



2010

Bilancio di Sostenibilità / Sustainability Report



Indice / Contents

2011 Copyright © Mangini SpA

Sede Legale Mangini SpA / Mangini SpA Registered Office
Via Larga, 6 - 20122 Milano

Sede Operativa e Amministrativa / Head Office
S.P. 237 per Noci, 8 - 70017 Putignano (Ba)

Servizio Clienti / Customer Service
+39 080 490.42.11 // Fax +39 080 405.31.29

mangini@mangini.it // www.mangini.it

Per contatti / Contacts
Teresa Pentimella // Segreteria di Direzione / Director Secretary
t.pentimella@mangini.it

Bilancio di Sostenibilità 2010 / Sustainability Report 2010
In collaborazione con / In collaboration with
SEC Mediterranea Srl // Agenzia di relazioni pubbliche

Performance economiche / Economic performance
Dott. Roberto Carella

Performance sociali ed ambientali
/ Social and environmental performances
Ing. Francesca Intini

Progetto grafico ed impaginazione / Graphic layout
Arch. Gaia Miacola

Lettera del presidente / Director's message	4
Premessa metodologica / Methodological introduction	6
Principi di redazione / Editing principles	7
Profilo societario / Corporate profile	8
Passato, presente e futuro / Past, present and future	9
Struttura societaria / Corporate structure	10
Organigramma di Mangini SpA / Mangini SpA organigram	11
Le aree operative / Operative areas	12
I mercati di riferimento / Reference markets	13
Strategia e analisi / Strategy and analysis	14
Strategie ed obiettivi di sostenibilità / Strategies and objectives of sustainability	16
La Carta dei Valori / Mangini SpA Values Chart	17
Stakeholder / Stakeholders	18
Comunicazione / Communication	19
Performance economica / Economic performance	22
Performance ambientale / Environmental performance	26
Performance sociale / Social performance	32
Indice dei contenuti / Table of contents	37



Lettera del presidente

/ Director's message



L'arresto della crescita economica nei Paesi più industrializzati un fatto positivo lo ha provocato; in molti hanno iniziato a interrogarsi sulle profonde motivazioni che hanno condotto alla crisi, prima finanziaria, poi economica e quindi dei debiti sovrani.

Il modello di crescita legato al consumismo comincia a essere messo sempre più in dubbio da analisti, sociologi ed economisti che non vedono più la crescita senza fine come un valore assoluto mentre è entrato nel vivo, a livello nazionale e internazionale, il confronto su nuovi parametri che afferiscono l'ambiente, le relazioni, la sicurezza, i tempi e la qualità della vita.

Condividendo questa visione, **da alcuni anni stiamo perseguendo un tipo di crescita diversa che coniuga la compatibilità economica con quella ambientale e sociale** e nella quale, in controtendenza con la società dei consumi, riscopriamo valori come la trasparenza, il dialogo, la cooperazione, le relazioni sociali, i comportamenti ecocompatibili.

The arrest of the economic growth in most industrialized countries has made us wonder about the deeper motivations that led to this crisis, first financial, then economic and thus of sovereign debts.

The growth model linked to consumerism is being increasingly questioned by analysts, sociologists and economists who no longer see the endless growth as an absolute value. They are entering the living, national and international comparisons of new parameters as a matter the environment, relationships, safety, timing and quality of life.

Sharing this view, for some years we have been pursuing a different kind of growth that combines compatibility with the economic and social environment in which, in contrast with the consumer society, we rediscover values such as transparency, dialogue, cooperation, relationships social, eco-friendly behavior.

In questo percorso di crescita sostenibile, ormai parte integrante dei processi aziendali, il **Bilancio di Sostenibilità rappresenta un'importante tappa annuale per fare il punto della situazione e chiederci se gli obiettivi aziendali siano stati perseguiti nel pieno rispetto dei valori etici che permeano la nostra impresa.**

Il 2010 è stato un anno complesso che ci ha costretti a rivedere le politiche di spesa e ad adottare provvedimenti straordinari per fronteggiare gli effetti della recessione innescata dalla crisi, senza però intaccare la nostra volontà di fare e di migliorare, nel rispetto delle persone e dell'ambiente.

È con estremo piacere che vi invito alla lettura della terza edizione del Bilancio di Sostenibilità, uno strumento di rendicontazione puntuale e trasparente delle nostre **performance economiche, ambientali e sociali** che ci auguriamo possa rappresentare per tutti i nostri stakeholder un'occasione per conoscere meglio la nostra azienda e condividere valori e responsabilità che ci guidano quotidianamente verso nuovi traguardi.

Il presidente di Mangini SpA
Giovanni Battista Mangini



Umiltà
Roots

Appartenenza
Passion

Comunicazione
Communication

Visione innovativa
Innovative vision

Dialogo
Customer orientation

Personalizzazione
Customization

Impegno
Commitment

Valore etico
Ethical value

In this path of sustainable growth, considered as an integral part of business processes, the Sustainability Report represents an important milestone year to take stock of the situation and ask if the company's objectives have been pursued with full respect for ethical values.

The year 2010 has forced us to review the spending policies and to take extraordinary measures to fight the effects of the recession triggered by the crisis, but it did not affect our determination to improve in respect of people and of the environment.

It is with great pleasure that I invite you to read the third edition of the Sustainability Report, a timely and transparent reporting tool of our economic, environmental, social aspects and we hope it will be for all our stakeholders an opportunity to learn more about our company and share values and responsibilities that guide us every day to new heights.

Mangini SpA's Director
Giovanni Battista Mangini



Premessa metodologica / Methodological introduction



Con l'edizione 2010 del bilancio di Sostenibilità, Mangini SpA intende proseguire il percorso di **comunicazione periodica sull'impatto sociale, ambientale ed economico** delle proprie attività e di valutazione dei risultati ottenuti in relazione agli impegni assunti, ai programmi realizzati e agli effetti prodotti sui diversi stakeholder.

Con un linguaggio semplice, diretto e trasparente il bilancio propone una descrizione dell'identità aziendale e del profilo dell'organizzazione seguita dall'indicazione delle performance economiche, ambientali e sociali.

Le informazioni e i dati riportati nel bilancio di Sostenibilità 2010 fanno riferimento al periodo compreso tra il **1° gennaio 2010 e il 31 dicembre 2010** e si riferiscono a Mangini SpA, fatta eccezione della performance ambientale che riporta dati di valutazione relativi solo all'area industria.

I risultati economici e finanziari, illustrati nella sezione economica, sono coerenti con i dati del bilancio dell'anno 2010, approvato il 30 Aprile 2011. Pubblicato in italiano e inglese da un gruppo di lavoro costituito dall'agenzia di relazioni pubbliche **SEC Mediterranea** in collaborazione con **Ing. Francesca Intini** e il **Dott. Roberto Carella** e con alcuni referenti interni all'azienda, anche l'edizione 2010 del Bilancio di sostenibilità di Mangini SpA è stato redatto secondo le **Sustainability Reporting Guidelines** della **Global Reporting Initiative (GRI) G3 livello di applicazione B**.

With the 2010 edition of the Sustainability Report, Mangini SpA intends to continue in the path of periodic communication on social, environmental and economic impact of its activities and evaluation of the results obtained with regard to its commitments, programs produced and effects on the different stakeholders.

With a simple, direct and transparent language the balance proposes a description of the business identity and of the organization profile followed by the indication of the economic, environmental and social performances.

The information and data contained in the Sustainability Report 2010 refer to the period from 1 January 2010 to 31 December 2010 and relate to Mangini SpA, with the exception of environmental performance assessment that only refer to the industry.

Economic and financial results, shown in economic section, are consistent with the data of the Report year 2010, approved on 30 April 2011. Published in Italian and English by a working group consisting of the PR agency SEC Mediterranea in collaboration with qualified technicians (Francesca Intini e Roberto Carella) and with some persons within the company, also the 2010 edition of the sustainability report of Mangini SpA has been prepared in accordance with the Sustainability Reporting Guidelines of the global Reporting Initiative (GRI) G3 application level B.



Principi di redazione / Editing principles

I **principi di garanzia** della qualità applicati sono:
/ *The quality assurance principles applied are:*

+ Equilibrio / Balance

I risultati sono esposti in modo da evidenziare aspetti positivi e negativi della performance aziendale consentendo di effettuare una valutazione ragionata della performance nel complesso.

The results are exposed to highlight positives and negatives of corporate performance by allowing you to make a reasoned assessment of performance overall.

+ Comparabilità / Comparability

Gli indici di performance sono stati selezionati e redatti in modo coerente al fine di renderli confrontabili negli anni.

The indexes of performance were selected and prepared in a consistent manner in order to make them comparable over the years.

+ Accuratezza / Accuracy

I dati resi pubblici sono stati verificati dai rispettivi responsabili di settore.

Data made public were verified by their line managers.

+ Tempestività / Timeliness

Si ambisce ad allineare le tempistiche di redazione con quelle di approvazione del Bilancio di esercizio.

It aims to align the timing of drafting and approval of the financial statements.

+ Chiarezza / Clarity

Le informazioni contenute in questo documento sono accessibili e comprensibili a tutti gli stakeholder dell'organizzazione.

The information contained in this document are accessible and understandable to all our stakeholders.

+ Affidabilità / Reliability

La fondatezza delle informazioni e dei dati contenuti nel Bilancio è testimoniata da documenti che possono essere esaminati da terzi.

The validity of the information and the data contained in this report is testified by documents that can be examined by third parts.

I **principi di definizione** dei contenuti sono:

The defining principles of the contents are:

+ Materialità / Materiality

Le informazioni contenute in un report devono riferirsi agli argomenti e agli indicatori che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

The information contained in any report must refer to the topics and indicators that could substantially influence the assessments and decisions of the stakeholders.

+ Inclusività / Inclusiveness

L'organizzazione ha identificato i propri stakeholder e spiegato nel report in che modo ha risposto alle loro ragionevoli aspettative e ai loro interessi.

The organization has identified its stakeholders in the report and explained how responded to their reasonable expectations and interests.

+ Contesto / Context

Le performance ambientali e sociali sono state analizzate al fine di contestualizzarle rispetto al territorio e in riferimento al più ampio tema della sostenibilità.

Environmental and social performances have been analyzed in order to contextualize them to the territory and in reference to the broader theme of sustainability.

+ Completezza / Completeness

Obiettivo, perimetro e tempistica del bilancio sono descritti nella sezione metodologica.

The objective, perimeter and timing of this report are described in the methodology section.



Profilo societario / Corporate profile



Mangini SpA opera a Putignano, in provincia di Bari, attraverso tre business unit:



Mangini _ Pareti Mobili

Progettazione e produzione di pareti mobili divisorie ed attrezzate.



Finish Village

produzione di controtelai per porte scorrevoli a scomparsa, doghe in alluminio, profili in acciaio; commercializzazione di materiali di finitura d'interni quali cartongesso, controsoffitti, isolanti, impermeabilizzanti, pitture.



Pronto Petroli

Distribuzione di prodotti petroliferi.

Mangini SpA works in Putignano, province of Bari, through three business units:

Mangini _ Pareti Mobili

Projects and production of dividing and equipped movable partitions.

Finish Village

Production of counterframes for sliding doors, aluminium slats, steel profiles; marketing of interior finish materials such as concrete walls, false ceilings, insulation, waterproofing, paints.

Pronto Petroli

Distribution of petroleum products.

MANGINI®

Bilancio di Sostenibilità 2010 / Sustainability Report 2010



Passato, presente e futuro / Past, present and future

Stefano Mangini avvia con entusiasmo e dedizione una ditta individuale per la distribuzione di prodotti petroliferi.
Stefano Mangini starts with enthusiasm and dedication a sole proprietorship for distribution of petroleum products.

1950

+

1970
1990

L'azienda inizia la produzione e la vendita di materiali per l'edilizia. Negli anni '80-'90 i figli **Gianni, Valentino, Massimo Mangini** danno avvio alla progettazione e al commercio di sistemi integrati per l'allestimento d'ufficio.
Mangini SpA starts its production and sales of building materials. In the years '80-'90 the three sons of Stefano: Gianni, Valentino, Massimo Mangini launch the design and marketing of integrated systems for office.

+

2008

A gennaio, insieme a un partner torinese, viene costituita **Finish Village Torino Srl**.
In January, together with a partner from Turin, Mangini SpA opens the Finish Village Torino Srl.

+

2009

La famiglia Mangini guida Mangini SpA detenendo il 100% della proprietà attraverso la holding HGM SpA. A marzo HGM SpA acquisisce una quota della **Smetar Srl di Putignano** che si occupa di produzione di scaffalature e attrezzature metalliche per arredo negozi e centri commerciali. A giugno nasce a Bari, con il marchio **Finish Village**, una nuova struttura di distribuzione di prodotti di finitura per l'edilizia. Mangini SpA inaugura uffici commerciali e show room a Milano. In ottobre HGM SpA acquisisce una quota della **Dream Shopping Srl di Putignano** che si occupa dell'apertura in franchising di punti vendita Brico Center.
Mangini's family leads Mangini SpA, holding 100% of the property through the HGM Holding SpA. In March HGM SpA acquires a share of Smetar Srl which produces metal shelving and equipment for furniture stores and malls. In June, a new distribution structure of finishing products for buildings starts in Bari, with the brand name Finish Village. Mangini SpA opens sales offices and showrooms in Milan. In October, HGM SpA acquires a share of the Dream Shopping Srl that is responsible for franchised outlets Brico Center.

+

+

+

2010

A novembre, insieme a un partner emiliano, crea **Finish Village Reggio Emilia Srl**.
In November, together with a partner from Emilia Romagna, Mangini creates the Finish Village Reggio Emilia Srl.

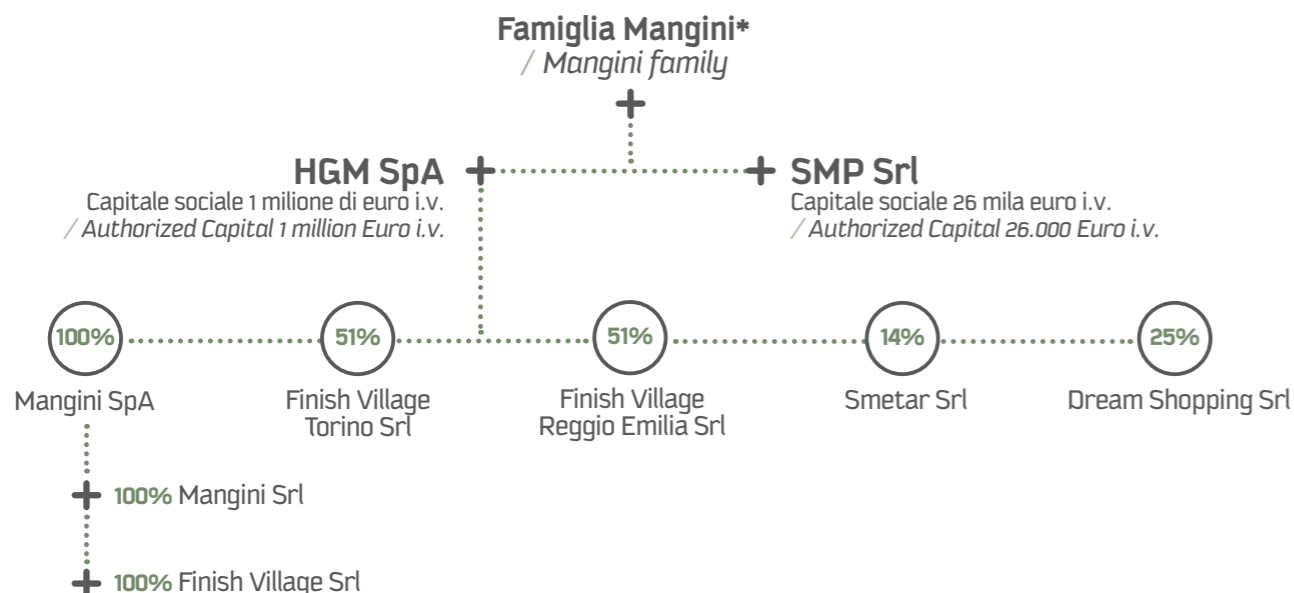
+

2011

Dal 1° gennaio Mangini SpA controlla il 100% della new Co Mangini Srl e Finish Village Srl, società costituite a seguito di conferimento di due rami operativi della stessa Mangini SpA.
From 1st January Mangini SpA owns 100% of the new Co Mangini Srl and Finish Village Srl, a company formed as a result of contribution of the two branches of the same Mangini SpA.



Struttura societaria / Corporate structure



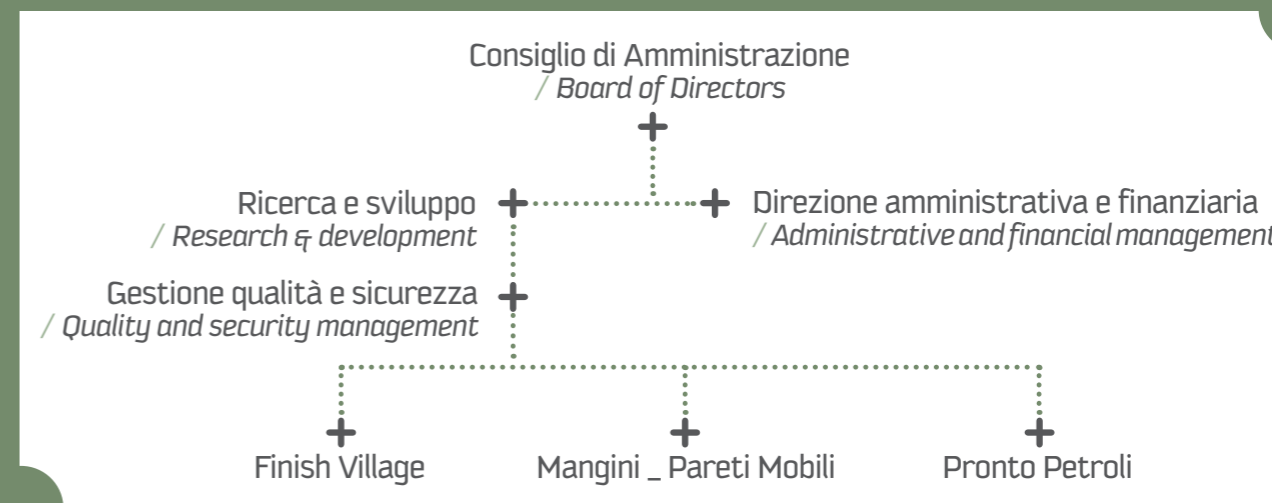
CDA e funzioni ricoperte / Board of Directors and functions

- Giovanni Battista Mangini** + **Presidente / Director**
Direzione generale, amministrativa e finanziaria / General, administrative and financial management
- Valentino Mangini** + **Vice presidente / Vice Director**
Direzione commerciale e marketing per Finish Village / Commercial and marketing management for Finish Village
- Massimo Mangini** + **Consigliere / Advisor**
Direzione commerciale e marketing per Mangini _ Pareti Mobili / Commercial and marketing management of Mangini - Pareti Mobili
- Giovanni Battista Mangini** + **Direzione Generale / General Management**

*Situazione al 1 Gennaio 2011 / As at January 1, 2011



Organigramma di Mangini SpA / Mangini SpA organigram



Il consiglio di amministrazione approva i piani strategici, industriali e finanziari. Il presidente ha la responsabilità di creare le condizioni affinché lo sviluppo sostenibile possa trovare spazio e tangibilità nei processi decisionali quotidiani. Per indirizzare la strategia a livello locale il management di governo definisce annualmente target in campo economico, ambientale e sociale. All'interno della struttura non ci sono amministratori indipendenti e non esecutivi. Non sono applicabili, in quanto la società è a gestione familiare, meccanismi a disposizione degli azionisti per inviare raccomandazioni e direttive al più alto organo di governo. Il Cda ha una gestione finanziaria onesta e trasparente che evita qualsiasi tipo di conflitto di interesse. Il Cda, insieme ai responsabili di settore, valuta i rischi di competenza e pianifica le attività nel medio-lungo termine.

The Board examines and approves strategic, operational and financial plans. The Chairman of the board has the responsibility to create the conditions for sustainable development in the daily decision-making processes. To direct the management at the local level, the Government sets an annual targets in the economic, environmental and social fields. Within the structure there are non-executive and independent directors. Strategies for shareholders to submit recommendations and direction to the highest governing body are not allowed. The Board has an honest and transparent financial management that avoids any conflict of interest. Together with industry leaders, it assess the risks of skill and planning activities in the medium to long term.



I rischi a livello locale sono di vario tipo: macroeconomici (impatto di cambiamenti economici e politici del settore); finanziari (es. liquidità, tassazioni, investimenti finanziari, ecc.); di mercato (es. incremento competizione, perdita di mercato, ecc.); di produzione (es. estensione capacità produttiva, disponibilità/esaurimento di materie prime, ecc.); ambientali; legali; di responsabilità sociale (es. impatto sul territorio); di risorse umane (es. piani di successione, formazione e sviluppo).

- È in fase di studio il processo di integrazione del risk assessment che permetterà di:
- identificare e valutare gli elementi di rischio in grado di pregiudicare il conseguimento degli obiettivi aziendali;
 - identificare le risposte del management per la gestione dei rischi;
 - valutare il sistema di controllo esistente identificando le azioni per la mitigazione dei rischi potenziali;
 - definire i rischi residui verificandone la compatibilità con una sana e corretta gestione dell'impresa.

Risks at the local level are varied: macroeconomic (impact of economic and political changes in the sector); financial (e.g. liquidity, taxation, investments, etc.); market (e.g. increased competition, loss of market, etc.); production (e.g. extension of production capacity, availability/exhaustion of raw materials, etc.); environmental; legal; corporate social responsibility (e.g. territorial impact); human resources (e.g. succession plans, training and development).

Is being studied the integration process of risk assessment which will: • identify and appraise the risk elements can undermine the achievement of business objectives; • identify responses of management for risk management; • assess the existing control system by identifying actions for the mitigation of potential risks; • define residual risks by ensuring compatibility with a proper management of the enterprise.



Le aree operative / Operative areas

1> Mangini _ Pareti Mobili

Core business in cui si concentrano le maggiori attività di ricerca e sperimentazione; produzione e progettazione per l'ufficio di partizioni interne e sistemi flessibili di allestimento (pareti mobili e attrezzate). I principali prodotti sono:

Planika

Linea di Pareti mobili su misura, ad alto contenuto tecnologico e di design, in differenti materiali e tipologie, per assolvere a tutte le funzioni richieste ad uno spazio lavorativo ideale. Un perfetto connubio tra estetica e praticità, razionalità e creatività, sicurezza e calore degli ambienti. Il tutto rispondendo ai requisiti di isolamento acustico e di protezione antincendio che un ufficio richiede.

Abako

Innovativa proposta di Mangini, presentata al **MADE Expo di Milano 2010**, è realizzata utilizzando una superficie melaminica con una particolare finitura in legno applicata sul cartongesso, prodotto unico per il mercato italiano, la cui lavorazione comporta bassissime emissioni di formaldeide, circa diecimila volte inferiori rispetto al truciolare.

2> Finish Village

Nasce nel 2005 con l'intento di sviluppare, promuovere e distribuire, a livello pluriregionale, i **prodotti e le tecnologie per l'edilizia avanzata e bio-ecosostenibile**, quali: cartongesso, controsoffitti, isolanti, impermeabilizzanti, pitture. Finish Village è attivo anche nella produzione e commercializzazione di doghe in alluminio, profili in acciaio e controtelai per porte scorrevoli a scomparsa, **Krypto**.

I punti vendita Finish Village sul territorio nazionale sono:

- Putignano (Ba): S.P. 237 per Noci, 8
- Bari: Viale Tommaso Colombo, 33
- Venaria Reale (To): Corso Garibaldi, 167
- Reggio Emilia: Via E.Fermi, 1 - Loc. Calerno

3> Pronto Petroli

Distribuzione di **prodotti petroliferi**. Questa divisione di Mangini SpA opera prevalentemente nella provincia di Bari.



I mercati di riferimento / Reference markets



1> Mangini _ Pareti Mobili

Core business in which the major focus is research and testing, production and design of internal partitions for office and flexible systems (movable and equipped walls). The main products are:

Planika

Line of movable walls with high-tech and design elements, in different materials and types, to fulfill all the functions required for an ideal working space. A perfect combination of aesthetics and handiness, rationality and creativity, security and warmth of the rooms. Answering all the requirements of sound insulation and fire protection that any office requires.

Abako

Innovative product presented at MADE Expo Milano 2010, made using a melamine finish with a special wood applied on drywall. Unique product for the Italian market, whose work involves very low emissions of formaldehyde, about ten thousand times lower than the chipboard.

2> Finish Village

Born in 2005 with the intent to develop, promote and distribute products and technologies for building advanced and bio-eco-friendly, such as drywall, ceilings, insulation, waterproofing, paints. Finish Village is also active with the production and marketing of aluminum slats, profiles and steel subframes for sliding doors, **Krypto**.

The Finish Village stores throughout the country are:

- Putignano (Ba): S.P. 237 per Noci, 8
- Bari: Viale Tommaso Colombo, 33
- Venaria Reale (To): Corso Garibaldi, 167
- Reggio Emilia: Via E.Fermi, 1 - Loc. Calerno

3> Pronto Petroli

Distribution of petroleum products. This division of Mangini SpA operates mainly in the province of Bari.

Il mercato nazionale

Mangini SpA si è aggiudicata importanti commesse nel panorama nazionale diventando così tra le principali realtà nel settore delle partizioni mobili interne.

In collaborazione con il partner **Agipius Srl** di Torino, ha realizzato partizioni mobili per le sale controllo qualità ICT e CTVV per **Fiat SpA** nelle sedi di Torino Mirafiori, Melfi, Termini Imerese e Tichy in Polonia.

Ha realizzato le divisioni interne della multinazionale **Technip Kti SpA** a Roma, dell'**Arciconfraternita della Misericordia** di Prato e della nuova sede del **Galileo Control Center** della società **Telespazio SpA** a Ortucchio (AQ).

Il mercato internazionale

Prosegue il processo di internazionalizzazione dell'impresa, già avviato da tempo, grazie al compimento di progetti avviati negli anni scorsi.

Tra questi le integrazioni effettuate alle sedi di istituti di credito internazionali.

The national market

Mangini SpA has signed major contracts becoming one of the leading companies in the field of movable internal partitions.

In collaboration with partner Agipius Srl of Turin, Mangini SpA has made mobile partitions for ICT and CTVV Fiat SpA quality control rooms in the headquarters of Turin Mirafiori, Melfi, Termini Imerese and Tichy in Poland.

Mangini has created divisions within the multinational Technip KTI SpA in Rome, of the Arch of Mercy of Prato and the new headquarters of the Galileo Control Centre at Telespazio SpA Ortucchio (AQ).

The international market

Mangini SpA pursues the process of internationalization, which started a long time ago, thanks to the completion of projects started in previous years. They include the additions made to the headquarters of several international banks.



Strategia e analisi / Strategy and analysis

Mangini SpA è impegnata nel continuo miglioramento dei propri prodotti e nel conseguimento di politiche aziendali conformi con una crescita sostenibile.



Mangini Think Greener

Il marchio è nato nel 2009 per valorizzare le nuove politiche strategiche in campo ambientale. Ad oggi è rappresentato dal portale web www.thinkgreener.it che sintetizza la filosofia aziendale e i valori sociali e ambientali. È una vetrina delle iniziative green e social, punto di avvio e sviluppo di progetti di rilievo nazionale ed internazionale.



Federlegno-Arredo

Mangini SpA è iscritta a Federlegno-Arredo, la Federazione Italiana italiana delle industrie, del legno, del sughero, del mobile e dell'arredamento che tutela e rappresenta gli interessi della filiera industriale che va dalla lavorazione della materia prima legno alla produzione di arredamento.



Confindustria

Mangini SpA continua a essere associata alle sedi di Bari e Milano di Confindustria, rispettivamente nelle sezioni "Metalmeccanica" e "Legno-Arredo".

Visita il sito web
www.thinkgreener.it

Please visit the website
www.thinkgreener.it



Consorzio Pannello Ecologico

L'azienda può attestare la sua attenzione all'ambiente con l'adesione al Consorzio Nazionale Pannello Ecologico che prevede l'impiego di materiali di rivestimento interamente riciclati e ottenuti attraverso un processo produttivo certificato.



Consorzio Costellazione Apulia

Mangini SpA fa parte di Costellazione Apulia, consorzio composto da oltre 65 imprese e nato con l'obiettivo di polarizzare le energie delle PMI pugliesi interessate al confronto sui temi dell'innovazione e della cooperazione.



Adozione a distanza

Mangini SpA aderisce al progetto di sostegno a distanza dell'Albero della Vita Onlus, impegnata nella tutela e salvaguardia dei diritti dei bambini, adottando Jenet Reshika, una bambina di 11 anni nata a Kolkata, West Bengal (India).

I contributi alla comunità locale e le donazioni

L'azienda sostiene lo sviluppo della comunità locale attraverso donazioni volte alla promozione degli eventi di tradizione popolare, delle attività di associazioni culturali e dei progetti di solidarietà. In particolare, nel corso del 2010, ha supportato le attività di: Trullando, Radice Quadrata, Amici degli handicappati, Amnesty International e dell'Associazione Culturale Auxesia.

La condivisione delle tematiche della responsabilità sociale di impresa

Mangini SpA ha scelto una governance responsabile nei confronti di tutti gli attori di riferimento: dipendenti, clienti, fornitori, azionisti, istituzioni, territorio. Il controllo delle performance economiche, ambientali e sociali si fonda sull'informativa che sistematicamente viene elaborata in diverse forme e con diverse modalità nei consigli di amministrazione. Non esistono sistemi di valutazione delle performance del Cda.

Consorzio Pannello Ecologico

Mangini SpA focuses its attention to the environment by adhering to the National Consorzio Pannello Ecologico, which includes the use of coating materials completely recycled through a certified production process.

Consorzio Costellazione Apulia

Mangini SpA is part of Costellazione Apulia, a consortium of over 65 companies created with the objective to polarize the energies of the Apulian PMIs who feel the need to discuss the issues of innovation and cooperation.

Distance adoption

Mangini has joined the project to support the Albero della Vita non-profit organization, committed to protecting and safeguarding the rights of children, by adopting Reshika Jenet, a 11 year old girl born in Kolkata, West Bengal (India).

Contributions and donations to local community

Mangini SpA supports the development of the local community through donations for the promotion of folk events, activities of cultural associations and projects of solidarity. In particular, during 2010, it has supported the following activities: Trullando, Radice Quadrata, Amici degli handicappati, Amnesty International and Associazione Culturale Auxesia.

Sharing issues of corporate social responsibility

Mangini SpA is responsible to all its stakeholders: employees, customers, suppliers, shareholders, institutions, territory. The control of economic, environmental and social performances is processed systematically in different shapes and modes by the Board. There are no performance evaluation and control systems of the Board.

Mangini SpA is committed to continuous improvement of its products and in the achievement of corporate policies conforming with sustainable growth.

Mangini Think Greener

This brand was created in 2009 to exploit the new strategic policies in the environmental field. Today the web portal www.thinkgreener.it synthesizes the company's philosophy and the social and environmental values. It is a showcase of green initiatives from a social point of view and projects of national and international importance.

Federlegno Arredo

Mangini SpA is registered at Federlegno-Arredo, the Italian Federation of industries of wood, cork, furniture and furnishings which protects and represents the interests of industrial chain ranging from processing of the raw material wood furniture production.

Confindustria

Mangini SpA is still associated to the seats of Bari and Milan of Confindustria, respectively in sections "Metalworking" and "Wood-Furniture".



Strategie ed obiettivi di sostenibilità

/ Strategies and objectives of sustainability

Entro il 2012 Mangini SpA si impegnerà a raggiungere i seguenti obiettivi di sostenibilità:

- + Condividere, promuovere e diffondere i valori del Global Compact delle Nazioni Unite.
- + Migliorare il proprio sistema di gestione aziendale sui temi della qualità, dell'ambiente, della salute e sicurezza dei lavoratori e sulle questioni etico-sociali.
- + Intensificare le attività di formazione/informazione.
- + Migliorare i canali di comunicazione all'interno dell'azienda relativamente allo sviluppo dei progetti.
- + Incrementare la comunicazione esterna attraverso interventi studiati per costruire un'immagine "positiva" dell'azienda.
- + Prediligere i fornitori in funzione della loro condivisione e applicazione dei principi di sostenibilità.
- + Rafforzare il monitoraggio della soddisfazione del cliente e miglioramento continuo della qualità dei prodotti.
- + Migliorare continuamente la qualità dei prodotti.
- + Valorizzare in tutti gli strumenti di comunicazione aziendale il marchio Mangini Think Greener.

Corporate governance in Mangini SpA
Mangini crede nei valori etici e nei principi morali che sono alla base di una corretta e leale convivenza sociale e di un'efficace comunicazione interpersonale nei luoghi di lavoro.

By 2012, Mangini SpA intends to implement the following sustainability objectives:

- + Share, promote and disseminate the values of the UN Global Compact.
- + Improve its business management system, about quality, environment, health, safety of workers and social-ethical issues.
- + Intensify training, information and communication.
- + Improve channels of communication regarding the development of projects.
- + Increase the communication through interventions designed to build a positive brand reputation.
- + Choose its suppliers according to their sharing and application of the principles of sustainability.
- + Strengthen the monitoring of customer satisfaction and continuous improvement of quality products.
- + Continuously improve the quality of products.
- + Diffuse the Mangini Think Greener philosophy.

Corporate governance in Mangini SpA
Mangini believes in ethical values and moral principles that are the basis of a correct and fair social living and effective interpersonal communication in every workplace.



La Carta dei Valori

/ Mangini SpA Values Chart



Umiltà

Lo sviluppo è sano solo quando c'è una forte connessione che mette in relazione le radici da cui si proviene con la visione del futuro.
Roots - The development is healthy only when there is a strong connection that relates the roots from which it comes with the vision of the future.

Appartenenza

I neoassunti di oggi possono essere alimentati dal medesimo sentimento di appartenenza e dalla stessa passione per il loro lavoro.
Passion - The recruits can be powered from the same feeling of belonging and the same passion for their work.

Comunicazione

La comunicazione sia ciò che distingue le squadre di eccellenza e consente loro di ottenere risultati straordinari.
Communication - Communication is what distinguishes the excellent teams and enables them to achieve extraordinary results.

Visione innovativa

Crediamo che per rimanere sul mercato sia necessario dare un valore centrale all'innovazione.
Innovative vision - We believe that it is necessary to give a central value of innovation.

Dialogo aperto con il cliente

Crediamo che il cliente sia un partner con cui confrontarsi in ogni fase del processo e con il quale mantenere vivo un dialogo aperto e franco.
Customer orientation - We believe that the customer is a partner with whom to build each stage of the process and to maintain an open dialogue.

Personalizzazione

Le nostre soluzioni sono flessibili e personalizzabili per permettere alla realtà di adattarsi alla loro immaginazione.
Customization - Our solutions are flexible and customizable to make the reality fit their imagination.

Impegno per la soddisfazione del cliente

Cresciamo e ci miglioriamo costantemente grazie ai feedback dei nostri clienti.
Strong commitment to customer satisfaction - We grow and we are constantly improving thanks to the feedbacks from our customers.

Interdipendenza tra valore economico ed etico

Crediamo che uno sviluppo sano e sostenibile debba conciliare la dimensione dei valori umani con il profitto. L'etica con l'economia.
Interdependence between economic and ethical value - We believe that any sustainable development should combine human values with profit and ethics with economics.



Stakeholder / Stakeholders



Il rispetto e l'attenzione verso le aspettative dei propri stakeholder è uno dei valori fondamentali di Mangini SpA.

Per "stakeholder" si intendono i soggetti portatori di interessi, ovvero clienti, fornitori, finanziatori (banche e azionisti), collaboratori ma anche gruppi esterni, come enti locali territoriali, associazioni, cittadini e collettività il cui apporto è richiesto per realizzare la mission di un'azienda o che hanno comunque un interesse in gioco nel suo perseguimento.

Sono considerati stakeholder primari di Mangini SpA:

Dipendenti Clienti

Principali clienti: Banca d'Italia (sede di Roma), Banca Lombard Odier & Cie Ginevra, sede Regione Liguria Genova, Technip Kti SpA, Telespazio Spa, Fiat Polonia e Italia, Banca Credit Lyonnais Ginevra, Telecom Italia (sedi in territorio nazionale), Telecom Italia SpA per le Cage che ospitano elaboratori e terminali di cablaggi, Misericordia di Prato, Scuola Media rif. via Boifava Milano, Facoltà Giurisprudenza Università Roma Tre, Banca d'Italia Bolzano, Base Nato Vicenza, Centro Navale GDF Formia, Udinese Calcio (sede di Udine), Rai Roma, Enpam CNR Genova, Ilva SpA (stabilimento di Taranto), Officine Galileo Firenze, Aeroporto Caselle Torino, Banco Ambrosiano Veneto (sedi su territorio nazionale), Banca Popolare dell'Irpinia Avellino, Aeroporto di Bari Palese, Base Nato (sede di Brindisi e Comiso, RG), Fiat Pescara ed Avellino, Industrie Birra Peroni, Caserma Carabinieri di Brindisi, Comando Generale Carabinieri Roma, Autorità Portuale Brindisi, Ericsson Lab Roma, Agos.

Fornitori

Principali fornitori: Arcelor Mittal Avellino (AV), Sit Srl Società Industria Truciolari Viadana (MN), Sia Srl Società Industria Agglomerati Viadana (MN), Henkel Italia SpA (MI), Lafarge Gessi SpA Milano, Armstrong Building Products Italia Srl Milano, Saint Gobain Isover Italia SpA Milano, Skema Srl Treviso, Topfloor Roma, Prometal Isola Vicentina (VI), Fermacell Grassobbio (BG).

Sono considerati stakeholder secondari:
Istituzioni, Collettività e Media

Respect and attention to the expectations of its stakeholders is one of the fundamental values of Mangini SpA.

The word "Stakeholders" means customers, suppliers, lenders (banks and shareholders), co-workers but also external interest groups, such as local authorities, associations, citizens and organizations whose contribution is required to achieve the Mission of a business or who have a stake in its pursuit.

Are considered primary stakeholders of Mangini SpA:

Employees Customers

Main customers: Headquarter Banca d'Italia in Rome, Bank Lombard Odier & Cie Ginevra, the headquarters of the Liguria region Genova, Technip Kti SpA, Telespazio Spa, Fiat Poland and Italy, Bank Credit Lyonnais Ginevra, Telecom Italia (in various Italian regions), Telecom Italia SpA for the "cage" of the telephone company that hosts processors and wiring terminals, Misericordia di Prato, Scuola Media rif. via Boifava Milano, Facoltà Giurisprudenza Università Roma Tre, Banca d'Italia Bolzano, Base Nato Vicenza, Centro Navale GDF Formia, headquarter Udinese Calcio Udine, Rai Roma, Enpam CNR Genova, Ilva SpA (headquarter Taranto), Officine Galileo Firenze, Aeroporto Caselle Torino, Banco Ambrosiano Veneto (in various Italian region), Banca Popolare dell'Irpinia Avellino, Aeroporto di Bari Palese, Base Nato di Brindisi e Comiso (RG), Fiat Pescara ed Avellino, Birra Peroni Industries, Caserma Carabinieri di Brindisi, Comando Generale Carabinieri Roma, Autorità Portuale Brindisi, Ericsson Lab Roma, Agos.

Supplier

Main supplier: Arcelor Mittal Avellino (AV), Sit Srl Società Industria Truciolari Viadana (MN), Sia Srl Società Industria Agglomerati Viadana (MN), Henkel Italia SpA (MI), Lafarge Gessi SpA Milano, Armstrong Building Products Italia Srl Milano, Saint Gobain Isover Italia SpA Milano, Skema Srl Treviso, Topfloor Roma, Prometal Isola Vicentina (VI), Fermacell Grassobbio (BG).

*Are considered secondary stakeholders of Mangini SpA:
Institutions, Collectivity and Media*



Comunicazione / Communication

Mangini SpA ha investito nel 2010 in un mix di strumenti di comunicazione interni ed esterni.

Per la gestione delle relazioni con i media l'azienda nel 2010 si è avvalsa ancora della collaborazione di SEC Mediterranea, agenzia barese di relazioni pubbliche del Gruppo SEC di Milano, tra le prime cinque realtà italiane nel settore con sedi anche a Torino, Roma, Napoli, Parma e Udine.

Il numero complessivo degli articoli pubblicati su Mangini SpA nel corso dell'anno 2010 è di 15 tra quotidiani, periodici, portali locali e riviste di settore.

Nel 2010 ha ricevuto un attestato di Eccellenza per il premio **Awards for Excellence Confindustria** a livello nazionale.

Sul portale web di Mangini SpA www.mangini.it è possibile reperire, in lingua italiana e inglese, oltre alle informazioni istituzionali e a quelle relative ai prodotti con una esplicativa galleria di immagini, anche una serie di informazioni tecniche indirizzate ai partner commerciali e agli installatori. Mangini SpA utilizza un sistema elettronico di gestione dei fax e della documentazione interna.

Molto utilizzate restano le caselle di posta elettronica generiche e specifiche dell'utente, che grazie all'utilizzo di sofisticati sistemi antispam ed antivirus, eliminano in autonomia tutta la posta ritenuta infetta o inutile. Inoltre il 2009 ha visto la nascita della casella di posta elettronica sostenibile@mangini.it per incrementare la comunicazione con tutti coloro che hanno un occhio particolare all'ambiente e al nostro futuro, coinvolgendo anche coloro che non lo hanno.

Mangini SpA dispone anche di una moderna e tecnologica rete intranet per la circolazione della conoscenza interna all'azienda, uno strumento di comunicazione molto utilizzato e configurato in maniera tale da consentire interscambio di file, comunicazioni e dati sia per settori, sia con cartelle di scambio visibili da tutte le risorse interne.

During the course of 2010 Mangini SpA has invested in a mix of internal and external communication tools.

For the management of media relations the company has worked with SEC Mediterranea, the Apulian public relations agency of the SEC Group of Milan, among the top five Italian companies in this field, with offices in Turin, Rome, Naples, Parma and Udine.

The total number of articles published in Mangini SpA during 2010 is 15 among several newspapers, magazines, portals and local magazines.

In 2010 Mangini SpA received a certificate of Excellence for the "Awards for Excellence Confindustria" prize.

On the institutional website www.mangini.it you can find information about Mangini SpA and its products, with an explanatory gallery of images, and also a series of technical data about business partners and installers. Mangini SpA uses electronic fax management for internal documentation.

E-mail boxes are widely used and, thanks to sophisticated anti-spam and anti-virus softwares, all infected or spam e-mails are quickly deleted or deemed as unnecessary.

In addition, 2009 saw the birth of the new e-mail address sostenibile@mangini.it, to increase communication with people who have a particular focus on the environment and future.

Besides, Mangini SpA uses a modern technology for intranet circulation of knowledge, tool configured to allow exchange of files, and data communications for different sectors, with exchange folders visible from all internal resources.

Performance / Performances

Performance economica / Economic performance	22
Modalità di gestione degli indicatori / Administration of indicators	22
Valore economico generato e distribuito / Economic value generated and distributed	22
Politiche di spesa sui fornitori locali / Spending policies on local supplier	25
Performance ambientale / Environmental performance	26
Modalità di gestione degli indicatori / Administration of indicators	26
Materie prime / Raw materials	26
Risorse energetiche / Energy resources	28
Risorse idriche / Water resources	28
Emissioni di gas a effetto serra / Greenhouse gas emissions	30
Rifiuti / Waste	30
Prodotti e servizi / Products and services	31
Trasporti / Transportation	31
Performance sociale / Social performance	32
Modalità di gestione degli indicatori / Administration of indicators	32
Attività rivolte alla comunità locale / Activities directed to the local community	32
Posizioni e partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche / Participation in development of public policies	33
Profilo del personale / Staff profile	34
Salute e sicurezza sul lavoro / Health and safety at work	34
Formazione e istruzione / Training and education	35
Indicatori di performance sui diritti umani / Performance indicators on human rights	35
Salute e sicurezza dei consumatori / Health and consumer safety	36
Rispetto della privacy / Confidentiality policy	36



Performance economica

/ Economic performance



Modalità di gestione degli indicatori (DMA EC)

Mangini SpA pianifica e gestisce la sua performance economica orientandola alla crescita del valore aziendale in riferimento ai suoi stakeholder. La dimensione economica della sostenibilità riguarda gli impatti sulle condizioni economiche dei propri stakeholder e sui sistemi economici a livello locale. In termini indiretti è valutato il valore generato per la collettività, soprattutto considerando un prodotto frutto di un processo affidabile e rispondente ai più alti standard qualitativi di settore.

Valore Economico Generato e Distribuito (EC1)

La situazione di crisi globale che ha influito in modo significativo sull'andamento dell'economia mondiale e di quella italiana ha avuto i suoi effetti sull'andamento generale della gestione aziendale e ovviamente sul fatturato 2010 che, seguendo il trend degli ultimi anni, è stato di 8.471.711 euro.

Mangini SpA, pur risentendo della congiuntura negativa in cui si è trovata a operare, ha assunto un atteggiamento positivo mettendo in atto piani di investimento nel campo della ricerca e dello sviluppo al fine di accrescere le proprie conoscenze per superare il periodo di crisi e per ottenere un vantaggio competitivo che sarà utile per sfruttare le nuove richieste di mercato che si presenteranno in futuro.

Il valore della produzione lorda, ottenuto sommando il fatturato (8.471.711 euro) con gli incrementi delle immobilizzazioni per ricerca e sviluppo prodotti (pari a 365.214 euro), considerando le variazioni delle rimanenze ed altri ricavi (per euro 193.082) e detraendo il saldo dell'area straordinaria (-1.304 euro del conto economico per l'anno 2010), ammonta quindi a 9.028.703 euro.

Fatturato 2010: 8.471.711 €

Administration of indicators (DMA EC)

Mangini SpA schedules and manages its economic performance to point to the growth of the business value in reference to its stakeholders. The economic dimension of sustainability impacts on the economic conditions of its stakeholders and on economic systems at local level. In indirect terms is rated the value generated for society, especially considering a product resulting from a reliable process that meets the highest industry standards.

Generated and Distributed Economic Value (EC1)

The global crisis is having a significant influence on the progress of the world economy and is showing its effects on the general course of business management and sales of 2010 that, following the trend of recent years, was equal to 8,471,711 euros.

Despite the effects of the downturn, Mangini SpA has taken a positive attitude by putting in place plans for investments in research and development, in order to increase their knowledge to overcome the crisis and to gain a competitive advantage for the future.

The gross value of production (obtained by adding the turnover of 8,471,711 euros, with the increases in assets for product research and development amounting to 365,214 euros, considering changes in inventories and other revenues of EUR 193,082, and deducting the balance of the outstanding -1,304 euros in the income statement for the year 2010) amounts to 9,028,703 euros.

2010 Revenue: 8,471,711 €

L'impresa acquista beni e servizi necessari a produrre altri beni e servizi con maggior valore. La differenza tra il valore della produzione lorda ed il valore dei beni e servizi acquistati per essere impiegati nel processo produttivo è il valore aggiunto. Esso rappresenta l'aumento di ricchezza creato dall'impresa attraverso il suo operare. Il valore aggiunto distribuito da Mangini ai propri stakeholder, in un'ottica di responsabilità d'impresa, rappresenta quindi il risultato dell'impegno a "remunerare" equamente tutti gli stakeholder, ossia coloro che a vario titolo hanno contribuito al raggiungimento del risultato economico.

Il valore aggiunto creato dalla gestione 2010 è pari a 2.160.462 euro, ottenuto sottraendo dal valore della produzione lorda i costi operativi rappresentati da pagamenti per i materiali e servizi direttamente inerenti la produzione che ammontano a 6.868.241 euro, ed è stato ripartito nel modo seguente:

Valore aggiunto: 2.160.462 €

- I **dipendenti**, le risorse cardine della gestione d'impresa, ciascuno dei quali, in base alle specifiche responsabilità e competenze, oltre a produrre valore interagisce con gli altri stakeholder d'impresa, stimolandone il contributo alla crescita, sono stati remunerati con **1.063.823 euro**.
- I **contributi sociali** versati a vario titolo per le risorse umane nel corso del 2010 sono stati pari a **311.502 euro**.
- La parte di valore aggiunto relativa alla **quota di ammortamento** è pari a **320.866 euro**, per garantire la attività nel tempo e lo sviluppo durevole dell'azienda.
- Gli **amministratori che gestiscono l'impresa** immettendo in essa risorse economiche, permettendole di condurre le proprie attività, sono stati remunerati con **200.000 euro**, i **sindaci che controllano la gestione** con **10.768 euro** mentre gli **oneri finanziari** a vario titolo pagati nel 2010 sono stati pari a **95.556 euro**.
- Le **istituzioni**, con le quali l'impresa è in costante interazione e che determinano il contesto normativo e regolamentare di riferimento, hanno ricevuto sotto forma di pagamenti di tasse ed imposte a vario titolo la somma di **111.090 euro**.
- La parte di valore aggiunto distribuita alla collettività sotto forma di **contributi e donazioni** per legittimare l'operato di Mangini all'interno della società per l'anno 2010 è stata pari a **46.857 euro** di cui 5.903 euro in investimenti promozionali verso la collettività, 39.904 euro per comunicazione ed i rapporti con i media, e 1.050 euro in erogazioni liberali verso organizzazioni con scopi sociali e associazioni di cura e volontariato.

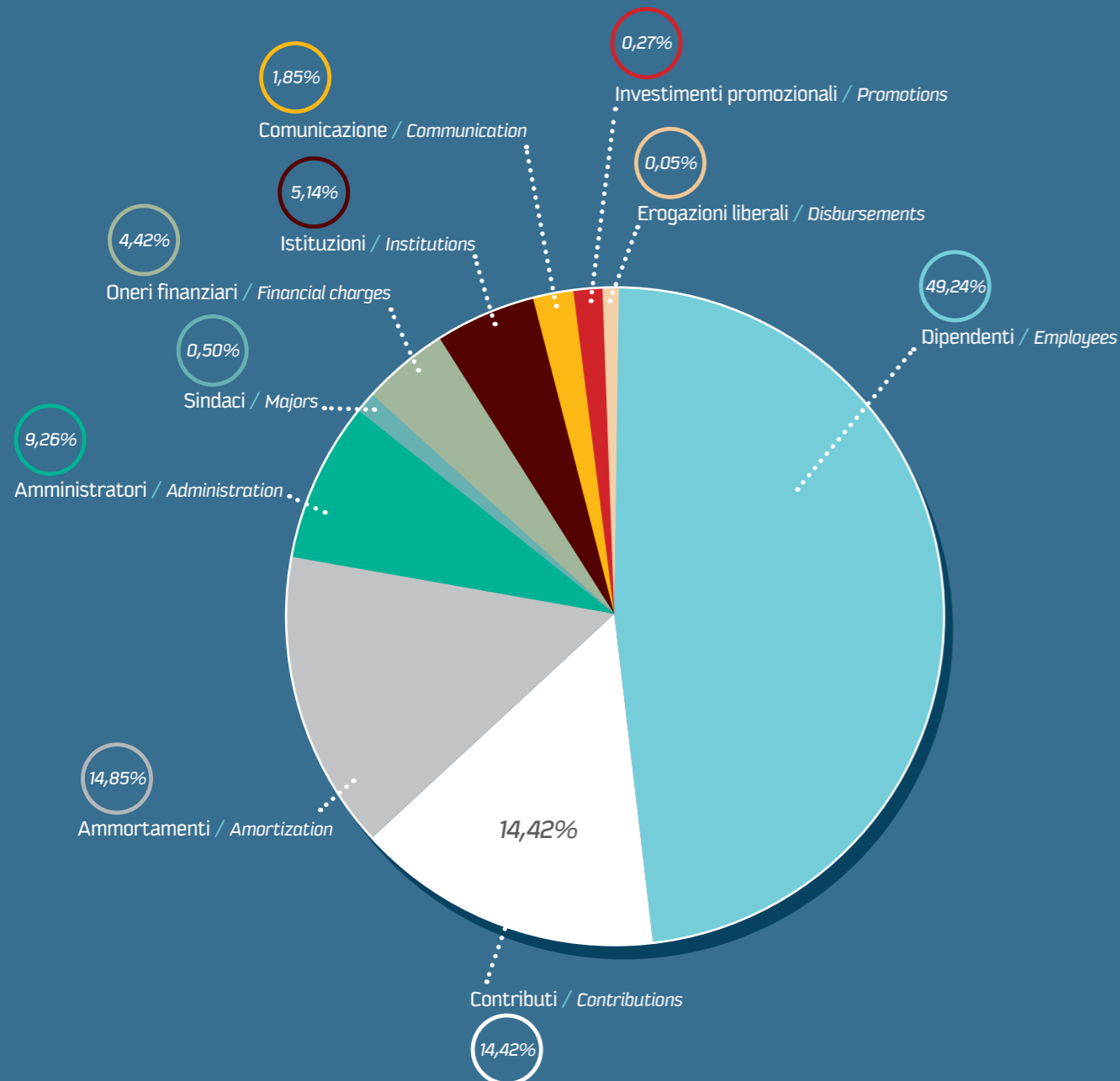
Mangini SpA purchases goods and services necessary to produce other goods and services with greater value. The difference between the value of gross output and value of goods and services purchased for the production process, is the added value. It represents the increase of wealth created by the company through his work. The added value distributed by Mangini SpA to its stakeholders is therefore the result of a "reward" to fairly all stakeholders, ie those who, for various reasons, have contributed to the economic result.

The added value created by the 2010 management amounted to 2,160,462 euros, obtained by subtracting the value of gross operating costs, represented by payments for materials and services, directly related to the production, amounted to 6,868,241 euros, which was spread as follows:

2010 Added Value: 2,160,462 €

- *Employees, the cornerstone of business management resources, were rewarded with 1,063,823 euros.*
- *Social security contributions for human resources, paid in various ways, amounted to 311,502 euros.*
- *The portion of added value relating to the depreciation taxes amounted to 320,866 euros, to ensure the over time activities and the sustainable development of Mangini.*
- *The directors of the company, who lead it and enter the economic resources to conduct the several activities, have been rewarded with 200,000 euros; the mayors who control the management with 10,768 euros and the financial charges, paid in 2010 for various reasons, amounted to 95,556 euros.*
- *The institutions with which the firm is in constant interaction and that determine the legal framework and regulatory reference, received the sum of 111,090 euros as payment of taxes.*
- *The majority of the added value distributed to the community in form of contributions and donations, amounted to 46,857 euros, of which 5,903 euros in investment promotion to the community, 39,904 euros for communication and relationships with media, and 1,050 euros in donations to organizations with a social purpose and voluntary associations.*

Grafico di distribuzione del Valore Aggiunto / Distribution of the Added Value diagram



In base ai dati del sondaggio congiunturale condotto dalla Banca d'Italia nell'ottobre 2010, circa il **36%** delle imprese manifatturiere pugliesi ha segnalato per il 2010 un maggiore impegno nell'introduzione di cambiamenti nei processi produttivi, nella gamma di prodotti offerti o nei sistemi organizzativi e gestionali.

According to the economic survey conducted by Bank of Italy in October 2010, approximately the 36% of the manufactures companies in Puglia reported for 2010 a greater commitment for introduction of changes in production processes, in the range of products offered and/or organizational systems and management.

Politiche di Spesa sui Fornitori Locali (EC6)

Mangini SpA è da sempre attenta ai propri stakeholder geograficamente più vicini e, in un'ottica di valorizzazione della professionalità e delle competenze dei fornitori locali, si avvale della loro preziosa opera.

Le politiche di spesa sui fornitori locali sono particolarmente evidenti per alcuni processi produttivi quali:

- la cesoiatura e la piegatura della lamiera di acciaio;
- la lavorazione per la laccatura e l'applicazione di laminati tinta legno;
- la lavorazione di pannelli di truciolare;
- il montaggio e la messa in opera delle pareti mobili.

Spesa sui fornitori: 150.000 €

Durante l'anno 2010 l'importo della spesa effettuata sui fornitori locali nell'area di primaria influenza della Mangini SpA (Bari e provincia) è di 150.000 euro.

Spending Policy on Local Suppliers (EC6)

Mangini SpA has always been caring to its stakeholders that are geographically closer, in order to enhance the local professionalism and expertise on its own work.

The spending policies on local suppliers are particularly obvious for some processes such as:

- Sheare and bend of steel sheets;
- Process the application of lacquer and laminated wood color;
- Process particle boards;
- Assembly and install movable walls.

2010 Cost of local suppliers: 150,000 €

During the year 2010 the amount of cost on local suppliers in the primary influence of Mangini SpA (province of Bari) is 150,000 euros.



Performance ambientale / Environmental performance



Secondo l'EPI
 (indicatore delle performance ambientali)
 che tiene conto di parametri
 come la qualità dell'aria,
 la gestione delle risorse idriche,
 la tutela delle foreste,
 dell'agricoltura e delle biodiversità,
 l'Italia nel 2010 è al
18° posto
 nella classifica mondiale.

*According to the EPI
 (indicator of environmental performance)
 which calculates parameters such as air quality,
 management of water resources,
 protection of forests, agriculture and biodiversity,
 Italy in 2010 ranked the 18th place
 in the world classification.*

La comunicazione ambientale ha un compito molto preciso ed estremamente delicato: **veicolare la nuova cultura ambientale delle imprese**. In questa sezione verranno trattati gli impatti ambientali della produzione delle partizioni per ufficio, quali consumo di risorse naturali, energetiche e idriche, produzione di rifiuti, imballaggi, trasporti e gas serra.



Materie prime (EN1, EN2)

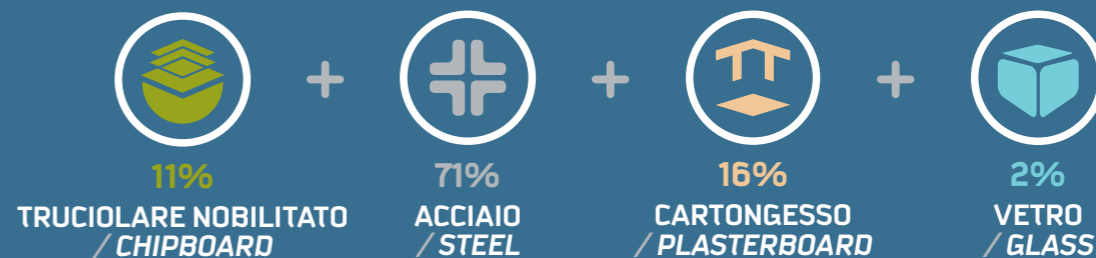
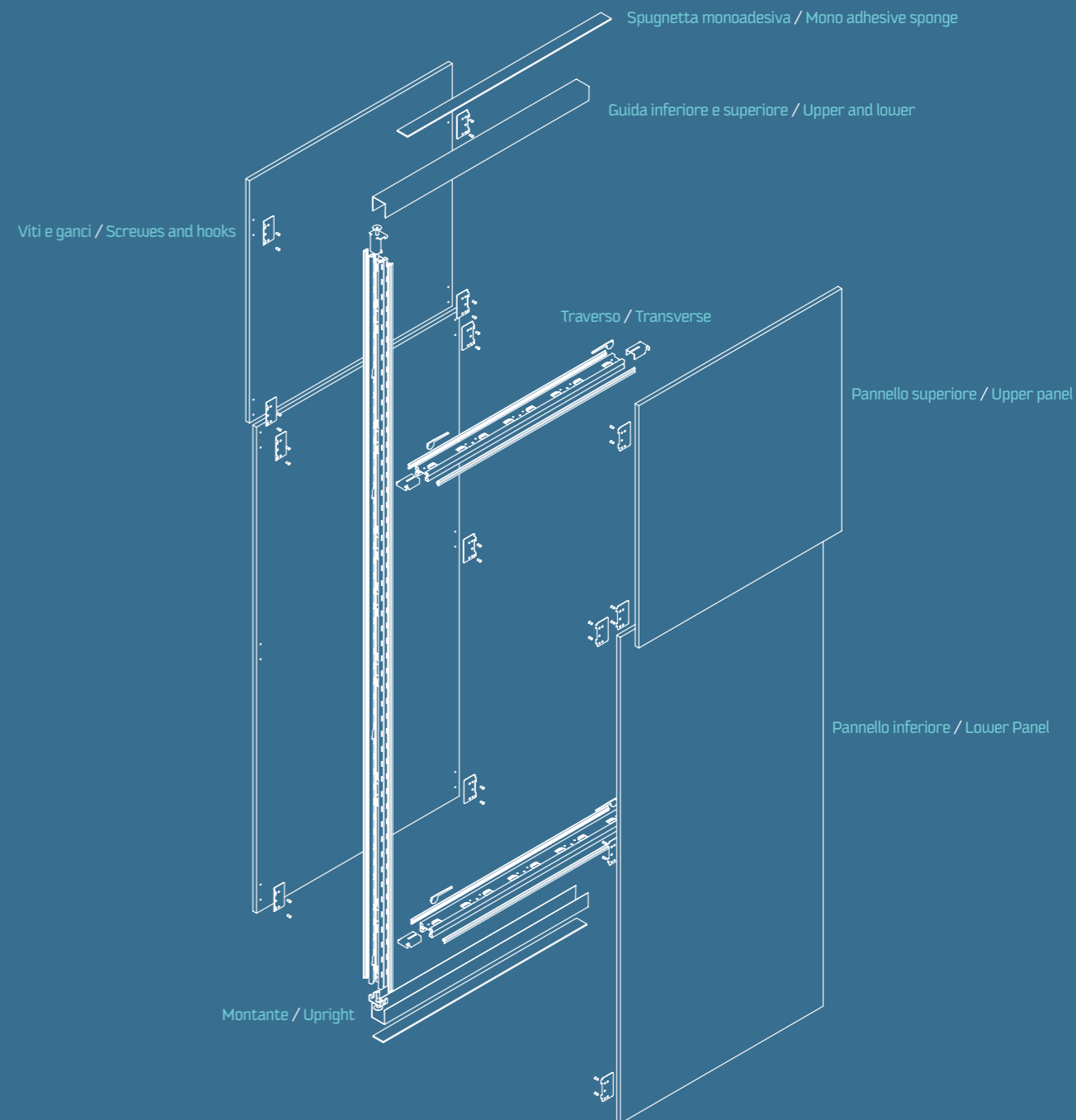
La realizzazione delle pareti mobili non richiede l'utilizzo di risorse naturali, ma semilavorati industriali. I clienti hanno richiesto, nell'anno di rendicontazione, una minor quantità di rivestimento truciolare rispetto all'acciaio, restando invariate le quantità in cartongesso. In particolare il truciolare nobilitato proviene da fornitori aderenti al **Consorzio nazionale del Pannello Ecologico** che producono pannelli realizzati con il 100% di legno riciclato.

Environmental communication has a very precise and extremely delicate task: communicate the new environmental culture. This section covers the environmental impacts of production office partitions, such as consumption of natural resources, energy and water, waste, packaging, transport and greenhouse gases.

Raw materials (EN1, EN2)

The realization of mobile walls does not require the use of natural resources, but only of industrial semifinished products. Customers have requested, in the reporting year, less than plasterboard coating, remaining unchanged amount in steel chipboard. In particular, the chipboard is purchased from participating in the national consortium of Pannello Ecologico that produce panels made from 100% recycled wood.

Impiego di materie prime (1000m²/anno) / Consumption of raw materials (1000m²/year)





Risorse energetiche (EN4, EN5, EN7)

Il processo di produzione di Mangini SpA è caratterizzato da fasi ad alto consumo di energia elettrica. I dati del 2010 mostrano un consumo mensile medio pari a 14.500 kWh e totale annuo pari a 174.220 kWh, di cui l'80% afferente alla sola produzione. **Per far fronte a questi consumi, Mangini SpA sta progettando un impianto fotovoltaico su una superficie di 1.900 m² e con capacità produttive pari a 135.000 kWh.**

L'impianto sarà terminato alla fine del 2011. Tale intervento, valorizzando le superfici superiori degli opifici industriali, potrebbe ridurre quasi a zero i consumi da rete elettrica nazionale.

Si prevede di realizzare un manuale delle azioni quotidiane dell'utente virtuoso che possa contribuire ad "alleggerire la bolletta energetica" attraverso la riduzione dei consumi necessari allo svolgimento delle proprie attività lavorative negli uffici, all'uso di mezzi di trasporto, di attrezzature e di impianti presenti sul luogo di lavoro ma anche alle abitudini in casa e nella vita quotidiana.



Risorse idriche (EN8)

L'utenza idrica di Mangini SpA è allacciata all'**Acquedotto Rurale delle Murge**, mentre lo smaltimento della acque reflue, che provengono esclusivamente dai servizi igienici, viene effettuata, con scarico indiretto, tramite ditta autorizzata dopo aver subito le fasi di depurazione con chiarificazione in vasca del tipo Imhoff e accumulo in vasca a tenuta stagna. **L'acqua non è utilizzata per i processi produttivi ma esclusivamente per i servizi igienici.**

La Puglia è la prima regione in Italia per la produzione di energia da fotovoltaico.

La Puglia con il **19,7%** ha il valore più alto di potenza registrato*

Apulia is the first region in Italy for the production of energy from photovoltaics. With the 19.7% it has the highest value power recorded.

*Dati statistici Terna

Energy resources (EN4, EN5, EN7)

The production process of Mangini SpA is characterized by phases with high power consumption. 2010 data show an average monthly consumption of 14.700 kWh and total annual 177.203 kWh, of which 80% relating solely to production.

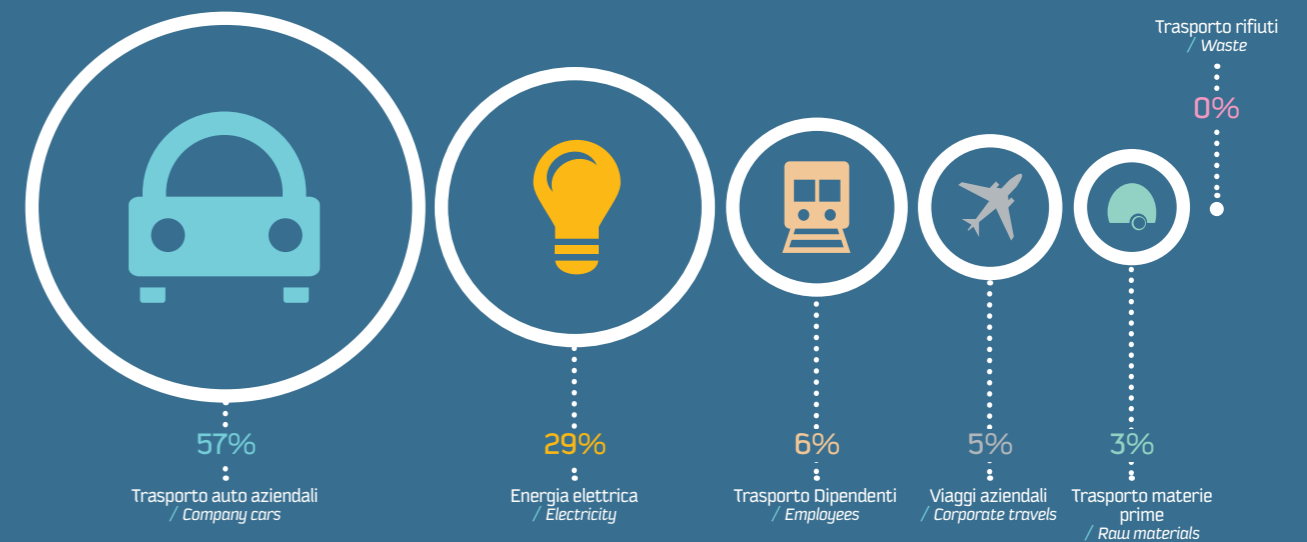
To meet these consumption Mangini SpA is considering to build a photovoltaic system in an area of 1900 m² and with a production values amounting to 135.000 kWh. This plant will be completed by the end of 2011. Such intervention, valuing the tops of industrial factories, could reduce the consumption by national grid.

The company plans to make a manual of user's everyday actions that could help to "reduce the energy bill" by reducing consumption required for the performance of its work in offices, the use of means of transport, equipment and facilities in the workplace but also habits at home and in everyday life.

Water resources (EN8)

Water used by Mangini SpA is strapped to Rural delle Murge Aqueduct and sewage disposal, which come exclusively from toilets, with indirect discharge is made through a company authorized after the stages of purification with clarification in tub type Imhoff and accumulation in watertight tank. Water is not used for production processes but solely to the toilets.

Contributo alla Carbon Footprint aziendale / Contribution to the overall corporate Carbon Footprint



Porzione annua di rifiuti in kg / Annual production of waste in kg





Emissioni di gas a effetto serra (EN16, EN17)

I cambiamenti climatici costituiscono un tema di grande interesse a livello istituzionale, scientifico e del mondo ambientalista.

Il **GHG Protocol Corporate Standard** fornisce gli standard e i requisiti generali per le aziende e altri tipi di organizzazioni per la compilazione di un inventario delle emissioni di GHG. Lo sviluppo di un'attività di contabilizzazione delle emissioni rappresenta un'azione volontaria che può esercitare una funzione educativa e di sensibilizzazione su fornitori e clienti, contribuendo a diffondere una più elevata conoscenza rispetto alle tematiche connesse alla tutela dell'ambiente.

Le emissioni dei vari gas serra possono essere misurate con un'unica unità di misura, la tonnellata di CO₂ equivalente, utilizzando i coefficienti di conversione o il Global Warming Potential (GWP), indicati nel Fourth Assessment Report (IPCC, 2007). Mangini SpA, pur non avendo particolari emissioni dirette in aria, ritiene necessario valutare, monitorare e ridurre le emissioni indirette.

Le emissioni indirette di gas a effetto serra generate dal settore produttivo dell'azienda sono relative alle voci: trasporto delle materie prime e dei rifiuti, viaggi di lavoro, consumi auto aziendali, consumo elettrico. Il contributo dei diversi driver d'impatto è rappresentato in modo sintetico nel grafico a pagina precedente.

L'incremento dell'acquisto di auto aziendali ha inciso notevolmente sulla componente "emissioni".

L'attivazione dell'impianto fotovoltaico nel 2011 dimezzerà gli impatti ambientali, riducendo sensibilmente il contributo di Mangini SpA ai cambiamenti climatici.



Rifiuti (EN22)

I rifiuti dell'attività produttiva costituiscono da sempre un aspetto ambientale poco rilevante sia per la loro quantità che per la loro tipologia. Le più significative tipologie di rifiuti prodotti sono riportate nel grafico a pagina precedente.

Nel 2010 sono stati prodotti 150.020 kg di rifiuti.

La percentuale di rifiuti pericolosi è insignificante (inferiore all'1%), mentre la quota parte maggiore di rifiuti è relativa ai rottami di acciaio (51%) e agli scarti di legno (14%). Mangini SpA si avvale oggi di società esterne per il ritiro e il corretto recupero e smaltimento dei rifiuti.



Prodotti e servizi (EN26, EN27)

Le iniziative già in essere nel campo della promozione e tutela ambientale riguardano le seguenti aree:

- + riduzione della produzione di rifiuti quali carta e plastica. Mangini SpA applica una politica di "riduzione degli sprechi", sensibilizzando i suoi dipendenti a utilizzare con oculatazza i fogli bianchi (ad esempio stampando fronte/retro) mentre, per quanto riguarda la plastica, ha cercato di arginare l'utilizzo di bottiglie in PET mettendo a disposizione delle colonnine per l'erogazione dell'acqua;
- + contenitori per la raccolta differenziata. Sono presenti piccole isole ecologiche interne per il corretto recupero dei rifiuti;
- + rigenerazione delle cartucce per stampanti;
- + scelta di fornitori distribuiti sul territorio locale;
- + utilizzo di pannelli di truciolato riciclato;
- + recupero dei rifiuti in plastica e carta attraverso i servizi offerti da strutture qualificate per il recupero certificato di tali rifiuti.

Per quanto riguarda le pareti mobili sono in fase di studio strategie di implementazione per assemblaggi, procedure di montaggio e smontaggio, trasporto, logistiche ecc. che permettano di limitare scarti, pericoli e sprechi in cantiere.



Trasporti (EN29)

La flotta aziendale di Mangini SpA si è ampliata con l'acquisto di un nuovo mezzo per i trasporti pesanti e tre auto nuove a bassissimo impatto ambientale.

La politica sui viaggi di lavoro assicura che ogni trasferta venga valutata attentamente ed effettuata solo se ritenuta necessaria.

La raccolta differenziata:

in Puglia
15,2%
 nell'ATO/BA5
17,9%
 a Putignano
13,7%

Diversified harvest:
15,2% in Puglia,
17,9% in ATO/BA5,
13,7% in Putignano.

Products and services (EN26, EN27)

The initiatives already in place in the field of promotion and protection of the environment concern the following macro aspects:

- reduction of waste production such as paper and plastic. Mangini SpA applies a policy of "minimization", raising its employees to use wisely the white sheets (e.g. Printing duplex) Whereas, with regard to plastic, has sought to curb the use of plastic bottles through the provision of small columns for the delivery of water;
- containers for recycling. There are small ecological point for the recovery of domestic waste;
- regeneration of toner cartridges;
- choice of suppliers distributed local territory;
- use of recycled chipboard;
- recovery of plastic packaging and cardboard waste through services offered by qualified facilities.

As regards products the walls are being investigated implementation strategies for assemblages, procedures for assembly and disassembly, transport, logistics, etc. that will limit deviations, dangers and waste on site.

Transportation (EN29)

The company's fleet of Mangini SpA has expanded with the purchase of a new truck and three new car with low environmental impact.

Policy on business ensures that each trip is evacuate carefully and performed only if deemed necessary.



Performance sociale / Social performance



Modalità di gestione degli indicatori (DMA SO) (DMA LA) (DMA HR)

Mangini SpA partecipa alle attività allo sviluppo territorio in cui è insediata. Non solo attraverso il dialogo e la cooperazione con le istituzioni, ma anche con parsimonia nella scelta delle azioni di promozione culturale locale.

Le regole e le procedure con le quali gestisce il processo di comunicazione con la cittadinanza sono improntate a principi etici di correttezza e di trasparenza rifiutando discriminazioni di ogni tipo.

Mangini SpA riconosce che la crescita aziendale è possibile solo in presenza di un legame indissolubile tra gli obiettivi dell'impresa e quelli generali della comunità locale.

Indicatore di performance sulla società



Attività rivolte alla comunità locale (S01)

Mangini SpA vanta una lunga tradizione di sostegno allo sviluppo della comunità locale in cui opera: azioni di promozione delle attività carnevalesche, di sagre ed eventi di tradizione popolare, alle sponsorizzazioni delle manifestazioni di associazioni teatrali per lo sviluppo della rete di giovani artisti locali, all'adesione a progetti di sensibilizzazione ambientale e promozione dell'educazione civica nelle scuole.

L'azienda inoltre ha continuato a offrire a studenti neolaureati e neodiplomati la possibilità di svolgere tirocini formativi.

Administration of indicators (DMA SO) (DMA LA) (DMA HR)

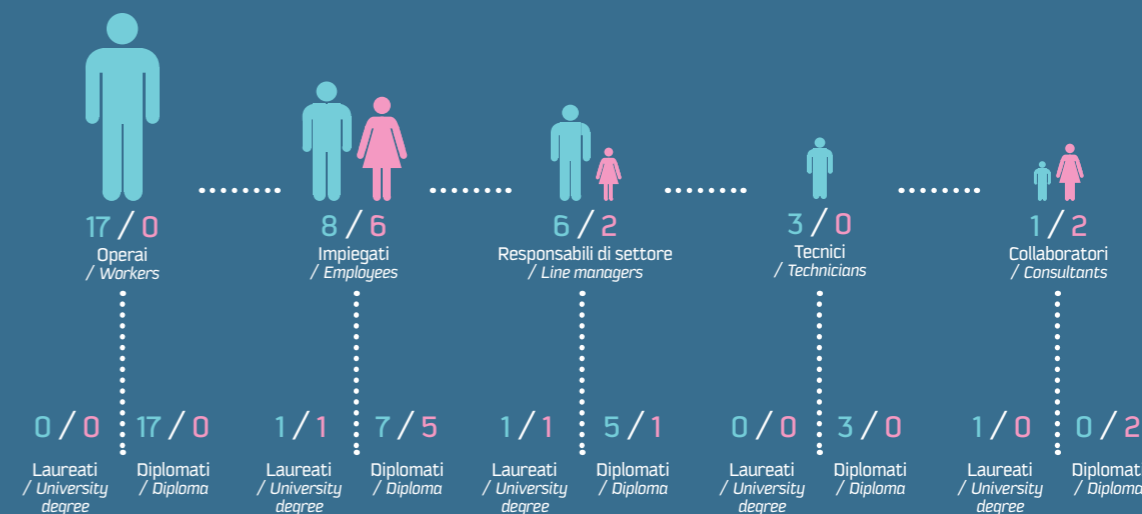
Mangini SpA participates in the development of the local social context in which it is installed. Not only through dialogue and cooperation with institutions, but also with the choice of the actions for the local culture promotion.

The rules and procedures with which manages the process of communication with the townspeople are guided by ethical principles of correctness and transparency by rejecting discrimination of all kinds. Mangini SpA recognizes that business growth is possible only in the presence of an indissoluble link between the objectives of the firm and those generals of the local community.

Performance indicator on society Activities directed to the local community (S01)

Mangini SpA has a long tradition of supporting the development of the local community in which it operates: actions to promote activities that infuse, festivals and events of popular tradition, sponsorship of theatrical events of associations for the development of network of young local artists, accession to projects of environmental awareness and promotion of civic education in schools. The company also continued to offer recent graduates and graduate students the opportunity to complete formative training.

Composizione dei dipendenti / Staff composition



Posizioni e partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche (S05)

Mangini SpA ha rafforzato la sua presenza sul territorio con l'adesione a enti distrettuali regionali di competenza:

+ Il **Distretto produttivo pugliese** dell'edilizia sostenibile conta oltre 200 attori tra imprese, associazioni, sindacati, università e centri di ricerca. Tra i progetti principali, condivisi da Mangini SpA, la riduzione dell'impatto ambientale degli interventi di ristrutturazione e di nuova costruzione, la promozione di soluzioni innovative per il risparmio energetico e il miglioramento del comfort abitativo.

+ Il polo specializzato nel solo ambito mecatronico destinato ad accogliere aziende meccaniche, elettriche, elettroniche e del software dell'area del Sud-Est barese, denominato **MAD - Mechatronic Advanced District**. L'obiettivo è quello di creare un vero e proprio distretto interdisciplinare e infra-settoriale della mecatronica, che punti sulla ricerca, sulle tecnologie e l'integrazione dei saperi con l'obiettivo di innovare prodotti, processi e servizi.

Positions and participation in development of public policies (S05)

Mangini SpA has strengthened its presence in the territory with the participation regional productive districts:

The Apulian productive District of sustainable construction has over 200 actors between firms, associations, trade unions, universities and research centers. The main projects, shared by Mangini SpA, are reducing the environmental impact of renovation and new construction, the promotion of innovative solutions for energy saving and improve living comfort.

The mechatronic specialized center which involves mechanical, electrical, electronic companies and software for the South East, called MAD - Mechatronic Advanced District. The goal is to create a truly interdisciplinary district and infra-sectoral of Mechatronics, which points on research, technology and integration of knowledge with the objective of innovating products, processes, services.

Programma Formativo 2010 / 2010 Training Concept

Ore / Hours	Descrizione / Description	Lavoratori / Staff
100	Collaborazione tra le PMI del territorio pugliese all'insegna di una cultura d'impresa collaborativa fondata sulle Comunità di Pratiche / <i>Collaboration between Apulian PMIs for a collaborative corporate culture based on Communities of Practice</i>	2
34	Il miglioramento degli assets / <i>The improvement of the assets</i>	17
40	Certificazione SA 8000 / <i>SA 8000 Certification</i>	4
70	Progetto Socrate (comunicazione interna ed esterna, reputazione aziendale) / <i>Socrates Project (internal and external communications, corporate reputation)</i>	6

Indicatore di performance sulle pratiche di lavoro e sulle condizioni di lavoro adeguate



Profilo del personale (LA1, LA4, LA13)

Al 31 dicembre 2010 la struttura aziendale di Mangini SpA si assesta su 45 unità. **La maggior parte del personale, altamente qualificato, è assunta a tempo indeterminato, circa l'85%.**

La struttura dell'azienda può essere schematizzata come da tabella a pagina seguente. Sono coperti da contratto collettivo il 100% dei dipendenti appartenenti al gruppo dei metalmeccanici. Il numero di donne assunte nell'azienda rappresenta circa il 22% del numero totale di dipendenti. L'età media dei lavoratori è compresa tra i 30 e i 50 anni. Il personale con un'età inferiore ai 30 anni e superiore ai 50 rappresenta una piccola percentuale, rispetto al 78% coperto dalla restante quota.

Performance indicator working practices and adequate working conditions

Staff profile (LA1, LA4, LA13)

To December 31, 2010 business structure of Mangini SpA is about 45 units. The most highly qualified staff is hired for an indefinite period, approximately 85%.

The structure of the company can be outlined as per the following table. Are covered by collective pay 100% of employees belonging to the Group Metalworkers. Note that the number of women employed in the company represents approximately 22% of the total number of employees.

The average age of workers is between 30 and 50 years. Staff with a younger than 30 years and more than 50 represents a small percentage, compared with 78% covered by the remaining quota.

Health and safety at work (LA6, LA7, LA8, LA9)

Prevent accidents and work safely is a primary objective for Mangini Spa. The company has taken initiatives on several fronts: information, communication and training campaigns.

Mangini SpA also has a corporate Committee for health and safety of workers consisting of one representative of Direction, an external consultant for safety, an external, a competent doctor responsible for prevention and protection unit, a workers' representative for safety, two fire and emergency officers and six first aid attendants. Workers will account for 21%.

During 2010 there have been no significant cases of accidents. Currently, assistance to workers and their families in case of accidents shall be carried out in cooperation with the INPS or the INAIL.



Salute e sicurezza sul lavoro (LA6, LA7, LA8, LA9)

Prevenire gli infortuni e lavorare in sicurezza è un obiettivo di primaria importanza per Mangini SpA.

Per questo ha intrapreso iniziative su più fronti: informazione, campagne di comunicazione e formazione. Mangini SpA possiede un comitato aziendale per la salute e la sicurezza dei lavoratori costituito da un rappresentante del CdA, un consulente esterno per la sicurezza, un medico competente esterno, un responsabile del servizio di prevenzione e protezione, un rappresentante dei lavoratori per la sicurezza, due addetti antincendio ed emergenza e sei addetti primo soccorso aziendale. I lavoratori che ne fanno parte rappresentano una percentuale del 21%.

Nel corso del 2010 non si sono verificati casi significativi di infortuni. Attualmente l'assistenza per i lavoratori e per le loro famiglie nel caso di infortuni avviene in collaborazione con l'INPS (Istituto Nazionale Previdenza Sociale) o l'INAIL (Istituto Nazionale Infortuni sul Lavoro).



Formazione e istruzione (LA10, LA11)

La formazione è la leva vincente per la competitività dell'impresa. Gli interventi formativi di Mangini SpA attuati nel corso del 2010 sono stati finalizzati allo sviluppo di capacità e competenze distinte, coerentemente con il contesto organizzativo, di business e di mercato. **Nel 2010 l'azienda ha erogato complessivamente 1360 ore di formazione distribuite equamente tra le risorse umane.**



Indicatori di performance sui diritti umani (HR4, HR5, HR7)

L'azienda è rispettosa delle norme sindacali nonché dei termini e condizioni specifici definiti nei contratti collettivi a sostegno del diritto dei dipendenti di esercitare la libertà di associazione e/o di contrattazione collettiva. **La Carta dei valori rappresenta un presidio a garanzia di determinati comportamenti promossi e sostenuti dall'azienda. Nel 2010 non si sono verificati episodi di reclamo o contenzioso.**

Mangini SpA si impegna a collaborare con i suoi dipendenti e i loro rappresentanti per conseguire risultati tangibili. L'obiettivo è creare un'impresa sostenibile e un ambiente di lavoro proficuo.

La forza lavoro di Mangini SpA è composta da personale altamente qualificato e pertanto le questioni inerenti i diritti dell'infanzia o il lavoro forzato non sono attinenti alle attività aziendali.

Training and education (LA10, LA11)

Education is the lever for winning the company's competitiveness. The training of Mangini SpA implemented during 2010 were aimed at developing skills and competencies, in line with the organizational context, business and market. In 2010 the company has spend a total of 1360 hours of teaching distributed equally between the human resources.

Performance indicators on human rights (HR4, HR5, HR7)

The company is respectful of the rules of trade unions and specific terms and conditions defined in collective agreements in support of the right of employees to exercise freedom of Association and/or collective bargaining. The Charter of values represents a presidium to guarantee certain behaviors promoted and supported by the company.

In 2010 there have been no incidents of complaint or litigation.

Mangini SpA, by believing in the dialogue at all levels, is committed to working with its employees and their representatives to achieve tangible results. The objective is to create a sustainable and productive working environment.

The workforce of Mangini SpA is composed of highly qualified staff and therefore concerns the rights of the child or forced labour are not relevant to the business activities.

Indice dei contenuti / Table of contents

Indicatori di performance sulla responsabilità di prodotto Modalità di gestione degli indicatori (DMA PR)

La tutela della qualità del prodotto è una caratteristica di primo piano per la politica aziendale. I prodotti sono rispondenti alle norme di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro nelle varie fasi di produzione.



Salute e sicurezza dei consumatori (PR3)

Mangini SpA si sta impegnando per ottenere in tempi brevi per i suoi prodotti la Marcatura CE, un contrassegno che indica la conformità alla direttiva "Prodotti da Costruzione" 89/106/Cee (Cpd). La responsabilità dell'affissione della Marcatura CE e della dichiarazione di conformità è di chi immette i prodotti sul mercato europeo. Le norme UNI che si riferiscono alle pareti attrezzate sono la UNI 10700 e la UNI 10820.

L'adesione al consorzio del **Pannello Ecologico** prevede l'adozione di particolari sistemi di analisi e controllo di carattere qualitativo sul legno in ingresso nell'azienda al fine di verificarne la natura, la provenienza e la presenza di requisiti chimico-fisici rispettosi degli standard di sicurezza.



Rispetto della privacy (PR8)

Nel corso dell'anno di rendicontazione non si sono verificati casi di violazione della privacy del consumatore.

Performance indicators of product liability

Administration of indicators (DMA PR)

The protection of the quality of the product is a characteristic of the first plan for the company policy. The products shall comply with the standards of Safety and health at workplaces at various stages of their lifecycle.

Health and consumer safety (PR3)

Mangini SpA is endeavoring to obtain quickly for its products, the CE mark, a mark indicating compliance with the construction products Directive 89/106/EEC (Cpd). Responsibility for the affixing of the CE marking and Declaration of conformity is the person who enters the products on the European market.

The UNI rules that relate to partitions are the UNI 10700 and UNI 10820. Membership of the consortium of ecological Panel provides for the adoption of specific analytical systems and qualitative control on incoming wood in the holding in order to verify the nature, provenance and the presence of chemical-physical requirements respecting safety requirements.

Respect for privacy (PR8)

During the reporting year there have been no cases of violation of consumer privacy.

Index	Descrizione / Description	Pag.
1	Strategia e analisi / Strategy and analysis	
1.1	Dichiarazione dell'Amministratore Delegato / CEO's Statement	4
1.2	Principali impatti, rischi opportunità / Main impacts, risks, opportunities	11
2	Profilo dell'organizzazione / Company profile	
2.1	Nome dell'organizzazione / Organization name	2
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi / Major brands, products and/or services	8-12
2.3	Struttura operativa / Operational structure	10-11
2.4	Sede principale / Headquarters	2
2.5	Paesi di operatività / Countries of operation	12-13
2.6	Assetto proprietario e forma legale / Ownership and legal form	10-11
2.7	Mercati serviti / Markets served	12-13
2.8	Dimensione dell'organizzazione / Size of the Organization	10-11
2.9	Cambiamenti significativi / Significant changes	9-10
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti / Awards received	19
3	Parametri del bilancio / Parameters of the budget	
3.1	Periodo di rendicontazione / Reporting period	6-7
3.2	Data di pubblicazione del precedente bilancio / Date of publication of the previous report	6-7
3.3	Periodicità di rendicontazione / Periodicity of reporting	6-7
3.4	Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio / Contacts and addresses for information on the report	2
3.5	Processo per la definizione dei contenuti / Process for defining the contents	6-7
3.6	Perimetro del bilancio / Perimeter of the balance	6-7
3.7	Limitazioni su obiettivo o perimetro del bilancio / Limits on the objective or perimeter of the balance	6-7
3.8	Informazioni relative alle altre società collegate / Information related to other connected companies	9-10
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo / Data measurement techniques and basis of calculation	6-7
3.10	Modifiche rispetto al precedente bilancio / Changes compared to the previous report	6-7
3.11	Cambiamenti significativi rispetto al precedente bilancio / Significant changes from the previous report	6-7
3.12	GRI Index / GRI Index	37-39
3.13	Attestazione esterna / External Claim	6-7
4	Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder / Governance, commitments, stakeholder engagement	
4.1	Struttura di governo / Governance structure	8-12
4.2	Indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo / Indicate whether the director has an executive role	8-12
4.3	Amministratori indipendenti e non esecutivi / Non executive and independent directors	16-17
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni / Mechanisms available for shareholders and employees to provide recommendations	22-26-32

Index	Descrizione / Description	Pag.
4.5	Legame tra compensi di amministratori e alta direzione e performance / <i>Linkage between compensation of directors and top management and performance</i>	8-12
4.6	Conflitti di interessi / <i>Conflicts of interest</i>	8-12
4.7	Qualifiche degli amministratori / <i>Qualifications of Directors</i>	16-17
4.8	Missione, valori, codici di condotta e principi / <i>Mission, values, codes of conduct and principles</i>	22-26-32
4.9	Procedure per identificare e gestire le performance economiche ambientali e sociali / <i>Procedures for identifying and managing the economic, environmental and social performance</i>	6-7
4.10	Processo per valutare le performance del Cda / <i>Process to assess the performance of the Board of Directors</i>	6-7
4.11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale / <i>Detailed rules for the application of the principle or prudential approach</i>	6-7
4.12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale / <i>Adoption of codes and external principles in economic, social and environmental</i>	16-17
4.13	Partecipazioni ad associazioni di categoria / <i>Contributions to industry associations</i>	14-15
4.14	Elenco degli stakeholder coinvolti / <i>List of stakeholders involved</i>	18
4.15	Principi per identificare gli stakeholder da coinvolgere / <i>Principles for identifying stakeholders</i>	18
4.16	Attività di coinvolgimento degli stakeholder / <i>Stakeholder engagement activities</i>	18-19
4.17	Aspetti chiave e criticità emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni / <i>Key issues and critical issues emerged from stakeholder engagement and related actions</i>	18-19
Indicatori di performance economica / Economic performance indicators		
DMAEC	Modalità di gestione delle categoria / <i>Category management mode</i>	22
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi i ricavi, costi operativi, remunerazione dipendenti, donazioni e altri, investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione / <i>Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, payments to lenders and public administration</i>	22
EC6	Politiche, pratiche e percentuali di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative / <i>Policies, practices and percentages of spending focused on local suppliers in relation to the most significant operating sites</i>	25
Indicatori di performance ambientale / Indicators of environmental performance		
DMAEN	Modalità di gestione delle categoria / <i>Category management mode</i>	26
EN1	Materie prime utilizzate per peso e volume / <i>Raw materials used for weight and volume</i>	26
EN2	Percentuale di materiale utilizzati che derivano da materiale riciclato / <i>Percentage of materials used that come from recycled material</i>	26
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonti energetiche primarie / <i>Indirect energy consumption by primary energy sources</i>	28
EN5	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza / <i>Energy saving due to conservation and efficiency gains</i>	28
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute / <i>Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions</i>	28
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte / <i>Total water withdrawal by source</i>	28
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso / <i>Total direct and indirect emissions of greenhouse gases for weight</i>	30
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso / <i>Other indirect emissions of greenhouse gases are significant for weight</i>	30
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento / <i>Total weight of waste by type and disposal methods</i>	30
EN26	Iniziativa per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto / <i>Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services and can impact mitigation</i>	31
EN27	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria / <i>Percentage of products sold and their packaging material or recycled by category</i>	31
EN29	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale / <i>Significant environmental impacts of transporting products and goods/materials used in the activities of the Organization and for the movement of personnel</i>	31

Index	Descrizione / Description	Pag.
Indicatori di performance sociale / Social performance indicators		
DMA SO	Modalità di gestione delle categoria / <i>Category management mode</i>	32
SO1	Natura, obiettivo ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio di attività, operatività e dismissione / <i>Nature, objective and effectiveness of any programs and activities that assesses and manages the impacts of operations on a given community, including the phases of the beginning of activity, operation and disposal</i>	32
SO5	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate / <i>Positions on public policy, participation in development of public policy and pressure</i>	33
DMA LA	Modalità di gestione delle categoria / <i>Category management mode</i>	32
LA1	Numero totale di dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale / <i>Total number of employees, broken down by type of contract types, and territorial distribution</i>	34
LA4	Percentuale di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione / <i>Percentage of employees covered by collective bargaining agreements</i>	34
LA6	Percentuale di lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza, composto da rappresentanti della direzione e dei lavoratori, istituito al fine di controllare e fornire consigli sui programmi per la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori / <i>Percentage of employees represented on the Committee on health and safety, composed of representatives of management and workers, established to monitor and provide advice on programmes for the protection of workers' health and safety</i>	34
LA7	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica / <i>Rate of workplace accidents, sickness, days lost, absenteeism and total number of deaths, divided by geographical area</i>	34
LA8	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi / <i>Education, training, counseling, prevention and control of risks enabled to support workers, their families or communities, relatively serious diseases or disorders</i>	34
LA9	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e la sicurezza / <i>Formal agreements with trade unions concerning health and safety</i>	34
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendenti, suddiviso per categorie di lavoratori / <i>Average hours of training per year per employee by category of workers</i>	35
LA11	Programma per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale della propria carriera / <i>Program for the management of competences and to promote a progressive training/upgrading to support your continued use of the employees and for managing the final stages of his career</i>	35
LA13	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità / <i>Composition of the organs of government enterprise and breakdown of employees per category according to gender, age, belonging to protected categories and other indicators of diversity</i>	34
DMA HR	Modalità di gestione delle categoria / <i>Category management mode</i>	32
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese / <i>Total number of episodes linked to discriminatory practices and actions taken</i>	35
HR5	Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti / <i>Identification of activities where freedom of association and collective bargaining can be exposed to significant risks and actions in defence of these rights</i>	35
HR7	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione / <i>Activities with high risk of forced labour or measures taken to their abolition</i>	35
DMA PR	Modalità di gestione delle categoria / <i>Category management mode</i>	36
PR3	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi / <i>Types of information concerning products and services required by procedures, and percentage of significant products and services subject to these informational requirements</i>	36
PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori / <i>Number of complaints documented about breaches of privacy and loss of consumer data</i>	36

MANGINI®

Sede Legale / Registered Office
Sede Operativa e Amministrativa / Head Office
Servizio Clienti / Customer Service
mangini@mangini.it // www.mangini.it

Via Larga, 6 - 20122 Milano
S.P. 237 per Noci, 8 - 70017 Putignano (Ba)
+39 080 490.42.11 // Fax +39 080 405.31.29



MANGINI
think greener
sostenibile@mangini.it