, ecc.) e dai governi (UE, UN, ecc.).
- **analisi delle pressioni di settore:** mappatura degli aspetti non finanziari evidenziati come rilevanti per il settore della moda e dell'abbigliamento. In particolare sono state analizzate le pubblicazioni di alcune organizzazioni internazionali (RobecoSam, SASB, ecc.), nonché una selezione di standard, iniziative e linee guida del settore ("Manifesto della sostenibilità per la moda italiana"; "Linee Guida sui requisiti eco-tossicologici per gli articoli di abbigliamento, pelletteria, calzature ed accessori", ecc.);
- **analisi delle priorità aziendali:** attraverso interviste al management e l'analisi dei principali documenti aziendali (Codice Etico, Modello 231, Statuto, ecc.) sono stati individuati i principali aspetti legati ai cinque ambiti del D.Lgs. n. 254/2016 su cui l'azienda investe risorse e pone maggiore attenzione;
- **analisi delle uscite stampa:** sono stati passati in rassegna gli articoli e le uscite stampa dell'ultimo biennio riguardanti il Gruppo, al fine di identificare i temi di sostenibilità su cui si focalizza maggiormente l'attenzione dei media e dell'opinione pubblica;
- **analisi di benchmark:** sono stati analizzati i documenti e le relazioni di sostenibilità e responsabilità sociale pubblicati da società appartenenti al settore della moda e del lusso al fine di identificare i temi ritenuti rilevanti da parte di aziende comparabili a Brunello Cucinelli S.p.A..

L'insieme dei risultati di queste analisi ha condotto alla definizione degli aspetti non finanziari maggiormente rilevanti e necessari ad assicurare la comprensione delle attività aziendali, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto da essa prodotta e, pertanto, oggetto di rendicontazione all'interno della DNF del Gruppo Brunello Cucinelli.



### **Perimetro di rendicontazione**

Il perimetro di rendicontazione, coerentemente con quanto richiesto dal D.Lgs. n. 254/2016, coincide con quello del Bilancio Consolidato 2017, ovvero include le società consolidate integralmente per la reportistica finanziaria, con le precisazioni che seguono. Per quanto riguarda l'aspetto relativo alla gestione degli scarichi e dei rifiuti, la rendicontazione è estesa alle sole attività produttive italiane in considerazione della loro significatività rispetto agli impatti delle entità commerciali/amministrative; in particolare con riguardo alla gestione degli scarichi idrici, le informazioni riportate si riferiscono alla sola sede di Solomeo dove è presente la lavanderia industriale, mentre i dati relativi ai rifiuti fanno riferimento alle sole attività produttive italiane. Inoltre, l'aspetto relativo alla valutazione dei fornitori secondo criteri sociali riguarda prevalentemente i *façonisti* in virtù della significatività degli stessi in relazione alle attività da loro realizzate e dell'importanza che essi rivestono all'interno del processo produttivo del Gruppo.

L'anno di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è il 2017.

Per maggiore chiarezza espositiva, nella seguente tabella si riportano gli aspetti non finanziari rilevanti in corrispondenza degli ambiti del D.Lgs. n. 254/2016, il relativo perimetro ed eventuali limitazioni dello stesso.



Ambito D.Lgs. 254	Aspetto rilevante	Perimetro dell'aspetto		Limitazioni di perimetro	
		Interno	Esterno	Interno	Esterno
AMBIENTE	Approvvigionamento di materie prime	Gruppo	–	–	–
	Consumi energetici	Gruppo	–	–	–
	Approvvigionamento di risorse idriche	Gruppo	–	–	–
	Gestione scarichi e rifiuti	Società produttive	–	–	–
	Emissioni in atmosfera	Gruppo	–	–	–
DIRITTI UMANI	Valutazione dei fornitori secondo criteri sociali	Gruppo	–	–	–
	Lotta alla discriminazione	Gruppo	–	–	–
	Condanna del lavoro minorile	Gruppo	<i>Façonisti</i>	–	Rendicontazione non estesa ai <i>Façonisti</i>
	Condanna del lavoro forzato	Gruppo	<i>Façonisti</i>	–	Rendicontazione non estesa ai <i>Façonisti</i>
GESTIONE DEL PERSONALE	Occupazione, turnover e benefit	Gruppo	–	–	–
	Salute e sicurezza dei dipendenti	Gruppo	<i>Façonisti</i>	–	Rendicontazione non estesa ai <i>Façonisti</i>
	Formazione e sviluppo	Gruppo	–	–	–
	Diversità e pari opportunità	Gruppo	–	–	–
IMPATTI SOCIALI	Coinvolgimento delle comunità locali	Gruppo	–	–	–
	Acquisti locali	Gruppo	–	–	–
LOTTA ALLA CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA	Lotta alla corruzione	Gruppo	–	–	–

**Lo standard di rendicontazione**

Lo standard di rendicontazione adottato dal Gruppo per la redazione della propria DNF sono i GRI Sustainability Reporting Standards, pubblicati nel 2016 dal GRI – Global Reporting Initiative. In particolare, secondo quanto previsto dallo Standard GRI 101: Foundation, paragrafo 3, all’interno di questo documento si è fatto riferimento ai seguenti Reporting Standards (“**GRI-referenced**”):

<b>GRI STANDARDS</b>	<b>GRI Disclosure</b>	<b>Description</b>
GRI 102 – General Disclosure	GRI 102-8	<i>Information on employees and other workers</i>
	GRI 102-15	<i>Key impacts, risks, and opportunities</i>
	GRI 102-18	<i>Governance structure</i>
	GRI 102-41	<i>Collective bargaining agreements</i>
	GRI 102-46	<i>Defining report content and topic Boundaries</i>
	GRI 102-47	<i>List of material topics</i>
	GRI 102-55	<i>GRI Content Index</i>
GRI 103 – Management Approach	GRI 103-1	<i>Explanation of the material topic and its Boundary</i>
	GRI 103-2	<i>The management approach and its components</i>
GRI 204 – Procurement practices	GRI 204-1	<i>Proportion of spending on local suppliers</i>
GRI 205 – Anti-corruption	GRI 205-3	<i>Confirmed incidents of corruption and actions taken</i>
GRI 301 – Materials	GRI 301-1	<i>Materials used by weight or volume</i>
GRI 302 – Energy	GRI 302-1	<i>Energy consumption within the organization</i>
GRI 303 – Water	GRI 303-1	<i>Water withdrawal by source</i>
GRI 305 – Emissions	GRI 305-1	<i>Direct (Scope 1) GHG emissions</i>
	GRI 305-2	<i>Energy indirect (Scope 2) GHG emissions</i>
GRI 306 – Effluents and waste	GRI 306-1	<i>Water discharge by quality and destination</i>
	GRI 306-2	<i>Waste by type and disposal method</i>
GRI 401 – Employment	GRI 401-1	<i>New employee hires and employee turnover</i>
	GRI 401-2	<i>Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees</i>
GRI 403 – Occupational health and safety	GRI 403-2	<i>Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities</i>
GRI 404 – Training and education	GRI 404-2	<i>Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs</i>
GRI 405 – Diversity and equal opportunity	GRI 405-1	<i>Diversity of governance bodies and employees</i>
GRI 406 – Non-discrimination	GRI 406-1	<i>Incidents of discrimination and corrective actions taken</i>
GRI 408 – Child Labor	GRI 408-1	<i>Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor</i>
GRI 409 – Forced or Compulsory Labor	GRI 409-1	<i>Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor</i>
GRI 413 – Local Communities	GRI 413-1	<i>Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs</i>
GRI 414 – Supplier social assessment	GRI 414-2	<i>Negative social impacts in the supply chain and actions taken</i>



## Il processo di reporting e le metodologie di calcolo

Il percorso implementato dal Gruppo in ottemperanza alle richieste del Decreto, con riferimento ai cinque ambiti indicati dal legislatore, quali ambientale, sociale, attinente al personale, rispetto dei diritti umani, lotta contro la corruzione, si è sviluppato secondo i seguenti passaggi chiave:

- individuazione dei temi rilevanti;
- mappatura dei principali rischi, generati o subiti, che derivano dalle attività d'impresa, dai suoi prodotti, servizi o rapporti commerciali, inclusa la catena di fornitura;
- individuazione delle politiche praticate, laddove applicabile, e della governance adottata per la gestione dei cinque ambiti;
- definizione e implementazione di un processo (a livello di Gruppo) di raccolta, aggregazione e trasmissione dei dati e delle informazioni richieste dagli indicatori fondamentali di prestazione scelti sulla base dei temi rilevanti e previsti dallo standard di rendicontazione prescelto.

La definizione dei contenuti della DNF 2017 ha coinvolto tutte le funzioni aziendali rilevanti e responsabili per gli aspetti trattati nella sezione.

Di seguito sono riportate le principali metodologie di calcolo utilizzate:

- il tasso di frequenza degli infortuni è il rapporto fra il numero totale di infortuni non *in itinere* e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000;
- il tasso di malattia professionale è il rapporto fra il numero totale di casi di malattia professionale e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000;
- il tasso di gravità è il rapporto tra il numero totale di giornate di lavoro perse per infortunio non *in itinere* e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000;
- il tasso di assenteismo è il rapporto tra i giorni totali di assenza nel periodo di rendicontazione e il numero totale dei giorni lavorati nello stesso periodo;
- i fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> riportate nel presente documento sono i seguenti:
  - Emissioni dirette scopo 1: per i consumi di gas naturale, benzina e diesel sono stati utilizzati i fattori di emissione tratti dalla tabella dei parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare; per le perdite di gas refrigeranti dei condizionatori è stato utilizzato il GWP fornito dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito);
  - Emissioni indirette energetiche scopo 2: per l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nazionale è stato utilizzato il fattore di emissione tratto da Confronti internazionali Terna su dati Enerdata – dati 2015;

i consumi idrici del Gruppo, ad eccezione di quelli associati ai siti italiani, sono calcolati stimando un consumo medio per dipendente pari a 100 litri al giorno moltiplicati per 252 giorni lavorativi nel 2016 e per 250 giorni lavorativi nel 2017.

**GRI Content Index**

GRI Standard	Disclosure	Page	Omission
<b>General Disclosures</b>			
GRI 102: General Disclosures	Reporting practice		
	102-8 Information on employees and other workers	<i>pagg. 11-12</i>	
	102-15 Key impacts, risks, and opportunities	<i>pagg. 9-10</i>	
	102-18 Governance structure	<i>pagg. 8-9</i>	
	102-41 Collective bargaining agreements	<i>pagg. 11-12</i>	
	102-46 Defining report content and topic Boundaries	<i>pagg. 55-59</i>	
	102-47 List of material topics	<i>pagg. 55-57</i>	
	102-55 GRI content index	<i>pagg. 60-63</i>	
<b>Material Topics</b>			
<b>GRI 200 Economic Standard Series</b>			
Procurement Practices			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 38-46; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 38-46</i>	
GRI 204: Procurement Practices	204-1 Proportion of spending on local suppliers	<i>pagg. 41; 44</i>	
Anti-corruption			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 53-54; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 53-54</i>	
GRI 205: Anti-corruption	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	<i>pag. 53</i>	



GRI Standard	Disclosure	Page	Omission
<b>GRI 300 Environmental Standards Series</b>			
<b>Materials</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 38-43; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 38-43</i>	
GRI 301: Materials	301-1 Materials used by weight or volume	<i>pagg. 41-43</i>	
<b>Energy</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 47-48; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 47-48</i>	
GRI 302: Energy	302-1 Energy consumption within the organization	<i>pagg. 47-48</i>	
<b>Water</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 47; 50-51; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 47; 50-51</i>	
GRI 303: Water	303-1 Water withdrawal by source	<i>pagg. 50-51</i>	
<b>Emissions</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 47-49; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 47-49</i>	
GRI 305: Emissions	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	<i>pag. 48</i>	
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	<i>pag. 48</i>	
<b>Effluents and Waste</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 47; 50-51; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 47; 50-51</i>	
GRI 306: Effluents and Waste	306-1 Water discharge by quality and destination	<i>pagg. 50-51</i>	
	306-2 Waste by type and disposal method	<i>pag. 52</i>	



GRI Standard	Disclosure	Page	Omission
<b>GRI 400 Social Standards Series</b>			
Employment			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 11-20; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 11-20</i>	
GRI 401: Employment	401-1 New employee hires and employee turnover	<i>pagg. 16-17</i>	
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	<i>pag. 18</i>	
Occupational Health and Safety			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 18-19; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 18-20</i>	
GRI 403: Occupational Health and Safety	403-2 Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	<i>pagg. 18-20</i>	
Training and Education			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 14-17; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 14-17</i>	
GRI 404: Training and Education	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	<i>pagg. 14-17</i>	
Diversity and Equal Opportunity			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 11-14; 17-18; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 11-14; 17-18</i>	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	<i>pagg. 13-14</i>	





GRI Standard	Disclosure	Page	Omission
<b>Non-discrimination</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 17-18; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 17-18</i>	
GRI 406: Non-discrimination	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	<i>pag. 17</i>	
<b>Child Labor</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 54; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 8-9; 44-46; 53-54</i>	
GRI 408: Child Labor	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor		Non sono state identificate situazioni a rischio di violazione della normativa in materia di lavoro minorile all'interno del Gruppo nel corso del 2017.
<b>GRI 409: Forced or Compulsory Labor</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 54; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 8-9; 44-46; 53-54</i>	
GRI 409: Forced or Compulsory Labor	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor		Non sono state identificate situazioni a rischio di violazione della normativa in materia di lavoro forzato all'interno del Gruppo nel corso del 2017.
<b>Local Communities</b>			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 21-37; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 21-37</i>	
GRI 413: Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	<i>pagg. 21-37</i>	



GRI Standard	Disclosure	Page	Omission
Supplier Social Assessment			
GRI 103: Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	<i>pagg. 44-46; 55-57</i>	
	103-2 The management approach and its components	<i>pagg. 44-46</i>	
GRI 414: Supplier Social Assessment	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	<i>pagg. 38-40</i>	Il processo di valutazione dei fornitori secondo criteri sociali è applicato ma non formalizzato, per tanto l'indicatore risulta rendicontato in maniera qualitativa.



## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE



EY S.p.A.  
Via Bartolo, 10  
06122 Perugia

Tel: +39 075 5750411  
Fax: +39 075 5722888  
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, D.Lgs. 254/2016 e dell'art. 5 regolamento Consob n. 20267

Al Consiglio di Amministrazione della  
Brunello Cucinelli S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della Brunello Cucinelli S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 predisposta ex art. 4 Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 7 marzo 2018 (di seguito "DNF").

### Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nel paragrafo "Nota Metodologica" della DNF, da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

EYS p.a.  
Sede Legale: Via Po, 32 - 00198 Roma  
Capitale Sociale deliberato Euro 3.250.000,00, sottoscritto e versato Euro 3.100.000,00 i.v.  
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Roma  
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. 250904  
P.IVA 09891231005  
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998  
Iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione  
Consolo al progressivo n. 2 delibera n.19831 del 16/7/1997  
A member firm of Ernst & Young Global Limited



### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards, con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nel paragrafo "Nota Metodologica" della DNF. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche dell'impresa rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario incluse nella DNF ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Brunello Cucinelli;
4. comprensione dei seguenti aspetti:
  - o modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 Decreto;
  - o politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
  - o principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.  
In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Brunello Cucinelli S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.



Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di gruppo
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per il sito di Solomeo della Brunello Cucinelli S.p.A. e per il sito di Corciano della Max Vannucci S.r.l., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

#### Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Brunello Cucinelli relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards, con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nel paragrafo "Nota Metodologica" della DNF.

#### Altri aspetti

I dati comparativi presentati nella DNF in relazione all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2016, non sono stati sottoposti a verifica.

Perugia, 27 marzo 2018

EY S.p.A.

Dante Valobra  
(Socio)