

2021

Report di Sostenibilità

**CALZEDONIA
GROUP**

Contenuti

LETTERA DEL PRESIDENTE

03

IL GRUPPO CALZEDONIA

Il Gruppo Calzedonia in numeri

04

La storia

05

Il profilo del Gruppo

06

La presenza sul mercato

07

I nostri Brand

08

LA STRATEGIA DI BUSINESS

Corporate Governance

16

Performance economica: la creazione di valore per gli stakeholder

18

PROGETTO C-EVOLUTION

Perché Evolution

19

I nostri valori

20

Etica e integrità nella gestione del business

20

Le nostre priorità

22

Le iniziative 2021 in ambito sostenibilità

23

La relazione con i nostri stakeholder

27

LA NOSTRA ATTENZIONE VERSO I CLIENTI

La soddisfazione del cliente e l'eccellenza del servizio

29

La vicinanza al cliente, l'omnicanalità e la digitalizzazione

31

La sicurezza e la protezione dei dati

33

La strategia di marketing e comunicazione

34

LE NOSTRE PERSONE

Composizione del personale

36

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

42

La formazione del personale

44

Attenzione a salari e incentivi

46

I benefit e le iniziative di welfare aziendale

48

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

49

IL CONTRIBUTO AL BENESSERE SOCIALE E ALLE COMUNITÀ

Il nostro contributo alle comunità locali

52

Fondazione San Zeno

55

LA NOSTRA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA PRODUTTIVA

Le nostre fabbriche

62

La gestione della catena di fornitura

64

La qualità e sicurezza del prodotto

66

L'etichettatura

68

La sostenibilità nei prodotti e nei processi

71

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Impegno quotidiano verso la sostenibilità

73

L'approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali

74

Il rispetto dell'ambiente nei negozi e nelle fabbriche

79

La gestione responsabile della logistica

92

ALLEGATI

95

NOTA METODOLOGICA

101

GRI CONTENT INDEX

104

Lettera del Presidente

Nella sua storia, il nostro Gruppo ha sempre mantenuto una forte attenzione ai propri principi fondanti. Questi si possono riassumere nella volontà di costruire con i propri clienti un rapporto di fiducia, basato su prodotti di alta qualità a prezzi accessibili, e nella convinzione che l'obiettivo economico non possa prescindere da una grande attenzione agli impatti del nostro lavoro sul piano etico e ambientale. Le nostre scelte produttive e commerciali parlano infatti di cura e attenzione per i nostri clienti, per le comunità in cui essi vivono, per le persone che lavorano all'interno delle nostre aziende e, non ultimo, per l'ambiente che ci circonda.

È con questo spirito che, nel 2019, abbiamo scelto di iniziare a sviluppare, con maggiore decisione, un percorso di trasparenza aprendo la nostra comunicazione anche agli aspetti di cura ed attenzione che sono da sempre parte del nostro DNA, dando visibilità ad attività, scelte e processi di miglioramento che, già da molto tempo, avevamo implementato.

Abbiamo scelto di valorizzare la nostra attitudine a costruire progetti duraturi; un orientamento al lungo termine di cui non solo beneficiano gli investimenti dell'azienda, ma anche il sistema sociale e ambientale che ci circonda. Questa è l'attitudine che vogliamo promuovere; fare bene le cose ripaga. E farle bene per noi significa metterci attenzione, rispetto, spirito innovativo e passione.

Questo approccio si traduce concretamente nella ricerca costante di un miglioramento dei nostri processi produttivi, sia in termini energetici che di emissioni; nell'

impegno a progettare prodotti sempre più pensati, per avere un basso impatto ambientale; nella ricerca di materie prime che abbiano un'origine controllata e di fornitori che lavorino seguendo i nostri stessi obiettivi etici. Ci impegniamo attivamente per rispondere ai bisogni delle persone e delle aziende che in qualche modo incrociano la nostra strada, cercando sempre di essere un valore aggiunto per le comunità in cui ci troviamo, anche facendo la nostra parte quando si tratta di affrontare emergenze e catastrofi, per quanto è nelle nostre possibilità: durante il 2021, e purtroppo anche all'inizio del 2022, le guerre e la pandemia hanno causato enormi difficoltà alle comunità di alcuni paesi in cui lavoriamo. Seguendo il senso di responsabilità che da sempre ci anima, ci siamo impegnati per sostenere innanzitutto i nostri dipendenti, ma anche le società colpite da queste disgrazie.

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 uno strumento di crescita e realizzazione personale. Per questa ragione ci impegniamo a promuovere la costruzione di rapporti umani forti e positivi, fondati sulla valorizzazione delle competenze e delle diversità di ciascuno, così che tutti possano sentirsi profondamente parte dell'azienda, sapendo di stare facendo qualcosa di utile e importante. Crediamo che l'interesse dell'azienda sia valorizzare e far crescere i propri collaboratori. Assumiamo i giovani al termine del loro percorso di formazione e li stimoliamo affinché possano ambire a ricoprire velocemente incarichi

di grande responsabilità.

Il 2021 è stato un anno di ripresa, in cui la fiducia nelle nostre persone e la volontà di continuare ad investire ci ha ripagato degli sforzi fatti. Gli investimenti in nuovi negozi, sedi, poli logistici, oltre che nella crescita dei nostri Brand hanno dato nuovo slancio alla nostra volontà di migliorare nonostante le difficoltà.

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 continuano ad aumentare l'utilizzo di tessuti a basso impatto ambientale, i quali sono oramai sempre più diffusi nelle nostre collezioni, stiamo diminuendo il volume dei nostri imballaggi mantenendone la funzionalità.

Infine, consapevoli di quanto sia importante la nostra influenza sulla catena di fornitura per alimentare circoli virtuosi, abbiamo lavorato molto per spronare i nostri fornitori a migliorare le loro performance ambientali e sociali.

Questi progetti e molti altri verranno esplorati nel seguente report, il filo conduttore che li lega rimane uno e semplice: ogni giorno ci impegnamo a migliorare nell'interesse nostro, delle persone con cui lavoriamo, delle comunità che ci accolgono e dell'ambiente che ci circonda.

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. 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

2.505
MLN €
fatturato 2021

29%
CRESCITA
rispetto al fatturato 2020

55
PAESI
in cui operiamo

5.076
NEGOZI
nel mondo

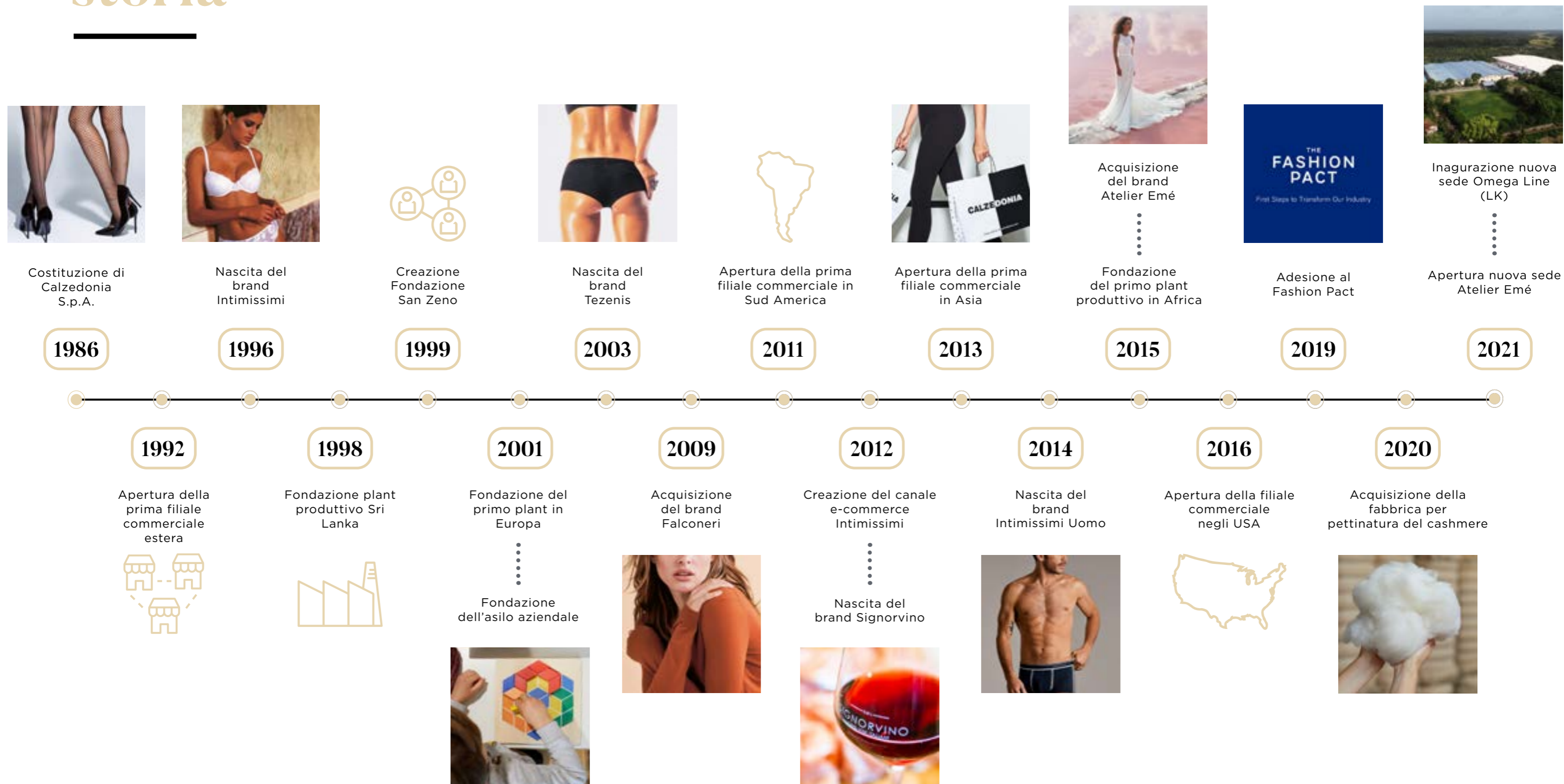
24
STABILIMENTI
PRODUTTIVI
nel mondo

7
POLI
LOGISTICI
nel mondo

7
BRAND
del Gruppo

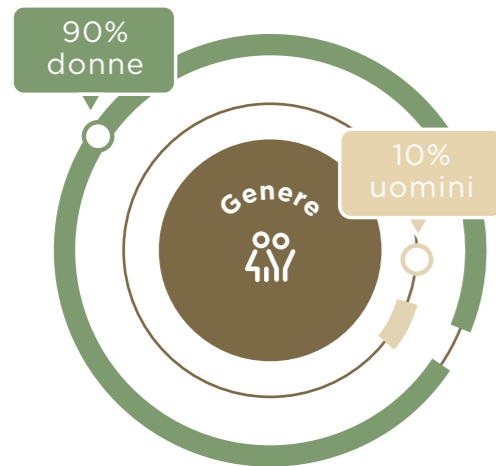
82%
DI CAPI
prodotti internamente

La nostra storia

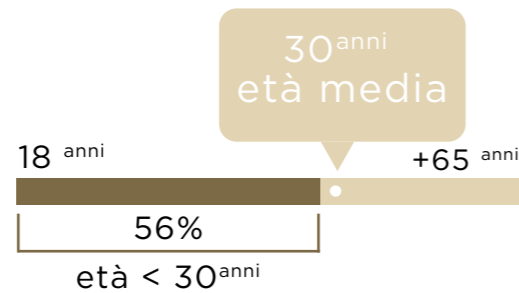


Il profilo del Gruppo

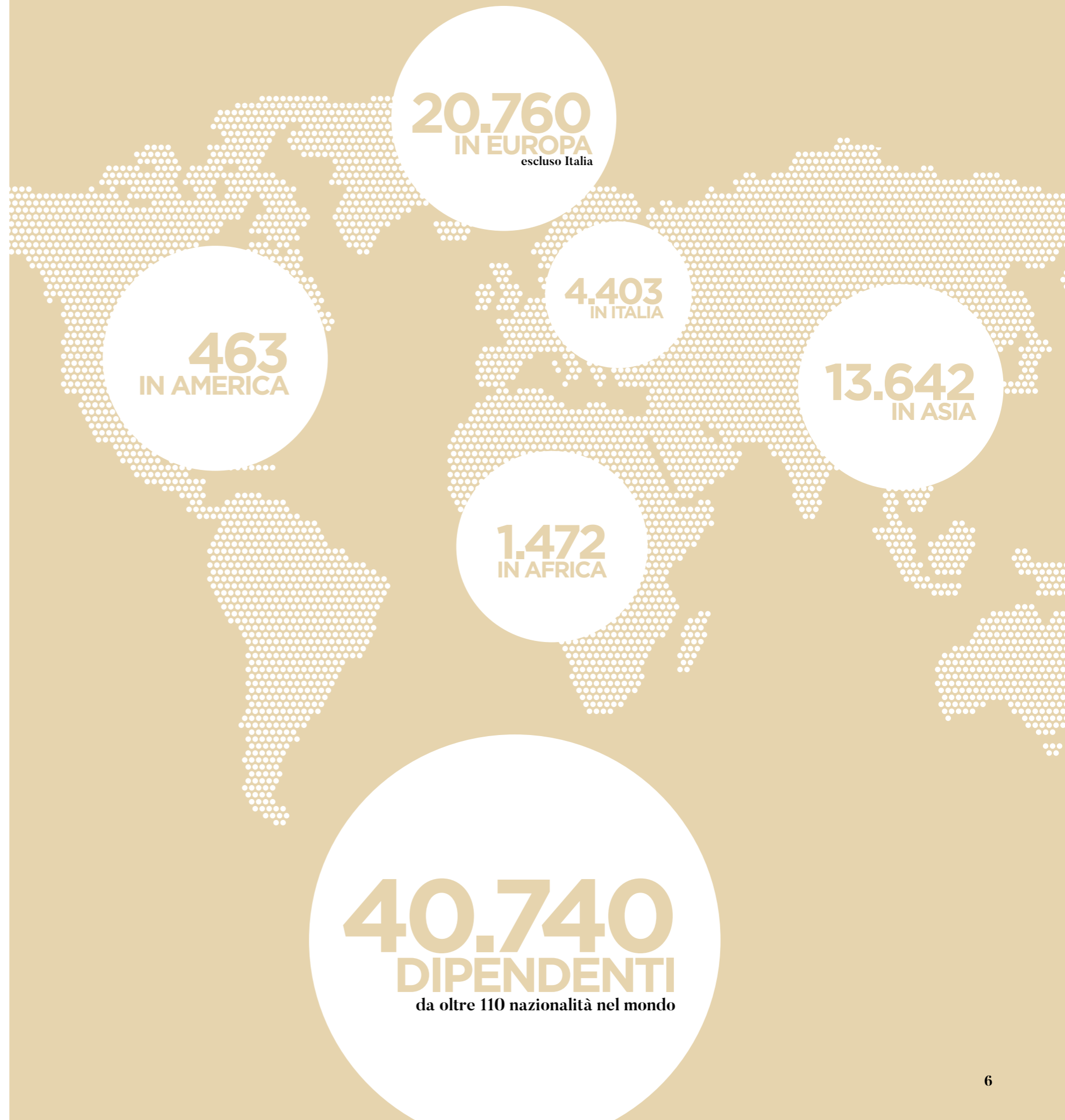
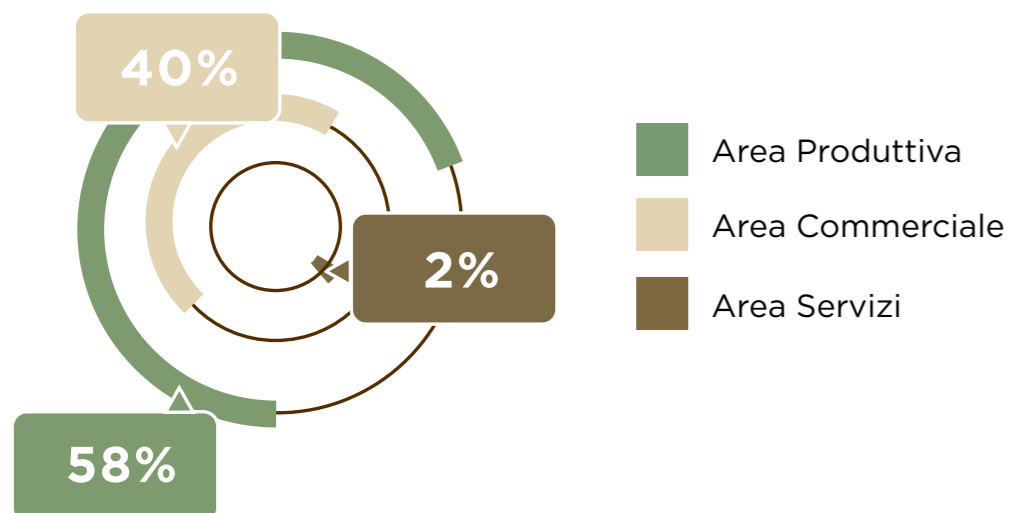
Distribuzione per genere (in %)



Distribuzione per età (in %)






Distribuzione per attività (in %)



Presenza sul mercato



LEGENDA:

-  Punti Vendita
-  Poli Produttivi
-  Poli Produttivi + Punti Vendita

I nostri Brand

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

1986

Data 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

2.149

Punti Vendita

571

Punti Vendita Italia

35

Online Shop

75%

Capi prodotti internamente

3,9 mln

Follower su instagram

calzedonia.com

I nostri Brand

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

1996

Data 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



49

Paesi nel Mondo

1.586

Punti Vendita

487

Punti Vendita Italia

33

Online Shop

98%

Capi prodotti internamente

3,6 mln

Follower su instagram

intimissimi.com

I nostri Brand

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

2014

Data di Nascita

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

intimissimi
UOMO



13

Paesi nel Mondo

270

Punti Vendita

184

Punti Vendita Italia

33

Online Shop

98%

Capi prodotti internamente

100 mila

Follower su instagram

intimissimi.com/uomo

I nostri Brand

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

2003

Data 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

781

Punti Vendita

365

Punti Vendita Italia

29

Online Shop

79%

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

Data 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



20

Paesi nel Mondo

152

Punti Vendita

72

Punti Vendita Italia

22

Online Shop

90%

Capi prodotti internamente

254 mila

Follower su instagram

falconeri.com

I nostri Brand

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

2015

Data 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

51

Punti Vendita

91%

Capi prodotti internamente

443 mila

Follower su instagram

atelier-eme.com

I nostri Brand

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

2012

Data 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



100%
Made in Italy

25
Punti Vendita

1
Online Shop

87,5 mila
Follower su instagram

signorvino.com

La strategia di business

Il Gruppo Calzedonia è integrato verticalmente, curando tutte le fasi della filiera, dal design e la produzione, alla vendita al consumatore finale.

La distribuzione diretta dei prodotti in negozi monomarca ha caratterizzato fin dall'inizio l'attività del Gruppo. Alla base di tale scelta, c'è il desiderio di accorciare la catena distributiva, riducendo il numero di passaggi che incrementano il costo finale dei prodotti e la volontà di fornire al cliente finale un punto vendita specializzato, con immagine e merceologia chiare, ed un ottimo rapporto qualità-prezzo.

Contando su stabilimenti produttivi all'avanguardia nella tecnica e nelle conoscenze, il Gruppo Calzedonia, oltre a ridurre i costi, può offrire nei propri negozi capi con una qualità ed omogeneità elevata.

La proprietà e il controllo delle fabbriche implicano responsabilità e opportunità.

RESPONSABILITÀ

Responsabilità perché si tratta di investimenti consistenti, stabili, che normalmente 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, del controllo sulle fonti energetiche e dell'utilizzo delle materie prime.

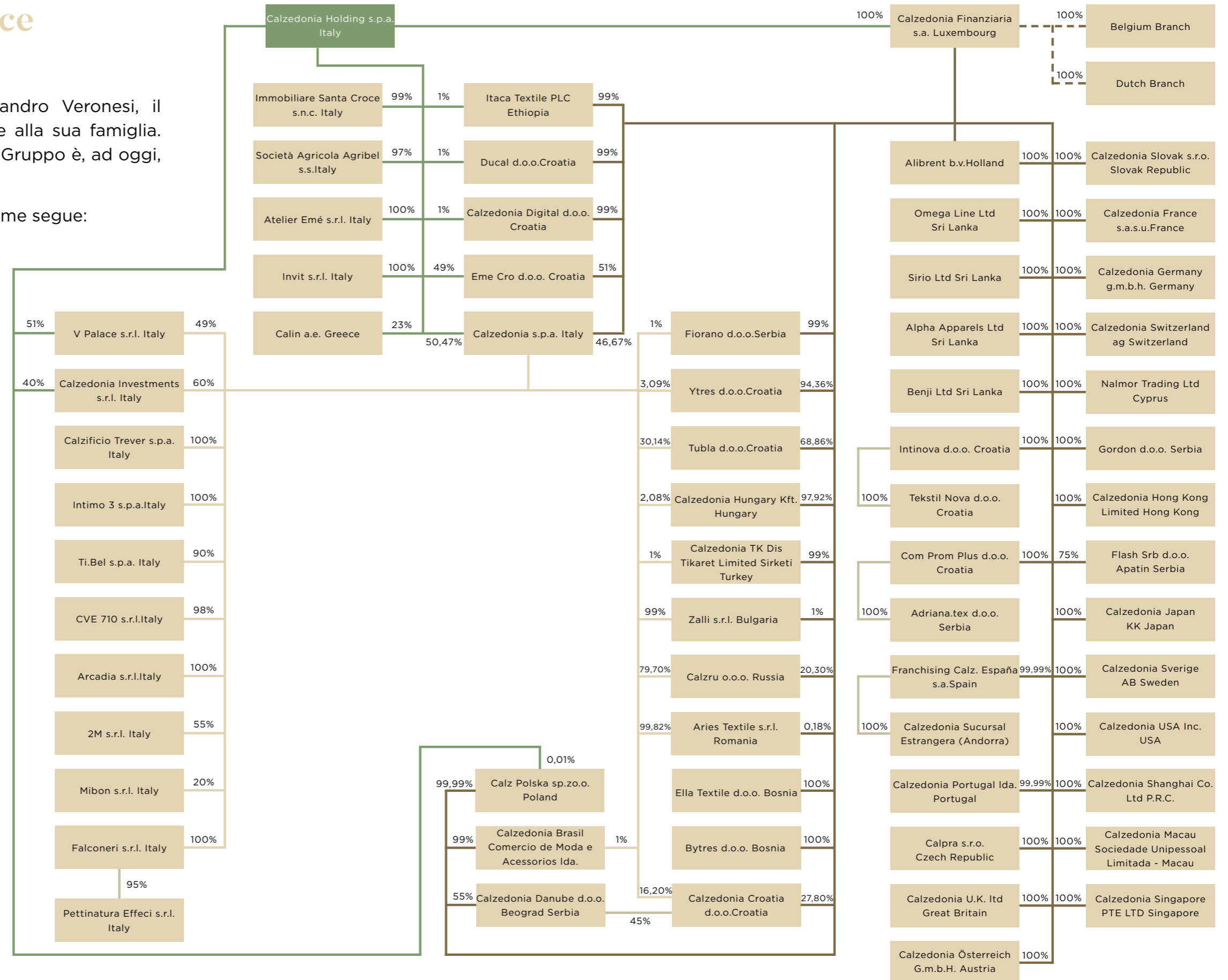
OPPORTUNITÀ

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 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 in carica è composto da due amministratori: Sandro Veronesi - Presidente e Marco Carletto - Amministratore Delegato.

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 2019 - 2021 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) condotte secondo una logica risk based, il Gruppo Calzedonia ha individuato specifici rischi e i 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 2021.

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 2021 il Gruppo Calzedonia ha generato un valore economico pari a 2.580.823 migliaia di euro. Il valore economico distribuito dal Gruppo è stato pari a 1.910.021 migliaia di euro. Oltre il 74% 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 2021.

Valore economico generato dal Gruppo (€)	2.580.822.924
Ricavi	2.505.431.607
Altri proventi	79.627.300
Proventi finanziari netti	8.525.838
Rettifiche di valore di attività finanziarie	951.061
Svalutazione crediti	(2.879.632)
Differenze di cambio	(4.132.860)
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	1.234.431
Rettifiche di valore di attività materiale ed immateriali	(7.934.821)
Valore economico distribuito dal Gruppo	(1.910.020.837)
Costi operativi	(1.304.001.381)
Remunerazione dei dipendenti e collaboratori	(497.895.397)
Remunerazione dei finanziatori	(25.221.828)
Remunerazione degli investitori	-
Remunerazione della pubblica amministrazione	(81.153.037)
Liberalità esterne	(1.749.194)
Valore economico trattenuto dal Gruppo	670.802.087
Ammortamenti	(400.902.817)
Imposte anticipate e differite	(13.237.648)
Accantonamenti	(2.014.563)
Altre riserve	(254.647.059)

Progetto C-Evolution

Perchè Evolution

L'impegno che il Gruppo assume verso i temi della sostenibilità è il risultato di un percorso nato con l'azienda stessa. L'attenzione alle persone, siano esse collaboratori, clienti o fornitori, e all'ambiente che ci circonda, fa parte del DNA del Gruppo fin dai suoi primi passi. Gli interessi, nel lungo periodo, coincidono. Questo principio è la guida della nostra attività, tesa sempre ad un'ottica di medio - lungo periodo.

Di questa attitudine sono testimonianza numerose decisioni assunte in questi trent'anni: 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 1300 progetti di studio, formazione e lavoro in tutto il mondo), l'attenzione alle comunità locali, la creazione del primo asilo nido nel 2001, le campagne di riciclo nei punti vendita lanciate a partire dal 2009, e tante altre.

Oggi nel 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 consapevolezza.

L'obiettivo del progetto è dare organicità, continuità e visibilità alle scelte che il Gruppo ha fatto da sempre.

Evolution rappresenta uno sviluppo nella definizione pragmatica di obiettivi sostenibili - quali l'attenzione alla crescita delle nostre 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 - e nella strutturazione strategica e operativa di un percorso che porterà al loro raggiungimento.

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.

I nostri valori

I valori che caratterizzano il Gruppo Calzedonia rappresentano non solo l'essenza della filosofia che anima l'azienda ma anche l'identità condivisa dalle persone che lavorano per il Gruppo ed il modus operandi trasmesso e richiesto a tutti i dipendenti.

_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.

Etica e integrità nella gestione del business

I valori in cui il Gruppo crede sono racchiusi nel 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 del Gruppo, infatti, rappresenta la principale linea guida di orizzonte etico e del fare business per tutte le società del Gruppo e costituisce assunzione di garanzia e responsabilità nei confronti dei consumatori e del mercato, così come le regole di comportamento vincolanti per gli organi della Società, per i dipendenti/collaboratori, per i fornitori e partner commerciali e, più in generale, per tutti gli stakeholder del Gruppo.

Il Codice Etico del Gruppo è ispirato alle best practice e alle principali normative, linee guida e regolamentazioni esistenti a livello nazionale e internazionale in tema di responsabilità sociale d'impresa, di corporate governance, diritti umani e ambiente, 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).

Il Gruppo si affida a diversi strumenti di comunicazione per la diffusione del Codice Etico. In particolare, il Codice Etico è oggetto di opportune procedure di divulgazione, formazione e sensibilizzazione affinché sia adeguatamente compreso ed attuato all'interno dell'intera organizzazione. Per questo motivo è stato pubblicato sul sito web del

Gruppo Calzedonia (www.calzedoniagroup.com) in modo tale da renderlo disponibile ai dipendenti. Inoltre, il Gruppo Calzedonia richiede di aderire al Codice Etico ai principali fornitori del Gruppo.

Il Codice Etico costituisce parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001 (di seguito anche "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 stakeholders 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 un collegio 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.

Il Gruppo promuove la prevenzione e la verifica di ogni condotta illecita o, comunque, contraria al Codice Etico e incoraggia i propri dipendenti e i terzi a riferire tempestivamente ogni 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 i provvedimenti opportuni garantendo nel contempo la riservatezza e l’anonimato del segnalante.

Il Modello ex D. Lgs. 231/01 è diffuso ed integrato nell’organizzazione attraverso interventi informativi e formativi finalizzati ad aumentare il livello di sensibilità dei dipendenti e creare consapevolezza interna, sviluppando la capacità di riconoscere e gestire anche eventuali episodi di sospetta corruzione. Anche nei confronti degli attori esterni - collaboratori e fornitori - l’approccio è di condivisione dei principi generali a cui il Gruppo si ispira con esplicita richiesta di osservare e conformare comportamenti e attività imprenditoriali agli standard più elevati, così come richiesti all’interno del Codice di Condotta Fornitori.

Il Modello ex D. Lgs. 231/01 e il Codice Etico costituiscono inoltre i principali strumenti attraverso cui il Gruppo previene e contrasta 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.

Nel corso del 2021 non sono stati documentati episodi di corruzione all’interno del Gruppo. Per quanto riguarda le leggi e/o regolamenti in materia sociale ed economica

sono state ricevute multe per un importo di 34 mila euro, principalmente riconducibili alla gestione di negozi nelle filiali estere dovute in larga parte a pratiche pubblicitarie improprie e mancato rispetto delle misure di contenimento del covid-19.



Le nostre priorità

Il Gruppo Calzedonia, nel 2017, al fine di individuare gli aspetti economici, sociali e ambientali rilevanti per il Gruppo e che influenzano o potrebbero influenzare significativamente le decisioni dei propri stakeholder, ha intrapreso un processo per la definizione della materialità diretto ad individuare gli aspetti prioritari su cui concentrare i propri sforzi nell'ambito del percorso di sostenibilità confrontando le proprie performance con le best practice delle maggiori aziende del settore, a livello nazionale e internazionale. Tale processo ha inoltre consentito di definire i contenuti del presente Report in linea con le Linee Guida GRI Standards, redatte da Global Report Initiative (GRI). Il processo si è articolato in tre fasi:

Fase 1

Ricerca e identificazione delle tematiche rilevanti, ossia di potenziale interesse per il Gruppo e i suoi stakeholder. L'attività è stata supportata dall'esame del Codice Etico e da un'analisi di benchmarking e di media search su standard multi-stakeholder internazionali, fra cui il Global Compact e sulla rendicontazione non finanziaria prodotta dalle principali aziende quotate del settore tessile, abbigliamento e retail.

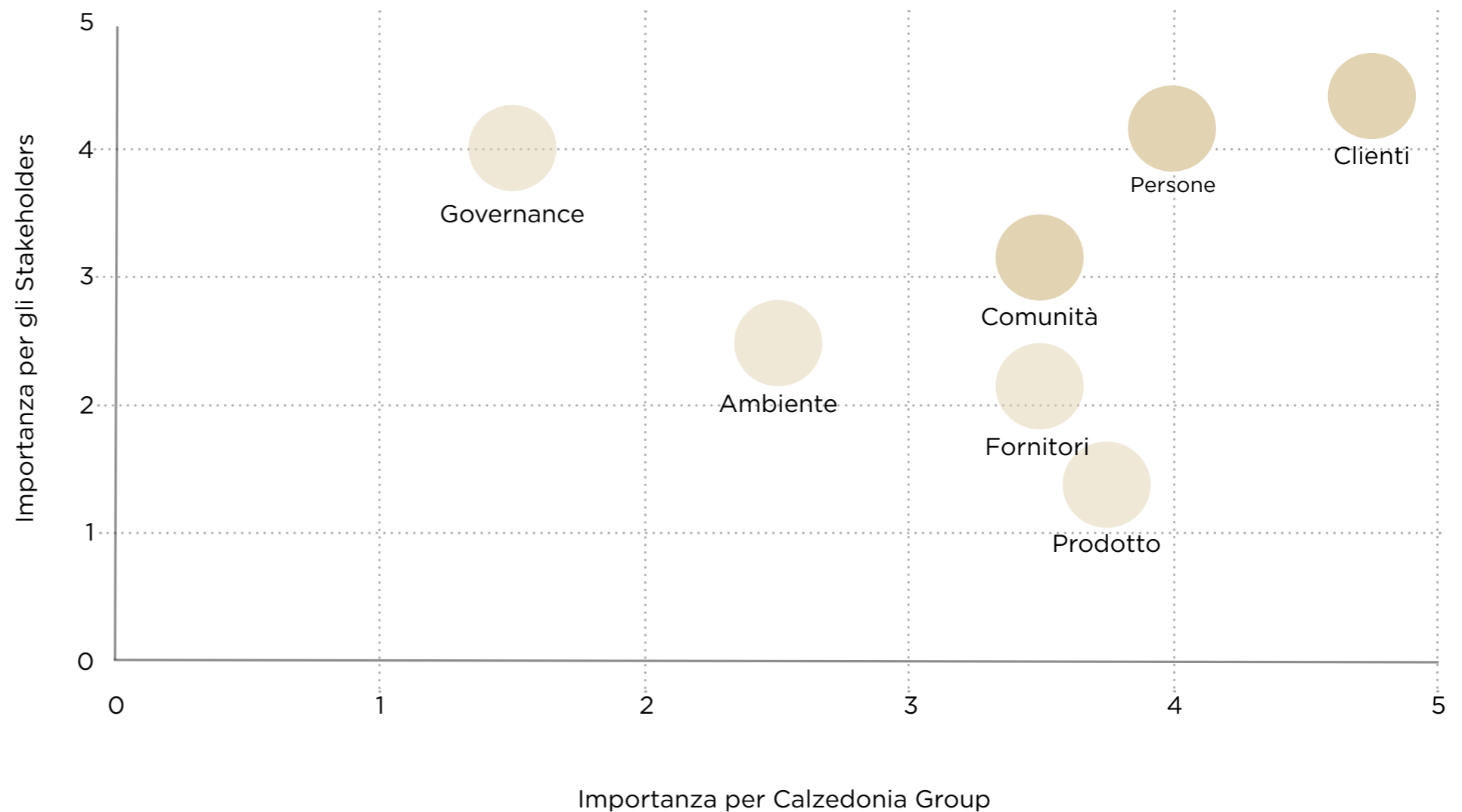
Fase 2

Valutazione delle tematiche identificate da parte del management delle principali società italiane del Gruppo che hanno verificato, analizzato e attribuito rilevanza e priorità alle singole tematiche. I referenti, che quotidianamente si interfacciano con i diversi stakeholder, hanno rappresentato anche la prospettiva degli stessi in relazione alle loro necessità e alle loro aspettative.

Fase 3

Sulla base delle valutazioni raccolte è stata definita la seguente matrice di materialità dalla quale risultano 7 temi materiali, ovvero i temi sui quali il Gruppo può esercitare un'influenza significativa in termini di impatti e di opportunità.

MATRICE DI MATERIALITÀ



TEMI MATERIALI	AMBITI DI RENDICONTAZIONE
PERSONE	<ul style="list-style-type: none"> • Attrazione e sviluppo dei talenti • Formazione e sviluppo del personale • Qualità dell'ambiente di lavoro e rispetto dei diritti umani • Salute e sicurezza dei lavoratori • Sistemi di incentivazione e Welfare aziendale
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> • Soddisfazione del cliente • Vicinanza al cliente, omnicanalità e digitalizzazione • Sicurezza e protezione dei dati • Marketing e comunicazione
FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione responsabile della supply chain • Tracciabilità della filiera ed etichettatura
AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Uso efficiente delle risorse e lotta al cambiamento climatico • Gestione responsabile di packaging e rifiuti • Rispetto dell'ambiente nei punti vendita e nelle fabbriche • L'approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali
PRODOTTO	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e sicurezza del prodotto • La sostenibilità nei prodotti e nei processi
COMUNITÀ	<ul style="list-style-type: none"> • Contributo al benessere sociale
GOVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Etica e integrità nella gestione del business • Corporate governance

Le iniziative 2021 in ambito sostenibilità

Nel corso del 2021 il Gruppo ha investito 6.628.000€ in progetti, collaborazioni e attività collegate ai temi della sostenibilità. Le spese principali hanno riguardato investimenti in efficientamento energetico nelle fabbriche di proprietà, collaborazioni mirate a coinvolgere clienti e dipendenti, donazioni in beneficenza, attività operative e staff interno.

Il Gruppo ha chiara consapevolezza del fatto che, per lavorare concretamente all'evoluzione sostenibile del business, è necessario che questo tema vada a permeare i processi decisionali aziendali diventando, quindi, un tassello fondamentale della strategia aziendale.

I nostri traguardi

AMBIENTE ED ENERGIA

Il **60% dell'elettricità** che utilizziamo proviene da fonti rinnovabili.

30.000 ton. di CO_{2e} risparmiate grazie a interventi di efficientamento energetico ed utilizzo di energia rinnovabile.

PERSONE E AMBIENTE

Circa **1.000 alberi** piantati dai dipendenti in progetti di teambuilding nelle zone limitrofe alle nostre sedi.

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

I NOSTRI NEGOZI

81 tonnellate di capi usati raccolti e donati in **6 paesi** da Intimissimi e Tezenis.

Primi negozi Falconeri certificati BREEAM con risultato di "very good" per la valutazione di sostenibilità di progettazione.

TRACCIABILITÀ E TRASPARENZA

Possibilità di visitare **15 delle nostre fabbriche in 5 paesi** diversi attraverso le schede prodotto dei nostri 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.

TRASPORTI E PERSONE

Installazione delle prime **16 torrette** di ricarica per auto elettriche in **3 diverse sedi italiane**.

Attivazione del progetto di car sharing nelle sedi italiane per sensibilizzare i dipendenti sulle emissioni causate dagli spostamenti e offrire una soluzione efficace ed economica per ridurle.

PRODOTTI

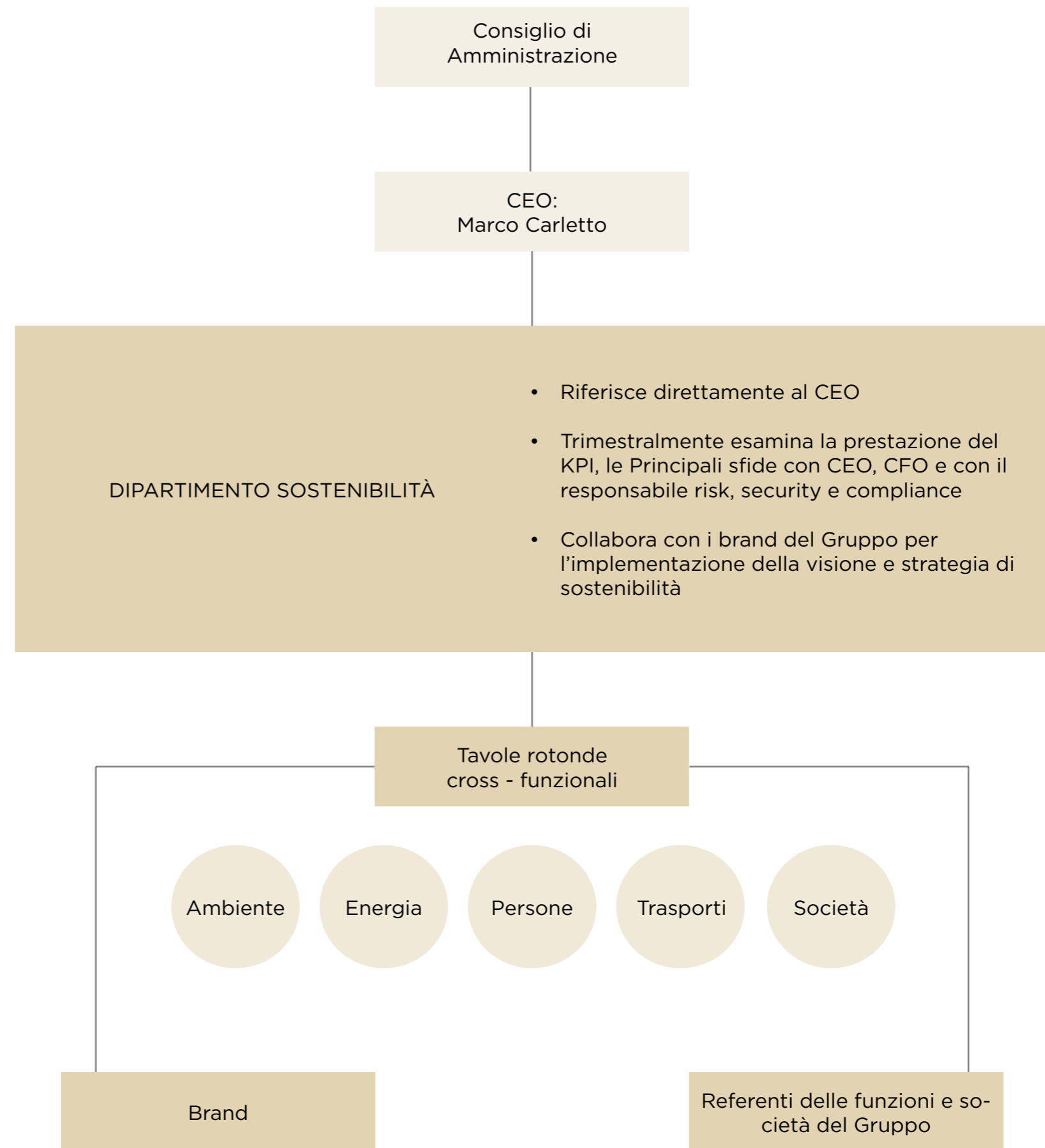
16% dei prodotti nelle nostre collezioni contiene materiali a ridotto impatto ambientale. La quantità di prodotti con queste caratteristiche è aumentata di **14 volte rispetto al 2020**.

Il dipartimento di Sostenibilità

Il dipartimento di Sostenibilità risponde 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.

Anche nel 2021 sono state realizzate delle tavole rotonde funzionali che rappresentano comitati operativi in cui vengono approfondite le principali tematiche della sostenibilità per il Gruppo: l'ambiente, l'energia, le persone, i trasporti e la società. Questi momenti di confronto hanno coinvolto i responsabili di funzione e di plant produttivi con l'obiettivo di orientare ed allineare gli sforzi dell'azienda sulle tematiche ritenute più urgenti ed importanti.



The Fashion Pact

Il Fashion Pact è una coalizione che nasce nel 2019 con l'obiettivo di riunire grandi società 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 la protezione degli oceani ed ha fissato fin da subito obiettivi quantificabili e ambiziosi in ciascuna di queste aree.

In poco più di un anno la coalizione ha raccolto circa 70 gruppi del settore, rappresentanti di circa un terzo del mercato globale e ha implementato una serie di attività atte ad accelerare gli sforzi delle singole società e a condividere best practices.

CLIMA

Gli obiettivi della coalizione

- Ci impegniamo ad attuare i 16 principi dell'UN Fashion Industry Charter for Climate con l'ambizione di implementare i SBT.
- Supportiamo l'adattamento e la resilienza climatica attraverso l'approvvigionamento sostenibile delle materie prime chiave. Pertanto, ci impegniamo a far sì che il 25% delle materie prime chiave abbia un basso impatto climatico entro il 2025.
- Ci impegniamo ad implementare il 50% di energia rinnovabile attraverso le nostre attività entro il 2025 e il 100% entro il 2030. Inoltre, incentiveremo l'implementazione delle energie rinnovabili in tutti i processi produttivi ad alto impatto energetico lungo l'intera catena di approvvigionamento.

Le azioni della coalizione

E' stata creata una piattaforma per la condivisione di informazioni e procedure che possano aiutare tutte le società aderenti a raggiungere gli obiettivi prefissati. Sta inoltre programmando la creazione di un Collective Virtual Power Purchasing Agreement, un investimento che ha lo scopo di immettere sulla rete elettrica nuova energia a zero emissioni per compensare quella utilizzata dalle attività dei brand nel mercato europeo.

I traguardi del Gruppo Calzedonia:

Il Gruppo ha evitato circa 29.984 tonnellate di CO_{2e} attraverso l'acquisto di energia rinnovabile e 776 tonnellate di CO_{2e} grazie alla produzione di elettricità tramite propri pannelli fotovoltaici. In totale quindi il Gruppo nel corso del 2021 ha consumato il 60% di elettricità proveniente da fonti rinnovabili e si è posto come obiettivo quello di raggiungere il 100% entro il 2025.

Le nostre collezioni di abbigliamento utilizzano sempre più tessuti a basso impatto ambientale. Nel 2021 le materie prime a basso impatto ambientale rappresentano il 17% del totale, un aumento del 12% rispetto al 2020. L'incidenza è destinata ad aumentare per raggiungere l'obiettivo del 25% entro il 2025.

BIODIVERSITÀ

Gli obiettivi della coalizione

- Ci impegniamo a sviluppare strategie per la biodiversità entro la fine del 2020 che evidenzino dove gli interventi prioritari devono essere nella nostra catena di approvvigionamento e di fornitura per prevenire qualsiasi perdita di specie, prevenire la perdita o il degrado degli ecosistemi naturali e sostenere il ripristino dei servizi che la natura fornisce alla società.
- Ci impegniamo ad azzerare la deforestazione e ad agire verso la protezione e la gestione sostenibile delle foreste naturali entro il 2025.

Le azioni della coalizione

Per un settore globalizzato ed eterogeneo come quello della moda e del tessile, comprendere le influenze 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 creato degli strumenti per mappare la Supply Chain e creare una strategia di intervento che permetta di eliminare o limitare le azioni nocive alla biodiversità o perlomeno che ne aiutino il ripristino.

I traguardi del Gruppo Calzedonia:

Il Gruppo si è attivato in due direzioni riguardanti la biodiversità. Da un lato ha collaborato con diverse associazioni in progetti di riforestazione piantando oltre 300.000 alberi in diversi paesi del mondo e nei terreni di proprietà del Gruppo portando benefici di biodiversità, di supporto alle comunità locali e di assorbimento di CO₂ dall'atmosfera. La seconda direzione intrapresa è quella di utilizzare carta e cartone provenienti da filiere controllate al fine di disincentivare la deforestazione. Nel 2021 il 92% di questi materiali, utilizzati nei packaging e negli imballaggi, proviene da filiere certificate FSC di cui almeno il 18% totalmente riciclati.

OCEANI

Gli obiettivi della coalizione

- Ci impegniamo ad eliminare la “plastica monouso” negli imballaggi B2C entro il 2025 e negli imballaggi B2B entro il 2030.
- Ci impegniamo a garantire che almeno il 50% di tutto l’imballaggio di plastica che utilizziamo negli imballaggi B2C e B2B sia riciclato al 100% entro il 2025 e il 2030 rispettivamente.

Le azioni della coalizione

Il Fashion Pact sta aiutando le aziende della coalizione mettendole in contatto con i migliori innovatori presenti sul mercato con lo scopo di ridurre l’impatto ambientale del packaging disperso in natura e di conseguenza anche negli oceani. La strategia prevede di sostituire gli imballaggi in plastica vergine con imballaggi in carta, oppure in plastica di nuova tecnologia con fine vita garantito, oppure di creare dei closed loops in cui riciclare il packaging.

I traguardi del Gruppo Calzedonia:

Nel corso del 2021, 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 423.210 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 i nostri stakeholder

Il Gruppo Calzedonia è convinto che un atteggiamento di collaborazione e di rispetto nei confronti di tutti gli stakeholder costituisca la base per un successo economico sostenibile di lungo periodo. Comprendere le aspettative degli stakeholder interni ed esterni al fine di anticipare i loro interessi rappresenta un elemento chiave della strategia del Gruppo.

L’attenzione del Gruppo alla qualità delle relazioni con i propri stakeholder è espressa anche all’interno del Codice Etico. Tale approccio si concretizza in momenti di interazione con i vari interlocutori che siano funzionali anche alla diffusione dei principi del Codice Etico e che permettano una crescita reciproca, nonché un adeguamento del modello di business delle parti.

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

In considerazione dell’importanza che il coinvolgimento degli stakeholder riveste per il Gruppo nel processo di definizione dei temi materiali, il Gruppo si è posto l’obiettivo di garantire negli anni un sempre maggiore coinvolgimento degli stakeholder nel processo di analisi di materialità. In particolare, dall’esercizio 2020 è previsto il coinvolgimento dei manager di tutte le società del Gruppo e dei principali fornitori.

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

Un’importante nuova partecipazione del 2021 è stata l’adesione del Gruppo al Cluster Made in Italy, un’associazione che promuove la ricerca in materia di design e circolarità.

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 soddisfazione del cliente e l'eccellenza del servizio

Al centro delle attività del Gruppo Calzedonia ci sono i clienti in quanto fruitori finali del nostro lavoro. I clienti, infatti, sono presi in considerazione in ogni decisione in modo da anticiparne le necessità e di rispondere rapidamente alle loro richieste e aspettative.

Nel Gruppo ci impegniamo ad offrire ai nostri 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 nostri 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 per ragioni di razza, religione, età, nazionalità, genere o per qualsiasi altra condizione personale o sociale, prestando particolare attenzione all'integrazione di persone con disabilità o handicap. Nell'esercizio delle proprie attività professionali, la forza vendita comunica con i clienti in maniera chiara e trasparente per un'esperienza d'acquisto gratificante. I prodotti del Gruppo sono promossi in base a standard oggettivi, senza distorcere la loro descrizione o le loro caratteristiche.

Siamo orientati ad offrire un'esperienza d'acquisto piacevole, facile e confortevole, e ciò è reso possibile anche grazie alla scelta del Gruppo di integrare i canali di vendita fisici e online in modo che non siano in competizione fra di loro, ma che siano complementari nell'obiettivo di migliorare l'esperienza di acquisto per i clienti. L'unione di questi canali permette non solo un'ottimizzazione delle risorse del cliente e dell'azienda, ma anche di diminuire l'impatto ambientale dei trasporti e la creazione di nuovi rifiuti.

Attualmente i servizi di e-commerce sono disponibili in 35 Paesi per i brand Intimissimi e Calzedonia, 29 per Tezenis e 22 per Falconeri e 1 per Signorvino.

Soddisfazione del cliente

Per migliorare continuamente il nostro servizio, monitoriamo la soddisfazione dei clienti e raccogliamo i loro riscontri nei diversi momenti in cui si interfacciano con noi.

Il Customer Service del Gruppo Calzedonia, attivo 24 ore su 24 e 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.

A partire da Giugno 2020 è stata introdotta una nuova metodologia di valutazione delle interazioni con il cliente: quest'ultimo, infatti, valuta il nostro Customer Service da 0 a 10 dopo ogni contatto. Nella tabella sotto riportata sono evidenziati gli obiettivi prefissati dal Gruppo e le valutazioni realmente raggiunte.

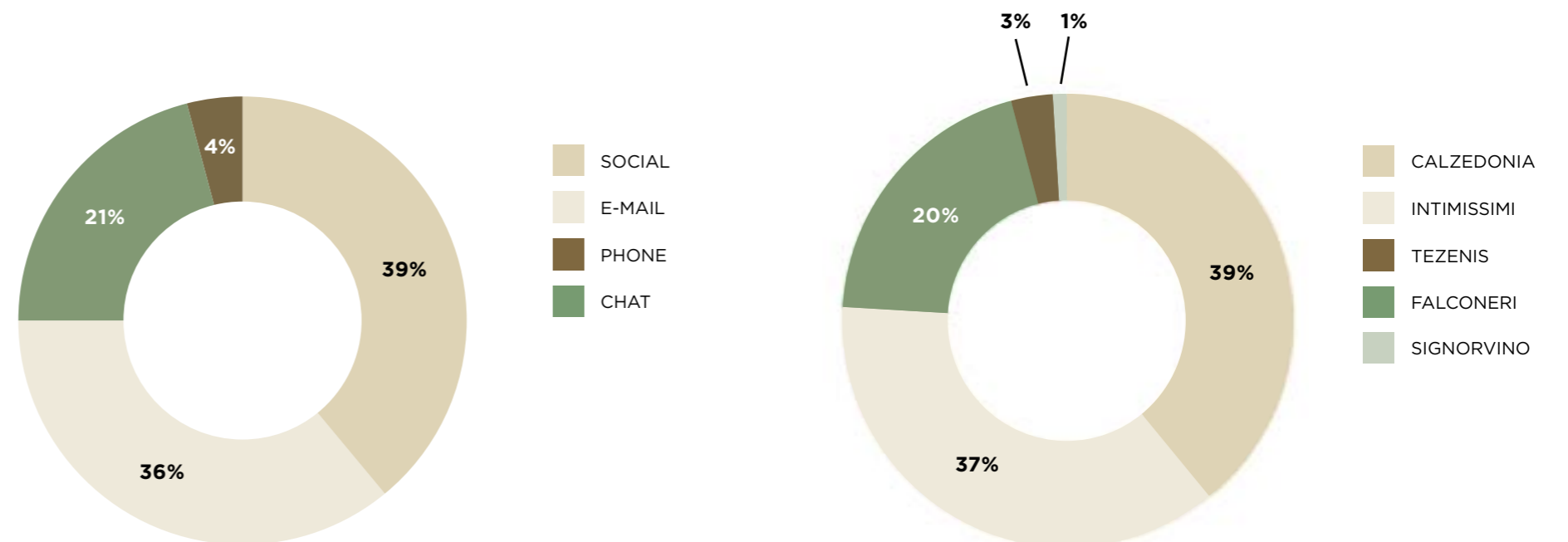
	Obiettivo	Risultato 2020	Risultato 2021
Chat	8	7,7	8,5
Webmail	8	6	6,7
Chatbot	6	3,7	4,1

Si nota un miglioramento rispetto ai risultati dell'anno precedente in tutte le modalità di interazione analizzate, che rispecchia un costante sforzo di migliorare i servizi offerti. La discrepanza nel punteggio tra chat e webmail è da imputare al tempo di risposta verso i clienti; è immediata per la chat e di qualche ora per la mail. Per quanto riguarda il sistema chatbot invece il 60% dei clienti insoddisfatti non gradiscono il colloquio con il bot. A questo si aggiunge, a seguito di una ricerca in tutti i mercati e su un campione di 1000 clienti non soddisfatti, che solo 30 avevano criticato il servizio di assistenza. I restanti hanno criticato il servizio di consegna e le pratiche di reso e rimborso.

Nei grafici sottostanti la distribuzione delle interazioni del Customer Service per Brand e per canale.

Con l'obiettivo di avvicinarci ai nostri clienti e migliorare grazie al loro contributo, il Gruppo ha deciso di utilizzare più modalità per entrare in contatto con loro. La metrica di riferimento usata è il Net Promoter Score, cioè la differenza in percentuale dei feedback raccolti fra chi promuove il brand e chi no. I valori minimo e massimo dell'indicatore sono rispettivamente -100 e +100, in base a studi di mercato l'obiettivo per i nostri brand è quello di avere un NPS superiore a +50.

Nel corso del 2021 abbiamo continuato l'utilizzo di tre moduli destinati alla raccolta di feedback già implementati nel 2020: il primo modulo è sempre accessibile al cliente, il quale può spontaneamente fornire un feedback sul suo livello di soddisfazione digitale (Always-on online); un secondo modulo che, in maniera casuale, richiede un feedback durante la navigazione del sito (General intercept); e un terzo modulo che, sempre in maniera casuale, richiede un feedback a seguito del perfezionamento di un acquisto online nella pagina dei ringraziamenti (Online thank you page). Oltre ai siti di Calzedonia, Intimissimi e Tezenis, questi moduli sono stati implementati anche per il brand Falconeri.



ALWAYS ON/GENERAL INTERCEPT/THANK YOU PAGE			
BRAND	# FEEDBACKS 2021	NPS 2020	NPS 2021
Calzedonia	166.964	57.2	63.3
Intimissimi	127.767	60	62.3
Tezenis	92.657	51.1	54.6
Falconeri	12.869	-	58.5

Come è possibile notare, il Gruppo ha raggiunto l'obiettivo prefissato di avere un NPS superiore a +50 in tutti e quattro i brand in cui ha implementato questi moduli per la raccolta dei feedback.

È rimasta attiva in Italia ed è stata attivata in tutti gli altri paesi che dispongono del sistema fidelity un'indagine (loyalty post purchase) per il brand Intimissimi al fine di raccogliere il parere dei clienti in possesso della nostra carta fedeltà, che abbiano effettuato degli acquisti presso gli store fisici, circa il livello di servizio ricevuto nei nostri negozi.

LOYALTY POST PURCHASE	
2020	2021
# feedbacks: 66.700 NPS: 75.7	# feedbacks: 213.680 NPS: 71

Il risultato denota un peggioramento rispetto allo scorso anno di 4,7 punti. Come si può vedere, rispetto al 2020, il numero di feedback è notevolmente 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 denota

un'alta fidelizzazione dei clienti e rispecchia la clientela associata a chi è iscritto nei nostri programmi loyalty. Il Gruppo Calzedonia ritiene molto importante misurare la soddisfazione dei clienti più affezionati come termometro qualitativo dell'operato.

Per tutelare la Brand reputation 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 abbiamo 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, condizioni lavorative.

Nel 2021 sono stati presentati 443 reclami che hanno riguardato: la qualità dei prodotti, temi sociali quali inclusività e diversità, le condizioni lavorative dei dipendenti nonché questioni inerenti all'utilizzo di pellicce e alla 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 asseritamente false.

Tutti i 443 reclami sono stati risolti nel corso dell'anno, tramite interventi verso i singoli clienti o attraverso comunicazioni sui canali social. Tali comunicazioni 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 dell'azienda.

La vicinanza al cliente, l'omnicanalità e la digitalizzazione

Vicinanza al cliente

La vicinanza al cliente è da sempre un elemento di grande attenzione da parte del 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 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 nostri clienti, abbiamo adottato una strategia di sviluppo integrato dei nostri canali fisici e digitali.

Omnicanalità

Attualmente i servizi di e-commerce sono disponibili in 35 Paesi per i brand Intimissimi e Calzedonia, 29 per Tezenis

e 22 per Falconeri e 1 per Signorvino.

I siti web del Gruppo Calzedonia sono raggiunti in totale da circa 1 milione di visitatori al giorno, che in media scaricano 1,8 milioni di schede prodotto al giorno, confermando il desiderio di rimanere in contatto con i look che l'azienda settimanalmente propone e rinnova. Nel 2021 è stata introdotta una nuova applicazione per il brand Tezenis in 7 paesi. Questa soluzione permette di interagire con i clienti attraverso processi di gamification rendendo al contempo più semplice e interattivo il processo di acquisto.

Calzedonia Group ha sempre inteso l'e-commerce non come un canale in competizione con i punti vendita, ma come un modo per migliorare la Customer Experience con un approccio omnicomprendivo che permetta al cliente di guardare e valutare i nostri prodotti indipendentemente dalla modalità con cui intende acquistare.

Attraverso i canali e-commerce vi sono quindi, da un lato, la volontà di internalizzare, dove possibile, l'intera catena del valore legata ai processi di vendita online, e, dall'altro lato, la volontà di integrare la catena di negozi fisici in questa strategia.

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.

Un altro esempio è rappresentato 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. Per evadere tali ordini, ci avvaliamo degli stessi corridoi logistici utilizzati per il retail, così facendo raggiungiamo l'obiettivo di abbassare 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. Al fine di ottimizzare

le emissioni di CO_{2e} il Gruppo ha condotto un'analisi sul metodo di consegna più virtuoso. 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.

È previsto per la seconda metà del 2022 il lancio di un 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.

Questi strumenti, oltre ad apportare maggiore efficienza al sistema, e quindi un miglior soddisfacimento delle

esigenze dei clienti, consentono anche di diminuire l'impatto ambientale dei trasporti della merce per le consegne e per gli eventuali resi, e permette di ottimizzare le giacenze della merce limitando le sovrapproduzioni o le mancate vendite e obsolescenza degli articoli.

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

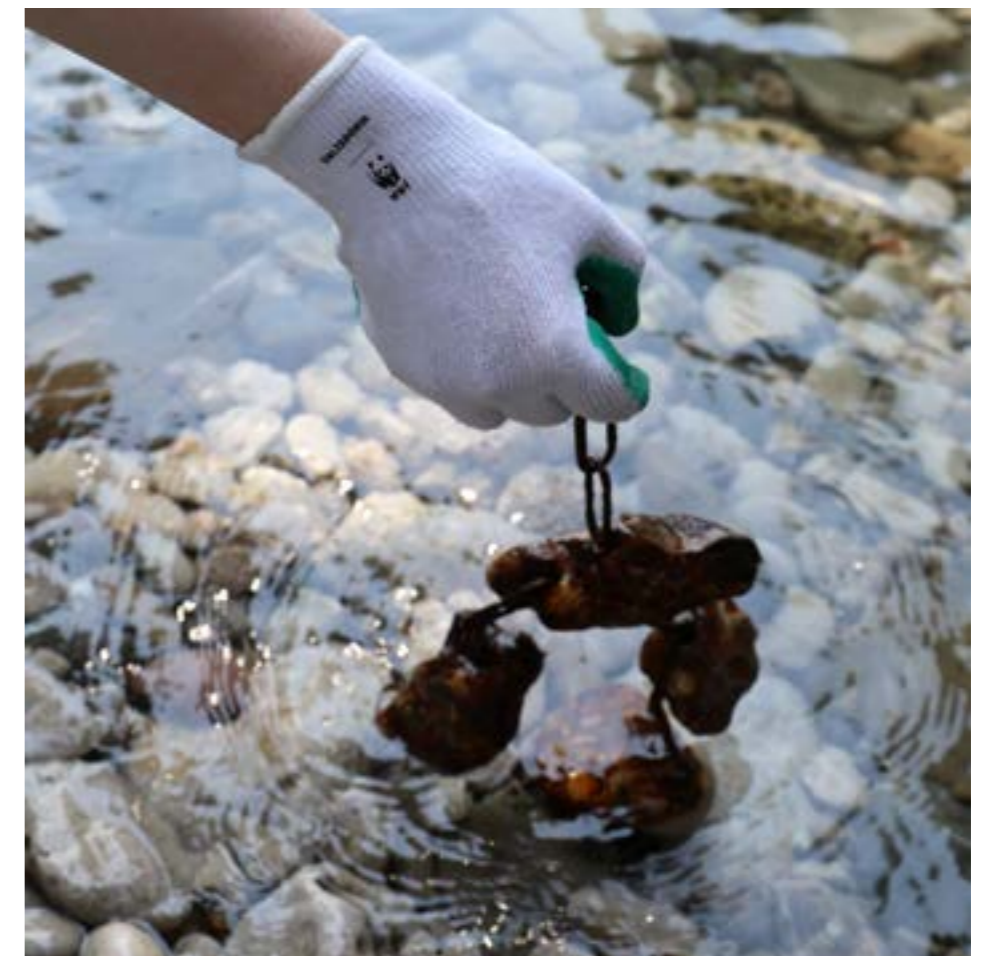
Digitalizzazione

Siamo convinti che la presenza di una struttura tecnologica avanzata sia alla base di una corretta gestione dell'informazione per affrontare nel miglior modo possibile le future sfide legate all'omnicanalità.

In questo contesto il business digitale, trasversale a tutta

CALZEDONIA E MISSIONE SPIAGGE PULITE

Dall'impegno comune di Calzedonia e WWF nasce nell'estate del 2021 #missionespiaagepulite. L'iniziativa ha coinvolto centinaia di volontari WWF e dipendenti Calzedonia, ma non solo. Anche i clienti del brand hanno partecipato alle attività, potendo scegliere tra oltre settanta località in tutta Italia, che hanno dato vita ad oltre 100 eventi di pulizia a seguito dell'enorme entusiasmo riscontrato. Consultando una mappa visibile dal sito e-commerce di Calzedonia, i clienti hanno potuto scoprire gli eventi organizzati e iscriversi, scegliendo tra giornate di pulizia dei litorali marini - ma anche di sponde dei fiumi e aree naturali per i clienti distanti dal mare - e giornate di pulizia dei fondali, affidate a sommozzatori professionisti. Il progetto è stato inaugurato nel parco naturale di Miramare a Trieste per arrivare a ripulire un totale di oltre un milione e mezzo di mq di spiagge.



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. Abbiamo inoltre ampliato la gamma delle loyalty e gift card, con interazioni tra online e offline, rendendo possibile finalizzare le card online o nei negozi. Non è più necessario dover compilare alcun modulo cartaceo, poiché il processo è stato completamente digitalizzato, così come i buoni fedeltà, i coupon e i buoni riciclo.

La sicurezza e la protezione dei dati

Le moderne modalità di acquisto comportano necessariamente lo scambio reciproco di informazioni e di dati personali.

Nell'ambito dello svolgimento della propria attività, il Gruppo Calzedonia è consapevole di trattare una quantità significativa di informazioni riservate e dati personali, e condivide, attuandoli, gli obiettivi derivanti dalla entrata in vigore del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR).

Per noi è fondamentale rispettare il diritto alla privacy dei nostri clienti, ed è per questo che cerchiamo di tutelare e fare un uso appropriato dei loro dati personali. Ci adoperiamo quindi per garantire elevati standard di sicurezza nella selezione e nell'uso dei sistemi di information technology destinati al trattamento di informazioni riservate e dati personali.

Nel trattamento dei dati personali dei clienti, provvediamo a richiederne il consenso informato ogni qual volta si renda necessario esclusivamente per le finalità cui il trattamento dei dati è destinato. I dipendenti sono inoltre tenuti a segnalare qualsiasi caso di cui siano venuti a conoscenza di fatti che riguardino la confidenzialità delle informazioni o la protezione di dati personali.

Di pari passo con lo sviluppo digitale dei brand del Gruppo, l'aspetto della cybersecurity sta diventando sempre più rilevante. Lo sforzo del dipartimento di protezione dei dati e di sicurezza informatica si declina in quattro aree:

- Security Baseline
- gestione degli accessi ed identità
- rilevamento e risposta agli incidenti
- Business Continuity

Nello specifico, 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 è stato costituito un team dedicato alle richieste di protezione dati dei consumatori. Il team è coordinato dal dipartimento Protezione dati della sede centrale del Gruppo e, nel corso del 2021, ha gestito 2.764 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.



NATAL A MEIAS

Per il quinto anno consecutivo il brand Calzedonia in Portogallo 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 veicoli antincendio, ambulanze e divise per la protezione individuale. In totale sono stati donati circa 307.000 euro.

La strategia di marketing e comunicazione

L'idea alla base della nostra strategia di marketing è 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 è sempre in linea con i nostri valori aziendali e la promozione dei prodotti avviene in modo responsabile, sulla base di standard oggettivi.

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

Calzedonia e Intimissimi, grazie al coinvolgimento di influencer di fama internazionale, tra le quali la nostra brand ambassador Chiara Ferragni, mantengono le proprie community sempre ingaggiate.

Il marchio Tezenis invece ha fatto proprio il mondo della musica, del digital e del talento comunicando attraverso personaggi del calibro di Rita Ora, partecipando ai principali festival musicali a livello mondiale, come Coachella e presidiando attivamente l'universo dei social e delle più importanti influencer.

Atelier Emé ha scelto di puntare sulla comunicazione digital con una forte presenza sui principali social network, creando contenuti coinvolgenti e dinamici che raccontino l'unicità delle collezioni anche grazie al supporto di it girl e spose celebrity, coltivando un rapporto sempre più emozionale con le utenti tramite i racconti delle spose vere.

NUOVE ISCRIZIONI 2021				
CALZEDONIA LOVER	MY INTIMISSIMI	TEZENIS TALENT	FALCONERI CLUB	SIGNORVINO WINE LOVER
3.389.866	2.370.030	489.807	167.129	48.028

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 di Falconeri. Il Brand, infatti, 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.

Intimissimi Uomo, la sfida più recente del Gruppo, si è fin da subito imposto nel panorama della comunicazione con un approccio multicanale. Ambito di forte interesse per il target maschile e per le nuove generazioni, lo sport è un altro punto cardine della strategia di marketing di Intimissimi Uomo, che dal 2019 è Sponsor Ufficiale del Giro d'Italia.

Signorvino coniuga una strategia multicanale cercando di sfruttare al meglio l'online e l'offline, tra cui social e stampa, inevitabile riferimento nel mondo del Food & Wine. 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).

Nel corso del 2021 il Gruppo ha ricevuto cinque segnalazioni di non conformità in materia di comunicazioni e marketing. Tre contestazioni sono risultate nel pagamento di una multa o di una sanzione e hanno riguardato principalmente contestazioni per violazione di diritti di proprietà intellettuale e problemi legati alla pubblicità. Negli altri due

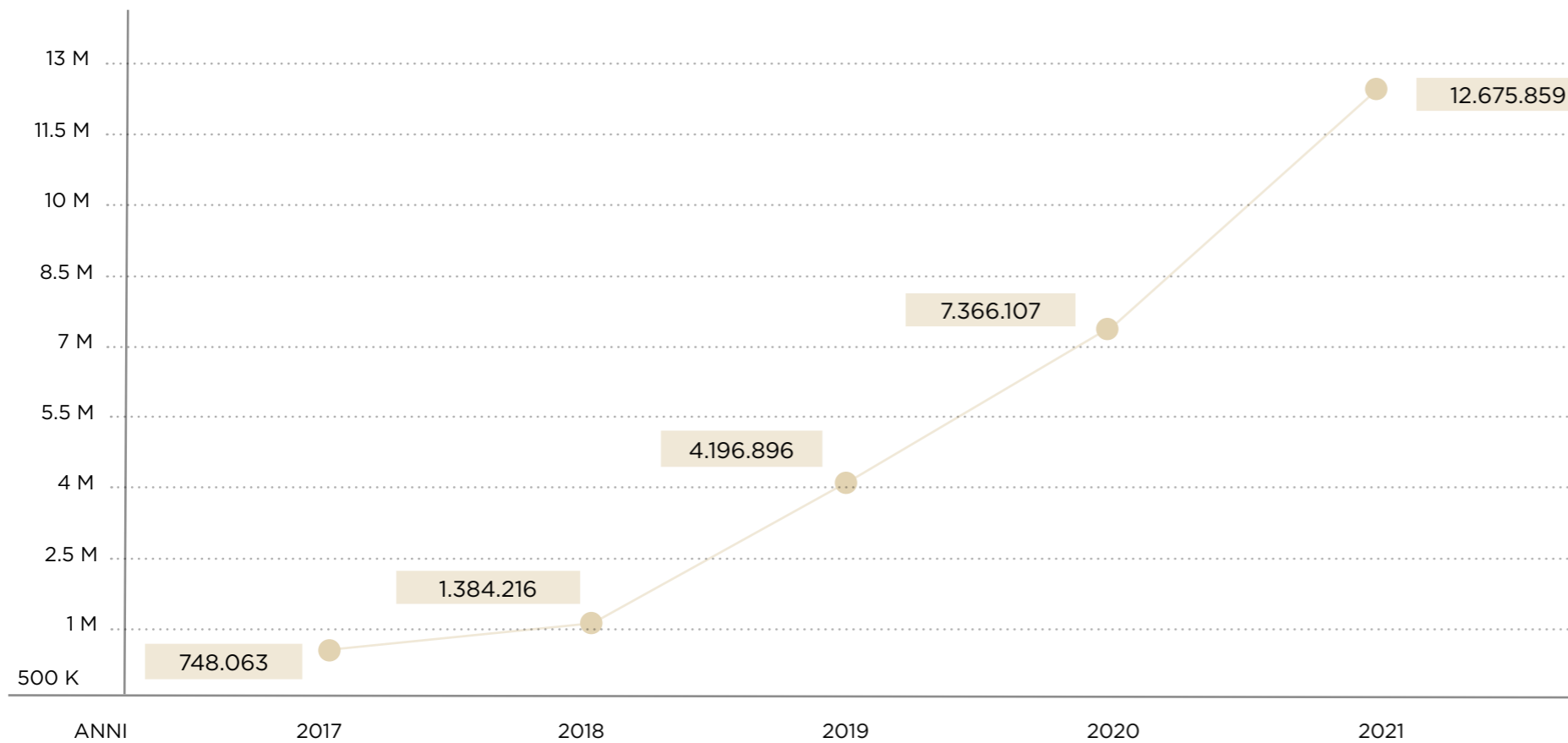
casi è stato dato riscontro rispettivamente aggiornando le T&C e modificando i contenuti social come previsto dagli impegni contrattuali.

Engagement dei clienti e iniziative di marketing responsabile

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

Queste iniziative promozionali implementate dai brand Calzedonia, Intimissimi e Falconeri sono dei programmi fedeltà che consistono in una raccolta punti su tessera, i cui titolari godono di vantaggi esclusivi. A partire dal 2021 è nato anche il programma fedeltà Tezenis, chiamato Tezenis Talent.

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 e Calzedonia. Il progetto 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.

Dopo l'interruzione dovuta al covid-19, nella primavera del 2021, Intimissimi ha ripreso a collaborare con l'ONG "HUMANA People to People Italia" a cui sono stati donati i capi raccolti allo scopo di finanziare progetti di beneficenza. La campagna di raccolta capi nell'autunno del 2021 ha coinvolto anche il brand Tezenis.



DONAZIONE CAPI E HUMANA

Humana è una ONG impegnata in progetti di sviluppo nel Sud del mondo in 45 paesi diversi. Le iniziative di Humana sono possibili grazie alla raccolta e rivendita di indumenti usati.

Intimissimi e Tezenis hanno deciso di collaborare con Humana per poter contribuire concretamente al benessere sociale e ambientale del mondo. Da un lato, infatti il progetto di women empowerment promosso punta a sviluppare sicurezza economica e aiuti a popolazioni bisognose, dall'altra garantisce una nuova vita agli abiti che diventerebbero altrimenti rifiuti.

Oltre ad impegnarci nella raccolta e donazione di capi, abbiamo deciso di finanziare il progetto "La forza delle donne Quilombola".

Al centro del progetto ci sono 50 donne Quilombola dello stato di Bahia, paese in cui il 75% degli abitanti vivono in condizioni di estrema povertà. Sono soprattutto le donne a lottare ogni giorno contro la scarsità di cibo dell'area e la mancanza di informazioni per poter avviare delle piccole attività generatrici di reddito. Humana e Intimissimi hanno deciso di aiutare queste donne attraverso la creazione di piccole cooperative agricole per migliorare il loro accesso al cibo e la loro stabilità economica.

Le nostre persone

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



La salute fisica e mentale delle nostre persone è al centro della nostra attenzione. Il Gruppo Calzedonia si preoccupa affinché tutti i suoi dipendenti, di qualsiasi provenienza geografica ed estrazione sociale, abbiano accesso all'assistenza sanitaria di base. Nei Paesi più poveri in cui operiamo, questa viene fornita direttamente dal Gruppo attraverso la presenza di personale sanitario nelle nostre sedi e la creazione di accordi stipulati con cliniche e ospedali locali.



Il Gruppo riconosce il valore sociale ed economico dell'istruzione e della formazione continua e, per questo, investe attivamente in percorsi di formazione dedicati alla crescita professionale e umana delle proprie persone.



Il Gruppo Calzedonia crede fermamente nel potenziale femminile e lavora per permetterne lo sviluppo e la crescita professionale ed economica in azienda. Particolare attenzione viene posta all'empowerment e all'emancipazione delle nostre dipendenti nei Paesi dove la donna subisce maggiori discriminazioni.



Ogni polo produttivo diventa centro di competenza che contribuisce attivamente all'innovazione e alla crescita del Gruppo. In questa direzione il Gruppo ha sempre prestato particolare attenzione alla qualità dell'ambiente lavorativo presente nelle nostre filiali commerciali e produttive e dal principio si è impegnato a rispettare i massimi livelli di sicurezza e salubrità dell'ambiente di lavoro, offrire condizioni di lavoro ottimali e corrispondere salari adeguati.



Il Gruppo Calzedonia lavora attivamente per ridurre le disuguaglianze sociali: siamo consapevoli che un più equo e duraturo sviluppo economico e sociale passi anche attraverso la condivisione di know how operativo e tecnologico e per questo ci adoperiamo per far sì che esso diventi patrimonio delle nostre persone e delle comunità in cui vivono, non solo delle nostre aziende.

Composizione del personale

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

I valori aziendali del Gruppo, quali visione, passione, concretezza, collaborazione e orientamento al risultato, sono espressione della nostra etica di lavoro e governano le attività e le relazioni all'interno dell'azienda.

Al 31.12.2021 il numero dei lavoratori occupato nelle società del Gruppo ammonta complessivamente a 40.740 persone, in aumento del 7,1% rispetto al 2020. Tale aumento è da imputare principalmente alla ripresa a regime delle attività dopo l'emergenza sanitaria e al costante investimento dimostrato dal Gruppo.

Dipendenti per categoria professionale e per genere (n.)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Manager di primo livello	67	43	110	75	44	119	75	56	131
Manager che riportano al primo livello	205	303	508	210	306	516	196	290	486
Impiegati	472	1.365	1.837	676	1.516	2.192	557	1.736	2.293
Addetti alle vendite	130	885	1.015	106	857	963	136	945	1.081
Personale di negozio	375	11.702	12.077	376	11.011	11.387	540	12.312	12.852
Operai	2.439	20.675	23.114	2.370	20.463	22.833	2.372	20.021	22.393
Totale	3.688	34.973	38.661	3.813	34.197	38.010	3.876	35.360	39.236

La categoria professionale maggiormente rappresentata è quella degli operai (57%) a cui segue il personale di negozio (33%).

Da sempre valorizziamo il contributo delle donne nel nostro Gruppo. Le donne rappresentano infatti il 90% della nostra forza lavoro.

È da notare che il numero dei dipendenti analizzato nelle prossime tabelle è di 39.236 unità; la differenza è da imputarsi alla temporanea chiusura dello stabilimento produttivo in Etiopia, che nel 2021 è rimasto non operativo a causa dell'attuale guerra civile.

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

	2019			2020			2021		
	<30	≥30	Totale	<30	≥30	Totale	<30	≥30	Totale
Manager di primo livello	-	0,3%	0,3%	-	0,3%	0,3%	-	0,3%	0,3%
Manager che riportano al primo livello	0,1%	1,2%	1,3%	0,1%	1,3%	1,4%	0,1%	1,2%	1,3%
Impiegati	1,8%	3,0%	4,8%	2,3%	3,5%	5,8%	2,0%	3,8%	5,8%
Addetti alle vendite	1,3%	1,3%	2,6%	1,1%	1,5%	2,5%	1,0%	1,8%	2,8%
Personale di negozio	23,5%	7,8%	31,2%	21,3%	8,6%	30,0%	22,7%	10,0%	32,7%
Operai	32,0%	27,8%	59,8%	33,7%	26,3%	60,1%	29,8%	27,3%	57,1%
Totale	58,7%	41,3%	100%	58%	42%	100%	55,6%	44,4%	100%

Nel Gruppo Calzedonia si intendono manager di primo livello i responsabili che rispondono alla Proprietà, all'Amministratore Delegato, i Responsabili degli stabilimenti produttivi, o i Responsabili commerciali di paese.

L'età media dei nostri collaboratori è di circa 30 anni (33 per gli uomini e 30 per le donne). In merito alla

distribuzione dei dipendenti per categoria professionale e per fascia d'età, nel 2021 la maggior parte del personale di negozio e degli operai si colloca nella fascia di età al di sotto dei 30 anni, mentre i dipendenti appartenenti alle categorie manageriali rientrano soprattutto in quella più elevata.



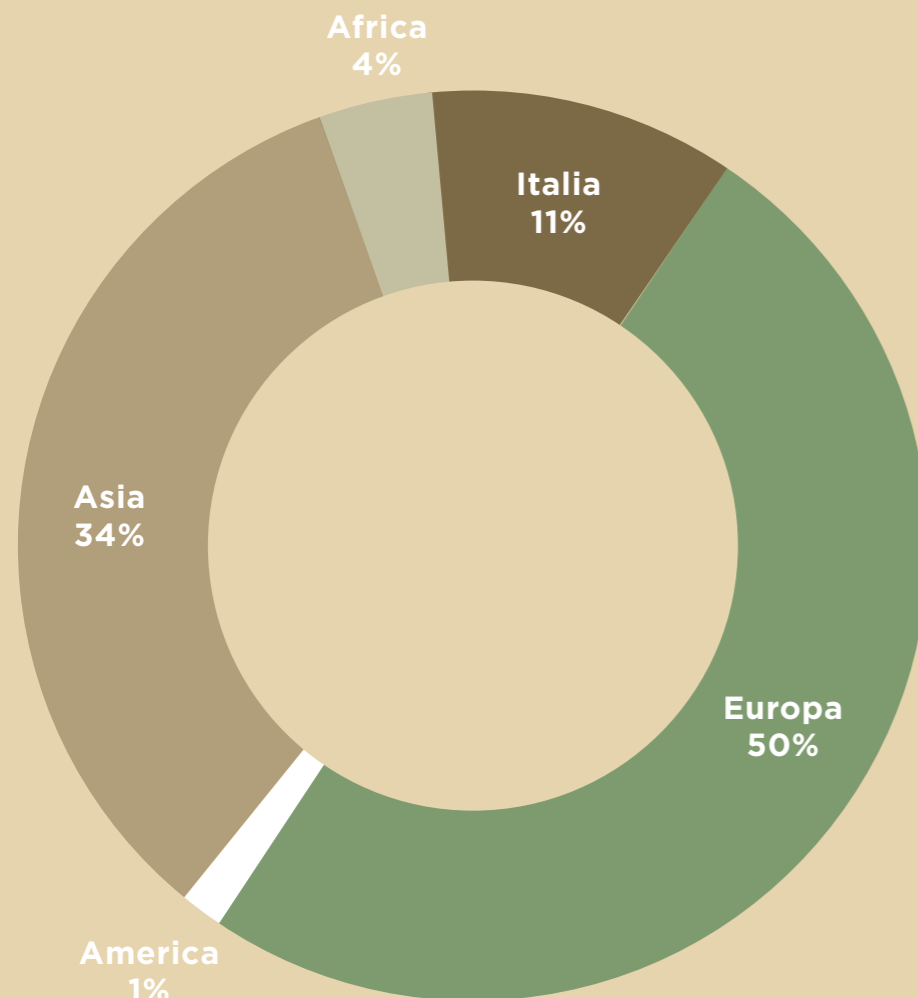
Dipendenti 2021 per tipologia di contratto e per genere (n.)

	Contratto a tempo indeterminato (IND.)			Contratto a tempo determinato (DET.)			Totale
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	
Italia	876	2.618	3.494	218	774	992	4.486
Europa	1.148	14.604	15.752	229	4.355	4.584	20.336
America	52	475	527	3	28	31	558
Asia	1.298	12.373	13.671	28	76	104	13.775
Africa	18	42	60	6	15	21	81
Totale	3.392	30.112	33.504	484	5.248	5.732	39.236

Per il Gruppo Calzedonia è importante instaurare rapporti di lavoro duraturi e stabili, e ciò trova conferma nella percentuale di dipendenti con contratto a tempo indeterminato (85%); in percentuale costante rispetto al 2020. Ridotto è invece il ricorso a stagisti e lavoratori interinali. In particolare, nel corso del 2021 il Gruppo Calzedonia ha impiegato 160 stagisti. Al 31.12.2021 il numero di dipendenti diversamente abili impiegati dal Gruppo è pari a 2.876.

Per quanto attiene invece alla distribuzione per area geografica, la maggior parte dei dipendenti del Gruppo Calzedonia è localizzata in Europa (50% esclusa l'Italia), seguita poi dall'Asia (34%), dall'Italia (11%) mentre i restanti dipendenti si collocano in Africa (4%) ed in America (1%).

Dipendenti per area geografica 2021



Suddivisione etnica per numero di dipendenti

	Italia	Europa	America	Asia	Africa
Manager di primo livello	100	26	2	3	-
Manager che riportano al primo livello	193	221	22	50	-
Impiegati	1.017	944	69	262	1
Addetti alle vendite	351	643	37	48	2
Personale di negozio	1.776	9.931	406	682	57
Operai	1.049	8.571	22	12.730	21

Dalla distinzione lavorativa per nazionalità dei nostri dipendenti si può notare come il numero di impiegati, forza vendite ed addetti alle vendite sia proporzionale al numero di negozi presenti nell'area geografica. Meno diversificato è invece il numero di manager di primo e secondo livello. Da notare poi l'assenza dei dipendenti della fabbrica etiopica.

Nel corso del 2021 sono state assunte oltre 23.750 persone, di cui il 79% si colloca nella fascia di età inferiore a 30 anni, a riprova dell'impegno del Gruppo nell'investire nei giovani.

Contestualmente, durante l'anno hanno lasciato il Gruppo 21.951 dipendenti, la maggior parte dei quali si colloca nella fascia di età inferiore ai 30 anni (circa l'80% del totale). La ricerca dei profili avviene sia tramite ricerca esterna sia, con maggior predilezione, con internal job rotation o crescite verticali.

Nel 2021 il turnover è aumentato rispetto al 2020 di circa il 5%. Il motivo della decrescita avvenuta tra il 2019 ed il 2020 è da imputare principalmente alla pandemia di covid-19 che ha imposto la chiusura di molte attività, limitando il numero delle cessazioni e assunzioni di lavoro.

Confrontando quindi il 2019 con il 2021, anni più stabili, si può notare comunque un trend in discesa. Inoltre, anche quest'anno il valore è influenzato dalla mancanza di dati della fabbrica insediata in Etiopia a causa della guerra civile presente del territorio a partire dalla fine del 2020. È possibile notare questa anomalia anche dalla distribuzione geografica del tasso di assunzione e di cessazione.

È necessario sottolineare che per alcune aree di business il turnover è fisiologico, ma è comunque oggetto di controllo periodico da parte della funzione HR al fine di monitorarne gli scostamenti significativi. L'analisi non si limita ai soli KPI, ma è accompagnata da un monitoraggio delle motivazioni attraverso la somministrazione, ad esempio, di exit surveys ed interviews.

Il risultato di questo tipo di indagini si traduce nell'implementazione di progetti ed attività volti alla diffusione e adozione di uno stile di leadership efficace ed in linea con i key values (es. percorsi di formazione, coaching, etc.) ed azioni che puntino ad aumentare la fidelizzazione del personale. Come strumenti di engagement abbiamo inoltre introdotto attività di aggregazione aziendale e di team building, contest e premi.

Turnover per genere e per fascia di età (%)

	Genere			Fasce di età	
	Uomini	Donne	Totale	<30	≥30
2019					
Tasso di assunzione	29,9%	72,9%	68,8%	98,3%	26,9%
Tasso di cessazione	23,6%	66,1%	62,1%	88,3%	24,8%
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%

Un ruolo importante sul work-life balance e sul turnover del personale è ricoperto dalle 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, che hanno l'obiettivo di garantire ai propri dipendenti soluzioni atte a soddisfare al meglio le loro esigenze personali.

Nel 2021 il part-time è riconosciuto a circa l'11% della forza lavoro totale, utilizzato nel 90% dei casi dalle donne, valori in linea con quanto registrato negli scorsi anni.

Turnover per genere e per fascia di età (%)

	Italia	Europa	America	Asia	Africa
	2019				
Tasso di assunzione	39,1%	78,6%	96,9%	64,1%	61,3%
Tasso di cessazione	34,9%	70,8%	91,7%	59,9%	36,7%
2020					
Tasso di assunzione	25,2%	59,3%	79,2%	47,8%	0,1%
Tasso di cessazione	27,2%	59,8%	75,6%	50,5%	0,1%
2021					
Tasso di assunzione	34,2%	67,1%	88,9%	58,1%	86,4%
Tasso di cessazione	29,5%	60,4%	86,2%	56,7%	60,5%

Dipendenti per tipologia di impiego (n.)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	3.526	29.805	33.331	3.634	29.943	33.577	3.724	31.138	34.862
Part-time	162	5.168	5.330	179	4.254	4.433	152	4.222	4.374
Totale	3.688	34.973	38.661	3.813	34.197	38.010	3.876	35.360	39.236

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, indipendentemente dall'ambiente in cui lavorano. Il Gruppo inoltre adotta un atteggiamento di apertura e collaborazione nei confronti delle attività dei sindacati, ove operino all'interno del Gruppo Calzedonia. Nel corso del 2021 la percentuale di dipendenti del Gruppo coperti da accordi di contrattazione collettiva è pari al 26%². Questa percentuale considera i dipendenti delle fabbriche di proprietà, da sole responsabili della produzione dell'82% dei capi inviati ai negozi.

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

L'area HR include le funzioni risorse umane, amministrazione del personale e formazione. È organizzata in team dedicati alle singole aree di business con strutture ritagliate ad hoc per le esigenze specifiche. Le filiali estere presentano strutture diverse a seconda delle dimensioni. Nelle sedi commerciali è presente la figura dei Regional HR, che suddividendosi geograficamente i Paesi in cui il Gruppo è presente supervisionano l'attività dell'HR locale di filiale. Nelle filiali produttive è presente la figura dell'HR locale, fondamentale nel favorire l'integrazione culturale del plant con i colleghi di Paesi e culture diversi. La Direzione centrale ha un ruolo di supervisione e coordinamento diretto ad assicurare stile di leadership e sistema valoriale aziendali comuni e riconosciuti in tutti i Paesi di operatività.

Attrazione dei talenti

Investire nei giovani dando spazio ai nuovi talenti è parte fondamentale della strategia del Gruppo. Per questo responsabilizziamo le giovani risorse fin dall'inizio della loro esperienza in azienda e promuoviamo la crescita interna mediante percorsi di carriera meritocratici, agili e dal respiro internazionale.

La strategia di Employer e Internal Branding ha l'obiettivo di costruire una reputazione aziendale di spessore, per attrarre nuovi talenti e, al contempo, ingaggiare la propria community di dipendenti consolidando il senso di appartenenza al Gruppo. Tutte le attività sono concordate tra l'area HR e il Dipartimento Comunicazione e Immagine e i principali canali istituzionali impiegati sono: sito Corporate, LinkedIn e Newsletter Corporate. Comunicazione interna ed esterna sono fra loro fortemente interconnesse e prevedono il coinvolgimento dei dipendenti come protagonisti delle diverse produzioni, per un racconto autentico del Gruppo. La newsletter è il principale strumento di comunicazione interna di Calzedonia Group, pensato per fornire a tutti i dipendenti aggiornamenti periodici sull'azienda, i suoi principali traguardi e le novità. Sempre di più attività ed eventi organizzati dai brand hanno

² - In alcuni Paesi in cui opera il Gruppo Calzedonia non sono previsti gli accordi di contrattazione nazionale.

come obiettivo il coinvolgimento diretto dei dipendenti, per farli sentire parte della loro identità e missione e al contempo per rafforzare senso di appartenenza e relazione con il marchio. Eventi e momenti di team building vengono organizzati anche localmente dalle diverse sedi e Countries per accrescere il legame con il Gruppo e la collaborazione tra tutti.

In particolare, in ogni Paese in cui il Gruppo è presente viene data alla filiale la possibilità di collaborare e legarsi ai canali web di reclutamento locali. Per chi desidera far parte della realtà di Calzedonia Group è possibile candidarsi ad una posizione, tramite le pagine e-commerce dei brand, nel sito careers dove è presente una panoramica sull'azienda, le aree di business e le relative posizioni aperte nelle varie regioni geografiche.

La selezione e gestione delle persone viene seguita attentamente attraverso diversi uffici HR con specifica competenza geografica e allineati sui valori aziendali, sul metodo, sull'approccio e sullo stile di leadership. L'attività di recruiting viene gestita nel rispetto delle normative privacy vigenti e in un'ottica di trasparenza, pragmatismo e rispetto professionale del candidato.

Le politiche di assunzione del Gruppo Calzedonia sono principalmente rivolte verso i giovani alla prima esperienza lavorativa e neolaureati e sono costantemente supportate da indagini di mercato ad hoc per quanto riguarda sia la retribuzione offerta, fissa e variabile, sia per le soluzioni contrattuali adottate, in linea con il settore di riferimento. I pacchetti retributivi sono inoltre sostenuti e completati da benefit, iniziative ed agevolazioni che possono variare di Paese in Paese.

Il contatto con possibili nuovi colleghi avviene anche in ambito accademico. Collaboriamo infatti con università, scuole e istituti di alta formazione, presso cui illustriamo le opportunità professionali del Gruppo in tutte le sue aree funzionali, sia in Italia che in 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.



TEAMBUILDING CON ALBERITALIA

È riconosciuto il beneficio che gli alberi hanno nei confronti dell'ambiente, e ancora di più per le comunità se gli alberi sono piantati in zone urbanizzate. Oltre ad assorbire la CO₂, infatti, gli alberi migliorano la qualità dell'aria e contengono le temperature estive.

Per questo motivo, nel corso del 2021, in virtù dei programmi del Gruppo volti alla riduzione dell'impatto ambientale, sono stati organizzati degli eventi di Team Building che connettessero la volontà di rafforzare il lavoro di squadra all'attenzione verso l'ambiente che ci circonda.

Nel corso di due eventi, circa trecento dipendenti hanno piantato oltre 700 alberi nei due poli logistici vicini alla sede centrale.

La collaborazione con Alberitalia, è stata fondamentale non solo per definire le diverse specie arboree adatte al suolo, ma anche a gestirne la crescita negli anni a venire.

L'evento è iniziato con una presentazione sui benefici che gli alberi ricoprono nell'ecosistema e soprattutto nelle zone urbanizzate. Grazie al fondatore di Alberitalia è stato spiegato ai dipendenti come la riforestazione possa essere efficace per contrastare il cambiamento climatico solo se affiancata a un'integrazione delle pratiche di sostenibilità nella propria vita privata e nel proprio lavoro.

A seguito di ciò ciascun dipendente ha potuto piantare, assieme ai suoi colleghi, diversi alberi coprendo un territorio di circa 15 mila metri quadrati. Le aree si trasformeranno negli anni in zone verdi per i nostri dipendenti e per i bambini degli asili aziendali.

Sviluppo della carriera

Il Gruppo Calzedonia favorisce e incoraggia la crescita interna, ed è per questo che i percorsi di carriera interni sono pensati per permettere ai meritevoli di accedere a posizioni di responsabilità.

Grazie alla presenza in più di 56 Paesi del mondo, le risorse meritevoli possono intraprendere percorsi di crescita internazionali, nelle filiali commerciali, produttive e di servizi.

Il sistema di valutazione delle performance dei dipendenti è in linea con gli obiettivi di valorizzazione e sviluppo della persona, in un’ottica meritocratica e senza pregiudizi. Ciò è reso possibile anche grazie all’utilizzo di strumenti dedicati alla valutazione dei risultati gestiti dall’area HR del Gruppo (dal 2019 l’azienda utilizza il software HCM SAP Success Factors, adattato alle esigenze specifiche per i moduli di performance & goals e compensation). Il processo di “meritocracy” è attivo in alcune Società del Gruppo e prevede una valutazione individuale ottenuta anche attraverso due incontri formali nel corso dell’anno tra il collaboratore ed il suo responsabile. Durante questi incontri di feedback i dipendenti hanno la possibilità di stabilire, in accordo con il proprio responsabile, gli obiettivi per i sei mesi successivi.

L’incidenza dei dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance è in linea con quella riscontrata negli anni 2019 e 2020. Si può notare però una drastica diminuzione nella categoria “Operai” dovuta ad una nuova modalità di rendicontazione, ora più precisa.

Con il personale di negozio non viene utilizzato il processo di meritocracy appena descritto, ma i dipendenti della forza vendite lavorano in stretta collaborazione con essi erogando frequenti feedback che hanno lo scopo di fornire strumenti per favorire la performance e crescita professionale.

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

	2019		2020		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Manager di primo livello	100%	100%	97%	97%	100%	98%
Manager che riportano al primo livello	100%	100%	100%	100%	100%	93%
Impiegati	100%	99%	97%	96%	90%	99%
Addetti alle vendite	100%	100%	100%	97%	87%	91%
Personale di negozio	-	-	-	-	-	-
Operai	76%	69%	76%	64%	48%	18%

La formazione del personale

Il Gruppo Calzedonia ritiene necessario, per raggiungere i propri obiettivi, che il potenziale di ciascun collaboratore venga valorizzato e realizzato a pieno.

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 e il personale viene supportato nel proprio percorso di crescita professionale.

A partire dal 2020, a causa delle condizioni di lockdown diffuse in diversi paesi del mondo e per contenere la diffusione del covid-19, i processi di formazione dei dipendenti sono stati ripensati per avvenire attraverso

il canale digitale. L’influenza tecnologica nei processi di formazione è perdurata anche nel 2021, in cui però sono ricominciati i primi eventi post pandemia svolti in presenza.

Accanto alla formazione istituzionale, normata dalle leggi vigenti ed erogata in determinati momenti della vita aziendale del dipendente (ad esempio, per i neoassunti, formazione relativa alla sicurezza sul lavoro ed alla relativa prevenzione dei rischi e relativa al D. Lgs. 231/01), il Gruppo sviluppa la propria attività di formazione su tre aree.

La prima area è rappresentata dalla formazione tecnica che si divide in tecnica commerciale, rivolta al personale retail, di business, destinata ai dipendenti dell’area corporate e produttiva, rivolta al personale delle fabbriche.

Per quanto riguarda la formazione in ambito commerciale, sono presenti in azienda Uffici Formazione dedicati

ai brand che 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 propri dipendenti tramite la somministrazione di formatori specializzati. L'obiettivo di questi corsi è garantire la copertura di tutte le competenze necessarie a mantenere un eccellente livello qualitativo, di efficienza e di sicurezza nelle operazioni del plant.

La seconda area è invece dedicata alla formazione base sui comportamenti organizzativi, 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, sia a colleghi di altre aree aziendali, con lo scopo di migliorare la comprensione globale delle attività dell'azienda e la comunicazione interna.

La terza area di formazione è rappresentata da un percorso sul miglioramento dello stile di leadership, gestione del team, tecniche di comunicazione e gestione dei conflitti rivolto ai principali responsabili di sede, retail, prodotto e produzione.

Anche le filiali estere organizzano percorsi formativi sia di natura tecnica (corsi tecnico-commerciali, di lingua, etc), sia di natura generale.

Nel 2021 il personale delle filiali commerciali, delle società italiane e degli stabilimenti produttivi ha beneficiato

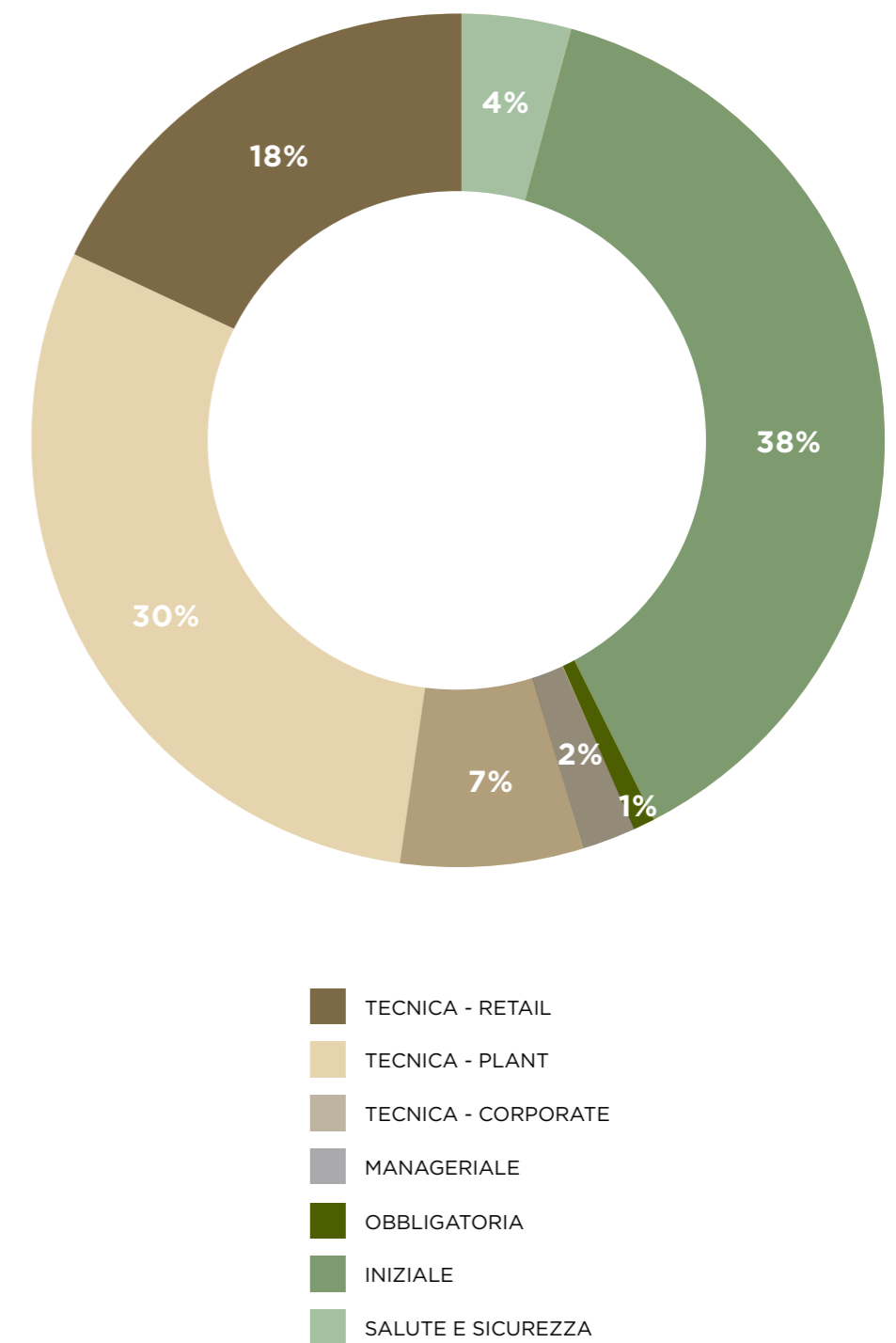
di oltre 252.576 ore di formazione per gli ambiti Retail, Salute e sicurezza, formazione obbligatoria legata ai contratti di assunzione, formazione business corporate e manageriale, formazione tecnico-specialistica e corsi di lingua attraverso corsi in aula o in modalità agili, secondo le ripartizioni riepilogate dal grafico sottostante.

È utile specificare inoltre che 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° delle 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 in azienda un 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 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.

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 del Gruppo ha meno di 30 anni.

Ore di formazione per tipologia 2021



Le filiali srilankesi, confermandosi nostro importante centro di conoscenza ed eccellenza, garantiscono ogni anno corsi di specializzazione gratuiti per i dipendenti. Il personale tecnico studia presso lo Sri Lanka Institute of Textile and Apparel per un diploma avanzato in Apparel Technology and Management (NVQ Level 5). Lo staff HR segue, presso il Chartered Institute of Personal Management per una qualificazione professionale in HR management e presso la Employers Federation of Ceylon per un diploma in diritto del lavoro. La stessa attenzione è garantita anche per i dipendenti che lavorano nei magazzini, ai quali sono garantiti corsi e diplomi presso l'Institute of Supply & Material Management, e ai meccanici che seguono gli sviluppi sui macchinari e partecipano alle formazioni che garantiscono loro un avanzamento della propria carriera.

I programmi di formazione, infatti permettono a tutti i dipendenti di sviluppare nuove competenze che influenzano lo sviluppo professionale all'interno dell'azienda e vengono tenute in considerazione nelle rispettive valutazioni annuali.

Attenzione a salari e incentivi

Il Gruppo Calzedonia tratta i suoi dipendenti con rispetto e si impegna a garantire condizioni lavorative giuste ed eque. La retribuzione dei dipendenti rispetta le norme di legge applicabili relative a retribuzione minima, lavoro straordinario e benefit.

Crediamo che la retribuzione debba riflettere non solo la posizione occupata dal collaboratore, la sua esperienza, i livelli usuali di remunerazioni nel Paese, ma anche, ed in parte significativa, i risultati ottenuti, sia personalmente che a livello di azienda.

Per questo sono stati sviluppati nel tempo, nella maggior parte delle Società, sistemi di remunerazione ed

incentivazione che premiano la qualità del lavoro svolto e rendono partecipi i dipendenti dei risultati dell'azienda o, in determinati casi, del Gruppo. Questi sistemi si basano sul processo di "meritocracy" che prevede una review delle performance in un incontro formale tra il collaboratore ed il suo responsabile.

Per i dipendenti della sede centrale e degli uffici collocati in Italia è possibile ricevere premi legati sia al risultato consolidato di Gruppo che ai risultati ottenuti durante l'anno nell'ambito delle loro attività. Inoltre, sono riconosciuti dei premi per anzianità aziendale ogni 10 - 20 - 25 anni, anche al fine di stimolare la retention dei dipendenti.

Agli addetti delle attività commerciali possono spettare dei bonus in relazione al raggiungimento degli obiettivi

commerciali, al mantenimento dei risultati conseguiti negli anni precedenti, o ulteriori premi in caso di superamento del budget.

Infine, per i dipendenti delle aziende produttive possono essere erogati dei bonus sulla base dell'assiduità della presenza al lavoro, dei risultati ottenuti e, in parte, in relazione ai risultati dell'azienda o consolidati di Gruppo.

Il Gruppo, al fine di riesaminare il proprio modello di business, allo scopo di promuovere la diversità, eliminare la discriminazione tra i sessi e sostenere le pari opportunità, ha calcolato il rapporto di remunerazione dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti. In media le donne percepiscono un salario circa il 9% più basso degli uomini.



Indici di salary gender gap³

	2019		2020		2021	
	Remunerazione	Salario	Remunerazione	Salario	Remunerazione	Salario
Dirigenti	121%	121%	93%	123%	118%	122%
Manager di primo livello (senza dirigenti)	115%	103%	79%	83%	78%	86%
Manager che riportano al primo livello	85%	91%	81%	85%	70%	84%
Altri impiegati - impiegati in ufficio	73%	85%	77%	87%	77%	85%
Altri impiegati - addetti alle vendite	87%	100%	90%	98%	86%	98%
Dipendenti in negozio	82%	99%	88%	102%	97%	104%
Operai	80%	86%	76%	83%	79%	83%

Il Gruppo Calzedonia è votato da sempre alla responsabilizzazione delle proprie risorse, e ciò si traduce in una struttura gerarchica poco profonda. Il Gruppo persegue una politica di pari opportunità e remunerazioni. Le differenze esposte in tabella dipendono in prevalenza da situazioni contingenti.

Dalla tabella si evince che il salario medio dei dirigenti è superiore per la donna, confermando il valore degli scorsi anni, mentre gli scostamenti maggiori a favore degli uomini si registrano nelle categorie “manager di primo livello”, “manager che riportano al primo livello”, “impiegati in ufficio” e “operai”.

Le categorie “impiegati in ufficio” e “manager che riportano ai primi livelli” comprendono ruoli molto eterogenei, e la differenza è dovuta soprattutto alla maggiore presenza degli uomini rispetto alle donne nei livelli gerarchicamente più alti.

Nella categoria “operai” l’origine della differenza è riconducibile alla diversa rappresentazione di genere nelle mansioni. Ad esempio, la manodopera industriale specializzata è fortemente rappresentata da uomini (come manutenzione, meccanici), mentre la confezione, manodopera non specializzata, dalle donne. Non risulta significativa la variazione del valore rendicontato nel 2021 rispetto al 2020.

Rimane equilibrato e costante rispetto al 2020 il rapporto del salario dei dipendenti che lavorano nei punti vendita.

Il Gruppo continua ad impegnarsi per colmare le differenze di genere presenti in tutte le sue strutture.

³ - 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

Vogliamo rendere la vita dei nostri dipendenti più facile e sicura. In quest'ottica è stato implementato un piano di welfare aziendale che consente loro di usufruire di una serie di beni e servizi forniti a condizioni agevolate.

Il Gruppo Calzedonia offre ai propri dipendenti un pacchetto retributivo aziendale che include un'ampia serie di benefit, differenziati e collegati ai ruoli organizzativi di appartenenza, di regola, senza alcuna distinzione tra dipendenti a tempo pieno e dipendenti part-time.

Il personale della sede centrale gode di una serie di vantaggi come agevolazioni economiche ed iniziative relative alla salute, alla famiglia o al tempo libero. In particolare, tra i benefit riconosciuti al personale della sede centrale figurano:

- 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;
- tariffe agevolate per attività nel tempo libero (Falconeri Ski Team, Calzedonia Volley, etc.) o acquisti su tutti i prodotti dei brand del Gruppo Calzedonia;
- servizio di ritiro e distribuzione degli acquisti on line personali;
- ricarica gratuita di auto elettriche per incentivare la transizione verso veicoli a minori emissioni.



In un'ottica di miglioramento del bilanciamento tra vita lavorativa e personale, è data la possibilità ai dipendenti del Gruppo di usufruire di condizioni d'orario flessibili sull'ora d'entrata al mattino e sulla durata della pausa pranzo con recupero alla sera. Inoltre, è stata confermata la modalità di lavoro a distanza per la misura di uno o due giorni a settimana (in base al dipartimento aziendale) al fine di consentire al dipendente l'erogazione della propria prestazione lavorativa con maggiore flessibilità e di una migliore conciliazione del work-life balance.

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).

A chi si sposta per lavoro, in particolare in caso di lunga permanenza all'estero, viene garantito un pacchetto assistenziale che include, ad esempio, indennità per il costo della vita e le difficoltà ambientali del Paese di destinazione, alloggio, trasloco e trasferimento dell'espatriato e dei familiari e copertura assicurativa sanitaria integrativa per espatriati e i familiari.

Essendo operativo in molti Paesi il Gruppo si confronta con diverse esigenze del personale dipendente, e cerca sempre di contribuire, in modo concreto, a seconda dei bisogni della comunità dei nostri dipendenti, al miglioramento della qualità della vita. In pressoché tutte le unità produttive situate all'estero vengono garantiti una serie di servizi tra i quali, in particolare, mensa gratuita o con corrispettivo simbolico, assistenza sanitaria in azienda, impianti sportivi a disposizione dei dipendenti, eventi di socializzazione e team building. In alcuni casi il Gruppo finanzia scuole tecniche per la formazione dei giovani. In altri il Gruppo si impegna nel pagamento della

retta scolastica dei figli dei dipendenti single che lavorano in azienda.

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

Rispetto dei diritti umani e delle diversità

Desideriamo riuscire a creare le migliori condizioni possibili nell'ambiente di lavoro. Al fine di garantire un ambiente di lavoro sano, stimolante ed equo, il Gruppo promuove e tutela la dignità e l'integrità psicofisica del personale e sostiene, dove il problema è sensibile, iniziative in ambito sociale e politiche di inclusione delle diversità cercando di far emergere opportunità di crescita per tutti.

Come definito all'interno del Codice Etico, ci impegniamo a prevenire e contrastare qualsiasi forma di discriminazione basata su genere, età, razza, appartenenza etnica o nazionale, orientamento politico, religioso o sessuale, lingua, stato di salute e disabilità, stato di gravidanza, di maternità o paternità anche adottive e qualunque altra forma di diversità.

Nei nostri stabilimenti di produzione in Sri Lanka, Etiopia, Serbia, Bulgaria, Croazia, Bosnia e Italia interagiamo e ascoltiamo costantemente i nostri dipendenti attraverso l'ufficio del personale per identificare le loro esigenze, e ogni due mesi monitoriamo l'andamento dei principali KPI diretti a valutare il livello di soddisfazione del personale e del clima aziendale.

A riprova degli impegni profusi per valorizzare le persone che lavorano nel Gruppo, nel 2021 non è pervenuto nessun reclamo riguardo il rispetto dei diritti umani.

In Italia queste segnalazioni pervengono all'ufficio legale dopo essere state filtrate dall'ufficio personale. Le filiali

commerciali e produttive estere gestiscono queste pratiche in autonomia in base alla loro organizzazione interna.

All'arrivo della segnalazione si procede con una prima analisi e studio documentale della pratica. Segue poi una riunione di coinvolgimento delle funzioni interessate e coordinamento con le stesse per la decisione in merito alla linea da tenere/azioni da intraprendere. Si segnala inoltre che nel corso del 2021 sono stati investigati 23 casi di reclami in ambito lavorativo di cui 17 sono stati risolti entro l'anno e 6 ancora sotto analisi; sono inoltre stati segnalati e risolti 2 casi di discriminazione da parte di alcuni dipendenti del Gruppo. A seguito delle segnalazioni, l'Ufficio Legale coinvolge il Board e l'ufficio del Personale e, insieme ai responsabili delle società coinvolte, concorda il riscontro e le eventuali azioni da intraprendere.

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

Il Gruppo Calzedonia si impegna affinché i diritti umani dei lavoratori siano tutelati, e non solo le normative, ma anche le best practices vigenti sul campo delle condizioni lavorative, della salute e della sicurezza sul lavoro siano attuate. Nel rispetto dei valori del nostro Codice Etico ci impegniamo a garantire un ambiente lavorativo salutare e sicuro ai nostri dipendenti attraverso il rispetto delle procedure e normative nel campo della salute e della sicurezza sul lavoro, soddisfacendo tutti gli obblighi imposti in materia dalle leggi e dalle normative nazionali dei Paesi in cui siamo presenti.

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" con l'intenzione di applicare gli stessi standard di sicurezza e lo stesso know-how dei negozi diretti anche ai punti vendita in franchising che ne facciano richiesta.

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 i nostri stabilimenti è in corso l'implementazione del sistema INFOR per la sicurezza e la manutenzione.

Considerando l'ampia gamma di attività svolte, la valutazione e la gestione dei rischi per la salute e sicurezza dei lavoratori risulta essere un compito complesso. Molteplici sono i potenziali fattori di rischio che potrebbero compromettere la sicurezza sul lavoro e la salute dei lavoratori come, ad esempio, rischi meccanici/elettrici/termici legati all'utilizzo/presenza di macchine ed attrezzature, rischi chimici o rischi ambientali legati a viaggi in Paesi a rischio. Per quanto riguarda gli stabilimenti, siamo consapevoli delle criticità legate ai lavori manuali ripetitivi e in tutte le fasi di lavoro conduciamo una ricerca costante a livello di industrializzazione e meccanizzazione, 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 lo standard BS OHSAS 18001.

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 (industriale, logistica o commerciale) hanno una propria gestione. Nello specifico, ogni sede e punto vendita è oggetto di una specifica valutazione dei rischi presenti sulla base di un'analisi legata all'ambiente di lavoro, alle mansioni svolte e all'organizzazione stessa.

Il Servizio di Protezione e Prevenzione effettua inoltre sopralluoghi periodici in tutte le filiali per il controllo ed il

miglioramento dei processi, e qualora fossero riscontrate eventuali criticità, queste sono gestite dal Servizio in collaborazione con gli altri uffici eventualmente coinvolti.

In linea con le previsioni delle 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/appaltatore.

Il Gruppo svolge attività di monitoraggio continuo delle attività che possano avere ricadute sulla salute e sicurezza dei lavoratori mediante analisi effettuate periodicamente attraverso sopralluoghi di datore di lavoro, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e Medico Competente, oltre che valutazioni certificate di consulenti esterni.

In tale contesto, vengono organizzati incontri formativi di sensibilizzazione e condivisione e fornito ai nostri dipendenti materiale (anche attraverso intranet aziendali) in cui viene descritto come essi possono segnalare eventuali situazioni di pericolo, rivolgendosi a diverse figure tra cui il SPP, l'RLS competente e l'Organismo di Vigilanza, anche in forma anonima.

Ogni azienda 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.

Nella tabella seguente vengono riportati gli infortuni registrati in tutte le sedi del Gruppo, è da notare che, come naturale conseguenza della natura del lavoro, il 92% degli infortuni avviene in stabilimenti produttivi e comprende infortuni di lieve entità, come ad esempio punture da aghi.

Nel 2021, si sono verificati complessivamente 2.327 casi di infortunio sul luogo di lavoro (98%) e in itinere (2%);

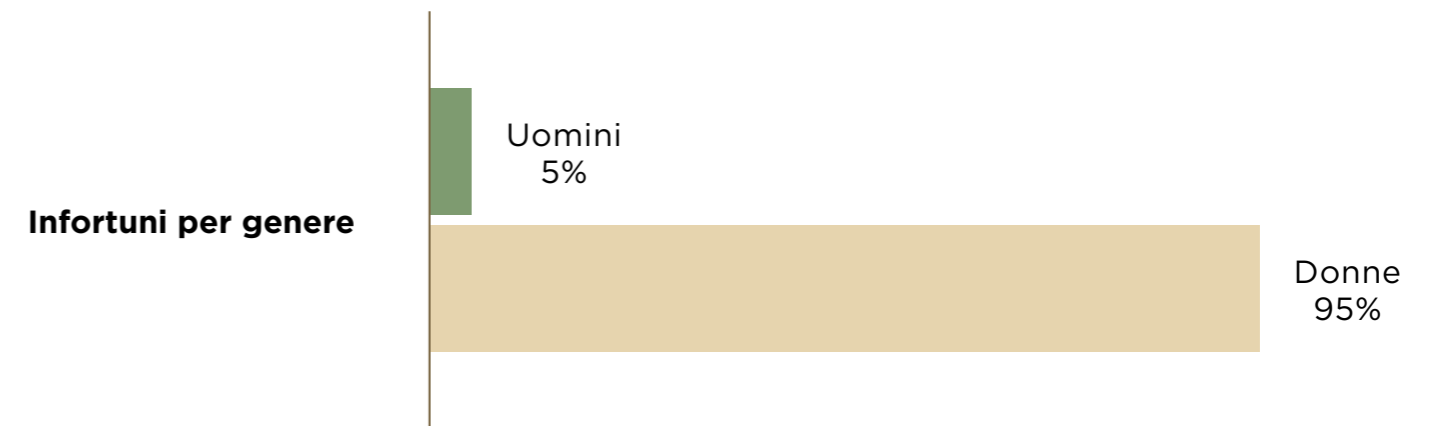
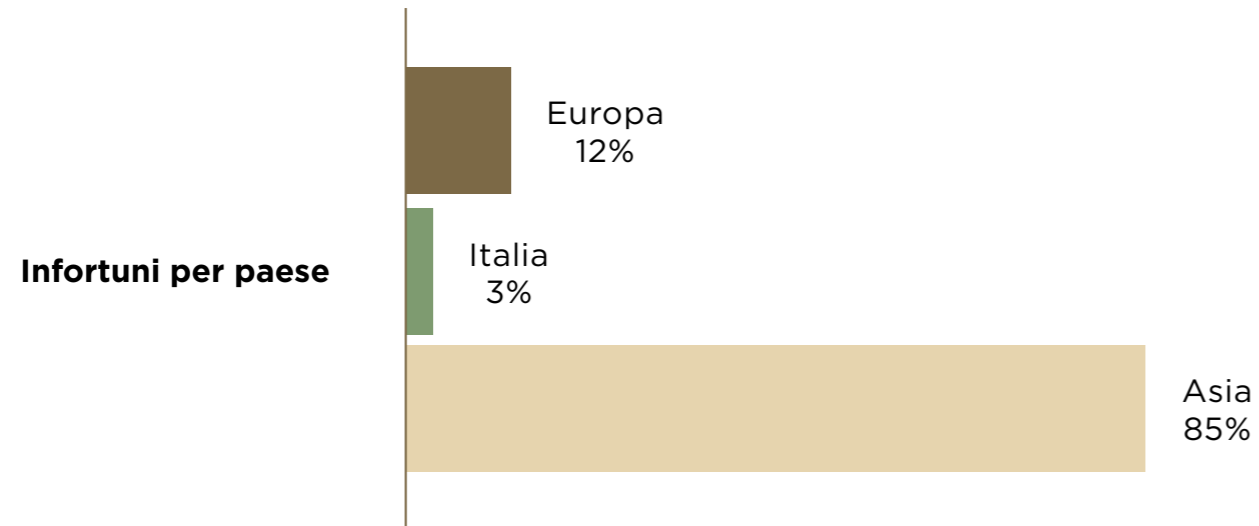
questi casi coinvolgono il 6% dei nostri dipendenti. Sono 14 i casi di lesioni con gravi conseguenze registrati nel corso dell'anno.

Ogniquale volta si verificano infortuni, incidenti, near-miss e non conformità, il Sistema di Gestione per la Sicurezza ha predisposto una procedura dedicata alla gestione delle indagini da svolgere, che prevede la redazione di uno specifico report in cui vengono indicate anche possibili azioni di miglioramento.

Il numero degli infortuni nel 2021 è simile a quello del 2020, ma a seguito del maggior numero di ore lavorate l'indice risulta inferiore e registra una diminuzione costante, a partire dal 2019, sia degli infortuni che degli infortuni con gravi conseguenze.

Infortuni e indici relativi ai dipendenti

	2019		2020		2021	
	N°	Indice ⁴ (%)	N°	Indice ⁴ (%)	N°	Indice ⁴ (%)
Infortuni sul lavoro registrati ⁵	2.615	39,15	2.319	42,33	2.327	35,72
Decessi dovuti ad infortunio sul lavoro	0	0	0	0	0	0
Infortuni con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	31	0,46	26	0,47	14	0,21



4 - 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.

5 - 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.

Il contributo al benessere sociale e alla comunità

Il nostro contributo alle comunità locali

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 ha avuto meno opportunità e dalla volontà di rafforzare le relazioni esterne della società.

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, sempre garantendo il principio di trasparenza.

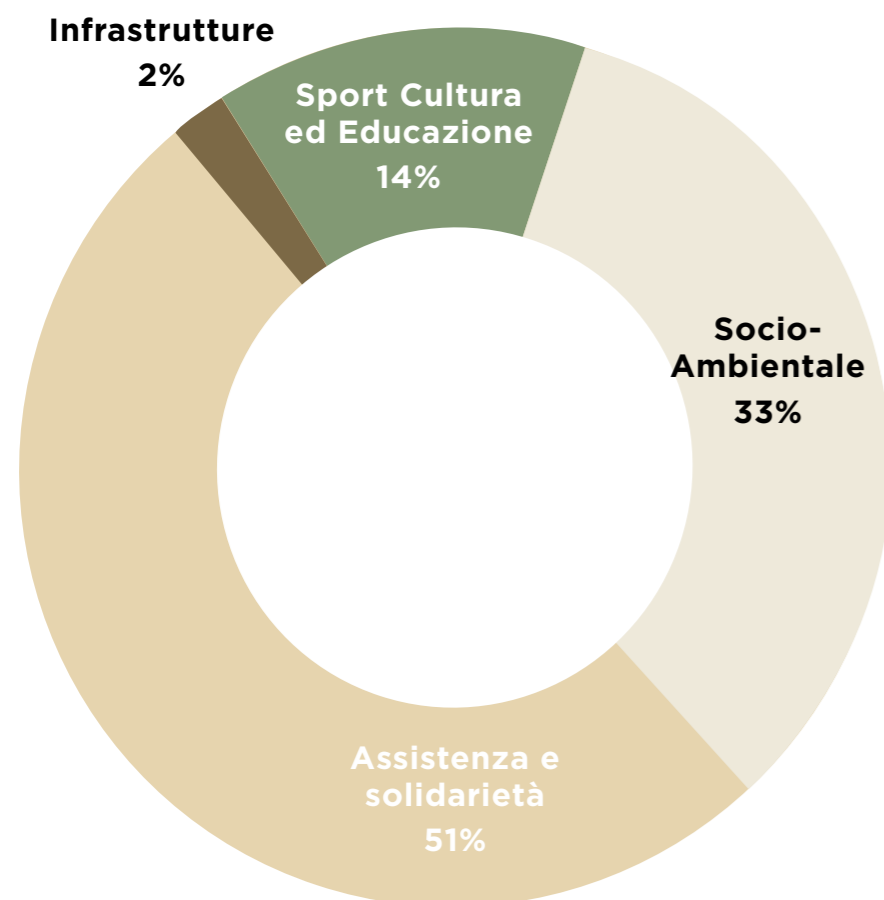
In ambito sociale il Gruppo Calzedonia supporta fin dalla sua nascita la Fondazione San Zeno, che destina fondi ad enti e associazioni per progetti educativi e di lavoro in Italia e nel mondo. Dal 1999 Fondazione San Zeno ha sostenuto oltre 1.400 iniziative collaborando con più di 500 enti, per un importo complessivo superiore a 75 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 2021 le diverse società del Gruppo hanno donato al territorio oltre 2,23 milioni di

euro sotto forma di contributi e sponsorizzazioni destinati ad iniziative in ambito socio-assistenziale, formativo, culturale, sportivo ed a manifestazioni aventi come scopo la promozione del tessuto produttivo locale.

Come si può evincere dal grafico sottostante, la maggior parte degli interventi hanno interessato l'ambito assistenziale e di solidarietà. Per quanto attiene la distribuzione geografica degli interventi, invece, la maggior parte delle donazioni in termini economici è stata erogata in Italia, 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 200.000 euro.



Assistenza e solidarietà

Il Gruppo si è reso promotore di alcuni interventi di assistenza e solidarietà supportando progetti a favore della tutela della salute delle persone, come ad esempio le iniziative di ospedali aperti, di sostegno ai rifugiati a seguito delle tensioni nel territorio Afghano e più in generale il supporto ad associazioni assistenziali.

Di seguito alcune delle principali iniziative di carattere assistenziale e solidale di particolare rilievo intraprese nel corso del 2021.

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
AVSI FONDAZIONE	Progetto Ospedali Aperti (250.000€)
OCCHIO DEL RICICLONE-SOC.COOP.	Donazione progetto "Quimbo-loa" per empowerment femminile (35.000€)
UNHCR	Sostegno rifugiati in Afghanistan (100.000€)

Socio-ambientale

Per quanto riguarda le iniziative di carattere sociale, il Gruppo Calzedonia sia in Italia che all'estero sostiene enti ed associazioni che operano a favore delle comunità e dell'ambiente.

Tra le donazioni più significative in ambito sociale troviamo:

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
Parley Lanka	Pulizia spiagge (42.500€)
Parrocchia di Dossobuono	Finalità sociali (25.000€)

Sport cultura ed educazione

Il Gruppo sponsorizza squadre ed eventi sportivi in quanto promotori di 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, Falconeri supporta Fragliavela Malcesine ed il Falconeri Ski Team, che si occupano di promuovere i due sport nel territorio. Per quanto riguarda il golf, sport con un forte legame con la natura, il brand ha sponsorizzato alcune competizioni di golf sul territorio italiano ormai rilevanti nel calendario golfistico nazionale. Il brand Tezenis ha sostenuto la Scaligera Basket, squadra principale di pallacanestro di Verona.

Il Gruppo Calzedonia investe nell'educazione e promuove la cultura nelle comunità in cui opera sostenendo università, fondazioni ed istituti superiori, anche al fine di facilitare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
Istituto Don Nicola Mazza	Sostegno attività culturali (150.000€)
Fondazione Arena	Sostegno attività artistiche (100.000€)

Infrastrutture

Il Gruppo ha preso parte a diversi progetti infrastrutturali destinati alla valorizzazione del territorio, al miglioramento delle strutture ospedaliere e donazioni dedicate al restauro di alcune chiese, scuole e altri luoghi ad alto valore storico culturale.

BENEFICIARIO	DESCRIZIONE INIZIATIVA
General Hospital, Vavuniya	Supporto costruzione di un nuovo ospedale (10.000 €)



PULIZIA DELLE SPIAGGE IN SRI LANKA

Nei primi giorni di giugno sulle coste dello Sri Lanka la nave cargo MV X-Press Pearl è naufragata 14 giorni dopo l'incendio che ne ha scatenato l'abbandono. Fin da subito era chiara l'entità dell'emergenza: la nave trasportava 28 container di chips di rigranulato plastico da usare per la produzione di sacchetti di plastica, 300 tonnellate di olio combustibile e 25 tonnellate di acido nitrico, insieme ad altre sostanze chimiche tossiche per l'uomo e l'ambiente. È stato dichiarato immediatamente lo stato di emergenza per combattere il più grande disastro ambientale dello Sri Lanka degli ultimi anni.

Dopo mesi di lavoro da parte del governo e dell'esercito Srilankese anche diverse associazioni hanno potuto contribuire nello sforzo di pulizia delle spiagge dalle microplastiche disperse lungo 80 chilometri di costa. Fra di esse il Gruppo Calzedonia ha contattato Parley per poter contribuire all'aiuto di un paese che coinvolge più di 13 mila nostri dipendenti. Oltre ad un aiuto economico volto a proseguire le operazioni di pulizia anche 50 colleghi Srilankesi del Gruppo hanno collaborato con i volontari a setacciare la sabbia rimuovendo migliaia di palline di plastica.

Fondazione San Zeno



Attraverso la Fondazione San Zeno, sosteniamo progetti volti al sostegno e allo sviluppo di attività educative in Italia e nei Paesi in difficoltà e dedicati alle fasce più svantaggiate della popolazione.



Tramite l'attività della Fondazione San Zeno, attraverso il finanziamento di progetti che impattano direttamente sulle prospettive socio-economiche della componente femminile delle comunità in cui essi si sviluppano, agiamo per favorire 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 stabilità economica e di una vita dignitosa. Per questo ci impegniamo, anche attraverso il lavoro della nostra Fondazione che sostiene progetti dedicati a formazione e inserimento lavorativo, a supportare attivamente il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro delle fasce più povere ed emarginate, contribuendo a dare dignità sociale e solidità economica al loro lavoro diminuendo la piaga della povertà in queste società.



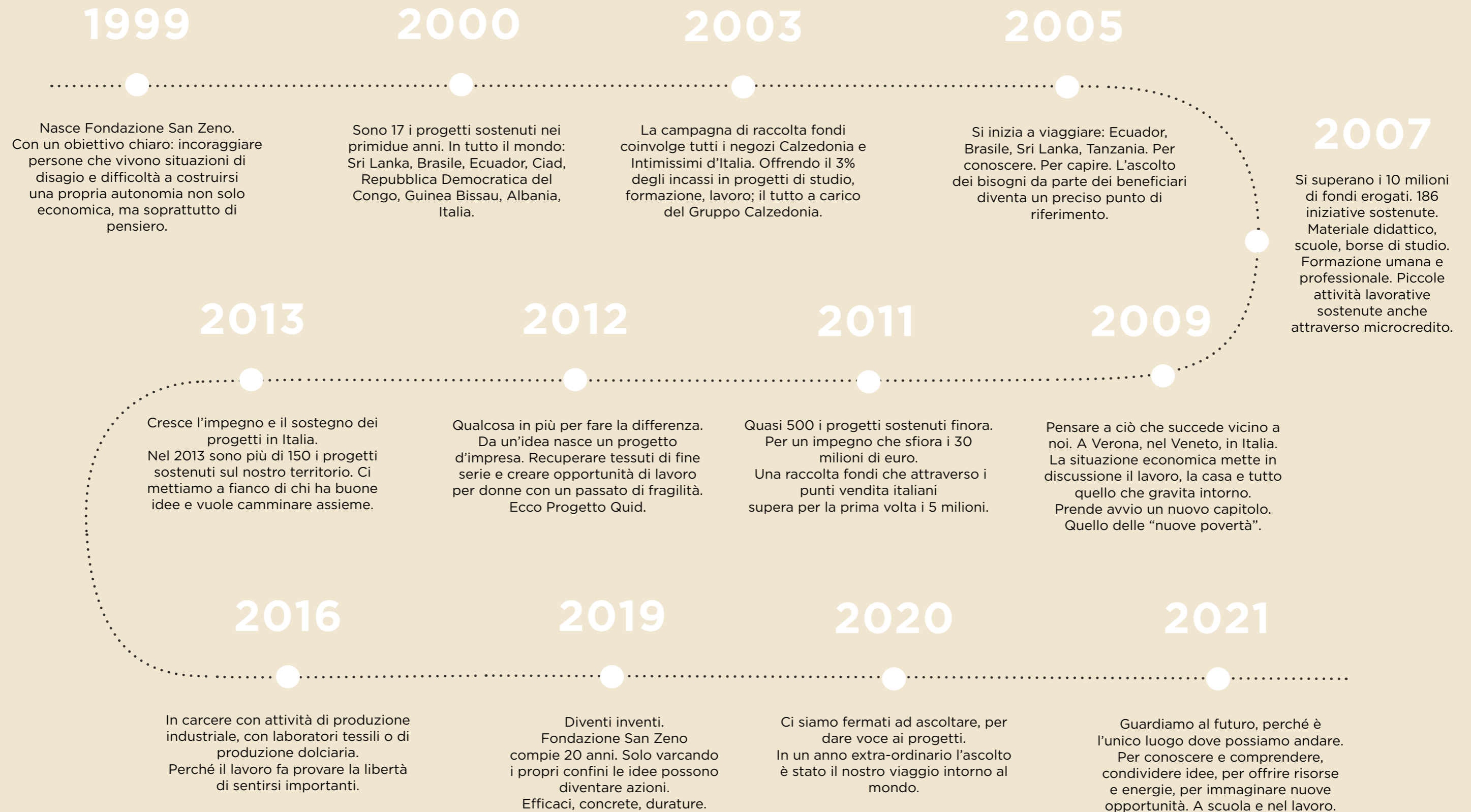
Il lavoro non rappresenta esclusivamente una fonte di reddito, ma diventa anche uno strumento di inclusione sociale per superare gli ostacoli all'integrazione e all'affermazione della propria identità. I progetti sostenuti dalla Fondazione San Zeno, attraverso il mezzo dello sviluppo lavorativo, si propongono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



Nata nel 1999 per volontà di Sandro Veronesi, presidente del Gruppo Calzedonia, Fondazione San Zeno destina fondi ad enti e associazioni che intraprendono progetti e iniziative nell'ambito dell'educazione e del lavoro, che favoriscano lo sviluppo sociale e siano creatori di cambiamento.

L'obiettivo principale 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 e di pensiero. Fondazione San Zeno crede fermamente nelle persone come vere protagoniste del proprio cambiamento, della propria crescita verso la libertà. Punta su inserimenti lavorativi su misura, persone con fragilità, giovani in dispersione scolastica, detenuti. Crede in una scuola che è luogo di benessere per insegnanti e studenti, vivaio di passione e talenti e formatrice dei cittadini di domani.

MOMENTI CHIAVE



PROGETTI DI EDUCAZIONE

E-VAI

Maestri di Strada

Italia - Napoli

Progetto di inclusione sociale di giovani centrato su didattica laboratoriale, attività artistiche, cura delle relazioni, attivazione delle comunità. Barra, S. Giovanni, Ponticelli, quartieri di Napoli dove 3 ragazzi su 10 non assolvono l'obbligo scolastico. Contro questa spirale di emarginazione, una vera e propria comunità educante formata da educatori, psicologi, pedagogisti e genitori sociali insegue la sfida di accompagnare e rimotivare questi giovani. L'espressione "maestro di strada" esprime nel modo più sintetico e metaforico l'idea di una stretta interazione con i contesti di vita e la necessità di entrare in relazione con i ragazzi partendo dalla realtà in cui si trovano inseriti.

Le parole di Cesare Moreno, fondatore e Presidente Maestri di Strada

«E-VAI...Educazione, Volontà, Accoglienza, Integrazione... buone relazioni, integrazioni tra esperienze di apprendimento diverse tra casa, strada, scuola, tra istruzione formale ed informale, e ancora un grido di incoraggiamento: EVVAI! Dal 2010 il progetto sostiene le giovani persone che in 18 istituti della periferia est di Napoli si dibattono tra una scuola strutturalmente inadeguata alla complessità del contesto sociale degradato e denso di contraddizioni e famiglie multiproblematiche. Ma anche E-VAI dove E sta per Elettronica, ossia internet, che ci è venuta in soccorso per aiutarci a tenere i contatti con centinaia di allievi, altrimenti reclusi e senza collegamenti durante questi due anni di pandemia. In questo progetto il teatro, la musica, le arti visive, hanno il compito di squarciare, con l'immediatezza dell'arte, il velo dei destini

segnati per mostrare una vita diversa in cui giocare un ruolo attivo. Un processo di rigenerazione urbana centrato sui nuovi significati che le persone riescono a conferire a spazi altrimenti insignificanti. La parte più importante del progetto è quella che noi chiamiamo "generativa": è un intero ambiente che deve riattivarsi rispetto al proprio destino. Per questo è necessaria l'alleanza educativa tra tutti gli attori del processo -genitori, abitanti del territorio, servizi comunali, docenti- perché paradossalmente è la giovane persona in difficoltà che con l'aiuto degli educatori aiuta anche il mondo adulto a riprendere un ruolo di responsabilità. A partire da E-VAI abbiamo costituito un presidio territoriale esteso che comprende tutte le scuole e le associazioni che si prendono cura dell'educazione e convogliano in una stessa direzione finanziamenti pubblici e privati, costituendo un vero e proprio sistema educativo integrato. È successo così che è nata l'idea di rigenerare un edificio scolastico abbandonato assumendosi l'onere del suo ripristino e della ristrutturazione energetica: lo abbiamo chiamato CUBO - Cantiere UrBanO delle trasformazioni educative».

SCOPRI IL PROGETTO



PROGETTI DI LAVORO

ES.MAROC_IVORY COAST

Soleterre

Costa d'Avorio - Abidjan

Programma di accompagnamento all'inserimento lavorativo e alla creazione di impresa per giovani ivoriani, in Costa d'Avorio o in rientro da paesi di migrazione, con progetti d'impresa e start up. Soleterre seguendo il successo di un programma simile realizzato in Marocco, offre formazione, consulenza attraverso un hub e uno sportello di microimpresa, valorizzazione e sostegno dei progetti più meritori. Per inserirsi nel mercato con un forte impatto sulla comunità locale.

Le parole di Sonia Drioli, rappresentante regionale Soleterre

«Siamo presenti in Africa francofona da diversi anni. È un territorio che amiamo, conosciamo e rispettiamo profondamente. Le nostre equipe sono locali. In tutta l'area sono attivi più di 50 colleghi che ricoprono ruoli di responsabilità e con competenze professionali e tecniche specifiche. Mettiamo passione in ogni Progetto che facciamo. Quello che sentiamo unico nel programma di integrazione al Lavoro che abbiamo come Soleterre, particolarmente sviluppato in Marocco e Costa d'Avorio, è che lavoriamo alacremente per non servire più. O comunque, per servire meno. Tutto il nostro lavoro è incentrato su un serio accompagnamento imprenditoriale di start-up, che vengono seguite da consulenti di impresa e sociali per arrivare ad essere concretamente sostenibili sul mercato di ogni Paese in cui siamo. E allo stesso tempo, lavoriamo anche con altri paesi dell'area, come Benin, Burkina Faso e Togo, per il rafforzamento e la professionalizzazione di giovani talenti e di associazioni locali, in modo che esse stesse diventino, dopo qualche anno, attori dello sviluppo.

Dal 2020 In Costa d'Avorio abbiamo creato un HUB stabile per accompagnare i giovani al Lavoro nelle sue varie forme -dalla microimpresa, al lavoro salariato in imprese e associazioni- ad Abidjan e dal 2021 anche fuori dalla grande città, con prospettive di crescita. Lavoriamo in rete con le principali agenzie nazionali ivoriane di avviamento all'impiego, sia statali che private. Se riuscissimo a fare quello che stiamo facendo in Marocco -dove il programma è partito da circa un decennio ed ha dato vita a due HUB, da cui passano circa 3000 giovani ogni anno e con più di 50 imprese collettive attive- saremo soddisfatti. Siamo sulla buona strada».

SCOPRI IL PROGETTO



PROGETTI DI SVILUPPO DI COMUNITÀ

GENERA

Hermete

Italia - Verona

Corsi di formazione, borse-lavoro, promozione delle microimprese del territorio, riqualificazione di spazi pubblici e contaminazioni virtuose tra le persone. Genera si svolge in provincia di Verona, nei comuni di Brentino Belluno e Dolcè, con l'obiettivo di capitalizzare la conoscenza e le risorse sociali e culturali del territorio per sostenere lo sviluppo di una comunità intraprendente aperta, inclusiva e generativa.

Le parole degli educatori di Hermete

«Cosa porta un ragazzo ad amare il suo piccolo paese natale? A non scappare da una piccola comunità di confine? La consapevolezza che le relazioni intrecciate siano uniche. Non importa se la Valdadige la abiti, la ricordi, o la vivi in un ritorno da esperienze lontane. Ciò che conta è riconoscere che sia un territorio che pulsa in cui le persone, insieme, lavorano inseguendo nuovi sogni. Nel 2017 ha preso avvio il primo progetto. L'intenzione era di sostenere i giovani nella loro crescita, nel riconoscere il proprio posto nella comunità. Ben presto si è compresa la necessità di attivare azioni verso l'intera comunità, aprendo spazi di parola e di vera partecipazione. Ampliando lo sguardo e coinvolgendo famiglie, associazioni, parrocchie, amministrazioni, aziende, realtà extraterritoriali e anche internazionali. Per riconoscere il valore e far emergere le risorse. Come quelle di un gruppo di cinque ragazzi, appena diciottenni, appassionati di drift trike. Ora uniti in una nuova associazione, Drift Valley, e pronti ad ospitare in Valdadige gare del campionato nazionale di questo sport. O, ancora, un trio di ragazze che hanno organizzato un workcamp internazionale, quando gli

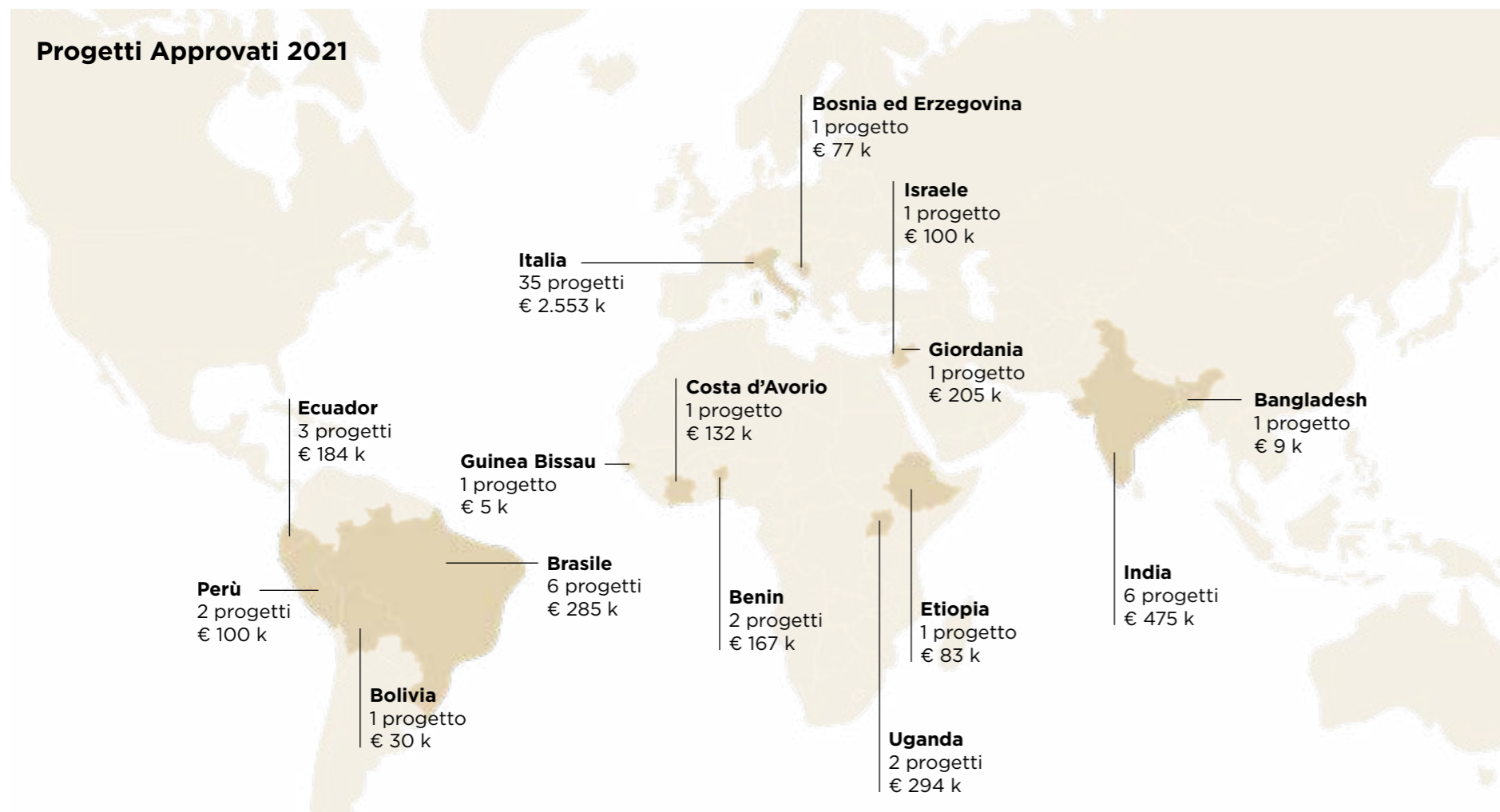
spostamenti sembravano impossibili, ospitando coetanei russi, francesi e spagnoli. A volte serve semplicemente che qualcuno veda le potenzialità, dia credito alle idee, sostenga nella crescita formativa e accenda la miccia... I giovani hanno sperimentato percorsi di orientamento lavorativo e imprenditoriale, grazie a formazioni, borse lavoro e incontri con nuove realtà aziendali. In questo senso l'equipe educativa ha creato ponti e reti, è stata un attivatore sociale di legami e relazioni. E ha anche coinvolto l'amministrazione comunale locale creando così alcune condizioni necessarie, come ad esempio la possibilità offerta ai giovani di entrare nel comitato di gestione di alcuni eventi o la stipula del contratto per la gestione di uno spazio di riferimento come l'ex stazione ferroviaria di Peri. La cura di un bene comune è un atto di grande valore e responsabilità. Un percorso che continuerà, stimolando la comunità ad essere sempre più attiva, formata, partecipe in un'ottica inclusiva e di prevenzione. Aperta al nuovo e al cambiamento, per rispondere alle sfide che riconoscerà come emergenti. Ciò che auspichiamo rimanga sarà pertanto una visione politica condivisa, allargata in cui le pubbliche amministrazioni non siano sole, in cui i servizi sociali non siano assistenzialistici, ma in cui sempre più componenti della comunità siano centrali nel suo stesso sviluppo».

SCOPRI IL PROGETTO



Il contributo in numeri

RESOCONTO 1999 - 2021				
	IMPEGNO ECONOMICO	PROGETTI	N. PAESI	ENTI
TOTALE	€ 74.945.953	1.407	74	522

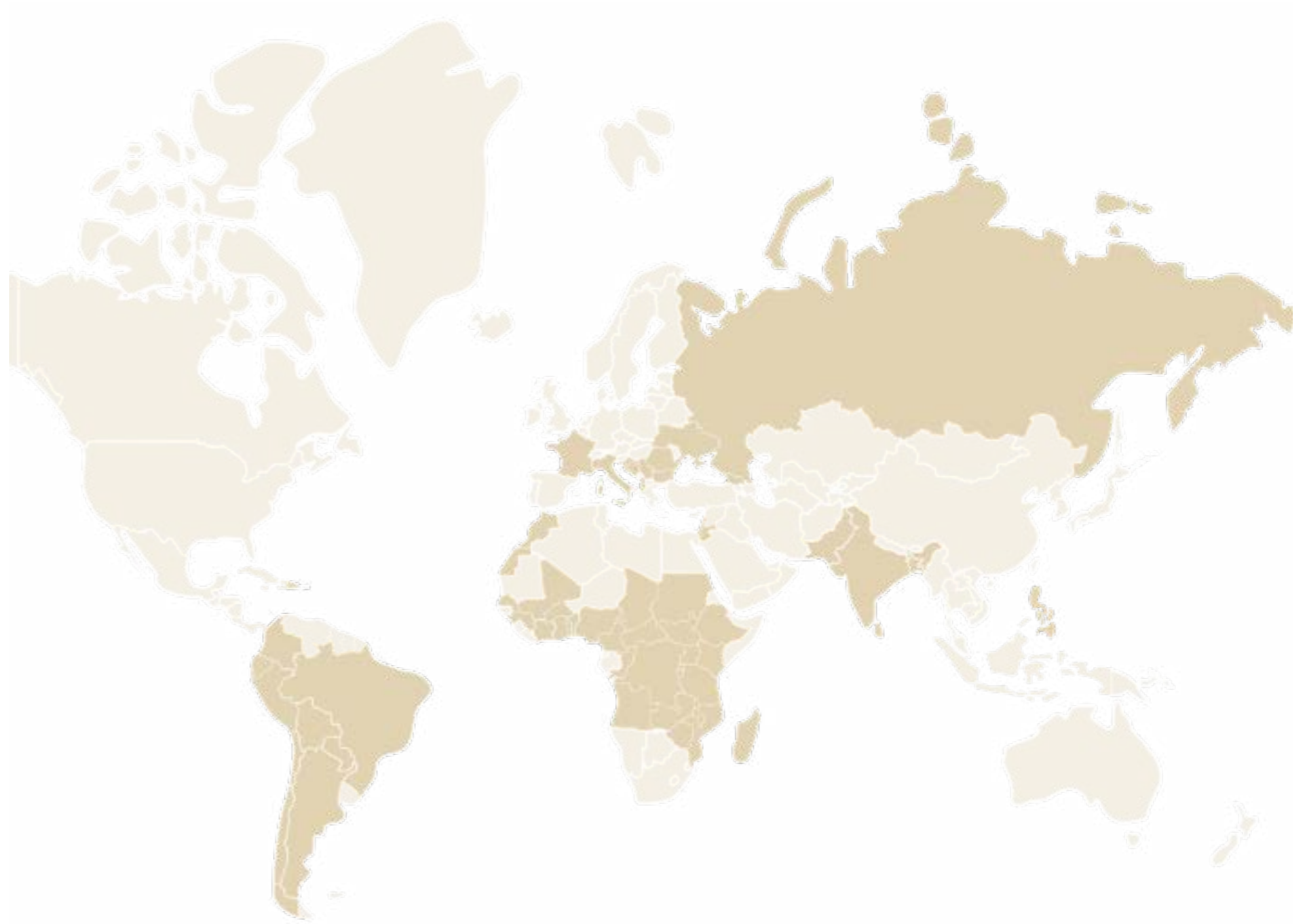


AFRICA	AMERICA LATINA	ASIA	EUROPA	INTERNAZIONALE
0.6 MLN 7 PROGETTI 5 PAESI	0.5 MLN 12 PROGETTI 4 PAESI	0.7 MLN 9 PROGETTI 4 PAESI	2.6 MLN 36 PROGETTI 2 PAESI	0.1 MLN 1 PROGETTO





Progetti Approvati 1999 - 2021



AFRICA 15.5 MLN 268 PROGETTI 35 PAESI	AMERICA LATINA 15.1 MLN 325 PROGETTI 14 PAESI	ASIA 10.1 MLN 188 PROGETTI 17 PAESI	EUROPA 33,9 MLN 625 PROGETTI 8 PAESI	INTERNAZIONALE 0.1 MLN 1 PROGETTO
---	---	---	--	--

La gestione responsabile della catena produttiva

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



Conosciamo quanto l'acqua sia una risorsa vitale, l'azienda ha da anni implementato pratiche per limitare il più possibile l'impatto delle attività produttive su di essa e sviluppato sistemi per distribuirli ai dipendenti in maniera potabile e gratuita in particolare nelle aree geografiche in cui l'accessibilità all'acqua è condizionata da situazioni di scarsità idrica o da carenze infrastrutturali.



La gestione diretta della catena produttiva assicura la diffusione di pratiche etiche tipiche della nostra cultura, incoraggiando un ambiente ordinato, sicuro e nel pieno rispetto dei diritti di tutti i nostri lavoratori. Il Gruppo Calzedonia lavora attivamente per ridurre le disuguaglianze sociali: siamo consapevoli che un più equo e duraturo sviluppo economico e sociale passi anche attraverso la condivisione di know how operativo e tecnologico e per questo ci adoperiamo per far sì che esso diventi patrimonio delle nostre persone e delle comunità in cui vivono.



Gli investimenti del Gruppo verso gli impianti produttivi e logistici sono diretti a farli evolvere tecnologicamente, il che permette di sviluppare modelli più sostenibili di produzione: tutti gli stabilimenti sono caratterizzati da 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 nostre fabbriche

Il modello di gestione integrato del Gruppo Calzedonia richiede energia, investimenti e conoscenze. D'altra parte, permette di esercitare un controllo profondo sulla qualità dei capi, di massimizzare le sinergie e le economie di scala. Inoltre, permette il controllo del rispetto dei diritti umani e sociali di chi lavora con noi. Adottiamo i più severi standard in materia ambientale, di salute e sicurezza, nel rispetto di principi di trasparenza e dialogo continuo con gli Stakeholder del Gruppo. La nostra produzione coinvolge migliaia di persone dislocate in Paesi dove l'industria tessile rappresenta uno dei principali motori della crescita locale offrendo opportunità d'impiego.

Il Gruppo Calzedonia opera nella consapevolezza che la supply chain nel settore dell'abbigliamento presenti dei rischi correlati alla mancanza di visibilità dell'intera catena di fornitura. Per questa ragione è necessario l'impegno di tutti gli attori della filiera produttiva e distributiva verso un percorso responsabile di cooperazione diretto alla creazione di un modello di business sostenibile nel lungo periodo.

Nel corso del 2021 il Gruppo Calzedonia ha prodotto, internamente e tramite terzi, 270.739.032 capi. Nello specifico Calzedonia ne ha prodotto il 39%, Intimissimi il 22%, Tezenis il 38% e Falconeri lo 0,4%⁶.

6 - Il numero di capi prodotti da Atelier Emé rappresenta meno dello 0,01% del totale

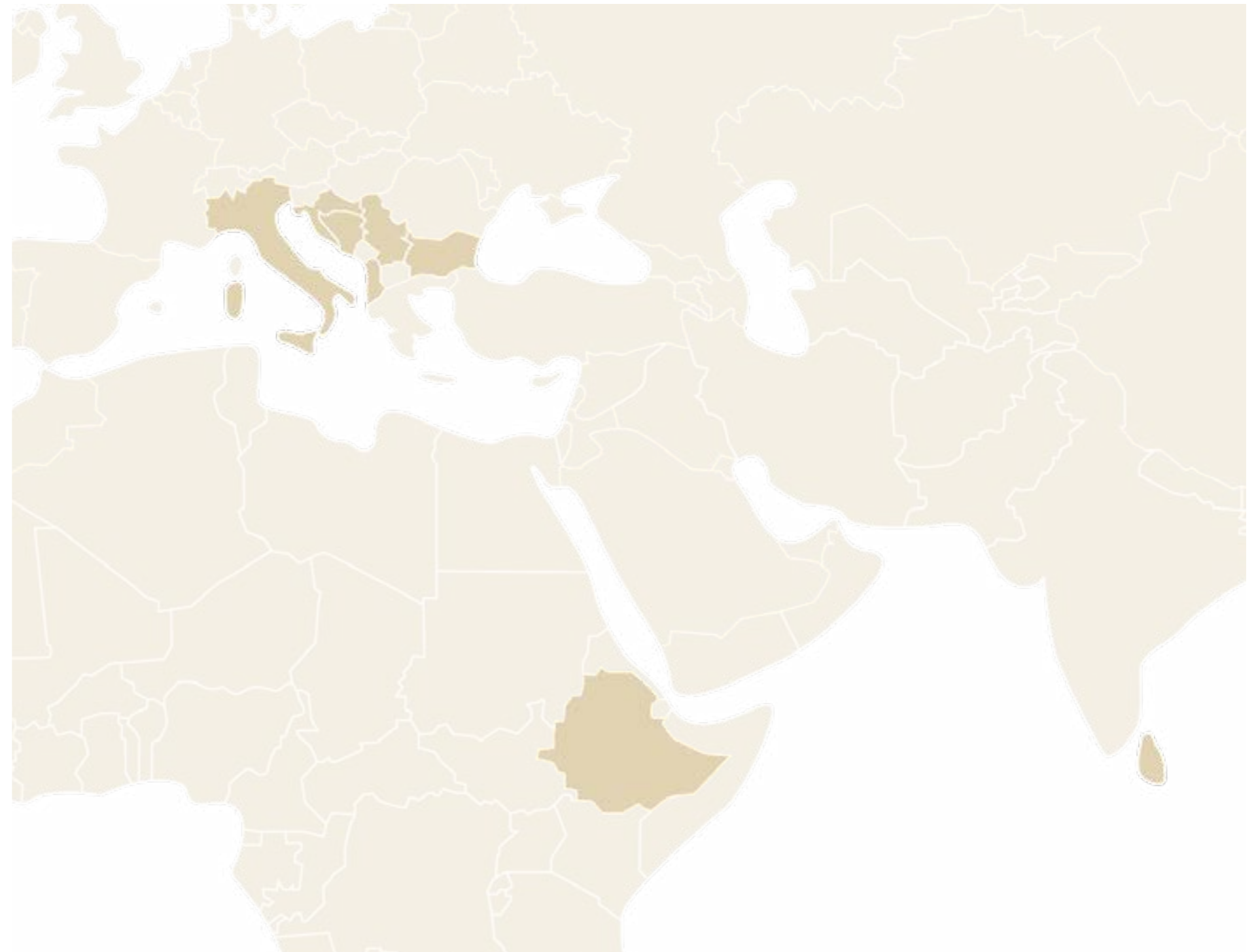
Abbiamo scelto di metterci la faccia costruendo i nostri stabilimenti, che oggi producono circa l'82% della merce proposta nei punti vendita con un controllo elevato della supply chain.

Gran parte della supply chain è costituita da aziende appartenenti al Gruppo la cui gestione è di nostra 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. Cerchiamo sempre di allineare i nostri stabilimenti alle migliori tecnologie disponibili per garantire condizioni di lavoro ottimali ai nostri dipendenti, scegliendo le macchine e gli impianti più all'avanguardia che consentano di minimizzare il lavoro manuale e ripetitivo, nel rispetto degli standard più elevati di qualità, salute e sicurezza.

Pur consapevoli dei nostri margini di miglioramento, siamo fieri degli obiettivi raggiunti quotidianamente nell'ambito del percorso di sviluppo sostenibile intrapreso. Costituiscono esempi concreti delle nostre azioni di responsabilità sociale, 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



 x7 IN ITALIA

 x11 IN EUROPA

 x3 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.

A partire dal novembre del 2020 è scoppiata in Etiopia una violenta guerra civile. L'epicentro dello scontro è la regione del Tigray, luogo in cui si trova Itaca Textile, una delle nostre fabbriche. Immediatamente abbiamo sospeso le operazioni nella fabbrica assicurandoci di rimanere a fianco dei nostri dipendenti, sia proseguendo nella mensile erogazione dello stipendio, sia mantenendo attivamente i contatti con le organizzazioni internazionali presenti sul territorio. E riportando nelle nazioni di origine tutti gli espatriati grazie ad un intervento combinato con le forze delle Nazioni Unite.

Quando nella primavera del 2021 la guerra sembrava finita abbiamo provato a riaprire la fabbrica, che è rimasta attiva purtroppo solo nel mese di giugno ed è stata nuovamente chiusa con il rinnovato intensificarsi del conflitto. Ancora una volta abbiamo provato a rispettare il pagamento degli stipendi ai nostri colleghi malgrado le difficoltà dovute alle transazioni bancarie ed alla scarsità di denaro che le banche stesse possiedono nella regione.

La gestione della catena di fornitura

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

Il Gruppo ricerca una collaborazione duratura e fidelizzata con i fornitori, con lo scopo di realizzare un rapporto proficuo, che condivida politiche di qualità e scelte etiche.

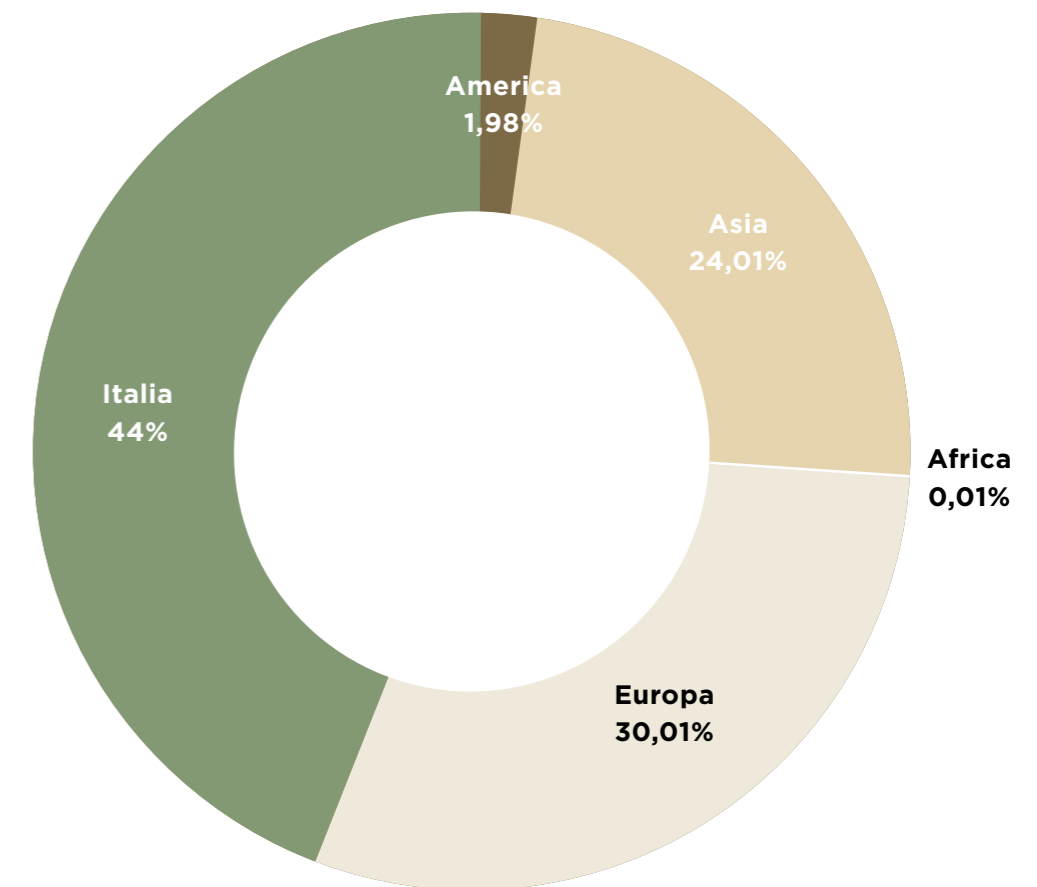
La selezione dei nuovi fornitori si basa su un attento controllo che prevede il rispetto di specifici standard di qualità e di competitività del prezzo dei prodotti offerti. È inoltre obbligatorio per poter collaborare, che ogni fornitore accetti il Codice Etico e il Codice di Condotta fornitori, entrambi scaricabili dal sito corporate del Gruppo e che chiariscono i nostri principi e le nostre condizioni in termini di rispetto dei diritti umani e della salute/sicurezza dei lavoratori, nonché la salvaguardia dell'ambiente. In linea con i principi sopra menzionati, a partire dal 2021 abbiamo iniziato a tracciare le politiche di sostenibilità dei nostri fornitori. Questi dati rappresentano un primo passo verso la creazione di un processo valutativo che non si basi solo sulle performance operative. Le informazioni raccolte sono disponibili in una sezione apposita del nostro sito corporate o sull'Open Apparel Registry.

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 dai fornitori nei diversi paesi di operatività, anche al fine di evitare situazioni di dipendenza di approvvigionamento che potrebbe costituire 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 sottostante⁷.

Valore degli ordini per area geografica 2021



⁷ - 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.

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

Materie prime e prodotti finiti

I fornitori di materie prime forniscono principalmente tessuti, filati, accessori (elastici, bottoni, zip, ecc.). I tessuti provengono principalmente da Italia, Cina, Serbia e Sri Lanka. Il Gruppo, in generale, si orienta verso primarie aziende per il settore di riferimento, dotate delle principali certificazioni di qualità per quanto riguarda tessiture e tintorie, nonché certificazioni ambientali, essendo il tema della sostenibilità da tempo uno degli aspetti cruciali del mercato di produzione e tintura di tessuti.

L'attenta selezione dei fornitori avviene nel rispetto di specifici requisiti, quali:

- **il Capitolato Tecnico di Conformità**, che contiene i requisiti che il Gruppo richiede sia di natura meccanica, sia chimica e fisica ed è normalmente predisposto allineandosi 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**, alle aziende fornitrici è generalmente richiesto di approvare espressamente entrambi codici, attraverso cui si impegnano 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, trasparenza, ispirandosi alle disposizioni normative internazionali di riferimento, quali convenzioni dell'ILO, e prestando attenzione particolare al rispetto dei Diritti Umani nell'ambito dei Principi Guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani, oltre che ad altre best practices di settore. Il Gruppo si è prefissato l'obiettivo di estendere a tutti i fornitori l'obbligo di accettare il Codice Etico e il

Codice di Condotta Fornitori quale pre-condizione per collaborare. Entrambi i documenti sono in costante aggiornamento nell'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 nuovo 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 nostro Capitolato Tecnico di Conformità, il Codice Etico, il Codice di Condotta Fornitori e le procedure operative. In questa fase conoscitiva, i fornitori forniscono 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 con gli stessi anche al fine di verificare periodicamente il rispetto dei Codici lungo tutta la catena di fornitura. Cerchiamo al momento di far visita ai fornitori con i quali sviluppiamo volumi più importanti o progetti particolari.

È iniziato nel 2021 il progetto di gestione della Supply Chain Sostenibile, con il quale il Gruppo si pone l'ambizioso obiettivo di valutare gli attori della propria filiera dal punto di vista della sostenibilità e di incentivarli ad una transizione verso un continuo miglioramento degli impatti sociali e ambientali.

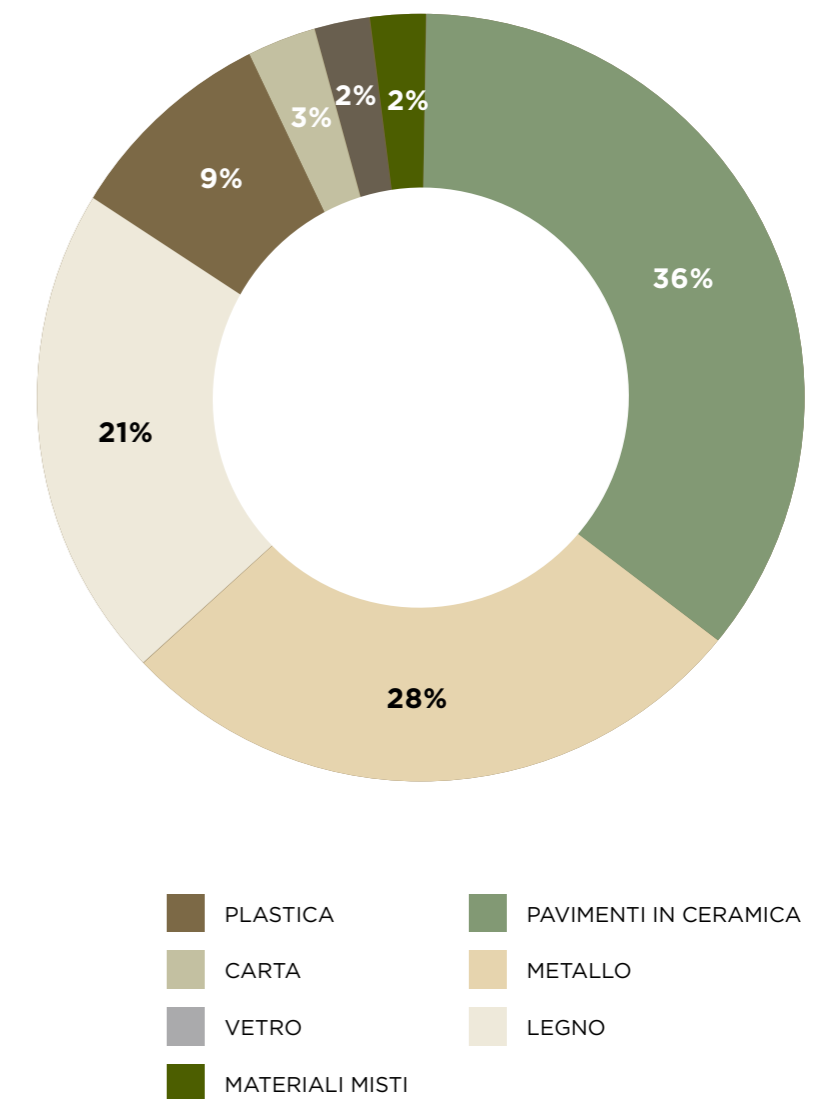
Abbiamo quindi iniziato a raccogliere informazioni dai nostri fornitori sulle loro policy ambientali e sociali

inserendo nuove variabili nel dialogo con essi. Questo sforzo non si è ancora tradotto in una discriminante per la scelta della collaborazione, ma sta diventando un elemento sempre più importante per i futuri rapporti commerciali.

Materiali non core

I fornitori di materiali non core forniscono principalmente arredi e sistemi di illuminazione per i negozi del Gruppo. In particolare, si riportano di seguito le principali categorie merceologiche:

Tipologia di materiali di arredo 2021



La scelta dei materiali utilizzati nei punti vendita del Gruppo Calzedonia, e di conseguenza la relativa selezione dei fornitori, è una scelta consapevole che 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 per i clienti e per i dipendenti, con elementi di qualità durevole nel tempo, ciò è possibile grazie a 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 EN ISO 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 utilizziamo 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, attribuendo loro un rating dinamico che può variare nel tempo sulla base del posizionamento rispetto agli standard.

Nel 2021 due negozi Falconeri sono stati certificati BREEAM con risultato di “very good” per la valutazione di sostenibilità di progettazione. Questa certificazione è fondamentale per delineare 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 diretto quotidianamente.

La selezione dei materiali viene definita durante le fasi di sviluppo delle collezioni. In questa fase gli Uffici Stile e Prodotto scelgono i materiali da impiegare nella collezione in base a considerazioni stilistiche, qualitative, strategie di costo e capacità produttive.

Il processo di acquisto in un gruppo che produce beni di largo consumo e vuole contenere i costi per il cliente finale, presenta diversi rischi. È necessario, infatti, operare scelte consapevoli nell'approvvigionamento di materie prime e di prodotti che soddisfino le richieste tecniche e incontrino il gusto dei consumatori; tali prodotti oltre che belli, devono essere sicuri per chi li indossa e provenire da filiere trasparenti.

Il Gruppo Calzedonia ha scelto di essere trasparente e rispettoso nei confronti della salute e sicurezza dei suoi clienti dotandosi di un Capitolato Tecnico di Conformità rigoroso. Il documento è nato con lo scopo di essere un riferimento per la cura dei principali requisiti di salute

e sicurezza condiviso e sottoscritto da tutte le parti coinvolte nella progettazione, nella fornitura di materie prime e nella realizzazione dei prodotti.

I requisiti di salute e sicurezza rimandano al fatto che ogni prodotto che circola sul mercato deve essere sicuro. Con questo presupposto, con un approccio pragmatico, il Gruppo si propone di partire dalle categorie di rischio più significative per il settore e di metterle in relazione alle relative norme tecniche esistenti nei Paesi dove è presente o dove lo potrebbe essere in un futuro prossimo. Esportando in oltre 50 Paesi, infatti, i prodotti devono essere conformi a specifici standard qualitativi e di sicurezza che le dogane e le normative nazionali del Paese in cui si esporta impongono.

Capitolato Tecnico di Conformità

Il Capitolato Tecnico di Conformità prende in considerazione tre principali tipologie di rischio: **chimico**, **meccanico** e **fisico** - declinate in ulteriori rischi specifici e riferite 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 12 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 sono dettati da normative cogenti e quali sono invece regolamentati, in termini più severi, a livello volontario.

I criteri di valutazione dei singoli rischi si basano sulla reale probabilità di sinistro in correlazione ai diversi materiali usati. Tessili, ovviamente, ma anche pelle e materiali plastici e metallici.

ANALISI CHIMICA

Nella parte del Capitolato Tecnico specifica sui materiali chimici sono riportate le sostanze nocive e allergizzanti considerate dalle varie normative di sicurezza dei Paesi dove è presente il Gruppo. Al fornitore è chiesto di accettare e rispettare i limiti imposti dal Capitolato. È nostra discrezione controllare, di fronte a determinate situazioni, che i materiali rispettino i requisiti di sicurezza richiesti.

ANALISI FISICA

In alcuni Paesi dove l'attenzione alla sicurezza del consumatore è molto elevata esistono normative cogenti per l'infiammabilità dei prodotti, per questo gli articoli sono analizzati, per determinare la loro messa in consumo, anche in relazione al loro rischio fisico. Tutti i materiali tessili, salvo rare eccezioni, sono infiammabili. L'infiammabilità dipende dalle 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. Durante le normali condizioni di utilizzo dell'articolo 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 origina principalmente dalla presenza di elementi (bottoni, lacci, coulisse, ma anche paillettes o elementi decorativi) che possono causare soffocamento, strangolamento o lesioni alla pelle.

Con riferimento alla sicurezza chimica il Gruppo si è posto l'obiettivo di arricchire costantemente l'elenco delle sostanze nocive o potenzialmente nocive da non utilizzare nei propri capi. La scienza chimica, infatti, deve essere considerata come strumento che aiuta a perseguire percorsi di sostenibilità che comprendono la selezione di sostanze chimiche sicure, la progettazione di nuovi prodotti e nuovi processi eco-compatibili. In tale contesto, il Gruppo guarda al Regolamento REACH per il raggiungimento di tali obiettivi.

Controlli qualitativi e di processo

Al fine di prevenire e mitigare i rischi di natura fisica, chimica o meccanica e per garantire il rispetto del Capitolato Tecnico di Conformità, sono testati tutti i parametri tecnici come la stabilità dei tessuti, la tenacità, la scorrevolezza e il titolo dei filati, la solidità colore, così come vengono fatte anche valutazioni con test qualitativi come la reazione al sudore.

In particolare, prima della spedizione dei materiali di produzione vengono ricevuti dai fornitori dei campioni rappresentativi. Tali campioni sono esaminati nel laboratorio presente presso la Sede centrale del Gruppo 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 report di test rilasciati vengono catalogati per analisi successive in vista di ulteriori miglioramenti e tenuti a disposizione. Questo può avvenire in casi di contestazione del prodotto finito.

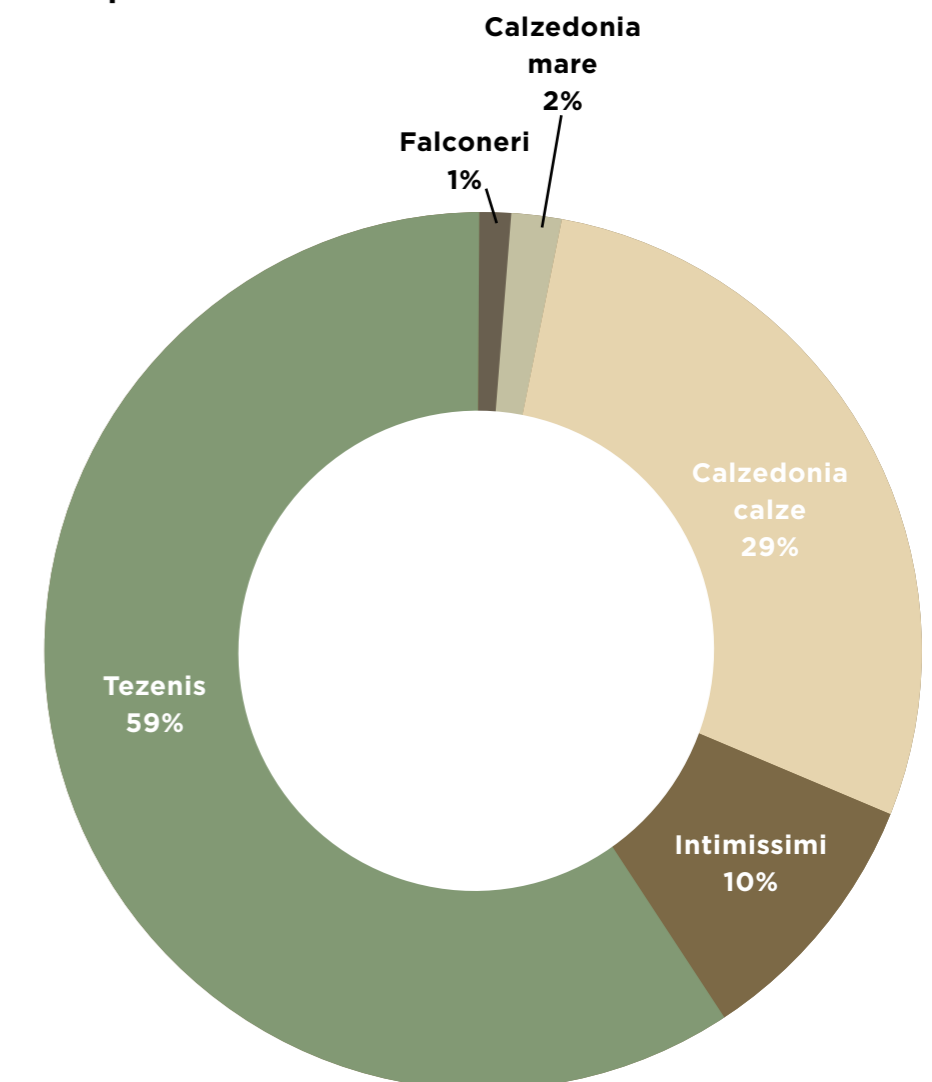
I test possono essere eseguiti, a seconda dei casi, sulle materie prime indicate come campioni e/o anticipi, poi ripetuti successivamente in fase di produzione. Inoltre, durante la produzione vengono eseguiti controlli qualitativi e di processo per monitorare le performance delle operazioni, che, oltre a 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 fatta tenendo conto della criticità dei materiali e accessori che compongono gli articoli oltre alla categoria di età a cui sono destinati.

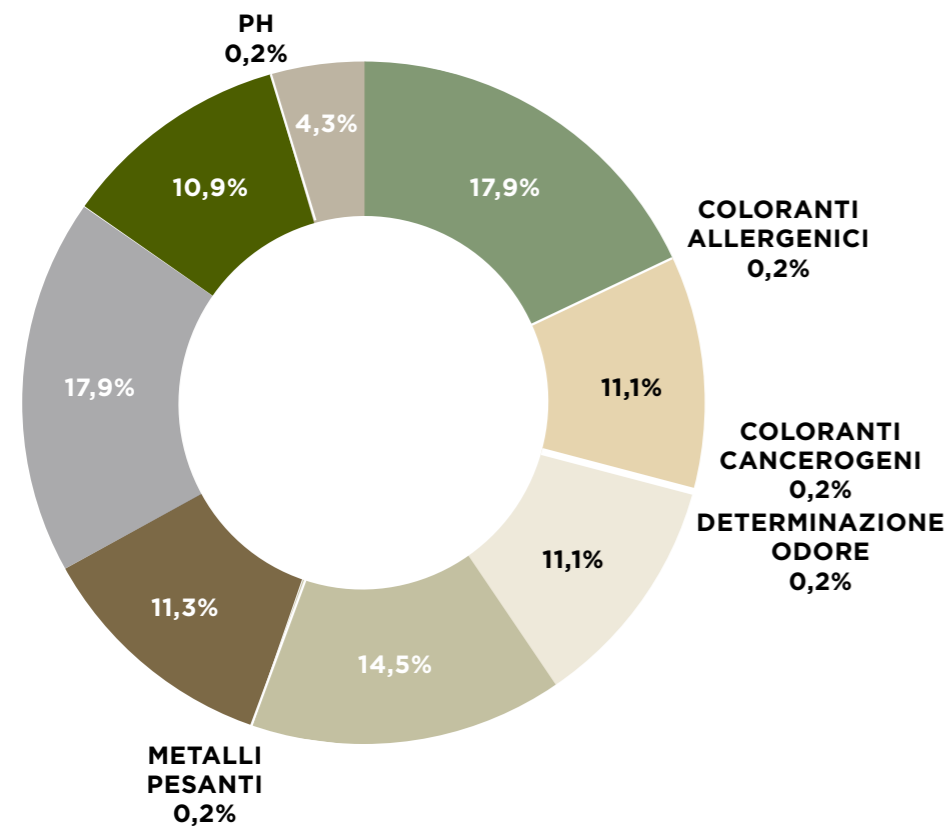
Nel corso del 2021 sono stati svolti 1.399 test sulle diverse referenze di prodotto dei brand del Gruppo di cui il 72% su articoli da adulto e il 28% su articoli da bambina/o. Il numero di test è proporzionale ai nuovi materiali introdotti, come visualizzato nel grafico sottostante.

Test per Brand 2021

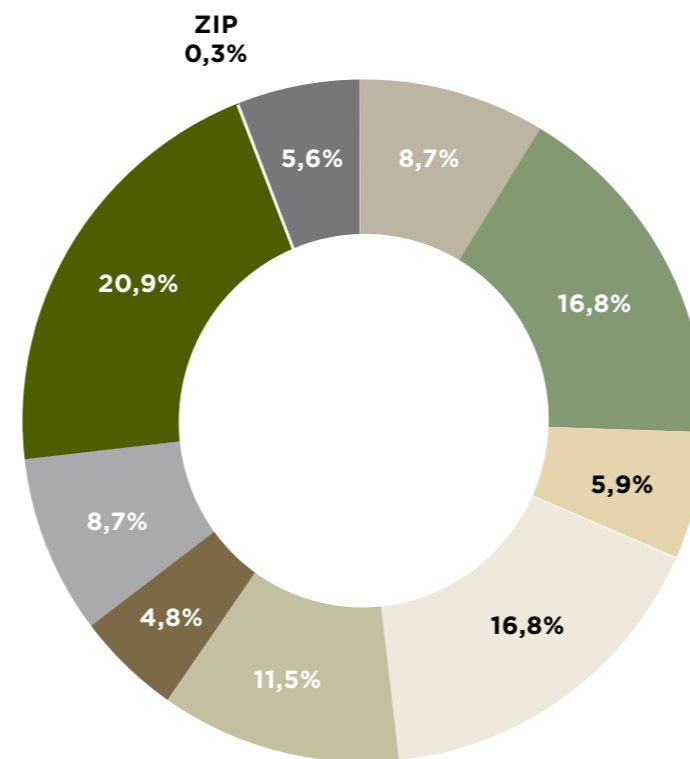


I grafici sottostanti mostrano i test inerenti alla salute e sicurezza dei prodotti che sono stati effettuati nel corso del 2021 suddivisi tra quelli effettuati sui capi per adulti e per bambini.

Test capi per adulti



Test capi per bambini



Nel corso del 2021 non si sono verificati casi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sicurezza. Sono state però ricevute 69 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.

Le segnalazioni di non conformità segnalate dalla nostra clientela vengono inoltrate dall'Ufficio Customer Service. In questi casi il capo viene richiamato a spese del Gruppo Calzedonia e inviato presso uno dei laboratori attrezzati nel verificare la presenza di sostanze allergizzanti oltre i limiti consentiti che potrebbero essere la causa dell'irritazione cutanea.

L'etichettatura

Nell'ambito della comunicazione responsabile e tutela del consumatore, riveste una considerevole importanza nel veicolare informazioni chiare, trasparenti e accurate anche l'**etichettatura di prodotto**, che avviene secondo un processo strutturato diretto a garantire la tracciabilità del prodotto e della sua filiera.

Nel momento in cui il Gruppo intraprende l'apertura di un negozio fisico o virtuale con uno dei nostri marchi in un nuovo Paese dove in quel momento non siamo ancora presenti, l'Ufficio Controllo Qualità si attiva per recuperare, anche in loco, tutte le informazioni necessarie per verificare che i nostri prodotti siano conformi ai requisiti di sicurezza richiesti, oltre alle modalità e alle indicazioni che dovranno essere presenti sull'etichetta applicata al prodotto finito.

Riguardo a quest'ultimo aspetto l'ufficio preposto si informa per capire se ci sono delle esigenze linguistiche ed indicazioni particolari da riportare sull'etichetta. Per alcuni paesi, infatti, vengono create delle etichette personalizzate che riportano delle informazioni ad hoc.



Per soddisfare le esigenze normative e informative dei paesi dove siamo presenti con i nostri brand, il 100% delle etichette che vengono applicate ai nostri articoli riporta le seguenti informazioni: taglia, collezione, sigla della fabbrica, commessa, articolo, colore, made in, simboli manutenzione Ginetex/ASTM, produttore, marchio EAC, descrizione prodotto, data di produzione, composizione merceologica, distributore. Per i prodotti del brand Falconeri, in caso di capi composti da più materiali, viene dichiarata la composizione suddivisa in base alla parte del capo (es. maniche 100% cotone; corpo 100% seta, ecc.).

Per gli articoli composti da materiali pregiati o che hanno subito particolari lavorazioni o per capi 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 invariate nel tempo (e.g. manutenzione domestica, reazione con i detergenti durante il lavaggio, ecc.).

Le etichette utilizzate dal Gruppo Calzedonia sono in gran parte certificate Oeko Tex: sistema indipendente di test e certificazione per prodotti tessili per tutte le tipologie produttive attraverso la catena di controllo tessile. L'etichetta tessuto che segue lo Oeko-Tex Standard 100 indica che il produttore è certificato come ambientalmente eco-compatibile sia nei processi che negli stabilimenti, oltre che testata per verificare l'assenza di sostanze nocive.

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

Nel corso del 2021 sono stati registrati 2 reclami relativi all'etichettatura dei capi per il brand Atelier Emé, entrambi correttamente risolti.

PROGETTO TRACCIABILITÀ

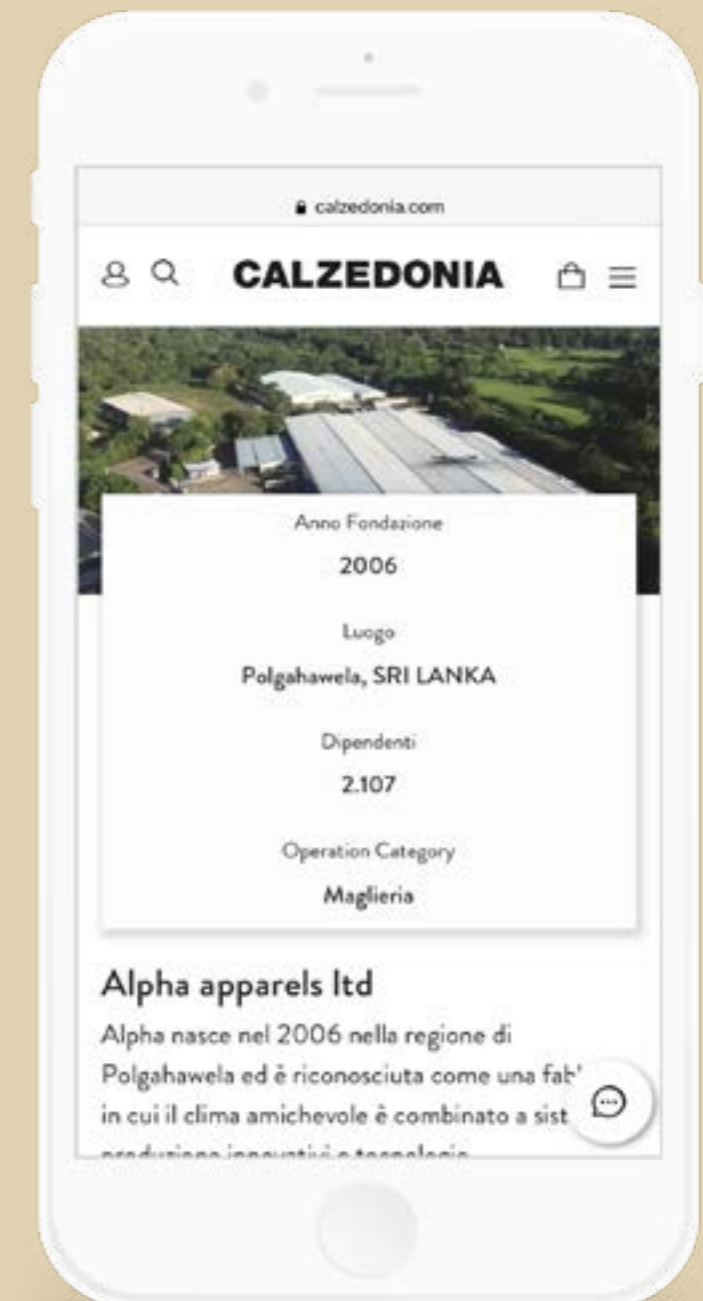
Fin dalla sua fondazione il Gruppo Calzedonia si è distinto per il profondo controllo della filiera produttiva. L'82% degli articoli presenti nei negozi del Gruppo, infatti, è prodotto in fabbriche di proprietà in Italia e all'estero. Questa decisione consente la gestione coordinata della produzione 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 abbiamo deciso di permettere anche ai nostri clienti di visitare i nostri stabilimenti attraverso lo strumento "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 abbiamo lasciato spazio alla voce dei nostri dipendenti, permettendo loro di raccontarsi e raccontare il proprio lavoro in prima persona.

"Sono orgogliosa del mio team e di farne parte, sono felice di essere apprezzata e di sapere che qui tutti si fidano e contano su di me. Questa ormai è diventata la mia seconda famiglia, parte della mia vita."

Adriana - cucitrice in Gordon, Serbia

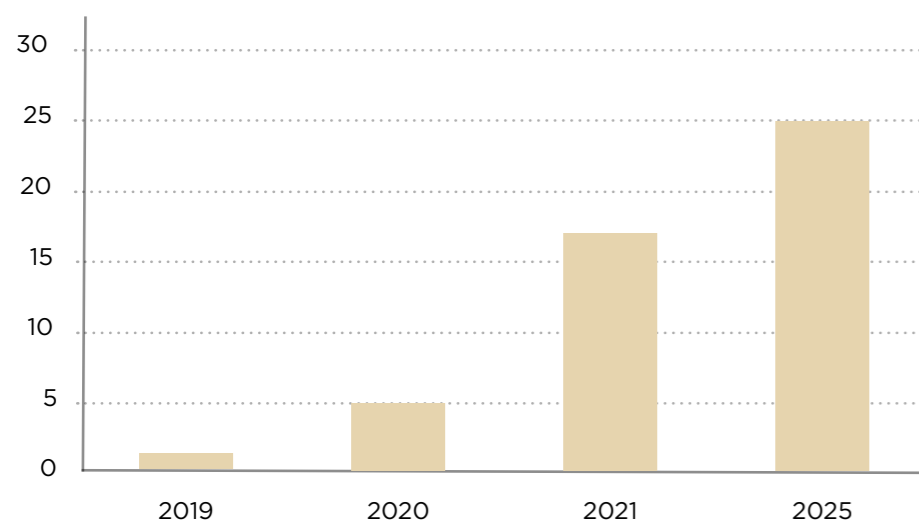


La sostenibilità nei prodotti e nei processi

Il Gruppo Calzedonia è impegnato costantemente in attività di ricerca e sviluppo di collezioni moda. L'intero processo di ideazione delle collezioni avviene internamente alla Società. La scelta dei materiali viene definita durante le fasi di sviluppo della collezione dagli Uffici Stile e Prodotto sulla base di considerazioni stilistiche, qualitative, strategie di costo e capacità produttive.

Il Gruppo è orientato verso la selezione e l'impiego di tessuti più naturali e che provengano da filiere sostenibili. Per questo le materie prime vengono selezionate con attenzione prediligendo, ove possibile, quelle con un minor impatto ambientale. Come si può notare dal grafico, a partire dal 2019, il numero di materie a ridotto impatto ambientale è aumentato costantemente, raggiungendo ad oggi il 17% del totale. Questo risultato è in linea con l'obiettivo, rispettando gli impegni presi nel Fashion Pact, di utilizzare almeno il 25% di materie prime a basso impatto ambientale entro il 2025.

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



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

Calzedonia continua nel 2021 la collezione di collant realizzata con la fibra Q-NOVA, un filato riciclato secondo un sistema tracciato e certificato dal Global Recycle Standard (GRS)⁸, che permette la riduzione degli sprechi e delle risorse utilizzate. Il collant, disponibile in tre denature (40, 60 e 80 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 nel 2020 per la produzione di altri capi della collezione moda. A partire dal 2021 nelle collezioni sono stati inseriti anche collant prodotti con Cotone organico tracciato e certificato GOTS. Inoltre tutti gli articoli a marchio Calzedonia con filato in Micromodal, Modal e Viscosa sono stati realizzati con modal Tencel[®] dell'azienda Lenzing, filati artificiali che provengono da cellulose di alberi certificati FSC, e con un attento processo produttivo che utilizza elementi chimici a ciclo chiuso. Per la collezione Mare, invece, nel 2021 è stato implementato l'utilizzo di tessuti con poliestere riciclato certificato GRS nelle serie basica e moda.

Nel corso del 2021 il Brand Intimissimi ha sviluppato la collezione moda intimissimicares 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 Bluesign⁹ che certifica un minor impatto delle sostanze chimiche usate nella tintura, e il modal Tencel¹⁰ 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. Sono state inoltre introdotte nuove fibre come la poliammide degradabile e riciclabile utilizzata per il pizzo ed il Seacell, un materiale prodotto con fibra ricava-

ta da alghe marine.

Tezenis ha deciso di concentrarsi sulla collezione base allargando il numero di articoli che fanno parte della collezione "Be the change". Fra le fibre utilizzate sono presenti il cotone organico certificato (GOTS e OCS), che garantisce un minor utilizzo di acqua, l'assenza di pesticidi dannosi per l'uomo e l'ambiente e un trattamento equo di tutti i lavoratori; la poliammide riciclata Econyl¹¹ dal fornitore Aquafil e la viscosa Ecovero¹² di Lenzing che garantisce un approvvigionamento sostenibile del legno da cui si ricava la cellulosa, un minor utilizzo di acqua e minori emissioni di gas serra nell'atmosfera. Inoltre è stato fatto uso di Modal certificato Carbon Neutral, pizzo proveniente da poliammide riciclata certificata GRS, poliestere e cotone riciclati certificati Ecotech GRS.

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

Nel 2021 è stato nuovamente utilizzato cashmere rigenerato da post consumo certificato GRS per la realizzazione di cappotti uomo e donna. La piuma utilizzata per parte dei piumini è acquistata presso un fornitore certificato secondo gli standard di tracciabilità e qualità Responsible Down Standard. Inoltre è stato introdotto sul raso di seta

8 - 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.

9 - bluesign[®] - solutions and services for a sustainable textile industry

10 - TENCEL[™] - Lenzing - innovative by nature

11 - Aquafil - Il filo ECONYL[®]

12 - LENZING[™] ECOVERO[™] - Sustainable Viscose

di articoli continuativi e moda la certificazione Bluesign.

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 rispettivamente già 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.

Nel 2021 il Gruppo si era posto come obiettivo l'utilizzo del 20% di tessuti a ridotto impatto ambientale sul totale. Purtroppo, a causa delle complicazioni riscontrate nella supply chain derivanti dalla pandemia di covid-19 ci siamo fermati al 17%, cifra che comunque testimonia l'impegno profuso da tutti i Brand nel raggiungere questo sfidante obiettivo.



Il nostro impegno per la tutela dell'ambiente

SDG - il contributo del Gruppo Calzedonia



L'azienda esercita un controllo diretto sulle proprie attività produttive, che insieme alle attività di logistica costituiscono i principali responsabili dell'impatto ambientale del Gruppo. Pertanto, il Gruppo si impegna verso un'attenta gestione del proprio material footprint, che va dalla gestione proattiva delle risorse idriche nei nostri processi, ad un'efficiente gestione dei rifiuti attuata attraverso la prevenzione, la riduzione e il riciclo degli stessi e passa anche dalla sensibilizzazione dei dipendenti verso tali tematiche.



Il Gruppo Calzedonia con l'intento di ridurre l'impatto delle attività aziendali verso le risorse terrestri sta agendo su vari fronti: l'autoproduzione di energia, l'acquisto da fonti rinnovabili e l'efficientamento dei propri impianti civili ed industriali.



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



Impegno quotidiano verso la sostenibilità

Il Gruppo Calzedonia è impegnato nell'esercitare le sue attività nella maniera più ecosostenibile possibile attraverso una gestione responsabile delle risorse naturali. All'interno del Codice Etico, il Gruppo ha chiarito come, in tale contesto, i suoi sforzi siano diretti a minimizzare l'impatto ambientale attraverso l'intero ciclo di vita dei suoi prodotti, dall'acquisto delle materie prime fino allo smaltimento dei prodotti finiti, attuando, in ogni fase di design, produzione, distribuzione, vendita al dettaglio e utilizzazione finale, una serie di misure volte a ridurre e compensare tale impatto.

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 e attuazione di misure per il continuo miglioramento in materia di riduzione delle emissioni, dirette e/o indirette, di gas serra, riduzione del consumo di risorse naturali, controllo delle fuoriuscite di sostanze chimiche potenzialmente nocive e implementazione del nostro sistema di gestione ambientale nella sua interezza;
- considerazione 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.

Dal 2019 tali impegni hanno ricevuto un nuovo impulso a seguito della definizione degli obiettivi del Fashion Pact nell'ambito del quale il Gruppo sta lavorando per arrestare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani.

A fronte dei principali rischi ambientali generati dal Gruppo sono state adottate scelte strategiche definendo le linee di indirizzo in materia.

Siamo consapevoli di quanto il design di un prodotto ne influenzi il suo impatto ambientale, sia in termini di materiali utilizzati che nella gestione del suo fine vita. Per questo motivo poniamo sempre più attenzione verso i materiali utilizzati nelle nostre collezioni e nei componenti di packaging che li accompagnano. Entro il 2025 il 25% della totalità di materiali che utilizziamo sarà a ridotto impatto ambientale. Inoltre, ci stiamo muovendo verso un'eliminazione del packaging superfluo in modo da ridurre la quantità di materiali ad uso singolo. Ove questo non fosse possibile ci poniamo come obiettivo la sostituzione degli imballaggi in plastica con prodotti a maggiore degradabilità, come per esempio la carta o il cartone, che già costituiscono il 90% del totale.

Oltre all'utilizzo dei materiali poniamo molta enfasi sulle risorse che richiedono le nostre attività. Infatti, in particolare le nostre fabbriche, necessitano di un elevato quantitativo di risorse idriche ed energetiche. Per quanto riguarda i consumi energetici, nel 2020 è iniziato un piano quinquennale di investimenti di circa 7 milioni di euro. Le spese si concentreranno principalmente su due obiettivi: autoprodurre energia rinnovabile da un lato, ed efficientarne i consumi dall'altro. Inoltre, il 60% dell'elettricità che acquistiamo, a livello globale, proviene da fonti rinnovabili, entro il 2030 raggiungeremo il 100%. 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.

Insieme alle risorse bisogna prestare attenzione anche ai sottoprodotti delle nostre attività. Il nostro 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. Stiamo inoltre lavorando a differenti tecnologie che permettano di ricavare nuove materie prime a partire dal riciclo di ciò che ora viene definito un rifiuto.

Il costante impegno e l'attenzione del Gruppo nei confronti dell'ambiente è testimoniato dall'assenza, anche per il 2021, di multe significative e sanzioni non monetarie per mancato rispetto di leggi e regolamenti in materia ambientale.

L'approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali

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

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 46% 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 2021 a confronto con i dati raccolti negli anni precedenti.



Materie prime (t)

Materiali al greggio [ton]			
	2019	2020	2021
Filato naturale ¹³	3.927	3.71	4.194
Filato artificiale ¹⁴	1.877	1.44	1.466
Filato sintetico ¹⁵	4.886	3.04	2.862
Altro	259	-	-
Totale filato greggio	10.949	8.19	8.522
Tessuto/Pizzo naturale ¹³	1.966	43	1.169
Tessuto/Pizzo artificiale ¹⁴	929	79	797
Tessuto/Pizzo sintetico ¹⁵	1.172	1.238	1.074
Totale tessuto greggio	4.067	1.360	3.040
Totale materiali greggi	15.016	9.551	11.562

Materiali finiti [ton]			
	2019	2020	2021
Tessuto/Pizzo naturale ¹³	3.872	4.427	3.849
Tessuto/Pizzo artificiale ¹⁴	1.162	1.219	864
Tessuto/Pizzo sintetico ¹⁵	6.423	5.568	6.76
Altro	31	-	-

Il 2021 ha visto una ripresa delle attività produttive quasi completa, per cui i consumi di materiali sono decisamente superiori rispetto al 2020 e si avvicinano ai consumi pre-pandemia. Infatti, possiamo vedere che i materiali greggi hanno raggiunto il 77% del totale 2019 e i tessuti finiti il 100%.

Questi numeri, per certi versi connessi alla tipologia di prodotti offerti dal Gruppo, sono oggetto di costante attenzione da parte del Gruppo 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.

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.

Nel 2021 il 13% del totale del peso dei filati e del tessuto utilizzato dal Gruppo è costituito da materiali a basso impatto. Nello specifico le categorie con le incidenze di tessuti riciclati/sostenibili più alti sono il tessuto greggio sintetico, in cui il 9% è rappresentato da fibre riciclate, e i tessuti finiti artificiali, in cui il 21% è composto da fibre a basso impatto ambientale (fibre ricavate dalla cellulosa di legno certificato FSC e con gestione dei processi chimici a ciclo chiuso).

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

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

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

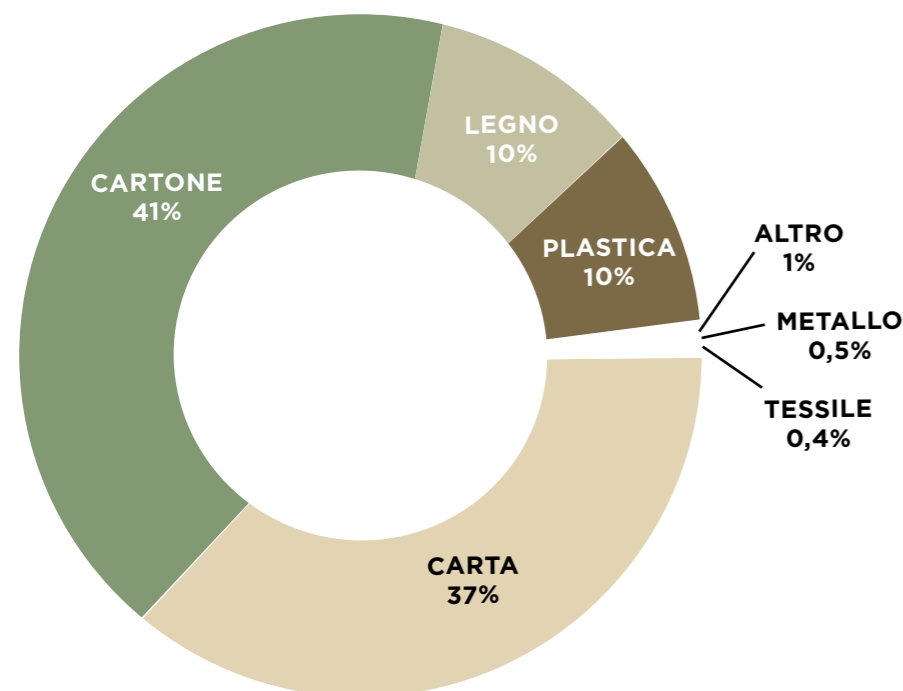
L'incidenza globale delle fibre riciclate/sostenibili è stata rallentata dalla diminuzione dei volumi di vendita causata dalla pandemia di covid-19 e dal conseguente rallentamento del piano di rinnovo dei capi finiti, ma questo valore è destinato ad aumentare considerevolmente nei prossimi anni, con l'obiettivo di raggiungere il 25% entro il 2025 come richiesto dagli obiettivi del Fashion Pact.

Nell'ambito del processo produttivo, per la lavorazione dei tessuti e dei filati acquistati sono inoltre utilizzati coloranti e inchiostri (313 t nel 2022) e prodotti chimici vari (3.605 t).

Packaging

Il Gruppo nelle scelte di packaging e imballaggi è orientato a ottimizzare l'impiego di carta e cartone e massimizzare il riciclo di cartellini, shopping bag e cartotecnica. Inoltre, ha focalizzato l'attenzione sulla riduzione della quantità di imballaggi utilizzati, per esempio con azioni di riduzione dello spessore dei diversi componenti. Di seguito è fornita una rappresentazione del packaging e degli imballaggi per tipologia di materiali.

Tipologia di materiali per imballaggio e packaging 2021



La maggior parte della carta utilizzata per la produzione di cartellini, cartotecnica e shopping bags è certificata FSC (Forest Stewardship Council, ente preposto a garantire il rispetto di rigorosi standard ambientali, sociali ed economici nella gestione delle foreste) e dal 2018 si acquistano esclusivamente shopping bag in carta, in sostituzione a quelle in plastica.

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

Il Gruppo predilige vernici ad acqua per la stampa di una parte della cartotecnica e alcune lavorazioni (ad esempio 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, il che ci ha permesso di evitare l'acquisto di 343 tonnellate di cartone nel 2021 e la relativa produzione di rifiuti.

Il Gruppo sta lavorando anche alla graduale riduzione dei materiali ad uso singolo a favore dell'ambiente. Per questo motivo nel corso del 2021 ai clienti nei nostri negozi abbiamo offerto borse di cotone riutilizzabili in alternativa alle shopper prodotte con carta FSC.

Nel 2021 i materiali di packaging impiegati nei nostri punti vendita e nei nostri canali e-commerce sono stati complessivamente 4282 tonnellate, di cui il 90% in carta che proviene per circa l'88% da fonti certificate FSC o da materiale riciclato.

I materiali di imballaggio impiegati dal Gruppo per la logistica e i trasporti B2B, nel corso dell'anno, ammontano ad oltre 10 mila tonnellate di cui l'86% rinnovabili, quali carta e cartone (circa 5,6 mila tonnellate sono certificate FSC) e legno impiegato nei pallet. L'obiettivo del Gruppo Calzedonia è quello di massimizzare l'utilizzo di materiali rinnovabili e di favorire il riciclo di quelli non rinnovabili. Di seguito sono riportati i quantitativi di imballaggi per tipologia utilizzati dal Gruppo nel periodo di rendicontazione.

PACK DEI COLLANT CALZEDONIA

Nel 2021 abbiamo sviluppato una nuova soluzione in grado di rimuovere completamente la plastica dai nostri pack per i collant. Nel corso dell'anno il nuovo packaging è stato testato su più di un milione di collant della collezione moda per un risparmio di plastica complessivo di oltre 3,21 tonnellate di plastica. Questo nuovo imballaggio permette infatti di sostituire la plastica con carta 100% certificata FSC. A partire dal prossimo anno questi pack verranno utilizzati anche per accompagnare alcune collezioni continuative stimate in quattro milioni di nuovi pezzi.



Packaging (t)

	2019	2020	2021
Carta	9.621	4.829	5.339
Di cui FSC/riciclata	35%	52%	70%
Cartone	6.360	4.856	5.941
Di cui FSC/riciclata	0%	39%	87%
Legno	791	962	1.475
Plastica	1.728	1.327	1.528
Di cui riciclata	0%	0%	1%
Metallo	170	58	71
Tessile	119	22	52
Altro	186	155	170
Totale	18.979	12.209	14.576

L'azienda 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. Il Gruppo ha adottato inoltre, nuove soluzioni quali:

- sostituzione del PVC con il PET per alcune tipologie di imballaggio in quanto più facile da riciclare;
- eliminazione graduale dei salvacoppe in plastica dai capi di corsetteria, sostituite con carta velina di carta riciclata;
- sostituzione delle fascette adesive utilizzate per confezionare le calze a multipack con cavallotti in cartoncino, eliminando quindi l'utilizzo di carte siliconate e relativi collanti;
- sostituzione del gancetto in plastica del packaging del

salvapiede o pedulino con uno in cartone in modo da semplificarne il riciclo;

- riduzione della plastica - polybag - nel pack per le spedizioni di calze del brand Tezenis e Calzedonia (es. i bi-pack di collant a inserto sono imbustati in un'unica busta anziché in due, i multi-pack calzetteria e collant a inserto, precedentemente inseriti in una polybag contenente tre pezzi, arrivano ora privi del sacchetto in plastica).
- introduzione di un prezzo di vendita simbolico per le confezioni regalo per disincentivarne un consumo eccessivo da parte del consumatore. L'iniziativa è stata allargata anche alle shopper in carta monouso, affiancate da borse riutilizzabili in cotone organico.
- rinnovo packaging dei collant ora assemblati solo con l'utilizzo di carta e cartone.

Gran parte della movimentazione logistica intercompany su gomma, eccetto 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 ci occupiamo del recupero e riciclo dei pallet "a perdere".

Da notare che tutti gli imballaggi in cartone, svuotati nei nostri magazzini, vengono riciclati da operatori specializzati. Nel 2021 in Italia abbiamo riciclato oltre 2.400 tonnellate di cartoni.

Ai consumi di carta e cartone per il packaging e gli imballaggi, si affiancano quelli della carta utilizzata per la normale attività svolta negli uffici delle sedi, delle fabbriche e dei negozi¹⁶, oggetto di attenzione da parte del Gruppo con particolare riferimento 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.

La quantità di materiali utilizzati per il packaging dal Gruppo è ritornata a salire dopo la diminuzione delle attività del 2020, ma assestandosi su livelli inferiori, anche grazie alle politiche di riduzione sopra descritte. Le percentuali di carta e cartone certificati FSC sono sensibilmente aumentate dal 2019 arrivando rispettivamente a coprire il 70% e l'87%. Nel 2021 è stato condotto un grande lavoro di selezione della plastica riciclata che, anche se nel 2021 rappresenta solamente l'1% del totale si concretizzerà nel 2022 con incidenze superiori.

¹⁶ - 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.

Arredi e complementi

Nell'ambito del processo di ideazione e realizzazione dei format di arredo, il Gruppo predilige l'utilizzo di complementi di arredo che minimizzino gli impatti sull'ambiente. Con particolare attenzione nella fase di progettazione, l'azienda 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 dei componenti utilizzati. Ad esempio, a partire dal 2018, i negozi presenti sul mercato asiatico, precedentemente riforniti da fornitori europei, sono arredati preferibilmente con mobili prodotti in Cina, con conseguente abbattimento delle emissioni associate ai trasporti.

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.

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

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.

In alcuni casi, gli arredi e il mobilio sono inoltre riutilizzati per il rinnovo di alcuni punti vendita o destinati ad enti e associazioni. È questo il caso, ad esempio, degli arredamenti dei negozi del marchio QUID, associazione di promozione sociale che ha l'obiettivo di reinserire nel mondo del lavoro

persone con un passato difficile o in situazione di fragilità, con cui il Gruppo collabora da diversi anni offrendo anche alcuni tessuti di ottima qualità, ma in quantità limitate, rimasti nei magazzini dopo la produzione.

I nostri fornitori di parti in ceramica adottano il sistema di management ambientale in linea con gli standard UNI ISO 14001. Sono inoltre certificati LEED, ECOLABEL e ISPM-15 FAO standard. È da escludere un solo fornitore che preferisce autocertificarsi e sta lavorando in un'ottica di riduzione delle proprie emissioni di CO_2e .

La produzione di componentistica in metallo è gestita principalmente da fornitori con certificazioni ISO14001 and OHSAS 18001, e l'approvvigionamento di materie prime avviene attraverso distributori certificati ISO14001, 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, le pitture murali sono esclusivamente a base d'acqua.

Tutti i fornitori di pavimenti sono certificati ISO14001/14021/9001 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 per le imprese, che permette di attuare una precisa politica aziendale di sviluppo sostenibile, quale ad esempio l'autoproduzione di energia.

Come si può osservare dalla tabella di seguito riportata, i materiali di arredo impiegati nel 2021 per gli allestimenti di negozi sono costituiti da pavimenti in ceramica (36%), metalli (28%), legno (21%) e plastica (9%). In questo caso, tenendo in considerazione i dati del 2019 si può notare

un trend di decrescita dell'utilizzo di materiali di circa il 23%, ricollegabili al numero inferiore di nuove aperture o rifacimenti.



Tipologia di materiali di arredo (t)

	2019	2020	2021
Pavimenti in ceramica	1.942	853	1.346
Metallo	1.246	630	1.054
Legno	950	454	805
Plastica	500	236	328
Carta	115	60	99
Materiali misti	71	45	69
Vetro	68	24	59
Totale	4.892	2.302	3.760

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, infatti, sono stati certificati BREEAM¹⁷ con la valutazione di "Very Good". Questo primo risultato ci ha permesso di verificare e confermare le buone pratiche adottate dal Gruppo nel design nei negozi, ma ci ha anche dato dei 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 practices sulla creazione e gestione dei punti vendita al fine di condividerle con i gestori e gli affiliati.

17 - il BREEAM è uno degli standard progettuali edilizi più diffuso al mondo per la valutazione d'impatto ambientale degli edifici.
18 - 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.

Il rispetto dell'ambiente nei negozi e nelle fabbriche¹⁸

I negozi del Gruppo Calzedonia devono essere belli, accoglienti e funzionali per garantire il benessere di chi ci lavora e dei clienti.

Per questo il Gruppo è particolarmente sensibile allo studio, alla realizzazione e al continuo aggiornamento dei punti vendita secondo caratteristiche orientate a logiche di sostenibilità, agendo in tutte le aree in cui è possibile ottenere dei miglioramenti.

La progettazione dei punti vendita avviene all'interno dell'azienda, attraverso processi che integrano le esigenze energetiche, architettoniche, impiantistiche e amministrative, oltre a tenere conto della corretta distribuzione degli spazi, distinguendo quelli destinati all'area vendita, al magazzino ed alla staff-room. I negozi vengono altresì progettati con la collaborazione di liberi professionisti qualificati al fine di rispondere al meglio alle

normative vigenti nei vari Paesi in materia urbanistica, energetica e di salute e sicurezza sul luogo di lavoro.

Per le nostre fabbriche, a prescindere dalla loro ubicazione, abbiamo sempre cercato di individuare la migliore tecnologia costruttiva disponibile sul mercato per garantire condizioni di lavoro ottimali, scegliendo le macchine e gli impianti più efficienti in termini di prestazioni ed efficienza energetica.

Per il Gruppo Calzedonia, produzione significa standard costruttivi allineati alle prescrizioni italiane ed europee, anche per gli stabilimenti fuori dall'Italia. Per quelli più datati sono in corso progetti di aggiornamento e miglioramento dell'efficienza energetica.

Consumi idrici

Per il Gruppo Calzedonia, produzione è anche gestione idrica: siamo impegnati da anni in un uso razionale delle risorse idriche all'interno dei nostri processi produttivi e in tutte le aree in cui siamo presenti con i negozi.

Per quanto riguarda i consumi di acqua, possiamo definire due tipi di siti: quelli in cui l'acqua viene utilizzata per processi industriali (come tintura e lavaggio) e quelli in cui l'acqua viene utilizzata quasi esclusivamente per scopi sanitari.

Nella maggior parte degli stabilimenti, dove non vi sono grandi 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 scaricata nelle fognature.

Negli stabilimenti dove ci sono invece grandi consumi di acqua per processi industriali, vale a dire siti di tintura e siti di produzione con lavaggio e stiratura, l'acqua viene prelevata da pozzi d'acqua sotterranei, viene utilizzata principalmente per processi industriali, viene depurata in impianti di trattamento (se necessario), e viene infine scaricata nella rete fognaria.

In ogni caso, 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 nostri dipendenti specializzati analizzano i principali parametri chimici e fisici delle acque reflue con strumenti specifici.

Inoltre, ogni tre mesi inviamo alcuni campioni di acque reflue a laboratori certificati esterni per essere analizzati.

Il Gruppo nel 2021 ha prelevato complessivamente 1.725 megalitri. Le fabbriche contribuiscono all'91% dei prelievi, la restante quota parte è da attribuirsi alle sedi e filiali commerciali.

Prelievo idrico per fonte (Megalitri)¹⁹

Fonte	2019		2020		2021	
	Tutte le aree	Aree a stress idrico	Tutte le aree	Aree a stress idrico	Tutte le aree	Aree a stress idrico
Acque di superficie	173	2	3	-	4	-
Acqua dolce	173	2	-	-	0,3	-
Altra acqua	-	-	3	-	3,7	-
Acque sotterranee	1.892	2	1.329	77	1.425	316
Acqua dolce	1.051	2	558	-	512	-
Altra acqua	842	-	771	76	913	316
Acqua prodotta	140	1	48	1	6	-
Acqua dolce	140	1	-	1	-	-
Altra acqua	-	-	48	-	6	-
Acqua da acquedotto	381	-	268	9	289	13
Acqua dolce	381	-	233	9	235	13
Altra acqua	-	-	35	-	54	-
Altre fonti	33	-	-	-	1	-
Acqua dolce	-	-	-	-	-	-
Altra acqua	33	-	-	-	1	-
Totale	2.620	4	1.648	86	1.725	329

¹⁹ - 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.

Il Gruppo riserva costante sforzo nel limitare il consumo di acqua nelle proprie attività, ma la differenza riscontrata nei consumi fra il 2019 e il 2021 è da imputare principalmente al mix produttivo delle nostre tintorie.

Siamo consapevoli che le tintorie sono tra le fabbriche a maggior impatto ambientale, per questo ci impegniamo a ridurre al minimo i loro effetti negativi sull'ambiente. In particolare:

- coinvolgiamo le persone chiave del processo industriale, a partire dai designer di tintura che sviluppano nuovi programmi e ricette di tintura, affinché utilizzino coloranti e prodotti che necessitano di una quantità minore di acqua;
- durante il processo di tintura vengono utilizzati coloranti e sostanze chimiche utilizzate per fissare i coloranti - spesso metalli pesanti - per cui diviene di primaria importanza il trattamento di tali reflui prima del rilascio nell'ambiente;
- utilizziamo sistemi di recupero, riutilizzando il calore delle acque di scarico del ciclo tintoriale per i processi produttivi successivi;
- recuperiamo i fumi di caldaia contenenti CO₂ per regolarizzare il pH dell'acqua nel depuratore senza ricorrere a prodotti acidi chimici;
- i fanghi derivanti dal depuratore biologico vengono essiccati e disoleati per ridurre la quantità che dovrà essere smaltita. Grazie a queste procedure evitiamo di smaltire circa 259 tonnellate di fango all'anno. In un impianto specifico i resti essiccati vengono riutilizzati all'interno della produzione dell'asfalto;
- tutti i nostri scarichi depurati, sia liquidi che gassosi, sono sottoposti ad analisi quotidiane interne e periodiche da parte di laboratori certificati esterni, a verifica del rispetto delle normative in materia.

Inoltre, presso uno dei nostri stabilimenti, è in corso uno studio diretto a identificare possibili sistemi di riutilizzo dell'acqua di processo dopo la depurazione che

permetterebbero di riutilizzare fino al 90% dei volumi di acqua in ingresso.

MAREVIVO

Nel 2021 Tezenis ha utilizzato per la prima volta nella sua collezione mare dei tessuti costituiti da filato di poliestere riciclato post consumer. Oltre a questa iniziativa il Brand ha deciso di fare la sua parte anche nella protezione del mar Mediterraneo. Per questo motivo ha voluto collaborare con Marevivo, un'associazione italiana che dal 1985 si occupa di tutelare l'ambiente marino, con lo scopo di rendere i mari sempre più puliti. Il primo passo è stato organizzare una flotta di battelli Pelikan che grazie alle loro braccia meccaniche riescono a raccogliere rifiuti galleggianti solidi ed oleosi. A partire da maggio, grazie ai battelli, sono stati raccolti in 120 uscite 12.306 chili di

rifiuti che galleggiavano lungo le coste del Mediterraneo (di cui il 91% in plastica), ripulendo un'area di circa 120 chilometri quadrati. Nel corso dell'operazione di pulizia tutti i rifiuti raccolti sono stati correttamente smaltiti presso le municipalità, eccetto per una ridotta quantità - oltre 600 chili - destinata allo sviluppo di un progetto innovativo, il Piroizzatore. Questa tecnologia permette di ottenere energia gassificando i rifiuti senza emettere gas nocivi all'uomo e all'ambiente dato che avviene in assenza di ossigeno. Il piroizzatore è in grado di trasformare anche la plastica intaccata dalla salsedine che altrimenti non potrebbe essere riciclata.



La gestione responsabile dei rifiuti

Il Gruppo Calzedonia nella gestione dei rifiuti si conforma alle norme del settore.

Ogni unità produttiva è dotata di appositi contenitori (contenitori, pre-contenitori, bidoni, ecc.) e si impegna a differenziare il più possibile la raccolta dei rifiuti prodotti, dividendoli per tipologia, distinguendo quelli industriali da quelli domestici, quelli ordinari da quelli derivanti da attività di lavoro/manutenzione.

Ciò consente una più precisa classificazione dei rifiuti, sulla base dei codici CER, che viene poi affidata a diversi fornitori specializzati che ne garantiscono il corretto trattamento. Nella maggior parte dei casi i rifiuti vengono avviati a recupero/riciclaggio e, quando non è possibile, vengono smaltiti in discarica.

Nella nostra tintoria di Brentino Belluno, in cui vengono prodotti i fanghi biologici di depurazione e gli scarti del trattamento dei fumi, nel 2019 sono stati installati due impianti, uno per l'essiccazione fanghi che ha lo scopo di conferire un rifiuto più disidratato da smaltire, quindi con una drastica riduzione delle quantità; l'altro per la depurazione degli oli esausti con lo scopo di separare la parte contenente i residui oleosi dall'acqua, che consente di avviare a smaltimento la sola quota parte oleosa. Grazie a questi investimenti nel 2021 sono stati ridotti del 55% la produzione di fanghi e del 78% i rifiuti dovuti al trattamento dei fumi.

Nel corso del 2021 sono nati diversi progetti volti al riutilizzo di rifiuti. Le iniziative sono svolte grazie alla collaborazione tra le fabbriche di proprietà, che sono le maggiori responsabili di rifiuti tessili, e fornitori terzi. Nello specifico i progetti più virtuosi sono:

- Progetto "Cimosse", con l'obiettivo di donare il materiale di scarto della rifilatura dei tessuti al fine di creare nuovi prodotti tessili creati a mano in collaborazione con l'associazione no profit Seguendo un filo.

- Progetto scarti di filato, nato in collaborazione con una cartiera locale. Ha come obiettivo la creazione di una nuova tipologia di carta che contiene parte del filato di cotone di scarto di un nostro calzificio.
- Progetto "Pirolizzatore", che prevede l'adozione di una tecnologia innovativa in grado di produrre energia priva di emissioni di CO_{2e}, a partire dalla gassificazione di rifiuti tessili, plastici o fangosi.

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

I rifiuti totali prodotti nel 2021 sono circa 20,9 mila tonnellate, e sono classificabili per la quasi totalità come rifiuti non pericolosi.



Rifiuti prodotti (t)²⁰

	2019	2020	2021
Rifiuti pericolosi	620	108	189
Acque reflue e fanghi	106	7	8
Rifiuti tessili	439	12	10
Rifiuti da trattamento fumi	79	-	-
Contenitori prodotti chimici	20	8	7
Oli	18	27	98
Rifiuti da materiale elettrico	13	17	27
Toner e cartucce	4	4	5
Altro	47	40	34
Rifiuti non pericolosi	18.853	16.517	20.723
Acque reflue e fanghi	1.335	1.977	2.203
Carta e cartone	9.046	8.032	8.126
Rifiuti tessili	4.919	4.432	2.059
Plastica	1.423	616	248
Packaging	794	689	585
Rifiuti da trattamento fumi	317	140	9
Metalli	168	105	346
Rifiuti organici	131	685	1.275
Rifiuti da demolizione e costruzione	300	88	169
Scarti multimateriale	23	686	485
Altro	2.002	1.044	1.789
Totale	19.471	16.623	20.912

Per quanto attiene ai metodi di smaltimento, il 53% dei rifiuti prodotti è stato avviato al riciclo e riuso, mentre il 29%, è confluito in discarica, la quota parte restante è stata affidata a fornitori autorizzati per le quali non sono note le modalità di smaltimento finale. È da notare un miglioramento nella tracciabilità e nella rendicontazione dei dati. Rispetto agli anni precedenti riusciamo a tracciare l'82% dei rifiuti.

20 - 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.

Nella tabella seguente viene mostrata la modalità di recupero dei rifiuti non destinati a smaltimento²¹. Si evince dalla tabella seguente come il 39% di essi venga riciclato, il 28% venga rilavorato per un nuovo utilizzo e il 33% venga gestito in altro modo. Grazie a diverse collaborazioni con università e aziende specializzate si è raggiunto l'obiettivo di aumentare l'incidenza dei rifiuti destinati al riciclo ed al riutilizzo rispetto al 2020 (67% contro il 45% dello scorso anno).

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

	2021		
	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi	1	97	98
Preparazione per il riutilizzo	-	10	10
Riciclo	1	21	22
Altre operazioni	-	66	66
Rifiuti non pericolosi	1.596	9.283	10.879
Preparazione per il riutilizzo	-	3.057	3.057
Riciclo	1.596	2.639	4.234
Altre operazioni	-	3.588	3.588
Totale	1.597	9.380	10.977
Prevenzione dei rifiuti	343	4	347

21 - 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.

Nella tabella seguente viene mostrata la modalità di gestione dei rifiuti destinati a smaltimento²². Per questa categoria di rifiuti il Gruppo fa affidamento alla discarica per il 42% del peso di essi e all'incenerimento per il 24%.

Sono presenti le seguenti iniziative per la riduzione dei rifiuti in pressoché tutte le sedi del Gruppo:

- introduzione di distributori d'acqua per diminuire il consumo di bottiglie di plastica usa e getta, fornendo ai dipendenti borracce per uso personale;
- eliminazione della carta per asciugare le mani con l'uso esclusivo di asciugatrici elettriche;
- eliminazione dei piatti in plastica nelle mense sostituendoli con piatti in materiale composito ecosostenibile;
- eliminazione di bottiglie, bicchieri e cucchiari di plastica nelle aree break sostituendoli con materiali ecosostenibili;
- orientamento alla riduzione del packaging e degli imballaggi se non strettamente necessari;
- sensibilizzazione dei dipendenti alla riduzione dell'utilizzo delle stampanti.

Rifiuti destinati allo smaltimento mediante operazioni di smaltimento (t)

2021			
	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Rifiuti pericolosi	-	740	740
Incenerimento (con recupero di energia)	-	7	7
Incenerimento (senza recupero di energia)	-	10	10
Conferimento in discarica	-	682	682
Altre operazioni	-	40	40
Rifiuti non pericolosi	203	5.110	5.314
Incenerimento (con recupero di energia)	8	1.365	1.373
Incenerimento (senza recupero di energia)	-	88	88
Conferimento in discarica	-	1.874	1.874
Altre operazioni	108	1.870	1.978
Totale	203	5.850	6.053

22 - La differenza tra il totale dei rifiuti destinati a smaltimento della tabella "Rifiuti prodotti" e il totale della tabella "Rifiuti destinati a smaltimento mediante operazioni di smaltimento" è dovuta al fatto che lo smaltimento avviene per lo più presso siti esterni dai quali l'organizzazione non è sempre in grado di reperire i dati.

Consumi energetici ed emissioni

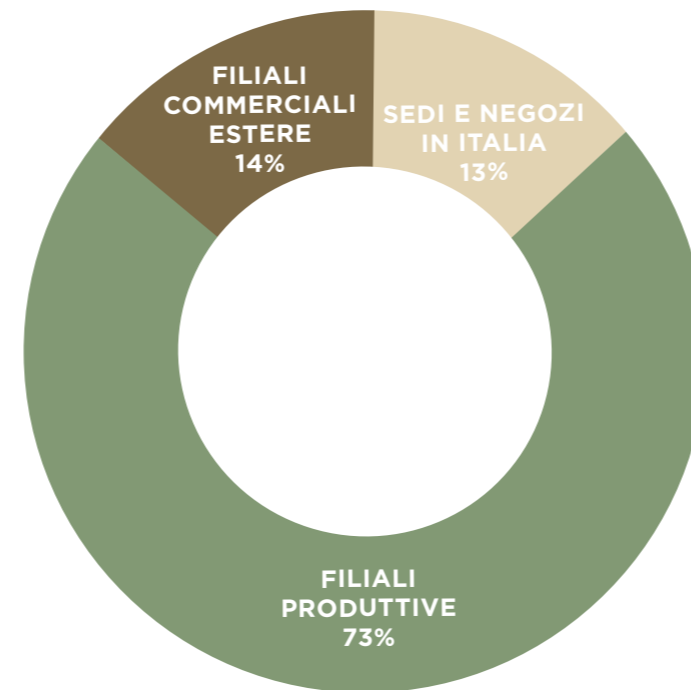
I consumi energetici del Gruppo derivano principalmente dagli impianti produttivi, dall'illuminazione, dal riscaldamento e dal raffreddamento degli ambienti di lavoro. A tali consumi si aggiungono i consumi di carburante del parco mezzi aziendale e dei mezzi logistici di proprietà che compiono i trasporti interni tra i diversi stabilimenti del Gruppo.

Con riferimento 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 ne monitora le modalità di funzionamento e pianifica gli interventi qualora siano riscontrate delle anomalie.

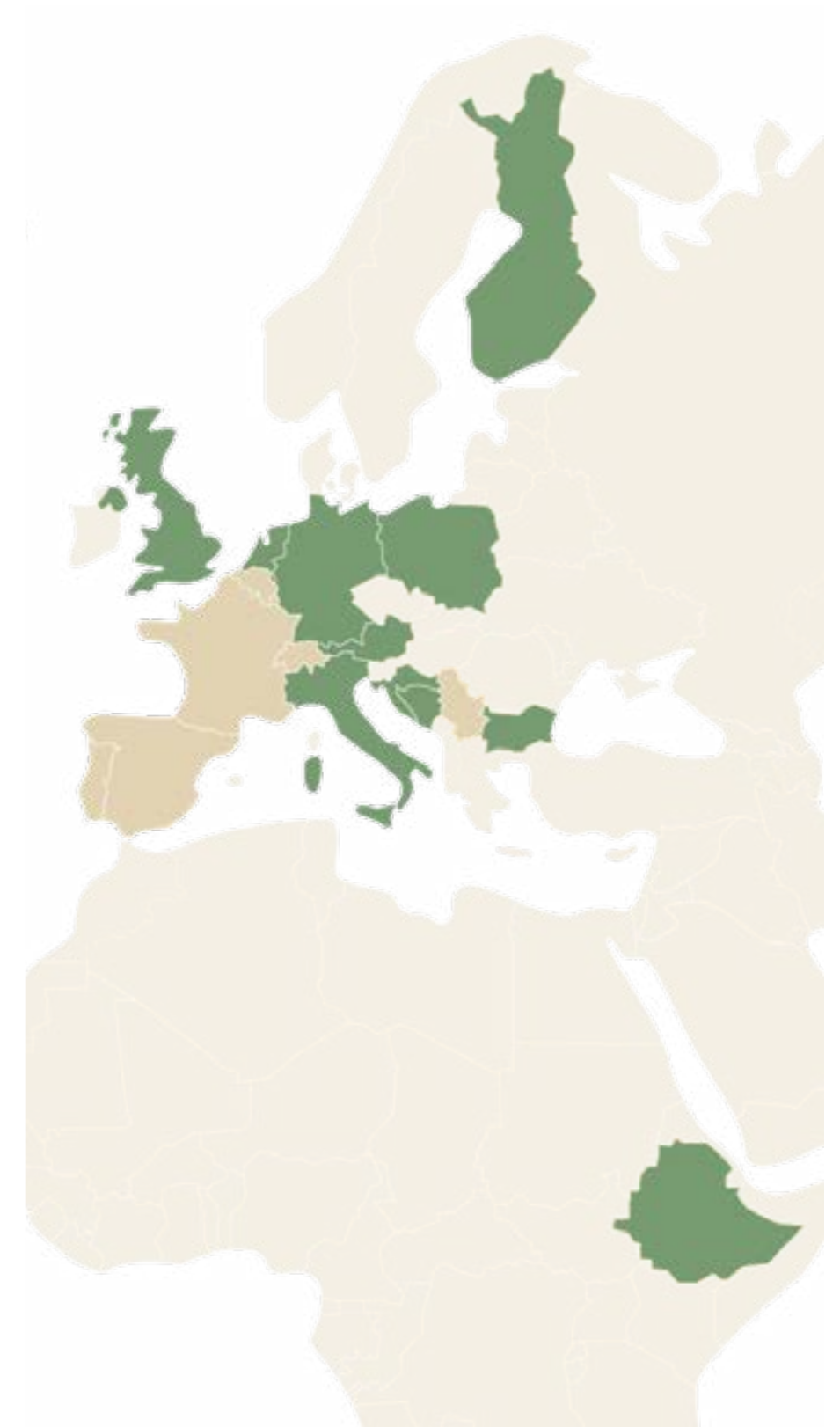
Lo storico dei consumi dai sistemi di monitoraggio energetico è funzionale anche alle attività di analisi periodiche al fine di valutare possibili interventi di efficientamento degli impianti e nuove installazioni di impianti di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili attraverso studi di fattibilità ad hoc.

La maggior parte dei consumi energetici diretti (73%) è da attribuirsi alle attività produttive, che impiegano il 58% dei dipendenti del Gruppo.

Consumi energetici diretti 2021



In funzione delle esigenze operative e delle diverse aree geografiche in cui sono collocati i siti produttivi del Gruppo, le fonti energetiche disponibili variano. Il Gruppo cerca di orientare le proprie scelte verso approvvigionamenti da fonti rinnovabili, ove possibile. Nel 2021 infatti, il Gruppo ha deciso di utilizzare elettricità da fonti rinnovabili tramite l'acquisto di certificati di origine garantita in tutti i paesi in cui opera. Ad oggi questo avviene in un totale di 18 paesi²³ nel mondo, in 11²⁴ dei quali in maniera integrale. In generale, i consumi di energia elettrica del Gruppo provengono per circa il 60% da fonti rinnovabili.



■ UTILIZZO INTEGRALE
■ UTILIZZO PARZIALE

23- Austria, Belgio, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Repubblica Ceca, Etiopia, Francia, Germania, Regno Unito, Italia, Olanda, Polonia, Portogallo, Serbia, Spagna, Svezia, Svizzera.
24 - Austria, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Etiopia, Germania, Regno Unito, Italia, Olanda, Polonia, Svezia

Nel 2021 gli autoconsumi da fotovoltaico sono stati 9.315 GJ che hanno permesso di evitare circa 776 tonnellate di CO_{2e}. 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
9.315 Gj
EMISSIONI EVITATE
776 t CO _{2e}

Nel 2021 i consumi energetici totali del Gruppo sono complessivamente pari a 1.469.203 GJ e le relative emissioni sono pari a 79.164t di CO_{2e} (scope 1 e 2 metodologia Market Based).

Consumi energetici diretti e indiretti (Gj)

	2019	2020	2021
Consumi energetici diretti	832.594	704.024	811.702
Da fonti non rinnovabili²⁵:	580.616	498.141	571.629
Gas naturale	550.431	470.175	535.626
Gasolio	24.837	14.447	22.480
GPL	5.366	13.519	13.523
Da flotta e mezzi aziendali	243.265	196.610	230.758
Auto a benzina	9.072	13.051	22.993
Auto a gasolio	61.343	47.136	44.459
Auto a metano	86	10	1.274
Van a benzina	115	33	-
Van a gasolio	91.586	79.512	79.258
Bus a gasolio	57.688	49.806	56.758
Aerei	23.374 ¹⁴	7.062	26.017
Da fonti rinnovabili:	8.713	9.273	9.315
Fotovoltaico	8.713	9.273	9.315
Consumi energetici indiretti²⁶	662.300	583.561	657.501
Elettricità	660.242	581.008	653.330
di cui da fonti non rinnovabili	346.077	301.036	268.617
di cui da fonti rinnovabili	314.165	279.972	384.713
Energia termica	2.058	2.553	4.171
di cui da fonti non rinnovabili	-	2.265	3.088
di cui da fonti rinnovabili	-	288	1.083
Consumi totali	1.494.894	1.287.585	1.469.203

25 - 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.
26 - I dati del 2019 relativi ai consumi energetici della flotta aerea sono stati oggetto di riesposizione.

Nella tabella seguente vengono mostrate le emissioni dirette e indirette (scope 1 e 2) del Gruppo, che nel 2021 diminuiscono dell'11% rispetto al 2020; tale diminuzione è da imputarsi all'acquisto di elettricità rinnovabile. Si può infatti notare come i consumi energetici indiretti del 2021 siano paragonabili a quelli del 2019 (99%), ma le emissioni ad essi collegate siano diminuite del 22% (Emissioni indirette Market Based).

Emissioni dirette e indirette - Scope 1 e 2 (t CO_{2e})

	2019	2020	2021
Emissioni dirette (Scope 1)²⁷	46.650	37.451	44.424
Da fonti non rinnovabili:	30.119	24.758	29.770
Gas naturale	28.110	22.969	27.524
Gasolio	1.689	965	1.494
GPL	320	823	751
Da flotta e mezzi aziendali	16.531	12.694	14.654
Auto a benzina	590	831	1.538
Auto a gasolio	4.171	3.147	2.960
Auto a metano	4	1	1
Van a benzina	7	2	-
Van a gasolio	6.228	5.313	4.478
Bus a gasolio	3.923	2.888	3.793
Aerei	1.608 ²⁸	512	1.884
Emissioni indirette²⁹ (Scope 2)	44.446	43.343	34.740
Elettricità - Location based	71.702	60.231	63.800
Elettricità - Market based	44.360	43.234	34.592
Energia termica - Location based	-	122	200
Energia termica - Market based	86	109	148
Emissioni totali (Scope 1 e 2)	91.096	80.794	79.164
Compensazioni (progetti di riforestazione)	-	-	10.000
Emissioni Finali (Scope 1 e 2)	-	-	69.164

27 - I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni del 2021, del 2020 e del 2019 sono stati pubblicati dal Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA), rispettivamente, nel 2021, 2020 e nel 2019.

28 - I dati del 2019 relativi alle emissioni della flotta aerea sono stati oggetto di riesposizione.

29 - I fattori di conversione utilizzati per il calcolo delle emissioni sono:

- elettricità - anno 2020 e 2021: Location-based Terna 2018; Market-based, European residual mix 2019 (AIB 2020), laddove disponibili, altrimenti Terna 2018;
- elettricità - anno 2019: Location-based Terna 2019; Market-based: AIB 2018, laddove disponibili, altrimenti Terna 2019;
- energia termica - anno 2021 e 2020: Location based e Market based District heat and steam - rispettivamente DEFRA 2021 e 2020;
- energia termica - anno 2019: District heat and steam - DEFRA 2019

Per quanto riguarda le **emissioni dirette** del Gruppo la componente principale deriva dagli impianti termici per la produzione di vapore ad uso industriale e per la produzione di acqua calda per il riscaldamento (67% del totale). Seguono poi le emissioni dovute alla movimentazione della flotta aziendale, rappresentanti il rimanente 33%.

Negli stabilimenti in cui sono presenti impianti termici con l'uso di combustibili fossili vengono effettuate periodiche manutenzioni in modo da assicurarne il corretto funzionamento e, secondo normative locali o secondo controlli preventivi, vengono effettuate misurazioni sulle caratteristiche di combustione dei bruciatori. In aggiunta, nel corso del 2021 è stato avviato un programma di sostituzione delle caldaie a gas utilizzate per il riscaldamento di due poli logistici con impianti a pompa di calore. Abbiamo anche avviato un progetto di modernizzazione della flotta aziendale con l'obiettivo di sostituire le auto a benzina con auto ibride e dove possibile full-electric.

Per il calcolo delle emissioni indirette il Gruppo ha impiegato la metodologia 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. La metodologia Market-based considera il contributo dei fattori di emissione che un'organizzazione ha intenzionalmente scelto con forma contrattuale per i propri consumi di energia elettrica.

Nonostante la riduzione delle **emissioni indirette** del 22% rispetto allo scorso anno, queste costituiscono ancora la componente principale delle emissioni. In particolare, nel 2021 sono state evitate oltre 29 mila tonnellate di CO_{2e}, pari al 46% delle emissioni indirette complessive grazie all'utilizzo di elettricità proveniente da fonti rinnovabili.

RIFORESTAZIONE

Nel corso del 2021 abbiamo compensato 10.000 tonnellate di CO₂ tramite progetti di riforestazione. Abbiamo finanziato la piantumazione di oltre 300.000 alberi nella regione del Garao, in Uruguay con un progetto che copre 21 mila ettari di terreno offrendo posti di lavoro e formazione per le comunità locali che si prenderanno carico di gestire in maniera sostenibile la nuova foresta. Questo sforzo è da intendersi come

parte di un progetto più ampio volto, nel 2022, a compensare la quantità di emissioni Scope 1 e 2 dell'intero Gruppo Calzedonia. Siamo consapevoli che quest'impegno debba essere affiancato ad un processo di riduzione delle emissioni, come si può notare anche dalla decrescita delle emissioni Scope 1 e 2 tra il 2019 ed il 2021 del Gruppo.



Il Gruppo, al fine di calcolare la propria impronta energetica e carbonica, ha rapportato i propri consumi ed emissioni rispetto al numero di capi prodotti internamente.

L'intensità energetica di ogni capo prodotto è aumentata del 9% rispetto al 2019, il motivo principale è da imputarsi alla minore efficienza produttiva causata dall'alto assenteismo riscontrato nelle fabbriche di tutto il mondo in seguito alla pandemia. D'altra parte, l'intensità delle emissioni è diminuita del 6% grazie al sempre maggior utilizzo di elettricità rinnovabile nelle operations del Gruppo.

	2019	2020	2021
INTENSITÀ ENERGETICA (KWh/pz)	1,39	1,41	1,51
INTENSITÀ DI EMISSIONI ³⁰ (KgCO _{2e} /pz)	0,31	0,32	0,29



Il Gruppo ha calcolato anche gli impatti ambientali derivanti dagli spostamenti dei dipendenti per motivi professionali. Le emissioni derivanti dai viaggi di lavoro nel 2021 sono di circa 3,4 mila tonnellate CO_{2e}, di cui il 79% derivanti dagli spostamenti in aereo.

30 - L'intensità di emissione considera le emissioni dirette e le emissioni indirette Market-based.

Emissioni derivanti dagli spostamenti dei dipendenti - Scope 3 (t di CO_{2e})

	2019	2020	2021
Emissioni derivanti dai viaggi in aereo	11.206	2.882	2.732
Breve distanza	776	384	387
Media distanza	2.694	805	1.144
Tasso di cessazione	66,1%	66,1%	66,1%
Emissioni derivanti dall'utilizzo di auto a noleggio	806	270	516
Grandi dimensioni	-	8	2
Medie dimensioni	-	174	274
Piccole dimensioni	-	88	163
Emissioni derivanti dai viaggi con NCC	-	486	77
Emissioni derivanti dai viaggi in treno	260	81	197
Linea ferroviaria nazionale	259	81	196
Linea ferroviaria internazionale	1	-	1
Emissioni totali³¹	12.272	3.719	3.446

Da questa tabella si evince come le emissioni causate dagli spostamenti dei dipendenti si siano ridotte del 72% rispetto al 2019. Questo calo non è da imputarsi solo alla pandemia di covid-19, ma anche ad un cambiamento nelle abitudini di viaggio che ne sono state una conseguenza. Si può notare, per esempio, un aumento importante negli spostamenti in treno, segnale di una rinnovata sensibilità per quello che riguarda i viaggi di breve distanza.

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 pratiche da preferire quando si viaggia.

Efficienza energetica

Il Gruppo Calzedonia promuove ogni anno importanti investimenti per l'ammodernamento dei propri impianti orientando le scelte verso tecnologie d'avanguardia, in grado di ottimizzare le rese e ridurre i consumi energetici.

Nel corso del 2020 sono stati confermati oltre 7 milioni di euro in investimenti legati all'installazione di impianti fotovoltaici in 10 impianti produttivi e logistici, alla sostituzione di caldaie a gas con pompe di calore in 3 impianti e alla sostituzione di impianti obsoleti con tecnologie più efficienti.

Da tempo utilizziamo 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 nei negozi, nelle sedi e negli 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 il 72% circa dei nostri negozi impiega esclusivamente illuminazione con tecnologia a LED.

Anticipando di due anni il nostro obiettivo, tutti gli stabilimenti produttivi e logistici del Gruppo sono dotati di lampade LED a basso consumo energetico. Stiamo implementando inoltre, ove possibile, il sistema di illuminazione intelligente DALI per il controllo della luminosità.

31 - I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni del 2021, 2020 e del 2019 sono stati pubblicati dal DEFRA, rispettivamente, nel 2021, 2020 e nel 2019. In alcuni casi le emissioni derivanti dalle auto a noleggio sono state fornite direttamente dal provider del servizio di trasporto.

	AREA COMMERCIALE	AREA PRODUTTIVA
OBIETTIVO	100% LED entro il 2024	100% LED entro il 2023
STATUS 2021	72%	100%

Nei nostri negozi, le nostre scelte tecniche sono rivolte verso un utilizzo limitato delle barriere ad aria installate in prossimità degli ingressi, privilegiando la chiusura delle porte nei periodi di 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 limite, sono stati ulteriormente ridotti con l'obiettivo di azzerarli nel corso dei prossimi anni.

Al fine di valutare i settori più energivori e lo stato di efficienza degli impianti, abbiamo cominciato un percorso di monitoraggio energetico che si implementerà in tutti gli stabilimenti del Gruppo.

Gli interventi di efficientamento implementati nel 2021 hanno permesso al Gruppo di risparmiare un totale di 18.066 GJ di energia come si può vedere nella tabella sottostante.

Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni

Tipologia di interventi	2019 ³²		2020		2021	
	Risparmio stimato (GJ)	Emissioni evitate (tCO _{2e})	Risparmio stimato (GJ)	Emissioni evitate (tCO _{2e})	Risparmio stimato (GJ)	Emissioni evitate (tCO _{2e})
Sostituzione di sistemi di illuminazione con tecnologia LED	24.466	2.344	6.406	141	1.812	109
Rinnovamento impianti termici	273	27	9.427	64	7.866	30
Installazione di impianti fotovoltaici	774	77	324	0	8.388	4
Totale	25.513	2.448	16.157	206	18.066	143

Grazie agli interventi descritti, il Gruppo ha beneficiato di molteplici vantaggi non solo sotto il profilo dell'efficienza energetica, ma anche in termini di emissioni evitate riconducibili a tali consumi se si assume che tali consumi provengano da energia elettrica da combustibili fossili.

La gestione responsabile della logistica

La logistica è da sempre parte strategica dell'attività del Gruppo Calzedonia. I nostri centri distributivi predispongono quotidianamente i prodotti continuativi e moda destinati a ripristinare la scorta dei punti vendita in Italia e all'estero e ogni settimana spediscono nuovi articoli.

La maggior parte dei negozi del Gruppo possono ricevere, se necessario, merce tutti i giorni.

Il processo di riassortimento dei negozi è supportato da una forte integrazione fra i diversi sistemi informativi coinvolti nei vari passi del flusso: dall'emissione dell'ordine sul punto vendita, alla verifica della disponibilità di merce sui centri distributivi, fino alla movimentazione fisica in magazzino.

Cerchiamo di localizzare le nostre piattaforme distributive in punti strategici per la distribuzione ai punti vendita e, ove possibile, nei pressi degli impianti produttivi, anch'essi di proprietà del Gruppo. Questa scelta ci consente di ridurre i tempi e l'energia per il trasferimento, nonché di riciclare gli imballaggi e restituirli alle fabbriche che riescono a riutilizzarli fino a dieci volte. Inoltre, i capi vengono spediti senza appendiabiti e questo permette di ridurre il consumo annuo di grucce in plastica e ottimizzare il trasporto.

³² - I dati di riferimento comprendono le azioni di efficientamento e riduzione dei consumi degli anni 2018 e 2019 (nota al 2019)

Tutte le nostre strutture logistiche sono state costruite nel rispetto delle normative antisismiche recenti.

I nostri centri distributivi

- Vallese di Oppeano (ITALIA)
- Castagnaro (ITALIA)
- Varazdin (CROAZIA)
- San Paolo (BRASILE)
- Shanghai (CINA)
- Varsavia (POLONIA)
- New York (USA)



Il trasporto è affidato a società esterne, in collegamento informatico con le aziende del Gruppo Calzedonia. Il nostro servizio clienti controlla costantemente il livello di servizio dei trasportatori, verificando i tempi di resa e i disservizi attraverso la relazione con i punti vendita.

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 e materie prime.

Nel 2021 si è stimato che tali emissioni siano state complessivamente pari a circa 2,3 milioni di tonnellate di CO_{2e}. Le tipologie di trasporto più impattanti sono state quella su ruota (58%) e quella via aereo (39%). Le emissioni nel 2021 tornano ad essere più regolari, rispetto al 2020, dimostrando però un calo del 16% rispetto al 2019. Sappiamo che tecnologicamente è molto complicato diminuire le emissioni dei trasporti logistici soprattutto perché non sono sotto il controllo diretto del Gruppo. Stiamo però dialogando e collaborando con alcune aziende di trasporti al fine di incentivare le modalità di trasporto a basse emissioni di gas serra.

Per esempio, con la compagnia marittima CMA-CGM abbiamo effettuato nel 2021 un primo trasporto utilizzando biofuel (carburante prodotto da olii esausti riciclati) che ci ha permesso di evitare oltre 30 tonnellate di CO_{2e}. L'adozione di questo carburante ha i grossi vantaggi di produrre emissioni ridotte dell'85% rispetto a quello tradizionale e permette di utilizzare le stesse infrastrutture e tecnologie attualmente impiegate nel settore.

Emissioni indirette trasporti - Scope 3³³

Tipologia di trasporto	2019	2020	2021
Gomma	1.999.032	747.573	1.373.374
Aereo	670.577	719.387	932.141
Nave	74.298	159.714	58.050
Combinato	77.872	-	-
Totale	2.821.779	1.626.674	2.363.609

È da notare che le emissioni indirette dei trasporti sono le uniche che il Gruppo Calzedonia rendiconta dello Scope 3, cioè delle emissioni non sotto il diretto controllo dell'azienda. Per questo motivo risultano notevolmente superiori rispetto alle altre emissioni riportate fino ad ora (superano il 96% del totale dichiarato in questo report di sostenibilità). Il Gruppo prevede 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 nostre attività e scelte.

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 nostri partner al fine di garantire sempre un elevato livello di qualità/efficienza degli impianti.

Le dimensioni degli imballi per il prodotto finito sono studiate in modo da ottimizzare gli spazi all'interno dei mezzi, consentendoci di ridurre al minimo le spedizioni a carico parziale.

Per il cliente online abbiamo attivato il servizio di ritiro e reso sui nostri punti vendita, che permette di sfruttare corridori logistici dedicati ai negozi anche per le vendite e-commerce. Nel 2021, questa modalità ci ha permesso di risparmiare circa 1 milione di spedizioni. Questo

numero è in forte aumento rispetto agli anni passati ed è proporzionale alla crescita del mercato e-commerce del Gruppo.

A fine stagione ritiriamo dai nostri negozi tutto l'inventario relativo alla collezione moda. I capi vengono poi smistati, controllati e ri-confezionati per poter essere rimessi in vendita nelle nostre catene di outlet e spacci.

Insieme al reso inventario, ritiriamo articoli che presentano piccole imperfezioni. Questi capi, considerati di seconda scelta, dopo un attento controllo e opportuna segnalazione, vengono rimessi in vendita nei nostri outlet o destinati alla beneficenza.

33 - La stima delle emissioni di CO_{2e} 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 dal DEFRA nel 2020, utilizzato per gli anni 2021 e 2020 e dal BEIS 2019 (Department for Business, Energy & Industrial Strategy), per il 2019, o, dove disponibili, sulla base dei report certificati forniti dai partner logistici.

Collaboratori per categoria professionale e per genere (%)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Country Manager/ Plant Manager	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%
Manager che riportano ai Country Manager/Plant Manager	0,5%	0,8%	1,3%	0,6%	0,8%	1,4%	0,5%	0,7%	1,2%
Impiegati	1,2%	3,5%	4,8%	1,8%	4,0%	5,8%	1,4%	4,4%	5,8%
Addetti alle vendite	0,3%	2,3%	2,6%	0,3%	2,3%	2,5%	0,3%	2,4%	2,8%
Personale di negozio	1,0%	30,3%	31,2%	1,0%	29,0%	30,0%	1,4%	31,4%	32,8%
Operai	6,3%	53,5%	59,8%	6,2%	53,8%	60,1%	6,0%	51,0%	57,1%
Totale	9,5%	90,5%	100%	10,0%	90,0%	100%	10,0%	90,0%	100%

Turnover per genere e per fascia d'età (n.)

	Genere		Totale	Fasce di età	
	Uomini	Donne		<30	≥ 30
2019					
Dipendenti assunti	1.104	25.491	26.595	22.347	4.248
Dipendenti cessati	870	23.130	24.000	20.037	3.963
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

Turnover per area geografica (n.)

	Italia	Europa	America	Asia	Africa
	2019				
Dipendenti assunti	1.593	14.851	406	8.848	897
Dipendenti cessati	1.420	13.386	384	8.273	537
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

Infortunati relativi ai collaboratori (N)

	2019			2020				2021			
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale	Uomini	Donne	Unknown	Totale
Infortunati sul lavoro registrati	67	2.548	2.615	89	2214	16	2319	95	2221	11	2327
Sul luogo di lavoro	60	2.466	2.526	85	2190	10	2.285	89	2.186	11	2.286
Italia	12	33	45	13	21	-	34	22	26	-	48
Europa	22	207	229	26	259	10	295	22	231	11	264
America	-	1	1	-	-	4	4	-	7	-	7
Asia	26	2.225	2.251	46	1.906	-	1.952	45	1.922	-	1.967
Africa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
In itinere	7	82	89	4	24	6	34	6	35	-	41
Italia	3	23	26	4	22	-	26	4	20	-	24
Europa	4	59	63	-	2	6	8	2	15	-	17
America	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Africa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lesioni con gravi conseguenze occorse in ambito lavorativo (esclusi i decessi)	4	27	31	8	18	-	26	4	10	-	14

Rifiuti per composizione (t)

	2019		2020			2021		
		RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO	
Rifiuti pericolosi	620	108	35	73	189	35	73	
Acque reflue e fanghi	106	7	-	7	8	-	7	
Rifiuti tessili	439	12	-	12	10	-	10	
Rifiuti da trattamento fumi	79	-	-	-	-	-	-	
Contenitori prodotti chimici	20	8	1	7	7	-	7	
Oli	18	27	9	18	97	69	29	
Rifiuti da materiale elettrico	13	17	12	5	27	21	5	
Toner e cartucce	4	4	3	1	5	2	1	
Altro	47	40	10	30	34	10	30	
Rifiuti non pericolosi	18.853	16.517	8.187	7.156	20.723	9.939	8.829	
Acque reflue e fanghi	1.335	1.977	67	1.910	2.203	1	2.200	
Carta e cartone	9.046	8.032	4.257	3.139	8.126	5.184	1.568	
Rifiuti tessili	4.919	4.432	2.234	2.193	5.392	2.059	3.324	
Plastica	1.423	616	167	152	585	248	78	
Packaging	794	689	305	335	343	91	201	
Rifiuti da trattamento fumi	317	140	-	140	9	-	9	
Metalli	168	105	75	30	346	327	18	
Rifiuti organici	131	685	673	11	1.275	1.273	2	
Rifiuti da demolizione e	300	88	32	1	169	33	1	
Scarti multimateriale	23	686	315	243	485	228	176	
Altro	2.002	1.044	129	912	1.789	496	1.252	
Totale	19.471	16.623,52	8.220,99	7.230,02	20.723	9.939	8.829	

Lavoratori pagati digitalmente (%)

	2021
Italia	100%
Europa	100%
America	98%
Asia	94%
Africa	-
Totale	98%

Lavoratori pagati al di sopra o uguale al salario minimo (%)

	2021	
	Al di sopra	Uguale
Italia	85%	23%
Europa	85%	15%
America	100%	-
Asia	100%	-
Africa	-	-
Totale	90%	10%

Nota metodologica

Standard di rendicontazione applicato

Il Report di Sostenibilità del Gruppo Calzedonia contiene informazioni relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta alla corruzione, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte e dell'impatto prodotto dalle stesse, nonché dell'andamento e dei risultati del Gruppo.

Il presente Report, che è pubblicato con periodicità annuale, è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core, pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI) e integrati con eventuali modifiche pubblicate successivamente dall'ente e per tempo vigenti. Il GRI è un'organizzazione internazionale indipendente i cui standard rappresentano ad oggi lo standard più diffuso e riconosciuto a livello internazionale in materia di rendicontazione degli impatti economici, ambientali e sociali. Al fine di agevolare il lettore nel rintracciare le informazioni all'interno del documento dalla pagina 104 è presente il GRI-Index, ovvero l'indice dei contenuti rendicontati.

Il Report è stato predisposto seguendo il principio di materialità, elemento caratterizzante i GRI Standard. I temi trattati all'interno del Report sono quelli che, a seguito di un'analisi e valutazione di materialità, descritta a pagina 22 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 anche i trend relativi all'esercizio precedente.

Perimetro di rendicontazione

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenuti nel Report di Sostenibilità 2021 si riferiscono alla performance del Gruppo Calzedonia (di seguito anche "Il Gruppo" o "Calzedonia") per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2021. Il Report comprende i dati della Capogruppo (Calzedonia Holding SpA) e delle sue società controllate consolidate integralmente, ad eccezione della Società Itaca Textile PLC in quanto chiusa a causa della guerra civile in corso, delle società agricole e immobiliari³⁴ e di altre società di servizi³⁵. Tali società hanno tuttavia impatti non materiali.

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 che ha previsto il coinvolgimento delle varie funzioni aziendali che hanno contribuito all'individuazione e valutazione dei temi materiali, dei progetti e delle iniziative significativi da descrivere nel documento e alla fase di raccolta, analisi e consolidamento dei dati, con il ruolo di verificare e validare tutte le informazioni riportate nel Report, ciascuno per la propria area di competenza.

Il Report di Sostenibilità sarà pubblicato sul sito corporate al fine di renderlo disponibile in maniera trasparente a tutti gli stakeholder.

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.

34 - 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.
35 - Enosocial s.r.l., Calzedonia Investments s.r.l.

Tabella di raccordo tra i temi materiali e i GRI Standards

TEMI MATERIALI	AMBITI DI RENDICONTAZIONE	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	
			IMPATTI INTERNI AL GRUPPO	IMPATTI ESTERNI AL GRUPPO
PERSONE	Attrazione e sviluppo dei talenti	Occupazione (GRI 401)	Tutto il Gruppo	Comunità
	Formazione e sviluppo del personale	Formazione e Istruzione (GRI 404)	Tutto il Gruppo	Clienti
	Qualità dell'ambiente di lavoro e rispetto dei diritti umani	Diversità e pari opportunità (GRI 405) Non discriminazione (GRI 406)	Tutto il Gruppo	Comunità, Clienti, Fornitori
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403)	Tutto il Gruppo	Comunità, Clienti, Fornitori
	Sistemi di incentivazione e welfare aziendale	Formazione e Istruzione (GRI 404)	Tutto il Gruppo	Clienti
CLIENTE	Soddisfazione del cliente ed eccellenza del servizio	Informativa generale (GRI 102-43)	Tutto il Gruppo	Clienti
	Vicinanza al cliente, omnicanalità e digitalizzazione	Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un Topic-Specific GRI Standards) Calzedonia riporta nel documento l'approccio di gestione adottato e i relativi indicatori.	Tutto il Gruppo	Clienti
	Sicurezza e protezione dei dati	Privacy dei clienti (GRI 418)	Tutto il Gruppo	Clienti
	Marketing e comunicazione	Materiali (GRI 301)	Tutto il Gruppo	Clienti, Comunità
FORNITORI	Gestione responsabile della supply chain	Pratiche di approvvigionamento (GRI 204)	Tutto il Gruppo	Fornitori, Comunità
	Tracciabilità della filiera ed etichettatura	Marketing ed etichettatura (GRI 417)	Tutto il Gruppo	Fornitori, Clienti

TEMI MATERIALI	AMBITI DI RENDICONTAZIONE	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	
			IMPATTI INTERNI AL GRUPPO	IMPATTI ESTERNI AL GRUPPO
AMBIENTE	Uso efficiente delle risorse e lotta al cambiamento climatico	Energia (GRI 302) Acqua e scarichi idrici (GRI 303) Emissioni (GRI 305)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori
	L'approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali	Materiali (GRI 301)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori
	Gestione responsabile di packaging e rifiuti	Scarichi idrici e rifiuti (GRI 306)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori
	Rispetto dell'ambiente nei punti vendita e nelle fabbriche	Compliance ambientale (GRI 307)	Tutto il Gruppo	Ambiente, Fornitori, Clienti
PRODOTTO	Qualità e sicurezza del prodotto	Salute e sicurezza dei clienti (GRI 416)	Tutto il Gruppo	Clienti, Fornitori
	La sostenibilità nei prodotti e nei processi	Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un Topic-Specific GRI Standards) Calzedonia riporta nel documento l'approccio di gestione adottato e i relativi indicatori.	Tutto il Gruppo	Ambiente, Clienti, Fornitori
GOVERNANCE	Etica e integrità nella gestione del business	Informativa generale (GRI 102) Anticorruzione (GRI 205) Compliance ambientale (GRI 307) Compliance socioeconomica (GRI 419)	Tutto il Gruppo	Comunità, Clienti, Fornitori, Ambiente
	Corporate governance	Informativa generale (GRI 102) Diversità e pari opportunità (GRI 405)	Tutto il Gruppo	Comunità
COMUNITÀ	Contributo al benessere sociale e alla comunità	Performance economiche (GRI 201) Impatti economici indiretti (GRI 203)	Tutto il Gruppo	Comunità

Content Index

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
GRI 102: INFORMATIVA GENERALE 2016			
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE			
102-1	Nome dell'organizzazione	Pag. 4	
102-2	Attività, principali marchi, prodotti e/o servizi	Pag. 4-14	
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	Ultima di copertina	
102-4	Numero di Paesi in cui l'organizzazione opera	Pag. 7	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Pag. 15-18	
102-6	Mercati serviti	Pag. 7	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 6-7	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	Pag. 35-39	
102-9	Descrizione della catena di fornitura	Pag. 61-64	
102-10	Modifiche significative durante il periodo di rendicontazione riguardanti le dimensioni del Gruppo, la struttura, la proprietà o la catena dei fornitori	Non sono intervenuti cambiamenti significativi	
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Pag. 17	
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Pag. 26	
102-13	Appartenenza ad associazioni e organizzazioni di sostegno nazionale o internazionale	Pag. 26	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
STRATEGIA			
102-14	Dichiarazione del Presidente e dell'Amministratore Delegato	Pag. 3	
ETICA E INTEGRITÀ			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento interne all'azienda	Pag. 20-21	
GOVERNANCE			
102-18	Struttura di Governance aziendale	Pag. 16-17	
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER			
102-40	Elenco degli stakeholder coinvolti	Pag. 27	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Pag. 41	
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	Pag. 21, 26	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 26-27	
102-44	Aspetti chiave e critiche emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni (stakeholder engagement)	Pag. 26-27	
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE			
102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato e indicazione delle società non comprese nel report	Pag. 101	
102-46	Processo di definizione dei contenuti del report e del perimetro di ciascun aspetto	Pag. 101-103	
102-47	Elenco degli aspetti identificati come materiali	Pag. 22	
102-48	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti e motivazioni di tali modifiche	Pag. 101	
102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Pag. 101	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
102-50	Periodo di rendicontazione	Pag. 101	
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente	2021	
102-52	Periodicità di rendicontazione	Annuale	
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report e i suoi contenuti	Ultima di copertina	
102-54 / 102-55	GRI content index e scelta dell'opzione "in accordance"	Pag. 102-103 e presente GRI Content Index	
102-56	Attestazione esterna	Sul presente Report di Sostenibilità non è stata condotta alcuna assurance esterna.	
ECONOMICO: TOPIC SPECIFIC STANDARDS			
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 18	
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	Pag. 18	
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 51-53	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Pag. 51-53, 59-60	
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 63	
204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	Pag. 63	
GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 21	
205-3	Eventuali episodi di corruzione riscontrati e attività correttive implementate	Pag. 21	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
AMBIENTALE: TOPIC SPECIFIC STANDARDS			
GRI 301: MATERIALI 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 35, 65, 74-79	
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume	Pag. 75, 77, 79	
301-2	Percentuale di materiali utilizzati che provengono da riciclaggio	75, 77	
GRI 302: ENERGIA 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 73-74, 79, 86-87, 91-92	
302-1	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	Pag. 86-87	
302-2	Consumi di energia all'esterno dell'organizzazione	Pag. 91-94	
302-3	Intensità energetica	Pag. 90	
302-4	Riduzione dei consumi energetici	Pag.92	
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI 2018			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 73-74,79	
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 79-81	
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Pag. 79-81	
303-3	Prelievo idrico	Pag. 80	
GRI 305: EMISSIONI 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 73-74, 88, 92-94	
305-1	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	Pag. 88	
305-2	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (Scope 2)	Pag. 88	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
305-3	Altre emissioni di gas serra indirette (Scope 3)	Pag. 91, 94	
305-4	Intensità delle emissioni di Greenhouse gas (GHG)	Pag. 90	
305-5	Riduzione delle emissioni di gas serra	Pag. 92	
GRI 306: RIFIUTI 2020			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 73-74, 82-85	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi correlati	Pag. 83-85	
306-2	Gestione degli impatti significativi legati ai rifiuti	Pag. 35, 73-74, 82-85, 85	
306-3	Rifiuti prodotti	Pag. 83	
306-4	Rifiuti sottratti allo smaltimento	Pag. 84	
306-5	Rifiuti diretti allo smaltimento	Pag. 85	
GRI 307: COMPLIANCE AMBIENTALE 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 74	
307-1	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	Pag. 74	
SOCIALE: TOPIC SPECIFIC STANDARDS			
GRI 401: OCCUPAZIONE 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 39-42	
401-1	Numero totale e tasso di assunzioni e turnover del personale	Pag. 39-40 - 97	
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 48-50	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 48-50	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pag. 48-50	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Pag. 48-50	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 48-50	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 48-50	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pag. 48-50	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Pag. 48-50	
403-7	Infortuni sul lavoro	Il Gruppo fa ridotto ricorso ai lavoratori somministrati pertanto non sono riportate le statistiche relative agli infortuni per tutti i lavoratori che non sono dipendenti, ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è sotto il controllo dell'organizzazione	
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 43-45	
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Pag. 43-45	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Pag. 43	
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 45-46, 48-49	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
405-1	Composizione degli organi di governo e suddivisione dei dipendenti per categoria rispetto al genere, età, appartenenza a categorie protette, nazionalità e altri indicatori di diversità	Pag. 16, 39-42	
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Pag. 46	
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 46, 48	
406-1	Eventuali episodi di discriminazione riscontrati e azioni correttive implementate	Pag. 48	
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 66-68	
416-1	Percentuale delle categorie di prodotto e servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati	Pag. 67-68	
416-2	Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	Pag. 68	
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 68-69	
417-1	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	Pag. 68-69	
417-2	Numero totale di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	Pag. 69	

DISCLOSURE	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	NUMERO DI PAGINA/NOTE	OMISSIONI
GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 32	
418-1	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	Pag. 32	
GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA 2016			
103	Modalità di gestione 2016	Pag. 20-21	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Pag. 21	

CONTATTI

Federico Fraboni - Head of Sustainability

federico.fraboni@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