

2022

Report di Sostenibilità

**CALZEDONIA
GROUP**

LETTERA DEL PRESIDENTE

03

IL GRUPPO CALZEDONIA

Il Gruppo Calzedonia in numeri

04

La nostra storia

05

Il profilo del Gruppo

06

Presenza sul mercato

07

I nostri Brand

08

LA STRATEGIA DI BUSINESS

Corporate Governance

17

Performance economica: la creazione di valore per gli stakeholder

19

PROGETTO C-EVOLUTION

Perché Evolution

20

I valori del Gruppo Calzedonia

21

Etica e integrità nella gestione del business

21

Il Gruppo Calzedonia e i diritti umani

23

I temi materiali del Gruppo Calzedonia

23

Le iniziative in ambito sostenibilità del 2022

24

I nostri traguardi

25

Il dipartimento di Sostenibilità

26

The Fashion Pact

27

La relazione con gli stakeholder

28

LA NOSTRA ATTENZIONE VERSO I CLIENTI

La vicinanza al cliente, l'omnicanalità e la digitalizzazione

30

La sicurezza e la protezione dei dati

33

La soddisfazione del cliente e l'eccellenza del servizio

34

La strategia di marketing e comunicazione

38

LE NOSTRE PERSONE

Composizione del personale

41

L'attrazione dei talenti e lo sviluppo della carriera nel Gruppo Calzedonia

49

Sviluppo della carriera

52

La formazione del personale

52

Attenzione a salari e incentivi

54

I benefit e le iniziative di welfare aziendale

56

La qualità dell'ambiente di lavoro e il rispetto dei diritti umani e delle diversità

57

La qualità dell'ambiente di lavoro e la salute e sicurezza del nostro personale

59

IL CONTRIBUTO AL BENESSERE SOCIALE E ALLA COMUNITÀ

Il nostro contributo alle comunità locali

62

Fondazione San Zeno

65

LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA PRODUTTIVA

Le fabbriche del Gruppo Calzedonia

72

La gestione della catena di fornitura

74

La qualità e sicurezza del prodotto

77

L'etichettatura

80

La sostenibilità nei prodotti e nei processi

83

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Impegno quotidiano verso la sostenibilità

85

L'approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali

87

Il rispetto dell'ambiente nei negozi e nelle fabbriche

92

La gestione responsabile della logistica

107

ALLEGATI

109

NOTA METODOLOGICA

117

GRI CONTENT INDEX

121

Lettera del Presidente

Il Gruppo Calzedonia ha, da sempre, improntato la propria attività su alcuni principi e valori cardine che ne hanno guidato il percorso e lo sviluppo negli anni: in primo luogo ci prefiggiamo di “fare bene le cose che facciamo” un concetto semplice, ma di valore.

“Fare bene le cose” significa preoccuparsi quotidianamente di costruire qualcosa di duraturo e orientato al lungo termine, rispettando l’ambiente sociale e naturale circostante, garantendo continuità nella qualità prendendosi cura dei propri clienti, con una costante attenzione al miglioramento.

Il nostro Gruppo ha da sempre posto al centro del business i propri clienti, arrivando a creare un solido rapporto di fiducia: l’impegno a garantire prodotti di qualità a prezzi accessibili tenendo sempre a mente che l’obiettivo economico non può prescindere dagli impatti etici ed ambientali ha permesso il consolidarsi di questa relazione anche in un contesto, quello odierno, in cui questi aspetti stanno assumendo ancora maggiore rilevanza per i consumatori.

Le nostre scelte produttive e commerciali narrano infatti di cura e attenzione verso i clienti, verso le comunità in cui quest’ultimi vivono, verso le persone che lavorano all’interno delle nostre aziende e, assolutamente non in ultimo, verso l’ambiente che ci circonda.

L’intento del Gruppo è quello di investire le proprie energie a 360° volgendo pari attenzioni sia all’interno che all’esterno dell’azienda: crediamo fermamente che “fare bene le cose” alla lunga ripaghi sempre, consapevoli del fatto che l’investimento iniziale richiesto, se si mira al lungo periodo, è spesso più alto.

Fare bene per noi è sinonimo di attenzione, rispetto, spirito innovativo e passione.

Questo approccio si traduce poi nella ricerca di un costante miglioramento nei nostri processi produttivi, nell’ideazione di prodotti a sempre più basso impatto ambientale, nella ricerca di materie prime che possano garantire un’origine controllata e, non in ultimo, nella collaborazione con fornitori che lavorino seguendo i nostri stessi principi etici.

Ci adoperiamo per creare valore aggiunto nelle comunità in cui ci troviamo, impegnandoci attivamente per rispondere ai bisogni di persone ed aziende che, in qualche modo, incrociano la nostra strada.

Ne è un esempio il sostegno che abbiamo dato ai dipendenti ed alle comunità colpite durante il 2021 ed inizio 2022 da guerre e pandemie di alcune aree in cui operiamo.

Un ruolo centrale nella nostra realtà è rivestito dalle persone che ne fanno parte. Siamo consapevoli di quanto il lavoro abbia un ruolo importante nella vita dei nostri dipendenti e di come questo non sia solo un mezzo di sostentamento, ma anche un potente strumento di crescita e realizzazione personale; per questo promuoviamo, all’interno della nostra realtà, la costruzione di rapporti umani forti e positivi, fondati sulla valorizzazione delle competenze e delle diversità di ciascuno.

Il nostro desiderio è che tutti possano sentirsi parte attiva dell’azienda, consapevoli di fare quotidianamente qualcosa di utile ed importante.

Crediamo inoltre che sia essenziale investire sulla valorizzazione e sulla crescita dei propri collaboratori. In quest’ottica assumiamo giovani al termine del loro percorso di formazione e li supportiamo affinché possano arrivare a ricoprire velocemente incarichi di grande responsabilità.

Attraverso il nostro progetto C-Evolution abbiamo continuato ad allargare i traguardi delle attività in ambito sostenibilità: abbiamo espanso il numero di paesi in cui utilizziamo energia rinnovabile e costruito nuovi impianti per l’autoproduzione di elettricità, i nostri Brand stanno incrementando l’utilizzo di tessuti a basso impatto ambientale e stanno diminuendo il volume degli imballaggi mantenendone le funzionalità ed utilizzando materiali sempre meno dannosi per la biodiversità.

In questo quadro in evoluzione rimane la certezza della centralità della persona, sia essa dipendente, cliente o parte delle comunità limitrofe e, anche per questo, ci stiamo impegnando concretamente per rendere la nostra realtà quanto più coerente e proattiva in ambito sostenibilità, sapendo di operare in un periodo in cui ogni azione e ogni scelta intrapresa avrà importanti riflessi sul futuro di tutti.

Siamo consapevoli, infine, che il valore delle idee sta nel metterle in pratica con visione di lungo periodo e attenzione al contesto; per questo il nostro obiettivo non è solo confermarci punto di riferimento nel nostro settore, ma anche impegnarci per fare le cose “sempre meglio” continuando a creare valore all’interno e intorno alla nostra realtà.

Sandro Veronesi - Presidente Gruppo Calzedonia

Il Gruppo Calzedonia

Nasce a Verona nel 1986. Il fondatore, Sandro Veronesi, ne è a tutt'oggi il Presidente e maggior azionista del Gruppo.

Per oltre trent'anni il Gruppo Calzedonia è cresciuto in fatturato ed espansione commerciale affermandosi a livello internazionale nel fashion retail. Il ciclo di vita del prodotto, dall'ideazione alla produzione in fabbriche di proprietà, fino alla distribuzione su scala mondiale, avviene all'interno del Gruppo.

Le collezioni sono proposte esclusivamente nei punti vendita monomarca a insegna Calzedonia, Intimissimi, Tezenis, Falconeri, Intimissimi Uomo, Atelier Emé, diretti o in franchising¹, presenti nel mondo. Nel 2022 il Gruppo ha continuato il suo processo di diversificazione nel settore dell'abbigliamento approdando nella moda pret a porter attraverso l'acquisizione del marchio Antonio Marras. Parte del Gruppo Calzedonia è anche Signorvino, catena di negozi specializzata nella vendita di vini italiani.

La crescita internazionale è una delle priorità del Gruppo: espansione e consolidamento del mercato Europeo, sviluppo commerciale verso il Far East e gli Stati Uniti, con lo sguardo sempre rivolto alle sfide dei mercati emergenti.

Il forte sviluppo del canale e-commerce permette di puntare in modo deciso su un modello di business omnichannel.

¹ - I negozi in franchising sono inclusi nel presente capitolo al fine di fornire una rappresentazione completa del Gruppo Calzedonia. Tuttavia, per tali negozi non è fornita disclosure relativa ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale e al rispetto dei diritti umani nei successivi capitoli in quanto il Gruppo non esercita un controllo diretto sugli stessi.

Il Gruppo Calzedonia in numeri

3.047
MLN €
fatturato 2022

22%
CRESCITA
rispetto al fatturato 2021

58
PAESI
in cui operiamo

5.328
NEGOZI
nel mondo

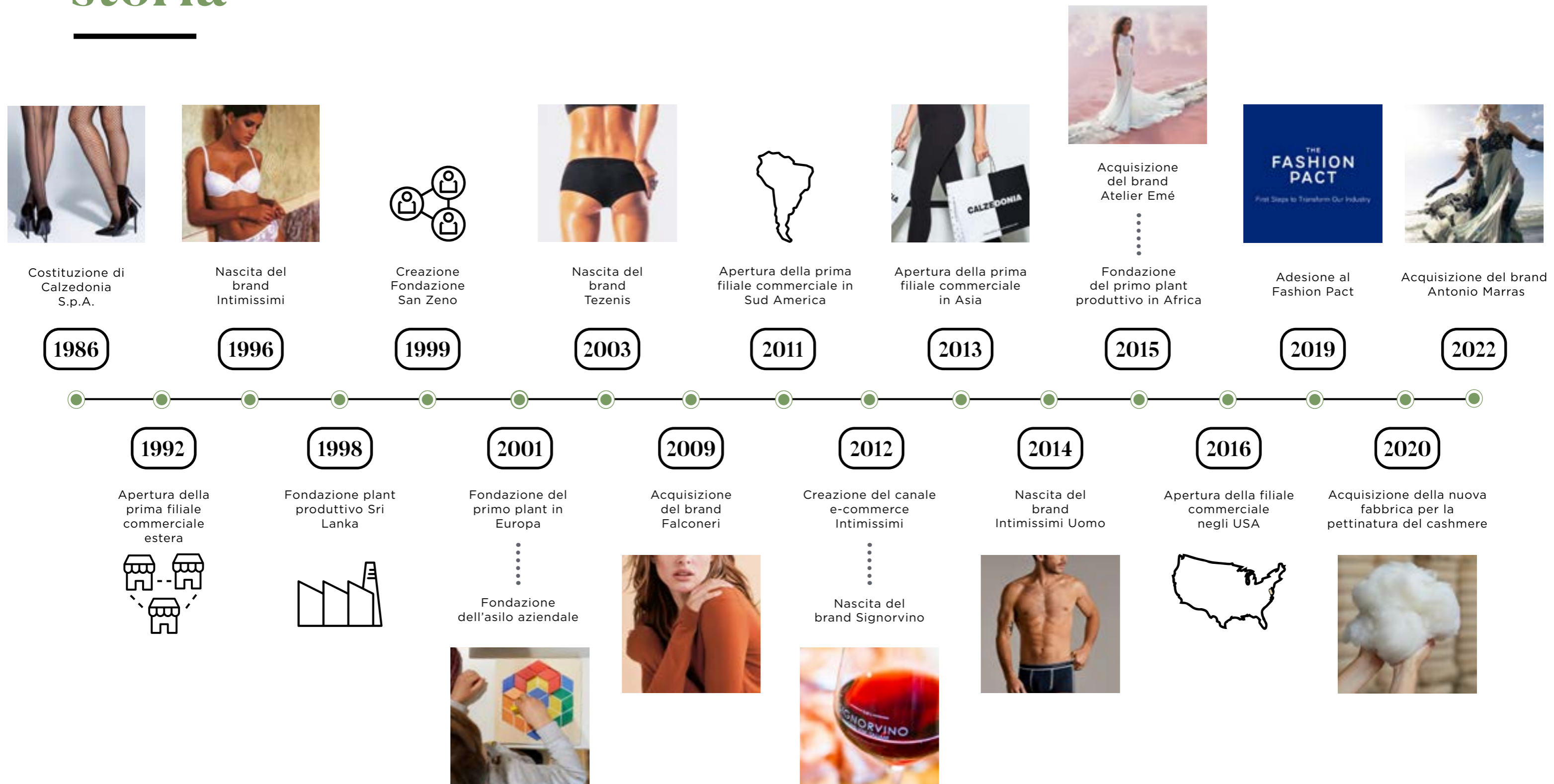
27
STABILIMENTI
PRODUTTIVI
nel mondo

8
POLI
LOGISTICI
nel mondo

8
BRAND
del Gruppo

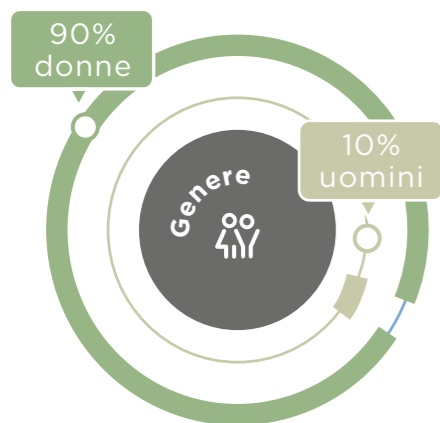
77%
DI CAPI
prodotti internamente

La nostra storia

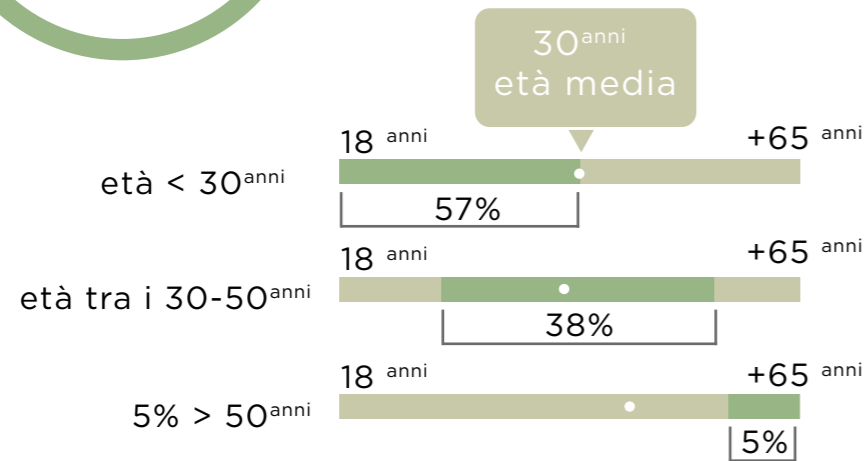


Il profilo del Gruppo

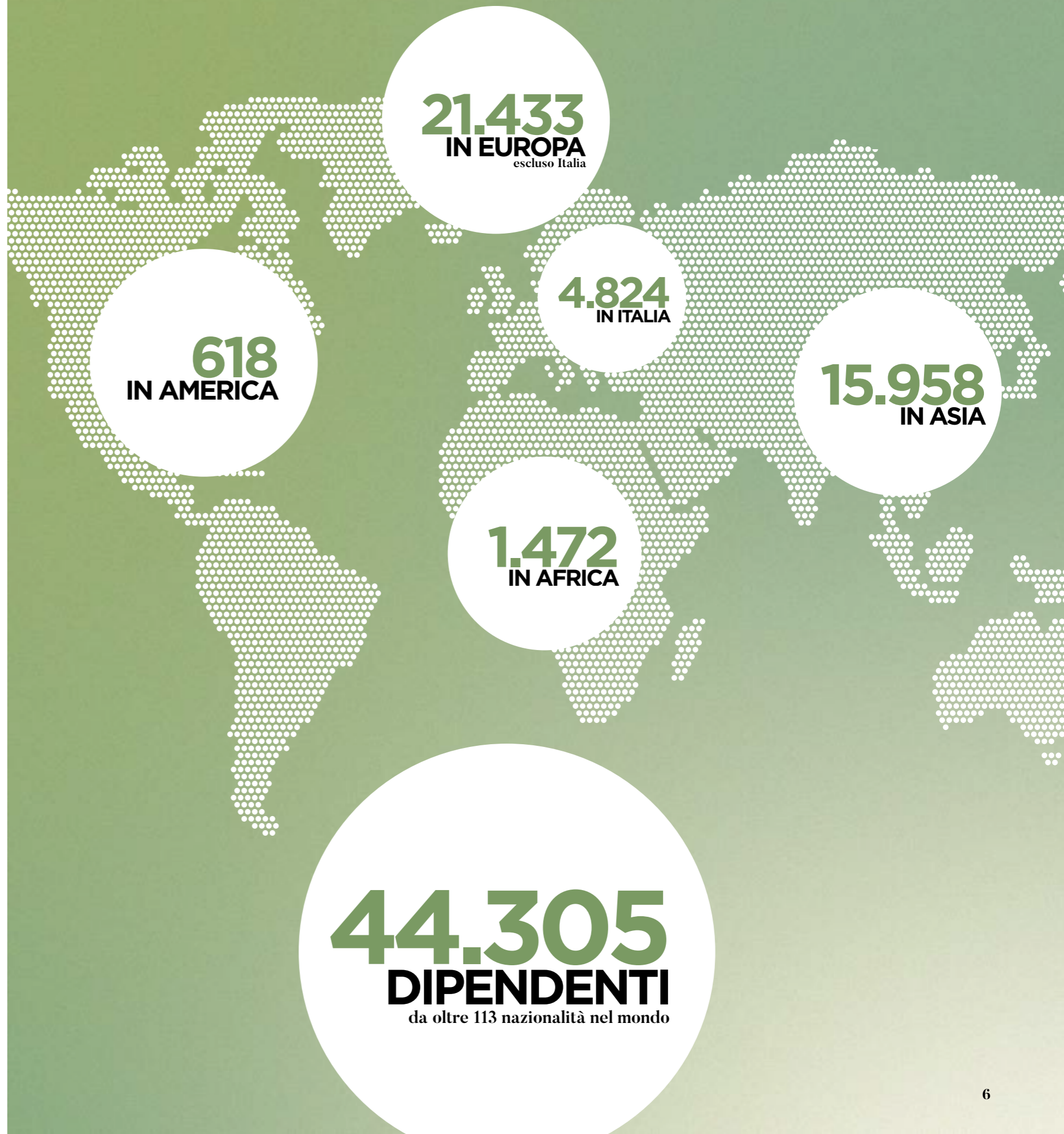
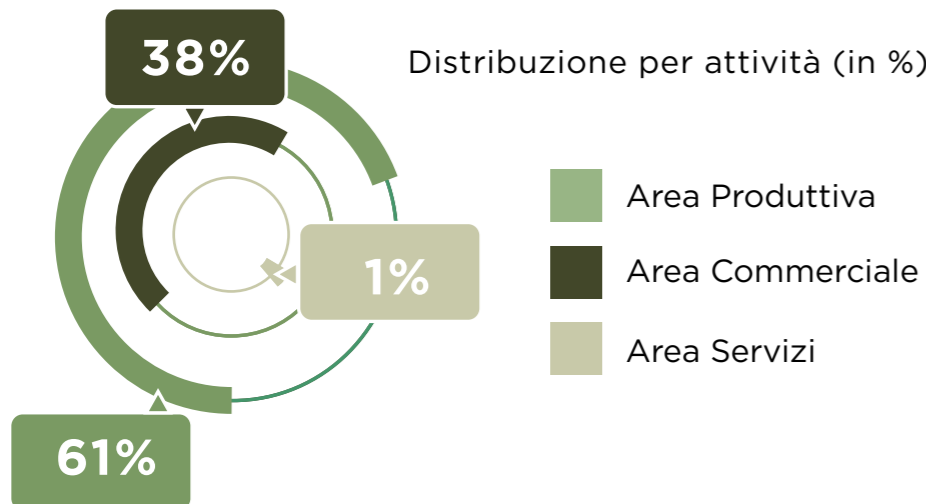
Distribuzione per genere (in %)



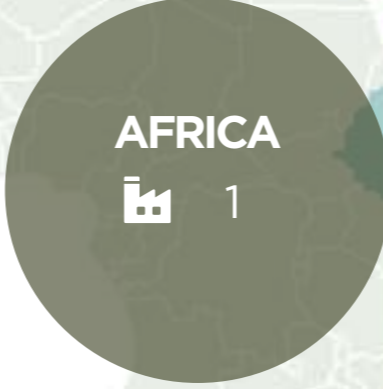
Distribuzione per età (in %)



Distribuzione per attività (in %)



Presenza sul mercato



LEGENDA:

- 🏠 Paesi con solo negozi online
- 🏠 Punti vendita
- 🏭 Poli produttivi
- 🏭 + 🏠 Poli produttivi + Punti vendita

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori,
dall'Italia al mondo.

1986

Anno di Nascita

Calzedonia è il brand storico che dà il nome al Gruppo e rappresenta l'essenza dell'heritage aziendale. Dal 1986 ha saputo esprimere in ogni collezione le tendenze più innovative del settore calze e mare, coniugando qualità della manifattura, stile e prezzi accessibili.

CALZEDONIA



53

Paesi nel Mondo

2.189

Punti Vendita

573

Punti Vendita Italia

38

Online Shop

64%

Capi prodotti internamente

4,3 mln

Follower su instagram

calzedonia.com

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

1996

Anno di Nascita

Intimissimi ha conquistato il mercato della lingerie e dell'intimo grazie alla sua particolare specializzazione e al suo inconfondibile stile italiano, imponendosi in breve tempo come fonte d'ispirazione e brand leader del settore. Offre oltre a capi di intimo e lingerie una ricca proposta di maglieria e nightwear.

intimissimi

Italian lingerie



51

Paesi nel Mondo

1.654

Punti Vendita

484

Punti Vendita Italia

37

Online Shop

83%

Capi prodotti internamente

4 mln

Follower su instagram

intimissimi.com

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

2014

Anno di Nascita

Intimissimi Uomo, un nuovo brand di intimo creato specificatamente per le esigenze della clientela maschile.

intimissimi
UOMO



17

Paesi nel Mondo

342

Punti Vendita

205

Punti Vendita Italia

36

Online Shop

83%

Capi prodotti internamente

110 k

Follower su instagram

intimissimi.com/uomo

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

2003

Anno di Nascita

Tezenis è un marchio innovativo e in costante evoluzione. Le collezioni si rinnovano a cadenza quadrimestrale con l'intento di adeguarsi rapidamente ai cambiamenti degli stili e intercettare le tendenze nel settore.

TEZENIS

underwear



35

Paesi nel Mondo

827

Punti Vendita

379

Punti Vendita Italia

29

Online Shop

66%

Capi prodotti internamente

2,2 mln

Follower su instagram

tezenis.com

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

2009

Anno di Acquisizione

La combinazione di fibre naturali pregiate, di artigianalità italiana e di metodi di produzione innovativi sono ciò che rende unico Falconeri, Brand specializzato nella creazione di maglieria in cashmere di altissima qualità. Dai pascoli della Mongolia ai negozi: Falconeri seleziona la migliore materia prima, occupandosi di ogni dettaglio, senza intermediari, nel rispetto dell'ambiente e delle persone.

FALCONERI SUPERIOR CASHMERE



18

Paesi nel Mondo

175

Punti Vendita

91

Punti Vendita Italia

22

Online Shop

68%

Capi prodotti internamente

278 k

Follower su instagram

falconeri.com

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

2015

Anno di Acquisizione

Atelier Emé, crea e produce abiti da sposa e da cerimonia. Esempio di eccellenza sartoriale declinata in tessuti ricercati, ricami fatti a mano e delicati pizzi, il brand utilizza i materiali migliori per realizzare capi unici e preziosi, destinati al giorno più importante.

ATELIER EMÉ



1

Paesi nel Mondo

59

Punti Vendita

5

Online Shop

76%

Capi prodotti internamente

521 k

Follower su instagram

atelier-eme.com

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

2012

Anno di Nascita

Signorvino nasce con l'intento di valorizzare l'eccellenza dei vini italiani, soprattutto quelli meno noti, attraverso una commercializzazione moderna e una catena di distribuzione il più possibile diretta tra produttore e consumatore. All'interno dei negozi è presente un servizio di ristorazione basato sui piatti della tradizione regionale italiana.

SIGNORVINO



2.000
Etichette

100%
Made in Italy

28
Punti Vendita

1
Online Shop

117 k
Follower su instagram

signorvino.com

I nostri Brand

Dall'heritage fashion alla sperimentazione nei nuovi settori, dall'Italia al mondo.

2022

Anno di Acquisizione

Antonio Marras viene acquisito nel 2022 dal Gruppo Calzedonia. Il brand rimane unico nel suo genere, favorendo il dialogo tra Haute Couture e Ready To Wear. Sin dagli esordi, il brand si fa riconoscere per la sua capacità di raccontare le diverse realtà che lo circondano creando commistioni tra arte, musica, danza, teatro e cinema. Fortemente legato alla Sardegna, sua terra d'origine, Antonio Marras ne fa la sua fonte inestinguibile di ispirazione.

antonio marras



antoniomarras.com

1

Paesi nel Mondo

2

Punti Vendita Italia

100%

Sardinian heritage

23

Anni di creatività

100+

Collezioni fra donna, uomo e accessori

71,5 k

Follower su instagram

La strategia di business

La strategia di business

Da oltre 25 anni Calzedonia è un Gruppo integrato verticalmente. Questa scelta di organizzazione strategica prevede che il Gruppo curi tutte le fasi della filiera (dal design e la produzione fino alla vendita al consumatore finale), permettendoci di controllare maggiormente ed accorciare la catena distributiva con la conseguente riduzione del prezzo finale, ma soprattutto di concretizzare la volontà di fornire ai nostri clienti un punto vendita specializzato dotato di immagine e categorie merceologiche chiare coronati da un ottimo rapporto qualità-prezzo. La distribuzione diretta dei prodotti in negozi monomarca caratterizza l'attività del Gruppo fin dalle sue origini.

Il Gruppo Calzedonia conta su stabilimenti produttivi all'avanguardia in tecnica e conoscenze, e questo permette di ridurre i costi continuando ad offrire nei propri negozi capi con una qualità ed omogeneità elevata.

Il Gruppo è pienamente consapevole che la proprietà ed il controllo delle fabbriche implicano simultaneamente una grande opportunità, ma anche una significativa responsabilità.

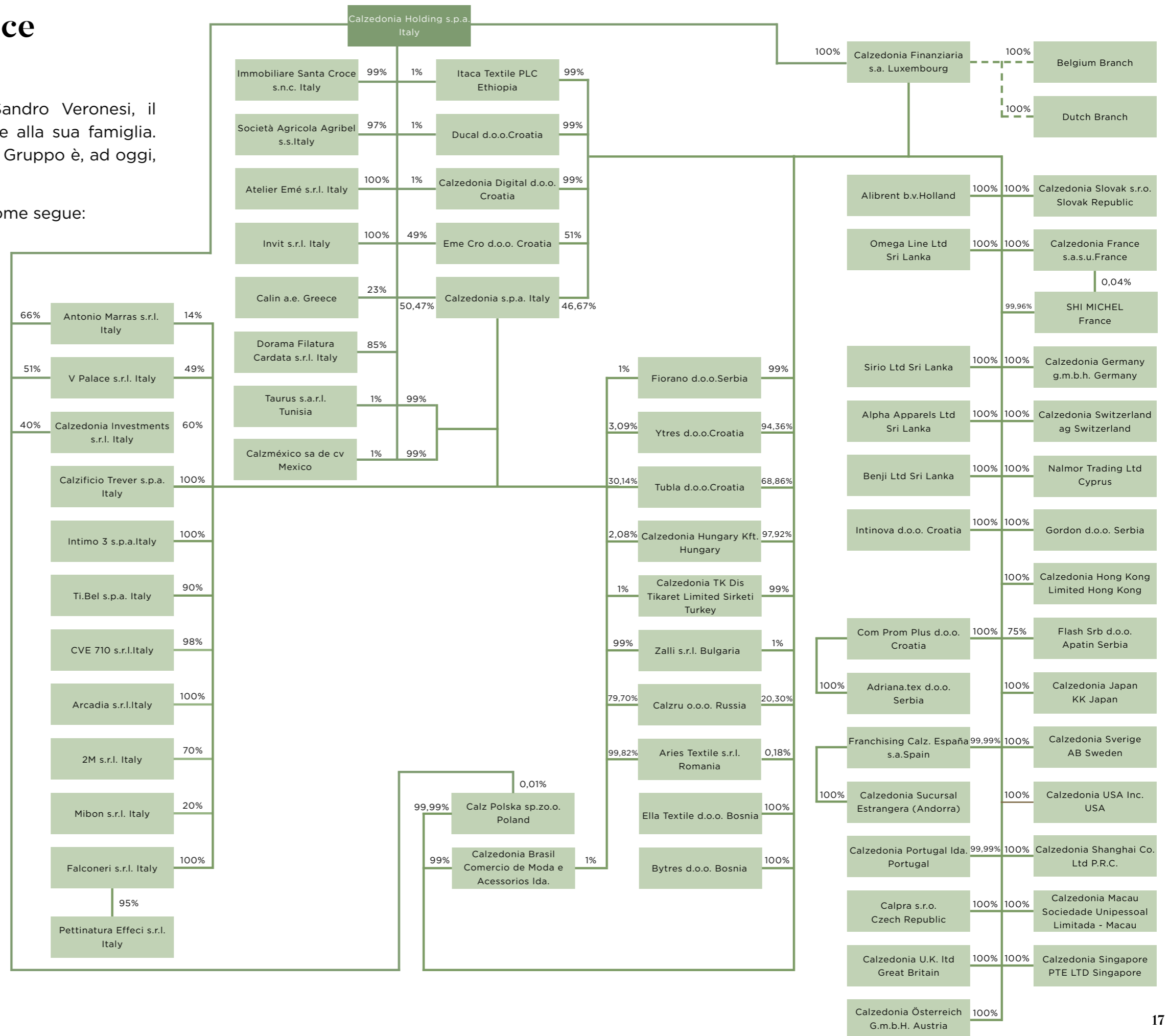
Responsabilità perché si tratta di investimenti consistenti, stabili, che occupano un numero elevato di dipendenti. A differenza di molti altri Gruppi del settore, il Gruppo Calzedonia si occupa direttamente della gestione delle condizioni di lavoro, dei servizi erogati a dipendenti e collaboratori, risponde del rispetto delle norme ambientali, della sicurezza lavorativa, del controllo sulle fonti energetiche e dell'utilizzo delle materie prime.

Opportunità perché la proprietà degli impianti consente la gestione coordinata della produzione con le altre fasi della filiera, la dedizione totale alle esigenze del Gruppo, oltre che alla conoscenza più approfondita del tessuto sociale in cui le aziende operano, e delle sue possibili criticità.

Corporate governance

Il Gruppo Calzedonia fa capo a Sandro Veronesi, il fondatore e Presidente del Gruppo, e alla sua famiglia. Nessuna delle società appartenenti al Gruppo è, ad oggi, quotata in un mercato regolamentato.

Il Gruppo Calzedonia è organizzato come segue:



Calzedonia Holding SpA, esercita attività di direzione e coordinamento delle società del Gruppo, alle quali fornisce anche servizi di diversa natura. Controlla, tra le altre, Calzedonia Finanziaria s.a., società di diritto lussemburghese, che a sua volta controlla e coordina gran parte delle partecipazioni in società non italiane.

L'azionista di controllo di Calzedonia Holding SpA è la società De la Costa S.r.l. unipersonale, di Sandro Veronesi, fondatore e presidente del Gruppo.

Calzedonia Holding SpA. ha adottato un sistema di governance tradizionale, che si compone dei seguenti organi societari: l'Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Organismo di Vigilanza.

L'**Assemblea degli Azionisti** delibera sulle materie rimesse alla stessa dalla Legge o dallo Statuto.

Il **Consiglio di Amministrazione** è investito di tutti i poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della società, con facoltà di deliberare su tutti gli atti ritenuti opportuni per il raggiungimento dello scopo sociale, con esclusione di quelli attribuiti in modo tassativo all'Assemblea dalla Legge e dallo Statuto. Il Consiglio di Amministrazione di Calzedonia Holding SpA attualmente in carica è composto dai seguenti amministratori: Sandro Veronesi - Presidente, Marco Carletto - Amministratore delegato, Marcello Veronesi - Consigliere, Matteo Veronesi - Consigliere, Federico Veronesi - Consigliere.

Al **Collegio Sindacale** spetta il compito giuridico di vigilare sul rispetto della legge e dello statuto, sui principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società. Il collegio sindacale in carica è composto da tre sindaci: Marco Bronzato - Presidente, Alessandro Lai e Gianluca Cristofori - Sindaci effettivi.

L'**Organismo di Vigilanza** ha il compito di vigilare sull'applicazione dei protocolli di controllo previsti dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs.

n. 231/2001, è nominato dal Consiglio d'Amministrazione ed è dotato di autonomia operativa in termini di controlli ed iniziative. L'OdV è composto attualmente da due membri esterni alla società e da un membro interno: Riccardo Borsari - consigliere indipendente e Presidente, Alessandra Cerreta - consigliere indipendente e Rita Civarelli, consigliere interno, parte dell'Ufficio Legale di Gruppo.

La Società di revisione è nominata dall'Assemblea degli azionisti. Per il triennio 2021-2023 l'incarico è stato conferito a EY SpA.

Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi

Il modello di gestione dei rischi del Gruppo Calzedonia considera i principali rischi che possono compromettere il raggiungimento degli obiettivi strategici, nonché pregiudicare il valore dei brand aziendali.

Gli amministratori valutano periodicamente l'adeguatezza della struttura e monitorano i rischi secondo le analisi scaturenti dai flussi informativi relativi all'ambiente interno ed esterno. La creazione di un Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi adeguato consente di individuare, misurare, gestire e monitorare i principali rischi con gli opportuni strumenti, permettendo, nel contempo, la conduzione delle attività di business in modo coerente con gli obiettivi aziendali, la salvaguardia del patrimonio sociale, l'efficienza ed efficacia dei processi aziendali, l'attendibilità, l'accuratezza, l'affidabilità e la tempestività dell'informativa finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti nonché dello Statuto e delle procedure interne.

Al fine di assicurare il presidio dei comportamenti endo-societari sono predisposte periodicamente ampie reportistiche sui rischi (operativi, infortunistici, ambientali, assicurativi, privacy, IT) per monitorare l'andamento generale aziendale, l'individuazione delle aree di miglioramento ed i correlati interventi, con il coinvolgimento degli attori del controllo, ossia Collegio Sindacale, Revisori, membri del Consiglio di

Amministrazione con delega e competenze specifiche, e Organismo di Vigilanza ex D. Lgs. 231/2001 per le Società dotate di Modello Organizzativo.

Nell'ambito delle attività di adeguamento a specifiche normative (e.g. D. Lgs. 231/01), il Gruppo Calzedonia ha individuato specifici rischi specifici e relativi presidi di controllo anche di natura non finanziaria (ambientale, sociale, attinenti al personale, al rispetto dei Diritti Umani e della diversità, attinenti alla lotta alla corruzione, ecc.). Tra questi figurano: i rischi inerenti la corruzione attiva e passiva, i rischi in materia ambientale, i rischi in materia di salute e sicurezza, ecc. Per alcuni rischi ritenuti significativi, quali ad esempio quelli relativi alla salute e sicurezza dei lavoratori, alla salute e sicurezza del cliente e alla sicurezza del prodotto si rimanda per ulteriori dettagli ai successivi capitoli di questo documento.

Per approfondimenti su ulteriori rischi, anche di natura finanziaria, cui è esposto il Gruppo si rimanda alla Relazione sulla Gestione del Bilancio Consolidato 2022.

Performance economica: la creazione di valore per gli stakeholder

Il valore economico generato e distribuito rappresenta la capacità dell'organizzazione di creare ricchezza e di ripartire la stessa tra i propri stakeholder. Nel corso del 2022 il Gruppo Calzedonia ha generato un valore economico pari a 3.077.774 migliaia di euro. Il valore economico distribuito dal Gruppo è stato pari a 2.468.425 migliaia di euro. Oltre l'80% del valore economico prodotto dal Gruppo è stato distribuito agli stakeholder, sia interni che esterni.

Per ulteriori approfondimenti relativi all'andamento economico del Gruppo e alla situazione patrimoniale e finanziaria dello stesso si rimanda alla Relazione sulla Gestione del Bilancio Consolidato 2022.

Valore economico generato dal Gruppo (€)	3.077.774.462
Ricavi	3.047.116.945
Altri proventi	46.098.239
Proventi finanziari netti	23.098.723
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(13.111.702)
Svalutazione crediti	(3.083.370)
Differenze di cambio	(10.241.171)
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	1.019.762
Rettifiche di valore di attività materiale ed immateriali	(13.122.964)
Valore economico distribuito dal Gruppo	(2.468.424.521)
Costi operativi	(1.668.859.228)
Remunerazione dei dipendenti e collaboratori	(616.728.824)
Remunerazione dei finanziatori	(31.774.614)
Remunerazione degli investitori	-
Remunerazione della pubblica amministrazione	(149.452.171)
Liberalità esterne	(1.609.684)
Valore economico trattenuto dal Gruppo	609.349.941
Ammortamenti	(417.595.577)
Imposte anticipate e differite	6.548.736
Accantonamenti	(173.000)
Altre riserve	(198.130.100)

Progetto C-Evolution

Perchè Evolution

L'impegno che il Gruppo Calzedonia dimostra verso le tematiche della sostenibilità è il risultato di un percorso nato con l'azienda stessa.

L'attenzione a tutte le persone (collaboratori, clienti e fornitori) e all'ambiente, è imprescindibile parte del DNA del Gruppo. Gli interessi, nel lungo periodo, coincidono. Questo principio guida l'attività del Gruppo, tesa sempre ad un'ottica di medio - lungo periodo. Il Gruppo si affida ad uno standard di gestione ambientale globale solido ed efficiente, si impegna a rispettare le leggi e le normative ambientali che si applicano alle sue attività, oltre a qualsiasi altro obbligo futuro, e compie uno sforzo speciale per prevenire l'inquinamento e per ridurre, il più possibile, il potenziale impatto ambientale generato dalla sua catena di distribuzione, sia in termini di risorse naturali che umane. Analogamente, il Gruppo si impegna a tutelare l'ambiente, mettendo in atto misure volte al miglioramento continuo in termini di riduzione delle emissioni, dirette e indirette, di gas serra, e del consumo di risorse minimizzando l'utilizzo di componenti potenzialmente nocivi sia per l'ambiente che per le persone, e in generale, nell'ambito dell'intero sistema di gestione ambientale del Gruppo. A tal riguardo, il Gruppo Calzedonia riconosce l'importanza del Primo Accordo Universale Giuridicamente Vincolante sul Clima Mondiale, ratificato da 195 Paesi nel dicembre del 2015 in occasione della Conferenza sul Cambiamento Climatico di Parigi (COP21).

La costruzione di aziende improntate sul benessere delle persone, i servizi forniti ai collaboratori per una migliore qualità di vita, l'installazione di strutture moderne e rispettose dell'ambiente, l'installazione di impianti per il risparmio energetico, il finanziamento della Fondazione San Zeno (che dal 1999 ha finanziato più di 1400 progetti di studio, formazione e lavoro in tutto il mondo), l'attenzione alle comunità locali, la creazione del primo asilo nido nel

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



Il 25 ottobre 2019 il Gruppo Calzedonia è entrato a far parte del Fashion Pact, una coalizione di 75 grandi aziende della moda con lo scopo di guidare il settore verso una riduzione dell'impatto ambientale, il ripristino della biodiversità e la protezione degli oceani.

2001, le campagne di riciclo nei punti vendita lanciate a partire dal 2009, e tante altre, testimoniano da sempre l'impegno del Gruppo.

Oggi, nel contesto del progetto Evolution, che si traduce in miglioramento continuo, evoluzione e crescita nel rispetto dei valori fondanti e nell'etica del Gruppo, questo percorso trova nuova energia e confermata consapevolezza.

Colonne portanti del progetto sono la volontà di dare organicità, continuità e visibilità alle scelte che il Gruppo ha deciso di compiere fin dalla sua nascita.

Evolution rappresenta uno sviluppo nella definizione pragmatica di obiettivi sostenibili, quali l'attenzione alla crescita delle persone, il supporto delle comunità con cui lavoriamo, la razionalizzazione dei consumi di energia e materiali, l'ideazione di prodotti a minor impatto ambientale e l'innovazione tecnologica, il tutto incorniciato dalla strutturazione strategica e operativa del percorso che porterà al loro raggiungimento.

I valori del Gruppo Calzedonia

Visione

Intesa come la capacità di interpretare le sfide future comprendendo e considerando come l'evoluzione dell'attività del proprio dipartimento impatterà sulle dinamiche aziendali.

Passione

Si esplicita nell'entusiasmo, nella partecipazione e nel coinvolgimento verso le attività richieste al proprio ruolo.

Concretezza

Viene considerata come l'attitudine pragmatica nell'approccio al lavoro quotidiano e nella risoluzione dei problemi sia pratici che strategici.

Collaborazione

Intesa come la capacità di interagire attivamente e positivamente, con i colleghi al fine di migliorare i risultati del Gruppo.

Orientamento al risultato

Attenzione al raggiungimento degli obiettivi individuali, di team e aziendali con la consapevolezza che questi passino necessariamente attraverso la valorizzazione e realizzazione del potenziale di ciascuno.

I Valori del Gruppo Calzedonia ne rappresentano non solo l'essenza, ma anche l'identità condivisa dalle persone che vi lavorano ed il modus operandi che si vuole promuovere e trasmettere, a tutti i dipendenti e collaboratori.

Etica e integrità nella gestione del business

I valori promossi dal Gruppo Calzedonia sono racchiusi all'interno del Codice Etico e garantiscono che tutte le attività aziendali siano svolte nel rispetto delle leggi con integrità, onestà e correttezza nella gestione dell'impresa, condizioni indispensabili per la creazione di valore nel lungo periodo e per perseguire un successo sostenibile.

Il Codice Etico aggiornato nel corso del 2022 e debitamente approvato dal Consiglio di Amministrazione della Holding, rappresenta la principale bussola etica su come fare business per tutte le società del Gruppo e costituisce assunzione di garanzia e responsabilità nei confronti dei consumatori e del mercato, comunicando le

regole di comportamento vincolanti per gli organi della Società, per i dipendenti/collaboratori, per i fornitori e partner commerciali e per tutti gli stakeholder del Gruppo in senso lato.

Il Codice Etico del Gruppo è ispirato alle best practice e alle principali normative, linee guida e regolamentazioni esistenti a livello nazionale ed internazionale in tema di Responsabilità Sociale d'Impresa, di Corporate Governance, diritti umani e ambientali, come la Carta Internazionale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite, la Carta dei diritti dell'Unione Europea, le Convenzioni Fondamentali e la Dichiarazione sui Principi e i Diritti Fondamentali del Lavoro dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), i Dieci Principi del Global Compact delle Nazioni Unite e le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE). Non in ultimo, attraverso il Codice Etico il Gruppo Calzedonia sottolinea la sua responsabilità nei confronti della sostenibilità e della tutela dei Diritti Umani, impegnandosi attivamente a contribuire ai 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, nell'ambito dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

Il Codice Etico è oggetto, attraverso diverse strategie comunicative, di opportune procedure di divulgazione, formazione e sensibilizzazione all'interno dell'intera organizzazione.

Il Codice Etico è affiancato dal Codice di Condotta Fornitori, con il quale il Gruppo esplicita i principi e le disposizioni richieste ai propri fornitori al fine di garantire a tutti i loro dipendenti condizioni lavorative giuste, eque e favorevoli. Entrambi questi documenti devono essere visionati ed accettati per ottenere l'abilitazione nel portale fornitori utilizzato dall'azienda capogruppo.

La loro esistenza e i relativi contenuti sono richiamati nei contratti di fornitura stipulati. Per renderli disponibili ai dipendenti nella propria lingua, sono stati pubblicati sul sito web del Gruppo Calzedonia (www.calzedoniagroup.com/organizzazione/corporate-governance).

Il Codice Etico e il Modello ex D. Lgs. 231/01 (di seguito anche “Modello ex D. Lgs. 231/01”) costituiscono i principali strumenti attraverso cui il Gruppo previene e contrasta i fenomeni di corruzione. All’interno del Codice Etico si prevede infatti che, al fine di assicurare il rispetto dei principi di integrità, trasparenza e l’osservanza di una concorrenza leale nella gestione del business, il Gruppo si impegna a combattere la corruzione sia diretta che indiretta (compresa l’estorsione e la concussione), nonché la corruzione sia nei confronti della Pubblica Amministrazione sia fra privati, in conformità al Principio 10 del Global Compact delle Nazioni Unite, in tutti i Paesi in cui opera.

Il Codice, infatti, costituisce parte integrante del Modello ex D. Lgs. 231/01 di cui si sono dotate la Capogruppo e le principali società italiane del Gruppo, al fine di:

- mettere a conoscenza di tutti gli stakeholder i principi cui il Gruppo si ispira;
- assicurare trasparenza e correttezza nella gestione delle proprie attività;
- fornire una guida di comportamento per i dipendenti e collaboratori del Gruppo;
- prevenire il rischio di integrazione dei reati contemplati dal D. Lgs. 231/2001 e dalle sue successive integrazioni.

Il Modello ex D. Lgs. 231/01 e il Codice Etico sono oggetto di revisione e aggiornamento periodico, ove lo richiedano circostanze particolari che interessano l’organizzazione o novità normative.

L’attività di controllo sull’osservanza e sul funzionamento del Modello ex D. Lgs. 231/01 e del Codice Etico è svolta dall’Organismo di Vigilanza, che verifica l’effettività e l’efficacia dello stesso.

Nel Gruppo Calzedonia, l’Organismo di Vigilanza è composto da tre membri: due professionisti esterni esperti in materia di diritto penale e rischio d’impresa

ed un membro interno proveniente dall’Area Legale. I componenti dell’Organismo di Vigilanza sono dotati dei necessari requisiti di onorabilità, professionalità, autonomia e indipendenza e svolgono le funzioni attribuite garantendo la necessaria continuità di azione.

In tale contesto il Gruppo promuove la prevenzione e la verifica di ogni condotta illecita o contraria al Codice Etico ed incoraggia i propri dipendenti e i terzi a riferire tempestivamente qualsiasi episodio del quale vengano a conoscenza in ragione dei propri rapporti con il Gruppo. A tal fine è stato attivato un sistema di “whistleblowing” con l’obiettivo di gestire e accertare eventuali segnalazioni di irregolarità o violazioni del rispetto della normativa vigente, di regolamenti e procedure interne e adottare gli opportuni provvedimenti garantendo sempre la riservatezza e l’anonimato del segnalante.

La formazione dedicata è stata erogata ante 2019 ed è indirizzata al personale di tutte le società italiane dotate di

Modello ex D. Lgs. 231/01 che hanno procedure relative alla prevenzione dei reati contro la Pubblica Amministrazione. Tale formazione è periodicamente ripetuta per coprire il turnover del personale, nonché aggiornata con le modifiche normative intervenute nel frattempo.

Per quanto riguarda le leggi e/o regolamenti in materia sociale ed economica sono state ricevute multe per l’importo di 325 mila euro, di cui circa 10.000€ derivanti dalla gestione di pratiche pubblicitarie improprie in negozi di varie filiali estere, 230.000€ a causa di errori nella contabilità fiscale della filiale commerciale austriaca e cinese e 97.000€ a seguito di problemi nelle dichiarazioni doganali in Russia.

I valori etici richiesti al management sono in linea con i principi di sostenibilità, ma ad oggi nessun responsabile o executive riceve dei premi sul raggiungimento di obiettivi di sostenibilità ambientale o sociale (0%).



Il Gruppo Calzedonia e i diritti umani

In base ad una revisione del modello di business ed alle aspettative degli Stakeholder, il Gruppo Calzedonia ha identificato i Diritti Umani (lavorativi e non) direttamente legati alla sua catena del valore riaffermando il suo impegno per il rispetto e la promozione di tutti i Diritti Umani internazionalmente riconosciuti:

- diritti delle minoranze e delle comunità;
- diritto alla privacy;
- diritto alla salute;
- diritto alla libertà di opinione, di informazione e di espressione;
- diritto alla sicurezza dell'individuo;
- contributo alla lotta alla corruzione;
- diritto all'ambiente e all'acqua.

I temi materiali del Gruppo Calzedonia

Sin dal 2017, grazie all'analisi di materialità, il Gruppo Calzedonia si è impegnato ad integrare nella propria rendicontazione gli aspetti economici, sociali ed ambientali rilevanti che influenzano o potrebbero influenzare significativamente le decisioni degli stakeholder. Tale attività permette di individuare gli aspetti chiave su cui concentrare gli sforzi legati al percorso di sostenibilità, confrontando costantemente le performance con le best practice delle maggiori aziende del settore, a livello internazionale e nazionale. La definizione della

lista dei temi materiali consente, inoltre, di definire i contenuti del presente Report in linea con gli Standard di rendicontazione GRI ("GRI Standards"), redatte da Global Report Initiative (GRI).

L'entrata in vigore dei nuovi Universal Standards GRI 2021 ha comportato la rivisitazione del processo di determinazione dei temi materiali, focalizzando l'analisi svolta sugli impatti positivi e negativi, reali e potenziali, delle attività del Gruppo Calzedonia.

A tal riguardo, nel corso del 2022 in considerazione delle evoluzioni normative del GRI Standard 3 "Temi materiali 2021", il Dipartimento Sostenibilità ha guidato le attività di aggiornamento dell'analisi di materialità coinvolgendo - attraverso momenti di confronto e survey ad hoc - gli esponenti del management.

Il processo che ha portato alla formalizzazione della lista dei temi materiali del Gruppo Calzedonia si è articolato nelle seguenti fasi:

Analisi del contesto e identificazione degli impatti legati alle attività del gruppo

Nella fase di set-up delle attività sono stati previsti momenti di confronto tra il Dipartimento Sostenibilità e alcuni esponenti della Direzione essenziali per l'individuazione delle figure da coinvolgere e delle modalità di engagement più adeguate. Rispetto alla ricerca ed identificazione delle tematiche rilevanti (ossia di potenziale interesse per il Gruppo e i suoi stakeholder), sono stati consultati i documenti valoriali di Gruppo, come il Codice Etico, ed è stata condotta un'analisi di benchmark. Sono stati inoltre valutati i rapporti di business del Gruppo ed il contesto di sostenibilità specifico del settore di appartenenza.

Grazie a tale attività sono stati individuati i possibili impatti: positivi o negativi, attuali o potenziali e diretti o indiretti, connessi alle attività del Gruppo.

Valutazione degli impatti

Gli impatti identificati sono stati valutati da esponenti del Gruppo appartenenti alle diverse funzioni (cd. stakeholder interni) mediante la somministrazione di un questionario dedicato.

Le valutazioni espresse, su una scala da 1 a 4, si sono focalizzate sulla rilevanza e probabilità di accadimento dei principali impatti (reali e potenziali) derivanti dalle attività del Gruppo. I dati ottenuti sono stati successivamente consolidati ed analizzati.

Definizione della Lista dei Temi Materiali

Considerate le valutazioni espresse dagli stakeholder coinvolti, è stato possibile definire la lista dei temi materiali del Gruppo, funzionali alla redazione del presente Bilancio di Sostenibilità 2022.

I temi risultati materiali testimoniano una rinnovata attenzione del Gruppo non solo verso ambiti che tradizionalmente lo caratterizzano - come il legame con il territorio e l'attenzione al prodotto e ai propri clienti - ma anche verso tematiche che nell'attuale contesto di sostenibilità stanno acquistando sempre più rilevanza (quali ad esempio i temi riguardanti le performance ambientali, la business continuity e i diritti umani).

Considerate le evoluzioni che hanno interessato - e stanno interessando - il contesto di sostenibilità e normativo di riferimento, al fine di rafforzare la propria consapevolezza rispetto alla rendicontazione di sostenibilità, il Gruppo Calzedonia sta lavorando ad un percorso di progressivo avvicinamento alle disposizioni della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e ai relativi standard elaborati dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), oltre che ad un graduale coinvolgimento di ulteriori categorie di stakeholder.

TEMA	AMBITO DI RENDICONTAZIONE
Utilizzo delle risorse del pianeta e cambiamento climatico	Ambiente
Contributo al benessere sociale del territorio di riferimento	Comunità
Sicurezza informatica e protezione dei dati	Governance e Clienti
Utilizzo delle risorse idriche	Ambiente e Supply Chain
Soddisfazione del cliente, vicinanza al cliente, omnicanalità e digitalizzazione	Clienti
Diritti umani, diversità e inclusione	Persone
Imballaggi e rifiuti	Ambiente
Attrazione dei talenti	Persone
Formazione e sviluppo del personale	Persone
Brand Reputation	Reputazione
Sistemi di incentivazione e Welfare aziendale	Persone
Gestione responsabile della supply chain	Supply Chain
Biodiversità	Ambiente
Sostenibilità dei prodotti	Prodotto
Tracciabilità della filiera ed etichettatura	Supply Chain e Prodotto
Qualità e sicurezza del prodotto	Prodotto
Etica e integrità nella gestione del business	Governance
Salute e sicurezza dei lavoratori	Persone

Le iniziative in ambito sostenibilità del 2022

Il Gruppo Calzedonia è consapevole che, anche alla luce delle evoluzioni che caratterizzano il contesto di riferimento, la considerazione e la promozione degli aspetti di sostenibilità nelle proprie attività è elemento imprescindibile per garantire un successo sostenibile e duraturo, in grado di creare valore condiviso. Per questo motivo è sempre più attento a far sì che i processi decisionali aziendali rispecchino e includano gli aspetti ESG, rendendoli tassello fondamentale della strategia aziendale.

Nel corso del 2022 il Gruppo ha investito complessivamente 2.355.500€ in progetti di ricerca, collaborazioni e attività operative collegate ai temi della sostenibilità. Le spese principali hanno riguardato investimenti in impianti di produzione di energia rinnovabile e impianti di riciclo tessile, e collaborazioni mirate a coinvolgere clienti e dipendenti nei programmi di sostenibilità sviluppati dai singoli marchi.

Sempre nel corso dell'anno di rendicontazione, il Gruppo ha avviato un progetto che mira a diffondere le best practice ESG lungo la catena di fornitura.

I nostri traguardi

AMBIENTE ED ENERGIA

Il 76% dell'energia elettrica utilizzata proviene da fonti rinnovabili

51.656 tCO₂e evitate grazie a interventi di efficientamento energetico ed utilizzo di energia rinnovabile.

PERSONE E AMBIENTE

Circa 2.000 alberi piantati dai dipendenti e clienti in progetti di team building.

Oltre 20 tonnellate di plastica raccolta nel Mar Mediterraneo

Oltre 100 giornate di pulizie delle spiagge coinvolgendo dipendenti e volontari.

NEGOZI

Quasi 2.000 negozi in 8 paesi di Intimissimi e Calzedonia hanno raccolto e donato capi usati per la produzione di filati riciclati.

Tramite la vendita di **61 MLN** di shopper nei negozi di tutto il mondo abbiamo sostenuto progetti di piantumazione in Uruguay e in India, e la costruzione di impianti di energia rinnovabile in Sri Lanka.

TRACCIABILITÀ E TRASPARENZA

Possibilità di visitare **15 fabbriche in 5 Paesi** diversi attraverso le schede prodotto dei siti e-commerce. I clienti possono scoprire dove sono stati prodotti i loro capi, conoscere le persone che vi hanno lavorato, i benefit e l'impegno verso l'ambiente.

RATING ESG DELLA SUPPLY CHAIN

Creazione di un nuovo programma di valutazione delle performance ESG dei fornitori del Gruppo.

20 fornitori coinvolti e 14 audit programmati.

PRODOTTI

28% dei prodotti nelle nostre collezioni e il **28% dei tessuti** contengono materiali a ridotto impatto ambientale. Abbiamo superato l'obiettivo del Fashion Pact del 25% con 3 anni di anticipo.

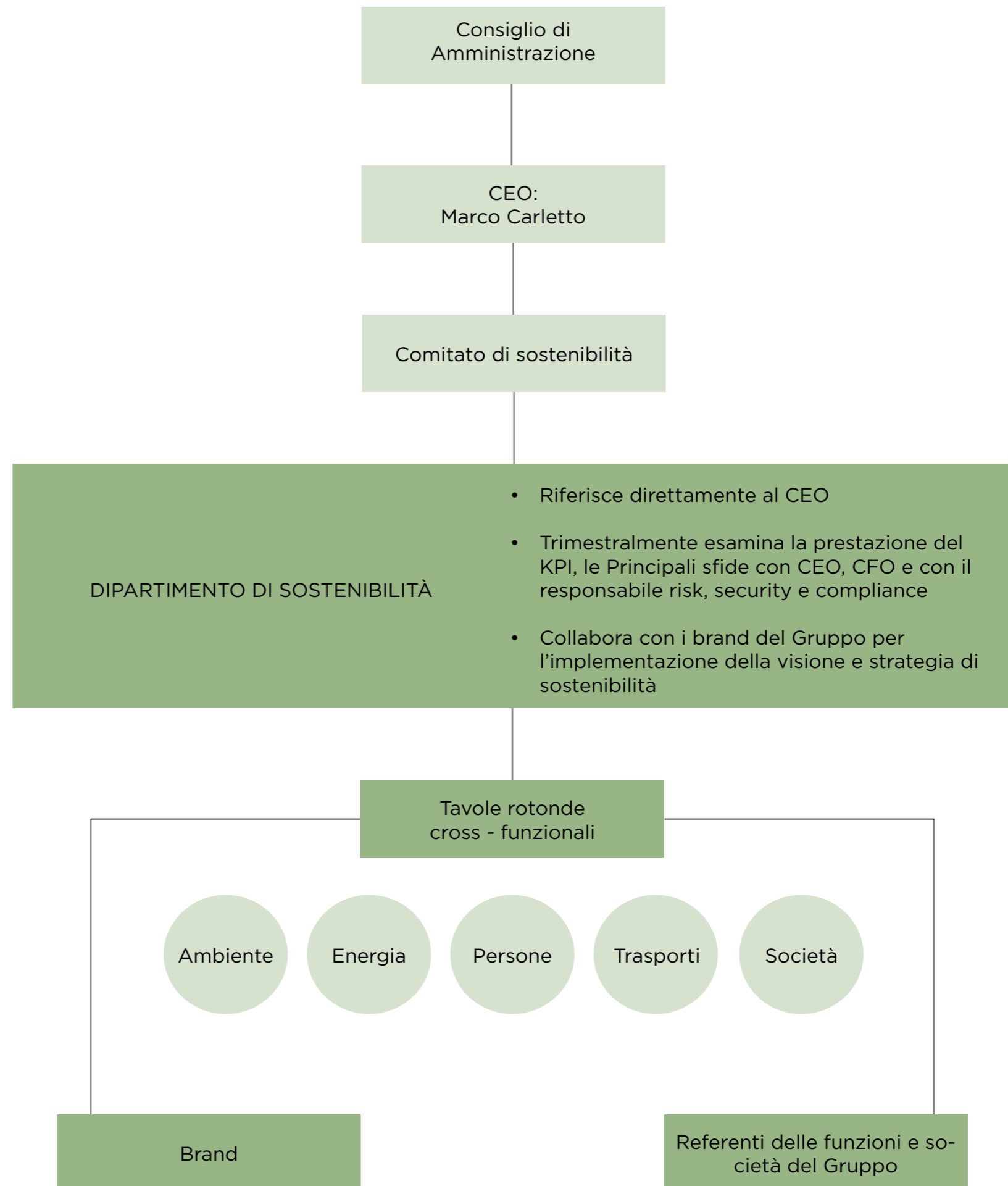
Infatti, la quantità di prodotti con queste caratteristiche è raddoppiata dall'anno scorso!

Il dipartimento di Sostenibilità

Il Dipartimento di Sostenibilità riporta direttamente all'Amministratore Delegato che supervisiona e valuta le progettualità in materia di diritti umani, interventi sociali ed ambientali. Il dipartimento in generale è responsabile di promuovere l'impegno verso gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e le relazioni con gli stakeholder nell'area della sostenibilità.

Nel 2022 è stato costituito il Comitato di Sostenibilità, composto dal CEO, l'Head of Sustainability di Calzedonia e dal Prof. Federico Testa, professore ordinario dell'università di Verona ed esperto in tematiche energetiche. Il comitato ha lo scopo di allineare le pratiche di sostenibilità del Gruppo con le best practice internazionali, di aprire un confronto verso l'esterno che possa migliorare l'innovazione e stimolare l'evoluzione del Gruppo.

Nel 2022 i momenti di confronto tra il Dipartimento Sostenibilità, l'Amministratore Delegato ed il management sono stati regolari; in tali occasioni sono state approfondite le principali tematiche della sostenibilità per il Gruppo, quali l'ambiente, l'energia, le persone, i trasporti e la società. Questi momenti di confronto hanno coinvolto i responsabili di funzione e degli impianti produttivi con l'obiettivo di orientare ed allineare gli sforzi sulle tematiche ritenute più urgenti ed importanti.



The Fashion Pact

Il Fashion Pact è una coalizione che, a partire dal 2019, mira a riunire grandi aziende della moda e del tessile sotto il comune obiettivo di diminuire l'impatto negativo del settore verso l'ambiente. Il Fashion Pact ha individuato tre macroaree di riferimento verso cui rivolgere i propri sforzi: arrestare il riscaldamento globale del clima, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani. Rispetto a ciascuno di questi sono stati fissati obiettivi quantificabili e ambiziosi.

Ad oggi il Fashion Pact riunisce più di 200 brand che rappresentano un terzo dei volumi dell'intera industria della moda accelerando gli sforzi delle singole società anche grazie la condivisione di best practice.

CLIMA

Gli obiettivi del Fashion Pact

- Implementare Science Based Targets (SBTs) e diventare Net-Zero entro il 2050;
- Entro il 2025, il 25% delle materie prime chiave dovrà avere un ridotto impatto ambientale;
- Entro il 2030, il 100% dell'energia consumata direttamente dovrà derivare da fonte rinnovabile.

Le azioni del Fashion Pact

1. CVPPA (Collective Virtual Power Purchasing Agreements): investimento comune per la produzione di nuova elettricità rinnovabile da immettere nel mercato Europeo.
2. Unlock: piattaforma di approvvigionamento collettivo per formare gli agricoltori e aiutare nella transizione al cotone a basso impatto climatico.

I traguardi di Calzedonia:

Il Gruppo ha evitato circa 48.000 tCO₂e, 1.256 tCO₂e grazie alla produzione di elettricità tramite impianti fotovoltaici di proprietà e 2.867 tCO₂e grazie a continui programmi di efficientamento. Complessivamente, nel corso del 2022 ha consumato il 76% di elettricità proveniente da fonti rinnovabili. L'obiettivo è raggiungere il 100% entro il 2025.

Le collezioni di abbigliamento utilizzano sempre più frequentemente tessuti a basso impatto ambientale. Nel 2022 le materie prime a basso impatto ambientale rappresentano il 28% del totale, registrando un aumento dell'11% rispetto al 2021 e superando con 3 anni di anticipo l'obiettivo fissato dal Fashion Pact.

BIODIVERSITÀ

Gli obiettivi del Fashion Pact

- Sviluppare e implementare strategie e Science Based Targets for Nature (SBTN);
- Sviluppare entro il 2020 strategie per la biodiversità;
- Supportare entro il 2025 gli obiettivi di "deforestazione zero" e pratiche di gestione forestale sostenibile.

Le azioni del Fashion Pact

Per un settore globalizzato ed eterogeneo come quello della moda e del tessile, comprendere gli impatti sulla biodiversità richiede competenze molto specifiche e molto tecniche. Per questo motivo la coalizione ha supportato le società aderenti istituendo webinar teorici per ampliare la comprensione della tematica. Oltre a ciò, il Fashion Pact ha delineato alcuni strumenti per mappare la Supply Chain, così da supportare la creazione di una strategia d'intervento che permetta di eliminare (o limitare) le azioni nocive per la biodiversità o quantomeno aiutarne il ripristino. Nel 2022 sono stati attivati percorsi di supporto alla biodiversità delle filiere di pelle, oro e cashmere.

I traguardi di Calzedonia

Il Gruppo si è attivato in due direzioni riguardanti il tema della biodiversità. Da un lato si è collaborato con diverse associazioni in progetti di riforestazione piantando oltre 900.000 alberi in diversi Paesi del mondo e circa 20.000 nei terreni di proprietà del Gruppo. Questo ha apportato benefici alla biodiversità, al supporto delle comunità locali e all'assorbimento di CO₂ nell'atmosfera. La seconda direzione intrapresa è stata l'utilizzo di carta e cartone provenienti da filiere controllate al fine di disincentivare la deforestazione. Nel 2022 il 80% di questi materiali, utilizzati nei packaging e negli imballaggi, proviene da filiere certificate, e il 74% del packaging proviene da fonti rinnovabili.

OCEANI

Gli obiettivi del Fashion Pact

- Riduzione dell'impatto negativo dell'industria della moda sugli oceani;
- Entro il 2025, eliminare la plastica non necessaria nel packaging dei prodotti destinati ai clienti finali (entro il 2030 per gli imballaggi B2B);
- Entro il 2025 garantire che almeno la metà della plastica utilizzata nel packaging B2C sia di origine 100% riciclata (entro il 2030 per gli imballaggi B2B).

Le azioni del Fashion Pact

Il Fashion Pact supporta le società creando punti di contatto con i migliori innovatori presenti sul mercato con lo scopo di ridurre l'impatto ambientale del packaging disperso in natura e conseguentemente anche negli oceani. La strategia prevede di sostituire gli imballaggi in plastica vergine con imballaggi in carta, con plastica di nuova tecnologia con fine vita garantito o creando dei closed loop in cui riciclare il packaging.

I traguardi di Calzedonia

Nel corso del 2022, il Gruppo Calzedonia ha ridotto l'utilizzo di plastica monouso nei processi industriali, nel packaging del prodotto finito e nel materiale presente nei punti vendita per una quantità stimata in 422.000 Kg di plastica.

Sono inoltre in corso delle analisi riguardo la limitazione della dispersione di microfibre durante la tintura dei tessuti sintetici e dei capi durante il loro uso e lavaggio.

La relazione con gli stakeholder

Il Gruppo Calzedonia è da sempre attento a comprendere le aspettative degli stakeholder interni ed esterni al fine di anticiparne gli interessi e le istanze, poiché convinto che un atteggiamento di collaborazione e di rispetto nei confronti di tutti i portatori d'interesse costituisca la base per un successo economico e sostenibile di lungo periodo, come espresso all'interno del Codice Etico.

Le occasioni di interazione con i vari interlocutori sono funzionali sia alla diffusione dei principi del Codice Etico sia alla crescita reciproca.

Il Gruppo Calzedonia aderisce e partecipa a molteplici tavoli e organizzazioni a livello nazionale ed internazionale. Di seguito si riportano i principali enti/associazioni cui partecipa il Gruppo:

- The Fashion Pact
- ILO
- Associazione Industriali (Confindustria)
- Sistema Moda Italia
- Sustainable Fiber Alliance (SFA)
- Cashmere & Camel Hair Manufacturers Institute (CCMI)
- Sri Lanka Apparel
- Cluster Made in Italy, associazione che promuove la ricerca in materia di Design e Circolarità



La tabella che segue illustra gli stakeholder ritenuti maggiormente significativi per la definizione della strategia del Gruppo e le relative modalità di coinvolgimento definite per ciascuno di essi.

Strumenti e modalità di interazione con i principali stakeholder					
STAKEHOLDER	ESEMPIO DI STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	FREQUENZA	OBIETTIVI	IMPEGNO
LE NOSTRE PERSONE	<ul style="list-style-type: none"> Staff dei negozi Personale delle Fabbriche Personale degli uffici 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione Comunicazione interna Incontri 	<ul style="list-style-type: none"> Costante Costante Costante 	<ul style="list-style-type: none"> Motivazione Condivisione dei principi e strategie Formazione 	<ul style="list-style-type: none"> Rispetto dei diritti e delle pari opportunità Remunerazioni adeguate Servizi per migliorare la vita
I NOSTRI CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> Clienti nei negozi Clienti online Clienti potenziali 	<ul style="list-style-type: none"> Customer service Negozi fisici e online Social networks 	<ul style="list-style-type: none"> Costante Costante Costante 	<ul style="list-style-type: none"> Soddisfazione fidelizzazione Comprensione delle richieste e assistenza Risposta rapida alle richieste del mercato 	<ul style="list-style-type: none"> Soddisfazione del cliente Passaggio ad un sistema di omnicanalità totalmente integrato
FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> Aziende in contatto con la supply chain del Gruppo Dipendenti di fornitori Produttori terzi 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri Visite e fornitori Accreditamento 	<ul style="list-style-type: none"> Costante Saltuarie Su richiesta 	<ul style="list-style-type: none"> Forniture di prodotti adeguati a prezzi corretti Condivisione del codice etico 	<ul style="list-style-type: none"> Promozione di standard avanzati in termini qualitativi ed ambientali Rispetto dei diritti umani e degli standard internazionali in termini di qualità del lavoro
COMUNITÀ	<ul style="list-style-type: none"> Fondazione o enti non profit Amministrazioni pubbliche Università Società civile 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri con responsabili delle comunità locali Fondazione San Zeno Incontri per sponsorizzazioni o contributi 	<ul style="list-style-type: none"> Costante Costante Su richiesta 	<ul style="list-style-type: none"> Ottimizzare le capacità di intervento 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuire alla promozione dello sviluppo economico e sociale Sostenere attività per i giovani
AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Ecosistemi delle aree in cui operiamo Governi Organizzazioni per la tutela dell'ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> Uffici tecnici engineering Consigli di Amministrazione 	<ul style="list-style-type: none"> Costante Periodico 	<ul style="list-style-type: none"> Migliorare costantemente le pratiche ambientali Individuare KPI adeguati 	<ul style="list-style-type: none"> Qualità nel rispetto per l'ambiente Diminuzione dell'impatto delle nostre attività Riciclo Riduzione degli scarti

La nostra attenzione verso i clienti

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



Il percorso di sostenibilità è efficace solo se attuato dalla società nella sua completezza. Per questo motivo il Gruppo Calzedonia da anni è in prima linea nell'organizzazione ed implementazione nei propri negozi di iniziative, come le campagne di riciclo, che spingano il consumatore a comportamenti etici e sostenibili.

La vicinanza al cliente, l'omnicanalità e la digitalizzazione

Vicinanza al cliente

La vicinanza al cliente è da sempre un elemento di grande attenzione per il Gruppo Calzedonia. Essa è stata inizialmente delegata ai negozi fisici, sia attraverso una capillare presenza sul territorio, sia grazie alla capacità di fornire prodotti con un rapporto qualità-prezzo eccellente, accessibili quindi a una fetta estremamente ampia di pubblico.

Oggi questa stessa accessibilità è in trasformazione, ripensata grazie a vetrine digitali attive 24 ore su 24, 365 giorni all'anno, con l'intento di proporre e trasmettere il valore dei prodotti e la cultura dell'azienda non solo negli oltre 5.000 punti vendita fisici, ma anche in tutti quelli virtuali, convogliando emozioni in un'esperienza mediata dal web.

Per avere un rapporto diretto con i clienti, il Gruppo Calzedonia ha adottato una strategia di sviluppo integrato dei canali fisici e digitali.

Omnicanalità

I brand del Gruppo sono orientati ad offrire un'esperienza d'acquisto piacevole, facile e confortevole, e questo è reso possibile anche grazie all'integrazione dei canali di vendita fisici con quelli online, in modo che non vi sia competizione fra loro, bensì complementarità, nell'obiettivo di migliorare l'esperienza di acquisto dei clienti². L'unione di questi canali permette non solo un miglior impiego delle risorse da parte del cliente e del Gruppo, ma anche

2 - È importante sottolineare che nelle vendite in cui l'e-commerce interagisce con negozi fisici, viene coinvolto nel profitto anche il franchisee.

la riduzione dell'impatto ambientale dovuta ai trasporti e alla produzione di rifiuti.

Attualmente i servizi di e-commerce sono disponibili in 39 Paesi per il brand Calzedonia, 37 per Intimissimi, 29 per Tezenis, 22 per Falconeri, 1 per Signorvino e 5 per Atelier Emé.

I siti web del Gruppo Calzedonia sono raggiunti in totale da oltre 1 milione di visitatori al giorno, confermando il desiderio di rimanere in contatto con i look proposti e rinnovati settimanalmente. Il Gruppo Calzedonia ha sempre inteso l'e-commerce come un modo per migliorare l'esperienza d'acquisto con un approccio omnicomprendivo che permette al cliente di guardare e valutare i prodotti indipendentemente dalla modalità con cui intende acquistare.

Un chiaro esempio di questo approccio è rappresentato dal servizio "Product locator", che permette al cliente di capire qual è il punto vendita più vicino in cui acquistare il prodotto che sta cercando.

Altri esempi sono rappresentati dal servizio "Paga online e ritira in negozio", disponibile in 26 Paesi, che consente al cliente di scegliere uno dei punti vendita fisici come punto di ritiro, dall'opzione "Ordine online in negozio", ora disponibile in 11 Paesi, con cui il Gruppo ha accelerato i propri servizi digitali e dal "Reso Semplificato", attivo in oltre 3.600 punti vendita, il quale consente ai clienti di restituire i propri ordini, indipendentemente dal canale utilizzato per effettuare il primo acquisto, con un servizio completamente paper free. Per evadere tali ordini, sono utilizzati gli stessi corridoi logistici utilizzati per il retail e, così facendo, è possibile ridurre l'impatto ambientale dei trasporti di merce. Il Gruppo promuove questo tipo di consegna offrendola gratuitamente ai propri clienti. È possibile utilizzare anche lo stesso corridoio logistico in un sistema di reverse logistic, tramite il quale i clienti possono restituire gli ordini online nei negozi fisici, senza rispedirli al magazzino centrale. Sempre nell'ambito

dell'omnicanalità, è stata rilasciata, nel corso del 2022, la possibilità di reso semplificato anche in Svizzera, Repubblica Ceca e USA per Intimissimi e Calzedonia, e in USA e Repubblica Ceca per Falconeri, allineando il livello di servizio tra canale online e offline anche in termini di post-vendita (grazie al diritto di recesso di 30 giorni e rimborso in contanti).

METODO DI CONSEGNA MENO IMPATTANTE PER L'AMBIENTE

Al fine di ridurre le emissioni di CO₂ il Gruppo ha condotto un'analisi sul metodo di consegna più virtuoso per capire quale sia l'impatto del ritiro e della riconsegna. I marchi coinvolti sono stati Calzedonia, Intimissimi, Falconeri e Tezenis, in Italia e Germania. L'intenzione è quella di suggerire al cliente quale servizio sia più indicato in base alla distanza dal punto vendita più vicino. Dalle analisi effettuate è risultato che il ritiro in negozio è la soluzione meno impattante per l'ambiente se il cliente si trova a 15 minuti di cammino dal punto vendita oppure se la visita al negozio non è l'unica finalità dello spostamento.

Nel 2022 è stato avviato anche il nuovo servizio chiamato "Scaffale infinito", che permette di utilizzare le scorte già presenti nei negozi fisici per evadere ordini online, il che permette di ridurre al minimo le giacenze e aumentare la velocità di evasione dell'ordine.

Il team CRM, inoltre, si è posto l'obiettivo di diffondere la visione cliente-centrica tra tutte le persone dell'organizzazione, utilizzando i feedback dei clienti per migliorare specifiche aree di business quali, ad esempio, il prodotto e il visual.

CALZEDONIA E MISSIONE SPIAGGE PULITE

Dopo il successo della prima edizione, Calzedonia e WWF Italia hanno rinnovato, anche nel 2022, la loro collaborazione all'interno del progetto #missionespiaggepulite, con l'obiettivo di ridurre la dispersione di plastica in natura.

La seconda edizione ha visto un'importante crescita, sia nel numero di persone e di paesi europei coinvolti (il progetto infatti è arrivato a toccare centinaia di persone tra dipendenti, clienti Calzedonia e volontari, sia in Italia che in diversi altri paesi Europei), sia rispetto alla tipologia di attività proposte, volte non solo alla raccolta della plastica, ma anche alla sensibilizzazione e alla formazione sul tema. Attraverso l'iniziativa "Citizen Science", infatti, si è supportato un'importante raccolta dati del WWF per il monitoraggio dell'inquinamento da microplastiche nelle spiagge italiane.

Quest'anno il progetto si è fatto maggiormente ambizioso ed esteso portando a rilevanti innovazioni: non ci si è limitati alla raccolta della plastica, ma si è andati poi a toccare la diretta produzione dei capi: il bikini Indonesia, uno dei best seller della collezione mare, è stato realizzato con tessuto contenente filato riciclato, proveniente appunto dalle bottiglie di plastica.

Come completamento del progetto Calzedonia, è stato avviato un importante studio sulle microplastiche in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche con l'obiettivo di analizzare tre diversi temi:

1) valutare il rilascio di microplastiche che avviene durante la delicata fase di tintura dei tessuti (analizzando i dati di una tintoria del Gruppo);

2) analizzare la quantità di microplastiche rilasciate dai costumi durante il loro utilizzo e lavaggio (valutando sia i capi realizzati in filato riciclato che vergine);

3) valutare l'efficacia di sacchetti pensati per trattenere le microplastiche liberate dai capi durante i lavaggi in lavatrice. Tali ricerche risultano essenziali in quanto, sulla base del risultato, influenzeranno concretamente le scelte del Brand volte a minimizzare gli impatti verso l'ambiente.



Digitalizzazione

La presenza di una struttura tecnologica avanzata è, secondo il Gruppo, alla base di una corretta gestione dell'informazione e permette di affrontare nel miglior modo possibile le future sfide legate all'omnicanalità.

In questo contesto il business digitale, trasversale a tutta l'azienda, gioca un ruolo importante. Le vendite realizzate con il canale e-commerce sono in continua crescita ed il Gruppo, nel corso dell'anno, ha investito sulle infrastrutture tecnologiche e digitali al fine di offrire al cliente un ampio ventaglio di alternative di acquisto adatte ai diversi contesti locali.

Il Gruppo sta puntando a migliorare le proprie relazioni con i clienti attivando servizi che monitorino la soddisfazione del cliente on e off line nel momento successivo all'acquisto.

Nel 2022 è stato digitalizzato completamente il programma fedeltà, eliminando la necessità di avere una carta fisica per registrarsi dal canale retail. Quando le carte fedeltà già prodotte saranno esaurite tutti i nuovi iscritti al programma riceveranno una carta digitale.

CLIENTI SEMPRE PIÙ INFORMATI

Consapevoli dell'ingente volume di prodotti immessi nel mercato dalla nostra attività, riteniamo di vitale importanza lo sviluppo di soluzioni che supportino modelli di business circolari, decisioni di acquisto sempre più informate ed una supply chain sostenibile e trasparente.

Cogliendo l'occasione fornitaci dal governo francese con il decreto-legge 2022-748 'relativo all'informazione del consumatore sulle qualità e sulle caratteristiche ambientali dei prodotti che generano rifiuti', ci siamo impegnati nello sviluppo di una piattaforma digitale che permetta al cliente di accedere ad una vasta serie di informazioni sul prodotto inquadrando un QR code presente nell'articolo stesso.

La piattaforma ha l'obiettivo di informare il cliente al momento dell'acquisto comunicando informazioni legate alle seguenti tematiche:

- la tracciabilità del capo e dei suoi materiali;
- il contenuto di materiali riciclati;
- la riciclabilità del packaging;
- le possibilità di riutilizzo del prodotto e del packaging;
- il rilascio di microfibre plastiche durante il lavaggio.

Siamo convinti che un consumatore informato è l'unica arma che ci consente di garantire una corretta gestione del prodotto in tutte le sue fasi di vita; dal suo concepimento nei nostri uffici stile, passando per tutto la nostra supply chain fino ad arrivare al suo utilizzo e smaltimento.

La sicurezza e la protezione dei dati

Rispettare il diritto alla privacy dei clienti è di estrema rilevanza per il Gruppo ed è per questo che ci impegniamo a tutelare e fare un uso appropriato di tutti i dati personali raccolti.

Tale attenzione deriva dalla consapevolezza di eventuali conseguenze derivate da potenziali violazioni della riservatezza dei dati dei clienti. I dati personali raccolti sono limitati ai dati identificativi ed a quelli relativi agli acquisti. Ad oggi, nello svolgimento delle sue attività o come risultato dei suoi rapporti commerciali, il Gruppo non risulta direttamente coinvolto nella generazione di eventuali impatti negativi.

Il Gruppo si adopera concretamente per garantire elevati standard di sicurezza nella selezione e nell'uso dei sistemi di information technology destinati al trattamento di informazioni riservate adottando tutte le misure necessarie, sia tecniche che organizzative così da proteggere i dati personali dei clienti raccolti durante le attività commerciali.

Nel trattamento dei dati personali dei clienti, è richiesto il consenso informato ogni qual volta si renda necessario, esclusivamente per le finalità cui lo stesso è destinato. I dipendenti sono, inoltre, tenuti a segnalare qualsiasi caso di cui siano venuti a conoscenza di violazioni circa la confidenzialità di informazioni sensibili.

Il Gruppo Calzedonia migliora continuamente le misure di sicurezza e protezione dei dati personali per prevenire potenziali violazioni degli stessi, in linea con gli obiettivi derivanti dalla entrata in vigore del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR).

Nel 2022 i progetti di cyber security si sono concentrati principalmente sulle seguenti aree:

- gestione dell'identità e degli accessi: l'obiettivo è stato quello di migliorare la maturità del processo e delle tecnologie propedeutiche alla gestione del ciclo di vita dell'utente. A tal fine sono state coinvolte risorse esterne e team interni interdipartimentali.
- monitoraggio della sicurezza e risposta agli incidenti: l'obiettivo attuale è di migliorare le capacità di rilevare e rispondere ad un incidente di sicurezza informatica. Per monitorare la sicurezza vengono svolte operazioni regolari con il supporto di team interni interdipartimentali e risorse esterne.

Per quanto riguarda la protezione dei dati, gli sforzi si sono concentrati principalmente sulle seguenti attività:

- gestione delle richieste degli interessati;
- valutazione della conformità alla protezione dei dati delle nuove iniziative commerciali.

Obiettivi e traguardi sono definiti annualmente nelle strategie di ciascun dipartimento competente e l'efficacia delle misure implementate viene regolarmente monitorata.

Nel 2021, per quanto riguarda le tematiche della protezione dei dati, è stata rafforzata l'efficacia dei diritti di protezione dei dati sulla base del GDPR. A tal fine, all'interno del servizio clienti del Gruppo (situato a Zagabria, Croazia), è stato costituito un team dedicato alle richieste di protezione dati dei consumatori. Il team è coordinato dal dipartimento Protezione dati nella sede centrale del Gruppo e, nel corso del 2022, ha gestito 2.974 richieste.

È inoltre in corso un progetto volto a migliorare la capacità di rilevamento e risposta a incidenti di sicurezza informatica grazie ad analisi preventive e servizi di formazione.

Nel corso del 2021 è stata registrata una violazione della privacy e perdita di dati dei clienti. A seguito della segnalazione, considerate le tipologie e le quantità di dati coinvolti nel data breach, è stato notificato il Garante

Italiano, secondo quanto previsto dal GDPR.

I punti salienti delle attività e dei progetti in ambito di sicurezza informatica e protezione dei dati sono periodicamente riportati al vertice aziendale. Inoltre, il Top Management viene periodicamente informato dei fatti e delle cifre rilevanti relativi a progetti e attività di sicurezza delle informazioni e protezione dei dati del Gruppo.

La soddisfazione del cliente e l'eccellenza del servizio

Al centro delle attività del Gruppo Calzedonia vi sono i clienti: fruitori finali del nostro lavoro. Il loro punto di vista viene tenuto in considerazione in ogni decisione coinvolta in modo da anticiparne le necessità e di rispondere rapidamente ad eventuali richieste e aspettative.

Il Gruppo Calzedonia ritiene molto importante misurare la soddisfazione dei clienti più affezionati come termometro qualitativo dell'operato e per questo si impegna ad offrire ai clienti un elevato standard di eccellenza e qualità garantendo un ottimo rapporto qualità-prezzo, da sempre parte del DNA dell'azienda.

Nelle relazioni con i clienti ci impegniamo ad agire in conformità ai criteri di rispetto, dignità e giustizia, prendendo in considerazione il diverso bagaglio culturale di ogni individuo, senza permettere alcuna forma di discriminazione.

Nell'esercizio delle proprie attività professionali, la forza vendita comunica con i clienti in maniera chiara e trasparente per un'esperienza d'acquisto esaustiva e gratificante. I prodotti del Gruppo sono promossi in base a standard oggettivi, senza distorcerne descrizione o caratteristiche.

Strumento per aumentare il coinvolgimento e la soddisfazione del cliente è sicuramente l'app Tezenis, sviluppata dalle risorse CRM, IT ed E-commerce.

Soddisfazione del cliente

Per migliorare continuamente il servizio, la soddisfazione dei clienti viene monitorata costantemente anche grazie alla raccolta dei riscontri creati nelle molteplici occasioni di confronto.

Il Customer Service del Gruppo Calzedonia, attivo dalle

8:00 alle 20:00, 6 giorni su 7, supporta i clienti via telefono, e-mail, web form e chat, ed è in grado di interagire direttamente con gli stessi sulle pagine Facebook, Instagram e Twitter del Gruppo.

Il monitoraggio della soddisfazione dei clienti viene monitorato, al momento, attraverso comunicazione e-mail, chat e chatbot e quantificata tramite la valutazione di diversi KPI (Indicatori di Performance).

Il Customer Service è organizzato in diversi team e livelli:

- Team Leader, la cui responsabilità è far seguire e rispettare i KPI, raggiungendo l'obiettivo fissato e condiviso a livello di Gruppo. Ogni squadra, all'interno del Customer Service, viene monitorata e coordinata da un Team Leader;
- Quality Assurance, che si occupa di far comprendere le procedure e le attività agli agenti di prima linea, attraverso corsi di formazione e incontri one-by-one. I nuovi progetti e le nuove procedure sono approvati dalla sede centrale e trasferiti quindi non solo alla squadra di specialisti di progetto, ma anche al team Quality assurance (formatori) che trasferirà di conseguenza le conoscenze agli agenti di 1° e 2° livello;
- Agenti, incaricati di seguire le procedure condivise e rispettare la scadenza fissata dai loro Team Leader.

Il Customer Service ha diversi target di servizio a seconda del canale supportato e concordato con la sede centrale del Gruppo, ed è gestito da un Customer Service Manager locale e da un Global Manager presso la sede centrale. In caso di situazioni particolari, si procede ad organizzare focus group con tutti gli agenti per condividere il problema specifico creando occasione di confronto rispetto a possibili soluzioni o nuove procedure da applicare.

Di seguito una breve panoramica degli indicatori più significativi

Target di Risposta

Canale	u.m.	Target	Tot (media)
Mail	ore	<5	8
Chat	secondi	<8	5
Social	ore	<2	1,3
Phone	ABN%	<8%	4,4%

A partire da Giugno 2020 è stata introdotta una nuova metodologia di valutazione delle interazioni con il cliente: a quest'ultimo, infatti, viene chiesto un feedback, da 0 a 10, dopo ogni contatto.

Nella tabella sotto riportata sono evidenziati gli obiettivi prefissati dal Gruppo e le valutazioni realmente raggiunte.

	Obiettivo	Risultato 2020	Risultato 2021	Risultato 2022
Chat	8	7,7	8,5	8,7
Webmail	8	6	6,7	6,6
Chatbot	6	3,7	4,1	4,6

Rispetto all'anno precedente, si denota un miglioramento nelle modalità di interazione chat e chatbot, mentre si registra un leggero peggioramento con riferimento alla webmail.

I risultati testimoniano il costante sforzo di migliorare i servizi offerti.

La discrepanza nel punteggio tra chat e webmail è da imputare al tempo di risposta nei confronti dei clienti, quest'ultima è infatti immediata per la chat e di qualche ora per la mail. Per quanto riguarda il sistema chatbot invece il 60% dei clienti insoddisfatti non gradisce il colloquio con il bot. A questo si aggiunge, a seguito di una ricerca condotta in tutti i mercati e su un campione di 1000 clienti non soddisfatti, che solo 30 non apprezzano il servizio di assistenza.

I restanti hanno criticato il servizio di consegna e le pratiche di reso e rimborso.

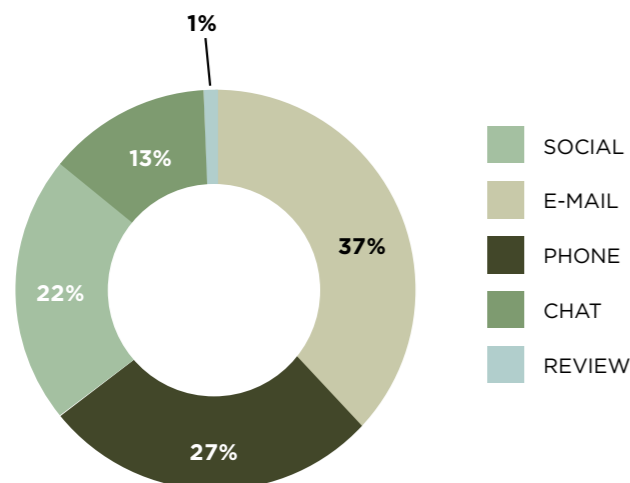
Inoltre, con riferimento al c.d. contact rate ossia il rapporto tra il numero di ordini e il numero di ticket aperti, per il 2022 il risultato si attesta al 9% (con un target fissato inferiore al 10%).

Le richieste sono riconducibili principalmente ai seguenti ambiti:

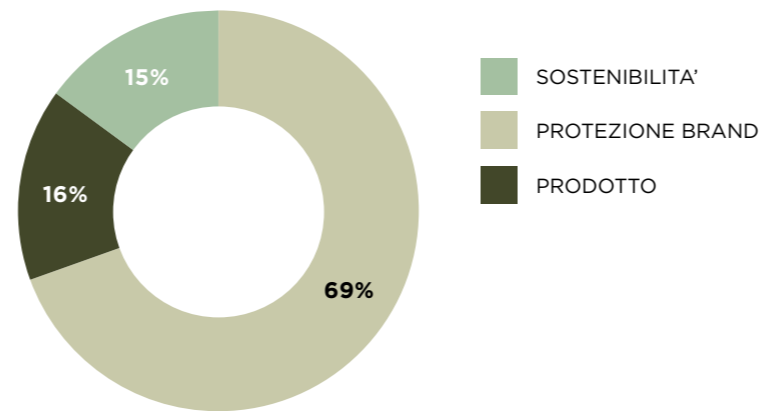
- ordini (conferma ordine, modifica, cancellazione, troppo tempo in elaborazione, domande parzialmente spedite);
- reso (come restituire, domande sull'etichetta di reso);
- rimborso (cronologia del rimborso, rimborso spese di spedizione);
- prodotto (taglia e misure, colore del prodotto);

A seguire, la distribuzione percentuale delle interazioni del Customer Service suddivisi per Brand, canale utilizzato e categoria della segnalazione.

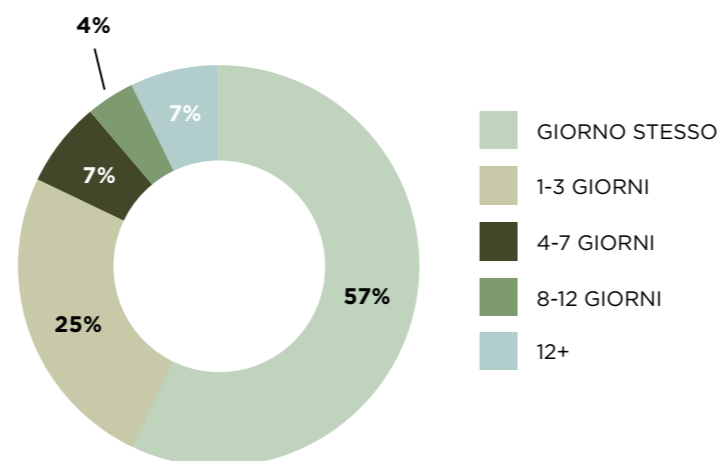
Canali segnalazione



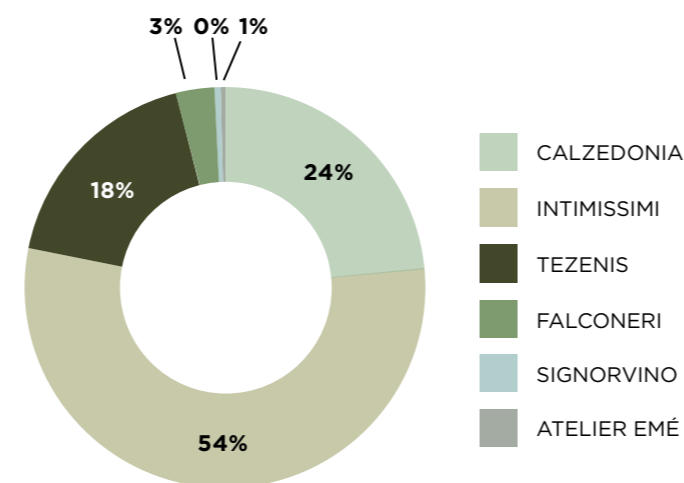
Macrocategorie di segnalazione



Tempo di risposta



Segnalazioni per brand



Il Gruppo investe molti sforzi ed energie nel tentativo di offrire un servizio eccellente ai propri clienti. Questa linea d'azione trova la sua conferma nelle percentuali di evasione delle richieste. Nonostante gli importanti numeri che la realtà raccoglie, il 57% delle richieste ricevute viene evaso in giornata, percentuale che sale all'82% considerando una finestra temporale di tre giorni.

In una visione incentrata sui clienti (dato l'obiettivo di avvicinarvisi e migliorare soprattutto grazie al loro contributo), il Gruppo ha deciso di incrementare le modalità di interazione, monitoraggio della soddisfazione e di raccolta feedback, posizionando diversi momenti strategici lungo l'intera esperienza del cliente.

La metrica impiegata è il Net Promoter Score (NPS) che misura (con un valore da -100 a +100) quanti utenti promuoverebbero o consiglierebbero il prodotto o l'esperienza di acquisto. Sulla base di studi di mercato l'obiettivo del Gruppo è avere un NPS superiore a +50.

Nel corso del 2022 è proseguito l'utilizzo di moduli destinati alla raccolta di feedback:

- always on-line: sempre accessibile al cliente che può, spontaneamente, fornire un feedback sul suo livello di soddisfazione digitale;
- general intercept: in maniera casuale, richiede un feedback durante la navigazione del sito;
- on-line thank you page: sempre in maniera casuale, richiede un feedback a seguito del perfezionamento di un acquisto online nella pagina dei ringraziamenti;
- survey online e omnicanale post delivery: rivolta ai clienti che hanno acquistato online o usufruito del servizio O2O (Online to Offline) in negozio. Ha lo scopo di monitorare la soddisfazione del cliente dopo un acquisto, indipendentemente dal tipo di pagamento o dal metodo di spedizione.

Questi moduli sono stati implementati anche per il brand Signorvino.

ALWAYS ON-LINE / GENERAL INTERCEPT / ON-LINE THANK YOU PAGE

BRAND	# FEEDBACKS 2022	NPS 2020	NPS 2021	NPS 2022
Calzedonia	106.625	57.2	63.3	65.6
Intimissimi	79.563	60	62.3	66.9
Tezenis	51.334	51.1	54.6	58
Falconeri	10.607	-	58.5	63,3
Signorvino	439	-	-	45,6

Com'è possibile notare dalla tabella, il Gruppo ha raggiunto l'obiettivo prefissato di avere un NPS superiore a +50 per tutti e quattro i brand in cui ha implementato questi moduli per la raccolta dei feedback. Fa eccezione Signorvino per il quale tuttavia il dato fa riferimento soltanto a pochi mesi del 2022.

Per il marchio Intimissimi è rimasta attiva in Italia, oltre che in tutti gli altri Paesi che dispongono del sistema Fidelity, un'indagine (Loyalty Post Purchase) al fine di raccogliere il parere dei clienti possessori della carta fedeltà, che abbiano effettuato degli acquisti presso i negozi fisici, circa il livello di servizio ricevuto nei nostri negozi. Da

giugno 2022 questo sondaggio è disponibile, anche per Calzedonia e Signorvino. Lo scopo di questa indagine è comprendere il livello di soddisfazione attraverso dati e KPI specifici per ogni negozio. I dati - anonimizzati - sono a disposizione del personale del negozio che può così monitorare gli indicatori.

Il risultato denota un miglioramento rispetto allo scorso anno di 0,5 punti. Come si può notare, rispetto al 2021, anche il numero di feedback è aumentato. Questa crescita comporta una stabilizzazione del punteggio che seppur inferiore rispetto all'anno precedente, rappresenta un valore molto buono. Un NPS pari a 71,5 denota un'alta

LOYALTY POST PURCHASE

BRAND	2020	2021	2022
Intimissimi	# feedback: 66.700 NPS: 75,7	# feedback: 213.680 NPS: 71	# feedback: 267.687 NPS: 71,5
Calzedonia	-	-	# feedback: 136.402 NPS: 72,4
Signorvino	-	-	# feedback: 3.773 NPS: 64,1

fidelizzazione dei clienti e rispecchia la clientela associata a chi è iscritto ai programmi loyalty.

I FEEDBACK APERTI – IL PROGRAMMA CX

Per comprendere meglio le esigenze dei clienti, viene utilizzato uno strumento di analisi del testo che classifica ogni commento sulla base dell'argomento e ne valuta il sentimento generale. Vengono poi sviluppati sondaggi ad hoc per indagare e comprendere meglio le opinioni e le esigenze dei clienti e per aiutare e fornire spunti utili a diversi uffici o reparti (es: sondaggio per l'ufficio prodotti Intimissimi al fine di comprendere le preferenze su colori e materiali dei prodotti e indagini per Calzedonia per arricchire l'analisi a cluster).

I clienti che forniscono un feedback ed il consenso a essere contattati vengono richiamati per raccogliere ulteriori dettagli riguardanti il loro riscontro. La comunicazione ricevuta dal cliente potrebbe anche solamente contenere un messaggio di ringraziamento in quanto riconosciamo l'importanza di ogni consumatore che sceglie di affidarsi ai nostri prodotti.

I risultati del programma CX sono resi disponibili come segue:

- Voice of Customer (VOC) sui punti di contatto online: i team di e-commerce, a livello HQ e locale possono accedere alla piattaforma e visualizzare i feedback, nonché estrarre dati aggregati per avere approfondimenti;
- Voice of Customer (VOC) sul punto di contatto retail: la forza vendita dispone di un'app dedicata, per verificare il feedback dei clienti per punto vendita/area e Paese;
- Il team CRM fornisce mensilmente o su richiesta i dati aggregati relativi al programma VOC;
- Il team Customer Service classifica tutti i feedback e rende la categorizzazione visibile a tutti i team per avere una migliore panoramica degli argomenti principali forniti dai clienti.

La gestione dei reclami

Ogni reclamo che arriva sul portale di ticketing è cross Brand e cross Country. I clienti finali, che possono essere sia utenti online che offline, possono inviare la richiesta dai nostri siti ufficiali, via e-mail, via chat, via telefono o tramite piattaforma social (Facebook e Instagram tramite commenti o messaggi).

Gli operatori costituiscono la prima linea di risposta a quei messaggi: vengono per questo preventivamente formati su tutte le procedure relative alle richieste che potrebbero incontrare durante le attività quotidiane. Se alcune procedure o alcune richieste non sono mappate o sono difficili da risolvere, gli agenti di prima linea possono trasferirle ad un secondo livello con operatori con preparazione e conoscenza specifiche. Come anticipato, ogni membro del team (primo e secondo livello) partecipa a periodici “training di aggiornamento” per essere preparato al maggior numero possibile di scenari. Se alcune procedure non coprono casi specifici, il team di Quality Assurance propone un nuovo flusso che dovrà essere validato dal team in HQ.

Le lingue in cui è possibile effettuare reclami sono più di 13 e il consumatore finale può effettuare segnalazioni dal lunedì al sabato dalle 8 alle 20. Ogni mese, i team leader condividono i risultati alla sede centrale o alle filiali al fine di individuare le possibili soluzioni o spunti di miglioramento per casi specifici. Quando viene risolto un reclamo che arriva via e-mail e via chat, all’utente finale viene chiesto di compilare un questionario di soddisfazione che valuta il servizio fornito. Nel 2022 il grado di soddisfazione via e-mail è stato di 6.6/10, 8.7/10 via chat e 4.6/10 via chatbot. In base a questi risultati, durante l’anno vengono effettuati diversi follow-up, con l’obiettivo di raggiungere la massima soddisfazione dei nostri clienti.

Con riferimento alla conformità a normative e regolamentazioni in ambito di comunicazioni al consumatore, pur non ravvisando un alto rischio in termini

reputazionali ed economici, emerge un incremento di segnalazioni relative alle tematiche di trasparenza nelle comunicazioni commerciali, dell’inclusività e del greenwashing. A tal riguardo, il Gruppo è impegnato nel sensibilizzare sempre di più il personale rispetto a tali argomenti anche attraverso specifiche attività formative.

La reputazione dei marchi del Gruppo Calzedonia

Per tutelare la reputazione del brand e rispondere in maniera efficace ed efficiente alle richieste dei clienti su una molteplicità di tematiche inerenti la responsabilità sociale d’impresa a cui il Gruppo presta grande attenzione, nel 2019 è stato attivato un flusso interno dedicato alla gestione delle segnalazioni riguardanti: commenti discriminatori sui social media o su altri canali, bodyshaming, sessismo, discriminazione contro la comunità LGBT o razzismo, prodotti derivanti da animali (pelliccia, pelle, cashmere, etc.), responsabilità ambientale e condizioni lavorative.

Il Gruppo è consapevole che - anche alla luce dell’incremento di segnalazioni ricevute - dalle seguenti attività possono derivare degli impatti negativi sia sui brand che sulle persone e il contesto di riferimento:

- comunicazioni ingannevoli o poco trasparenti;
- greenwashing;
- comunicazioni poco inclusive;
- concorrenza sleale o contraffazione di prodotti e marchi di terzi.

Nel 2022 sono stati presentati 2.891 reclami che hanno riguardato la qualità dei prodotti, i temi sociali quali inclusività e diversità, condizioni lavorative dei dipendenti nonché questioni inerenti all’utilizzo di pellicce e conduzione di test sugli animali.

Risulta evidente una crescente attenzione dei clienti del Gruppo verso temi di sostenibilità sociale ed ambientale. Altri reclami hanno riguardato le promozioni e la diffusione di informazioni false.

Dei 2.891 reclami emersi durante l’anno, 2.881 sono stati risolti nel corso dell’anno tramite interventi verso i singoli clienti o attraverso comunicazioni sui canali social del Gruppo. Quest’ultime sono state dirette a smentire eventuali fake news e a ribadire l’impegno verso una comunicazione responsabile delle attività di impresa, in linea con quanto previsto dal Codice Etico.

La strategia di marketing e comunicazione

La strategia di marketing del Gruppo si basa sulla convinzione che un cliente più informato sia in grado di interagire con il marchio in modo più semplice, trasparente e frequente attraverso tutti i diversi punti di contatto.

Per questa ragione la comunicazione con i clienti avviene in modalità in linea con i valori aziendali, e la promozione dei prodotti avviene in modo responsabili sulla base di standard oggettivi.

Il Gruppo conferma inoltre una spiccata attenzione rivolta al mondo digitale e dei millennials, grazie all'incremento della sua presenza sui principali social media, come Instagram, Facebook e YouTube proponendo contenuti digitali sempre originali, in grado di sfruttare tutte le potenzialità di questi nuovi media e di coinvolgere la clientela.

In particolare, il marchio Tezenis, ha fatto del digital il proprio principale mezzo di comunicazione al fine di creare un rapporto one to one con i consumatori e fare proprio il linguaggio delle nuove generazioni con le quali condivide la passione per moda e musica. A tal proposito il brand da sempre sostiene artisti in ambito musicale sponsorizzando celebri concorsi e partecipando attivamente a festival a livello mondiale, come Coachella, Sonar e Nos Alive.

Anche Atelier Emé ha scelto di puntare sulla comunicazione digital con una forte presenza sui principali social network, proponendosi come il brand preferito di it girl italiane e spose celebrity.

Intimissimi è il brand specializzato nel creare e produrre intimo, pigiama e maglieria. Le collezioni sono pensate e disegnate per far sentire ogni donna bella a modo suo, combinando il sofisticato stile italiano a tessuti di alta qualità. Il design esclusivo e il forte richiamo all'italianità

appartengono da anni al linguaggio comunicativo proprio del brand, assieme all'empowerment femminile.

Nel suo storytelling, infatti, Intimissimi ha coinvolto nel tempo personalità femminili capaci di coinvolgere ed ispirare, come le sue ambassador, tra cui Jennifer Lopez, Chiara Ferragni, Irina Shayk, Sarah Jessica Parker, Bruna Marquezine, Gisele Bündchen e Dakota Johnson.

In aggiunta, indimenticabili eventi come "Intimissimi On Ice" e "Intimissimi Show" hanno aiutato negli anni il consolidamento globale della brand awareness.

Altro ambito di forte interesse per la promozione dei nostri marchi è quello legato allo sport e agli sportivi. Tema a cui afferiscono parte rilevante delle attività promozionali e di sponsorizzazione sia di Intimissimi Uomo che di Falconeri. Quest'ultimo in particolare è da sempre vicino agli sport



che hanno un profondo legame con la natura, supportando talenti dal calibro internazionale principalmente nelle discipline dello sci, del golf e della vela.

Non solo sport ma anche musica dove si cimenta Tezenis che a scoperto la sua genuina essenza del rapporto con l'industria musicale della quale ne sostiene i talenti.

Nell'intento di permettere a ogni personalità di esprimersi liberamente e di sentirsi identificata nel e dal brand, Tezenis da voce allo stile di ognuno diventando un punto di riferimento attraverso volti e occasioni d'uso diverse.

Forte di un'ampia presenza in oltre 50 paesi nel mondo Calzedonia conferma la propria vocazione internazionale anche a livello di comunicazione: dai talent coinvolti agli spot televisivi, dalle pagine di giornale ai palinsesti sui social media, sono molteplici i canali attraverso cui il brand mantiene ingaggiate le proprie community.

Chiara Ferragni, Laetitia Casta, Pamela Reif, Sara Carbonero sono solo alcune delle testimonial che rappresentano il brand nel mondo e che hanno recentemente partecipato all'evento "Calzedomania - A Legs Celebration", un'indimenticabile celebrazione del collant in apertura della Fashion Week di Parigi. Un contesto di prestigio che ha contribuito a posizionare Calzedonia quale leader del settore.

Signorvino coniuga invece una strategia multicanale cercando di sfruttare al meglio l'online e l'offline.

Da inizio 2018 ad oggi è stato implementato un piano strategico di comunicazione social che ha permesso di migliorarne la visibilità, con l'obiettivo di promuovere il format in senso generico, oltre che attività e promozioni, sono state strette collaborazioni con importanti influencer sia del settore che legati ad altri comparti (ad esempio lifestyle, viaggi, moda). La stampa di settore è un inevitabile riferimento nel mondo del Food & Wine e per questo, sono state ricamate prestigiose collaborazioni con Gambero Rosso e La Cucina Italiana, partner e interlocutori chiave

per una comunicazione mirata ad un target di esperti del settore.

Nel corso del 2022 il Gruppo ha ricevuto tre segnalazioni di non conformità in materia di comunicazioni e marketing, una delle quali, relativa ad una parziale comunicazione sulle tempistiche di inizio campagna promozionale, si è conclusa con il pagamento di una sanzione. Le altre riguardano l'accessibilità di informazioni sui siti e-commerce dei brand.

Engagement dei clienti e iniziative di marketing responsabile

La fidelizzazione del cliente avviene tramite il coinvolgimento in un programma loyalty che permette ai possessori delle tessere di beneficiare di numerosi sconti, operazioni promozionali, operazioni a premi ed iniziative speciali dedicate, che vengono adeguatamente pubblicizzate e comunicate ad hoc.

Queste iniziative promozionali implementate dai brand Calzedonia, Intimissimi, Falconeri, Tezenis e Signorvino consistono in programmi fedeltà che prevedono una raccolta punti su tessera grazie a cui i titolari possono godere di vantaggi esclusivi.

NUOVE ISCRIZIONI 2022

ANNO	CALZEDONIA LOVER	MY INTIMISSIMI	TEZENIS TALENT	FALCONERI CLUB	SIGNORVINO WINE LOVER
2019	1.585.878	1.284.305	-	54.071	6.466
2020	2.118.583	1.370.430	-	91.043	16.632
2021	3.391.181	2.371.482	489.807	167.172	48.014
2022	3.216.941	2.685.394	1.942.883	238.887	130.529

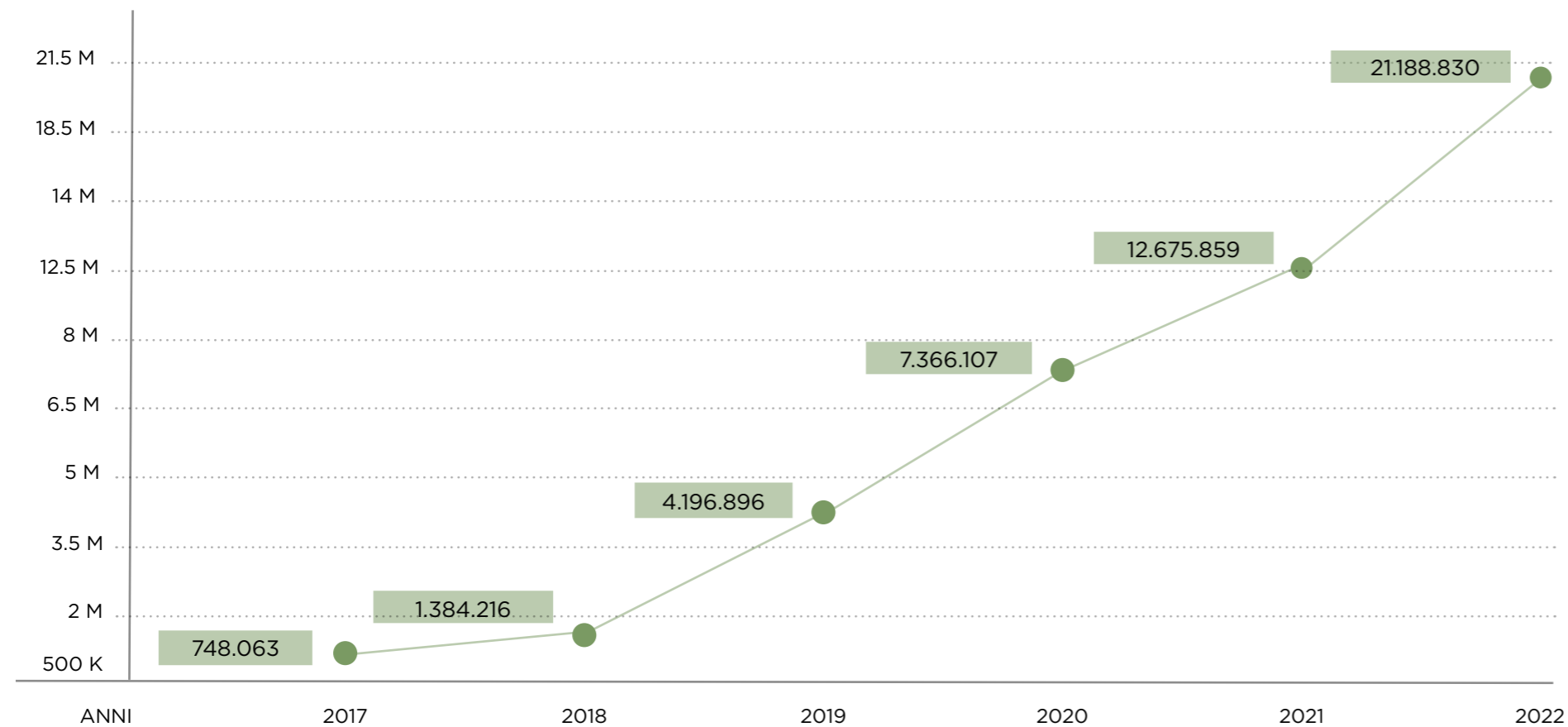
NATAL A MEIAS



Per il sesto anno consecutivo il brand Calzedonia ha promosso nei mesi di novembre e dicembre una campagna di solidarietà sociale legata al periodo natalizio: "Natal a Meias". Il nome della campagna si basa su un gioco di parole in portoghese in cui la parola "Meias" ha il doppio significato di "calze" e "a metà" quindi: un "Natale con le calze" e un "Natale a metà".

Per ogni calzino a tema natalizio venduto, la metà del prezzo è stata donata per l'acquisto di ambulanze e divise per la protezione individuale. In totale sono stati donati circa 293.000 euro.

Totale iscritti ai canali loyalty



I clienti italiani titolari delle tessere fedeltà possono raccogliere punti anche tramite acquisti effettuati all'interno dei punti vendita presenti in alcuni paesi esteri selezionati; in aggiunta hanno la possibilità di usufruire delle scontistiche riservate allo status che il cliente ha ottenuto nel paese di appartenenza.

Il possesso della tessera fedeltà costituisce in alcuni casi anche il prerequisito per poter aderire ad alcune nostre campagne in cui cerchiamo di favorire il riciclo dei capi di abbigliamento.

La pratica del riciclo fa da sempre parte della nostra cultura. Gettare le cose è sempre stato contrario alla nostra filosofia e sprecare è contrario alla nostra educazione, oltre che al miglioramento dei risultati aziendali.

Dal 2011 nei negozi del gruppo è stato introdotto un incoraggiamento al riciclo, che avviene con maggiore continuità nei punti vendita del brand Intimissimi, ma è stato promosso anche da Falconeri, Calzedonia e Tezenis. Ogni progetto viene adattato al brand che lo propone, ma solitamente prevede la consegna in negozio di un minimo di 5 capi d'abbigliamento di qualsiasi marca (maglieria, pigiama, slip e reggiseni), destinati al riciclo o riutilizzo. In cambio viene riconosciuto, per ogni capo consegnato, un voucher spendibile per acquisti nel negozio.

PROGETTO RICICLO

Anche nel 2022 Il Gruppo Calzedonia ha dato vita al "PROGETTO RICICLO", impegnandosi nella promozione di programmi di take back nei propri negozi. Si tratta di iniziative che consentono ai clienti di portare indumenti usati e dismessi, valorizzando quello che sarebbe, altrimenti, unicamente considerato uno scarto.

Nello specifico, durante l'estate il brand Calzedonia ha lanciato una campagna per la raccolta dei costumi da bagno in tutti i negozi del marchio presenti in Italia, Spagna, Portogallo, Svizzera, Austria, Germania, Francia e Polonia.

Durante la stagione autunnale, è stata la volta di Intimissimi, che ha invitato i propri clienti a donare capi intimi inutilizzati.

In totale nell'anno sono stati raccolti oltre 200.000 capi di abbigliamento. La finalità è quella del riciclo attraverso la collaborazione con un partner che ha l'obiettivo di creare filati di cotone, poliestere e poliammide riciclati a partire proprio dai capi dismessi. Questi materiali potranno essere riutilizzati per produrre nuovi capi con un minor impatto ambientale.



Le nostre persone

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



La salute fisica e mentale delle persone ricopre, da sempre, un ruolo centrale per il Gruppo Calzedonia che si impegna in tal senso affinché tutti i dipendenti, senza distinzione alcuna, abbiano accesso all'assistenza sanitaria di base. Nei Paesi meno sviluppati in cui il Gruppo opera, questa viene fornita direttamente dal Gruppo attraverso la presenza di personale sanitario nelle sedi e la creazione di accordi stipulati con cliniche e ospedali locali.



Il Gruppo Calzedonia sostiene e riconosce il ruolo dell'istruzione e della formazione continua come motori per lo sviluppo sociale ed economico e, per questo, si preoccupa di fornire percorsi di formazione volti alla crescita professionale e umana di collaboratori e collaboratrici.



Calzedonia supporta il potenziale delle donne che lavorano all'interno del Gruppo, ponendo particolare attenzione verso l'empowerment e l'emancipazione delle dipendenti, anche in quei Paesi dove la donna rischia di subire maggiori discriminazioni professionali, economiche e sociali.



Il Gruppo si impegna a far sì che ogni polo produttivo sia un centro di competenza, innovazione e crescita per il business. Su questa linea, da sempre, Calzedonia riserva un'attenzione particolare alla salubrità degli ambienti di lavoro, siano essi filiali commerciali e produttive e dal principio si è impegnato a rispettare i massimi livelli di sicurezza e salubrità dell'ambiente di lavoro, a offrire condizioni di lavoro ottimali e corrispondere salari adeguati.



Il Gruppo Calzedonia si adopera al fine di ridurre le disuguaglianze sociali nella consapevolezza che, affinché vi sia un più duraturo ed equo sviluppo economico-sociale, è indispensabile che vi sia la disponibilità a diffondere il know-how operativo e tecnologico, facendo sì che esso diventi patrimonio dei collaboratori e delle collaboratrici e delle loro comunità.

Composizione del personale

La risorsa più importante del Gruppo Calzedonia sono le persone che lavorano con noi.

I valori aziendali, espressione dell'etica di lavoro, governano le attività e le relazioni all'interno dell'azienda.

Il numero dei lavoratori occupato nelle società del Gruppo, al 31.12.2022, è pari a 44.305 persone, in aumento del 8,8% rispetto al 2021. Il dato in crescita è da riferirsi all'ulteriore sviluppo del Gruppo sia nell'area produttiva che commerciale. Gli operai (60%) risultano essere la categoria professionale maggiormente rappresentata, a cui segue il personale di negozio (30%).

La maggior parte della forza lavoro si conferma essere di genere femminile (90%).

È da notare che il numero dei dipendenti analizzato nelle prossime tabelle è di 44.252 unità; la differenza è da imputarsi ad un differente perimetro di rendicontazione nella considerazione delle società del Gruppo Calzedonia.

Dipendenti per categoria professionale e per genere (n.)

	2020			2021			2022			
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale
Manager di primo livello	75	44	119	75	56	131	83	57	0	140
Manager che riportano al primo livello	210	306	516	196	290	486	212	272	0	484
Impiegati	676	1.516	2.192	557	1.736	2.293	705	1.873	2	2.580
Addetti alle vendite	106	857	963	136	945	1.081	142	1.040	0	1.182
Personale di negozio	376	11.011	11.387	540	12.312	12.852	571	12.695	24	13.290
Operai	2.370	20.463	22.833	2.372	20.021	22.393	2.569	24.007	0	26.576
Totale	3.813	34.197	38.010	3.876	35.360	39.236	4.282	39.944	26	44.252

Con “Manager di primo livello” si intendono i responsabili e che rispondono direttamente al consiglio d’amministrazione o all’amministratore delegato, i responsabili degli stabilimenti produttivi, e i responsabili commerciali di Paese.

L’età media dei collaboratori è di circa 30 anni (35 per gli uomini, 29 per le donne e 28 per persone che non hanno condiviso il loro genere).

Nel 2022 si confermano nella fascia di età al di sotto dei 30 anni la maggior parte del personale di negozio e degli operai. I ruoli manageriali, invece, vengono svolti per lo più da figure over 30.

Da notare che la tabella fa riferimento anche ai dipendenti delle fabbriche, che costituiscono la maggior parte della della supply chain del Gruppo.

Dipendenti per categoria professionale e per fascia di età (%)

	2020			2021			2022		
	<30	≥30	Totale	<30	≥30	Totale	<30	≥30	Totale
Manager di primo livello	-	0,3%	0,3%	-	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
Manager che riportano al primo livello	0,1%	1,3%	1,4%	0,1%	1,2%	1,3%	0,1%	1,0%	1,1%
Impiegati	2,3%	3,5%	5,8%	2,0%	3,8%	5,8%	2,1%	3,8%	5,9%
Addetti alle vendite	1,1%	1,5%	2,5%	1,0%	1,8%	2,8%	0,9%	1,8%	2,7%
Personale di negozio	21,3%	8,6%	30,0%	22,7%	10,0%	32,7%	21,0%	9,1%	30,1%
Operai	33,7%	26,3%	60,1%	29,8%	27,3%	57,1%	33,3%	26,7%	60%
Totale	58%	42%	100%	55,6%	44,4%	100%	57,4%	42,6%	100%

Il Gruppo si impegna ad instaurare rapporti stabili e duraturi con le proprie persone. A riprova di questo, anche per il 2022, l'85% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato, dato in percentuale costante rispetto agli ultimi due anni.

Il ricorso a personale occasionale, come stagisti e lavoratori interinali, si è ridotto nel 2022. Nel corso dell'anno sono stati impiegati 6 stagisti.

Al 31.12.2022 il numero di dipendenti diversamente abili occupati presso il Gruppo Calzedonia è risultato pari a 461.



Dipendenti 2022 per tipologia di contratto e per genere (n.)

	Contratto a tempo indeterminato (IND.)				Contratto a tempo determinato (DET.)				Totale
	Uomini	Donne	Altro	Totale	Uomini	Donne	Altro	Totale	
Italia	1.006	2.747	0	3.753	238	952	0	1.190	4.943
Europa	1.162	14.931	4	16.097	227	4.453	0	4.680	20.777
America	52	651	22	725	3	59	0	62	787
Asia	1.370	14.302	0	15.672	40	427	0	467	16.139
Africa	178	1.404	0	1.582	6	18	0	24	1.606
Totale	3.768	34.035	26	37.829	514	5.909	0	6.423	44.252

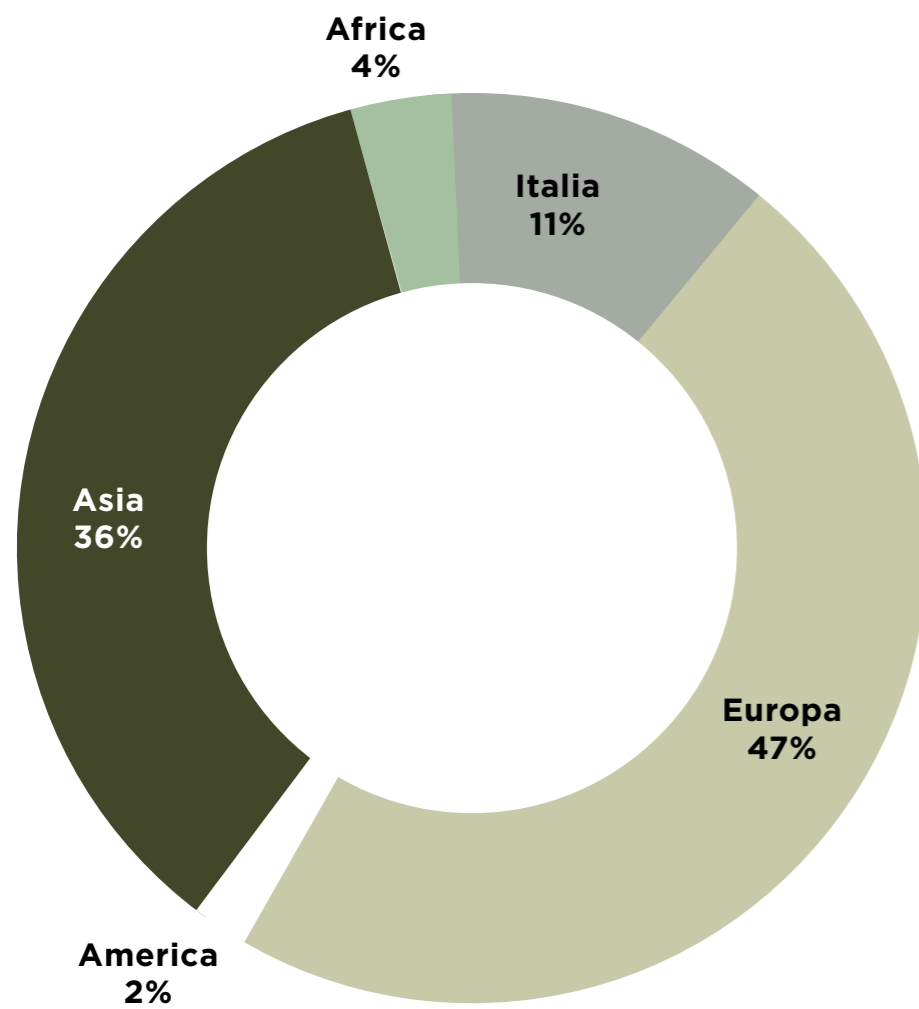
Al momento della stipula del contratto ogni dipendente viene informato di tutte le condizioni relative al proprio rapporto di lavoro con il gruppo (durata, cause di licenziamento, modalità di dimissione e regolamento interno) e gli viene consegnata una copia del contratto in una lingua a lui comprensibile.

Il Gruppo Calzedonia è presente con le proprie sedi, filiali produttive e commerciali in 58 Paesi. La tabella mostra l'origine geografica dei dipendenti, dalla quale si evince che la maggior parte della forza lavoro è concentrata in Europa (46,95%, Italia esclusa), seguita poi dall'Asia (36,47%) e dall'Italia (11,17%). Residuale, invece, in Africa (3,36%) ed America (1,78%).

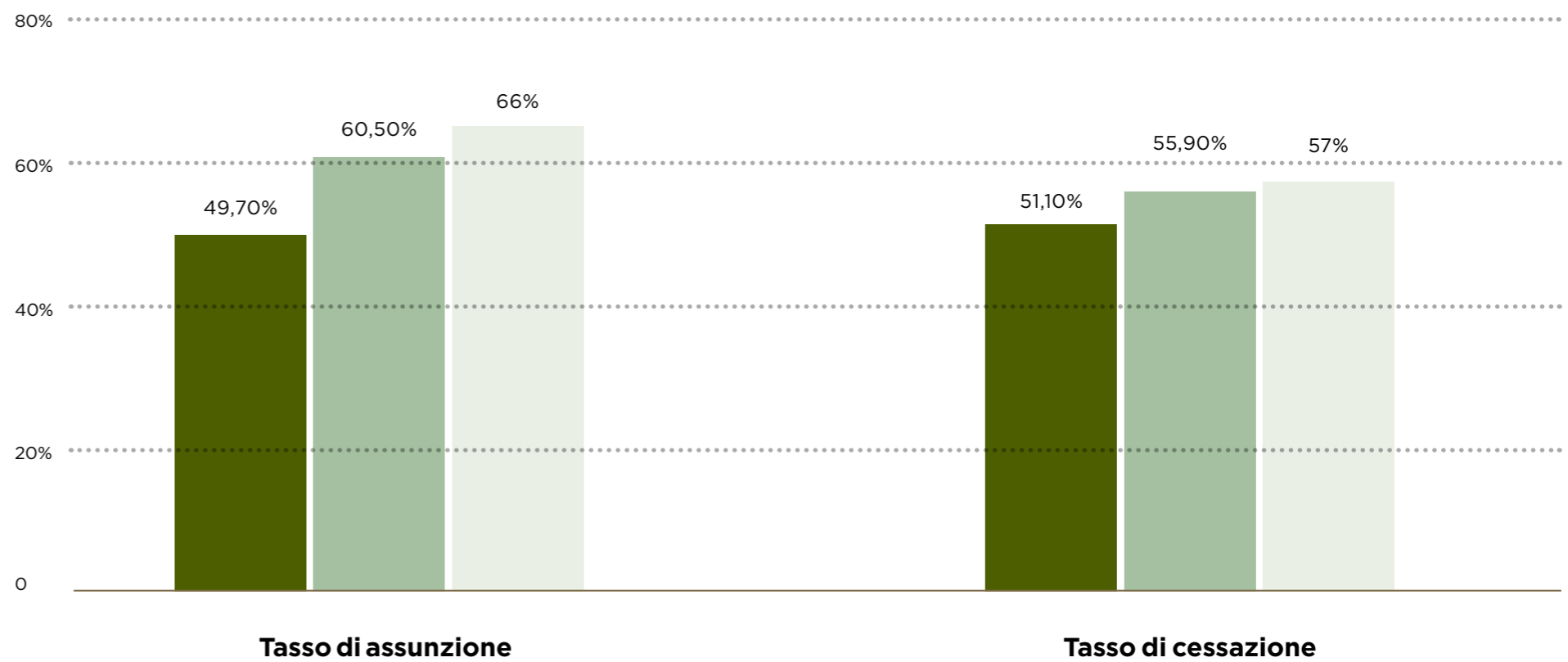
Suddivisione dei dipendenti per regione

	Africa	America	Asia	Europa	Italia	Totale
Manager di primo livello	0	0	2	26	112	140
Manager che riportano al primo livello	9	17	64	189	205	484
Impiegati	100	80	242	1.026	1.132	2.580
Addetti alle vendite	2	50	35	719	376	1.182
Personale di negozio	75	615	621	10.056	1.923	13.290
Operai	1.420	25	15.175	8.761	1.195	26.576
Totale	1.606	787	16.139	20.777	4.943	44.252

Dipendenti per area geografica 2022

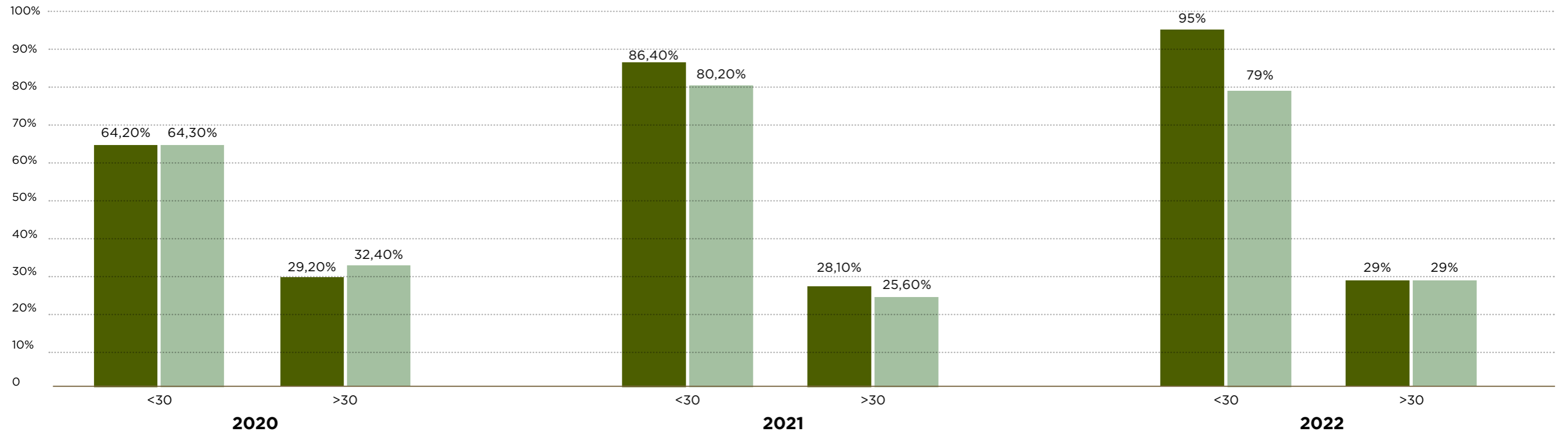


Turnover

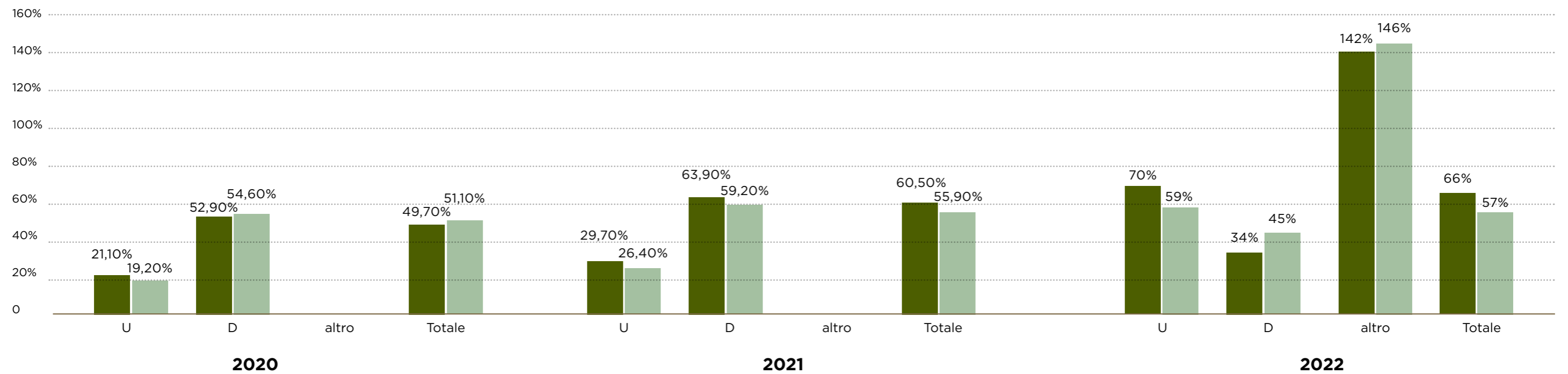


2020 2021 2022

Turnover per fascia d'età



Turnover per genere



■ Tasso assunzione ■ Tasso cessazione

Turnover per genere e per fascia di età (%)

	Genere			Totale	Fasce di età	
	Uomini	Donne	Altro		<30	≥30
2020						
Tasso di assunzione	21,1%	52,9%	-	49,7%	64,2%	29,2%
Tasso di cessazione	19,2%	54,6%	-	51,1%	64,3%	32,4%
2021						
Tasso di assunzione	29,7%	63,9%	-	60,5%	86,4%	28,1%
Tasso di cessazione	26,4%	59,2%	-	55,9%	80,2%	25,6%
2022						
Tasso di assunzione	70%	34%	142%	66%	95%	29%
Tasso di cessazione	59%	45%	146%	57%	79%	29%

Turnover per area geografica (%)

	Italia	Europa	America	Asia	Africa
2020					
Tasso di assunzione	25,2%	59,3%	79,2%	47,8%	-
Tasso di cessazione	27,2%	59,8%	75,6%	50,5%	-
2021					
Tasso di assunzione	34,2%	67,1%	88,9%	58,1%	-
Tasso di cessazione	29,5%	60,4%	86,2%	56,7%	-
2022					
Tasso di assunzione	46%	70%	114%	72%	-
Tasso di cessazione	40%	66%	87%	55%	-

Il Gruppo crede nel valore generato dalle nuove generazioni e nella loro occupazione. Nel corso del 2022 sono state assunte oltre 28.300 persone, di cui il 95% ha meno di 30 anni. Contestualmente, durante l'anno hanno lasciato il Gruppo 24.690 collaboratori della medesima fascia d'età pari al 79% del totale del turnover.

Una variazione contenuta del tasso di turnover è indice di un buon livello di soddisfazione del personale e della capacità dell'organizzazione di trattenere al suo interno i propri talenti.

Nel 2022 il tasso di cessazione è aumentato rispetto al 2021 del 2%. Si tratta di una variazione poco significativa soprattutto alla luce degli eventi esogeni che hanno caratterizzato le ultime annualità (quali ad esempio la guerra scoppiata in Europa) e considerato che il tasso di assunzione è aumentato del 9%.

La gestione del turnover in uscita prevede in primis un controllo periodico dei KPI suddivisi per area di business e tipologia di popolazione. Questa indagine viene accompagnata dal monitoraggio delle motivazioni alla base che vengono raccolte in maniera sistematica, ad esempio, mediante la compilazione di questionari d'uscita e interviste. Quanto emerge da questi momenti di confronto permette di implementare e intensificare progetti e attività volti all'adozione di uno stile di leadership efficace ed in linea con i valori chiave dell'azienda (es. percorsi di formazione, coaching, etc.), oltre ad azioni che puntino ad aumentare la retention, la fidelizzazione e l'engagement del personale (es. team building, contest e premi, eventi di aggregazione aziendale etc.).

In alcune particolari aree di business si registrano tassi di turnover in uscita che, per quanto siano da ritenersi fisiologici, sono comunque oggetto di controllo periodico da parte della Funzione Risorse Umane, al fine di intercettare scostamenti significativi.

Dipendenti per tipologia di impiego (n.)

	2020			2021			2022			
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Altro	Totale
Full-time	3.634	29.943	33.577	3.724	31.138	34.862	34.286	4.114	25	38.425
Part-time	179	4.254	4.433	152	4.222	4.374	5.658	168	1	5.827
Totale	3.813	34.197	38.010	3.876	35.360	39.236	39.944	4.282	26	44.252

Il Gruppo Calzedonia riserva particolare attenzione alle tematiche legate al work-life balance e, di riflesso, alle tendenze dei tassi di cessazione del personale dipendente. L'attenzione a questi aspetti chiave si concretizza in politiche di inclusione sociale, di integrazione di personale espatriato, di retribuzione ed inquadramento professionale, nonché di organizzazione del lavoro, di tutela della maternità e promozione in genere di politiche di sostegno alle famiglie; tutte politiche volte a garantire ai dipendenti soluzioni che soddisfino al meglio le loro esigenze personali.

Nel 2022 la tipologia di contratto part-time è stata riconosciuta indicativamente al 13% della forza lavoro totale, nel 90% dei casi da personale di genere femminile, confermando il trend degli ultimi anni.

Il nostro gruppo è composto da persone e per tutelarle ci impegniamo nel garantire orari di lavori consoni ed assicurare le giuste pause in modo tale da consentire un adeguato riposo fisico e mentale per i nostri dipendenti tramite l'accesso a:

- pause giornaliere da poter sfruttare in angoli ristoro dedicati;
- servizi di mensa;
- accesso alle festività previste dal calendario nazionale.

Ai dipendenti viene riservata la possibilità di utilizzare: altri giorni di ferie per usufruire di periodi di riposo prolungati unendo festività e weekend;

- altri giorni non previsti dal calendario delle festività nazionali possono essere previsti dalle diverse sedi commerciali;
- ferie annuali, permessi giornalieri ed orari.

Inoltre provvediamo i nostri dipendenti con strumenti, digitali (HR - ERM Portal) nella maggior parte dei casi o in alternativa analogici, che consentano al singolo lavoratore di monitorare le entrate e le uscite dal posto di lavoro ed avere accesso allo storico di queste informazioni.

Attraverso questi strumenti i nostri lavoratori possono controllare il quantitativo di ore e giorni di ferie rimasti a loro disposizione, di quanto già usufruito e procedere con nuove richieste di permessi/ferie verso i propri responsabili.

Nei casi in cui il dipendente si trovi in una posizione per la quale possa essere richiesto un congedo di maternità o congedo parentale viene data la possibilità di prendere visione di tutte le informazioni e policy legate a questa tematica e di prendere visione del residuo di ore, giorni e settimane e di quanto già usufruito.

Il numero di dipendenti coperto da un contratto collettivo è il 23%, che diventa il 7% considerando solo la supply chain del Gruppo. Il dato è influenzato dal fatto che l'azienda lavora in molti paesi in cui non esistono ancora contratti collettivi.

L'attrazione dei talenti e lo sviluppo della carriera nel Gruppo Calzedonia

La Direzione Centrale della funzione Risorse Umane, all'interno del Gruppo Calzedonia, riveste un ruolo di supervisione e coordinamento diretto a:

- assicurare la leadership e il rispetto del sistema valoriale aziendale, riconosciuto ed equamente condiviso in tutti in Paesi di operatività (con rispetto delle peculiarità locali);
- garantire supporto effettivo al business con soluzioni efficaci e veloci;
- affiancare e fornire consulenza a manager e collaboratori nella gestione dei diversi processi (Recruiting, Onboarding, Performance & Goals, Learning, Compensation, Internal Development, Teambuilding, Offboarding, etc.);
- fornire ascolto e supporto ai dipendenti per la risoluzione di eventuali problemi, mettendo a loro disposizione canali per essere il più possibile informati e, di conseguenza, maggiormente consapevoli e performanti;
- assicurare la corretta gestione ed erogazione ai dipendenti delle retribuzioni, dei benefit e delle iniziative a sostegno della conciliazione famiglia-lavoro;
- supportare la Direzione del Gruppo nell'individuare ed adottare soluzioni per il contenimento dei costi del personale.

In senso più ampio, lo scopo della Funzione è quello di fornire supporto e indirizzo dal centro, incentivando lo sviluppo, l'autonomia e l'indipendenza locale.

I team della macroarea People, ognuno con i propri

settori di competenza, lavorano a fianco del business sia per definire le strategie, sia per prendere le decisioni più rilevanti.

L'area HR del Gruppo Calzedonia

L'area HR include le Funzioni Risorse Umane, Amministrazione del personale e Formazione ed è organizzata in team dedicati alle singole aree di business con strutture definite ad hoc per le esigenze specifiche. L'organizzazione prevede una Direzione centrale per il Gruppo con obiettivi macro, con un HR Director al di sopra della macroarea HR e HR Admin. L'area HR è strutturata a sua volta in team dedicati al supporto della popolazione aziendale appartenente alle diverse aree di business e/o divisione di brand. All'interno di questa area è stata recentemente strutturata un'equipe interamente dedicata alle attività di Talent Acquisition, offrendo un servizio unico e trasversale agli HR Business partner e alle divisioni di business stesse.

Le filiali estere presentano strutture deputate alla gestione delle risorse umane diverse a seconda delle dimensioni:

- nei filiali produttive è presente la figura dell'HR locale, fondamentale per favorire l'integrazione culturale della filiale con i colleghi di Paesi diversi;
- nelle sedi commerciali è presente la figura dei Regional HR, il/la quale, suddividendosi geograficamente i Paesi in cui il Gruppo è presente, supervisiona l'attività dell'HR locale di filiale.

L'area HR Admin è composta da uffici e risorse dedicate in ogni società/filiale del Gruppo, in Italia e all'estero. Essi condividono le linee guida e le policy per la gestione del personale derivanti dalla sede centrale, avendo però la possibilità di declinarle sulla base delle esigenze e delle specificità normative locali.

Le policy e l'insieme di regole operative per la gestione amministrativa delle risorse umane e dei benefit aziendali a loro disposizione vengono approvate dalla Direzione

Centrale che, nel farlo, tiene in considerazione le necessità aziendali, l'evoluzione del mercato, le richieste e i suggerimenti locali e dei dipendenti. Ogni policy è valida ed operativa sino ad eventuale revisione. Eventuali eccezioni vengono valutate dall'HR di riferimento che prende le decisioni in accordo con il business, previo confronto con l'HR Admin.

La redazione delle policy, la loro diffusione e applicazione è delegata all'HR Admin in collaborazione con il team HR. Qualora dovessero verificarsi casi di non ottemperanza alle stesse, la funzione è coinvolta fin dalla prima segnalazione.

Durante le sedute del Consiglio di Amministrazione, vengono stabiliti obiettivi e direzione generale rispetto alla gestione delle risorse umane, che vengono poi condivisi e divulgati da parte dei team HR ai diversi responsabili.

La funzione HR resta costantemente a supporto del business in supporto alla gestione del personale e alle decisioni strategiche.

LA STRATEGIA DI CORPORATE BRANDING

La strategia Corporate Branding del Gruppo Calzedonia ha l'obiettivo di costruire una reputazione aziendale di rilievo per attrarre nuovi talenti (employer branding) e coinvolgere la propria community di dipendenti (internal branding).

Ogni azione, contenuto e comunicazione di employer ed internal branding viene concordata tra l'area HR e il dipartimento di Corporate Communication. I principali canali istituzionali utilizzati fino ad ora per la comunicazione sono il sito di Gruppo, LinkedIn e la Newsletter corporate. Comunicazione interna ed esterna sono tra loro fortemente interconnesse e prevedono il coinvolgimento dei dipendenti come protagonisti.

La newsletter è il principale strumento di comunicazione interna del Gruppo Calzedonia, pensato per fornire a tutti i collaboratori aggiornamenti periodici sull'azienda, i suoi principali traguardi e le novità.

Attività ed eventi organizzati dai vari brand hanno sempre più l'obiettivo di coinvolgere direttamente i propri dipendenti e, al contempo, di rafforzare il senso di appartenenza con il Gruppo. Anche localmente, nelle sedi dei vari Paesi, sono previste occasioni di team building che hanno l'obiettivo di rendere le relazioni tra i dipendenti ed il Gruppo più solide.



Attrazione dei talenti

La selezione e gestione delle persone viene seguita attentamente attraverso l'ufficio HR di competenza geografica, nel rispetto delle normative privacy vigenti e in un'ottica di trasparenza, pragmatismo e rispetto professionale del candidato.

Sebbene la ricerca di profili avvenga anche tramite risorse esterne, quando possibile si predilige la possibilità di formare e far crescere le risorse interne al Gruppo.

In ogni Paese di operatività del Gruppo, viene data alla filiale di riferimento la possibilità di collaborare con i canali web di reclutamento locali. Coloro che desiderano candidarsi ad una posizione di lavoro per uno dei marchi di Calzedonia lo possono fare tramite le pagine e-commerce dei brand e nel sito, accedendo alla sezione careers, dove è presente una panoramica sull'azienda, le aree di business e le relative posizioni aperte nelle varie regioni geografiche.

Il Gruppo Calzedonia considera i propri valori aziendali - Visione, Passione, Concretezza, Collaborazione, Orientamento al risultato - parametro per la selezione del proprio personale e come virtù da trasmettere a ciascuno nel corso della permanenza in azienda.

L'attività di recruiting è svolta anche rivolgendosi direttamente alle realtà accademiche, per questo sono attive collaborazioni con università, scuole e istituti di alta formazione, presso cui vengono illustrate le opportunità professionali del Gruppo in tutte le sue aree funzionali, sia in Italia che nei numerosi Paesi sede delle filiali. Per aree di particolare interesse aziendale vengono realizzati progetti speciali allo scopo di identificare i migliori talenti. L'iniziativa "Vision to come", ad esempio, è stata promossa in Italia da Calzedonia per individuare e sostenere i creativi di domani nel mondo della moda. L'iniziativa "Call for ideas", invece, ha coinvolto gli ingegneri gestionali di tre università italiane stimolando la creatività in temi che legano produzione e sostenibilità.

Le politiche di assunzione del Gruppo Calzedonia sono principalmente rivolte ai giovani in senso lato ed ai neolaureati che stanno accedendo alla loro prima esperienza lavorativa. Le politiche dell'azienda sono costantemente supportate ed allineate alla situazione del settore di riferimento grazie ad indagini ad hoc su retribuzioni (fisse e variabili) e soluzioni contrattuali adottabili.

I pacchetti retributivi sono inoltre sostenuti ed arricchiti da benefit (si veda paragrafo I benefit e le iniziative di welfare aziendale), iniziative ed agevolazioni che possono variare di Paese in Paese. Essi comprendono, ad esempio, l'asilo nido aziendale, la flessibilità oraria e lo smartworking, le vaccinazioni antinfluenzali gratuite, le coperture assicurative aggiuntive, la tessera sconto, la mensa aziendale, i buoni pasto, le convenzioni aziendali con aziende terze con scontistica per servizi vari, il programma di welfare aziendale e le agevolazioni per il trasporto casa/lavoro.

TEAM BUILDING VERONA

Il Gruppo Calzedonia ha cercato di mantenere uno sguardo attento alla sostenibilità non solo nelle attività che ne compongono il core business, ma anche in altre situazioni tanto collaterali quanto importanti come, ad esempio, le attività di Team Building dedicate alla forza vendita aziendale.

È stato proprio questo il caso di Tezenis che ha scelto di dedicare una giornata di volontariato aziendale alla pulizia degli argini del fiume Adige, che attraversa la città di Verona nella quale è collocata la sede del Gruppo.

Le attività di pulizia durante la giornata sono state coordinate e supervisionate da Legambiente che ha suddiviso i partecipanti in cinque gruppi di lavoro, ognuno dei quali impegnato nella pulizia di un diverso tratto delle sponde, andando a coprire complessivamente una distanza di più di 10 km.

Al termine dell'iniziativa, prima di consegnarli alla società Municipalizzata che si è occupata dello smaltimento, i partecipanti hanno pesato i sacchi di rifiuti raccolti, potendo così toccare con mano i risultati tangibili derivanti dall'impegno comune e dal lavoro di squadra.

L'iniziativa, infatti, non ha avuto solamente il fine di riqualificare una zona importante dell'ambiente periurbano (fornendo un sostegno concreto alle associazioni locali impegnate in queste attività), ma anche di sensibilizzare maggiormente i partecipanti sul tema delle plastiche disperse nell'ambiente.

Non in ultimo, quest'attività ha creato una preziosa opportunità di consolidamento del team working in un contesto differente da quello usuale all'interno dell'ambiente aziendale.

Consideriamo attività come questa molto importanti in

quanto portatrici di molteplici e rilevanti risultati sia in tema ambientale che sociale.



Sviluppo della carriera

L'approccio nei confronti della gestione dei talenti è di tipo meritocratico: il Gruppo Calzedonia, favorendo e incoraggiando la crescita dei propri collaboratori, offre percorsi di avanzamento di carriera interni, pensati per permettere ai più meritevoli di accedere a posizioni di maggiore responsabilità anche nelle filiali commerciali, produttive e di servizi presenti all'estero.

Questi percorsi sono sviluppati grazie un costante lavoro di monitoraggio e supporto al business da parte dell'area HR e attraverso l'utilizzo di strumenti dedicati ai sistemi di valutazione delle performance: ai moduli di performance evaluation, employee central e training compensation, si è aggiunto anche il modulo di On-boarding.

La percentuale di dipendenti che hanno ricevuto una valutazione periodica delle performance nel corso del 2022 è in linea con i trend dei due anni precedenti. Per quanto riguarda la categoria "Operai" si evince un drastico calo delle percentuali riportate dal 2020 a causa di specifiche contingenze (come il covid 19 e il turnover di responsabili dell'attività) che hanno portato ad un'interruzione del processo di performance evaluation che è attualmente in ristrutturazione.

Un processo di "meritocracy" è attivo in alcune Società del Gruppo e prevede una valutazione individuale elaborata anche grazie a due incontri formali (a cadenza semestrale), tra il collaboratore ed il suo responsabile. Durante questi incontri i dipendenti stabiliscono, in accordo con il proprio responsabile, gli obiettivi per i sei mesi successivi. Con il personale di negozio, un processo simile si realizza attraverso la stretta collaborazione che caratterizza il rapporto tra i dipendenti nella forza vendite e i relativi responsabili. Questa attività ha lo scopo di fornire strumenti per promuovere il miglioramento della performance e la crescita del personale.

Dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale (%)

	2020		2021		2022	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Manager di primo livello	97%	97%	100%	98%	100%	100%
Manager che riportano al primo livello	100%	100%	100%	93%	100%	100%
Impiegati	97%	96%	90%	99%	100%	100%
Addetti alle vendite	100%	97%	87%	91%	100%	100%
Personale di negozio	-	-	-	-	99%	88%
Operai	76%	64%	48%	18%	6%	9%

La formazione del personale

Per raggiungere i propri obiettivi il Gruppo Calzedonia ritiene essenziale che ogni collaboratore si possa sentire pienamente valorizzato e realizzato. La formazione erogata garantisce lo sviluppo professionale e il miglioramento delle performance dei dipendenti, grazie al potenziamento delle competenze necessarie per essere efficaci ed efficienti all'interno del Gruppo.

La formazione ricopre, quindi, un ruolo fondamentale e strategico per lo sviluppo non solo delle persone, ma del business stesso. Per questo viene incoraggiata e promossa una cultura di apprendimento continuo, inoltre il personale viene supportato nel proprio percorso di crescita professionale in tutte le diverse fasi attraverso

una formazione continua e mirata con focus approfonditi.

A partire dal 2020, a causa delle condizioni di lock-down dovute al Covid-19, i processi di formazione dei dipendenti sono stati ripensati usufruendo del canale digitale. Il canale digitale nel post pandemia continua ad essere importante, ma viene completato dall'erogazione di corsi formativi svolti in presenza presso la sede.

Il Gruppo sviluppa la propria attività di formazione su tre aree, appena sotto esplicitate. In parallelo, vi è la formazione istituzionale, la quale è normata dalle leggi vigenti ed erogata in determinati momenti della vita aziendale del dipendente. Ne sono un esempio, per i neoassunti, la formazione relativa alla sicurezza sul lavoro, sulla prevenzione dei rischi e relativa D. Lgs. 231/01 e anti-corruzione.

La prima area è rappresentata dalla formazione tecnica

che si divide in formazione tecnico-commerciale rivolta al personale di vendita, formazione di business destinata ai dipendenti dell'area corporate e formazione produttiva rivolta al personale delle fabbriche.

Per quanto riguarda la formazione in ambito commerciale, sono presenti Uffici Formazione dedicati ai brand, i quali hanno l'obiettivo di formare e preparare il personale dei negozi sui temi del prodotto e della gestione del cliente.

La formazione tecnica destinata ai dipendenti dell'area corporate prevede l'erogazione di corsi di lingua, oltre che di specifici corsi finalizzati a migliorare le competenze necessarie a coprire ruoli strategici (ad esempio corsi di utilizzo di particolari strumentazioni tecniche).

La formazione tecnica destinata alle fabbriche viene organizzata capillarmente da ogni stabilimento ed erogata ai dipendenti attraverso personale specializzato. L'obiettivo di questi corsi è garantire la copertura di tutte le competenze necessarie a mantenere un eccellente livello qualitativo di efficienza e sicurezza delle operazioni svolte nelle fabbriche.

La seconda area è invece dedicata alla formazione base sui comportamenti organizzativi ed è principalmente rivolta ai dipendenti della sede centrale. Sono anche previsti progetti formativi ad hoc durante il periodo di inserimento in azienda come "welcome on board" e "kick off retail" pensati con l'obiettivo di far conoscere le basi del core business e i valori aziendali.

Questi periodi di formazione prevedono anche momenti di affiancamento sia al personale del mondo retail che di altre aree aziendali ed hanno lo scopo di migliorare la comprensione globale delle attività dell'azienda e la comunicazione interna.

La terza area di formazione è rivolta ai principali responsabili di sede, retail, prodotto e produzione e tratta temi di miglioramento dello stile di leadership, gestione del team, tecniche di comunicazione e gestione dei conflitti.

Essendo la categoria più vicina alle decisioni aziendali è la più esposta a possibili episodi di corruzione, per questo motivo vengono predisposti corsi di formazione appositi per prevenire il problema.

Il gruppo raccoglie dalla funzione Risorse umane o da altri responsabili di funzione indicazioni di vario genere utilizzandole come stimolo per proporre percorsi ad hoc.

Per monitorare l'efficacia delle azioni intraprese vengono effettuate visite all'interno dei punti vendita, raccolti feedback delle parti interessate e somministrate schede di valutazione.

Gli obiettivi e i traguardi dei corsi con focus sono fissati attraverso il confronto continuo con l'Ufficio Formazione e la partecipazione ai corsi formativi.

Nel 2022 il personale delle filiali commerciali, delle società italiane e degli stabilimenti produttivi ha beneficiato di oltre 489.166 ore di formazione per gli ambiti retail, salute e sicurezza, formazione obbligatoria³ legata ai contratti di assunzione, formazione manageriale, formazione tecnico-specialistica e corsi di lingua. La formazione è stata erogata attraverso corsi in aula e in modalità agile, secondo le ripartizioni riepilogate dal grafico sottostante (con una formazione media di 11 ore a dipendente).

Per gli ingegneri gestionali destinati a ruoli di responsabilità nella Produzione all'estero, è attivo un Talent Program della durata di un anno che permette di avere una formazione a 360° nelle diverse aree di gestione di un impianto produttivo e prevede la visita di almeno tre stabilimenti diversi.

A partire dal 2017 per i neolaureati in materie economiche, informatiche e ingegneristiche è stato introdotto il percorso formativo full-time "Sap Consultant Academy", propedeutico alla formazione di profili destinati ai team SAP dell'Area IT. Nel 2021 sono state create due nuove

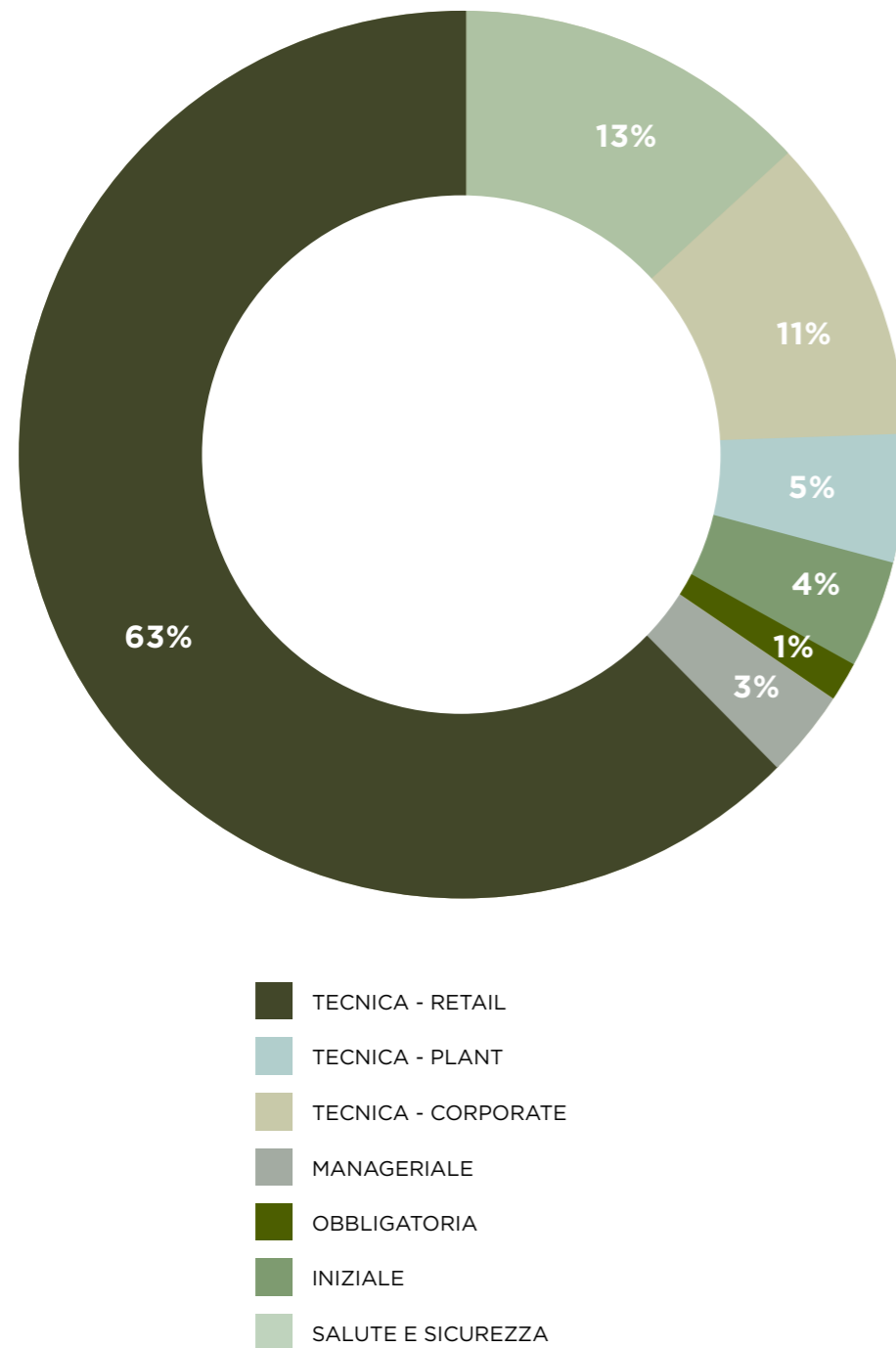
³ - Solo per il personale Italia.

Academy rivolte all'ambito della comunicazione e dello stile. Questi progetti formativi hanno l'obiettivo di connettere il mondo accademico a quello pratico del lavoro, immergendo i partecipanti fin da subito nell'atmosfera aziendale. Calzedonia Digital propone invece corsi online per migliorare le competenze in ambito IT e per apprendere l'utilizzo di nuovi strumenti anche per sviluppatori. Tra questi, ad esempio, corsi online Udemy, Web API JavaScript Fetch, Robot Framework, certificazione MuleSoft, corsi Salesforce e corsi SEO.

Attraverso la formazione sopra descritta il Gruppo condivide con i propri dipendenti i vari processi, contribuendo a mantenere alta la motivazione dei propri collaboratori e ad accrescere in loro il senso di appartenenza. Il Gruppo monitora costantemente l'efficacia dei propri processi formativi attraverso la raccolta dei feedback dei dipendenti fruitori della formazione erogata. In linea generale, i giudizi finali risultano più che positivi e sono frequentemente i collaboratori stessi a richiedere l'approfondimento di eventuali tematiche o l'introduzione di argomenti nuovi.



Ore di formazione per tipologia 2022



Le necessità di formazione in ogni dipartimento vengono valutate con i capi dipartimento competenti ed inviate a istituzioni riconosciute per erogare diversi programmi di formazione.

I programmi di formazione permettono a tutti i dipendenti di sviluppare nuove competenze che influenzano positivamente lo sviluppo professionale all'interno dell'azienda, nonché incrementano la competitività del Gruppo Calzedonia nelle attività di business.

Le filiali produttive assumono dipendenti anche non qualificati, e provvedono a fornire loro formazione di base attraverso formatori qualificati e formazione on the job. Al termine del percorso queste persone sono in grado di completare la confezione di un indumento, con prospettive di carriera che possono raggiungere il livello manageriale. Gli operatori partecipano a momenti di valutazione durante tutto l'anno.

LA COLLABORAZIONE CON SEGUENDOUNFILO

Il Gruppo Calzedonia sostiene la formazione di insegnanti ed educatori con il progetto di educazione alla Sostenibilità "Seguendounfilo" dell'associazione "What if" mettendo a disposizione i sottoprodotti del ciclo produttivo (tessuti, filati, bottoni, gancetti, ecc.) che vengono poi utilizzati per la produzione di materiale didattico e per la realizzazione di percorsi volti al recupero di competenze artistiche e artigianali. Nell'anno 2022 sono state coinvolte 18 scuole e altre realtà educative.

Attenzione a salari e incentivi

Il Gruppo Calzedonia si relaziona con i suoi dipendenti con rispetto e si impegna a garantire condizioni lavorative eque e corrette.

Il Gruppo ritiene che la retribuzione debba riflettere non solo la posizione occupata dal collaboratore, la sua esperienza ed i livelli usuali di remunerazioni nel Paese, ma debba in parte significativa rispecchiare i risultati ottenuti sia a livello aziendale che personale. In più, essa rispetta le norme di legge applicabili relative a retribuzione minima, il lavoro straordinario e i benefit.

Per i dipendenti della sede centrale e degli uffici italiani è usuale ricevere premi legati sia al risultato consolidato di Gruppo, sia ai risultati ottenuti durante l'anno nell'ambito delle proprie attività. Inoltre, anche presso alcune commerciali estere, sono riconosciuti dei premi per anzianità aziendale ogni 10 - 20 - 25 anni, anche al fine di stimolare la retention dei dipendenti.

Per gli addetti delle attività commerciali sono previsti dei bonus in relazione al raggiungimento degli obiettivi, al mantenimento dei risultati conseguiti negli anni precedenti, o ulteriori premi in caso di superamento del budget.

Infine, per i dipendenti delle sedi produttive, possono essere erogati dei bonus sulla base della costanza dimostrata e dei traguardi ed in parte, in relazione ai risultati del marchio o consolidati di Gruppo.

Con il fine di riesaminare il proprio modello, promuovere le diversità/pari opportunità ed eliminare le discriminazioni tra i sessi, il Gruppo ha calcolato il rapporto di remunerazione tra componente maschile e femminile per ciascuna categoria dipendente.

Indici di salary gender gap⁴

	2020		2021		2022	
	Remunerazione	Salario	Remunerazione	Salario	Remunerazione	Salario
Dirigenti	93%	123%	118%	122%	110%	110%
Manager di primo livello (senza dirigenti)	79%	83%	78%	86%	85%	110%
Manager che riportano al primo livello	81%	85%	70%	84%	77%	79%
Altri impiegati - impiegati in ufficio	77%	87%	77%	85%	78%	87%
Altri impiegati - addetti alle vendite	90%	98%	86%	98%	79%	93%
Dipendenti in negozio	88%	102%	97%	104%	90%	104%
Operai	76%	83%	79%	83%	79%	84%

Sono perseguite politiche di pari opportunità e remunerazioni impegnate a colmare le differenze di genere in tutte le aree. Le variazioni esposte in tabella dipendono, pertanto, in prevalenza da situazioni contingenti.

La tabella sopra mostra un salario medio dei dirigenti superiore per il genere femminile (conferma di un trend triennale). Gli scostamenti favorevoli al genere maschile compaiono in “manager che riportano al primo livello”, “addetti alle vendite”, “impiegati ufficio” e “operai”.

Le categorie “Impiegati in ufficio” e “Manager che riportano ai primi livelli” presentano al loro interno un’elevata eterogeneità dei ruoli, il che rende difficile un preciso raffronto dei livelli retributivi, ma la differenza salariale di genere è causata da una maggiore presenza maschile nelle gerarchie più alte.

Nella categoria “Operai” la differenza è dovuta ad una diversa rappresentazione di genere nelle mansioni: nelle fabbriche del Gruppo, considerata la tipologia di prodotti, manutentori e meccanici sono ruoli ricoperti generalmente da persone di sesso maschile mentre confezionamento e manodopera non specializzata sono attività che occupano in prevalenza donne.

4 - Sono inclusi tutti i dipendenti delle Società italiane del Gruppo, escludendo gli espatriati. Ai fini del calcolo del rapporto il salario base riporta la retribuzione teorica considerando l'equivalente FT per i PT, per la remunerazione sono considerati solo i FT (non i PT) ed è riportata la remunerazione effettivamente percepita nell'anno. Il salario è calcolato attraverso il rapporto tra salario medio di uomini e donne, se la media è inferiore a 100% lo stipendio è minore nelle donne. L'analisi per la retribuzione invece prende in considerazione anche una valutazione monetaria dei benefit per i dipendenti.

WOMEN'S EMPOWERMENT

Il Gruppo Calzedonia è da sempre considerato un'azienda "al femminile" con il 90% di dipendenti donna, percentuale confermata anche nel mondo della produzione.

Questo non è scontato nel tessuto sociale e culturale delle nazioni dove si sviluppano i nostri business, motivo che ha spinto il Gruppo a organizzare il suo primo "Women's Empowerment event" per il mondo della produzione.

Dieci colleghe dallo Sri Lanka, scelte per la loro storia aziendale, i loro traguardi, ma soprattutto per il legame e la passione verso il Gruppo, sono state invitate in Italia per vivere un'esperienza unica e motivazionale.

Il viaggio

Durante questo viaggio, le colleghe hanno visitato Venezia, Milano e Verona e partecipato al loro primo Intimissimi Fashion Show.

Inoltre, hanno trascorso due giorni nella sede centrale di Verona ricevendo una formazione sulla storia ed i traguardi del Gruppo, scoprendo l'Headquarter e conoscendo più da vicino gli uffici con i quali dialogano costantemente.

Il focus principale del progetto è stato l'incontro "Women's Empowerment", organizzato con l'obiettivo di rafforzare il ruolo della donna nelle attività lavorative quotidiane. Durante questo evento sono intervenute diverse realtà legate al Gruppo, dalla Fondazione San Zeno, al Progetto Quid, ai dipartimenti della sede, ispirando e motivando le colleghe attraverso i loro speech.

L'obiettivo alla base di questa iniziativa, oltre al rafforzamento del senso di appartenenza al Gruppo, è stato la condivisione di un unico, forte messaggio: **ovunque nel mondo il Gruppo Calzedonia crede nelle donne e ne rafforza il valore.**

I benefit e le iniziative di welfare aziendale

Il Gruppo Calzedonia si impegna a rendere la vita dei propri dipendenti più facile e sicura. In quest'ottica è stato implementato un piano di welfare aziendale che consente di usufruire di una serie di beni e servizi, forniti a condizioni agevolate.

Nello specifico, il personale della sede centrale gode di una serie di vantaggi che vanno dalle agevolazioni economiche ad iniziative relative alla salute, alla famiglia o al tempo libero. In particolare, tra i benefit riconosciuti al personale della sede centrale figurano:

- ATM in azienda utilizzabile fuori dagli orari di lavoro;
- asilo nido e scuola dell'infanzia aziendali, con rette proporzionate al reddito;
- servizio di counseling;
- vaccini antinfluenzali gratuiti;
- copertura assicurativa aggiuntiva per invalidità permanente o morte;
- copertura assicurativa integrativa per viaggi di lavoro all'estero in caso di infortunio, malattia, emergenza medica, furto o danneggiamento bagaglio;
- consegna di borracce in acciaio per ridurre il più possibile l'utilizzo di plastica monouso;
- sconto del 30% su tutti i prodotti dei brand del Gruppo Calzedonia;
- pranzo al ristorante dell'Hotel Veronesi La Torre con contributo simbolico (€ 2,60);
- mensa aziendale per i dipendenti Falconeri di Avio;
- servizio di ritiro e distribuzione degli acquisti on line



personali;

- ricarica gratuita di auto elettriche per incentivare la transizione verso veicoli a basse emissioni;
- portale di convenzioni aziendali Corporate Benefits che permette di usufruire di sconti su un'ampia gamma di prodotti e servizi;
- sconti riservati in vari esercizi commerciali (negozi per l'infanzia, piscine, parrucchiere, ecc);
- tariffe agevolate per accedere a palestra, piscina e centro benessere dell'Hotel Veronesi La Torre;
- corsi di sci e gite sulla neve a tariffe agevolate (Falconeri Ski Team);
- biglietti per assistere alle partite di Tezenis Basket e Calzedonia Volley;
- biglietti omaggio per eventi sponsorizzati dal Gruppo Calzedonia;
- prenotazione viaggi e hotel per vacanze personali a tariffe agevolate;
- misure straordinarie di supporto economico per far fronte all'inflazione generale e alla crescita della materia energetica attraverso l'erogazione di 200 euro di buoni carburante e 1.000 euro di credito welfare spendibile in buoni carburante e buoni spesa.

Inoltre, il programma di welfare "Calzedonia Group For You" mette a disposizione dei dipendenti Calzedonia una somma annua pari a 500 euro per check-up medici presso strutture convenzionate, rimborsi alle famiglie per asili e rette scolastiche, libri, campus estivi e abbonamenti al trasporto pubblico, versamenti aggiuntivi al fondo di previdenza, wellness (voucher palestra, piscina, centro benessere), tempo libero e viaggi (voucher weekend, biglietti cinema, parchi a tema).

Non ultimo per importanza, il Progetto "Al tuo fianco" prevede la consulenza e l'orientamento alla gestione delle problematiche familiari e l'orientamento alla rete dei servizi pubblici di assistenza.

In ottica di miglioramento dell'equilibrio "lavoro-vita privata", per i dipendenti della sede centrale, è possibile usufruire di flessibilità oraria per l'entrata, la pausa pranzo e l'uscita, oltre ad un giorno a settimana di lavoro a distanza.

A chi si trasferisce per lavoro e si trova ad affrontare una lunga permanenza all'estero, viene garantito un pacchetto assistenziale che include, ad esempio, indennità per il costo della vita e per le difficoltà ambientali del Paese di destinazione, alloggio, trasloco e trasferimento dell'espatriato e dei familiari oltre che una copertura assicurativa sanitaria integrativa per il dipendente espatriato e i suoi familiari.

In pressoché tutte le unità produttive estere vengono garantiti una serie di servizi: mensa gratuita o con corrispettivo simbolico, assistenza sanitaria in azienda, impianti sportivi a disposizione, eventi di socializzazione e team building, tessera sconto 30%, regali di Natale per i bambini, contributo per Natale e Pasqua per i lavoratori, tessera multisport, regali per le nuove nascite, assegno di trasferta, bonus per i risultati lavorativi, sostegno economico in caso di morte di un familiare stretto, giorni di ferie aggiuntivi in base all'anzianità in azienda, vaccinazione antinfluenzale organizzata direttamente in fabbrica. In alcuni casi, inoltre, il Gruppo finanzia scuole tecniche per la formazione dei giovani; in altri, si impegna attraverso il pagamento della retta scolastica dei figli dei dipendenti single che lavorano in azienda.

Le politiche di welfare e incentivazione aziendale sono comunicate ai dipendenti attraverso newsletter appositamente predisposte.

Anche le filiali commerciali riconoscono vari benefit ai propri dipendenti: regali per i neonati dei dipendenti, bonus legati alle performance, giorni di ferie aggiuntivi in base all'anzianità di servizio in azienda, borse di studio

in favore dei figli di genitori single, regali di Natale e Pasqua per bambini e dipendenti, card multisport e card che danno accesso a varie scontistiche, oltre ad assegni alimentari.

La qualità dell'ambiente di lavoro e il rispetto dei diritti umani e delle diversità

Rispetto dei diritti umani e delle diversità

È obiettivo del Gruppo promuovere e tutelare la dignità e l'integrità psicofisica del personale e sostenere iniziative in ambito sociale e politico.

Il Gruppo Calzedonia condanna ogni forma di discriminazione di razza, origine, etnia, disabilità, malattia, religione, stato civile, orientamento sessuale, opinione politica, età, cittadinanza, genere o qualsiasi altra ragione.

I produttori e i fornitori rifiutano qualsiasi pratica discriminatoria nella fase di assunzione, in materia retributiva, rispetto all'accesso alla formazione, alla promozione e all'eventuale cessazione del contratto di lavoro o pensionamento.

Il Gruppo Calzedonia riconosce il diritto dei suoi dipendenti di istituire, partecipare o aderire a sindacati e/o organizzazioni volte alla tutela e alla promozione dei loro interessi, adottando un atteggiamento di apertura e collaborazione nei confronti delle attività dei sindacati. Inoltre, garantisce ai suoi lavoratori il rispetto per la contrattazione collettiva, la libertà di opinione e la tutela dei rappresentanti dei lavoratori. Nel corso del 2022 il 23%⁵ dei dipendenti del Gruppo è risultato coperto da accordi

⁵ - In alcuni Paesi in cui opera il Gruppo Calzedonia non sono previsti gli accordi di contrattazione nazionale.

di contrattazione collettiva, percentuale che risente di tutti i paesi produttivi in cui il Gruppo opera e nei quali non esistono i suddetti accordi. Questa percentuale considera i dipendenti delle fabbriche di proprietà, responsabili della produzione del 74% dei capi inviati ai negozi.

Il diritto alla libertà di associazione ed alla libertà sindacale è garantito lungo la filiera controllata direttamente dal Gruppo e viene richiesto alla totalità dei fornitori. Il sistema di controllo attualmente in vigore prevede la valutazione in termini di sostenibilità dei fornitori (con l'inclusione del rispetto dei diritti sopra menzionati). Si è infatti avviato un importante progetto di valutazione dei fornitori coinvolti nel business con lo scopo di promuovere il miglioramento di tutti gli attori della filiera. Questo sistema prevede il raccoglimento di tutti i dati e gli aspetti considerati rilevanti dal Gruppo (seguendo il Rating ESG) in ottica di punteggio finale, punto di partenza di una continua crescita e miglioramento reciproco. Ad oggi, questa valutazione non si presenta come discriminante, ma sta assumendo sempre più importanza soprattutto nella considerazione dei nuovi fornitori.

Infine, il Gruppo Calzedonia rifiuta qualsiasi forma di lavoro forzato o coatto. Tale rifiuto si estende sia ai propri dipendenti che alla propria catena di distribuzione nella sua interezza, e a qualsiasi persona fisica e/o giuridica legata al Gruppo Calzedonia. Il Gruppo Calzedonia aderisce ai principi Global Compact delle Nazioni Unite, secondo i quali le aziende sono tenute a sostenere l'eliminazione di ogni forma di lavoro forzato o coatto o qualsiasi lavoro svolto sotto coercizione. Il Gruppo Calzedonia rispetta i diritti dell'infanzia e rifiuta il lavoro minorile, nel rispetto dell'età minima stabilita per l'accesso al lavoro dalle relative leggi nazionali di ogni Paese⁶.

Negli stabilimenti di produzione in Sri Lanka, Etiopia, Serbia, Bulgaria, Croazia, Bosnia e Italia viene monitorato l'andamento dei principali KPI diretti a valutare il livello di soddisfazione del personale e del clima aziendale.

In Italia le segnalazioni pervengono all'Ufficio Legale previo filtro dell'Ufficio del Personale, mentre per le filiali commerciali e produttive estere la gestione è autonoma e basata sull'organizzazione interna.



All'arrivo della segnalazione si procede con: prima analisi e studio documentale della pratica, riunione di coinvolgimento delle funzioni interessate e coordinamento con le stesse per valutare approccio e azioni idonee da intraprendere.

Nel corso del 2022 il Gruppo ha ricevuto 36 casi di reclami in ambito lavorativo di cui 23 sono stati risolti entro l'anno e 13 risultano ancora sotto analisi. A seguito delle segnalazioni, l'Ufficio Legale coinvolge il Board e l'Ufficio del Personale e, insieme ai responsabili, concorda il riscontro e le eventuali azioni da intraprendere.

Il Gruppo Calzedonia si impegna affinché siano rispettate non solo le normative, ma anche le best practice vigenti sul campo delle condizioni lavorative, della salute e della sicurezza sul lavoro.

SELF LOVE IS FIRST LOVE

A novembre 2021, Intimissimi ha celebrato l'unicità della bellezza femminile con lo speciale evento «SELF LOVE IS FIRST LOVE». Un mantra d'amore per se stesse che ha portato sul palco donne diverse per attitudine e professione, coinvolte in un talk dedicato a temi attuali come body positivity, empowerment, autostima e positività.

Sul palco, come moderatrice d'eccezione, la conduttrice tv, attrice, cantante e podcaster Lodovica Comello, che ha condotto un dialogo che ha visto in primo piano l'imprenditrice digitale, icona di moda italiana Chiara Ferragni, Digital Ambassador Intimissimi. Ma anche l'istrionica business woman Cristina Fogazzi (alias L'Estetista Cinica), la conduttrice televisiva, speaker radiofonica, influencer e scrittrice Daniela Collu, la giovane content creator statunitense Tia Taylor, la book blogger Francesca Crescentini, la mental coach Nicoletta Romanazzi, la conduttrice televisiva e radiofonica Katia Follesa, la campionessa olimpica Carlotta Ferlito e la psicoterapeuta Sara Doni.

6 - Per approfondimenti consultare i link seguenti:

https://www.calzedoniagroup.com/mediaObject/images/Calzedonia_Corporate/MENU/B---ORGANIZZAZIONE/Corporate-Governance/Codice-Etico-Calzedonia-Group/original/CODICE+ETICO+CALZEDONIA+GROUP_webIT.pdf

https://www.calzedoniagroup.com/mediaObject/images/Calzedonia_Corporate/MENU/B---ORGANIZZAZIONE/Corporate-Governance/Code-of-Ethics-Calzedonia-Group/original/Code-of-Ethics-Calzedonia-Group.pdf

La qualità dell'ambiente di lavoro e la salute e sicurezza del nostro personale

Il Gruppo si impegna a garantire un ambiente lavorativo sicuro ai dipendenti attraverso il rispetto delle procedure e normative previste, soddisfacendo tutti gli obblighi imposti in materia dalle leggi e dalle normative nazionali dei Paesi in cui è presente.

In tale contesto assumono rilevanza l'adeguatezza dell'ambiente lavorativo, delle attrezzature, la formazione e l'addestramento dei dipendenti in materia. Con questa consapevolezza, nasce, nel 2014, il "Progetto Franchisee" volto ad applicare gli stessi standard di sicurezza e lo stesso know-how dei negozi diretti anche ai punti vendita in franchising che ne fanno richiesta.

Molteplici sono i potenziali fattori di rischio che potrebbero compromettere la sicurezza sul posto di lavoro e la salute dei lavoratori: rischi meccanici, elettrici e termici legati all'utilizzo di macchine e varia attrezzatura oppure rischi chimici o rischi ambientali legati a viaggi in Paesi a rischio. Per quanto riguarda gli stabilimenti, il Gruppo è consapevole delle criticità legate ai lavori manuali ripetitivi e per questo conduce una ricerca costante a livello di industrializzazione e meccanizzazione in tutte le fasi di lavoro, con lo scopo di migliorare la qualità del lavoro e le efficienze produttive.

In tutte le società italiane del Gruppo è stato implementato un sistema di gestione della sicurezza sulla base di normative nazionali ed internazionali, come le Linee Guida UNI INAIL o la norma UNI ISO 45001. Nel 2022 hanno ottenuto la certificazione sopra citata il calzificio Trever SpA e la tintoria Ti.bel SpA.

La gestione del Servizio di Prevenzione e Protezione in Italia si suddivide in due aree, la prima dedicata ai punti

vendita e la seconda alle sedi logistiche, amministrative ed industriali per la gestione di tutti gli ambiti legati alla salute e sicurezza sul lavoro. All'estero le singole filiali hanno gestione autonoma.

Il Servizio di Protezione e Prevenzione effettua sopralluoghi periodici in tutte le filiali italiane per il controllo ed il miglioramento dei processi. Nel caso di eventuali criticità riscontrate, la risoluzione richiede la collaborazione tra il Servizio e gli uffici coinvolti.

In linea con le norme in materia di Salute e Sicurezza sul Lavoro sono effettuati controlli su fornitori e lavoratori in appalto, quando essi svolgono la propria attività presso luoghi di lavoro dell'azienda. Per i rischi interferenziali viene predisposto un documento di valutazione condiviso tra la società del Gruppo ed il fornitore o appaltatore.

I processi di controllo costituiscono parte integrante del Sistema di Gestione implementato nelle società del Gruppo e nelle procedure di seguito riassunte vengono definite le modalità di verifica dei principi, delle disposizioni generali e dei relativi processi di controllo:

- struttura ed organizzazione del sistema
- gestione delle informazioni, formazione, comunicazione
- gestione della documentazione
- monitoraggio del sistema
- gestione incidenti, infortuni, non conformità, Azioni Correttive e Preventive
- riesame e miglioramento del sistema
- valutazione dei rischi per la salute e la sicurezza
- impianti, attrezzature e luoghi di lavoro
- adozione e gestione dei dispositivi di protezione individuale
- la sicurezza dei lavori in appalto

- gestione delle emergenze
- segnaletica di sicurezza
- gestione materiali e sostanze
- sorveglianza sanitaria
- sicurezza del personale all'estero

Il datore di lavoro, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) ed il Medico Competente svolgono attività di continuo monitoraggio attraverso sopralluoghi. Vengono organizzati inoltre incontri formativi di sensibilizzazione e condivisione nei quali viene fornito materiale (anche intranet) utile ai dipendenti per segnalare situazioni di pericolo.

La segnalazione può pervenire al SSP, il RLS competente e l'Organismo di Vigilanza, anche in forma anonima.

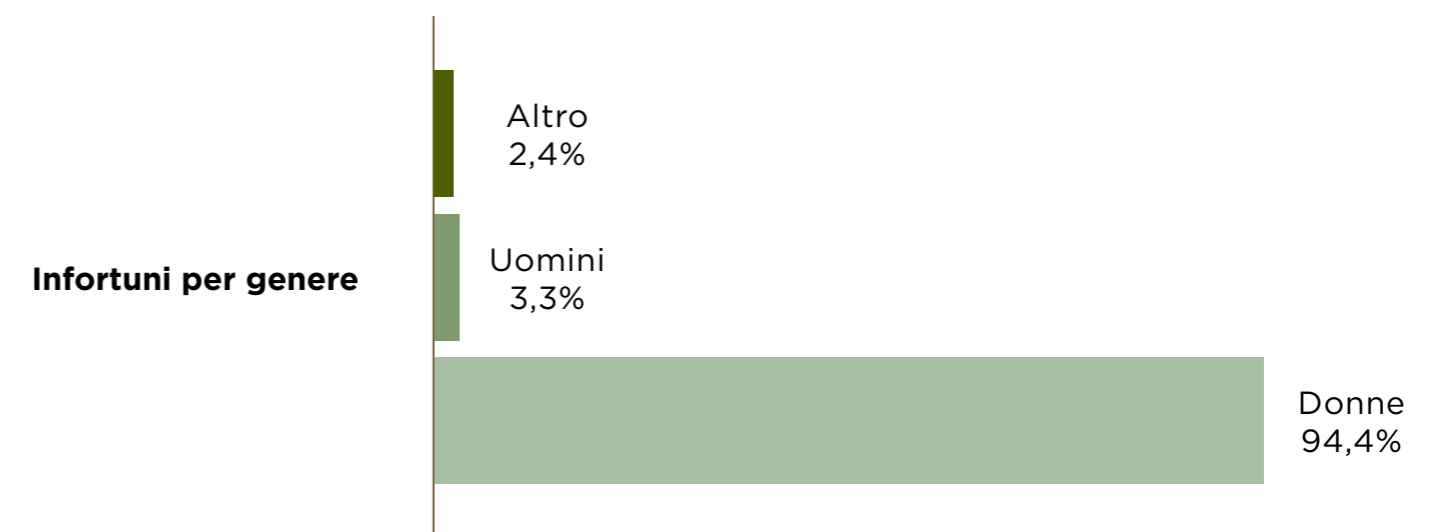
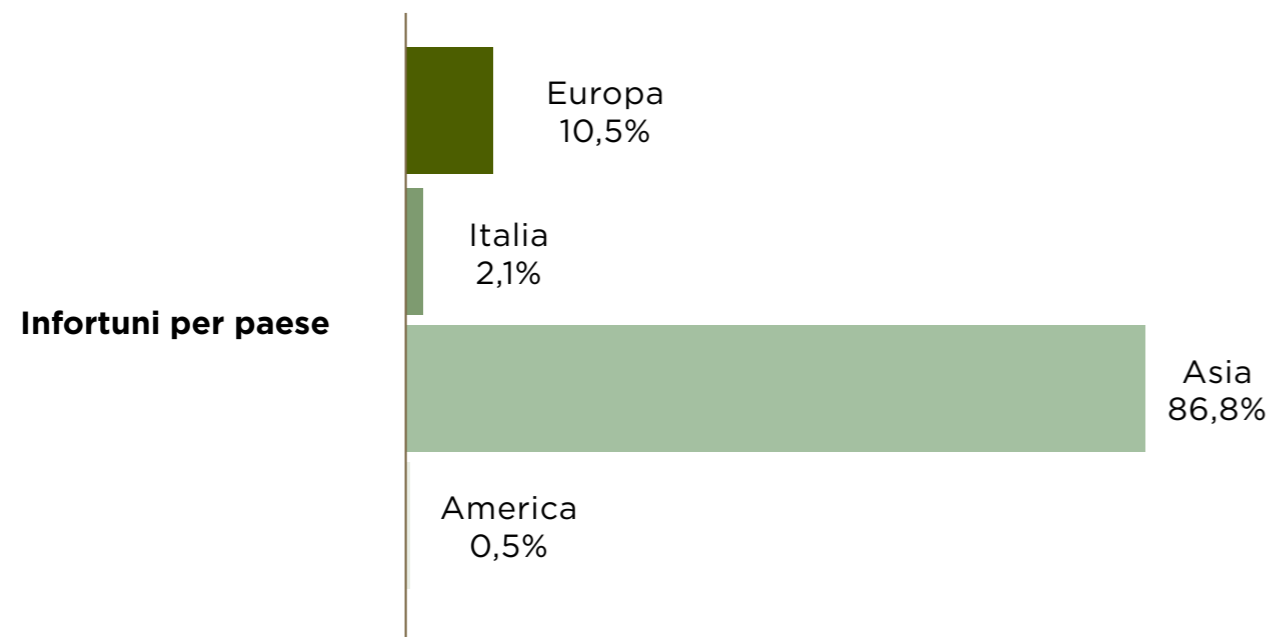
Ogni società del Gruppo predispone inoltre un piano formativo che prevede una formazione generale e specifica in relazione ai rischi connessi al lavoro ed alle attività svolte ed alle potenziali situazioni pericolose.

Nelle fabbriche in Italia, Croazia ed Etiopia è stato sviluppato un sistema di monitoraggio della sicurezza sul lavoro integrato da software per la gestione e manutenzione dei sistemi. Mentre nei restanti Paesi in cui sono presenti gli stabilimenti del Gruppo è in corso l'implementazione del sistema INFOR per la sicurezza e la manutenzione.

Nella tabella seguente vengono riportati gli infortuni registrati in tutte le sedi del Gruppo. Si può notare che il 92% degli infortuni avviene in stabilimenti produttivi e comprende infortuni di lieve entità (ad esempio, punture da aghi).

Infortuni e indici relativi ai dipendenti

	2020		2021		2022	
	N°	Indice ⁷ (%)	N°	Indice ⁷ (%)	N°	Indice ⁷ (%)
Infortuni sul lavoro registrati ⁸	2.319	42,33	2.327	35,72	2.250	33
Decessi dovuti ad infortunio sul lavoro	0	0	0	0	0	0
Infortuni con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	26	0,47	14	0,21	15	0,22



7 - Il tasso calcola quanti infortuni si sono verificati come da standard GRI. Il calcolo dell'indicatore avviene dividendo il numero di infortuni per il numero di ore lavorate nell'anno (le ore lavorate, qualora non disponibili, sono state stimate) e moltiplicato per 1.000.000 ore.

8 - Includono gli infortuni sul luogo di lavoro e gli infortuni in itinere sia nel caso che il trasporto sia organizzato dall'organizzazione sia per il trasporto autonomo.

Nel 2022, si sono verificati complessivamente 2.250 casi di infortunio sul luogo di lavoro (99%) e in itinere (1,4%); questi casi coinvolgono il 34% dei nostri dipendenti. Sono 15 i casi di lesioni gravi. Il valore è stabile rispetto allo scorso anno.

Il numero degli infortuni nel 2022 è in calo rispetto al 2021: l'indice risulta inferiore con un trend quadriennale degli infortuni registrati in diminuzione costante.

Il Sistema di Gestione per la Sicurezza prevede una procedura relativa alla gestione delle indagini da svolgere in caso di infortuni, incidenti, near-miss e non conformità. Nello specifico, consiste in un report che contiene tutte le informazioni utili ad inquadrare l'evento, la situazione di pericolo, le sue possibili cause, l'adeguatezza dei presidi (ex. Formazione, DPI) e le azioni di miglioramento con relativi responsabili di implementazione.

Dalle indagini effettuate, le principali cause sono riconducibili a disattenzione degli operatori oppure ad eventi fortuiti. Non sono evidenziabili carenze organizzative o simili imputabili al Gruppo.

In relazione ai rischi interferenziali, la normativa prevede la stesura di un documento di valutazione dei rischi condiviso tra la società del Gruppo ed il fornitore o appaltatore. Tale documento è sempre frutto di un sopralluogo - svolto dal Servizio di Prevenzione di Gruppo - presso l'ambiente di lavoro in cui il fornitore svolgerà l'attività, seguiti da sopralluoghi a campione.

Dalla valutazione dei rischi interferenziali emerge sia la descrizione e quantificazione dei rischi stessi, che le misure di miglioramento previste per eliminare o almeno mitigare i rischi.

Per garantire la qualità dei processi svolti dal fornitore e verificare puntualmente la competenza delle persone che li svolgono è prevista, per alcune tipologie di lavoro, la verifica degli attestati di formazione svolta in relazione

all'uso di attrezzature per il lavoro in quota, l'uso di mezzi di movimentazione delle merci, lavori elettrici ecc.

In generale nel corso degli incontri formativi, e nella documentazione fornita ai lavoratori delle società del Gruppo, viene descritto anche come essi possono rivolgersi a diverse figure tra cui:

- l'SPP direttamente, anche nel corso dei periodici sopralluoghi presso gli ambienti di lavoro;
- l'RLS presente presso le varie sedi o a livello territoriale (RLS in rappresentanza dei punti vendita);
- l'Organismo di Vigilanza, anche in forma anonima.

In linea con la normativa applicabile, per i lavoratori dipendenti, sono implementati processi di partecipazione e consultazione. All'interno delle società del Gruppo questo avviene tramite incontri annuali di sensibilizzazione e condivisione dei risultati aziendali e momenti di divulgazione di documentazione anche attraverso intranet aziendali.

Il contributo al benessere sociale e alla comunità

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



Il Gruppo Calzedonia offre da sempre il proprio contributo alle comunità in cui opera, spinto dall'impegno a migliorare la qualità della vita di chi si trova in condizioni di disagio, spinto dalla volontà di fare del bene e, altresì, di rafforzare le relazioni esterne.

Il nostro contributo alle comunità locali

Attraverso l'impiego di risorse aziendali, il Gruppo offre il proprio contributo a sostegno di attività sociali, sportive, culturali, assistenziali e anche di piccole opere pubbliche, in maniera affidabile e trasparente.

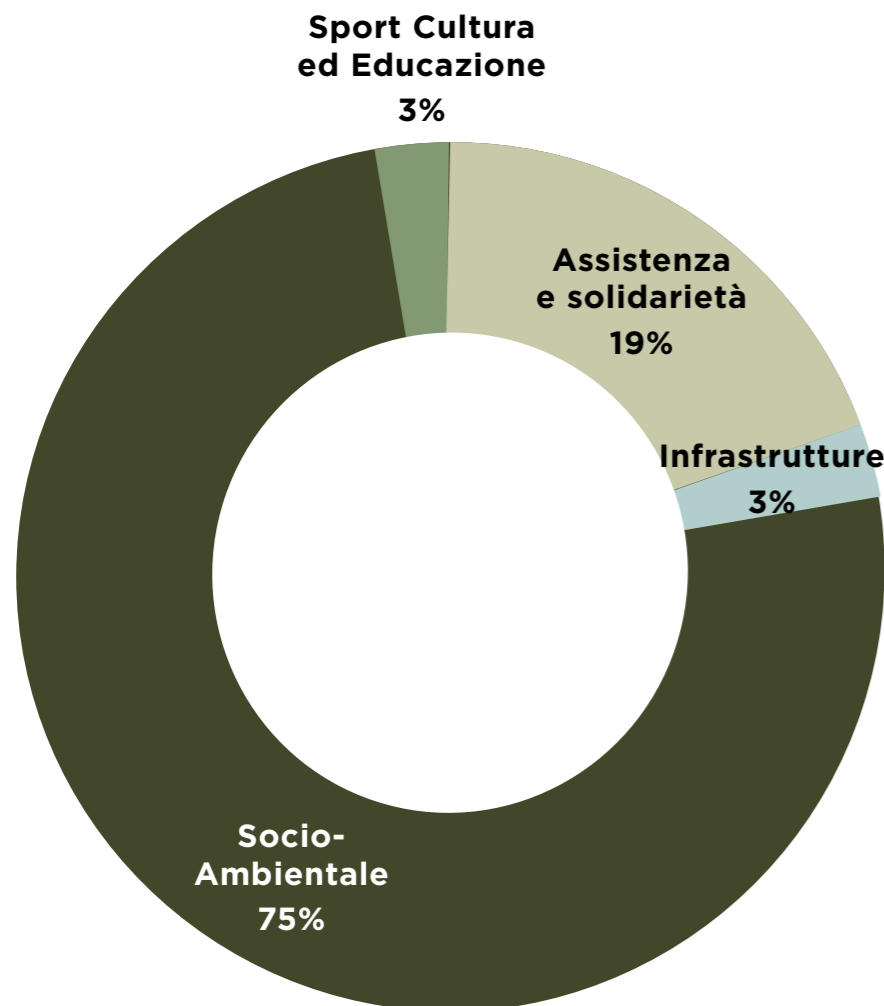
In ambito sociale il Gruppo Calzedonia supporta, fin dalla sua nascita nel 1999, la Fondazione San Zeno che si occupa di destinare fondi ad enti e associazioni per progetti educativi, di lavoro e di sviluppo di comunità in Italia e nel mondo. In questi ventiquattro anni la Fondazione ha sostenuto circa 1500 iniziative, collaborando con più di 550 realtà per un importo complessivo superiore a 80 milioni di euro.

Per sostenere la Fondazione, durante i mesi di ottobre e novembre, in tutti i punti vendita Calzedonia ed Intimissimi d'Italia ha luogo una campagna fondi per cui, se il cliente aderisce, il 3% della sua spesa è devoluto alla Fondazione San Zeno.

Oltre a questo, nel corso del 2022 le diverse società del Gruppo hanno elargito consistenti importi (ovvero 4.202.142 euro) ad iniziative in ambito socio-assistenziale, formativo, culturale e sportivo.

Come si può evincere dal grafico sottostante, la maggior parte degli interventi hanno interessato l'ambito socio-ambientale. La maggior parte delle donazioni in termini economici sono state erogate in Italia ed Europa, seguite poi dalle società del Gruppo localizzate in Asia. In particolare, le società operanti nel territorio dello Sri Lanka nel corso dell'anno hanno effettuato donazioni ed interventi per un valore totale di oltre 150.000 euro.

Donazioni per ambito di intervento 2022



Assistenza e solidarietà

Il Gruppo, anche nel corso del 2022, si è reso promotore di alcune iniziative di assistenza e solidarietà, supportando progetti per tutelare la salute delle persone. Dalla sede principale del Gruppo è stato supportato il progetto “Ospedali Aperti”, che supporta le strutture ospedaliere in Siria, ed è stato finanziato il progetto delle nazioni unite atto ad aiutare il popolo ucraino a seguito dell’invasione del loro paese. Anche alcune filiali commerciali filiali commerciali estere, hanno promosso progetti di sensibilizzazione verso la lotta del cancro al seno.

Di seguito alcune delle principali iniziative di carattere assistenziale e solidale di particolare rilievo intraprese nel corso del 2022.

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
AVSI Fondazione	Ospedali Aperti in Siria (300.000€)
Associazioni di vari paesi per la lotta contro il cancro	Ottobre Rosa (250.000€)
UNHCR	Supporto ed assistenza per l'emergenza in Ucraina (200.000€)

Socio-ambientale

Per quanto riguarda le iniziative di carattere sociale, il Gruppo Calzedonia, sia in Italia che all'estero, sostiene realtà di varia natura operanti a favore delle comunità e dell'ambiente, come ad esempio l'attività nata dalla filiale commerciale francese dal nome “Initiative Oceane”: una giornata di reclutamento e di team building, il tutto mentre ci si occupa di pulire le spiagge.

Tra le donazioni più significative in ambito sociale si segnalano:

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
Associazione Nazionale dei Vigili del Fuoco portoghese	Donazione in natura di mezzi ed attrezzature (293.000€)
WWF Spagna	Donazione di 1€ per ogni costume venduto l'8 giugno per “l'Ocean World 's day” (23.800€)

Sport cultura ed educazione

Il Gruppo ha confermato, anche per il 2022, sponsorship con squadre ed eventi sportivi, promotori dei principi etici di condivisione e aggregazione sociale che creano valore per il territorio e le comunità locali.

Il brand Falconeri si è impegnato nel sostenere la Federazione Italiana di Sport Invernali e la Federazione Italiana Vela, oltre alle relative squadre nazionali. Per quanto riguarda il golf, sport con un forte legame con la natura, il brand ha sponsorizzato due competizioni sul territorio italiano.

Il brand Tezenis ha sostenuto la Scaligera Basket, squadra principale di pallacanestro di Verona e il brand Calzedonia ha sponsorizzato Verona Volley, la squadra di pallavolo di Verona.

Oltre ad investire nel mondo sportivo e naturale, il Gruppo Calzedonia alloca risorse nell'educazione promuovendo la cultura nelle comunità in cui opera grazie al supporto ad università, fondazioni ed istituti superiori, anche al fine di facilitare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
Associazioni sportive sponsorizzate dal gruppo	Sponsorizzazioni sportive (3.349.313€)
Fondazione Arena	Sostegno attività artistiche (100.000€)

Infrastrutture

Il Gruppo Calzedonia, nel corso del 2022, ha preso parte a diversi progetti infrastrutturali destinati alla valorizzazione del territorio, al miglioramento delle strutture ospedaliere e ha contribuito attraverso donazioni al restauro di alcune chiese, scuole e altri luoghi ad alto valore storico, culturale e di aggregazione sociale.

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
Comune di Brentino	Erogazione liberale progetto di riqualificazione urbana (200.000€)



PULIZIA DELLE SPIAGGE IN SRI LANKA

Nel Giugno 2021, a ridosso delle coste dello Sri Lanka, si è verificato il naufragio della nave cargo MV X-Press Pearl che ha provocato terribili danni ambientali sversando in mare oltre 300 tonnellate di olio combustibile e 25 tonnellate di acido nitrico, insieme ad altre sostanze chimiche tossiche per l'uomo e l'ambiente.

Il Gruppo Calzedonia è stato attivo sia nel 2021 che, successivamente nel 2022, nel tentativo di alleviare le conseguenze del disastro ambientale, supportando concretamente l'attività di Parley (azienda privata che ha coordinato le attività di cleaning), contribuendo economicamente e fisicamente alla pulizia delle coste ovest dello stato.

I risultati portati da questa attività sono stati significativi: con il contributo del Gruppo Calzedonia, Parley ha infatti condotto 12 eventi di pulizia delle spiagge, coinvolgendo complessivamente 214 volontari e arrivando a pulire un'area di 31,824 m². La pulizia si è concentrata sulla raccolta di materiale plastico e di detriti (per un totale complessivo di 713 kg di plastica rimossi e 1100 kg di detriti), oltre che sulla pulizia della sabbia da 455.000 microsfere di plastica rilasciate in mare dalla nave naufragata.

Fondazione San Zeno



La Fondazione San Zeno sostiene progetti volti ad offrire supporto e garantire lo sviluppo di attività educative in Italia e nei Paesi in difficoltà, che coinvolgono le fasce più svantaggiate della popolazione.



Tramite l'attività della Fondazione San Zeno, attraverso il finanziamento di progetti che impattano direttamente sulle prospettive socioeconomiche della componente femminile delle comunità in cui essi prendono vita, viene favorita l'integrazione delle donne nel mercato del lavoro. Importanti progetti finanziati sono tesi a permettere una crescita delle possibilità formative e di indipendenza economica di base di bambine, ragazze e giovani donne.



Lo sviluppo professionale rappresenta la principale via per il raggiungimento di una vita dignitosa, indipendente ed economicamente stabile. Per questo la Fondazione sostiene progetti dedicati alla formazione, all'inserimento lavorativo e al miglioramento delle condizioni di vita delle fasce di popolazione più povere ed emarginate.



Il lavoro non rappresenta esclusivamente una fonte di reddito, ma diventa anche uno strumento di inclusione sociale per superare gli ostacoli all'integrazione e all'affermazione della propria identità. I progetti sostenuti dalla Fondazione San Zeno, attraverso il mezzo dello sviluppo professionale, si pongono il fine ultimo dell'inclusione sociale e della riduzione delle disuguaglianze, contribuendo a dare dignità sociale e solidità economica al loro lavoro e diminuendo la piaga della povertà in contesti di disagio.



Grazie al supporto di progetti concreti attuati dalla Fondazione San Zeno, viene garantito l'accesso equo e sostenibile ai sistemi alimentari per sempre più persone, l'adozione di pratiche agricole sostenibili, la riduzione delle perdite e degli sprechi di cibo e il sostegno alle piccole imprese agricole.



I progetti supportati dalla Fondazione non sono fini a se stessi, ma mirano alla creazione di un ambiente propizio per lo sviluppo sostenibile attraverso la collaborazione, la partnership e la condivisione di conoscenze, risorse e tecnologie tra i diversi attori, al fine di raggiungere tutti i punti precedenti in modo efficace e sostenibile.



Nata nel 1999 per volontà di Sandro Veronesi, presidente del Gruppo Calzedonia, Fondazione San Zeno si occupa di raccogliere e destinare fondi ad enti e associazioni che scelgono di supportare progetti e iniziative nell'ambito dell'educazione e del lavoro, con il nobile fine di favorire lo sviluppo sociale e generare un impatto positivo di cambiamento.

L'obiettivo principale che muove le sue scelte è offrire concrete possibilità a persone che si trovano a vivere situazioni di disagio, incertezza e difficoltà, verso il raggiungimento di una propria autonomia economica ed intellettuale, come motore di crescita personale e di arricchimento per la comunità.

Fondazione San Zeno crede fermamente nelle persone come vere protagoniste del proprio cambiamento, della propria crescita verso la libertà. Punta ad inserimenti lavorativi su misura per l'inclusione di persone con fragilità, giovani in dispersione scolastica e detenuti. Crede nella scuola come un luogo di benessere per insegnanti e studenti, vivaio di passione e talento e formatrice di cittadini del domani.

MOMENTI CHIAVE

1999

Nasce Fondazione San Zeno. Con un obiettivo chiaro: incoraggiare persone che vivono situazioni di disagio e difficoltà a costruirsi una propria autonomia non solo economica, ma soprattutto di pensiero.

2000

Sono 17 i progetti sostenuti nei primidue anni. In tutto il mondo: Sri Lanka, Brasile, Ecuador, Ciad, Repubblica Democratica del Congo, Guinea Bissau, Albania, Italia.

2003

La campagna di raccolta fondi coinvolge tutti i negozi Calzedonia e Intimissimi d'Italia. Offrendo il 3% degli incassi in progetti di studio, formazione, lavoro; il tutto a carico del Gruppo Calzedonia.

2005

Si inizia a viaggiare: Ecuador, Brasile, Sri Lanka, Tanzania. Per conoscere. Per capire. L'ascolto dei bisogni da parte dei beneficiari diventa un preciso punto di riferimento.

2007

Si superano i 10 milioni di fondi erogati. 186 iniziative sostenute. Materiale didattico, scuole, borse di studio. Formazione umana e professionale. Piccole attività lavorative sostenute anche attraverso microcredito.

2013

Cresce l'impegno e il sostegno dei progetti in Italia. Nel 2013 sono più di 150 i progetti sostenuti sul nostro territorio. Ci mettiamo a fianco di chi ha buone idee e vuole camminare assieme.

2012

Qualcosa in più per fare la differenza. Da un'idea nasce un progetto d'impresa. Recuperare tessuti di fine serie e creare opportunità di lavoro per donne con un passato di fragilità. Ecco Progetto Quid.

2011

Quasi 500 i progetti sostenuti finora. Per un impegno che sfiora i 30 milioni di euro. Una raccolta fondi che attraverso i punti vendita italiani supera per la prima volta i 5 milioni.

2009

Pensare a ciò che succede vicino a noi. A Verona, nel Veneto, in Italia. La situazione economica mette in discussione il lavoro, la casa e tutto quello che gravita intorno. Prende avvio un nuovo capitolo. Quello delle "nuove povertà".

2016

In carcere con attività di produzione industriale, con laboratori tessili o di produzione dolciaria. Perché il lavoro fa provare la libertà di sentirsi importanti.

2019

Diventi inventi. Fondazione San Zeno compie 20 anni. Solo varcando i propri confini le idee possono diventare azioni. Efficaci, concrete, durature.

2020

Ci siamo fermati ad ascoltare, per dare voce ai progetti. In un anno extra-ordinario l'ascolto è stato il nostro viaggio intorno al mondo.

2021

Guardiamo al futuro, perché è l'unico luogo dove possiamo andare. Per conoscere e comprendere, condividere idee, per offrire risorse e energie, per immaginare nuove opportunità. A scuola e nel lavoro.

2022

Abbiamo ricominciato a viaggiare, in Italia e all'estero, per camminare al fianco di realtà che già conoscevamo o per incontrarne di nuove, sempre aperti al dialogo, al confronto, all'ascolto.

PROGETTI DI EDUCAZIONE

CESTIM

Italia - Verona

Primo imparare bene la lingua

Cestim nasce a Verona nel 1990 come associazione di operatori sociali e culturali che si occupano degli immigrati e delle loro problematiche in diversi ambiti. Dal 2002, Fondazione San Zeno sostiene il programma di interventi linguistici, realizzati in sinergia con scuole, amministrazioni locali e associazioni del territorio che hanno come obiettivo l'inclusione scolastica e sociale di immigrati e figli di immigrati. Il progetto, denominato "Primo, imparare bene la lingua!" comprende corsi di italiano L2, attività di volontariato e doposcuola, formazioni estive e il Tutoring Linguistico.

Le parole di Matteo Danese, direttore CESTIM

«È solo la lingua che fa eguali. Eguale è chi sa esprimersi e intende l'espressione altrui: che sia ricco o povero importa meno. Basta che parli. Sono parole di Don Milani scritte oltre cinquant'anni fa, in un contesto ben diverso da quello attuale, eppure dicono bene il senso del progetto "Primo, imparare bene la lingua!". Per i figli degli immigrati la lingua italiana è il mezzo necessario attraverso il quale ottenere le stesse opportunità di cui godono i coetanei e affrancarsi dalla condizione di svantaggio che spesso penalizza i genitori. Insegnare la lingua al Cestim significa offrire un terreno comune di incontro e scambio dove le competenze dei nostri ragazzi possano essere meglio riconosciute e le loro storie ascoltate e raccontate. Lingua come strumento imprescindibile per una cittadinanza piena e per la costruzione di un senso di appartenenza e desiderio di partecipazione, nelle diversità, alla medesima comunità.

La scuola, agenzia educativa per eccellenza, è il luogo dove si pongono le basi per una società più equa e coesa. Per questo il Cestim, sin dai primi anni 2000 ha costruito un'alleanza con oltre settanta istituti scolastici della provincia di Verona per la realizzazione di progetti per l'insegnamento dell'italiano della prima comunicazione e dello studio. Lo ha fatto chiamando a raccolta, organizzando e formando migliaia di cittadini (docenti in pensione volontari, giovani laureati orientati all'insegnamento, studenti) caratterizzati da età, competenze ed esperienze anche molto diverse tra loro ma accomunati dalla volontà di contribuire alla creazione di una società più equa. Le professionalità formate e cresciute all'interno del progetto hanno costituito e costituiscono tuttora elemento di stimolo e arricchimento per l'intero sistema scolastico. Questo lungo percorso ha portato alla creazione in provincia di Verona di un sistema strutturato, fondato sulla collaborazione tra pubblico e privato sociale, che ogni anno riesce ad offrire una risposta ai bisogni linguistici di oltre duemila alunni provenienti da contesti migratori».

SCOPRI IL PROGETTO



PROGETTI DI LAVORO

RULLI FRULLI

Finale Emilia (MO), Italia

Dai vieni, cuciniamo insieme!

Una stazione degli autobus abbandonata a Finale Emilia che diventa uno spazio polifunzionale aperto, dove poter “trovare casa” e creare una rete di servizi per giovani e giovanissimi, persone in difficoltà e per tutta la comunità. Il progetto “Dai vieni, cuciniamo insieme!”, darà vita ad un bar con opportunità di inserimento lavorativo per soggetti fragili: per avviarli al lavoro, aumentandone le competenze tecniche ma soprattutto accompagnandoli in un percorso di autonomia e socialità. Un luogo per tutti, un luogo di tutti.

le parole di Federico Alberghini, direttore e fondatore di Banda Rulli Frulli

«Siamo partiti 10 anni fa con la creazione della banda Rulli Frulli. Ogni nostro progetto partiva da un caposaldo: creare contesti capaci di accogliere chiunque abbia la voglia e la volontà di investire su sé stesso

e sulla comunità, con le proprie capacità, nel rispetto di limiti e risorse. Nel 2021 abbiamo deciso che era giunto il momento di un’ulteriore grande passo: realizzare un hub sociale che fosse dimora dei progetti già esistenti e di quelli nuovi, “la casa di tutti”.

A maggio 2022 abbiamo inaugurato La Stazione Rulli Frulli. L’emozione è stata grande, per il taglio del nastro da parte del nostro Presidente della Repubblica, per tutto quello che c’è stato sino a quel momento e al pensiero di tutto quello che sarebbe successo dopo. All’interno della stazione abbiamo fatto subito partire un nuovo progetto: “La Stazione Bar e Cucina”, un bar e ristorante sociale con cuoca, barista ed educatore.

Un locale pubblico, di libero accesso e fruizione con una particolarità che lo distingue dagli altri. Entri nel locale, ti siedi e a servirti è la persona che non ti aspetti, quella che pensi abbia bisogno, è lì e ti porta il tuo ordine con fierezza assoluta. Dietro questo gesto c’è un percorso fatto di sperimentazione di sé stessi, fatto di pratica e di nuove conoscenze, fatto dell’incontro di persone, dello scontro e dell’incontro con sé stessi.

“La Stazione Bar e Cucina” è oggi un vero e proprio bar ristorante dove accogliamo ragazzi con percorsi di inserimento lavorativo, con disabilità e non e ragazzi che frequentano i percorsi di alternanza scuola lavoro negli istituti superiori del territorio. È frequentato da una clientela affezionata e promuove eventi con catering

-arrivando anche a 300 coperti- grazie al grande impegno e alla partecipazione di un gran numero di persone che, anche se entrate a fare esperienze di breve durata, hanno sentito che qui sono di casa e continuano a venire perché qui si sta bene e si fa stare bene gli altri».

SCOPRI IL PROGETTO



PROGETTI DI SVILUPPO DI COMUNITÀ

CINI

India - Calcutta

Contrasto all'abbandono scolastico

In India, da quasi cinquant'anni, CINI contribuisce ad una più equa distribuzione delle risorse per il miglioramento delle condizioni di vita e nel rispetto dei diritti fondamentali dei bambini e delle donne. Con il Programma di prevenzione all'abbandono scolastico è impegnato nella creazione di Centri per l'Apprendimento per garantire l'istruzione fino al livello secondario superiore di adolescenti vulnerabili, curando la formazione degli insegnanti e attivando tutti gli attori della comunità per sensibilizzarli e renderli responsabili su temi quali la tutela dei diritti dei minori, il contrasto al lavoro minorile e il matrimonio precoce.

le parole di Samir Chaudhuri, fondatore di CINI India

«Here nobody comes. Many of us do not even dare to tread the path leading towards a child, a woman or an elderly person in need, as we often grow blinded to marginalisation. In the Kolkata megalopolis and beyond, across the four Indian states where Child in Need Institute (CINI) works for and with vulnerable children, excluded people are everywhere. We can see them but, often, we just do not look at them. And when we respond, we may take shortcuts. We may build an orphanage or a home for the destitute but rarely we try

to go down all the way to the cause of the problem to root out the triggers of poverty and marginalisation.

When CINI initiated its journey in 1974, we started by treating severely malnourished and sick children at a paediatric hospital in Kolkata. It did not take long before we realised that children we had rehabilitated were returning quickly back to us with a relapse as bad as before. Medical

treatment was not enough: we needed to look for the root causes.

We went to their homes in village and slum communities, spoke to people and found families in debt, illiterate, utterly powerless. Ultimately, as we dug deeper, we saw citizens of a democratic country who were systematically denied their rights. As we built trust, we were able to take duty-bearers -family members, service providers and elected representatives- with us to build Child Friendly Communities together. To do this, we need to "go there" where nobody goes. Working together with empowered women's and children's groups, we could find local, low-cost, sustainable solutions that helped prevent malnutrition, disease, illiteracy before the rights of children to health, nutrition, education and protection were violated -not after.

Lifting people out of poverty and returning them to their dignity is not a quick fix. It requires time, commitment and vision. It has taken us the past 50 years to develop the "CINI Method", a rights-based approach that gives a voice to the voiceless. We have been able to equip children with the most powerful of tools: education. We do not simply implement a project to respond to the immediate need. We seek to achieve education as a fundamental right, which makes the fulfilment of all other rights possible. Where an educated person stands by his/her rights, everybody comes here».

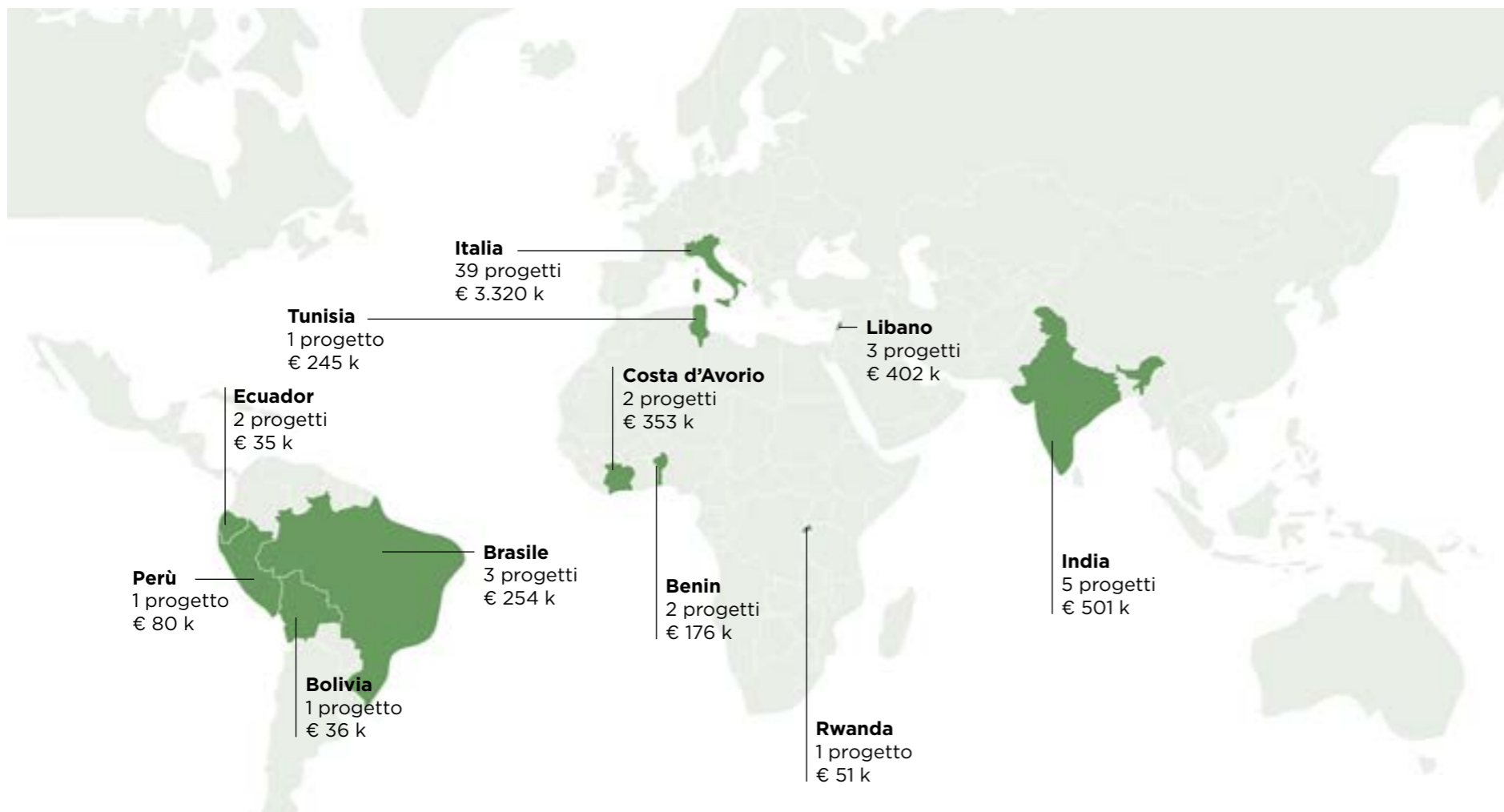
[SCOPRI IL PROGETTO](#)



Il contributo in numeri

RESOCONTO 1999 - 2022				
	IMPEGNO ECONOMICO	PROGETTI	N. PAESI	ENTI
TOTALE	€ 80.100.000	1.467	74	547

Progetti Approvati 2022

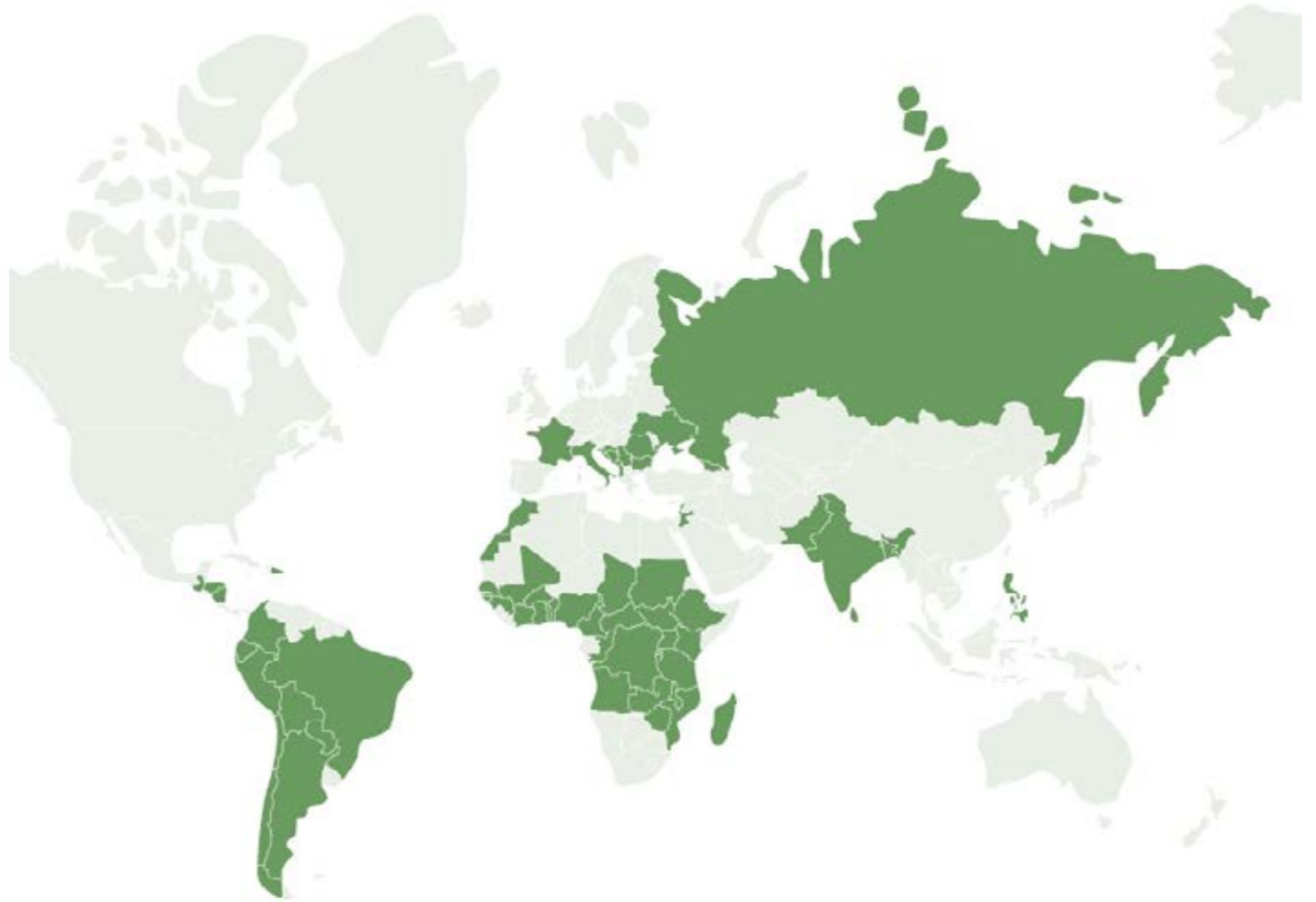


AFRICA	AMERICA LATINA	ASIA	EUROPA
824 K €	405 K €	903 K €	3.3 MLN
4 PROGETTI	7 PROGETTI	8 PROGETTI	39 PROGETTI
4 PAESI	4 PAESI	2 PAESI	1 PAESE





Progetti Approvati 1999 - 2020



AFRICA 16.3 MLN 270 PROGETTI 35 PAESI	AMERICA LATINA 15.5 MLN 331 PROGETTI 14 PAESI	ASIA 11 MLN 190 PROGETTI 17 PAESI	EUROPA 37 MLN 667 PROGETTI 8 PAESI
---	---	---	--

La gestione responsabile della catena produttiva

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



Consapevole di quanto sia importante preservare e tutelare l'acqua, risorsa vitale per la sopravvivenza delle specie e degli ecosistemi, il Gruppo Calzedonia ha da anni implementato pratiche volte alla riduzione dei consumi nelle attività produttive e alla mitigazione degli impatti sulle risorse idriche. Allo stesso tempo, sviluppa sistemi per rendere l'acqua potabile accessibile ai propri dipendenti gratuitamente anche nelle aree geografiche colpite da situazioni di scarsità idrica o da carenze infrastrutturali.



La diretta gestione, da parte del Gruppo, della catena produttiva permette di garantire la diffusione di pratiche etiche e corrette, che incoraggiano un ambiente lavorativo ordinato e sicuro, nel pieno rispetto dei diritti di tutti i collaboratori. Il Gruppo Calzedonia lavora attivamente per ridurre le disuguaglianze sociali nella consapevolezza che un più equo e duraturo sviluppo economico e sociale passi anche attraverso la condivisione di know-how operativo e tecnologico e, per questo, si adopera affinché esso diventi patrimonio delle persone e delle comunità in cui è presente.



Il Gruppo Calzedonia investe nelle nuove tecnologie da applicare nei propri impianti produttivi e logistici. Questi investimenti permettono di sviluppare modelli più sostenibili di produzione: tutti gli stabilimenti sono dotati di macchinari all'avanguardia, i quali garantiscono condizioni di lavoro più sicure, permettono di ridurre gli sprechi, di ottenere un'elevata produttività e di conferire maggiore valore aggiunto alle materie prime.



Le fabbriche del Gruppo Calzedonia

Il modello di gestione integrato del Gruppo Calzedonia richiede impegno, investimenti e competenze specifiche. Attraverso questo modello, è possibile controllare in maniera diretta ed approfondita la qualità dei capi massimizzandone le sinergie ed economie di scala. Inoltre, permette il controllo del rispetto dei diritti umani e sociali di chi vi lavora. Il Gruppo, in materia ambientale e di salute e sicurezza, adotta i più elevati e restrittivi standard nel rispetto del principio di trasparenza con i propri stakeholder.

La nostra produzione coinvolge numerosi Paesi dove l'industria tessile rappresenta uno dei principali motori di crescita locale ed offre a migliaia di persone opportunità d'impiego.

Il Gruppo Calzedonia è consapevole che uno dei rischi più presenti nella supply chain del settore dell'abbigliamento è la mancanza di visibilità dell'intera catena di fornitura. Per questa ragione è richiesto l'impegno di tutti gli attori della filiera produttiva e distributiva verso un percorso responsabile di cooperazione per creare un modello di business sostenibile nel lungo periodo. A tal fine, le filiali estere si impegnano a creare relazioni con i fornitori basate sulla trasparenza e la comprensione delle condizioni di lavoro rispetto dei diritti umani ed investimenti in una progressiva riduzione degli impatti ambientali. Queste attenzioni sono perseguite proponendo una cooperazione a lungo termine.

Nel corso del 2022 il Gruppo Calzedonia ha prodotto, internamente e tramite terzisti, 351 milioni di capi. Di questi, il 35,80% è stato prodotto da Calzedonia, il 27,10% da Intimissimi, il 36,60% da Tezenis, lo 0,48% da Falconeri e lo 0,02% da Atelier Emè.

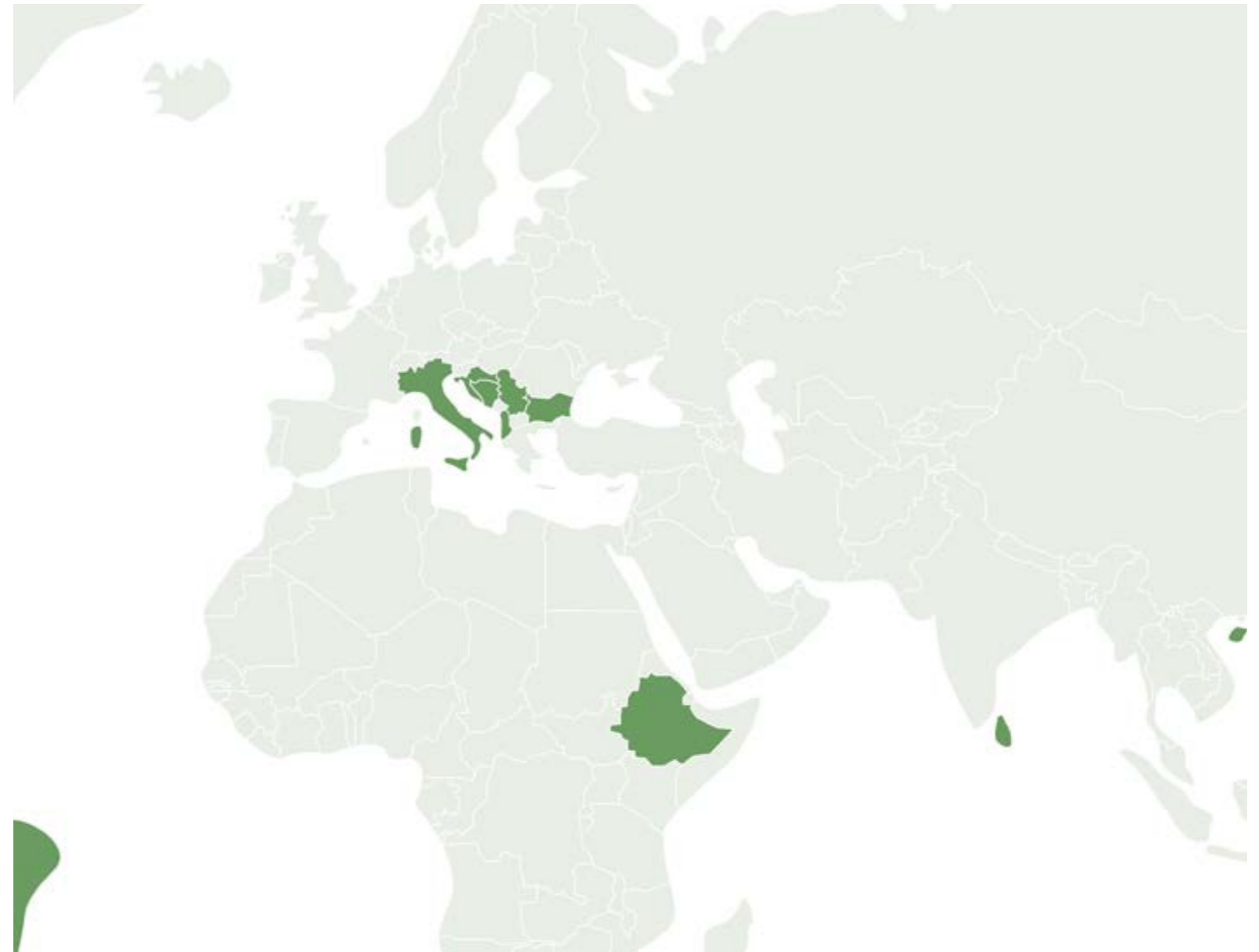
Costruendo i nostri stabilimenti abbiamo scelto di metterci la faccia. Ad oggi, essi producono circa il 77% della merce proposta nei punti vendita e garantiscono un controllo elevato della filiera.

Gran parte della catena di fornitura di Calzedonia è costituita da aziende appartenenti al Gruppo la cui gestione è di esclusiva responsabilità. Le fabbriche del Gruppo si trovano in: Italia (Avio, Brentino Belluno, Biella, Castiglione delle Stiviere, Castel Goffredo, Gissi, Grole), Croazia, Serbia, Bulgaria, Bosnia, Sri Lanka ed Etiopia.


Per il Gruppo Calzedonia, **produzione** significa standard costruttivi e produttivi allineati alle prescrizioni italiane ed europee per tutti gli stabilimenti, a prescindere dalla loro ubicazione. Il Gruppo si impegna ad allineare gli stabilimenti alle migliori tecnologie disponibili scegliendo le macchine e gli impianti più all'avanguardia che consentano di minimizzare il lavoro manuale e ripetitivo, per garantire condizioni di lavoro ottimali ai dipendenti, ed il rispetto degli standard più elevati di qualità, salute e sicurezza.


Il Gruppo, consapevole della criticità degli aspetti legati alla catena di fornitura per il proprio settore, ha intrapreso un percorso che, a partire dagli obiettivi già raggiunti in ambito ESG, punta al miglioramento continuo ed al consolidamento del processo di sviluppo sostenibile. Esempi concreti delle azioni di responsabilità sociale sono l'empowerment femminile nella comunità di riferimento, l'efficientamento energetico degli impianti e la condivisione di un modello industriale che limiti gli sprechi e favorisca il rispetto.


I plant produttivi del Gruppo



 x8 IN ITALIA

 x13 IN EUROPA

 x1 IN AFRICA

 x5 IN ASIA

GUERRA CIVILE IN ETIOPIA

La decisione del Gruppo Calzedonia di verticalizzare il proprio modello di business tramite l'investimento in strutture produttive determina una serie di responsabilità che il Gruppo ha deciso di assumere, fra le quali il rispetto dei propri dipendenti e l'aiuto reciproco con le comunità limitrofe agli stabilimenti.

Nel novembre 2020 è scoppiata in Etiopia una violenta guerra civile. L'epicentro dello scontro era situato nella regione del Tigray, luogo in cui si trova Itaca Textile, una delle nostre fabbriche. Il Gruppo Calzedonia ha prontamente reagito fornendo supporto ai locali (ad esempio tramite la continua erogazione mensile dello stipendio) e rimpatriando gli expat grazie ad un intervento combinato con le Nazioni Unite.

Il 2022 ha visto una graduale normalizzazione delle relazioni fra il Governo centrale etiope ed il partito del Tigray, che si spera possa portare ad una pace duratura. Nel corso dell'anno ci sono state delle lievi riprese operative, a partire dai trasporti aerei verso Mekelle, dove è situato lo stabilimento, e dalla ripresa delle banche. A seguito di questi segnali, ma mantenendo la dovuta cautela per garantire la sicurezza dei propri dipendenti, il Gruppo si sta abilitando per riattivare lo stabilimento fondato nel 2018.

La gestione della catena di fornitura

Calzedonia, nel bilanciamento della propria strategia make or buy ha scelto, in linea generale, di mantenere all'interno del Gruppo la produzione dei propri prodotti, avvalendosi di fornitori esterni principalmente per l'acquisto di materie prime.

Il Gruppo ricerca collaborazioni durature e fidelizzate con i fornitori allo scopo di realizzare un rapporto proficuo ispirato dalla condivisione di politiche di qualità.

Nella selezione dei fornitori, i criteri che vengono adottati sono la qualità ed il prezzo dei materiali, abbiamo però adottato un metodo di valutazione del loro impegno nel rispetto dei diritti umani, della salute e sicurezza dei lavoratori e nel rispetto dell'ambiente.

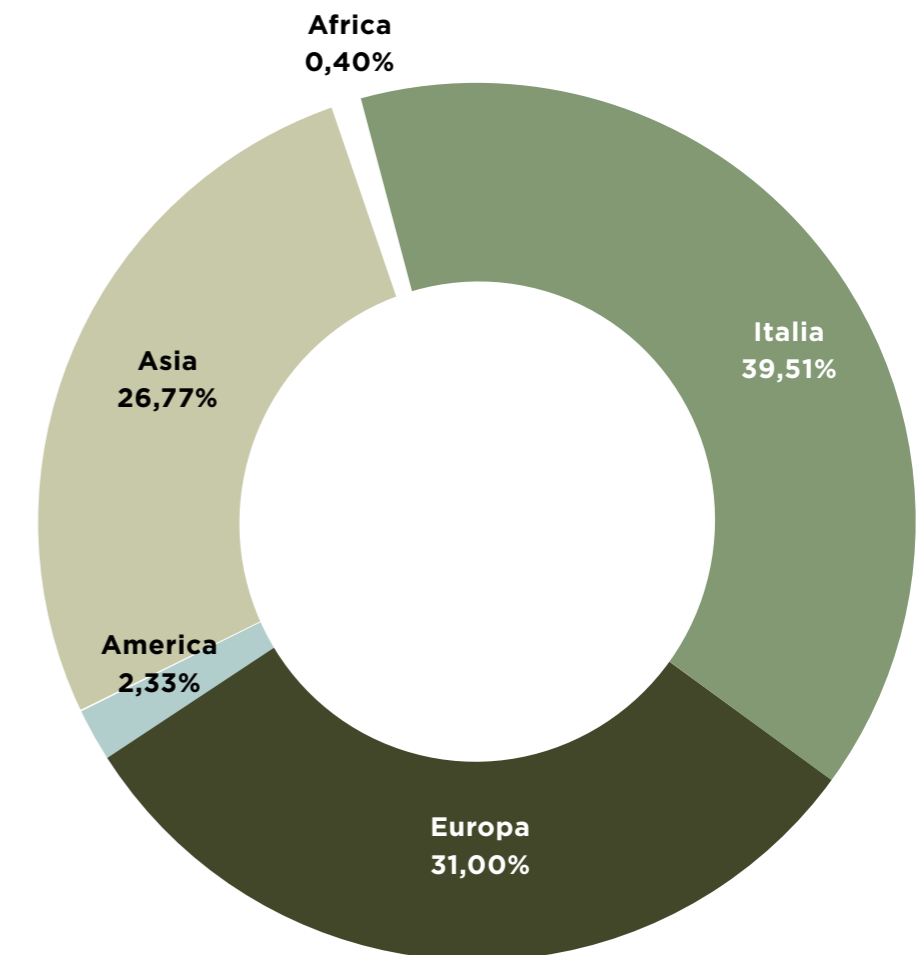
I fornitori dei prodotti finiti vengono selezionati solo dopo verifica da parte dei tecnici del Gruppo sullo stato degli stabilimenti produttivi, che vengono monitorati durante la produzione anche tramite ispezioni in linea.

Condizione necessaria per tutti i fornitori è l'accettazione del Capitolato Tecnico di conformità, capitolato per parti di origine animale (dove necessario) e l'adesione al Codice Etico aziendale. I fornitori sono inoltre tenuti a dimostrare su richiesta del Gruppo l'applicazione effettiva di quanto dichiarato.

Una volta inviato il Capitolato Tecnico del Gruppo ai fornitori, si mantiene un rapporto costante comunicando obiettivi e strategie di acquisto stagionali (dove la selezione dei materiali viene seguita dall'Ufficio acquisti) insieme alla programmazione di visite presso i fornitori stessi (anche al fine di mantenere un adeguato flusso informativo).

Il Codice Etico ed il Codice di Condotta Fornitori (scaricabili

Valore degli ordini per area geografica 2022



dal sito corporate) hanno l'obiettivo di diffondere i principi del gruppo in materia di rispetto dei diritti umani, salute e sicurezza dei lavoratori e salvaguardia dell'ambiente presso i fornitori.

In linea con i principi sopra menzionati, a partire dal 2021, il Gruppo ha iniziato a tracciare le politiche di sostenibilità dei fornitori. Questi dati rappresentano un primo passo verso la creazione di un processo valutativo che non sia basato solamente sulle performance operative. Le informazioni raccolte sono disponibili in una sezione apposita del sito corporate o sull'Open Apparel Registry.

A fine 2022 il Gruppo ha iniziato un lungo percorso di

LA SOSTENIBILITÀ NELLA CATENA DI FORNITURA

Il Gruppo Calzedonia produce, all'interno di fabbriche di sua proprietà più del 75% dei capi di abbigliamento proposti nei propri negozi. Questo approccio ha permesso di mantenere costantemente un dettagliato, approfondito e scrupoloso controllo sulle condizioni di lavoro all'interno degli impianti produttivi e su come quest'ultimi operino nel rispetto dell'ambiente in cui si trovano.

Nel 2022 l'impegno del Gruppo sul tema è cresciuto ulteriormente dando vita ad un importante progetto di mappatura, di valutazione e di audit dei fornitori nell'intera supply chain. È infatti stata valutata la qualità dei fornitori in riferimento ai principali ambiti di criticità in termini di etica del lavoro e di rispetto delle leggi nazionali ed internazionali.

Le aree su cui ci si è particolarmente concentrati sono state: il livello di salute e sicurezza sperimentato sul posto di lavoro dai dipendenti, l'attenzione al rispetto delle normative volte alla tutela dell'ambiente e la presenza di pratiche di particolare impegno sociale messe in campo per il supporto delle comunità locali.

Il progetto si è concretizzato in un primo screening di valutazione attorno a questi fattori; il risultato di questa valutazione, incrociato successivamente con indici di rischio dell'attività produttiva di riferimento e della maturità legislativa del paese in cui viene condotta, confluisce in una valutazione di rischio specifica.

Un indice di "rischio alto" genera un maggiore focus da parte del Gruppo che si impegna nella valutazione delle attività del fornitore attraverso un audit fisico durante il quale vengono osservate le eventuali aree non conformità e vengono avanzati suggerimenti per una migliore gestione degli ambiti analizzati. L'obiettivo del progetto infatti non è quello di punire i fornitori che presentano un "rischio elevato", ma quello di creare una collaborazione positiva amplificando l'attenzione sulle situazioni di maggior rischio

e supportando uno sviluppo del fornitore in linea con l'etica del Gruppo. Il Gruppo Calzedonia predilige da sempre partnership durevoli in cui, del rapporto win - win, possano beneficiare anche le comunità in cui si lavora.

Il progetto pone però particolare attenzione anche sui rapporti con quei fornitori che, diversamente, hanno scelto di non collaborare alla mappatura del rischio. Considerando la trasparenza un valore chiave nello sviluppo sostenibile di relazioni solide, il Gruppo sarà portato in maniera sempre più crescente a rivedere le proprie relazioni con le aziende le quali dimostreranno di non dividerne l'approccio.

valutazione dei propri fornitori su tematiche ESG, in contemporanea sono stati introdotti criteri di valutazione ambientali per la selezione dei nostri fornitori. Nel corso del 2022 questa verifica è stata fatta per il 4% dei nuovi fornitori.

Il Gruppo, al fine di mantenere rapporti di collaborazione rispettosi è molto attento a rispettare gli ordini di fornitura (che non vengono mai cambiati retrospettivamente) e a rilasciare i pagamenti sempre in tempo con quanto concordato. Per quanto riguarda gli ordini di fornitura del 2022 il 25% è stato pagato entro 30 giorni dall'ordine, il 42% entro 60 giorni, il 74% entro 90 giorni, il 97% entro 120 giorni e solo il 3% fra 120 e 150.

Il Gruppo, ove possibile, predilige gli approvvigionamenti da fornitori locali nelle diverse realtà in cui opera, al fine di beneficiare di vantaggi logistici, generare indotto e creare opportunità di lavoro presso le comunità in cui lavora.

Il Gruppo Calzedonia ripartisce il proprio fatturato di acquisto tra i diversi fornitori nei Paesi di operatività, anche al fine di evitare situazioni di dipendenza di approvvigionamento che potrebbero rappresentare un rischio per il business. I principali fornitori del Gruppo si concentrano in Italia, Europa ed Asia, seguendo le principali aree di interesse operativo dell'azienda secondo le partizioni del grafico della pagina precedente (p. 74)⁹.

Nelle proprie scelte d'acquisto da fornitori terzi, il Gruppo distingue materie prime e prodotti finiti da un lato e materiali cosiddetti "non core" dall'altro. I materiali non core sono quelli non direttamente legati alla produzione dei capi che vengono venduti nei negozi.

⁹ - Le sedi operative significative del Gruppo sono localizzate in Italia, Europa, America, Asia e Africa, aree a cui si fa riferimento anche per la definizione di fornitore locale.

Materie prime e prodotti finiti

I fornitori di materie prime forniscono principalmente tessuti, filati ed accessori (elastici, bottoni, zip, ecc.). I tessuti provengono principalmente da Italia, Cina, Serbia e Sri Lanka. Il Gruppo si orienta verso aziende primarie nel settore di riferimento, dotate delle principali certificazioni di qualità (per tessiture e tintorie) e certificazioni ambientali, essendo un tema da tempo cruciale nel mercato di produzione e tintura di tessuti. Il processo produttivo, infatti, richiede un notevole impiego di acqua e l'utilizzo di prodotti chimici, i quali possono risultare nocivi per la salute dell'uomo ed inquinanti per l'ambiente circostante. In aggiunta a questi rischi intrinseci del settore si somma il rischio di non riuscire a controllare tutta la catena e che i subfornitori non rispettino tali requisiti.

Per questo motivo è fondamentale condurre un'attenta selezione dei fornitori nel rispetto di specifici requisiti, quali:

- il **Capitolato Tecnico di Conformità**, che contiene i requisiti di natura meccanica, chimica e fisica che il Gruppo Calzedonia richiede e che è allineato alla normativa più restrittiva tra quelle vigenti nei Paesi in cui il Gruppo opera;
- il **Codice Etico del Gruppo e il Codice di Condotta Fornitori**, che le aziende fornitrici sono tenute ad approvare espressamente, impegnandosi a garantire l'osservanza dei principi e degli standard indicati. I Codici, oltre a richiamare la necessità di rispettare le leggi e le normative vigenti, descrivono gli standard riguardanti le aree relative a persone, ambiente e trasparenza, ispirandosi alle disposizioni normative internazionali di riferimento (quali convenzioni dell'ILO) e prestando particolare attenzione al rispetto dei Diritti Umani nell'ambito dei Principi Guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani, oltre che ad altre best practice di settore. Il Gruppo si è prefissato l'obiettivo di estendere a tutti i fornitori l'obbligo di accettare il Codice Etico ed il Codice di Condotta Fornitori quale

precondizione per lavorare con Calzedonia. Entrambi i documenti sono in costante aggiornamento con l'obiettivo di rispettare i migliori standard in un'ottica di continua evoluzione.

A seguito della scelta della collezione e della definizione dei volumi, l'ufficio Logistica Acquisti procede con la definizione dell'approvvigionamento dei materiali definiti nella fase di sviluppo.

La fornitura delle lavorazioni è quindi affidata agli stabilimenti produttivi appartenenti al Gruppo Calzedonia.

I fornitori dei prodotti finiti vengono invece selezionati solo dopo verifica da parte dell'Ufficio Ricerca & Sviluppo Materiali. In particolare, l'Ufficio Ricerca & Sviluppo Materiali concorda con il possibile fornitore una visita conoscitiva per valutarne l'affidabilità, la capacità produttiva ed i requisiti tecnici. Solo se il feedback risulterà positivo, al fornitore verrà richiesto di accettare il Capitolato Tecnico di Conformità, il Codice Etico, il Codice di Condotta Fornitori e le procedure operative. In questa fase conoscitiva, i fornitori procurano anche le evidenze ed eventuali certificazioni della loro produzione responsabile e tracciata.

Il monitoraggio dei fornitori è un processo continuo che prevede il dialogo costante al fine di verificare periodicamente il rispetto dei Codici lungo tutta la catena di fornitura. Il Gruppo si impegna al momento a far visita ai fornitori con i quali sviluppa volumi più importanti o progetti particolari. Inoltre, cerca di visitare periodicamente le sedi produttive per verificare che gli standard qualitativi e gestionali richiesti vengano rispettati. Il confronto e il dialogo costante e trasparente hanno permesso nel tempo di instaurare un rapporto di collaborazione e condivisione, anche per quanto riguarda il tema della sostenibilità.

Il Gruppo, condividendo le proprie politiche di qualità e di controllo monitora frequentemente le realtà coinvolte per poter mantenere costanti gli standard di prodotto.



NUOVA VITA AI CAPI GRAZIE AGLI OUTLET

La gestione dello smaltimento delle materie prime che rimangono nei magazzini delle fabbriche come materiali obsoleti è gestita dall'ufficio Outlet. Questa merce, infatti, se non fosse impiegata per produrre capi da proporre alla vendita nei negozi outlet, sarebbe destinata alla distruzione. Anche gli articoli di reso e di seconda scelta, vengono immessi nuovamente nel mercato attraverso l'outlet in modo da evitare di dover distruggere capi non più inviabili ai negozi dei brand di prima scelta.

Si riportano di seguito due esempi di progetti che promuovono il riutilizzo di materie prime in disuso:

- progetto coppe ricoperte, che prevede la copertura di coppe di colori non più utilizzati nei brand con microfibra di colori basici;
- produzione di scampoli con tessuti obsoleti oppure con metrature insufficienti per la produzione di capi.

Nei punti vendita outlet la merce distribuita è frutto di accordi commerciali dei brand di prima linea, prodotta dalle fabbriche del Gruppo Calzedonia o da fornitori terzi. Nei negozi outlet vengono quindi gestiti i capi resi dai brand delle precedenti collezioni, articoli di seconda scelta, articoli prodotti con materiale di rimanenza nelle fabbriche. Sono inoltre svolte attività di vendita di stock di magazzino obsoleti a terzi (grossisti) esterni al gruppo.

Materiali non core

I fornitori di materiali non core forniscono principalmente arredi e sistemi di illuminazione per i negozi del Gruppo.

La scelta dei materiali utilizzati nei punti vendita del Gruppo Calzedonia (e di conseguenza la relativa selezione dei fornitori), avviene in modo consapevole e considera anche aspetti di eco-compatibilità dei prodotti. Per ulteriori approfondimenti si rimanda al capitolo "Approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali".

I negozi sono progettati per garantire la sicurezza di dipendenti e clienti con elementi di qualità durevole nel tempo, grazie ad un vasto impiego di fornitori certificati.

ARREDI IN METALLO

Gran parte dei fornitori sono certificati EN1090, per garantire l'immissione nel mercato di carpenterie strutturali sicure e UNI ENISO 3834, standard dedicato alle saldature dei materiali metallici.

PAVIMENTI

Tutti i fornitori di pavimenti sono certificati ISO14001/14021/9001 con certificazione Ecolabel: regolamento europeo che stabilisce i criteri di politica ambientale e industriale.

Gli stessi sono altresì membri del Green Building Council Italia, sistema di adesione volontario per le imprese, che permette di attuare una precisa politica aziendale di sviluppo sostenibile.

MATERIALE ILLUMINOTECNICO E TECNOLOGIA

Da tempo viene utilizzata illuminazione a LED nei punti vendita con processi controllati e materiale ad alta efficienza energetica, nel rispetto della direttiva CE "Ecodesign" 2009/125/CE per il risparmio energetico.

Il Gruppo, a partire dal 2016, ha intrapreso un percorso per perfezionare la selezione dei fornitori coinvolti nel processo produttivo attraverso l'omologazione dei partner, ovvero attribuendo loro un rating dinamico che può variare nel tempo sulla base del posizionamento rispetto agli standard.

Nel 2021 i primi due negozi Falconeri sono stati certificati BREEAM con risultato di "very good" per la valutazione di sostenibilità di progettazione. Questa certificazione è fondamentale per gettare le linee guida della progettazione per tutti i prossimi negozi del Gruppo.

La qualità e sicurezza del prodotto

I prodotti tessili di abbigliamento sono articoli con cui il consumatore entra in contatto direttamente quotidianamente; perciò, è essenziale che la fase di selezione dei materiali durante lo sviluppo delle collezioni venga definita con particolare attenzione. Gli uffici Stile e Prodotto scelgono i materiali da impiegare in base a considerazioni strategiche, qualitative e stilistiche rispetto ai costi e alle capacità produttive. È necessario, infatti, operare scelte consapevoli nell'approvazione di materie prime e di prodotti che soddisfino le richieste tecniche ed incontrino il gusto dei consumatori: tali prodotti oltre che belli devono essere sicuri per chi li indossa e provenire da filiere trasparenti.

Capitolato tecnico di conformità

Il Gruppo Calzedonia ha scelto di essere trasparente e rispettoso nei confronti della salute e sicurezza dei suoi clienti dotandosi, come anticipato nel paragrafo precedente, di un Capitolato Tecnico di Conformità rigoroso, solido e completo. Quest'ultimo è stato definito dal Gruppo con la funzione di strumento per l'esposizione dei principali requisiti di sicurezza necessari per poter collaborare con i vari brand, i quali devono essere condivisi e sottoscritti da tutte le parti coinvolte nella progettazione, nella fornitura di materie prime e nella realizzazione dei prodotti. I requisiti in esso previsti esprimono l'impegno del Gruppo nel garantire che ogni prodotto in circolazione sul mercato sia sicuro.

Esportando in oltre 50 Paesi, i prodotti devono rispettare specifici standard qualitativi e di sicurezza che le dogane e le normative nazionali impongono in ciascun Paese.

Con pragmaticità il gruppo ha messo a confronto le categorie di rischio più frequenti nel settore operante e le relative norme tecniche legate ai tessuti e materiali interessati nelle attività. Questo studio è stato attivato sia nei paesi in cui il Gruppo è già presente sia dove potrebbe esserlo nel prossimo futuro.

Il documento prende in considerazione, come anticipato, tre principali tipologie di rischio: **chimico, meccanico e fisico**, declinati in ulteriori rischi specifici e riferiti a due classi di applicazione:

- la prima ha come oggetto i bambini di età inferiore ai 36 mesi (con qualche eccezione per alcune normative, UE ed extra UE, in cui la categoria è estesa fino ai 14 anni);
- la seconda ha come oggetto la generalità degli utilizzatori finali del prodotto.

All'interno delle suddette classi la declinazione delle tre tipologie di rischio avviene in modo diverso in funzione delle peculiari esigenze di protezione prese in considerazione.

Nella gestione dei rischi, inoltre, si specifica quali tra i relativi obblighi siano dettati da normative cogenti e quali invece regolamentati, in termini più severi, a livello volontario.

I criteri di valutazione dei singoli rischi sono basati sulla reale presenza di anomalie nei diversi materiali utilizzati. Anche se quelli tessili sono i più frequenti, vengono considerati anche la pelle, i materiali plastici e, infine, quelli metallici.

A seconda dei casi, i test possono essere eseguiti sulle materie prime e sui lotti di produzione del fornitore (che vengono condivisi con l'Ufficio Qualità prima della spedizione), oppure sul prodotto finito (legato sistematicamente a qualche licenza). Differentemente vengono svolti su articoli definiti complessi in modo casuale.

ANALISI CHIMICA

Nella parte del Capitolato Tecnico dedicata ai materiali chimici sono riportate le sostanze nocive e allergizzanti considerati dalle varie normative di sicurezza dei Paesi dove è presente il Gruppo. Al fornitore è richiesto di accettare e rispettare i limiti imposti dal Capitolato. A discrezione e di fronte a determinate situazioni, viene verificato il rispetto dei requisiti di sicurezza richiesti per i materiali.

ANALISI FISICA

In alcuni Paesi dove l'attenzione alla sicurezza del consumatore è molto elevata esistono normative cogenti per l'infiammabilità dei prodotti. Dato che tutti i materiali tessili, salvo rare eccezioni, sono infiammabili, l'analisi del rischio fisico è essenziale. L'infiammabilità degli ultimi dipende delle loro caratteristiche chimiche (natura delle fibre costituenti) e fisiche (e.g. rapporto massa/superficie).

ANALISI MECCANICA

Le analisi meccaniche sono dirette a prevenire eventuali pericoli per l'integrità fisica dell'utilizzatore. Questo principio è tenuto a mente già in fase di progettazione degli articoli. In condizioni di normale utilizzo si va a verificare che le parti che compongono l'articolo non siano causa di punture, lacerazioni, strangolamento e soffocamento. Tali problematiche sono di fatto circoscritte all'abbigliamento per bambini, per i quali il problema è originato principalmente dalla presenza di elementi (bottoni, lacci, coulisse, ma anche paillettes o elementi decorativi) che possono causare effetti negativi, tra i quali, soffocamento, strangolamento o lesioni alla pelle.

Con riferimento particolare alla sicurezza **chimica** dei capi e dei prodotti offerti, il Gruppo Calzedonia, consapevole che la produzione richiede in alcuni casi l'utilizzo di sostanze che se non correttamente gestite possono avere degli impatti negativi sulle persone e sull'ambiente, si pone costantemente l'obiettivo di diminuire la presenza delle sostanze nocive o potenzialmente tali all'interno delle proprie produzioni e mantenere elevati standard di qualità, attraverso il ricorso a test appropriati atti a verificare che i valori riscontrati siano posizionati all'interno dei limiti consentiti dalle normative vigenti permettendo di garantire la sicurezza dei prodotti offerti.

La scienza chimica, infatti, deve essere considerata strumento di supporto perseguire percorsi di sostenibilità che vedono l'inclusione della selezione di sostanze chimiche sicure, della progettazione di nuovi prodotti e di nuovi processi eco-compatibili. In tale contesto, il Gruppo Calzedonia guarda al Regolamento REACH per il raggiungimento di tali obiettivi.

Le azioni adottate per prevenire potenziali impatti negativi sono prese prevalentemente a monte della catena di

fornitura; in accordo con i fornitori di materie prime e di prodotto finito commercializzato dove, a discrezione del Gruppo, vengono richiesti dei test di laboratorio sui materiali/articoli ritenuti potenzialmente problematici.

Laddove, nel corso delle verifiche svolte, si riscontrino delle non conformità rispetto alla qualità e sicurezza dei prodotti, il Gruppo Calzedonia si attiva tempestivamente nell'isolare il capo potenzialmente nocivo al fine di contenerne le potenziali conseguenze. Successivamente viene avviato un procedimento volto ad analizzarne le cause, risalendo a monte della supply chain, con lo scopo di verificare e risanare la non conformità emersa.

Quando, non in ultimo, vengono riscontrate delle buone pratiche, si cerca di valorizzarle e di riportare queste esperienze di lavorazione su materiali simili.

Controlli qualitativi e di processo

Al fine di prevenire e mitigare i rischi di natura **fisica**, vengono testati tutti i parametri tecnici come, per citare alcuni esempi, la stabilità dimensionale dei materiali al lavaggio, la loro elasticità, la solidità del colore al lavaggio e al sudore e la resistenza all'abrasione. Questo viene fatto prima della spedizione dei materiali di produzione, mentre i fornitori inviano dei campioni rappresentativi dei lotti di produzione. Tali campioni sono esaminati nel laboratorio presente presso la sede e presso gli stabilimenti produttivi. Per lo svolgimento delle analisi più complesse, in cui sono richieste strumentazioni particolari, vengono utilizzati laboratori esterni certificati (es. test standard previsti dalla norma GB 18401, test di infiammabilità previsti per l'abbigliamento dalle norme 16 CFR 1610 e ASTM D1230, ecc.).

I test rilasciati vengono catalogati e tenuti a disposizione per analisi successive in vista di ulteriori miglioramenti. Questo può avvenire in casi di contestazione del prodotto finito oppure nei casi in cui le autorità doganali o altri enti

ne facciano richiesta (ad esempio le autorità statunitensi per quanto riguarda i test di infiammabilità e altri dedicati alla sicurezza del bambino).

Le non conformità segnalate dai clienti vengono inoltrate dall'Ufficio Customer Satisfaction. Ad esempio, qualora un cliente segnalasse un'irritazione cutanea oppure un'abrasione della pelle riconducibili ad un articolo, dove espressamente richiesto dall'Ufficio Legale, una volta rientrato in sede il pezzo contestato verrebbe inviato ad uno dei laboratori attrezzati per verificare l'eventuale presenza di sostanze allergizzanti oltre i limiti consentiti.

Nel corso del 2022 non si sono verificati casi di non conformità riguardati impatti sulla salute e sicurezza. Sono state però ricevute 148 segnalazioni di clienti inerenti a reazioni allergiche o abrasioni della pelle; in nessuno dei casi in cui gli articoli contestati sono stati analizzati si è riscontrata l'evidenza di elementi in grado di scatenare problemi di allergia cutanea.

Avendo ricevuto nel corso del 2022 da parte del Customer Satisfaction diverse segnalazioni riguardanti gli articoli AI549 (Body Tape Intimissimi) e 1AC107 (Body Tape Tezenis), il Gruppo ha eseguito preventivamente dei lab test per verificare la bontà dermatologica degli articoli in questione nel caso ci fosse stata la necessità di dimostrarla. I test hanno avuto esito positivo confermando l'innocuità dermatologica dei prodotti presi in esame preventivo

I test possono essere eseguiti, a seconda dei casi, sulle materie prime indicate come campioni e/o anticipi di produzione e poi ripetuti successivamente in fase di produzione. Inoltre, durante quest'ultima vengono eseguiti controlli qualitativi e di processo per monitorare le performance delle operazioni, che, oltre ad ottimizzare le risorse, hanno l'obiettivo di diminuire la seconda scelta e quindi lo spreco di materiale.

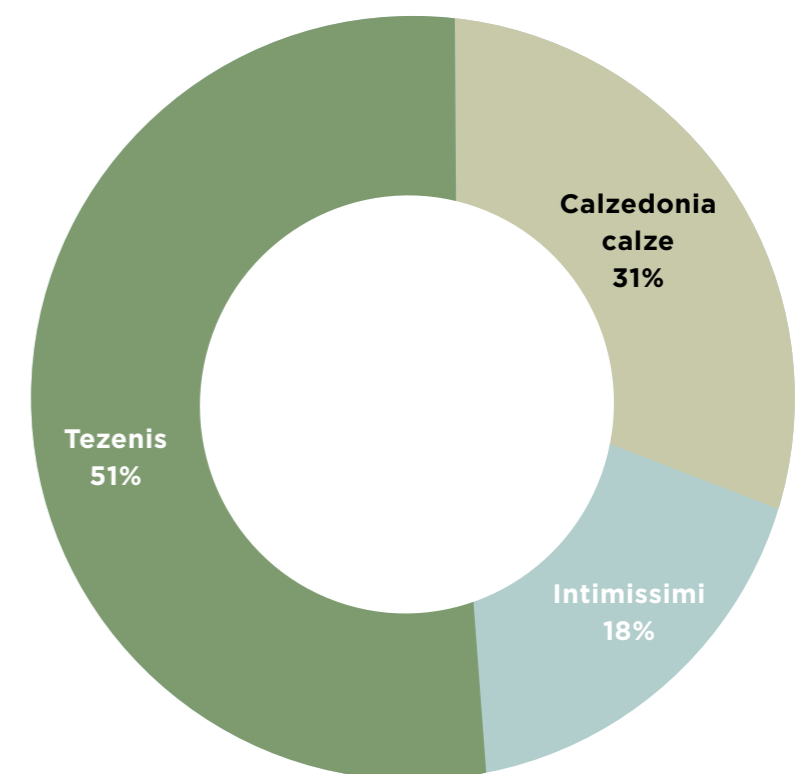
La selezione dei prodotti da testare rispetto ai potenziali effetti sulla salute e la sicurezza dei clienti viene eseguita tenendo conto della criticità dei materiali e degli accessori

che compongono gli articoli, oltre che alla categoria di età di destinazione.

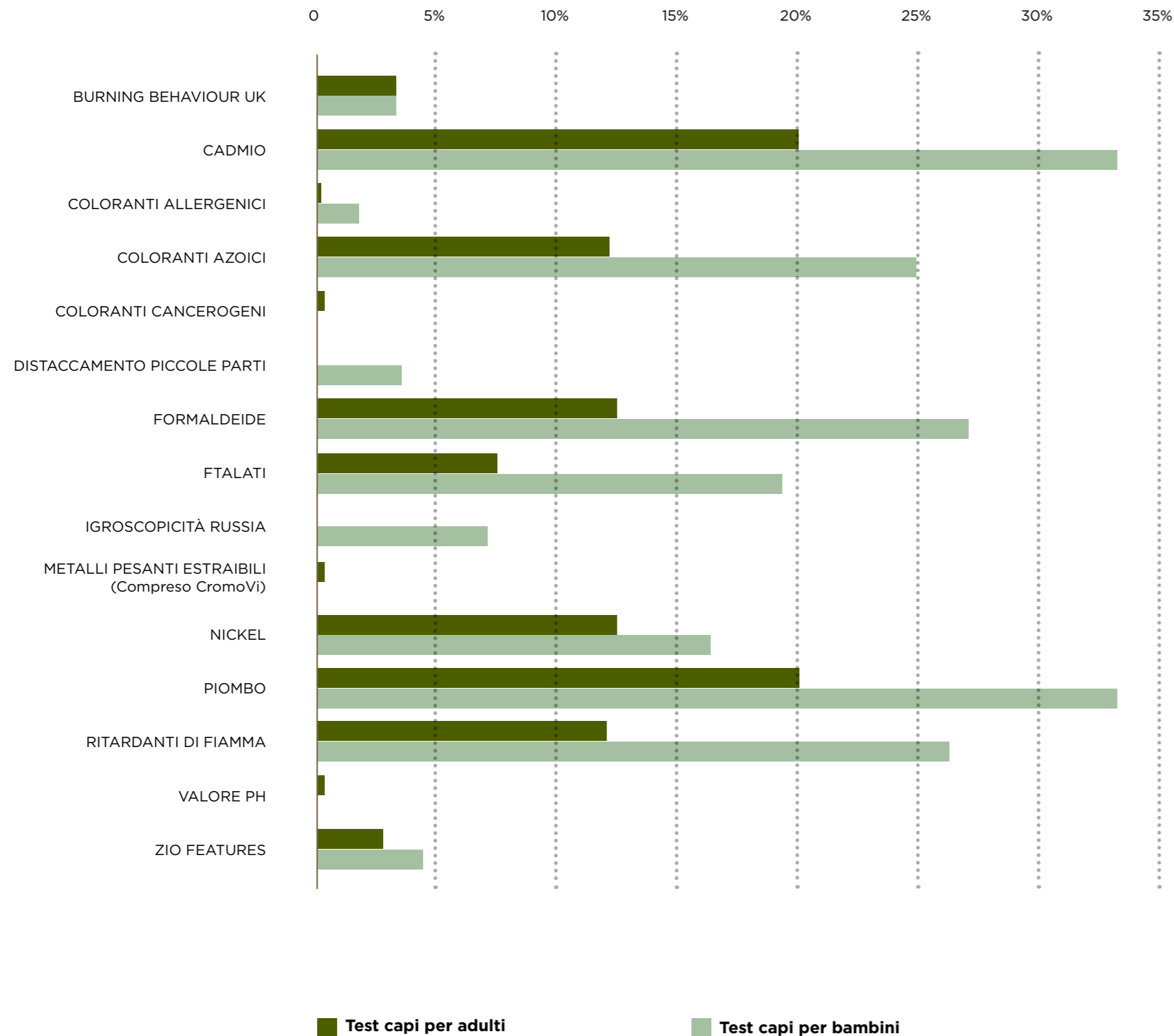
Nel corso del 2022 sono stati eseguiti presso laboratori esterni certificati 2.427 test su diverse tipologie di prodotto, di cui il 71% su articoli da adulto e il 29% su articoli da bambini. Il Gruppo non dispone ad oggi degli strumenti per effettuare i test internamente, ad eccezione della solidità del colore. Ovviamente il numero di test può variare a seconda dei nuovi materiali introdotti. Nel caso da questi test emergessero dei valori superiori a quanto richiesto dal capitolato tecnico del Gruppo, l'ufficio qualità interromperebbe l'ordine di acquisto e anche la relazione con il fornitore nel caso in cui non volesse o non potesse collaborare nella risoluzione dell'anomalia.

Nel caso da questi test emergessero dei valori superiori a quanto richiesto dal capitolato tecnico del Gruppo, l'ufficio qualità interromperebbe l'ordine di acquisto e anche la relazione con il fornitore nel caso in cui non volesse o non potesse collaborare nella risoluzione dell'anomalia.

Test per Brand 2022



I grafici sottostanti mostrano i test inerenti alla salute e sicurezza dei prodotti effettuati nel corso del 2022 suddivisi per categorie “Adulti” e “Bambini”. Gli esami sono stati fondamentali per valutare i parametri richiesti dal Capitolato Tecnico di Conformità rispetto alla presenza di sostanze pericolose o altri componenti potenzialmente dannosi. L’applicazione di questo metodo di verifica ha permesso di confermare l’assenza di sostanze presenti in quantità maggiore rispetto a quanto richiesto.



L’etichettatura

Nell’ambito della comunicazione responsabile e della tutela dei consumatori, l’**etichettatura di prodotto** riveste una considerevole importanza per veicolare informazioni chiare, trasparenti e accurate. Questa fase avviene secondo un processo strutturato diretto a garantire la tracciabilità dello stesso, ma anche della catena del valore che ha portato alla sua realizzazione.

L’etichetta cucita, o presente sulla confezione, rappresenta in sostanza la “carta d’identità” del prodotto nella quale vengono riportate le informazioni richieste dalle normative di Paese assieme agli elementi che consentono di risalire lungo tutta filiera coinvolta.

Nel momento in cui il Gruppo intraprende l’apertura di un negozio fisico o virtuale con uno dei propri marchi in un nuovo Paese, il dipartimento Compliance & Regulation si attiva per raccogliere tutte le informazioni necessarie propedeutiche alla verifica della conformità di sicurezza locale dei prodotti e delle indicazioni richieste dalle normative in materia vigenti. Con riferimento a quest’ultimo aspetto, l’ufficio preposto si informa per comprendere se vi siano delle esigenze linguistiche ed indicazioni particolari da riportare sull’etichetta. Per alcuni Paesi, infatti, vengono create etichette personalizzate riportanti informazioni ad hoc che vengono applicate sui prodotti prima della spedizione (nella fase successiva alla raccolta).

Per gli articoli composti da materiali pregiati, per quelli che hanno subito particolari lavorazioni o per quelli che richiedono particolari attenzioni di uso e manutenzione, oltre all’etichetta, vengono applicati dei cartigli che riportano le avvertenze più idonee alla cura del capo per preservarne le caratteristiche nel tempo prolungandone il possibile utilizzo (e.g. manutenzione domestica, reazione con i detersivi durante il lavaggio, ecc.).

Informazioni presenti in modo esaustivo sull'etichetta e sul cartiglio possono aumentare la consapevolezza del cliente nella fase di scelta ed acquisto del prodotto.

Tra le informazioni presenti, sono tenute maggiormente in considerazione dai consumatori la taglia, la composizione

merceologica, l'origine e le modalità di manutenzione. Negli ultimi anni anche la presenza di materiale riciclato nella composizione di un articolo è diventata leva decisionale nell'acquisto, di conseguenza ne risulta importante la dichiarazione.



La presenza in etichetta dei simboli Triman (riguardanti lo smaltimento corretto dei capi) e del QR code (elemento che il Gruppo sta implementando nei propri prodotti, soprattutto quelli venduti nel mercato francese), aggiungono informazioni importanti per la tracciabilità e la dichiarazione delle caratteristiche dell'articolo.

Le etichette utilizzate dal Gruppo Calzedonia sono in gran parte certificate Oeko Tex, un sistema indipendente di test e certificazione per prodotti tessili di tutte le tipologie, attraverso la catena di controllo tessile.

L'etichetta tessuto che segue lo Standard Oeko-Tex 100 indica che il produttore è certificato come eco-compatibile con l'ambiente sia nei processi sia presso i propri stabilimenti e attesta, infine, l'assenza di sostanze nocive nella sua composizione.

Per quanto riguarda la stampa delle informazioni variabili sul retro dei cartellini, sono in fase di studio tecnologie alternative al trasferimento termico che permettano di eliminare l'utilizzo dei foil di stampa in nastro.

Nel corso del 2022 il Gruppo non ha ricevuto nessuna segnalazione a riguardo di anomalie in etichetta da parte degli organi preposti al controllo dei consumi anche grazie alla prassi di recuperare e verificare le informazioni obbligatorie da riportare in etichetta con un certo anticipo rispetto alla prima spedizione di articoli in loco nel nuovo Paese.

Vengono svolti controlli anche in momenti successivi; ad esempio, si è proceduto a ri-etichettare, prima della spedizione presso i punti vendita, lo 0,012% dei capi per la presenza di informazioni errate nelle etichette.

PROGETTO TRACCIABILITÀ

Fin dalla sua fondazione il Gruppo Calzedonia si è distinto per il profondo controllo della filiera produttiva. Il 77% degli articoli presenti nei negozi del Gruppo, infatti, è prodotto in fabbriche di proprietà in Italia e all'estero. Questa decisione consente la gestione coordinata della produzione con le altre fasi della filiera, la dedizione totale alle esigenze dei brand e l'eliminazione degli intermediari. In questo modo è possibile mantenere un'elevata qualità ad un prezzo accessibile. Questo modello di business comporta grandi investimenti e la possibilità di offrire posti di lavoro ad un ampio numero di dipendenti a beneficio delle comunità che ospitano le aziende. Ciò garantisce un ottimo ambiente lavorativo all'interno delle fabbriche ed il rispetto dei diritti umani delle persone che ci lavorano.



Nel 2021 il Gruppo ha deciso di permettere anche ai clienti di visitare gli stabilimenti attraverso il progetto "Tracciabilità". Nelle schede prodotto degli shop online gli utenti possono scoprire il luogo in cui il loro articolo è stato creato, esplorando le fabbriche e conoscendo i dipendenti che vi lavorano. La storia e le iniziative sostenibili sono raccontate insieme ad una galleria di immagini che mostrano i diversi processi produttivi. Infine, è stata data voce ai collaboratori, permettendo loro di raccontarsi e raccontare il proprio lavoro in prima persona.



"Lavoro da tredici anni in Benji e non mi sono mai pentita della mia decisione. Dal mio punto di vista Benji ha sempre creato un ambiente di lavoro sicuro e piacevole, mantenendo al contempo un buon livello salariale.

Inoltre apprezzo molto la partecipazione del plant alla vita della comunità, attraverso i finanziamenti a scuole, ospedali, templi o aiutando il nostro paese in situazioni di emergenza come disastri naturali o come nel caso di questa pandemia".

Dammika - modellatrice in Benji, Sri Lanka



La sostenibilità nei prodotti e nei processi

Come anticipato all'inizio del capitolo le modalità di approvvigionamento dei materiali vengono definite durante le fasi di sviluppo della collezione: gli uffici stile e prodotto selezionano i materiali da impiegare in collezione in base a considerazioni stilistiche, ma anche qualitative e di capacità produttive. L'intero processo di ideazione delle collezioni avviene internamente al Gruppo.

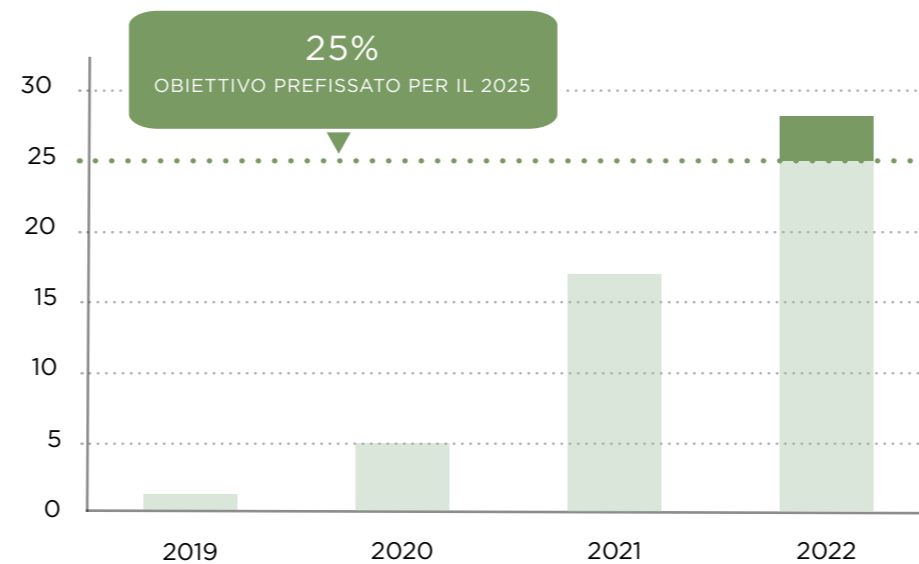
Con il passare del tempo il Gruppo ha ridotto e selezionato una rosa di fornitori con i quali collabora da tempo, che dispongono, per la maggior parte, di certificazioni ed uffici dedicati allo sviluppo e al sostegno delle tematiche legate alla sostenibilità ambientale e sociale.

Il Gruppo è orientato verso la selezione e l'impiego di materie prime, ove possibile, provenienti da filiere trasparenti, potendo quindi garantire un minor impatto ambientale rispetto alle alternative tradizionali. Come si può notare dal grafico, a partire dal 2019, il numero di materie a ridotto impatto ambientale¹⁰ è aumentato costantemente, raggiungendo ad oggi il 28% del totale. Questo risultato anticipa di tre anni l'obiettivo raccolto dagli impegni del Fashion Pact di utilizzare almeno il 25% di materie prime a basso impatto entro il 2025 testimonia l'impegno del Gruppo nel rispettare gli impegni presi nonché la volontà di diminuire l'impronta climatica dei propri prodotti, così da poter offrire ai clienti delle alternative sempre più responsabili.

Per raggiungere questo obiettivo ciascun brand del Gruppo ha intrapreso strategie differenti.

Calzedonia continua a proporre ai propri clienti, anche nel 2022, la collezione di collant realizzata con la fibra Q-NOVA, un filato riciclato secondo un sistema tracciato e certificato dal Global Recycle Standard (GRS)¹¹, che

Grafico sulla progressione negli anni di % capi prodotti con materiali a basso impatto



permette la riduzione degli sprechi e delle risorse utilizzate. Il collant, disponibile in due denature (40 e 60 denari), è ottenuto infatti a partire da cascami di scarto, i quali vengono rifusi attraverso un processo di rigenerazione meccanica a km 0 che consente di ottenere la riduzione dell'emissione di CO2 fino all'80%, un minore consumo di risorse idriche (-90%) e l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili. Lo stesso filato è stato introdotto a partire dal 2020 per la produzione di altri capi della collezione moda.

Nel 2022 nelle collezioni, inoltre, sono stati inseriti anche collant prodotti con cotone organico tracciato e certificato GOTS dal GRS. Tutti gli articoli a marchio Calzedonia con filato in Micromodal, Modal e Viscosa (tra i quali i leggings di una capsule collection lanciata nel 2022), sono stati realizzati con modal Tencel® dell'azienda Lenzing.

Nella collezione **Mare** 2022 è proseguito l'utilizzo di poliestere riciclato in quasi tutti i colori in tutte le categorie merceologiche per la serie continuativa e all'utilizzo

parziale in collezioni fashion.

Per la collezione moda P/E 2022 2023 ed A/I 2023, il brand **Intimissimi** ha mantenuto il numero di serie con caratteristiche di sostenibilità etichettate con l'apposito cartiglio #intimissimicares, tradotto nell'omonima collezione attraverso una linea di intimo, pigiami e maglieria realizzata con fibre certificate a minor impatto ambientale. Fra le fibre utilizzate sono presenti la poliammide riciclata pre-consumer Q-NOVA dell'azienda Fulgar, la seta con certificazione Bluesign¹² che certifica un minor impatto delle sostanze chimiche usate nella tintura, e il modal Tencel¹³ dell'azienda Lenzing, che garantisce non solo una gestione sostenibile del legno da cui è estratta la cellulosa, ma anche una gestione a ciclo chiuso degli agenti chimici usati per estrarre la fibra dalla cellulosa. Il brand continua inoltre ad utilizzare, nella linea basic (testimone di un incremento di volumi) fibre sostenibili come la poliammide degradabile utilizzata per il pizzo, il Seacell, un materiale prodotto con fibra ricavata da alghe marine, Seta certificata Bluesign e modal Lenzing.

Nella collezione mare Intimissimi **Uomo** è in fase di test un nuovo packaging che sostituirà le attuali polybag con fascette adesive in carta. Per gli accessori, invece, sono state convertite le scatole standard con nuove scatole in carta riciclata FSC e, dove possibile, sono stati eliminati i supporti interni in plastica o è stata utilizzata una plastica riciclata.

10 - Vengono considerati materiali a basso impatto ambientale i "preferred materials" definiti dal Textile Exchange (<https://textileexchange.org/knowledge-center/reports/preferred-fiber-and-materials/>).

11 - Il Global Recycle Standard (GRS) certifica prodotti ottenuti da materiali da riciclo e attività manifatturiere nel rispetto di criteri ambientali e sociali estesi a tutte le fasi della filiera produttiva.

12 - [bluesign® - solutions and services for a sustainable textile industry](#)

13 - [TENCEL™ - Lenzing - innovative by nature](#)

Tezenis ha adottato nuove fibre per gli articoli che fanno parte della collezione “Be the change”, fra queste il cotone organico certificato (GOTS e OCS) garanzia di minor utilizzo di acqua, assenza di pesticidi dannosi per l'uomo e l'ambiente e di un trattamento equo di tutti i lavoratori. Un'altra fibra da citare è la poliammide riciclata Econyl¹⁴ dal fornitore Acquafil e la viscosa Ecovero¹⁵ di Lenzing, la quale garantisce un approvvigionamento sostenibile del legno da cui si ricava la cellulosa, un minor utilizzo di acqua e minori immissioni di gas serra nell'atmosfera. Non per ultimo, è stato fatto uso di pizzo proveniente da poliammide riciclata certificata GRS e di poliestere riciclato.

Falconeri predilige l'impiego di fibre naturali per la realizzazione dei propri capi, compatibilmente con i limiti tecnici di realizzazione degli stessi. Esistono infatti specifiche produzioni orientate alla sostenibilità e ai materiali rigenerati; in questi casi la ricerca dei fornitori segue criteri basati su certificazioni legate alla sostenibilità.

In particolare, sono stati utilizzati due tessuti di cashmere per la realizzazione di cappotti uomo e donna certificati GRS. Il fiocco, acquistato senza intermediari in Mongolia o Cina, una volta arrivato a Biella viene gestito interamente in tutto il suo ciclo produttivo: dalla pettinatura alla filatura il processo è costantemente monitorato.

Questo aspetto diventa fondamentale per mantenere alto lo standard qualitativo dei capi. La piuma utilizzata nei piumini invece è acquistata presso fornitori certificati secondo gli standard di tracciabilità e qualità Responsible Down Standard. Nell'arco dell'anno 2022 sono stati acquistati 7.728 kg di piuma. Inoltre, il raso di seta utilizzato per collezioni sia continuative che moda ha certificazione Bluesign, testimone di un minor impatto delle sostanze chimiche usate nella tintura.

Dall'inizio del 2022 Falconeri ha introdotto in collezione una lana che viene utilizzata per la produzione dei capi

certificata RWS e in maggior parte dichiarabile mulesing free (crudele pratica di scuoiamento di specifiche zone dell'animale attuata in alcuni allevamenti).

Dal 2019 Falconeri - per contribuire alla filiera del cashmere sostenibile a cui ricorre per un volume di acquisto medio annuo di circa 120 tonnellate annue di fiocco - si è associato alla Sustainable Fibre Alliance (SFA), un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro il cui obiettivo è quello di garantire che il cashmere commercializzato a livello internazionale sia prodotto utilizzando pratiche sostenibili con conseguente riduzione dell'impronta ambientale e garanzia circa l'adeguatezza del ritorno economico per i partecipanti lungo tutta la catena di fornitura.

Falconeri è inoltre membro del Cashmere and Camel hair Manufacturers Institute (CCMI) fondato nel 1984 per proteggere l'integrità dei prodotti in cashmere e in vello di cammello.

Nel novembre del 2021 **Atelier Emé** ha collaborato con Mending for Good, società di consulenza specializzata in soluzioni di upcycling design-driven per la creazione della collezione “Re-Love”. Gli abiti sono stati decostruiti e ricostruiti all'interno dei laboratori della maison, mentre a Mending for Good è stata affidata la decorazione attraverso tecniche di pittura su tessuto, ricamo e decorazioni a mano. Gli abiti della collezione Re-love sono anche frutto di un percorso formativo che ha interessato due cooperative sociali del network Mending for Good: i laboratori artigianali di San Patrignano e Manusa che utilizzano la pittura su tessuto e il ricamo a mano. Le cooperative hanno beneficiato di workshop tenuti dagli stessi artigiani coinvolti nel progetto per approfondire conoscenza tecniche particolari.

Inoltre, nel corso degli anni, l'impegno a ridurre l'utilizzo di materiali ad alto impatto ambientale è stato perseguito

includendo anche la fase di confezionamento. In particolare, per buona parte dei prodotti, l'imballaggio viene realizzato utilizzando plastica riciclata e carta certificata FSC.



14 - [Aquafil - Il filo ECONYL®](#)

15 - [LENZING™ ECOVERO™: Sustainable Viscose... | LENZING™ ECOVERO™](#)

Il nostro impegno per la tutela dell'ambiente

SDG - il contributo di Calzedonia



Il Gruppo Calzedonia, attento agli impatti ambientali generati dalle proprie attività, si impegna da sempre nella gestione del proprio material footprint, esercitando un controllo diretto della gestione proattiva delle risorse idriche coinvolte nei processi e dell'efficiente smaltimento dei rifiuti sensibilizzando i propri collaboratori alla prevenzione, la riduzione e il riciclo degli stessi.



Il Gruppo Calzedonia, con l'intento di ridurre l'impatto delle attività aziendali verso le risorse naturali e sugli ecosistemi, concretizza il proprio impegno mediante iniziative eterogenee come l'autoproduzione di energia, l'acquisto della stessa da fonti rinnovabili ed efficientando i propri impianti civili ed industriali al fine di contenere i consumi.



Il Gruppo, nelle sue politiche e strategie, ha integrato misure ad hoc di mitigazione del cambiamento climatico al fine di minimizzare il proprio impatto sull'ambiente.

Impegno quotidiano verso la sostenibilità

Attraverso il proprio Codice Etico, applicato a tutte le società del Gruppo e a tutti i membri dello staff indipendentemente dall'attività svolta e dal ruolo, il Gruppo chiarisce come gli sforzi attuati siano diretti a minimizzare l'impatto ambientale delle attività lungo l'intero ciclo di vita dei suoi prodotti (dall'acquisto delle materie prime fino allo smaltimento dei prodotti finiti), attuando, in ogni fase - design, produzione, distribuzione, vendita al dettaglio e utilizzo finale - una serie di misure volte a ridurre tale impatto.

All'ufficio tecnico "Engineering Department" è affidata la gestione dello sviluppo di nuovi insediamenti e di modifiche sostanziali negli stabilimenti esistenti, sia per necessità produttive sia per efficientamenti energetici ed ambientali. Relativamente a questi ultimi, le scelte strategiche aziendali vengono concordate e decise insieme al Consiglio di Amministrazione, il quale condivide e approva direttamente gli obiettivi prefissati dal Gruppo Calzedonia.

I principi che regolano le procedure del Gruppo in materia ambientale sono i seguenti:

- osservanza delle leggi e delle normative ambientali applicabili e di eventuali altri obblighi previsti in materia, prestando particolare attenzione alla prevenzione dell'inquinamento e minimizzando, ove possibile, il potenziale impatto ambientale generato dalla propria linea di produzione, sia nei confronti delle risorse naturali che delle persone;
- tutela ambientale ed attuazione di misure per il continuo miglioramento in materia di riduzione delle emissioni di gas serra dirette e/o indirette, riduzione del consumo di risorse naturali, controllo delle fuoriuscite di sostanze chimiche potenzialmente nocive e implementazione del sistema di gestione ambientale nella sua interezza;
- valutazione delle conseguenze del cambiamento climatico, della gestione dell'acqua e della tutela della biodiversità nella pianificazione e nell'attuazione delle proprie attività e di quelle dei propri partner commerciali, produttori e fornitori, incoraggiando la sensibilizzazione in materia ambientale.

Gli sforzi del Gruppo Calzedonia in ambito ambientale sottolineano l'intento di partecipare attivamente alla transizione verso un'industria tessile sempre più sostenibile, attraverso una gestione responsabile delle risorse naturali, l'efficientamento degli impianti, l'utilizzo di tecnologie con bassi impatti ambientali e l'impiego consapevole e controllato delle risorse idriche.

Tali impegni hanno ricevuto ancora più importanza a seguito dell'adesione del Gruppo al Fashion Pact, avvenuta nel 2019, che ha comportato la definizione di obiettivi quali l'arresto del surriscaldamento globale, il ripristino della biodiversità e la protezione degli oceani. Dalla sottoscrizione del patto il Gruppo si è attivamente impegnato per la loro realizzazione.

Il Gruppo ha definito linee di indirizzo in materia per attuare scelte strategiche a seguito dell'analisi dei principali rischi ambientali generati e generabili dal Gruppo.

Per quanto riguarda i consumi energetici, nel 2020 è iniziato un piano quinquennale di investimenti di circa 7 milioni di euro. Le spese si concentrano principalmente su due obiettivi: autoprodurre energia rinnovabile da un lato, ed efficientarne i consumi dall'altro.

Inoltre, al 2022, il 75% dell'elettricità acquistata a livello globale proviene da fonti rinnovabili, percentuale fissata a quota 100% entro il 2030.

Anche per i consumi idrici l'obiettivo è quello di efficientarne l'utilizzo attraverso il rinnovamento delle tecnologie e l'uso di materiali che richiedano un minor consumo. A questo si aggiunge poi la necessità di incrementare gli impianti di depurazione e individuare nuove progettualità per il riutilizzo degli scarti.

Oltre alle risorse, il Gruppo è consapevole della necessità di prestare attenzione anche ai sottoprodotti delle sue attività. L'obiettivo, infatti, è quello di ridurre innanzitutto gli sprechi e valorizzare gli scarti prodotti che non possono essere evitati affinché possano diventare una nuova risorsa per un'altra industria. In quest'ottica è fondamentale individuare le migliori opzioni che permettano di riutilizzare materiali, come nel caso dei pallet in plastica o dei cartoni per le operazioni inter-company che vengono riutilizzati fino a 10 volte. Conseguentemente, è necessario porre una maggiore attenzione alla separazione dei materiali affinché le operazioni di riciclo siano rese più semplici ed efficaci. Il Gruppo sta lavorando allo sviluppo di differenti tecnologie che permettano di ricavare nuove materie prime a partire dal riciclo di ciò che ora viene definito un rifiuto.

Il Gruppo si sta muovendo verso un'eliminazione del packaging superfluo in modo da ridurre la quantità di materiali monouso. Ove questo non fosse possibile si pone come obiettivo la sostituzione degli imballaggi in plastica

con prodotti a maggiore degradabilità, come la carta o il cartone, che già costituiscono il 90% del totale.

In particolare, il Gruppo si è posto degli obiettivi basati sull'efficientamento degli impianti, sull'utilizzo di tecnologie con bassi impatti ambientali e sull'utilizzo consapevole e controllato delle risorse idriche, considerando, nello specifico, le seguenti tematiche:

- uso razionale delle acque, cercando di riutilizzare maggiormente l'acqua di processo minimizzandone il reintegro;
- costruzione di pozzi di presa di acque sotterranee per gli scopi industriali, soprattutto per i nuovi stabilimenti;
- acquisto di energia certificata prodotta da fonti rinnovabili (nei mercati ove è possibile);
- sviluppo di ulteriori impianti di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, nella fattispecie impianti fotovoltaici;
- implementazione di impianti efficienti e all'avanguardia, valutando anche la sostituzione degli impianti vetusti ed inefficienti;
- riduzione delle emissioni, dirette e indirette, di gas inquinanti e di gas serra;
- riduzione del consumo, e di conseguenza dello spreco, di plastica.

Il costante impegno e l'attenzione di Calzedonia nei confronti dell'ambiente sono testimoniati dall'assenza, anche nel 2022, di multe significative e sanzioni non monetarie per mancato rispetto di leggi e regolamenti in materia ambientale. Anche nelle filiali estere sono state attuate tutte le misure preventive a tutela dell'ambiente e dei posti di lavoro; a conferma di tale impegno, nel 2022 i processi di controllo da parte delle istituzioni competenti non hanno dato luogo ad alcun provvedimento sotto forma di sanzioni o rimozione di irregolarità.

L'approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali

La responsabilità verso l'ambiente inizia dalla scelta di fornitori il più possibile allineati con gli elevati standard del Gruppo in termini di qualità, efficienza e minimizzazione degli impatti, orientati all'innovazione e capaci di ottimizzare l'impiego delle materie prime riducendo gli scarti di produzione, semplificando le fasi di lavorazione e perfezionando gli imballaggi.

Il Gruppo è consapevole di quanto il design di un prodotto ne influenzi l'impatto ambientale, sia in termini di materiali utilizzati sia rispetto alla gestione del suo fine vita e per questo motivo pone sempre più attenzione verso i materiali da utilizzare nelle collezioni e nei componenti di packaging che li accompagnano. Già nel 2022 il 28% dei materiali utilizzati si presenta a ridotto impatto ambientale¹⁶, anticipando di 3 anni l'obiettivo prefissato.

16 - Nel 2020 è stata introdotta una suddivisione delle materie prime in convenzionali, riciclate e a basso impatto ambientale (si tratta di fibre con un minor consumo di risorse rispetto alle paritetiche convenzionali, oppure con un fine vita garantito) con l'obiettivo di semplificare gli sforzi del Gruppo nella transizione verso materie prime che riducano l'impatto ambientale dei prodotti finiti sull'ambiente.

17 - Nei filati/tessuti naturali sono compresi materiali composti ad esempio da: cotone, lino, lana, cashmere, seta, ecc.

18 - Nei filati/tessuti artificiali sono compresi materiali composti ad esempio da: modal/micromodal, viscosa, ecc.

19 - Nei filati/tessuti sintetici sono compresi materiali composti ad esempio da: poliestere, poliammide, poliuretano, acrilico, ecc.

Materie prime (t)

Materiali al greggio [ton]			
	2020	2021	2022
Filato naturale ¹⁷	3.71	4.194	4.478
Filato artificiale ¹⁸	1.44	1.466	1.875
Filato sintetico ¹⁹	3.04	2.862	3.489
Altro	-	-	-
Totale filato greggio	8.19	8.522	9.842
Tessuto/Pizzo naturale ¹⁷	43	1.169	1.639
Tessuto/Pizzo artificiale ¹⁸	79	797	1.106
Tessuto/Pizzo sintetico ¹⁹	1.238	1.074	896
Totale tessuto greggio	1.360	3.040	3.641
Totale materiali greggi	9.551	11.562	13.483

Materiali finiti [ton]			
	2020	2021	2022
Tessuto/Pizzo naturale ¹⁷	4.427	3.849	4.721
Tessuto/Pizzo artificiale ¹⁸	1.219	864	926
Tessuto/Pizzo sintetico ¹⁹	5.568	6.759	8.227
Altro	-	-	-
Totale tessuti finiti	11.213	11.472	13.874

Materie prime

Le materie prime principalmente utilizzate dal Gruppo Calzedonia sono: tessuti, filati e pizzi, oltre a diverse tipologie di accessori (es. gancetti, laccetti, cinturini, elastici, ecc.).

Ad oggi, la percentuale di fibre naturali/rinnovabili impiegate per la produzione dei capi è del 45% per i materiali al greggio e del 34% per i materiali finiti. Di seguito sono riportati i consumi di materiali al greggio e finiti acquistati dal Gruppo nel 2022 a confronto con i dati raccolti negli anni precedenti.

Nel 2022 il 28% del totale del peso dei filati e del tessuto utilizzato dal Gruppo è costituito da materiali a basso impatto. La principale fibra che concorre all'ottenimento di questo risultato è il cotone con oltre 46% di materiale a basso impatto utilizzato, seguono modal e viscosa nell'ambito delle fibre artificiali con il 26% mentre le due principali fibre sintetiche polyamide e poliestere vengono utilizzate in forma riciclata per il 19% del loro volume complessivo impiegato nella produzione di capi.

Il 2022 ha visto una ripresa completa delle attività produttive e per questo i consumi di materiali sono decisamente aumentati rispetto alle due annualità precedenti, ancora colpite dalle conseguenze della pandemia da Covid-19.

Questi numeri, per certi versi connaturati alla tipologia di prodotti offerti dal Gruppo, sono oggetto di costante attenzione da parte di Calzedonia che, anche in risposta alle esigenze dei clienti, sta indirizzando i propri sforzi verso l'utilizzo di materiali riciclati e a minor impatto ambientale, che provengano da filiere tracciabili e che rispondano ai più alti standard etici.

Nell'ambito del processo produttivo, per la lavorazione dei tessuti e dei filati acquistati sono inoltre utilizzati coloranti e inchiostri (228 t) e prodotti chimici vari (4.101. t).

Packaging

Il Gruppo Calzedonia canalizza il proprio impegno

anche per la riduzione dell'impatto ambientale connesso all'utilizzo di packaging, focalizzandosi sia sul numero di unità utilizzate che sul tipo di materiale impiegato, con particolare attenzione alla plastica, soprattutto se vergine e alla carta non certificata FSC.

Il Gruppo si sta infatti muovendo verso l'eliminazione del packaging superfluo in modo da ridurre la quantità di materiali monouso. Ove questo non fosse possibile si pone come obiettivo la sostituzione degli imballaggi in plastica con prodotti a maggiore degradabilità, come la carta o il cartone, che già costituiscono il 90% del packaging totale.

Il Gruppo, nelle scelte in ambito packaging ed imballaggi, è orientato a ottimizzare l'impiego di carta e cartone e a massimizzare l'utilizzo di carta riciclata nei cartellini, shopping bag e cartotecnica. Quando possibile, il Gruppo sceglie prodotti durevoli rispetto a quelli usa e getta, sviluppando localmente gli imballaggi necessari al fine di ridurre l'impatto del trasporto e supportare le economie locali. Inoltre, offre la possibilità ai clienti di acquistare un sacchetto in cotone organico non usa e getta in alternativa al sacchetto in carta FSC riciclata. In questo modo si è ridotto, anche nel 2022, il consumo delle borse per gli articoli acquistati (-22% rispetto al 2021).

Anche le borse acquistate dal dipartimento Packaging, Real Estate & Visual per attività promozionali sono realizzate adottando criteri di sostenibilità: le borse estive 2022 di Tezenis sono state realizzate in PET riciclato da bottiglie in PET e quelle di Calzedonia in cotone riciclato e carta FSC.

Nel 2022 sono stati inoltre preferiti i manichini in plastica riciclabile a quelli in fibra di vetro e si è passati al PLA²⁰ per i campioni di riproduzione 3D.

Per i progetti del 2022 particolare importanza è stata riservata al materiale decorativo in carta, per la creazione delle vetrine estive di Calzedonia e Tezenis, e l'iniziativa proseguirà anche per il 2023.

Nel 2022 il Gruppo ha adottato le seguenti soluzioni:

Sostituzione di calzetteria e buste porta abiti in plastica con alternative più ecologiche

Nuovo imballo salvapiede e pedulino per togliere il gancio in plastica

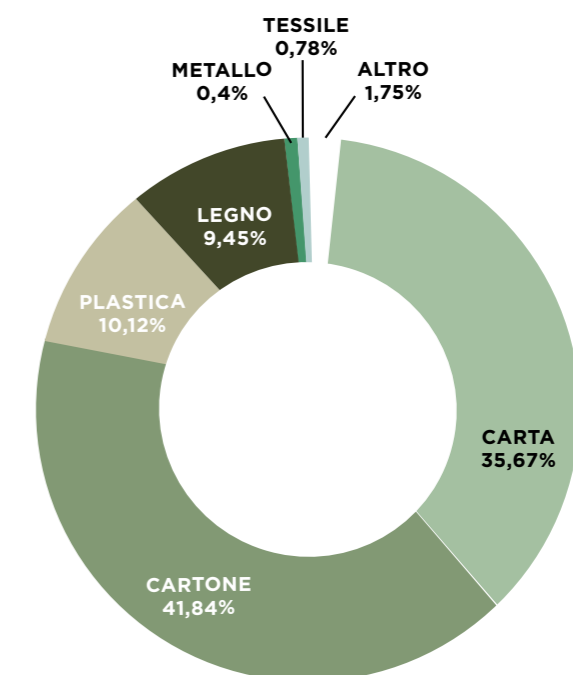
Eliminazione del film in polipropilene introducendo la nuova confezione 100% cartacea su Tights Premium Collection

Consumo esteso di carta FSC in cartellini, basi cartacee e cartone

Totale eliminazione del film termico nei Magazzini Ducal e Gissi

Di seguito è fornita una rappresentazione del packaging e degli imballaggi per tipologia di materiali.

Tipologia di materiali per imballaggio e packaging 2022



20 - Polimero termoplastico che deriva da zuccheri naturali, come amido di mais e canna da zucchero, e rappresenta una valida alternativa sostenibile alla plastica, in particolare quella monouso in quanto completamente biodegradabile.

Dal 2018 la maggior parte della carta utilizzata per la produzione di cartellini, cartotecnica e shopping bags, in sostituzione a quelle in plastica è certificata FSC²¹.

La cartotecnica, ove possibile, non prevede l'abbinamento ad accessori plastici (ad esempio grucce) per semplificare le operazioni di riciclo.

Nel 2022 i materiali di packaging in carta e cartone impiegati nei punti vendita e nei canali e-commerce sono stati complessivamente 12.688 tonnellate, di cui il 75% proveniente da fonti certificate FSC ed il 10% da materiale riciclato.

Ai consumi di carta e cartone per il packaging e gli imballaggi si affiancano, inoltre, quelli della carta utilizzata per la normale attività svolta negli uffici delle sedi, delle fabbriche e dei negozi²², oggetto di attenzione da parte del Gruppo, in particolare rispetto alla provenienza e alla composizione. Il consumo totale di carta è stato complessivamente di circa 356 tonnellate, di cui il 15% costituito da materiale riciclato/certificato FSC.

Il Gruppo predilige vernici ad acqua per la stampa di una parte della cartotecnica e alcune lavorazioni, ad esempio l'accoppiamento delle carte, sono eseguite con materiali bio-based, come colle derivanti da amido di mais o di patata.

Grazie all'analisi effettuata sulla qualità delle carte (in gran parte riciclate) e sulla loro composizione, per alcune specifiche attività di trasporto intercompany si utilizzano cartoni che possano essere riutilizzati fino a 10 volte prima di essere riciclati. Questa modalità ci ha permesso di evitare l'acquisto di 317,8 tonnellate di cartone nel 2022

21 - Forest Stewardship Council, ente preposto a garantire il rispetto di rigorosi standard ambientali, sociali ed economici nella gestione delle foreste

22 - I dati relativi ai consumi di carta del presente paragrafo si riferiscono alle società estere del Gruppo, ad eccezione delle commerciali estere presenti in Giappone, Olanda, Portogallo e Svezia. Tali dati sono non materiali. I consumi di carta da ufficio relativi alle società italiane sono inclusi nei quantitativi di carta delle tabelle relative a packaging e imballaggi.

e la relativa produzione di rifiuti.

Gran parte della movimentazione logistica su gomma, tra le varie società del Gruppo, fatta eccezione di quella che utilizza specifici cartoni, è effettuata su pallet in plastica, di qualità e duraturi nel tempo, utilizzati a ciclo chiuso per diversi anni. Inoltre, è stata adottata una procedura per il ricondizionamento dei pallet in legno rotti, e il Gruppo si occupa del recupero e riciclo dei pallet "a perdere".

Nel contesto dell'impegno che il Gruppo dimostra rispetto alla graduale riduzione dei materiali monouso, nel corso del 2021, ai clienti nei negozi venivano offerte borse di cotone riutilizzabili in alternativa alle shopper prodotte con carta FSC.

Tutti gli imballaggi in cartone, svuotati nei magazzini

del Gruppo, vengono riciclati da operatori specializzati. L'obiettivo del Gruppo Calzedonia è quello di massimizzare l'utilizzo di materiali rinnovabili e di favorire il riciclo di quelli non rinnovabili.

Nel corso del 2021 il Gruppo ha sostituito gran parte della plastica del proprio packaging da vergine a riciclata; ma a causa dei lunghi tempi di approvvigionamento del materiale, gli effetti di questa operazione sono visibili solo nel 2022 con un incremento dell'uso di plastica riciclata dallo 0% del 2021 al 29% del 2022.

Le forniture sono sviluppate cercando di evitare il più possibile incollaggi e assemblaggi non reversibili tra materiali diversi, favorendo la differenziazione e il riciclo degli stessi a fine vita.



Di seguito sono riportati i quantitativi di imballaggi per tipologia utilizzati dal Gruppo nel periodo di rendicontazione.

Packaging (t)

	2020	2021	2022
Carta	4.829	5.339	5.838
Di cui FSC/riciclata	52%	70%	76%
Cartone	4.856	5.941	6.850
Di cui FSC/riciclata	39%	87%	93%
Legno	962	1.475	1.547
Plastica	1.327	1.528	1.657
Di cui riciclata	0%	1%	29%
Metallo	58	71	65
Tessile	22	52	127
Altro	155	170	286
Totale	12.209	14.576	16.370

L'organizzazione ha ridotto da tempo del 35% lo spessore dei sacchetti in plastica utilizzati per trasportare i capi e del 20% quello dei film impiegati per la protezione dei colli in spedizione, nonché la grammatura della carta stampabile.

Per il 2023 sono in corso di accertamento le seguenti attività:

- nuova confezione per salvapiède e pedulino Calzedonia per rimuovere il gancio in plastica;
- utilizzo della fascetta di carta per i capi Intimissimi in sostituzione al sacchetto di plastica;
- carta politenata per confezionare calze e collant Calzedonia e Tezenis in sostituzione al polybag in PP;

- eliminazione del film termico nei magazzini di Castagnaro e Vallese.

Arredi e complementi

Nell'ambito del processo di ideazione e realizzazione dei format di arredo, il Gruppo predilige l'utilizzo di complementi di arredo con ridotti impatti ambientali. Già a partire dalla fase di progettazione, Calzedonia considera l'intero ciclo di vita dei diversi complementi - dalla loro fase produttiva, al loro smaltimento - cercando di favorire processi virtuosi.

Inoltre, il Gruppo pone una sempre maggiore attenzione alla ricerca di materiali reperibili nelle vicinanze dei negozi in modo tale da supportare la comunità locale e

minimizzare anche l'impatto sull'ambiente connesso ai trasporti. Ad esempio, a partire dal 2018, i negozi presenti sul mercato asiatico, precedentemente riforniti da fornitori europei, vengono arredati preferibilmente con mobili prodotti in Cina, con conseguente abbattimento delle emissioni associate alle spedizioni.

Il Gruppo impiega sempre più frequentemente pannelli certificati FSC, collanti esenti da formaldeide e privi di metalli pesanti e laccature realizzate quasi esclusivamente ad acqua. Inoltre, sono preferite vernici atossiche a base acquosa, non contenenti piombo e sistemi di recupero delle polveri.

I fornitori di **componentistica** in ceramica adottano il sistema di gestione ambientale in linea con gli standard UNI ISO 140001. Sono inoltre certificati LEED, ECOLABEL e ISPM-15 FAO standard²³.

Gli elementi in **metallo** vengono acquistati principalmente da fornitori con certificazioni ISO14001 and OHSAS 18001, che ne garantiscono la provenienza da alte percentuali di riciclo e prive di piombo. I materiali di scarto della lavorazione possono essere destinati così, a loro volta, al riciclo completo.

Anche i materiali impiegati per la realizzazione delle parti **architettoniche** vengono gestiti nel rispetto dei più elevati standard di sicurezza e di compatibilità ambientale, nonché smaltiti in base agli stessi principi di sostenibilità presso strutture adeguate. Per fare un esempio, come già anticipato nel paragrafo precedente, le pitture murali utilizzate sono esclusivamente a base d'acqua.

Tutti i fornitori di **pavimenti** sono certificati ISO 14001, ISO 14021, ISO 9001 con marchio di qualità ecologica Ecolabel - Regolamento Europeo che stabilisce i criteri di politica ambientale e industriale - e sono membri del Green Building Council Italia, sistema di adesione volontario

²³ - Fa eccezione un solo fornitore che attualmente non è certificato ma sta lavorando in un'ottica di riduzione delle proprie emissioni di CO_{2e}.

per le imprese, che permette di attuare una precisa politica aziendale di sviluppo sostenibile.

I fornitori di **legno** dichiarano che tutti i pannelli e i materiali utilizzati per la produzione dei loro articoli sono conformi alla norma UNI EN 13986 e rispettano la soglia di formaldeide ivi indicata.

Come si può osservare dalla tabella di seguito riportata, i materiali di arredo impiegati nel 2022 per gli allestimenti di negozi sono costituiti da pavimenti in ceramica (36%), metalli (25%), legno (24%) e plastica (10%).

Tutti gli scarti delle lavorazioni legate all'arredo sono smaltiti da enti specializzati nel trattamento differenziato dei rifiuti o, in casi come quello del legno massello esente da colle, impiegati per il riscaldamento dei capannoni produttivi durante i mesi invernali. Infatti, le forniture sono sviluppate cercando di evitare il più possibile incollaggi e assemblaggi non reversibili tra materiali diversi, favorendo la differenziazione e il riciclo degli stessi a fine vita.

In alcuni casi, gli arredi e il mobilio vengono riutilizzati per il rinnovo di alcuni punti vendita o destinati ad enti e associazioni. È questo il caso degli arredamenti dei negozi del Progetto QUID, associazione di promozione sociale, con cui il Gruppo collabora da diversi anni supportando progetti di reinserimento, nel mondo del lavoro, di persone con situazione di fragilità.

Nel corso del 2021 il Gruppo ha intrapreso un percorso di certificazione dei propri negozi in ottica di sostenibilità. Due punti vendita del marchio Falconeri sono stati certificati BREEAM²⁴ con valutazione "Very Good". Questo primo risultato ha permesso, da un lato di verificare e confermare le buone pratiche adottate dal Gruppo nel design nei negozi e dall'altro ha fornito nuovi spunti di miglioramento sia nella progettazione che nella gestione dei punti vendita. A seguito di questa esperienza il Gruppo Calzedonia ha deciso di creare dei manuali sulla sostenibilità dei propri negozi che permettano di raccogliere tutte le best practice sulla creazione e gestione dei punti vendita al fine di condividerle con i gestori e gli affiliati.

Tipologia di materiali di arredo (t)

	2020	2021	2022
Pavimenti in ceramica	853	1.346	1.723
Metallo	630	1.054	1.199
Legno	454	805	1.156
Plastica	236	328	460
Carta	60	99	128
Materiali misti	45	69	98
Vetro	24	59	17
Totale	2.302	3.760	4.781

24 - BREEAM è uno degli standard progettuali edilizi più diffuso al mondo per la valutazione d'impatto ambientale degli edifici.



Il rispetto dell'ambiente nei negozi e nelle fabbriche²⁵

Il Gruppo Calzedonia è attento alla cura e alla funzionalità dei propri negozi al fine di garantire un'esperienza d'acquisto piacevole per i propri clienti e un luogo di lavoro dignitoso per i propri collaboratori e collaboratrici.

Proprio per questo motivo il Gruppo presta particolare attenzione alle fasi di progettazione, di realizzazione e ristrutturazione dei punti vendita. Uno occhio di riguardo è sempre volto al miglioramento delle logiche di sostenibilità presenti al fine di incrementare l'efficacia delle linee d'azione intraprese.

La progettazione dei punti vendita è affidata a dipartimenti interni, la quale integra attraverso appositi processi, le esigenze energetiche, architettoniche, impiantistiche ed amministrative, oltre a considerare la corretta distribuzione degli spazi (area vendita, magazzino e staff-room). I negozi vengono altresì progettati con la collaborazione di liberi professionisti qualificati al fine d'aderire al meglio alle normative vigenti nei vari Paesi in materia urbanistica, energetica e di salute e sicurezza sul luogo di lavoro.

Per le fabbriche del Gruppo dislocate nel mondo, l'impegno è quello di individuare la migliore tecnologia edilizia disponibile sul mercato al fine di garantire condizioni di lavoro ottimali per i dipendenti, scegliendo macchine ed impianti efficienti in termini di prestazioni in senso lato (ed energetico).

Il Gruppo Calzedonia si adopera (per tutti i suoi stabilimenti in Italia e non) nell'avere standard costruttivi allineati alle prescrizioni italiane ed europee. Per gli stabili più datati sono in corso, ad esempio, progetti di aggiornamento e miglioramento dell'efficienza energetica.

Alcune società produttive del Gruppo, a sostegno di quanto dichiarato finora, hanno aderito volontariamente

al processo per l'ottenimento della certificazione ISO 14001 implementando un Sistema di Gestione Ambientale specifico. Nel corso del 2022 anche il brand Falconeri ha ottenuto la certificazione ambientale ISO 14001 per la fabbrica di Avio (rappresentativo di una porzione importante della propria supply chain), insieme al calzificio Trever SpA ed alla tintoria Ti.bel SpA.

Consumi idrici

Le attività del Gruppo Calzedonia, in linea con il settore, richiedono rilevanti quantità di risorse idriche. Consci di ciò ci impegniamo da anni nella razionalizzazione dei consumi nei processi produttivi e nei servizi ausiliari delle proprie sedi.

Esistono due tipologie di consumi della risorsa idrica legati alle attività del Gruppo: quelli derivanti da processi industriali (come la tintura, il lavaggio e la stiratura) e quelli per scopi sanitari.

Nella maggior parte degli stabilimenti, dove non vi sono rilevanti consumi idrici per la produzione e dove sono disponibili sistemi idrici locali, l'acqua viene prelevata dagli acquedotti, viene utilizzata principalmente per usi igienico-sanitari e viene, in seguito, scaricata nei sistemi fognari.

Negli stabilimenti dove vi sono, invece, rilevanti consumi di acqua legati a processi industriali, come ad esempio i siti di tintura e siti di produzione con lavaggio e finissaggio, l'acqua viene prelevata da pozzi sotterranei ed infine depurata in impianti di trattamento (se necessario) per poi essere rilasciata nella rete fognaria.

In tutti i casi, le acque reflue vengono scaricate nel rispetto dei parametri chimici e fisici previsti dalle leggi locali. In particolare, negli stabilimenti in cui sono presenti impianti di trattamento delle acque, ogni giorno i addetti specializzati analizzano i principali parametri chimici e fisici delle acque reflue con strumenti specifici. Inoltre, ogni tre mesi vengono inviati campioni di acque reflue a

laboratori certificati esterni per essere analizzati.

Qualora vi sia scarico nelle acque superficiali (come fiumi) - come permesso dalla legge locale - i parametri di riferimento sono i più restrittivi.

Negli stabilimenti con il maggior consumo di acqua, il Gruppo cerca nuove soluzioni per ridurre l'utilizzo e migliorare i parametri delle acque reflue. Per raggiungere questi obiettivi, il Gruppo Calzedonia coinvolge tutti gli attori del processo industriale, ad esempio i designer di tintura che sviluppano nuovi programmi e ricette per l'impiego di coloranti e prodotti con un minor utilizzo d'acqua.

Oltre ai progetti interni, il Gruppo Calzedonia collabora con i produttori di coloranti ed ausiliari per ricercare nuove soluzioni riguardanti i parametri chimici e l'acqua utilizzata.

Per migliorare la gestione delle risorse idriche il Gruppo si adopera nel rinnovamento delle tecnologie, nel miglioramento del dispendio idrico per l'utilizzo dei materiali, nell'incremento degli impianti di depurazione e nell'individuazione di nuove progettualità per il riutilizzo degli scarti.

Il Gruppo nel 2022 ha prelevato complessivamente 2.357 megalitri. Le fabbriche contribuiscono al 98% dei prelievi mentre la restante quota parte è da attribuirsi alle sedi e alle filiali commerciali.

L'aumento riscontrato nei prelievi fra il 2020 e il 2022 è imputabile principalmente al mix produttivo delle nostre tintorie, oltre che ad un aumento dei volumi dei capi prodotti.

²⁵ - I dati ambientali riportati nel presente capitolo non includono quelli relativi allo stabilimento produttivo in Etiopia che, a causa dell'attuale instabilità geopolitica, risulta temporaneamente chiuso e pertanto non è stato possibile organizzare la raccolta dati.

Prelievo idrico per fonte (Megalitri)²⁶

Fonte	2020		2021		2022	
	Tutte le aree	Aree a stress idrico	Tutte le aree	Aree a stress idrico	Tutte le aree	Aree a stress idrico
Acque di superficie	3	-	4	-	37	-
Acqua dolce	-	-	0,3	-	37	-
Altra acqua	3	-	3,7	-	-	-
Acque sotterranee	1.329	77	1.425	316	1.824	93
Acqua dolce	558	-	512	-	678	-
Altra acqua	771	76	913	316	1146	93
Acqua prodotta	48	1	6	-	1	7
Acqua dolce	-	1	-	-	-	-
Altra acqua	48	-	6	-	1	7
Acqua da acquedotto	268	9	289	13	328	55
Acqua dolce	233	9	235	13	282	55
Altra acqua	35	-	54	-	46	-
Altre fonti	-	-	1	-	12	-
Acqua dolce	-	-	-	-	12	-
Altra acqua	-	-	1	-	-	-
Totale	1.648	86	1.725	329	2.202	155

Nella consapevolezza che le tintorie sono tra le fabbriche che comportano un maggior impatto ambientale, il Gruppo si impegna a limitarne e contenerne gli effetti negativi sull'ambiente, in particolare:

- coinvolgendo le figure chiave del processo industriale, a partire dai designer di tintura che sviluppano nuovi programmi e ricette di tintura affinché utilizzino coloranti e prodotti a minor dispendio idrico;
- trattando i reflui di processo prima del rilascio nell'ambiente;
- riutilizzando il calore delle acque di scarico del ciclo tintoriale per i processi produttivi successivi grazie a sistemi di recupero;
- recuperando i fumi di caldaia contenenti CO₂ per regolarizzare il pH dell'acqua nel depuratore senza ricorrere a prodotti acidi chimici;
- essiccando e disoleando i fanghi derivanti dal depuratore biologico per ridurre la quantità da smaltire. Grazie a queste procedure viene evitato lo smaltimento di circa 259 tonnellate di fango all'anno. In un impianto specifico i resti essiccati vengono riutilizzati per la produzione dell'asfalto.

Inoltre, presso uno dei nostri stabilimenti, è in corso uno studio diretto a identificare possibili sistemi di riutilizzo dell'acqua, successivi al processo di depurazione, che permetterebbero di riutilizzare fino al 90% dei volumi di acqua in ingresso.

²⁶ - Per acqua dolce si intende acqua con una concentrazione di solidi disciolti totali TSS ≤1,000 mg/L; altre acque (TSS>1,000 mg/L). Per identificare le strutture che si trovano in aree a stress idrico è stato utilizzato lo strumento "Aqueduct Water Risk Atlas" del World Resources Institute. È esclusa l'acqua dei negozi per i quali non sono disponibili i dati di consumo in quanto la fatturazione avviene indirettamente tramite il canone di affitto o se il punto vendita è gestito dai centri commerciali ospitanti.

La gestione responsabile dei rifiuti

Il Gruppo Calzedonia è consapevole della necessità di prestare attenzione non solo ai consumi di risorse naturali, ma anche ai sottoprodotti delle proprie attività.

L'attenzione di tutte le società del Gruppo rispetto al proprio impatto ambientale è elevata, per questo molta attenzione viene riposta anche nella corretta gestione dei rifiuti prodotti, la quale risulta perfettamente a norma di legge.

Ogni unità produttiva è dotata, per esempio, di appositi contenitori (containers, press-containers, cassonetti, ecc.) e si impegna a differenziare il più possibile la raccolta dei rifiuti prodotti, suddividendoli per tipologia, gli industriali da quelli domestici, quelli ordinari dai derivanti da attività di lavoro o manutenzione e, soprattutto, quelli pericolosi dai non pericolosi.

Questa metodologia permette una classificazione più precisa del rifiuto, utile soprattutto nella fase di smaltimento affidata a diversi fornitori specializzati, i quali ne garantiscono il corretto trattamento, riducendo il rischio di inquinamento su ambiente e persone. Nella maggior parte dei casi i rifiuti prodotti vengono preparati per operazioni di recupero o riciclaggio e, solamente quando ciò non è possibile, vengono smaltiti in discarica.

I rifiuti complessivamente generati dalle attività del Gruppo sono principalmente costituiti da fanghi ed acque reflue, sfridi tessili e materiali di imballaggio, riconducibili per il 61% alle filiali produttive.

I rifiuti totali prodotti nel 2022 sono circa 21,9 mila tonnellate e sono classificabili come non pericolosi per la quasi totalità.

LE PARTNERSHIP PER LA CIRCOLARITÀ

Nel corso del 2022, nelle unità che producono la maggior quantità di scarti tessili, è stato avviato un nuovo progetto finalizzato al riutilizzo degli stessi, Pre and Post User, con la collaborazione di una azienda terza, IGERS, nel pieno rispetto della normativa locale. In particolare, in ottica di economia circolare, il Gruppo Calzedonia sta lavorando per avviare una serie di test volti a verificare la capacità di recupero e reimpiego dei materiali derivanti dai rifiuti tessili.

Inoltre, con la collaborazione della società specializzata ESO, il Gruppo sta valutando la possibilità di differenziare

ulteriormente la raccolta dei rifiuti urbani presso le sedi ai fini di estrarre materiali specifici da riutilizzare per usi diversi da quelli per i quali sono stati creati. Ad esempio, con la raccolta di vecchie scarpe da ginnastica, è possibile realizzare un fondo gommato sintetico per piste di atletica leggera.

Rifiuti prodotti (t)²⁷

	2020	2021	2022
Rifiuti pericolosi	108	189	237
Acque reflue e fanghi	7	8	61
Rifiuti tessili	12	10	22
Rifiuti da trattamento fumi	-	-	60
Contenitori prodotti chimici	8	7	8
Oli	27	98	18
Rifiuti da materiale elettrico	17	27	6
Toner e cartucce	4	5	5
Altro	40	34	57
Rifiuti non pericolosi	16.517	20.723	21.938
Acque reflue e fanghi	1.977	2.203	2.165
Carta e cartone	8.032	8.126	9.141
Rifiuti tessili	4.432	2.059	5.772
Plastica	616	248	597
Packaging	689	585	431
Rifiuti da trattamento fumi	140	9	-
Metalli	105	346	200
Rifiuti organici	685	1.275	787
Rifiuti da demolizione e costruzione	88	169	469
Scarti multimateriale	686	485	520
Altro	1.044	1.789	1.856
Totale	16.623	20.912	21.938

Per quanto riguarda le metodologie di smaltimento, il 54% dei rifiuti prodotti è stato avviato al riciclo e riuso, mentre il 43% è confluito in discarica. Da notare, inoltre, un miglioramento nella tracciabilità e nella rendicontazione dei dati: rispetto agli anni precedenti il Gruppo è riuscito a tracciare il fine vita dell'97%²⁸ dei rifiuti prodotti.

Nella tabella seguente viene mostrata la modalità di recupero dei rifiuti non destinati a smaltimento²⁹. Come si evince dalla tabella seguente, il 41% di essi viene riciclato, il 25% viene preparato per un nuovo utilizzo e il 33% viene gestito in altro modo. Grazie a diverse collaborazioni con università e aziende specializzate anche per il 2022 l'incidenza dei rifiuti destinati al riciclo ed al riutilizzo rimane pari al 67%, in aumento rispetto al 2020 (45%).

27 - I dati non includono i rifiuti gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate locali. Le categorie "Altro" includono rifiuti speciali pericolosi o non pericolosi non direttamente riconducibili alle altre categorie presenti in tabella in quanto codificati secondo altri codici CER. Le categorie di rifiuti "Acque reflue e fanghi" a seguito del cambio di standard GRI non devono essere contabilizzati nella categoria, ma sono comunque stati inseriti in tabella per confrontabilità con i dati 2019

28 - La quota parte restante è stata affidata a fornitori autorizzati per le quali non sono note le modalità di smaltimento finale.

29 - La differenza tra il totale dei rifiuti non destinati a smaltimento della tabella "Rifiuti prodotti" e il totale della tabella "Rifiuti non destinati a smaltimento mediante operazione di recupero (t)" è dovuta al fatto che le operazioni di recupero sono svolte per lo più presso siti esterni dai quali l'organizzazione non è sempre in grado di reperire i dati.

Nell’ottica di ridurre gli sprechi e valorizzare gli scarti prodotti è fondamentale individuare le migliori strategie che permettano il riutilizzo dei materiali. Un esempio concreto riguarda i pallet in plastica o i cartoni per le operazioni inter-company, i quali vengono riutilizzati fino a 10 volte. Grazie a quest’ultima iniziativa, il Gruppo è riuscito ad evitare 318 tonnellate di rifiuti di cartone.

Inoltre, il Gruppo sta lavorando allo sviluppo di differenti tecnologie che permettano di ricavare nuove risorse a partire dal riciclo di ciò che altrimenti diverrebbe un rifiuto.

Nella tabella seguente vengono presentate la modalità di gestione dei rifiuti destinati a smaltimento³⁰. Per questa categoria di rifiuti il Gruppo ricorre alla discarica per il 34% del peso di essi e all’incenerimento per il 19%.

Rifiuti non destinati a smaltimento mediante operazione di recupero (t)

2022			
	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi	3	86	89
Preparazione per il riutilizzo	-	17	17
Riciclo	3	3	6
Altre operazioni	-	66	66
Rifiuti non pericolosi	1.086	10.759	11.845
Preparazione per il riutilizzo	-	3.011	3.011
Riciclo	1.086	3.870	4.956
Altre operazioni	-	3.878	3.878
Totale	1.089	10.845	11.934

30 - La differenza tra il totale dei rifiuti non destinati a smaltimento della tabella “Rifiuti prodotti” e il totale della tabella “Rifiuti non destinati a smaltimento mediante operazione di recupero (t)” è dovuta al fatto che le operazioni di recupero sono svolte per lo più presso siti esterni dai quali l’organizzazione non è sempre in grado di reperire i dati.

Nel 2022 è stata riattivata la politica di contenimento dei rifiuti in tutte le unità produttive, sospesa per motivi di igiene e sicurezza nel periodo di pandemia 2020/2021. Nello specifico sono state previste le seguenti iniziative ed azioni:

- introduzione di distributori d'acqua per diminuire il consumo di bottiglie di plastica usa e getta, fornendo ai dipendenti bottiglie per uso personale;
- sostituzione delle stoviglie in plastica con stoviglie in materiale compostabile ecosostenibile nelle mense;
- eliminazione di bottiglie, bicchieri e cucchiaini di plastica all'interno dei distributori automatici, sostituiti con alternative prodotte con materiali ecosostenibili;
- sostituzione delle fascette in plastica per gli imballaggi con fascette in carta;
- riutilizzo delle scatole di cartone impiegate nelle spedizioni, nell'archiviazione e nello stoccaggio della merce in magazzino;
- riutilizzo dei fogli di stampa per block-notes e/o stampe su entrambi i lati dello stesso foglio.

Rifiuti destinati allo smaltimento mediante operazioni di smaltimento (t)

2022			
	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi	-	733	733
Incenerimento (con recupero di energia)	-	-	-
Incenerimento (senza recupero di energia)	-	-	-
Conferimento in discarica	-	648	648
Altre operazioni	-	85	85
Rifiuti non pericolosi	591	7.965	8.556
Incenerimento (con recupero di energia)	480	1.250	1.730
Incenerimento (senza recupero di energia)	-	-	-
Conferimento in discarica	-	2.438	2.438
Altre operazioni	111	4.277	4.388
Totale	591	8.698	9.289

Consumi energetici ed emissioni

I consumi energetici del Gruppo derivano principalmente dagli impianti produttivi, dall'illuminazione, dal riscaldamento e dal raffreddamento degli ambienti di lavoro. A questi consumi si aggiungono quelli di carburante dei mezzi aziendali e logistici di proprietà, i quali effettuano i trasporti interni tra i diversi stabilimenti del Gruppo.

Relativamente ai soli consumi energetici, siano essi di energia elettrica o energia termica, per tutti gli impianti sono attivi sistemi di gestione e monitoraggio da remoto. In questo modo, Il Gruppo riesce a controllare le modalità di funzionamento e pianifica gli interventi qualora siano riscontrate delle anomalie. Una volta analizzati i consumi storicizzati dai sistemi di monitoraggio energetico, si effettuano studi di fattibilità al fine di valutare efficientamenti e nuove installazioni di impianti di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili.

Nel 2020 è iniziato un piano quinquennale di investimenti del valore complessivo di circa 7 milioni di euro, che prevede l'autoproduzione di energia da fonte rinnovabile, da un lato, e l'efficientamento dei consumi energetici dall'altro. L'elenco di proposte per interventi di efficientamento energetico ed ambientale è oggetto di aggiornamento continuo. In questo modo, la Direzione riesce a determinare le modalità, gli investimenti e le tempistiche per raggiungere gli obiettivi preposti in base alle priorità.

Annualmente, il Gruppo redige un report di analisi energetica sulla base dei dati relativi alle misurazioni energetiche per verificare le efficienze impiantistiche dei vari stabilimenti produttivi. Dopo aver implementato una miglioria, sia essa solo di carattere gestionale o di manutenzione straordinaria come la sostituzione di apparecchiatura, viene verificata l'efficacia dell'intervento sempre tramite misurazioni energetiche.

Per valutare il risultato, si utilizzano indicatori energetici

pre e post-intervento, come ad esempio, le temperature esterne, i kg di filato, i metri quadrati o le ore di funzionamento.

Gli interventi che hanno determinato buoni risultati possono poi essere replicati anche in altri stabilimenti al fine di aumentarne l'impatto positivo. Ogni intervento di miglioramento viene effettuato tramite la collaborazione tra fornitori esterni ed il personale interno addetto alle manutenzioni o alla gestione dello specifico stabilimento.

I pilastri di una corretta gestione energetica sono sicuramente il rispetto delle normative relative alla manutenzione degli edifici e dei relativi impianti, la verifica del corretto funzionamento e il corretto utilizzo da parte dell'utente finale, come per esempio nel caso della regolazione climatica degli ambienti interni.

In funzione delle esigenze operative e delle diverse aree geografiche in cui sono collocati i siti produttivi del Gruppo le fonti energetiche disponibili variano.

Generalmente, il Gruppo Calzedonia cerca di utilizzare tecnologie che prevedono l'uso di combustibile fossile solo nel caso in cui non vi sia alternativa. La fonte non rinnovabile viene infatti impiegata, oltre che per la movimentazione di gran parte della flotta aziendale, per il funzionamento degli impianti termici, la produzione di vapore ad uso industriale e la produzione di acqua calda per il riscaldamento.

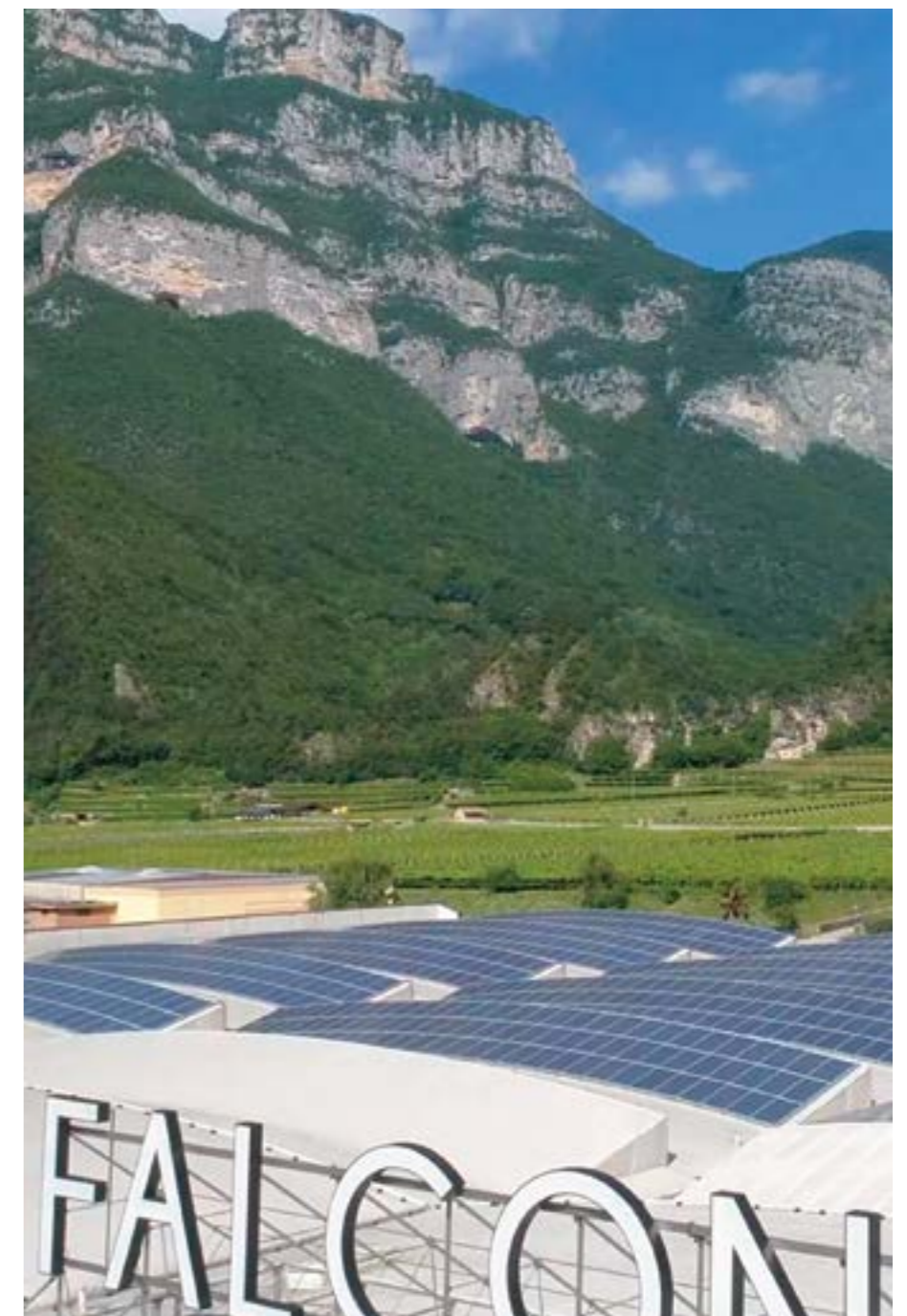
Negli stabilimenti dove sono presenti impianti termici a combustione fossile vengono effettuate periodiche manutenzioni per assicurarne il corretto funzionamento e vengono effettuate misurazioni sulle caratteristiche di combustione dei bruciatori (secondo normative locali o secondo controlli preventivi).

Il 64% dei consumi energetici diretti è legato alle attività produttive, le quali coinvolgono il 61% dei dipendenti del Gruppo.

Nel 2022 gli autoconsumi da energia solare-fotovoltaica

sono stati pari a 10.092 GJ e hanno permesso di evitare circa 883 tonnellate di CO₂e. Sono in fase di studio progetti diretti ad ampliare la quota di auto-produzione energetica da fonti rinnovabili in particolare nei Paesi in cui l'accesso all'energia è compromesso da carenze infrastrutturali (e.g. Sri Lanka).

ENERGIA AUTOPRODOTTA 10.092 GJ



Consumi elettrici rinnovabili del Gruppo Calzedonia

Il Gruppo, da anni, cerca di riorientare le proprie scelte energetiche verso approvvigionamenti a zero emissioni. Nel 2022 infatti, il Gruppo ha utilizzato elettricità rinnovabile certificata, la cui origine è garantita all'acquisto in tutti i Paesi in cui opera. Ad oggi questo avviene in circa 17 Paesi³¹ nel mondo, 14³² dei quali in maniera integrale. In generale, i consumi di energia elettrica del Gruppo provengono per il 76% da fonti rinnovabili.

Nel 2022 il 76% dell'elettricità acquistata a livello globale proviene da fonti rinnovabili, e il Gruppo si è posto l'obiettivo di raggiungere quota 100% entro il 2030.

Nel 2022 i consumi energetici totali del Gruppo sono stati complessivamente pari a 1.544.617 GJ.



31 - Austria, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Regno Unito, Italia, Olanda, Polonia, Portogallo, Serbia, Spagna, Sri Lanka, Svezia, USA.

32 - Austria, Belgio, Bosnia Erzegovina, Brasile, Bulgaria, Cina, Croazia, Francia, Germania, Regno Unito, Olanda, Polonia, Svezia, Turchia.

Consumi energetici diretti e indiretti (Gj)

	2020	2021	2022
Consumi energetici diretti	704.024	783.109	831.127
Da fonti non rinnovabili³³:	498.141	571.629	607.430
Gas naturale	470.175	535.626	515.586
Gasolio	14.447	22.480	71.936
GPL	13.519	13.523	19.908
Da flotta e mezzi aziendali	196.610	202.165	213.605
Auto a benzina	13.051	22.993	36.937
Auto a gasolio	47.136	44.459	38.971
Auto a metano	10	17,98	4,57
Van a benzina	33	-	-
Van a gasolio	79.512	67.009	57.729
Bus a gasolio	49.806	54.679	60.263
Aerei	7.062	13.008	18.715
Altri mezzi industriali	-	-	985
Da fonti rinnovabili:	9.273	9.315	10.092
Energia solare fotovoltaica	9.273	9.315	10.092
Consumi energetici indiretti	583.561	657.501	713.489
Elettricità	581.008	653.330	709.716
di cui da fonti non rinnovabili	301.036	268.617	173.528
di cui per le auto elettriche	-	-	0,45
di cui da fonti rinnovabili	279.972	384.713	536.188
Energia termica	2.553	4.171	3.773
di cui da fonti non rinnovabili	2.265	3.088	3.003
di cui da fonti rinnovabili	288	1.083	770
Consumi totali	1.287.585	1.440.610	1.544.617

Come si può evincere dalla tabella, i consumi energetici seguono un trend di crescita, giustificato dalla continua espansione del Gruppo e dall'aumento delle produzioni dei capi di abbigliamento. Il trend interessa anche il consumo di gasolio che è aumentato nel 2022 del 220% rispetto all'anno precedente. Questo aumento è motivato dalla grave crisi di Stato scoppiata in Sri Lanka ed al forte contingentamento dell'elettricità nelle reti pubbliche che hanno costretto il Gruppo ad utilizzare generatori a gasolio per mantenere l'operatività delle 5 fabbriche presenti nella nazione.

Per quanto riguarda le emissioni dirette del Gruppo queste derivano per la maggior parte dai consumi di combustibili non rinnovabili utilizzati negli impianti termici per la produzione di vapore ad uso industriale e per la produzione di acqua calda per il riscaldamento (70% del totale). Seguono poi le emissioni dovute alla movimentazione della flotta aziendale, rappresentanti il rimanente 30%.

Il Gruppo Calzedonia nella volontà di diminuire il proprio impatto ambientale sta incrementando la percentuale di elettricità proveniente da fonti rinnovabili utilizzata in tutta la propria Supply Chain. Nello specifico, nel 2022 in tutti gli stabilimenti produttivi del Gruppo è stato utilizzato il 76% di elettricità proveniente da fonti rinnovabili (collegati con la produzione del 77% dei capi prodotti nell'anno).

Per il calcolo delle emissioni indirette il Gruppo ha impiegato le metodologie Location-based e Market-based. La prima considera il contributo dei fattori di emissione medi della rete di distribuzione utilizzata dall'organizzazione per i propri consumi di energia elettrica.

³³ - Sono esclusi il gas naturale per il riscaldamento e l'energia elettrica dei negozi per i quali non sono disponibili i dati di consumo in quanto la fatturazione avviene indirettamente tramite il canone di affitto o se il punto vendita è gestito dai centri commerciali ospitanti.

La seconda considera, invece, il contributo dei fattori di emissione che un'organizzazione ha intenzionalmente scelto con forma contrattuale per i propri consumi di energia elettrica e, nel caso di acquisto di energia certificata come rinnovabile, il fattore emissivo è nullo.

Nella tabella seguente vengono presentate le emissioni dirette e indirette (Scope 1 e 2³⁴) del Gruppo, pari a 67.289 tonnellate di CO_{2e} per il 2022.

CARBON NEUTRALITY		
EMISSIONI (tCO _{2e}) Scope 1 e 2 ³⁴		
Prodotte	Compensate	Finali
67.289	70.000	-2.711

Il box sopra esplicita un nostro importante traguardo raggiunto: la Carbon Neutrality. Essere neutrali nelle emissioni di carbonio significa aver raggiunto una situazione di equilibrio in cui le emissioni carboniche rilasciate nell'atmosfera dalle attività sotto il nostro controllo diretto sono state completamente compensate grazie a molteplici progetti paralleli (riforestazione, energia rinnovabile, etc).

34 - Secondo la metodologia Market Based.

35 - I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono stati pubblicati da TERNA (Confronti internazionali 2019), European residual mix 2021 (AIB 2022) e DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs - 2022).

36 - I dati del 2021 relativi alle emissioni della flotta e mezzi aziendali sono stati oggetto di riesposizione.

Emissioni dirette e indirette - Scope 1 e 2 (t CO_{2e})

	2020	2021	2022 ³⁵
Emissioni dirette (Scope 1)	37.451	44.424	46.287
Da fonti non rinnovabili:	24.758	29.770	32.148
Gas naturale	22.969	27.524	26.143
Gasolio	965,4	1.494	4.819
GPL	822,77	751,28	1.186
Da flotta e mezzi aziendali	13.134	13.587³⁶	14.139
Auto a benzina	831	1.538	2.331
Auto a gasolio	3.147	2.960	2.611
Auto a metano	1	1	0
Van a benzina	2	-	-
Van a gasolio	5.313	4.478	3.867
Bus a gasolio	3.328	3.664	4.037
Aerei	512	942	1.290
Altri mezzi	0	3	3
Emissioni indirette³⁴ (Scope 2)	43.343	34.740	21.001
Elettricità - Location based	60.231	63.800	68.728
Elettricità - Market based	43.234	35.949	20.859
Energia termica - Location based	122	200	179
Energia termica - Market based	109	148	142
Emissioni finali (Scope 1 e 2) Market based	80.794	79.164	67.289

Per quanto riguarda le emissioni dirette l'aumento totale pari circa al 4% è dovuto, come già anticipato, alla necessità di utilizzare gasolio per far funzionare i gruppi di continuità nelle fabbriche in Sri Lanka a causa della mancanza di elettricità nella rete elettrica pubblica (a seguito della crisi economica e politica scoppiata nel 2022).

Si può notare invece come le emissioni indirette siano diminuite del 40%, in linea con il trend degli ultimi anni, grazie all'acquisto sempre maggiore di elettricità proveniente da fonti rinnovabili certificate mediante certificati di garanzia d'origine. Il Gruppo Calzedonia, infatti, utilizza circa il 76% di elettricità rinnovabile evitando l'emissione di oltre 47.900 tonnellate di CO₂e.

RIFORESTAZIONE

Nel 2022 il Gruppo Calzedonia è riuscito nell'intento, dichiarato nel 2021, di compensare tutte le emissioni dirette e indirette di gas serra (Scope 1 e 2) prodotte dal Gruppo. Il risultato è stato raggiunto attraverso il finanziamento di progetti di riforestazione e di produzione di energia rinnovabile che hanno compensato 70.000 tonnellate di CO₂.

Un importante contributo al raggiungimento dell'obiettivo arriva dalla scelta di investire in questo progetto la totalità dei guadagni derivanti dalla vendita, all'interno dei negozi a marchio Calzedonia, Intimissimi, Tezenis e Outlet del Gruppo, delle shopper in carta (tutte realizzate con carta certificata FSC, ovvero derivante da legno proveniente da foreste gestite in maniera sostenibile). Gli oltre 61 milioni di pezzi venduti hanno contribuito al finanziamento di due diversi progetti di riforestazione:

- piantagione forestale "Guanaré", dove è stata riforestata un'area di 21.291 ettari, la quale ha creato

una compensazione di 8.000 tonnellate di CO₂;

- rimboschimento di 14.969 ettari mediante Mangalam Timber Products Limited (MTPL) di alcune zone degradate, il quale ha compensato 26.000 tonnellate di CO₂.

Infine, è stata sostenuta l'implementazione di una centrale di produzione di elettricità rinnovabile in Sri Lanka, attraverso la costruzione e la gestione di sette turbine da 1,5 MW per una potenza nominale complessiva del sito pari a 10.5 MW. Quest'ultima produzione di energia rinnovabile di tipo eolico e fotovoltaico ha compensato 36.000 tonnellate di CO₂. Attraverso questo circolo virtuoso quindi, il Gruppo Calzedonia non ha solo contribuito a sequestrare CO₂ dall'atmosfera, ma ha anche supportato la creazione di posti di lavoro per le popolazioni locali e la riduzione della dipendenza dai combustibili fossili.



Il Gruppo, al fine di calcolare la propria impronta energetica e carbonica, ha rapportato i propri consumi ed emissioni al numero di capi prodotti internamente.

L'intensità energetica di ogni capo prodotto è diminuita del 21% rispetto al 2021 a seguito di molte iniziative legate all'efficientamento (guidate anche da un eccezionale aumento dei costi legati all'energia) e da un aumento generalizzato della produzione che ha potuto alimentare economie di scala. L'intensità delle emissioni, invece, si è ridotta del 34% principalmente grazie all'acquisto di elettricità rinnovabile.

	2020	2021	2022
INTENSITÀ ENERGETICA (KWh/pz)	1,41	1,51	1,19
INTENSITÀ DI EMISSIONI ³⁷ (KgCO ₂ e/pz)	0,32	0,29	0,19



Il Gruppo ha calcolato, infine, anche gli impatti ambientali in termini di emissioni prodotte derivanti dagli spostamenti dei dipendenti per motivi professionali: i viaggi di lavoro, nel 2022, hanno generato circa 8,5 mila tonnellate CO₂e, di cui il 91% per spostamenti in aereo. Da questi risultati emerge chiaramente come l'aumento delle emissioni sia da imputarsi alla ripresa, a pieno regime, dei viaggi di lavoro, riassetando i valori a quelli pre-pandemia, la quale aveva limitato massivamente gli spostamenti dei dipendenti fra le varie sedi del Gruppo Calzedonia.

³⁷ - L'intensità di emissione considera le emissioni dirette e le emissioni indirette Market-based.

Emissioni derivanti dagli spostamenti dei dipendenti - Scope 3 (t di CO₂e)³⁸

	2020	2021	2022
Emissioni derivanti dai viaggi in aereo	2.882	2.732	7.832
Breve distanza	384	387	229
Media distanza	805	1.144	1.969
Lunga distanza	1.693	1.201	5.634
Emissioni derivanti dall'utilizzo di auto a noleggio	270	516	594
Grandi dimensioni	8	2	2
Medie dimensioni	174	274	295
Piccole dimensioni	88	163	227
Emissioni derivanti dai viaggi con NCC	486	77	69
Emissioni derivanti dai viaggi in treno	81	197	143
Linea ferroviaria nazionale	81	196	142
Linea ferroviaria internazionale	-	1	0,33
Emissioni totali	3.719	3.446	8.569

Al fine di ridurre le emissioni dovute ai trasporti dei dipendenti è stata redatta, a partire dal 2020, una politica dedicata ai viaggi denominata "green travel policy".

I principali elementi di questa politica aziendale sono:

- Sensibilizzazione dei dipendenti riguardo alle emissioni provocate dagli spostamenti aerei nel momento di selezione del volo;
- Precedenza alla prenotazione di voli diretti, che provocano un numero inferiore di emissioni rispetto ai voli con scali;

- Utilizzo del treno al posto dell'aereo per le tratte nazionali;

- Noleggio di auto elettrica per muoversi durante i viaggi di lavoro

- Prenotazione in Hotel attenti a pratiche di sostenibilità e riduzione dei consumi;

- Sensibilizzazione dei dipendenti sulle alternative da preferire quando si viaggia.

Efficienza energetica

Il Gruppo Calzedonia promuove ogni anno importanti investimenti per l'ammodernamento dei propri impianti che grazie a tecnologie d'avanguardia ottimizzano le rese e riducono i consumi energetici negli stabilimenti.

Nell'intento di perseguire proprio quest'ultimo obiettivo, il Gruppo Calzedonia ha iniziato un percorso di implementazione, in maniera esemplificativa e non esaustiva, delle seguenti soluzioni:

- sostituzione di centrali termiche a combustibile fossile (a gas metano o gasolio) con centrali termiche alimentate da pompe di calore, dove tecnicamente possibile. In particolare, nel corso del 2022 è stato avviato il programma di sostituzione delle caldaie a gas utilizzate per il riscaldamento di due poli logistici con impianti a pompa di calore;
- sostituzione degli apparecchi illuminanti attuali con apparecchiature a tecnologia LED (attività ormai già svolta per quasi tutti gli stabilimenti produttivi);
- valutazione della possibilità di installare sistemi per la generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili. In Italia diversi stabilimenti sono dotati, per esempio, di impianti fotovoltaici. Sono in corso le analisi di fattibilità in merito alla possibilità di installazione anche nelle sedi di altri Paesi come Croazia e Sri Lanka.

³⁸ - I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni vengono pubblicati aggiornati dal DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs - 2022) annualmente.

Inoltre, in concerto con l'ufficio che si occupa della gestione della flotta aziendale, è in fase di sviluppo un progetto per la mobilità elettrica tra le sedi industriali del Gruppo che prevede la sostituzione delle auto a benzina con auto ibride e dove possibile full-electric e l'installazione di stazioni di ricarica in loco.

Da tempo il Gruppo installa nei propri spazi l'illuminazione a LED con processi controllati e materiale ad alta efficienza energetica, nel rispetto della direttiva CE "Ecodesign" 2009/125/CE per il risparmio energetico. L'utilizzo crescente di illuminazione a basso consumo con tecnologia a LED ad alte prestazioni (negozi, sedi e stabilimenti), permette una razionalizzazione dell'inserimento delle sorgenti luminose, un concreto risparmio energetico e una minore dispersione di calore nell'ambiente. Tutto ciò si traduce in un ridotto utilizzo dei sistemi di climatizzazione e nella riduzione della manutenzione illuminotecnica, garantendo ottimale comfort visivo a clienti e dipendenti. Ad oggi l'82% circa dei nostri negozi impiega esclusivamente illuminazione con tecnologia a LED.

	AREA COMMERCIALE	AREA PRODUTTIVA
OBIETTIVO	100% LED entro il 2024	100% LED entro il 2023
STATUS 2022	82%	100%

L'obiettivo di dotare tutti gli stabilimenti produttivi e logistici del Gruppo di lampade LED a basso consumo energetico è stato raggiunto nel 2021. Ad oggi, si sta procedendo all'installazione, ove possibile, del sistema di illuminazione intelligente DALI per il controllo della luminosità.

Con l'intento di ridurre le proprie emissioni di gas serra, invece, il Gruppo ha valutato la sostituzione di vecchi impianti a combustibile fossile con impianti moderni o con tecnologie che escludono l'utilizzo di fonti fossili (come ad esempio le pompe di calore).

All'interno dei negozi, le scelte tecniche sono rivolte ad un uso limitato delle barriere ad aria installate in prossimità degli ingressi, privilegiando la chiusura delle porte nei periodi caratterizzati da maggiore sbalzo termico per garantire una temperatura stabile all'interno del punto vendita e il conseguente minor consumo di energia.

Tutti gli impianti di climatizzazione tecnicamente obsoleti sono stati sostituiti con sistemi ad alta efficienza energetica, utilizzo di gas refrigeranti a basso impatto ambientale e minor impatto acustico. Gli impianti di climatizzazione alimentati ad acqua, installati in pochi casi, sono stati ulteriormente ridotti con l'obiettivo di azzerarli nel corso dei prossimi anni.

Come anticipato nel paragrafo relativo ai consumi, al fine di valutare i settori più energivori e lo stato di efficienza degli impianti, il Gruppo ha cominciato un percorso di monitoraggio energetico che si applicherà in tutti gli stabilimenti e nei negozi di proprietà.

Tramite l'impiego dei monitoraggi energetici è possibile individuare eventuali anomalie o inefficienze, le quali una volta individuate, seguono lo schema seguente per la loro risoluzione (gli step previsti possono variare a seconda della gravità del caso):

Inoltre, è in fase di implementazione un algoritmo per la determinazione degli utilizzi inefficienti dei consumi elettrici negli stabilimenti dove presente il monitoraggio energetico.

Infine, alcune società del Gruppo effettuano certificazioni volontarie sugli aspetti energetici ed ambientali, come per esempio le ISO 50001. Hanno ottenuto quest'ultima certificazione la sede principale Calzedonia SpA situata

a Dossobuono ed i rispettivi magazzini a Castagnaro e Vallese, oltre al calzificio Trever SpA e alla tintoria Ti.bel SpA.

Gli interventi di efficientamento implementati nel 2022 hanno permesso al Gruppo di risparmiare un totale di 21.200 GJ di energia e grazie agli interventi descritti, l'organizzazione ha beneficiato di molteplici vantaggi non solo sotto il profilo dell'efficienza energetica, ma anche in termini di emissioni evitate.



Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni

Tipologia di interventi	2020		2021		2022	
	Risparmio stimato (GJ)	Emissioni evitate (tCO ₂ e)	Risparmio stimato (GJ)	Emissioni evitate (tCO ₂ e)	Risparmio stimato (GJ)	Emissioni evitate (tCO ₂ e)
Sostituzione di sistemi di illuminazione con tecnologia LED	6.406	141	1.812	109	2.181	314
Rinnovamento impianti termici	4	64	7.866	30	4.860	613
Installazione di impianti fotovoltaici	324	0	8.388	4	14.159	1.940
Totale	16.157	206	18.066	143	21.200	2.867

Gli obiettivi del Gruppo per il 2023 nell'ambito dell'efficiamento energetico:

- Produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile per diversi impianti per un totale di oltre 6 MW entro ottobre 2023;
- Completo re-lamping con tecnologia LED di uno stabilimento entro luglio 2023;
- Certificazione energetica ISO 50001 per tre stabilimenti (di cui due di Falconeri) entro novembre 2023;
- Efficiamento degli impianti in Sri Lanka grazie a logiche di regolazione con nuovi BMS (Building Management Systems) e sostituzione di apparecchiature vetuste entro dicembre 2023.

Questa riduzione di consumi deriva prevalentemente da efficientamenti negli stabilimenti produttivi del Gruppo (sia di confezione che di produzione dei tessuti), che rappresentano gran parte dell'intera Supply Chain.

FORMIAMOCI DI PIÙ PER IMPATTARE DI MENO

Nel 2022, a seguito di una generalizzata scarsità di gas e della conseguente impennata nei costi della materia prima utilizzata per il riscaldamento degli edifici, il Gruppo Calzedonia ha accelerato il già avviato progetto per l'efficiamento energetico dei propri negozi e delle proprie sedi.

A seguito di uno studio approfondito condotto su un campione di negozi dislocati al nord e centro Italia, è stata studiata e diramata una policy con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale principalmente dei negozi, in quanto realtà più complesse e meno centralizzate nella loro gestione.

Le misure sulle quali si è differenziata la linea d'azione sono state principalmente tre: strutturali, gestionali e direzionali. Per tutte e tre le aree si sono identificati

diversi tipi di intervento possibili, se ne è poi quantificato l'impatto energetico, la tempistica indicativa per apportare le modifiche identificate e la attuabilità del progetto.

Riguardo le misure strutturali si sono analizzati per esempio l'eliminazione della resistenza nelle barriere d'aria, l'installazione di corpi illuminanti ancora più efficienti e lo spegnimento temporizzato delle insegne a vetrina nei periodi notturni.

Nelle misure gestionali invece si sono incluse quelle attuabili dai negozi mediante un comportamento consapevole dei soggetti in essi operanti. Sono perciò stati definiti i set point di temperatura massima e minima da mantenere nei luoghi di lavoro. In aggiunta, per garantire una maggior efficienza energetica dei punti vendita, il gruppo si è premunito di fornire precise indicazioni a tutti i negozi riguardo il corretto utilizzo dell'apertura e chiusura delle porte in base a soglie specifiche della temperatura esterna.

Per misure direzionali invece si intendono quelle misure che influenzano l'immagine dei brand, e che partono da una strutturazione dei negozi nuova e più consapevole. Si tratta infatti di misure che devono partire dal design iniziale del punto vendita, come ad esempio l'utilizzo contenuto di ledwall e la riduzione di ampiezza delle porte. Al termine del progetto si è realizzato che le misure studiate, nella loro totalità, arrivassero ad impattare per un 30% il potenziale consumo energetico annuale.

Questo progetto si è fondato sull'idea condivisa che la differenza si concretizzi e sia resa possibile con una adeguata formazione, ma soprattutto con il contributo ed impegno di ogni singolo dipendente a svolgere le proprie attività quotidiane con attenzione e cura, consapevole che la somma di numerose "piccole" azioni porta nel lungo periodo ad importanti cambiamenti.

La gestione responsabile della logistica

L'attività logistica rappresenta oltre che un elemento strategico dell'attività del Gruppo, anche uno dei principali impatti generati sull'ambiente. Infatti, il trasporto delle materie prime e dei capi finiti è responsabile di gran parte delle emissioni di gas serra generate e rilasciate in atmosfera.

I centri distributivi del Gruppo (costruiti nel rispetto delle aggiornate normative antisismiche) sono presenti a:

- Vallese di Oppeano (ITALIA)
- Castagnaro (ITALIA)
- Varazdin (CROAZIA)
- San Paolo (BRASILE)
- Shanghai (CINA)
- Varsavia (POLONIA)
- New York (USA)

Il Gruppo si impegna a localizzare le proprie piattaforme distributive in punti strategici avvicinando dove possibile punto vendita ed impianto produttivo. Questa scelta consente di ridurre le distanze, e di conseguenza i tempi per il trasferimento, riflettendosi in un minor impatto logistico. In seconda battuta, questo consente la restituzione degli imballaggi alle fabbriche (con un riutilizzo pari fino a 10 volte), nonché la spedizione dei capi senza l'utilizzo di appendiabiti, e quindi una conseguente riduzione del consumo annuo di grucce in plastica.

I centri distributivi preparano quotidianamente gli ordini con i prodotti continuativi e moda, i quali vengono spediti ai punti vendita in Italia e all'estero al fine di ripristinarne le scorte.

La maggior parte dei negozi del Gruppo possono necessitare anche di consegne quotidiane, per questo il processo di riassortimento dei negozi è supportato da una forte integrazione fra i diversi sistemi informativi: dall'emissione dell'ordine sul punto vendita, alla verifica della disponibilità di merce nei centri distributivi, fino alla movimentazione fisica in magazzino.

L'Ufficio Trasporti gestisce la spedizione da e per i negozi, i clienti privati, le fabbriche ed eventuali fornitori.

Il trasporto è infatti affidato a società esterne, in collegamento informatico con le aziende del Gruppo Calzedonia. Il servizio clienti interno all'azienda è costantemente impegnato a controllare il grado di qualità del servizio offerto dai trasportatori, verificando i tempi di trasporto e analizzandone eventuali disservizi.

La logistica del Gruppo segue linee guida che contribuiscono all'efficacia del sistema, attraverso la semplificazione e massima standardizzazione delle attività di magazzino e la costante collaborazione con i partner commerciali al fine di garantire sempre un elevato livello di qualità ed



efficienza degli impianti.

Le dimensioni degli imballi per il prodotto finito sono studiate in modo da ottimizzare gli spazi all'interno dei mezzi, consentendo di ridurre al minimo le spedizioni a carico parziale.

Il Gruppo Calzedonia gestisce internamente l'organizzazione dei trasporti dei beni che acquistiamo (tessuti, filati, capi finiti), e si fa carico dei relativi costi di trasporto, così da non penalizzare i fornitori per eventuali incrementi di costo e con l'aggiunto obiettivo di aumentare il controllo sulla catena del valore. Nelle poche situazioni in cui il pagamento del trasporto è a carico del fornitore, teniamo in considerazione le variazioni medie dei costi di trasporto. Nell'anno in corso abbiamo riscontrato un aumento del 7% di costo sui trasporti via aereo (20% del volume totale) e dell'11% per i prezzi medi FOB via nave.

Per il cliente online è attivo il servizio di ritiro e reso nei punti vendita, che permette di sfruttare corridoi logistici dedicati ai negozi anche per le vendite e-commerce. Nel 2022, questa modalità ha permesso di risparmiare circa

INSTALLAZIONE DI MACCHINE PER LA RIDUZIONE DEI VOLUMI DI CARTONE

Nel 2021, nei poli logistici di Vallese e Ducal, sono stati installati due nuovi macchinari in grado di ridurre il volume delle scatole spedite per il business B2B. Attraverso l'impiego di questi macchinari la scatola di cartone in quanto non completamente prepiegata, viene formata e chiusa in base alla quantità di merce presente all'interno della stessa. Anche nel 2022 l'utilizzo di queste macchine ha consentito di diminuire il numero di mezzi di trasporto di circa il 10% a parità di quantità di merce spedita, con conseguente riduzione dei costi di trasporto e degli impatti ambientali.

864 mila spedizioni.

A fine stagione viene ritirato dai negozi tutto l'invenduto relativo alla collezione moda e tali capi vengono poi smistati, controllati e ri-confezionati per poter essere rimessi in vendita nelle catene di outlet e spacci.

Insieme al reso invenduto, vengono ritirati anche gli articoli che presentano piccole imperfezioni; questi capi, considerati di seconda scelta, a seguito di un attento controllo e opportuna segnalazione, vengono rimessi in vendita negli outlet o destinati alla beneficenza.

In collaborazione con i propri fornitori di servizi logistici, il Gruppo Calzedonia ha iniziato a monitorare le emissioni di CO2 derivanti dal trasporto dei propri prodotti finiti e delle materie prime impiegate.

Nel 2022 si è stimato che tali emissioni siano state complessivamente pari a circa 3,13 milioni di tonnellate di CO2e. Le tipologie di trasporto più impattanti sono state quella via aereo (86%) e quella via nave (12%). Le emissioni rendicontate coprono circa il 70% del fatturato speso in trasporti nel 2022; dato in costante crescita negli ultimi anni grazie ad un dialogo e lavoro continui con i fornitori di trasporti. Una parziale motivazione del differente bilanciamento fra le emissioni dei trasporti via gomma e via nave deriva da un cambiamento degli indici utilizzati per stimare le emissioni non conosciute direttamente.

Nonostante l'elevata complessità tecnologica richiesta per diminuire le emissioni dei trasporti logistici, soprattutto se non sotto diretto controllo, il Gruppo collabora con alcune aziende di trasporti per l'incentivazione dell'impiego di modalità di trasporto a basse emissioni di gas serra.

Per esempio, con la compagnia marittima CMA-CGM nel 2021 è stato effettuato il primo trasporto utilizzando biofuel (carburante prodotto da olii esausti riciclati) che ha consentito al Gruppo di evitare oltre 30 tonnellate di CO2e. L'adozione di questo carburante presenta infatti il notevole vantaggio di produrre l'85% di emissioni in meno

Emissioni indirette trasporti - Scope 3³⁹

Tipologia di trasporto	2020	2021	2022
Gomma	747.573	1.373.374	71.065
Aereo	719.387	932.141	2.476.680
Nave	159.714	58.050	346.236
Combinato	77.872	-	-
Totale	2.821.779	1.626.674	2.893.981

rispetto a quello tradizionale consentendo però l'utilizzo delle medesime infrastrutture e tecnologie attualmente in uso. A seguito di questo primo esperimento, l'Ufficio Trasporti del Gruppo ha continuato a selezionare i fornitori di trasporti anche sulla loro capacità ed impegno a diminuire le emissioni derivanti dalla loro attività.

È da notare che le emissioni derivanti dall'attività di trasporto sono le uniche emissioni indirette Scope 3, ovvero le emissioni non sotto il diretto controllo dell'azienda, ma comunque rendicontate dal Gruppo Calzedonia. È questo il motivo per cui risultano notevolmente superiori rispetto alle altre emissioni riportate fino ad ora superando il 96% del totale dichiarato in questo report di sostenibilità. Il Gruppo prevede però di iniziare a rendicontare dal 2023 anche le emissioni Scope 3 delle attività produttive della supply chain al fine di migliorare la comprensione dell'impatto ambientale delle attività e scelte del Gruppo.

39 - La stima delle emissioni di CO2e relative ai trasporti in aereo, nave e gomma (escludendo i km relativi ai trasporti "combinati", cioè effettuati con diverse tipologie di trasporto, per i quali non sono distinguibili i km effettuati su gomma rispetto alle altre tipologie) è stata effettuata utilizzando un fattore di emissione medio pubblicato annualmente dal DEFRA (Department for Business, Energy & Industrial Strategy) o, dove disponibili, sulla base dei report certificati forniti dai partner logistici.

Collaboratori per categoria professionale e per genere (%)

	2020			2021			2022			
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale
Country Manager/ Plant Manager	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,0%	0,3%
Manager che riportano ai Country Manager/Plant Manager	0,6%	0,8%	1,4%	0,5%	0,7%	1,2%	0,5%	0,6%	0,0%	1,1%
Impiegati	1,8%	4,0%	5,8%	1,4%	4,4%	5,8%	1,6%	4,2%	0,0%	5,8%
Addetti alle vendite	0,3%	2,3%	2,5%	0,3%	2,4%	2,8%	0,3%	2,4%	0,0%	2,7%
Personale di negozio	1,0%	29,0%	30,0%	1,4%	31,4%	32,8%	1,3%	28,7%	0,1%	30,0%
Operai	6,2%	53,8%	60,1%	6,0%	51,0%	57,1%	5,8%	54,2%	0,0%	60,1%
Totale	10,0%	90,0%	100%	10,0%	90,0%	100%	9,7%	90,2%	0,1%	100%

Numero medio di ore di formazione ricevute dai dipendenti suddivise per genere e per categoria (n.)

	2021				2022			
	Uomini	Donne	Unknown	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale
Managers di primo livello	4,38	3,96	0,00	4,20	4,16	3,69	0,0	3,97
Managers che riportano ai manager di primo livello	261,42	6,83	0,00	109,50	15,81	7,42	0,0	11,09
Altri impiegati - impiegati in ufficio	142,87	52,23	0,00	75,10	19,52	23,68	4.406,50	25,94
Altri impiegati - addetti alle vendite	127,50	59,80	0,00	75,16	183,59	94,69	0,00	120,14
Dipendenti in negozio	4,78	5,74	0,00	9,60	15,87	12,03	2.034,21	15,85
Operai	14,51	19,51	0,00	19,22	5,28	1,70	0,00	2,29
Totale	47,90	17,74	0,00	22,38	15,57	8,47	3.231,46	11,05

Turnover per genere e per fascia d'età (n.)

	Genere			Totale	Fasce di età	
	Uomini	Donne	Unknown		<30	≥ 30
2020						
Dipendenti assunti	804	18.077	-	18.881	14.272	4.609
Dipendenti cessati	732	18.673	-	19.405	14.298	5.107
2021						
Dipendenti assunti	1.153	22.596	-	23.749	18.856	4.894
Dipendenti cessati	1.014	20.937	-	21.951	17.498	4.453
2022						
Dipendenti assunti	1.443	27.932	37	29.412	24.045	5.367
Dipendenti cessati	1.939	23.435	38	25.412	19.948	5.464

Turnover per area geografica (n.)

	Italia	Europa	America	Asia	Africa
	2020				
Dipendenti assunti	1.015	11.105	347	6.412	2
Dipendenti cessati	1.093	11.196	331	6.783	2
2021					
Dipendenti assunti	1.534	13.649	496	8.001	70
Dipendenti cessati	1.325	12.280	481	7.816	49
2022					
Dipendenti assunti	2.278	14.550	895	11.579	110
Dipendenti cessati	1.989	13.720	688	8.919	96

Infortuni relativi ai collaboratori (n.)

	2020				2021				2022			
	Uomini	Donne	Unknown	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale
Infortuni registrati sul lavoro	89	2.214	16	2.319	95	2.221	11	2.327	74	2.123	53	2.250
Sul luogo di lavoro	85	2.190	10	2.285	89	2.186	11	2.286	73	2.107	38	2.218
Italia	13	21	-	34	22	26	-	48	-	-	33	33
Europa	26	259	10	295	22	231	11	264	21	195	5	221
America	-	-	4	4	-	7	-	7	-	11	-	11
Asia	46	1.906	-	1.952	45	1.922	-	1.967	52	1.901	-	1.953
Africa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lungo il tragitto	4	24	6	34	6	35	-	41	1	16	15	32
Italia	4	22	-	26	4	20	-	24	-	-	15	15
Europa	-	2	6	8	2	15	-	17	1	15	-	16
America	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Africa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lesioni con gravi conseguenze avvenute in ambito lavorativo (esclusi i decessi)	8	18	-	26	4	10	-	14	1	7	7	15

Rifiuti per composizione (t)

	2020			2021			2022		
	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO
Rifiuti pericolosi	108	35	73	189	35	73	237	88	133
Acque reflue e fanghi	7	-	7	8	-	7	61	0	61
Rifiuti tessili	12	-	12	10	-	10	22	19	12
Rifiuti da trattamento fumi	-	-	-	-	-	-	60	60	0
Contenitori prodotti chimici	8	1	7	7	-	7	8	1	3
Oli	27	9	18	97	69	29	18	8	8
Rifiuti da materiale elettrico	17	12	5	27	21	5	6	3	2
Toner e cartucce	4	3	1	5	2	1	5	3	1
Altro	40	10	30	34	10	30	57	4	46
Rifiuti non pericolosi	16.517	8.187	7.156	20.723	9.939	8.829	21.938	11.390	8.756
Acque reflue e fanghi	1.977	67	1.910	2.203	1	2.200	2.165	1	1.190
Carta e cartone	8.032	4.257	3.139	8.126	5.184	1.568	9.140	6.688	2.102
Rifiuti tessili	4.432	2.234	2.193	5.392	2.059	3.324	5.771	2.263	3.139
Plastica	616	167	152	585	248	78	596	451	109
Packaging	689	305	335	343	91	201	430	145	213
Rifiuti da trattamento fumi	140	-	140	9	-	9	0	0	0
Metalli	105	75	30	346	327	18	200	142	56
Rifiuti organici	685	673	11	1.275	1.273	2	788	776	21
Rifiuti da demolizione e costruzione	88	32	1	169	33	1	469	413	58
Scarti multimateriale	686	315	243	485	228	176	523	338	174
Altro	1.044	129	912	1.789	496	1.252	1.856	183	1.694
Totale	16.625	8.222	7.229	20.912	9.974	8.902	22.175	11.478	8.889

Lavoratori pagati digitalmente (%)

	2021	2022
Italia	100%	100%
Europa	100%	100%
America	98%	100%
Asia	94%	99%
Africa	-	-
Totale	98%	100%

Lavoratori pagati al di sopra o uguale al salario minimo (%)

	2021		2022	
	Al di sopra	Uguale	Al di sopra	Uguale
Italia	85%	15%	89%	11%
Europa	85%	15%	90%	10%
America	100%	-	100%	-
Asia	100%	-	100%	-
Africa	-	-	-	-
Totale	90%	10%	95%	5%

Fonte di elettricità suddivisa per Paese (Gruppo Calzedonia Supply Chain) (kWh)

	2021			2022		
	Elettricità rinnovabile	Elettricità non rinnovabile	Elettricità rinnovabile %	Elettricità rinnovabile	Elettricità non rinnovabile	Elettricità rinnovabile %
Italy	45.001.314	258.343	99%	52.433.504	2.938.667	95%
Serbia	17.325.207	-	100%	17.459.693	275.433	98%
Bosnia-Erzegovina	3.754.00	-	100%	4.391.646	-	100%
Bulgaria	2.224.263	-	100%	2.235.614	-	100%
Croatia	25.798.541	-	100%	28.594.405	-	100%
Sri Lanka	-	39.864.173	0%	20.000.000	18.999.635	51%
Totale	94.103.325	40.122.516	70%	125.114.862	22.213.735	85%

Emissioni dirette e indirette - Scope 1 e 2 (t CO₂e)

	2020	2021	2022 ³⁵
Emissioni dirette (Scope 1)	37.451	44.424	46.287
Da fonti non rinnovabili:	24.758	29.770	32.148
Gas naturale	22.969	27.524	26.143
Gasolio	965,4	1.494	4.819
GPL	822,77	751,28	1.186
Da flotta e mezzi aziendali	13.134	13.587³⁶	14.139
Auto a benzina	831	1.538	2.331
Auto a gasolio	3.147	2.960	2.611
Auto a metano	1	1	0
Van a benzina	2	-	-
Van a gasolio	5.313	4.478	3.867
Bus a gasolio	3.328	3.664	4.037
Aerei	512	942	1.290
Altri mezzi	0	3	3
Emissioni indirette²⁹ (Scope 2)	43.343	34.740	21.001
Elettricità - Location based	60.231	63.800	68.728
Elettricità - Market based	43.234	35.949	20.859
Energia termica - Location based	122	200	179
Energia termica - Market based	109	148	142
Emissioni finali (Scope 1 e 2) Market based	80.794	79.164	67.289
Emissioni Finali (Scope 1 e 2) Location based	97.804	108.424	115.194

Nota metodologica

Standard di rendicontazione applicato

Il Report di Sostenibilità del Gruppo Calzedonia è lo strumento attraverso il quale l'organizzazione dichiara informazioni relative a tematiche socio-ambientali, riguardanti il personale, il rispetto dei diritti umani e la lotta alla corruzione, funzionali ad assicurare la comprensione delle attività svolte e dell'impatto prodotto dalle stesse, nonché dell'andamento e dei risultati del Gruppo.

Il presente Report, viene pubblicato con periodicità annuale ed è stato redatto in modalità "with reference" in conformità ai GRI Standards aggiornati nel 2021 dal Global Reporting Iniziative (GRI). GRI è un'organizzazione internazionale indipendente i cui standard rappresentano il framework di riferimento a livello internazionale in materia di rendicontazione degli impatti economici, ambientali e sociali. Al fine di agevolare il lettore nel reperire le informazioni all'interno del presente documento, nei prossimi capitoli verrà riportato il GRI Content Index, indice che sintetizza e raccoglie in un unico punto tutti i contenuti rendicontati all'interno del report.

Il Report è stato predisposto seguendo il principio di materialità, nella sua versione aggiornata al 2021, come previsto dal "GRI 3: Temi materiali 2021". I temi trattati all'interno del Report sono quelli che, a seguito di un'analisi e valutazione di materialità descritta alle pagine 23-24 del presente documento, sono stati considerati rilevanti in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività del Gruppo o di influenzare le decisioni dei suoi stakeholder. Per favorire la comparabilità dei dati nel tempo, ove possibile, sono stati proposti i trend relativi agli

esercizi precedenti e, nel caso in cui siano state apportate variazioni a quanto dichiarato nelle pubblicazioni precedenti, ne è stata data chiara indicazione all'interno del testo.

Perimetro di rendicontazione

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenuti nel Report di Sostenibilità 2022 fanno riferimento alla performance del Gruppo Calzedonia per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2022.

Il Report comprende i dati della Capogruppo (Calzedonia Holding SpA), delle società agricole e immobiliari⁴⁰, di altre società di servizi⁴¹ e delle sue società controllate consolidate integralmente, ad eccezione della Società Aries Textile s.r.l. in quanto è in fase di liquidazione. Tali società hanno tuttavia impatti non finanziari non materiali. Per maggiori dettagli sulle società che compongono il gruppo vi invitiamo a consultare lo schema a pagina 17.

Eventuali ulteriori limitazioni a tale perimetro sono state opportunamente indicate all'interno del documento.

Processo di rendicontazione

La predisposizione del Report di Sostenibilità si è basata su un processo di reporting strutturato, il quale ha previsto il coinvolgimento delle varie funzioni aziendali che hanno contribuito all'individuazione e valutazione dei temi materiali, dei progetti e delle iniziative significativi

e quindi da valorizzare all'interno del documento. Hanno inoltre collaborato e contribuito alla fase di raccolta, analisi e consolidamento dei dati, con il compito di verificare e validare tutte le informazioni riportate nel Report, ciascuno per la propria area di competenza.

In ultimo, al fine di renderlo accessibile in maniera trasparente a tutti gli stakeholder, il Report di Sostenibilità viene pubblicato sul sito corporate .

Principi di rendicontazione

L'individuazione e la rendicontazione dei contenuti del presente Report di Sostenibilità hanno tenuto in considerazione i principi GRI di rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità e completezza. Per la definizione dei criteri di qualità informativa e del perimetro di rendicontazione sono stati altresì applicati i principi GRI di equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità.

40 - Cep s.r.l., Tekstil Nova d.o.o., Iris 2004 s.r.l., Nalmor Trading Ltd, Corso 26 Immobiliare s.r.l., Cve 710 s.r.l., Immobiliare Santa Croce s.n.c., Vittem s.r.l., Verona Immobiliare s.r.l., VPalace srl e Società Agricola Agribel s.s.
41 - Enosocial s.r.l., Calzedonia Investments s.r.l.

Tabella di raccordo tra i temi materiali e i GRI Standards

AMBITI DI RENDICONTAZIONE	TEMI MATERIALI	GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	
			IMPATTI INTERNI AL GRUPPO	IMPATTI ESTERNI AL GRUPPO
AMBIENTE	Utilizzo delle risorse idriche	Acqua ed effluenti (GRI 303)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori
	Imballaggi e rifiuti	Rifiuti (GRI 306)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori
	Economia circolare	Tema materiale per il quale si riporta, all'interno del documento, esclusivamente la modalità di gestione adottata poichè non direttamente riconducibile ad un Topic-Specific GRI Standard	Tutto il Gruppo	Ambiente
	Utilizzo delle risorse del pianeta e cambiamento climatico	Energia (GRI 302) Emissioni (GRI 305)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori
	Biodiversità	Biodiversità (304)	Tutto il Gruppo	Ambiente
CLIENTE	Sicurezza informatica e protezione dei dati	Privacy dei clienti (GRI 418)	Tutto il Gruppo	Clienti
	Soddisfazione del cliente, vicinanza al cliente, omnicanalità e digitalizzazione	Tema materiale per il quale si riporta, all'interno del documento, esclusivamente la modalità di gestione adottata poichè non direttamente riconducibile ad un Topic-Specific GRI Standard	Tutto il Gruppo	Clienti
COMUNITÀ	Contributo al benessere sociale del territorio di riferimento	Performance economiche (GRI 201) Impatti economici indiretti (GRI 203) Comunità locali (GRI 413)	Tutto il Gruppo	Comunità

AMBITI DI RENDICONTAZIONE	TEMI MATERIALI	GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	
			IMPATTI INTERNI AL GRUPPO	IMPATTI ESTERNI AL GRUPPO
COMUNITÀ	Diritti umani, diversità e inclusione	Informativa generale (GRI 2) Diversità e pari opportunità (GRI 405) Non discriminazione (GRI 406) Libertà di associazione e contrattazione collettiva (GRI 407)	Tutto il Gruppo	Clienti, Comunità, Fornitori
	Brand Reputation	Tema materiale per il quale si riporta, all'interno del documento, esclusivamente la modalità di gestione adottata poichè non direttamente riconducibile ad un Topic-Specific GRI Standard	Tutto il Gruppo	Clienti, Comunità
FORNITORI	Gestione responsabile della supply chain	Prassi di approvvigionamento (GRI 204) Valutazione ambientale dei fornitori (GRI 308)	Tutto il Gruppo	Fornitori, Comunità
	Tracciabilità della filiera ed etichettatura	Marketing ed etichettatura (GRI 417)	Tutto il Gruppo	Clienti, Fornitori
GOVERNANCE	Etica e integrità nella gestione del business	Informativa generale (GRI 2) Anticorruzione (GRI 205)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori, Clienti, Comunità
	Governance ESG	Informativa generale (GRI 2)	Tutto il Gruppo	Comunità, Fornitori
PERSONE	Attrazione dei talenti	Occupazione (GRI 401)	Tutto il Gruppo	Comunità
	Formazione e sviluppo del personale	Formazione e Istruzione (GRI 404)	Tutto il Gruppo	Clienti
	Sistemi di incentivazione e Welfare aziendale	Tema materiale per il quale si riporta, all'interno del documento, esclusivamente la modalità di gestione adottata poichè non direttamente riconducibile ad un Topic-Specific GRI Standard	Tutto il Gruppo	Clienti, Comunità
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403)	Tutto il Gruppo	Comunità, Fornitori, Clienti

AMBITI DI RENDICONTAZIONE	TEMI MATERIALI	GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	
			IMPATTI INTERNI AL GRUPPO	IMPATTI ESTERNI AL GRUPPO
PRODOTTO	Sostenibilità dei prodotti	Materiali (301)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori, Clienti
	Qualità e sicurezza del prodotto	Salute e sicurezza dei clienti (GRI 416)	Tutto il Gruppo	Clienti, Fornitori

Content Index

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021			
2-1	Dettagli organizzativi	p. 17-18; 129	
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	p. 116	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	p. 116; 129	
2-4	Revisione delle informazioni	p. 101	
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	p. 4; 7-15; 72-77	
2-7	Dipendenti	p. 41-45; 48	
2-8	Lavoratori non dipendenti	p. 43	
2-9	Struttura e composizione della governance	p. 17-18	
2-11	Presidente del massimo organo di governo	p. 17-19	
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	p. 3	
2-23	Impegno in termini di policy	p. 21; 23; 48-49; 58; 104;106	
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi		Nel corso del 2022 il Gruppo ha ricevuto 36 casi di reclami in ambito lavorativo di cui 23 sono stati risolti entro l'anno e 13 risultano ancora sotto analisi
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	p. 22; 35; 37	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	p. 22; 33	

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
2-28	Appartenenza ad associazioni	p. 28	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	p. 28-29	
2-30	Contratti collettivi	p. 48; 57-58	
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	p. 23	
3-2	Elenco di temi materiali	p. 24	
TEMI MATERIALI RENDICONTATI			
UTILIZZO DELLE RISORSE DEL PIANETA E CAMBIAMENTO CLIMATICO			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 85-93; 102; 106-107	
GRI 302: ENERGIA 2016			
302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione	p. 98-100	
302-3	Intensità energetica	p. 103	
302-4	Riduzione del consumo di energia	p. 106	
GRI 305: EMISSIONI 2016			
305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	p. 100-102	
305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi	p. 101-102	
305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	p. 104; 108	
305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	p. 103	
305-5	Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)	p. 101; 106	

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
CONTRIBUTO AL BENESSERE SOCIALE DEL TERRITORIO DI RIFERIMENTO			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 62-71	
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA 2016			
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	p. 19	
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016			
203-1	Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	p. 63-64	
203-2	Impatti economici indiretti significativi	p. 31; 39-40; 54; 56; 58; 64-71; 82	
GRI 413: COMUNITÀ LOCALI 2016			
413-2	Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	p. 65-71	
SICUREZZA INFORMATICA E PROTEZIONE DEI DATI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 33	
GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI 2016			
418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	p. 33	
UTILIZZO DELLE RISORSE IDRICHE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 92-93	
GRI 303: ACQUA ED EFFLUENTI 2018			
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	p. 92-93	
303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	p. 92-93	
303-3	Prelievo idrico	p. 93	

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE, VICINANZA AL CLIENTE, OMNICANALITÀ E DIGITALIZZAZIONE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 34-37	
DIRITTI UMANI, DIVERSITÀ E INCLUSIONE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 23; 57-58	
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016			
405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	p. 41-45; 47-48	
405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	p. 54-55	
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016			
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel corso del 2022 sono state sollevate due segnalazioni di episodi di discriminazione da parte di Calzedonia U.S.A. legati a presunte barriere incontrate da clienti all'interno del sito del Gruppo Calzedonia. Prontamente gestite con il supporto dell'Ufficio Legale, le segnalazioni si sono risolte positivamente nel corso dell'anno
GRI 407: LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA 2016			
407-1	Attività e fornitori presso i quali il diritto alla libertà di associazione e di contrattazione collettiva potrebbero essere a rischio	p. 57-58	
IMBALLAGGI E RIFIUTI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 94-97	
GRI 306: RIFIUTI 2020			
306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	p. 94	

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
306-2	Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	p. 95-97	
306-3	Rifiuti generati	p. 95	
306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	p. 96	
306-5	Rifiuti conferiti in discarica	p. 97	
ATTRAZIONE DEI TALENTI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 49-52	
GRI 401: OCCUPAZIONE 2016			
401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	p. 45-47; 111	
401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	p. 48; 56-57	
FORMAZIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 52-54	
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016			
404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	Impact ma non impaginato	
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	p. 52-54	Il Gruppo non ha ritenuto necessario sviluppare programmi per assistere i dipendenti nella gestione della fase finale della carriera nel prossimo futuro in quanto il 55% dei dipendenti ha meno di 30 anni.
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	p. 52	

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
BRAND REPUTATION			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 37; 50	
SISTEMI DI INCENTIVAZIONE E WELFARE AZIENDALE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 56-57	
GESTIONE RESPONSABILE DELLA SUPPLY CHAIN			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 72-82	
GRI 204: PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO 2016			
204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Impact ma non impaginato	
GRI 308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016			
308-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	Impact ma non impaginato	
BIODIVERSITÀ			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 27; 85-86; 102	
GRI 304: BIODIVERSITÀ 2016			
304-2	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	p. 85-108	
SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 83-84	

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
GRI 301: MATERIALI 2016			
301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	p. 87-88; 90-91	
301-2	Materiali di ingresso riciclati utilizzati	p. 88-89	
TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA ED ETICHETTATURA			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 80-82	
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016			
417-1	Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	p. 32; 80-83	
417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	p. 81	
417-3	Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	p. 39	
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 77-80	
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016			
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	p. 78-79	
416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	p. 79	
ETICA E INTEGRITÀ NELLA GESTIONE DEL BUSINESS			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 21-22	
GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016			
205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate		Nel corso del 2022 non sono stati documentati episodi di corruzione all'interno del Gruppo.

DISCLOSURE	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA/PARAGRAFO	NOTE
SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 59-61	
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 59; 61	
403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	p. 18; 59	
403-3	Servizi per la salute professionale	p. 59; 61	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	p. 59; 61	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	p. 54; 59; 61	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	p. 59; 61	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business		Ad oggi in ambito sicurezza sul lavoro il Gruppo non effettua attività che coinvolgono lavoratori non dipendenti ed il cui lavoro e luogo di lavoro non sono controllati dall'organizzazione.
403-9	Infortuni sul lavoro	p. 60	
TEMI NON MATERIALI RENDICONTATI			
GOVERNANCE ESG			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 26	
ECONOMIA CIRCOLARE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	p. 94	

CONTATTI

Federico Fraboni - Sustainability Manager

sustainability@calzedonia.it

Sede sociale

Calzedonia Holding S.p.A.

Malcesine (VR) - Via Portici Umberto Primo, n. 5/3

Dati legali

Capitale sociale Euro 5.000.000

Registro Imprese di Verona
e Codice Fiscale n. 03742500238

R.E.A. n. 0362587