

# zucchigroup

VINCENZO ZUCCHI S.P.A.  
Via Legnano, 24 – 20027 Rescaldina (MI)  
Codice Fiscale e Partita IVA 00771920154  
Numero REA MI 443968  
Capitale sociale Euro 17.546.782,57

**Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario relativa all'esercizio 2017  
redatta ai sensi del D.Lgs. n. 254/2016**

Il presente documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 1 marzo 2018, è messo a disposizione del pubblico presso la sede della società, sul sito internet della Società [www.gruppozucchi.com](http://www.gruppozucchi.com), nonché presso il meccanismo di stoccaggio centralizzato "1Info" gestito da Computershare ([www.1info.it](http://www.1info.it)) in data 17 Aprile 2018.

GRUPPO ZUCCHI

**DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO RELATIVA  
ALL'ESERCIZIO 2017 REDATTA AI SENSI DEL D. LGS. N. 254/2016**

---

INDICE

<b>Introduzione metodologica</b>	pag. 2
<b>1. Profilo e modello di business di Zucchi Group</b>	pag. 5
1.1 Chi siamo	pag. 5
1.2 Storia	pag. 8
1.3 I nostri brand, i nostri valori	pag. 9
1.4 Modello di business	pag. 11
1.5 Principali linee strategiche perseguite dal Gruppo	pag. 15
1.6 Gestione dei rischi	pag. 16
<b>2. Materialità e temi rilevanti di carattere non finanziario</b>	pag. 22
2.1 Analisi di materialità	pag. 22
2.2 Gli stakeholder del Gruppo Zucchi	pag. 24
2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento	pag. 25
<b>3. Governance e lotta alla corruzione</b>	pag. 28
3.1 Corporate Governance	pag. 28
3.2 Lotta alla corruzione	pag. 30
<b>4. Dipendenti e Lavoro</b>	pag. 33
4.1 Le nostre persone	pag. 33
4.2 Formazione e sviluppo	pag. 35
4.3 Salute e sicurezza sul lavoro	pag. 36
4.4 Relazioni industriali	pag. 37
4.5 Diversità e Pari opportunità	pag. 40
<b>5. Diritti umani e catena di fornitura</b>	pag. 43
5.1 Tutela dei diritti umani	pag. 43
5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili	pag. 44
5.3 Selezione dei fornitori	pag. 45
<b>6. Aspetti ambientali</b>	pag. 46
6.1 Energia	pag. 46
6.2 Emissioni	pag. 49
6.3 Gestione dei rifiuti	pag. 50
<b>7. Aspetti sociali</b>	pag. 54
7.1 Relazioni con i consumatori e responsabilità di prodotto	pag. 54
7.2 Relazioni con la comunità	pag. 56
<b>Tavola dei contenuti GRI – G4</b>	<b>pag. 58</b>

## **Introduzione metodologica**

La Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria (DNF) 2017 del Gruppo Zucchi (di seguito anche “il Gruppo”) risponde agli obblighi informativi introdotti dal Decreto Legislativo 254/2016 (di seguito anche “il Decreto”) inerente all’attuazione della Direttiva 2014/95/UE, che disciplina le informazioni di carattere non finanziario che le imprese di grandi dimensioni sono chiamate a divulgare per ogni esercizio finanziario, a partire da quello del 2017.

La presente Dichiarazione, nel rispondere agli obblighi imposti dal Decreto, accresce la trasparenza e l’accountability del Gruppo Zucchi, favorendo la comprensione delle sue attività, del suo andamento e dei suoi impatti rispetto alle tematiche ambientali, sociali, relative al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione. Tali tematiche non erano fino alla data attuale oggetto di informativa al pubblico da parte di del Gruppo.

La DNF viene presentata ed approvata dal Consiglio di Amministrazione della Vincenzo Zucchi S.p.A. (di seguito anche la “Società”), ed è stata predisposta con il supporto della struttura amministrativa della Società e il contributo dei competenti uffici in funzione dell’argomento trattato.

### **Periodo di reporting e perimetro delle entità incluse nella DNF**

Il presente documento rappresenta la prima Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario predisposta dal Gruppo Zucchi e contiene informazioni, attività e risultati riferiti all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 e, laddove disponibili, i dati comparativi per l’esercizio 2016.

I dati e le informazioni ivi contenuti corrispondono alla capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A. e alle società controllate operative che svolgono attività commerciale: Bassetti Espanola S.A. (Spagna), Bassetti Deutschland G.m.b.H. (Germania), Bassetti Schweiz AG (Svizzera).

Non sono invece state considerate (i) Zucchi S.A., Ta Tria Epsilon Bianca S.A. e Mascioni USA Inc., in quanto attualmente inattive, e (ii) Basitalia S.r.l., in quanto tale società non ha personale proprio ed esercita unicamente attività di affitto dei negozi alla Capogruppo. Pertanto, pur rientrando nell’area di consolidamento del bilancio consolidato del Gruppo, tali società sono irrilevanti ai fini della DNF. Inoltre, i dati e le informazioni della Dichiarazione finanziaria consolidata non includono i dati della collegata Intesa S.r.l..

I dati e le informazioni della Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria non includono la collegata Intesa S.r.l..

La rendicontazione riguarda in particolare:

Italia	Sede di Rescaldina (MI) Stabilimento di Cuggiono (MI) 61 Punti vendita a gestione diretta 30 Punti vendita a gestione indiretta
Germania	Filiale di Oberhaching 9 Punti vendita a gestione diretta 46 Punti vendita a gestione indiretta
Svizzera	Filiale di Lugano 5 Punti vendita a gestione diretta 39 Punti vendita a gestione indiretta
Spagna	Filiale di Barcellona 19 Punti vendita a gestione indiretta

I punti vendita a gestione indiretta sopra indicati comprendono sia i negozi in franchising che i corner gestiti da partner indipendenti.

La rendicontazione presentata in questo documento non comprende informativa riferita ai fornitori, ma è relativa solo al Gruppo Zucchi.

### **Standard di riferimento e metodologia di rendicontazione**

Nella predisposizione della DNF è stata adottata una metodologia di rendicontazione autonoma. Tale scelta si è basata su valutazioni in merito alla rilevanza dei temi da includere nell'informativa e a considerazioni di carattere operativo sul grado di disponibilità delle informazioni afferenti i temi del decreto. In particolare, sono stati presi in considerazione i principi e le indicazioni contenuti nelle Linee Guida del Global Reporting Initiative GRI - G4, standard internazionale per la rendicontazione delle performance di sostenibilità, selezionando all'interno degli standards GRI, come meglio descritto di seguito, i contenuti idonei per adempiere agli obblighi di informativa imposti dal Decreto e illustrate nella "Tavola dei contenuti GRI-G4 riportata a pag. 58 della presente DNF.

In particolare, i dati riportati sono stati rilevati con l'obiettivo di fornire un quadro equilibrato e chiaro delle caratteristiche e degli impatti dell'azienda. Il processo di rilevazione delle informazioni e dei dati qualitativi e quantitativi è stato strutturato in modo da garantire, laddove possibile, la confrontabilità dei dati su più anni, per consentire una visione dell'evoluzione delle performance del Gruppo Zucchi.

La selezione e la presentazione dei contenuti e delle informazioni qui riportati tengono conto dei seguenti principi:

- rilevanza, per fornire informazioni pertinenti, significative rispetto all'operatività aziendale e di maggiore interesse per l'organizzazione e per gli stakeholder;

- chiarezza, completezza ed equilibrio, per fornire una rappresentazione veritiera, chiara e comprensibile delle caratteristiche dell'azienda, delle sue strategie e dell'impatto delle sue attività;
- affidabilità e correttezza, per fornire dati e informazioni coerenti, utili e attendibili.

### **Processo di reporting**

Il 2017 è il primo esercizio di rendicontazione delle informazioni non finanziarie ai sensi del D. Lgs. 254/2016. In assenza di un pre-esistente sistema e processo di raccolta e verifica di molte delle informazioni presentate in DNF, il Gruppo ha comunque adoperato adottato il massimo sforzo al fine di fornire una informativa accurata nei tempi previsti dalla normativa. Ciò nondimeno, allo stato attuale, il sistema di reporting, predisposto per la prima volta secondo quanto stabilito dal Decreto, presenta margini di miglioramento, in termini di strutturazione e formalizzazione delle attività di raccolta, di controllo e di documentazione delle informazioni. Compatibilmente con i limiti imposti dal rispetto degli impegni finanziari dall'accordo di ristrutturazione del debito, e dal relativo piano industriale in corso (di cui si dirà più in dettaglio nel prosieguo), la Vincenzo Zucchi S.p.A. destinerà il massimo impegno e risorse possibili al fine di migliorare tali processi di raccolta e verifica delle informazioni stesse.

### **Verifica di conformità da parte del revisore delegato**

La DNF del Gruppo Zucchi per l'esercizio 2017 è sottoposta ad esame limitato ("*Limited Assurance Engagement*") secondo i criteri indicati dal principio *ISAE 3000 Revised*) da parte di Mazars Italia S.p.A. al fine di emettere una relazione di attestazione circa la conformità delle informazioni fornite ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto. Tale relazione di attestazione è riportata in allegato.

### 1.1 Chi siamo

Con l'avvio delle attività della ditta individuale Vincenzo Zucchi nel 1940, il Gruppo Zucchi è oggi una delle realtà tessili più importanti a livello italiano ed europeo.

È il più grande Gruppo italiano del tessile per la casa, un riferimento in ambito internazionale nella produzione e distribuzione di biancheria. Il Gruppo vanta attrezzature tecniche d'avanguardia, efficienti reti di vendita, i due marchi leader di settore in Italia (Zucchi e Bassetti) e una serie di firme in licenza che ne completano l'offerta. Persegue una costante politica d'innovazione e i suoi prodotti si contraddistinguono per un elevato contenuto di design e per il posizionamento nelle fasce media e medio-alta del mercato. Distribuisce i suoi prodotti in migliaia di punti vendita nei mercati europei e nel mondo con più di 2.000 clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente, disponendo di negozi di proprietà o in franchising e di corner e shop in shop nei più qualificati department stores.

Dal 1982 la capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A. è quotata sul segmento MTA di Borsa Italiana.

Il Gruppo si caratterizza per i seguenti punti di forza:

#### 1. Marchi e Licenze

Il forte posizionamento competitivo dei marchi Zucchi e Bassetti è testimoniato non solo dalla quota di mercato del Gruppo nel settore della biancheria per la casa italiano e dalla loro presenza internazionale, ma anche dall'elevata notorietà degli stessi sui mercati di riferimento. Il Gruppo è inoltre licenziatario di alcune marche di grande *appeal* quali Laura Ashley.

#### 2. Ampiezza, profondità e qualità dell'offerta

L'offerta dei prodotti del Gruppo copre praticamente tutto il mercato della biancheria per la casa e si articola in molteplici *brand* di prodotto e collezioni. Negli ultimi anni l'offerta è stata inoltre completata con prodotti dedicati ad alberghi di fascia alta. Estrema attenzione viene posta sulla progettazione e realizzazione dei prodotti che si distinguono per contenuti stilistici e per qualità.

#### 3. Capillare rete distributiva

L'elevato numero di punti vendita monomarca, oltre a costituire una rete distributiva efficiente e capillare, gioca un ruolo fondamentale nell'ambito della comunicazione e del posizionamento dei marchi del Gruppo. Al fine di garantire un'elevata fruibilità dei marchi stessi, nonché di mantenere quote di

mercato rilevanti, i marchi del Gruppo sono distribuiti inoltre su gran parte dei canali distributivi specializzati e generalistici seppur con una grande attenzione al posizionamento degli stessi.

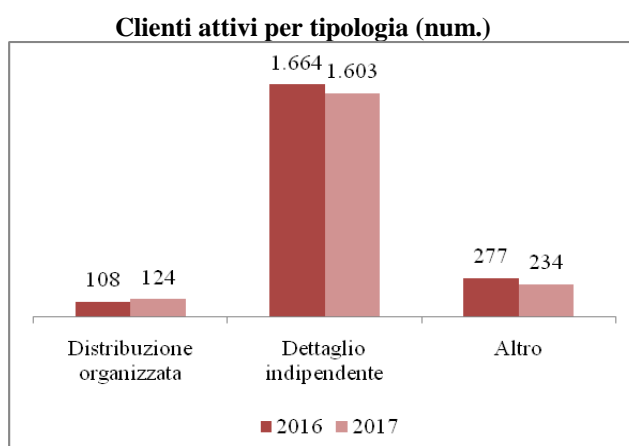
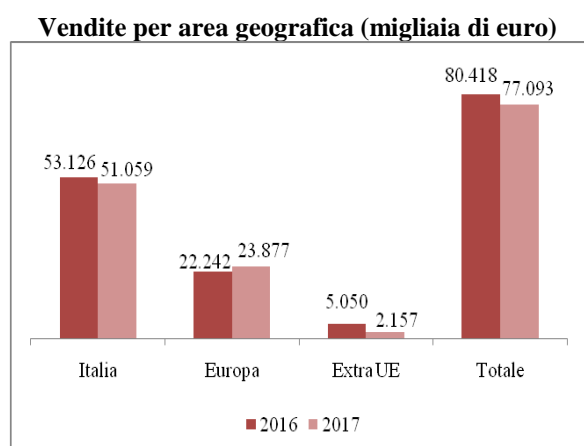
#### 4. Presenza internazionale

La presenza nei mercati internazionali più significativi dei principali marchi in portafoglio, grazie anche ai consolidati rapporti di distribuzione con operatori internazionali di grande esperienza e penetrazione nei propri paesi di riferimento, è una delle caratteristiche distintive del Gruppo in un settore, il tessile casa, caratterizzato storicamente da un bassissimo livello di internazionalizzazione dei principali operatori di mercato.

#### 5. Flessibilità operativa

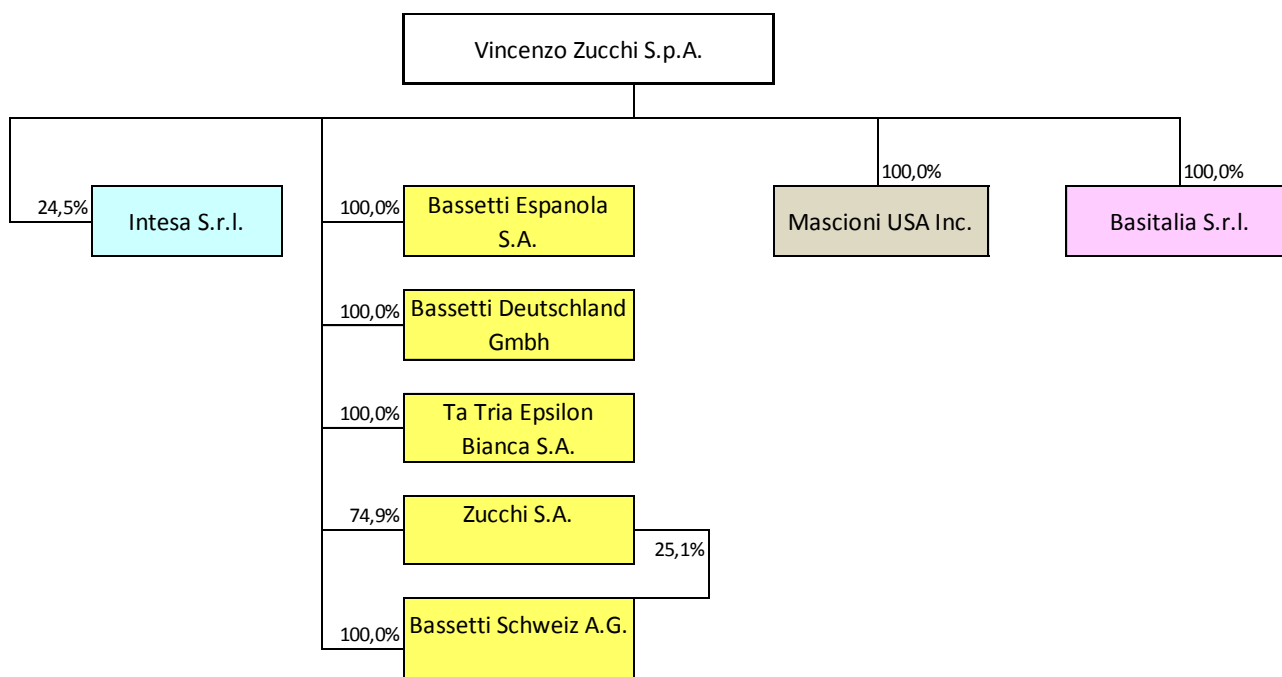
Il modello di *business*, con una produzione prevalentemente in *outsourcing*, ma con il presidio delle fasi di produzione e logistica che garantiscono qualità e servizio elevati, unitamente ad un efficiente sistema informativo e di controllo, garantisce un'elevata flessibilità operativa ed un livello di costi competitivi.

Al 31 dicembre 2017 il Gruppo Zucchi conta 580 dipendenti, ha un fatturato pari a 77,1 milioni di euro e ha un portafoglio di circa 2.000 clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente (B2B). È presente nei mercati internazionali attraverso 75 punti vendita a gestione diretta (DOS – Directly Operated Store), 21 negozi in franchising (FOS – Franchising Operated Store) e 113 negozi gestiti da partner indipendenti (IOS – Indirectly Operated Store)



L'insieme delle Società del Gruppo costituisce un complesso organico di strutture produttive, creative e distributive operanti nel settore della biancheria per la casa, sia a livello di prodotto finito che di semilavorati.

Al 31 dicembre 2017 la struttura societaria del Gruppo Zucchi si presenta come raffigurata di seguito.



- Business Unit Zucchi e Filiali
- Altre attività di servizi
- Società collegate
- Società in fase di riorganizzazione per il settore hospitality

Per svolgere le proprie attività di business, il Gruppo Zucchi trasforma in output una serie di risorse tangibili e intangibili (i capitali e i marchi), cui accede direttamente (di proprietà) o indirettamente (tramite relazioni commerciali, partnership, acquisti). Conseguenza del processo di trasformazione delle risorse in output è la generazione di impatti (outcome), positivi e negativi che possono creare e/o consumare valore.

Il più diretto degli outcome generati dal Gruppo è quello che si ripercuote sul capitale finanziario sotto forma di valore economico distribuito ai portatori di interesse.



## Valore generato e distribuito da Zucchi

<i>Migliaia di Euro</i>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Valore economico generato	81.766	83.797
Valore economico distribuito	78.343	80.380
Costi operativi	57.637	60.545
Valore distribuito ai dipendenti	19.572	18.263
Valore distribuito ai fornitori di capitale	223	248
Valore distribuito alla P.A.	911	1.324
Valore economico trattenuto totale	3.423	3.417

Il “valore economico generato” al netto delle variazioni delle rimanenze finali consuntiva una riduzione delle vendite giustificato, principalmente, da significative minori vendite realizzate dalla *business unit hospitality*, nonché da inferiori fatturati consuntivati dai punti vendita per effetto del processo di riorganizzazione posto in essere dalla Società.

L’aumento dei “costi operativi” è stato generato dalla ricostituzione delle scorte di magazzino; mentre la riduzione del “valore distribuito ai dipendenti” è dovuta all’effetto del contratto di solidarietà di cui ha beneficiato la Vincenzo Zucchi S.p.A. per l’intero anno.

## 1.2 Storia

Le principali tappe nella storia del Gruppo Zucchi possono essere così riassunte:

<b>1920</b>	Vincenzo Zucchi inizia, con un socio, l’attività nel settore tessile, rilevando la tessitura di Casorezzo (MI).
<b>1940</b>	Nasce la Vincenzo Zucchi (ditta individuale).
<b>1953</b>	La ditta individuale diventa una S.p.A. e Rolando e Giordano Zucchi assumono il ruolo di Amministratori Delegati.
<b>1962</b>	Viene stipulato un accordo con la società inglese Vantona per la produzione in Italia dei copriiletto in ciniglia e contestualmente viene costituita la società Everwear Zucchi S.p.A.
<b>Anni ‘60/’70</b>	Acquisizioni di alcune società italiane ed estere, tra cui B.C.A. F.lli Tosi, l’unità produttiva sita in Urago (BS) (dove viene installata la produzione della società Everwear Zucchi S.p.A.) e la società Manspugna (specializzata nella produzione di spugna unita idrofila).
<b>1982</b>	Le azioni di Zucchi sono quotate presso Borsa Italiana.
<b>1986</b>	Viene acquisita sia la società Bassetti, attiva nel mercato della biancheria per la casa e le cui azioni nel 1989 sono ammesse alla negoziazione sul mercato regolamentato gestito da Borsa Italiana, sia Eliolona S.p.A.. A seguito di tali acquisizioni Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo di Standardtela S.p.A., società anch’essa operante nel settore tessile che a sua volta controlla Standardtre S.r.l..
<b>1988</b>	Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo indiretto, tramite Bassetti S.p.A., di Mascioni

	S.p.A. e della società francese Béra SA.
1992 e 1997	Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo indiretto, tramite Bassetti S.p.A., rispettivamente di Jalla SAS e Descamps SAS.
1997	Viene costituita una joint venture a partecipazioni paritetiche con il gruppo indiano Welspun, per la produzione di accappatoi in spugna.
2001	Hanno luogo la cessione del ramo d'azienda di Bassetti in un veicolo di nuova costituzione e la fusione per incorporazione di Bassetti in Zucchi con conseguente revoca dalla quotazione delle azioni di Bassetti. Successivamente a tale fusione per incorporazione, il veicolo di nuova costituzione viene ridenominato Bassetti S.p.A..
Dal 2005	Inizia un processo di razionalizzazione industriale e societaria del Gruppo.
2006	Incorporazione di Bassetti e Standartela nella capogruppo Vincenzo Zucchi.
2011	Nell'ambito della procedura di ristrutturazione della controllata francese Descamps SAS, in data 9 febbraio 2011 si è perfezionata la cessione dell'80% del capitale sociale di Descamps.
2014	Viene formalizzata la cessione della partecipazione nel capitale della Welspun Zucchi Textile Limited.
Aprile 2015	Vincenzo Zucchi S.p.A. deposita, presso il Tribunale competente, la domanda di ammissione alla procedura ex art. 161, sesto comma, R.D. 267/1942 beneficiando degli effetti protettivi del patrimonio previsti dalla normativa applicabile e consentire alla Vincenzo Zucchi S.p.A. di proseguire, in piena continuità, nella propria attività commerciale, nell'interesse della propria clientela e del mercato, focalizzandosi anche sul processo di definizione dell'accordo di ristrutturazione dei debiti.
Ottobre 2015	Vincenzo Zucchi S.p.A. perfeziona il trasferimento a PHI Fund II F.C.R. DE REGIMEN SIMPLIFICADO, fondo gestito da PHI Asset Management Partners, SGEGR, S.A., dell'intera partecipazione detenuta nella controllata Mascioni S.p.A..
Dicembre 2015	Vincenzo Zucchi S.p.A. sottoscrive un accordo di ristrutturazione del debito bancario basato sul piano industriale 2015-2020.
2016-2017	Prosegue l'implementazione del piano industriale di cui all'accordo di ristrutturazione

### 1.3 I nostri Brand, i nostri valori

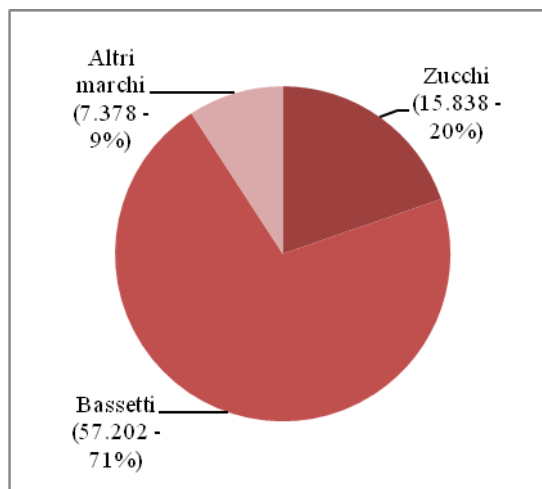
Con una storia di quasi due secoli alle spalle, il Gruppo Zucchi opera in Italia e nei suoi mercati di riferimento con i due marchi: Bassetti e Zucchi.

I marchi del Gruppo e i loro valori sono da sempre intimamente legati. Essi esprimono l'amore per la bellezza e la sfida dell'innovazione.

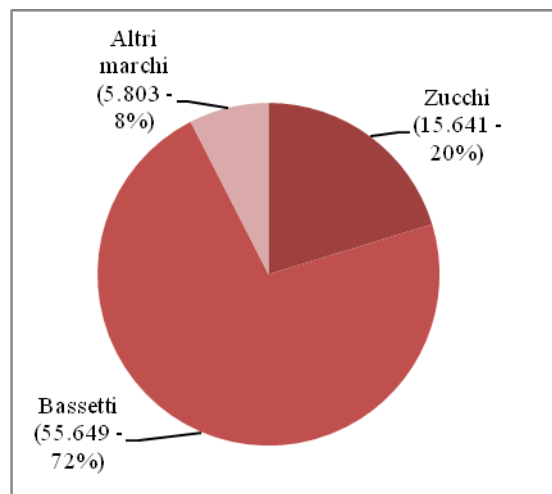
Inoltre, il Gruppo vende e commercializza articoli di biancheria per la casa a marchio Zucchi e Bassetti e con marchi e brand<sup>1</sup> anche differenti dai propri. Per questi ultimi è in essere un contratto di licenza.

<sup>1</sup> Brands: Zucchi Collection, Zapping, Solutuo, Mon amour, Sport Bassetti, La Natura Bassetti, Granfoulard Bassetti, Brio Bassetti, Love Bassetti, Shine Bassetti, In Tinta Bassetti, Il Piumone Bassetti, Ecoemotion, Clic Clac; Licenze: Laura Ashley, Pantone Universe, Marvel e Star Wars.

**Vendite 2016 per marchio**  
(migliaia di euro - %)



**Vendite 2017 per marchio**  
(migliaia di euro - %)



### **Bassetti**

La marca **Bassetti** nasce nel 1830 a Milano e la sua storia è guidata dal filo dell'innovazione che passa attraverso nuovi concetti produttivi e idee prodotte che hanno rivoluzionato il mondo della biancheria. Amore per la bellezza, fantasia e ricerca, caratterizzano da sempre il DNA della marca, attenta alle esigenze di un consumatore che cambia, si evolve e ama circondarsi di prodotti funzionali e di qualità.

Tra il 1975 e il 1983 Bassetti mette a punto prodotti capaci di semplificare il lavoro domestico e di essere realmente “dalla parte della donna” come sintetizzava un famoso slogan pubblicitario.

Citiamo per tutti **Teso**, il lenzuolo con gli angoli, **Piumone** una vera rivoluzione nel modo di dormire, **Brio** che introduce il colore nella biancheria, **Granfoulard** il telo multiuso che decora la casa e **Perfetto** il lenzuolo con gli angoli sganciabili.

Oggi la marca più nota della biancheria per la casa in Italia, riconferma l'importanza di creare innovazione puntando all'originalità, alla ricerca, alla freschezza e alla versatilità delle proposte, con un'attenzione particolare alla funzionalità e all'utilizzo del colore che vesta la casa di freschezza e allegria.

### **Zucchi**

La storia di Zucchi, uno dei marchi storici del tessile per la casa in Italia, ha inizio nel 1920. Da allora la marca è protagonista di un percorso di sviluppo che le consente di portare lo stile italiano nel mondo con prodotti che si contraddistinguono per un elevato contenuto di design e per un'attenzione particolare alla qualità.

Ancora oggi Zucchi parte dai valori intrinseci che da sempre caratterizzano il DNA della marca. Riconferma il valore della qualità che ha guidato fino ad oggi il suo percorso con un'attenzione ai dettagli, alla matericità

e all'artigianalità delle proposte interpretate in chiave contemporanea, riconfermando un orientamento sempre più marcato al design. Raffinata e sofisticata, la marca Zucchi propone collezioni che esprimono il calore, l'unicità e l'eleganza di uno stile ricercato, dove la tradizione incontra la contemporaneità creando tendenza, grazie all'introduzione di tendenze moda e di scelte stilistiche moderne e attuali nello sviluppo dei prodotti.

Zucchi crea mondi emozionali, trasversali ed eclettici. Ne è un esempio **Zucchi Collection**, che rappresenta l'alto di gamma dell'offerta e propone un ritorno al classico reinterpretato in chiave contemporanea grazie all'ispirazione dei motivi e dei decori della tradizione tessile selezionati dall'archivio storico "*The Zucchi Collection of Antique Handblocks*". La collezione di impresa degli antichi blocchi da stampa offre uno spunto creativo unico e prezioso, un patrimonio stilistico dal quale partire per sviluppare collezioni ricercate con l'utilizzo di preziosi tessuti in raso di puro cotone. Mentre la collezione **Zucchi Easy Chic** propone un mondo dell'abitare che esprime un animo discreto, semplice ed elegante nella proposta dei disegni, nella scelta dei tessuti e nei particolari di confezione. La cura dei dettagli, la varietà dei supporti utilizzati e della ricerca cromatica che spazia dai toni neutri a quelli più intensi e decisi, caratterizzano una collezione che risponde alle esigenze più svariate e ai gusti più diversi.

## 1.4 Il modello di business del Gruppo Zucchi

### Prodotto

#### ➤ *Ricerca e sviluppo*

Da sempre fulcro delle attività del Gruppo Zucchi, l'attività di ricerca e sviluppo è tesa a fornire al consumatore finale prodotti innovativi e all'avanguardia. È rappresentata dalla progettazione di nuovi modelli per le collezioni, la gestione dei marchi e la relativa attività commerciale. Lo studio dei modelli di prodotti per la casa è strutturato in diverse funzioni che collaborano in stretta sinergia per ottenere la massima qualità possibile; lo stesso vale per l'innovazione, grazie a continue ricerche e sperimentazioni di tessuti e modelli, con particolare riferimento agli aspetti creativi, tecnici ed economici del prodotto.

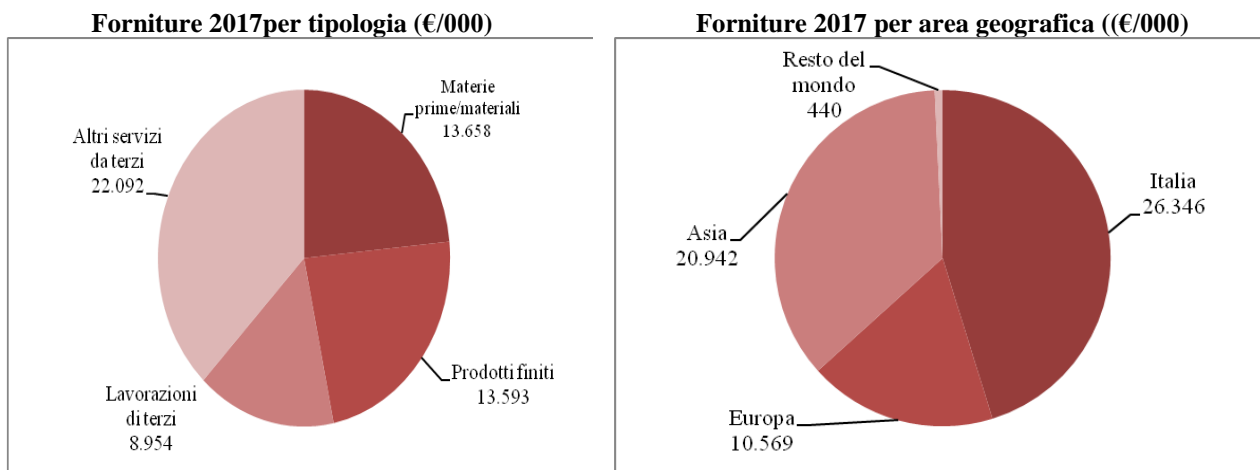
#### ➤ *Sourcing*

La gestione della catena di fornitura rappresenta un aspetto chiave per le attività di business del Gruppo Zucchi, ancora più a seguito della ristrutturazione in corso e del piano industriale in corso di attuazione. A tal riguardo, il Gruppo Zucchi ha dato grande rilievo all'opportunità di costruire rapporti di collaborazione e partnership di lungo periodo con i propri fornitori, strategia che si è riflessa, già a partire dall'esercizio 2016 nei risultati economici.

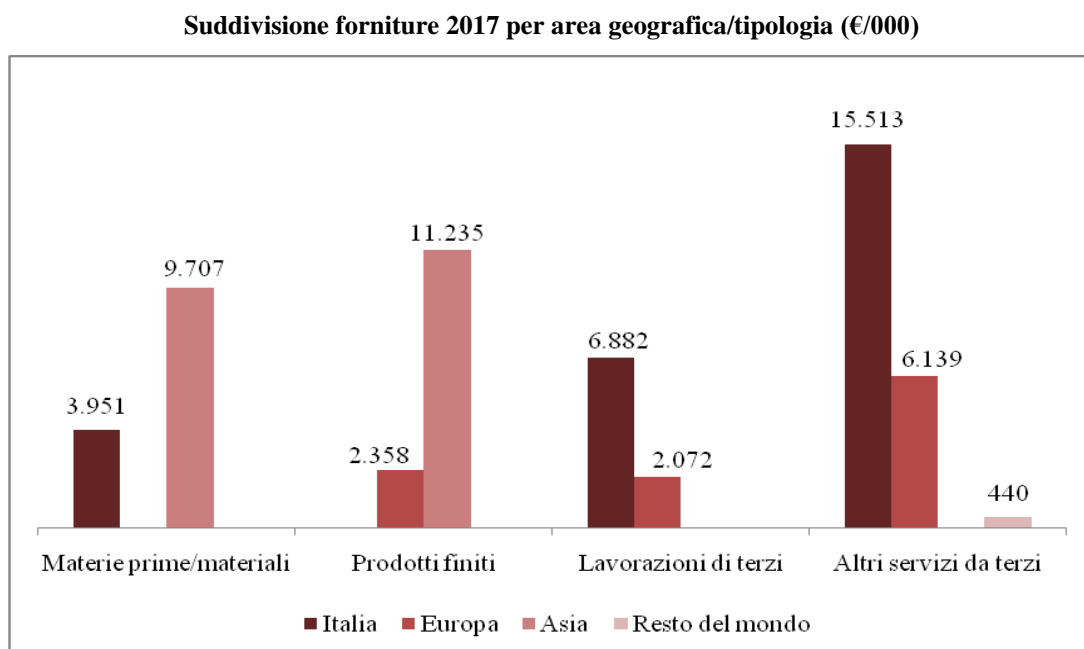
Fin dalla fase di selezione e qualifica, il rapporto con i fornitori si articola su principi e criteri di qualità, competitività dei prodotti offerti e trasparenza nonché sul rispetto di principi sociali ed etici. Il processo di

qualifica viene effettuato attraverso una valutazione tecnico-qualitativa del fornitore che garantisce la conformità ai criteri stabiliti da Zucchi (cfr. Cap. 5 / Par. 5.3).

Nel 2017 gli acquisti del Gruppo ammontano a 58.297 migliaia di euro e sono così ripartiti:



Nel dettaglio, si evidenzia che i fornitori di materie prime/materiali sono localizzati per la maggior parte in Asia (71%), come pure i fornitori di prodotti finiti (71%), mentre i fornitori di lavorazioni conto terzi sono localizzati in maniera prevalente in Italia (77%).



➤ *Produzione*

Le attività di realizzazione del capo finito sono state esternalizzate quasi per intero a partire dal 2006. Attualmente quasi la totalità dei fornitori impiegati per la produzione di materie prime/materiali e prodotti finiti è localizzata al di fuori dell'Europa.

## **Store**

➤ *Ricerca e sviluppo*

La società ha attribuito nel corso del 2017 un incarico per la realizzazione di un nuovo concept in grado di supportare il riposizionamento dei marchi. Il nuovo concept, che sarà pronto entro settembre/ottobre 2018, proporrà una maggiore attenzione al cliente. Il Gruppo Zucchi implementerà il nuovo concept nei punti vendita compatibilmente con i vincoli imposti dall'Accordo di Ristrutturazione sottoscritto con le Banche Finanziatrici e le risorse disponibili.

## **Logistica**

➤ *La logistica nel Gruppo Zucchi*

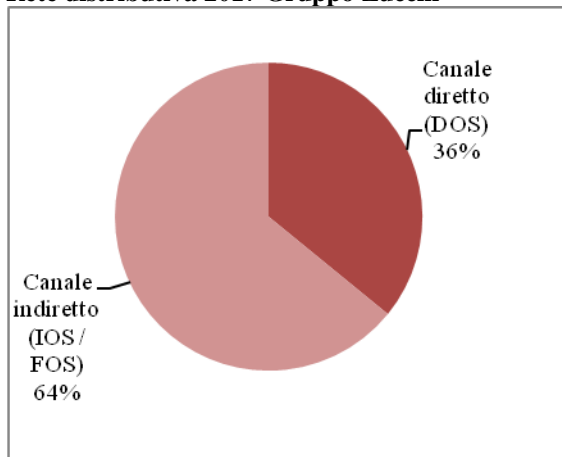
Il modello logistico di Gruppo si è evoluto per garantire un servizio customizzato sulle esigenze del punto vendita/cliente, in grado di garantire un maggior livello di tracciabilità dei prodotti.

Il processo logistico applicato si pone l'obiettivo principale di massimizzare l'efficienza operativa (che indirettamente genera un minor impatto ambientale) e ridurre i costi operativi anche attraverso un efficiente utilizzo dei propri mezzi aziendali (due autocarri e tre furgoni) di cui dispone la Capogruppo per poter servire i punti vendita ed i clienti più prossimi al sito logistico.

Nell'ambito della gestione dei processi logistici, non sussistono politiche praticate aventi obiettivi diretti di miglioramento dei profili di sostenibilità né allo stato attuale sono previste azioni dirette tese al contenimento degli impatti ambientali.

## Distribuzione

### Rete distributiva 2017 Gruppo Zucchi



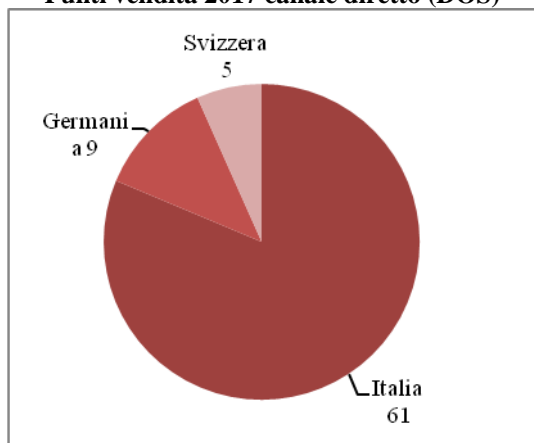
A livello operativo il Gruppo ha strutturato nel tempo la propria rete di vendita in tre tipologie di canali.

Il canale diretto rappresentato dai negozi gestiti direttamente dal Gruppo Zucchi (DOS), normalmente situati in corrispondenza delle grandi città e nelle posizioni “premium”. Il canale indiretto composto dai negozi gestiti da partner indipendenti (IOS) e in franchising (FOS), a presidio delle aree periferiche.

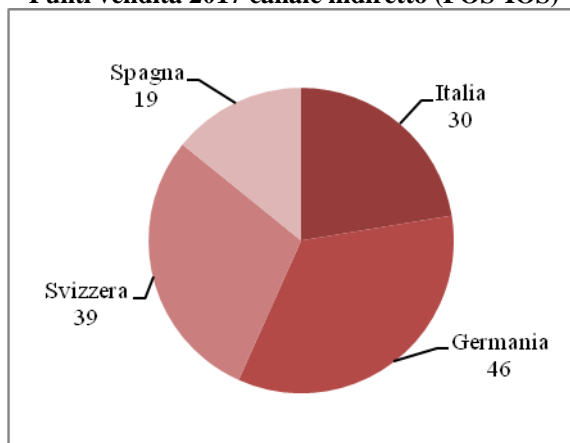
Nel 2017 la rete commerciale conta 209 negozi suddivisi tra:

- canale diretto, ovvero negozi a gestione diretta, outlet, spacci e corner nei *department store* (DOS),
- canale indiretto ovvero negozi gestiti da clienti (FOS / IOS).

### Punti vendita 2017 canale diretto (DOS)



### Punti vendita 2017 canale indiretto (FOS-IOS)



## 1.5 Principali linee strategiche perseguite dal Gruppo

Dal 2016 il Gruppo Zucchi ha intrapreso un forte processo di revisione di tutta la sua organizzazione, partendo dalla creazione per arrivare ai negozi e al cliente. In particolare, il percorso prevede una nuova proposizione commerciale (“*power of one*”), da realizzarsi mediante la razionalizzazione dell’offerta, il riposizionamento dei marchi in ottica di maggiore complementarità e la conversione in doppia-insegna (“Zucchi” e “Bassetti”) dei punti vendita.

Il piano industriale (relativo al periodo 2015-2020), finalizzato ad enucleare un percorso di ristrutturazione e rilancio della società, è teso a recuperare redditività e capacità di generare cassa con la gestione operativa, nonché a migliorare la gestione finanziaria. Il percorso, come evidenziato nel piano industriale di cui all’accordo di ristrutturazione sottoscritto con le banche finanziatrici ai sensi dell’articolo 182-bis L.F., si sviluppa in due fasi successive.

La prima fase, relativa al periodo compreso tra il 2015 e il 2017, può definirsi di “*turnaround*” ed è caratterizzata dalla semplificazione dell’offerta, dalla razionalizzazione dei punti vendita (attraverso la chiusura di quelli che si trovano in una situazione di perdita strutturale), da iniziative volte alla stabile riduzione del costo del venduto (nobilitazione e confezionamento) e dei costi operativi (anche con revisione dell’organico).

La seconda fase (2017-2020) è invece di “sviluppo” ed è destinata a tradursi nella maggiore complementarità dei marchi (grazie all’eliminazione delle sovrapposizioni sui posizionamenti di prezzo), il tutto in un contesto che intende puntare sulla crescita nei mercati esteri, perseguita mediante l’instaurazione di adeguati rapporti negoziali con distributori locali, allo stato attuale già individuati o in corso di individuazione.

Con riferimento allo stato di implementazione del piano, si evidenzia quanto segue.

La politica retail condotta nell’esercizio 2015 attraverso la concessione di elevati sconti commerciali ha negativamente condizionato, rispetto al piano industriale, anche le vendite sell-out dell’esercizio 2017. Il minor margine di contribuzione in valore assoluto è stato parzialmente recuperato da una più accurata politica commerciale di vendita e di acquisto, già impostata nell’esercizio 2016, tale da consentire un maggior margine di contribuzione in termini percentuali. I dati consuntivi dell’esercizio 2017 evidenziano, rispetto al piano industriale, minori costi di struttura che hanno consentito di recuperare parte del margine industriale perso per effetto delle minori vendite.



I risultati conseguiti consentono di ritenere che il Gruppo abbia correttamente intrapreso misure idonee ad avviare il percorso di *turnaround* previsto nel piano industriale, attivandosi con la massima tempestività al fine di individuare (e, successivamente, di implementare) le misure industriali più acconce allo scopo.

Poiché il processo di ristrutturazione punta ad adottare un modello operativo che garantisca competitività, il primo passo è consolidare e potenziare la coerenza tra prodotto e identità aziendale.

Si riportano di seguito sinteticamente le linee strategiche seguite nel percorso di *turnaround*:

- (i) ottimizzazione della rete vendita mediante la chiusura dei punti vendita in perdita operativa;
- (ii) incremento del fatturato di canale per effetto della strategia di allargamento merceologico. Tale strategia consiste nella vendita di prodotti non tessili a marchio Zucchi e Bassetti. L'allargamento include sia oggetti complementari (es. cuscini decorativi), sia prodotti homeware (es. pigiama) ed accessori (es. candele);
- (iii) miglioramento del costo del venduto conseguito attraverso l'implementazione delle azioni di efficientamento industriale che comprendono sia la manovra sul personale sia la razionalizzazione del processo produttivo;

il tutto in linea con i valori aziendali del Gruppo.

## **1.6 Gestione dei rischi**

Il Gruppo Zucchi pone la massima attenzione alla gestione dei rischi e ritiene di fondamentale importanza valutare preventivamente e in modo continuativo la natura e il livello dei rischi collegati agli obiettivi strategici per la creazione di valore sostenibile.

La situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo è influenzata dai vari fattori che compongono il quadro macro-economico, inclusi l'incremento o il decremento del Prodotto Nazionale Lordo, il livello di fiducia dei consumatori e delle imprese, l'andamento dei tassi di interesse per il credito al consumo, il costo delle materie prime e il tasso di disoccupazione nei vari Paesi in cui opera il Gruppo.

Il Gruppo opera in un settore storicamente soggetto ad elevata ciclicità che tende a riflettere il generale andamento dell'economia.

A causa delle difficoltà nel prevedere la dimensione e la durata dei cicli economici, non si può fornire alcuna assicurazione circa gli andamenti futuri della domanda, o dell'offerta, dei prodotti venduti dal Gruppo nel mercato in cui lo stesso opera.

Peraltro, anche in assenza di recessione economica o deterioramento del mercato del credito, ogni evento macroeconomico - quale un incremento dei prezzi dell'energia, fluttuazioni nei prezzi delle commodities e di

altre materie prime, fluttuazioni avverse in fattori specifici quali tassi di interesse e rapporti di cambio, modifiche delle politiche governative (inclusa la regolamentazione in materia d'ambiente) - potrebbe incidere in maniera significativamente negativa sulle prospettive e sull'attività del Gruppo, nonché sui suoi risultati economici e sulla sua situazione finanziaria.

TIPOLOGIA DI RISCHI	DETTAGLIO
<p><b>Rischi strategici</b> Sono i rischi che potrebbero minacciare l'attuale posizione competitiva e il conseguimento degli obiettivi strategici dell'Azienda.</p>	<p><b><i>Brand strategy</i></b> Rischi connessi alla strategia di riposizionamento dei marchi che potrebbero non sortire gli esiti sperati perché non effettuati con le tempistiche e con le gradualità necessarie a evitare di perdere gli attuali consumatori senza aver acquisito nuovi clienti.</p> <p><b><i>Distribution channels</i></b> Rischi derivanti dal mancato raggiungimento degli obiettivi previsti in termini di nuove aperture di punti vendita nonché da un'incontrollata crescita del mercato online, che può presentare dei conflitti con gli altri obiettivi strategici aziendali con possibili effetti negativi anche sul posizionamento dei brand.</p> <p><b><i>Supply chain</i></b> La capacità della supply chain di rispettare i tempi previsti nelle consegne dei prodotti finiti nei tempi definiti dal calendario commerciale possono influenzare la propensione al consumo dei consumatori.</p> <p><b><i>Country strategy e market presence</i></b> L'entrata di brand internazionali in nuovi mercati richiede una delicata rivisitazione dell'offerta atta a creare una barriera di ingresso ai concorrenti internazionali.</p>
<p><b>Rischi esecutivi</b> Sono i rischi di perdite insiti nell'operatività aziendale derivanti da errori umani, non corretto funzionamento dell'organizzazione, processi interni e utilizzo dei sistemi, comportamenti non leciti connessi a condotte fraudolente, rischi di natura legale, inadeguate condotte con clienti e fornitori che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi strategici.</p>	<p><b><i>Organizzazione aziendale</i></b> La resistenza al cambiamento del personale potrebbe limitare o rallentare il processo di business transformation in corso nell'Azienda. La capacità di attrarre e trattenere persone chiave. Il disegno di strutture organizzative non adeguate.</p> <p><b><i>Rischi connessi al management</i></b> Il successo del Gruppo dipende in larga parte dall'abilità dei propri amministratori esecutivi di gestire efficacemente il Gruppo ed i singoli settori. La perdita delle prestazioni di un amministratore esecutivo o di altra risorsa chiave senza un'adeguata sostituzione, nonché dell'incapacità di attrarre e trattenere risorse nuove e qualificate, potrebbe avere effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.</p> <p><b><i>Prodotto, qualità e innovazione del prodotto</i></b> L'incapacità del Gruppo di cogliere i gusti dei consumatori e offrire loro prodotti che ne soddisfino le esigenze in termini di qualità, considerando le caratteristiche dei tessuti e dei materiali utilizzati. Il successo delle attività del Gruppo dipenderà dalla capacità di mantenere ed incrementare le quote sui mercati in cui attualmente opera e/o di espandersi in nuovi mercati attraverso prodotti innovativi e di elevato standard qualitativo che garantiscano adeguati livelli di redditività. In particolare,</p>

---

qualora il Gruppo non fosse in grado di sviluppare e offrire prodotti innovativi e competitivi rispetto a quelli dei principali concorrenti in termini, tra l'altro, di prezzo e qualità, o qualora vi fossero dei ritardi nell'uscita sul mercato di nuove collezioni, le quote di mercato del Gruppo potrebbero ridursi con un impatto significativamente negativo sui risultati economici e finanziari del Gruppo stesso.

***Time to market***

Un time to market troppo lungo potrebbe non consentire di seguire velocemente i trend di mercato con conseguente perdita di opportunità di vendita.

***Business interruption piattaforma logistica***

Business interruption a causa di calamità naturali presso la piattaforma logistica di Rescaldina che funge da hub per la maggior parte dei flussi di distribuzione.

---

<b>TIPOLOGIA DI RISCHI</b>	<b>DETTAGLIO</b>
<b>Rischi finanziari</b> Comprendono il rischio di tasso di cambio, di tasso di interesse, di controparte e credito, di liquidità.	<p>Il Gruppo, che si approvvigiona su più mercati a livello mondiale, è naturalmente esposto a rischi di mercato connessi alle fluttuazioni dei tassi di cambio. In particolare il Gruppo risulta essere principalmente esposto, per le esportazioni, alle fluttuazioni del dollaro americano e a quelle del franco svizzero, mentre per le importazioni, dalle fluttuazioni del dollaro americano dall'area dollaro USA a quella dell'euro.</p> <p>Il futuro andamento del Gruppo dipenderà, tra l'altro, dalla capacità del Gruppo stesso di far fronte ai fabbisogni derivanti dai debiti in scadenza e dagli investimenti previsti attraverso i flussi derivanti dalla gestione operativa, la liquidità attualmente disponibile, il rinnovo o il rifinanziamento dei prestiti bancari e l'eventuale ricorso al mercato dei capitali o altre fonti di finanziamento.</p>
<b>Rischio connesso alle condizioni risolutive contenute nell'Accordo di Ristrutturazione</b>	<p>L'Accordo di Ristrutturazione, ex articolo 182-bis Legge Fallimentare, è stato sottoscritto in data 23 dicembre 2015 dalla Vincenzo Zucchi S.p.A., da un lato, e dalle Banche Finanziatrici, Astrance Capital S.A.S., Gianluigi Buffon e GB Holding S.r.l.u., dall'altro, ed è diventato efficace in data 18 maggio 2016 a seguito dell'avveramento di tutte le condizioni sospensive ivi previste (tra cui il passaggio in giudicato del decreto di omologa intervenuto in data 14 aprile 2016).</p> <p>L'accordo in oggetto è valido fino al 31 dicembre 2020. Per ulteriori approfondimenti si rimanda a Bilanci e Relazioni al 31 dicembre 2017.</p>
<b>Rischi legali/di compliance</b> Il rischio di compliance esprime il rischio derivante dalla mancata conformità a leggi, regolamenti e normativa interna. Possono dare origine a effetti negativi connessi a sanzioni, penali, ammende, perdite economiche e, nei casi più gravi, a danni alla reputazione aziendale con conseguenti perdite, richieste di risarcimento, danno di immagine, etc.	<p><b><i>Procedure aziendali</i></b></p> <p>La possibile inadeguatezza delle procedure aziendali volte a garantire il rispetto delle principali normative italiane e straniere, cui è soggetto il Gruppo. Assumono altresì particolare rilievo le problematiche connesse alla normativa in tema di sicurezza, antitrust e privacy.</p> <p><b><i>Compliance fiscale</i></b></p> <p>La presenza internazionale espone il Gruppo a diversi regimi fiscali. L'evoluzione delle relative normative potrebbe esporre il Gruppo a rischi di mancato rispetto delle norme.</p>

---

### ***Rischi relativi alle vendite su mercati internazionali e all'esportazione***

Ritardi nella regolare consegna dei prodotti finiti dovuti all'instabilità politica di alcuni paesi da cui il Gruppo si approvvigiona.

In particolare il Gruppo opera in acquisto con realtà quali la Turchia, l'India, il Pakistan e la Cina. Il verificarsi di sviluppi politici e economici sfavorevoli in tali aree potrebbero incidere in maniera significativamente negativa sulle prospettive e sull'attività del Gruppo, nonché sui risultati economici e sulla situazione finanziaria del Gruppo.

Una parte delle vendite del Gruppo, seppur non significativa, ha luogo al di fuori dell'Unione Europea. Il Gruppo è esposto ai rischi inerenti l'operare su scala globale, inclusi i rischi relativi: all'esposizione a condizioni economiche e politiche locali, all'attuazione di politiche restrittive delle importazioni e/o esportazioni, alla sottoposizione a molteplici regimi fiscali, in particolare in tema di transfer pricing e di applicazione di ritenute o altre imposte su rimesse e altri pagamenti a favore di, o da parte di, società controllate, all'introduzione di politiche limitative e restrittive degli investimenti stranieri e/o del commercio, nonché politiche di controllo dei tassi di cambio e relative restrizioni al rimpatrio dei capitali.

### ***Variazioni climatiche***

Le vendite di alcuni prodotti del Gruppo possono risentire di cambiamenti alle condizioni climatiche.

### ***Rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva***

Tra i rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva, si evidenzia il rischio che i fornitori, soprattutto quelli operanti in Paesi extraeuropei, possano ricorrere a standard di lavoro (remunerazione, lavoro non contrattualizzato, sicurezza e benessere, lavoro minorile, formazione), ambientali (utilizzo di materie prime e energia da fonti riciclabili, livello ed efficienza dei consumi, emissioni e sostanze tossiche prodotte e liberate) e afferenti la corruzione attiva e passiva inferiori a quelli stabiliti dagli organismi internazionali di riferimento ovvero dalle leggi applicabili.

### **Rischi esterni**

Tali rischi riguardano gli effetti di eventi esterni in grado di influire negativamente sull'attività del Gruppo.

---

### **Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi**

Al fine di meglio inquadrare il contesto operativo in cui si inserisce la presente DNF, si ritiene utile ricordare che il Gruppo è impegnato nell'attività di *turnaround* di cui al piano industriale 2015-2020 previsto nell'accordo di ristrutturazione sottoscritto in data 23 dicembre 2015 con le banche finanziatrici ai sensi dell'articolo 182-bis Legge Fallimentare. Pertanto, in questa fase della vita del Gruppo, ogni sforzo aziendale è teso al rispetto degli impegni derivanti dall'accordo e dal piano sopra citati, i quali prevedono, tra gli altri, anche un rigoroso contenimento dei costi.

Con riferimento alla gestione, rendicontazione e monitoraggio dei temi indicati all'articolo 3, comma 1, del Decreto ritenuti materiali, l'indirizzo è definito dal Consiglio di Amministrazione della Vincenzo Zucchi S.p.A., ancorchè non siano state formalmente definite specifiche responsabilità interne. Inoltre, sebbene non vi sia una specifica struttura aziendale a cui il Consiglio di Amministrazione abbia delegato la responsabilità della gestione e del monitoraggio di suddetti temi, gli stessi sono presidiati nell'ambito delle ordinarie attività di controllo interno aziendale teso al rispetto di leggi, regolamenti e standard minimi di comportamento applicabili nei vari ambiti dell'attività aziendale.

Allo stato attuale il Gruppo Zucchi, presidiando le ordinarie attività aziendali, rispetta gli standard normativi applicabili con riferimento ai temi di cui all'articolo 3, comma 1, del D.Lgs. 254/16. Tuttavia il Gruppo non dispone ancora di un sistema strutturato di processi tesi all'analisi, al monitoraggio e alla gestione dei rischi generati o subiti connessi a tali temi e che derivino dalle attività dell'impresa, dai suoi prodotti, servizi o rapporti commerciali, incluse, le catene di fornitura e subappalto.

In particolare, il Gruppo non ha identificato una specifica funzione responsabile di porre in essere le attività finalizzate al miglioramento di politiche praticate, impatti e rischi di sostenibilità (ambiti ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva) implicati nello svolgimento delle proprie attività, né con riferimento a quelli diretti né con riferimento a quelli afferenti la catena di fornitura, la quale riveste una importanza significativa alla luce della quasi completa esternalizzazione dei processi produttivi.

Inoltre, la Società non ha un processo di dialogo e ingaggio con gli stakeholders esterni sui temi della sostenibilità.

Si segnalano in particolare, tra i rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva, il rischio che i fornitori, soprattutto quelli operanti in Paesi extraeuropei, possano ricorrere a standard di lavoro (remunerazione, lavoro non contrattualizzato, sicurezza e benessere, lavoro minorile, formazione), ambientali (utilizzo di materie prime e energia da fonti riciclabili, livello ed efficienza dei consumi, emissioni e sostanze tossiche prodotte e liberate) e afferenti la corruzione attiva e passiva inferiori a quelli stabiliti dagli organismi internazionali di riferimento ovvero dalle leggi applicabili. A fronte di questo rischio, in sede di accreditamento, il nuovo fornitore sottoscrive un impegno al rispetto di uno specifico codice etico e del codice di condotta di Zucchi. Inoltre, con riferimento ai fornitori di prodotti finiti tessili e tessuti, viene acquisita una autodichiarazione al momento dell'iniziale accreditamento in merito alle prassi operative adottate, finalizzata prevalentemente agli aspetti di qualità della produzione. Non esiste un meccanismo di monitoraggio e reporting successivo. Né sussiste allo stato attuale un reporting qualitativo e quantitativo dai fornitori sui temi rilevanti.

Nell'ambito della gestione dei processi logistici, non sussistono politiche praticate aventi obiettivi diretti di miglioramento dei profili di sostenibilità né allo stato attuale sono previste azioni dirette tese al contenimento degli impatti ambientali.

Ad oggi non è presente una specifica policy ambientale, tuttavia vengono messe in atto iniziative che consentono di conseguire e mantenere un profilo di rispetto delle normative nei paesi di operatività.

Compatibilmente ai vincoli economici e finanziari imposti dal rispetto del piano di risanamento, a partire dalla seconda metà dell'esercizio 2018, la Società adopererà il massimo impegno possibile al fine di attivare un processo di verifiche periodiche, nei confronti dei fornitori, con l'intento di monitorare, *inter alia*, l'adeguatezza degli standard conseguiti dagli stessi con riferimento anche agli aspetti legati al lavoro, sociali ed ambientali.

Analogamente, il Gruppo intende richiedere una autocertificazione dei fornitori coinvolti nel processo produttivo al fine di monitorare alcune grandezze con riferimento anche al tema ambientale, nonché alla misurazione dei consumi e delle emissioni indirette.

Si rimanda al paragrafo 2.3 per una descrizione degli obiettivi di miglioramento.

## CAPITOLO 2. MATERIALITÀ E TEMI RILEVANTI DI CARATTERE NON FINANZIARIO

### 2.1 Analisi di materialità

L'analisi di materialità, nel rispetto delle indicazioni contenute nel D. Lgs. 254/2016 e dei requisiti delle Linee Guida GRI G4, è stata realizzata per individuare i temi di carattere socio-ambientale più rilevanti per il Gruppo Zucchi e sui quali focalizzare la Dichiarazione Non Finanziaria (DNF). La materialità dei temi e degli aspetti da approfondire è stata definita in relazione al profilo di *business* del Gruppo, alle sue strategie, alle aspettative degli stakeholder e al contesto in cui l'azienda opera.

L'analisi di materialità ha previsto l'identificazione di una lista di temi potenzialmente rilevanti per il Gruppo Zucchi, attraverso analisi degli argomenti rilevanti per il settore Tessile, analisi di benchmark, analisi di documenti interni (Codice Etico e Modello 231, Relazioni Finanziarie) e delle principali indicazioni e standard in materia di sostenibilità (GRI G4).

Dalle risultanze di tale valutazione è stato predisposto - per ciascun ambito tematico previsto dal D. Lgs. 254/2016 - l'elenco dei temi ritenuti più significativi:

AMBITO TEMATICO	TEMA RILEVANTE
<b>1. Governance e Banche Finanziatrici</b>	Corporate Governance Banche Finanziatrici
<b>2. Dipendenti e Lavoro</b>	Formazione Salute e sicurezza sul lavoro Relazioni industriali Diversità e Pari opportunità
<b>3. Diritti umani e Catena di Fornitura</b>	Tutela dei diritti umani Pratiche di approvvigionamento sostenibili Selezione dei fornitori
<b>4. Aspetti ambientali</b>	Energia Emissioni Gestione dei rifiuti
<b>5. Aspetti sociali</b>	Relazioni con i clienti e responsabilità di prodotto Relazioni con la comunità

## 1. Governance e Banche Finanziatrici

- **Corporate governance:** La corporate governance è oggi considerata una delle variabili chiave in fase di decisione di investimento. Il legame esistente tra una buona governance, la creazione e la distribuzione del valore è infatti evidente.
- **Banche Finanziatrici:** Le Banche Finanziatrici rappresentano uno degli stakeholder principali del Gruppo avendo partecipato, attraverso la sottoscrizione dell'accordo di ristrutturazione ex art. 182-bis L.F., al processo di ristrutturazione del Gruppo. Il rispetto delle condizioni di cui all'accordo di ristrutturazione è condizione fondamentale ed essenziale per garantire la continuità aziendale del Gruppo.

## 2. Dipendenti e Lavoro

- **Formazione:** Lo sviluppo delle competenze professionali è un fattore molto importante in relazione alla maggiore complessità derivante dall'evoluzione dei mercati sia a livello nazionale che internazionale.
- **Salute e sicurezza sul lavoro:** Il tema della salute e sicurezza sul lavoro è tra i diritti più riconosciuti e consolidati in tutti i settori.
- **Relazioni industriali:** E' un tema sociale particolarmente rilevante per il Gruppo dato il processo di riorganizzazione in corso, condotto promuovendo sistematicamente il dialogo tra le parti.
- **Diversità e pari opportunità:** Valorizzare le differenze e promuovere l'inclusione, evitando ogni tipo di discriminazione, consentono di creare le migliori condizioni nelle relazioni con tutti gli stakeholder e di promuovere comportamenti mirati ad evitare disuguaglianze.

## 3. Diritti umani e Catena di fornitura

- **Tutela dei diritti umani:** Operando in contesti globali è importante presidiare la tutela dei diritti umani internazionalmente riconosciuti, sia nell'ambito delle proprie attività sia promuovendone il rispetto nella propria catena di fornitura.
- **Pratiche di approvvigionamento sostenibili:** La trasparenza e correttezza della gestione dei fornitori sono rilevanti. Pratiche di approvvigionamento sostenibili garantiscono infatti maggior affidabilità e competitività.
- **Selezione dei fornitori:** Nel settore tessile, l'impegno a sviluppare un business sostenibile implica la selezione di fornitori con caratteristiche qualitative idonee.



#### 4. Aspetti ambientali

- **Energia:** Essere un'impresa sostenibile significa oggi assumere scelte in grado di contenere i consumi energetici e promuovere l'efficienza energetica, in un'ottica di risparmio dei costi e di riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività.
- **Emissioni:** I gas ad effetto serra sono considerati i principali responsabili dei cambiamenti climatici in corso. E' necessario adottare opportune strategie per consentirne la riduzione.
- **Gestione dei rifiuti:** Il tema della gestione dei rifiuti è oggi sempre più rilevante per i suoi impatti sia sulla salute umana che sulla tutela dell'ambiente.

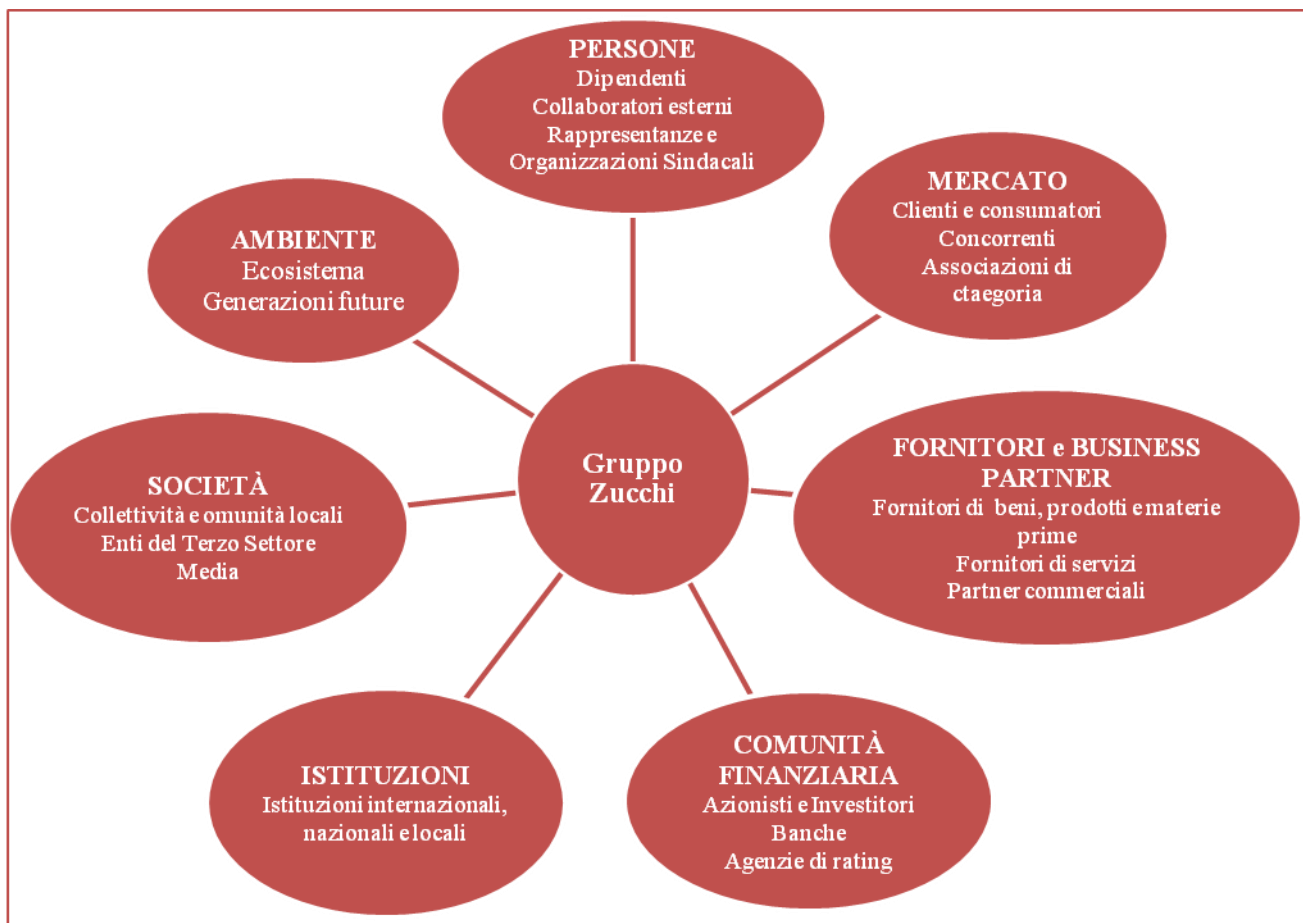
#### 5. Aspetti sociali

- **Relazioni con i clienti e responsabilità di prodotto:** Per instaurare rapporti duraturi con i clienti è fondamentale offrire prodotti unici, sicuri e di qualità, mantenendo e rafforzando la fiducia su cui si basano le fasi della customer experience.
- **Relazioni con la comunità:** Costruire e mantenere positive relazioni con la comunità contribuisce a qualificare il profilo dell'azienda in chiave etica e responsabile, accrescendone la reputazione e la capacità di creare valore sociale nel lungo periodo.

### 2.2 Gli Stakeholder del Gruppo Zucchi

Il Gruppo Zucchi ha individuato le diverse categorie di stakeholder o “portatori di interesse” con i quali si relaziona, che hanno legittime aspettative nei confronti del suo operato e verso i quali l'azienda si impegna ad operare in maniera corretta e responsabile.

## Mappa degli stakeholder



### 2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento

Attraverso la presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, il Gruppo Zucchi ha dato avvio ad un percorso di analisi e rendicontazione delle proprie performance in ambito sociale e ambientale.

Tenuto conto di quanto riportato nel paragrafo “Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi” che precede, nella consapevolezza che la sostenibilità rappresenti una sfida continua, il Gruppo ha definito alcune priorità di azione e alcuni macro obiettivi di miglioramento con l’obiettivo di favorire l’integrazione degli aspetti ambientali e sociali nel proprio modo di operare.

Al fine di migliorare la performance ambientale del Gruppo, lo stesso ha ritenuto opportuno definire per l’esercizio 2018 le seguenti iniziative prioritarie:

<b>Ambito</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Iniziative</b>
Energia	Riduzione del consumo di energia mediante iniziative di risparmio e di efficienza energetica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modifiche al sistema illuminante in occasione di interventi di restyling o trasferimento dei punti vendita diretti;</li> <li>• Attivazione di un graduale processo di raccolta e monitoraggio dei dati relativi ai punti vendita diretti;</li> <li>• Istruzioni per migliorare il comportamento dei dipendenti.</li> </ul>
Valutazione ambientale dei fornitori	Valutazione dei fornitori sulla base dei criteri ambientali sia in fase di qualificazione sia nel corso del rapporto commerciale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Progettazione e avvio di attività di autocertificazione dei fornitori</li> </ul>
Ambiente e sicurezza	Formazione dei dipendenti sugli aspetti dell'ambiente e della sicurezza ed altre iniziative per il mantenimento della compliance alle norme di settore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisione del Modello 231 dopo l'esito della GAP analysis in corso;</li> <li>• Aggiornamento del documento di valutazione dei rischi;</li> <li>• Rimozione dell'amianto da alcuni siti aziendali da realizzarsi in un arco temporale pluriennale;</li> <li>• Adeguamento alla nuova normativa in tema di privacy.</li> </ul>

Il Gruppo ha altresì definito le seguenti iniziative prioritarie al fine di rafforzare l'impegno aziendale sul fronte dei diritti umani:

<b>Ambito</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Iniziative</b>
Valutazione dei fornitori sulla base dei diritti umani	Valutazione dei fornitori sulla base dei criteri connessi ai diritti umani e delle condizioni di lavoro sia in fase di qualificazione sia nel corso del rapporto commerciale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Progettazione e avvio di una campagna di autocertificazione dei fornitori;</li> <li>• Campagna di sensibilizzazione sulla versione aggiornata del Codice Etico.</li> </ul>

Le iniziative di cui sopra saranno perseguite, compatibilmente ai vincoli economici e finanziari imposti dal rispetto del piano di risanamento adoperando il massimo impegno possibile.

## CAPITOLO 3. GOVERNANCE E LOTTA ALLA CORRUZIONE

### 3.1 Corporate Governance

Il sistema di Corporate Governance del Gruppo Zucchi<sup>2</sup> rappresenta l'insieme delle norme e dei comportamenti adottati per assicurare il funzionamento efficiente, efficace e trasparente degli organi di governo e dei sistemi di controllo, coerentemente con gli obiettivi di creazione di valore per gli azionisti e a tutela degli interessi di tutti gli stakeholder.

La Capogruppo Vincenzo Zucchi Spa adotta un sistema di amministrazione di tipo tradizionale che prevede la ripartizione di competenze tra l'Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale.

L'Assemblea degli Azionisti è l'organo che rappresenta l'universalità degli azionisti ed è convocata e delibera ai sensi di legge e di statuto.

La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione, composto da otto membri, che ha nominato al proprio interno un Presidente ed Amministratore Delegato. Il Consiglio di Amministrazione è l'organo responsabile della gestione dell'impresa. Esamina e approva tra l'altro: le linee guida dell'attività operativa del Gruppo; le proposte organizzative, di governo societario; gli indirizzi generali quanto alla gestione delle risorse umane; le proposte di riorganizzazione della struttura societaria; l'andamento della gestione; le operazioni straordinarie, i budget annuali e i risultati trimestrali, semestrali e annuali.

Il Consiglio di Amministrazione, nominato dall'Assemblea in data 26 maggio 2016 e in carica sino all'approvazione del bilancio dell'esercizio 2018, al 31 dicembre 2017 è composto dai seguenti membri:

<i>Nome e Cognome</i>	<i>Ruolo nel Consiglio</i>	<i>Qualifica</i>
Joel David Benillouche	Presidente e Amministratore Delegato	Esecutivo
Michel Pierre Lhoste <sup>3</sup>	Amministratore Delegato	Esecutivo
Florian Gayet	Consigliere	Non esecutivo
Paolo Angius	Consigliere	Non esecutivo
Marina Curzio	Consigliere	Non esecutivo
Antonia Maria Negri Clementi	Consigliere	Non esecutivo

<sup>2</sup> La Società ha adottato, come riferimento per il proprio sistema di *Corporate Governance*, la versione aggiornata ed integrata del "Codice di Autodisciplina" approvata nella seduta del Consiglio del 10 luglio 2015, secondo le linee guida elaborate dall'apposito Comitato per la Corporate Governance costituito presso Borsa Italiana S.p.A.

<sup>3</sup> Cooptato in data 30 ottobre 2017 in sostituzione del dimissionario Antonio Rigamonti e nominato amministratore delegato, attribuendogli dei poteri.

Giuseppe Fornari  
Patrizia Polliotto

Consigliere  
Consigliere

Non esecutivo  
Non esecutivo

Alla data del 31 dicembre 2017, tra i consiglieri, due sono esecutivi e cinque sono amministratori non esecutivi, ossia non titolari di deleghe o funzioni direttive nel Gruppo, dei quali 4 indipendenti. Nel corso del 2017 il Consiglio si è riunito 8 volte per esaminare ed assumere deliberazioni in merito all'andamento della gestione nei vari settori di attività.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre costituito un Comitato Controllo e Rischi e un Comitato per la Remunerazione, aventi finalità consultive e propositive e composti da amministratori non esecutivi ed indipendenti. Nel corso del 2017 il Comitato Controllo e Rischi ed il Comitato per la Remunerazione si sono riuniti ciascuno due volte. Il Consiglio ha altresì delegato ad un Amministratore esecutivo la funzione di sovrintendere alle funzionalità del sistema di controllo interno.

Il Collegio Sindacale - composto da tre sindaci effettivi e tre supplenti - vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto e svolge una funzione di controllo sulla gestione come previsto dalle disposizioni di legge. Nel corso dell'esercizio 2017 si è riunito 10 volte.

In data 8 giugno 2016, il Consiglio di Amministrazione della Vincenzo Zucchi S.p.A. ha esternalizzato le attività di Internal Audit, nominando il Dott. Francesco Pecere, professionista esterno al Gruppo, Responsabile della Funzione Internal Audit della Società, oltre che Responsabile della funzione di Internal Audit di Gruppo. Anche la figura del Data Protection Officer è stata affidata, a partire dal 2012, ad un professionista esterno, individuato nella persona del Dott. Alessandro Christian Sartori.

Per ogni ulteriore informazione in tema di corporate governance si rinvia alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari, redatta ai sensi dell'art. 123 bis decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società e presente sul sito internet del Gruppo ([www.gruppozucchi.it](http://www.gruppozucchi.it) - sezione Investor Relations/ Corporate Governance).

### **Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001e Codice etico**

Nel dicembre 2007 la Capogruppo ha adottato un modello di organizzazione, gestione e controllo in linea con le prescrizioni del D. Lgs 231/2001 - aggiornato nel dicembre 2011 - al fine di assicurare, anche formalmente, condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali. In osservanza a quanto previsto dal D. Lgs 231/2001 la Società ha nominato un Organismo di Vigilanza con il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello e di curarne l'aggiornamento.

Nel marzo 2007 la Società ha inoltre adottato un Codice Etico - aggiornato nel 2010 - elemento essenziale del Modello, che definisce principi e regole generali di condotta. Il Codice Etico - i cui organi di riferimento

per l'attuazione sono Organismo di Vigilanza, Risorse Umane e Internal Audit - è vincolante per i dipendenti della società così come per i suoi clienti e i fornitori.

L'Organismo di Vigilanza, nell'ambito della propria autonomia, ha conferito incarico professionale ad un primario studio legale per l'aggiornamento del Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001. Attualmente è in corso l'attività di gap analysis per la revisione del modello al fine di adeguarlo alla nuova realtà aziendale che si è concretizzata al termine del processo di ristrutturazione (fine esercizio 2016). Tale procedura di aggiornamento dovrebbe concludersi nel primo semestre 2018.

Il Gruppo si impegna ad attuare gli interventi più efficaci ed idonei a garantire la diffusione e la conoscenza del Modello e del Codice Etico a tutti i dipendenti e collaboratori attraverso la pubblicazione nella rete Intranet aziendale e tramite specifici interventi formativi e informativi.

Attraverso il sistema adottato dalla Società, quest'ultima verifica che la gestione posta in essere dalle controllate sia comunque conforme al modello di organizzazione, gestione e controllo in linea con le prescrizioni del D.Lgs. 231/2001, approvato dalla Capogruppo, al fine di garantire condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali.

È stato predisposto, inoltre, un sistema di segnalazione da parte dei dipendenti e degli stakeholder esterni di eventuali irregolarità o violazioni del Codice Etico.

Codice Etico e Modello di Organizzazione ex D. Lgs 231/2001 sono disponibili sul sito della Società, all'indirizzo [www.gruppозucchi.it](http://www.gruppозucchi.it) nella sezione Corporate Governance.

Il documento di valutazione dei rischi è stato predisposto nel 2009, ai sensi del Testo Unico sulla sicurezza sul lavoro D.Lgs. 81/2008, ed è in corso di aggiornamento nell'esercizio 2018. I singoli documenti che lo compongono, con riferimento alle sedi ed ai punti vendita, vengono revisionati in caso di cambiamento dell'attività o di introduzione di nuove migliorie.

Nel corso dell'esercizio 2017 si è tenuto il corso di aggiornamento in tema di soccorso ed incendio, nonché di aggiornamento al D.Lgs. 81/2008, per tutto il personale addetto alla logistica e allo stabilimento di Cuggiono.

### **3.2 Lotta alla corruzione**

Il contrasto a fenomeni di corruzione è un impegno che Zucchi sostiene fermamente, in osservanza alle normative e nel rispetto dei principi aziendali. Il Gruppo monitora regolarmente l'esposizione ai rischi di

compliance per ridurre al minimo potenziali danni reputazionali e economici derivanti dalla violazione delle disposizioni normative, tra cui i fenomeni di corruzione.

Per il Gruppo Zucchi agire in modo etico significa comportarsi con integrità, adottando corrette prassi gestionali nello sviluppo del business e nelle relazioni con gli interlocutori. L'azienda intende porsi quale partner serio e affidabile nei confronti dei clienti, dei collaboratori e dei partner commerciali, contribuendo a promuovere sul mercato i principi di concorrenza leale, trasparenza e responsabilità.

Sulla base delle attività svolte dall'Organismo di Vigilanza, non sono emersi comportamenti o eventi a rischio di reato tali da richiedere un intervento del Consiglio di Amministrazione né sono giunte segnalazioni di comportamenti non idonei.

### **Procedure e standard anticorruzione**

I dipendenti del Gruppo sono tenuti ad osservare il Modello 231 e le relative procedure, che specificano le modalità operative dei vari processi aziendali. Tali procedure sono state adottate per il rafforzamento del sistema di controllo interno che presidia anche i reati di corruzione. Al fine di presidiare l'applicazione vengono periodicamente eseguiti diversi interventi di verifica da parte dell'Organismo di Vigilanza.

Nel Modello 231 sono identificate le aree e le attività a rischio reato corruzione, in particolare nei rapporti con la Pubblica Amministrazione: gestione delle pratiche di finanziamento, agevolazione e benefici economico-fiscali; rapporti con le autorità; gestione delle richieste concessioni, licenze e autorizzazioni.

Inoltre, come indicato nel Codice Etico l'azienda si impegna a mettere in atto le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione, in particolare non consentendo di corrispondere o accettare somme di denaro, doni o favori a/da parte di terzi, allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti alla Società.

Il Gruppo ritiene che la formazione sia un elemento importante nella gestione del rischio inerente alle diverse pratiche corruttive, in quanto crea consapevolezza interna e capacità necessarie per prevenirne il verificarsi. Pertanto vengono sviluppate attività formative sul tema anticorruzione. Nel corso del 2017 tali attività - rientranti nell'ambito della formazione sul Modello 231 - hanno previsto l'erogazione di 2 ore che hanno coinvolto 45 persone a livello quadro e direttivo.

I corsi di formazione aventi ad oggetto la sicurezza ed erogati al personale a livello di operai ed impiegati, contemplano alcune ore dedicate al Modello 231.

I corsi di formazione sono impostati in modo tale che tutto il personale aziendale venga coinvolto ogni tre anni circa in un corso di aggiornamento sul Modello 231.



Si evidenzia inoltre che nel 2017 nessun episodio di corruzione è avvenuto nelle società del Gruppo, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione contro società del Gruppo.

## **CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO**

Il rispetto dell'integrità fisica e culturale della persona rappresenta uno dei valori etici di riferimento del Gruppo Zucchi nei rapporti con i propri dipendenti. Il Gruppo tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare e accrescere l'esperienza e il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore; garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Partendo dalla condivisione dei principi dell'etica e della trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, le persone contribuiscono ogni giorno al raggiungimento dei risultati che determinano il successo dell'azienda e la creazione di valore a lungo termine.

Non ci sono meccanismi di ascolto con il personale, diversi dalle sedi sindacali. Alla data del 31 dicembre 2017 sono iscritte numero 157 persone alle organizzazioni sindacali, pari a circa il 27% del personale in forza.

Il Gruppo Zucchi al momento non ha adottato una prassi di sistematica valutazione delle performances dei propri dipendenti finalizzata alla loro remunerazione incentivante ovvero al loro avanzamento di carriera.

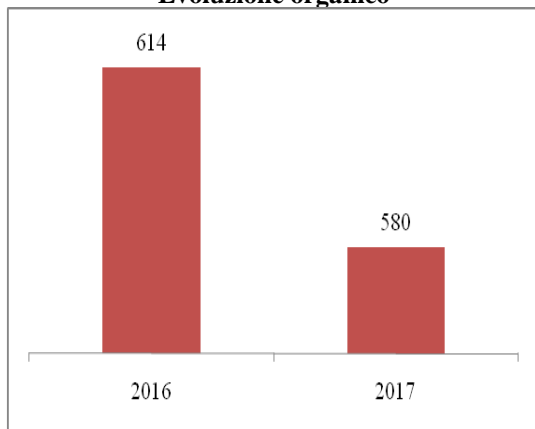
### **4.1 Le nostre persone**

Al 31 dicembre 2017 il Gruppo Zucchi conta un organico di 580 dipendenti, di cui il 73% è rappresentato da donne e il 96% risulta assunto con contratto a tempo indeterminato.

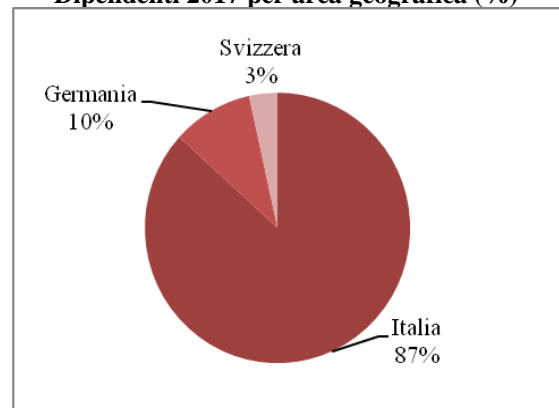
In Italia Vincenzo Zucchi S.p.A. e le sue società controllate impiegano 503 dipendenti (l'87% della forza lavoro diretta del Gruppo), mentre i dipendenti negli altri paesi europei ammontano a 77 unità (di cui il 90% sono donne), costituendo il 13% dell'organico complessivo del Gruppo. Non ci sono dipendenti nei Paesi Extra Europa.

Negli ultimi due anni si registra una riduzione dell'organico del Gruppo a livello globale (- 5%) per effetto del processo di riorganizzazione posto in essere.

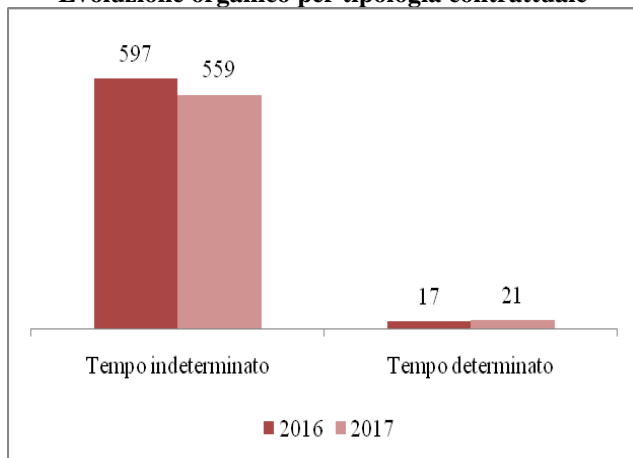
**Evoluzione organico**



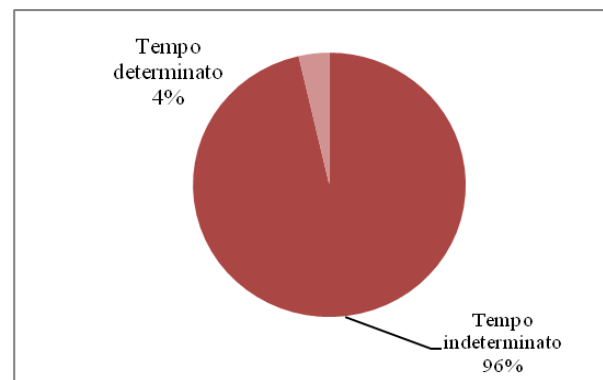
**Dipendenti 2017 per area geografica (%)**



**Evoluzione organico per tipologia contrattuale**



**Dipendenti 2017 per tipologia contrattuale**



**Suddivisione del personale per qualifica**

	Sesso	2016	2017
Dirigenti	M	6	5
	F	1	1
Impiegati	M	88	84
	F	348	331
Operai	M	76	65
	F	95	94
<b>Totale</b>		<b>614</b>	<b>580</b>

Con riferimento al personale in forza si segnala che:

- non sono previsti benefits ulteriori rispetto a quelli previsti dai contratti collettivi applicati;
- non sussiste un sistema di performance management.

## 4.2 Formazione e sviluppo

Relativamente alle iniziative di formazione e sviluppo professionale delle risorse, occorre distinguere tra quanto viene realizzato a livello corporate e quanto riservato invece al personale di negozio.

A livello corporate, prosegue l'impegno per incrementare la conoscenza della lingua inglese dei dipendenti con corsi individuali, collettivi e su competenze tecniche specifiche. È stato inoltre progettato ed erogato il percorso formativo a supporto dell'introduzione dei nuovi sistemi informatici e sono stati sviluppati corsi di carattere tecnico-operativo (es. sicurezza/ ambiente).

Le attività di formazione dedicate agli addetti dei punti vendita sono state finalizzate a potenziare le capacità di vendita, il lavoro di squadra e la motivazione dei team attraverso un'attività esperienziale e pratica. La formazione ha anche avuto l'obiettivo di attivare e migliorare le competenze gestionali degli area manager.

Le iniziative formative realizzate nel corso del 2017 - sviluppate solo in Italia e strutturate in attività d'aula e training on the job - hanno previsto l'erogazione di 535 ore e di 54 corsi, con un investimento pari a 41.300 euro. L'aumento significativo delle ore erogate rispetto allo scorso anno ha interessato in particolar modo la categoria degli impiegati.

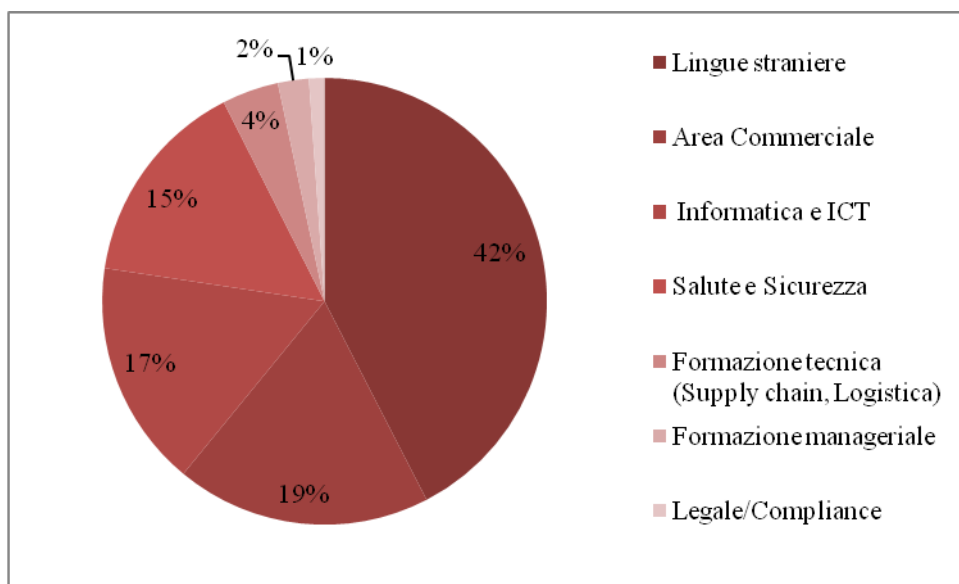
**Ore di formazione totali per genere**

	2016	2017
Uomini	49	181
Donne	63	354
<b>Totale</b>	<b>112</b>	<b>535</b>

**Ore di formazione totali per qualifica**

	2016	2017
Dirigenti	3	5
Quadri	6	5
Impiegati	58	369
Operai	45	156
<b>Totale</b>	<b>112</b>	<b>535</b>

### Ore di formazione 2017 per tipologia corsi



### 4.3 Salute e sicurezza sul lavoro

Il Gruppo Zucchi si impegna ad assicurare un ambiente di lavoro salutare, sicuro per i lavoratori e per chiunque sia presente nei siti aziendali, a identificare e valutare i rischi in termini di salute e sicurezza connessi alle proprie attività nonché a implementare azioni di miglioramento per la gestione degli aspetti riguardanti la salute e la sicurezza dei lavoratori. Tutti questi elementi vengono garantiti approfondendo, oltre alla normativa vigente, indicazioni specifiche presenti a livello nazionale.

In ottemperanza agli obblighi previsti dalla normativa e al fine di prevenire incidenti, danni alla salute e altre cause di pericolo, le iniziative messe in campo dall'azienda sono molteplici, tra cui:

- monitoraggio sul corretto funzionamento di impianti e macchine, per verificarne idoneità e sicurezza;
  - verifica che gli adempimenti previsti dalle norme applicabili siano stati assolti, in coerenza anche con il Modello Organizzativo e i protocolli specifici 231;
  - definizione di un piano di gestione per le varie tipologie di emergenze (incendio, terremoto, etc.);
  - elaborazione di un piano di sorveglianza sanitaria per ciascun dipendente;
  - formazione e informazione per tutti i dipendenti in materia di salute e sicurezza e istruzioni specifiche sullo svolgimento delle diverse mansioni;
  - monitoraggio costante degli infortuni;
  - adozione di adeguati dispositivi di protezione individuale;
- prove di evacuazione, emergenza per testare la tempestività di intervento e la conoscenza delle procedure di prevenzione degli incidenti.

Nel corso dell'esercizio 2017 sono state erogate numero 18 ore di addestramenti on the job per l'area della logistica. Nell'anno 2018 verranno prestate ore di formazione per gli addetti dei punti vendita.

Anche nel 2017 non si è verificato nessun infortunio mortale e si osserva un basso livello di infortuni sul lavoro.

In linea con il 2016 tutti gli infortuni registrati nel 2017 sono avvenuti in Italia, e per il 70% hanno riguardato personale femminile.

### **Indici infortunistici**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Infortuni totali	4	10
Indice di frequenza	5,9	15,8
Giorni di assenza per infortuni	42	314
Pratiche di malattia professionale	0	0
Incidenti mortali	0	0

## **4.4 Relazioni industriali**

Il Gruppo Zucchi aderisce all'associazione industriale di categoria Sistema Moda Italia assumendo i modelli di relazioni industriali di volta in volta definiti tra la rappresentanza degli imprenditori (Confindustria) e le principali Organizzazioni Sindacali Nazionali in rappresentanza dei lavoratori.

In tale ottica, al fine di conseguire gli obiettivi di impresa in accordo con l'osservanza del principio di valorizzazione e di crescita dei propri collaboratori, il Gruppo Zucchi ha costituito al proprio interno una specifica "Direzione del Personale" cui affidare il compito di mantenere e sviluppare nel tempo corrette relazioni con tutti i soggetti coinvolti nel sistema di relazioni industriali: organizzazioni sindacali, rappresentanti dei lavoratori, associazioni imprenditoriali, enti ed istituti pubblici deputati alla trattazione delle problematiche del lavoro.

Il Gruppo Zucchi è impegnato ad osservare le norme e le disposizioni finalizzate regolare i rapporti di lavoro applicando in ogni sua parte il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per gli addetti all'Industria Tessile-Abbigliamento-Moda e, al personale con qualifica dirigenziale, il Contratto Collettivo dei Dirigenti di Aziende Industriali.

Presso le unità Zucchi di Rescaldina, Cuggiono e Punti vendita della Città di Milano sono regolarmente costituite le RSU – Rappresentanze Sindacali Unitarie dei lavoratori le quali, supportate dalle organizzazioni

sindacali territoriali di categoria FEMCA-CISL, FILCTEM-CGIL e UILTEC-UIL, sono i soggetti che insieme alla Direzione del Personale animano il sistema di relazioni industriali della Società. Tali organismi si riuniscono quando necessario in sessioni di consultazione e negoziazione relativamente alle materie previste dal CCNL ivi inclusa la definizione degli accordi collettivi di II livello (contrattazione integrativa aziendale).

La contrattazione di secondo livello (contrattazione aziendale) interviene per disciplinare tutte le materie normative demandata dal CCNL, con le modalità e nei limiti definiti dal medesimo contratto nazionale.

La contrattazione di secondo livello attualmente vigente all'interno del Gruppo ha disciplinato nel corso degli anni oltre ad aspetti normativi del rapporto di lavoro anche istituti retributivi aggiuntivi a quelli previsti dal livello nazionale con riferimento ai premi variabili connessi a parametri di produttività, qualità e redditività. Tali istituti hanno assunto la denominazione di PREMIO AZIENDALE DI PRODUTTIVITA' introdotto nel 1989 e PREMIO AZIENDALE DI REDDITIVITA' introdotto nel 1996 e loro successivi aggiornamenti.

Per quanto riguarda il periodo di preavviso fornito ai dipendenti prima dell'attuazione di importanti cambiamenti organizzativi, ogni società fa riferimento alla normativa applicabile e alla contrattazione collettiva nazionale, ove prevista.

In Italia sono previsti periodi di preavviso specifici per i diversi livelli contrattuali e in funzione dell'anzianità di lavoro in azienda, secondo quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale (CCNL) applicabile per le diverse casistiche (trasferimento della proprietà dell'azienda, trasferimento di sede di lavoro, cessazione del contratto a tempo indeterminato da parte del datore di lavoro, etc.).

Gli spostamenti di reparto o di posto di lavoro, la modifica degli orari di lavoro, per esigenze tecniche-produttive, nonché per un migliore utilizzo degli organici e degli impianti, vengono realizzati dall'azienda nel rispetto delle disposizioni legislative e contrattuali.

## **I principali interventi del 2017**

Per tutto l'esercizio 2017, la Società ha beneficiato degli effetti del contratto di solidarietà, sottoscritto con le OO.SS. delle Unità di Rescaldina, Cuggiono e Punti Vendita Milano con estensione a tutti i Punti Vendita della Società sul territorio nazionale. Il contratto, sottoscritto in data 29 giugno 2016, ha la finalità di evitare il ricorso ad interventi di tipo espulsivo del personale dichiarato in esubero e contenere il più possibile gli aspetti negativi sul piano occupazionale. È stato individuato il ricorso a detto strumento per la durata di mesi 24 a decorrere dal 1 settembre 2016 con termine 31 agosto 2018 e, pertanto, a decorrere dalla data del primo

settembre 2016 ha trovato applicazione il Contratto di Solidarietà per i dipendenti della Vincenzo Zucchi S.p.A..

La contrazione dell'orario contrattuale di lavoro interessa quasi tutti i dipendenti i quali subiscono e subiranno una riduzione dell'orario di lavoro non eccedente il 60% come media individuale settimanale o mensile secondo gli schemi esplicitati nell'accordo stesso.

Con le organizzazioni sindacali si è altresì definito di ricorrere alla procedura di mobilità volontaria al fine di consentire una riduzione del personale in forza.

È stato altresì definito un protocollo di accordo il quale prevede che, nel caso in cui, al termine del periodo di durata del Contratto di Solidarietà, dovessero residuare lavoratori in esubero con riferimento al numero dichiarato nello stesso nelle diverse aree, tali esuberi saranno affrontati attraverso la trasformazione dei rapporti di lavoro da tempo pieno a tempo parziale, laddove ciò risultasse attuabile dal punto di vista organizzativo; la verifica della possibilità di trasferimenti su territorio nazionale; la verifica della disponibilità al trasferimento.

Qualora non dovessero risultare sufficienti le azioni di cui sopra al fine di raggiungere strutturalmente la riduzione del costo del lavoro preventivata fino a concorrenza del numero degli esuberi evidenziati nel Contratto di Solidarietà, prima di procedere all'apertura della procedura di licenziamento collettivo, le parti concorderanno la riduzione degli istituti retributivi collettivi denominati premio di produzione, pap (premio aziendale di produttività) e parte collettiva del superminimo con effetto a far data dal giorno successivo al termine del Contratto di Solidarietà per tutti gli addetti in forza alla Società.

Le parti si impegnano nel contempo a concludere un accordo che riporti il valore risultante dalla somma degli istituti retributivi di cui sopra da una dimensione fissa (o parzialmente variabile) ad una totalmente variabile in funzione di obiettivi coerenti con quelli del piano industriale.

Qualora anche tale ultima misura non dovesse risultare idonea al raggiungimento dell'obiettivo di riduzione del costo del personale equivalente all'esubero come quantificato nel contratto di solidarietà, la Vincenzo Zucchi S.p.A. darà corso alla procedura di licenziamento collettivo fino a concorrenza della riduzione costi prospettata.

Per la gestione del Contratto di Solidarietà le Parti hanno anche definito una sistema stringente di incontri mensili a livello di unità locale finalizzati all'informazione e alla consultazione tra le Parti per determinare di volta in volta il corretto bilanciamento del personale con riferimento alle concrete esigenze di produzione/ servizio e riduzione del costo del lavoro.



In aggiunta alla stipula del Contratto di Solidarietà, con effetto sugli anni 2016/2017/2018, è stato condiviso con le Parti Sociali un ulteriore programma volto a ridurre nel tempo il numero degli esuberanti. Tale programma è basato sulla disponibilità aziendale a erogare una indennità economica a fronte dell'accettazione del licenziamento individuale.

In tal senso sono stati definiti due accordi sindacali che hanno permesso di conseguire i seguenti risultati:

- accordo del luglio 2016, la cui operatività si è esaurita il 10 gennaio 2017 che ha consentito la risoluzione di n. 50 posizioni di lavoro;
- accordo del novembre 2017 la cui operatività è in corso e si esaurirà il prossimo 31 marzo 2018 che ha sin qui consentito la risoluzione di n. 20 posizioni di lavoro.

Da ultimo, sempre nel corso del 2017, il dispiegarsi delle relazioni industriali tra la Direzione del Gruppo Zucchi e le OO.SS. a livello del territorio nazionale ha permesso di affrontare congiuntamente alcune peculiari situazioni di cessazione di attività di punti vendita, non altrimenti prevedibili, dislocati presso centri commerciali sul territorio nazionale:

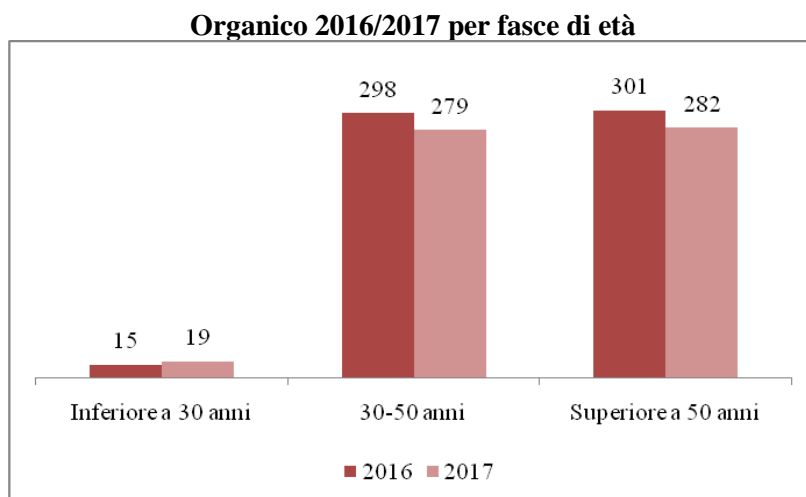
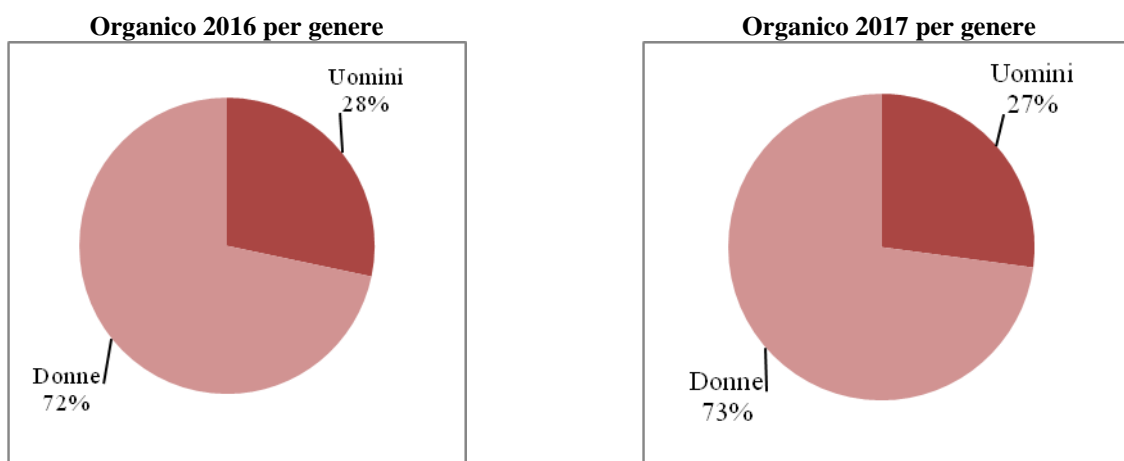
- ALBIGNASEGO (PD): n 2 addetti a Tempo Indeterminato – risoluzione consensuale incentivata del rapporto di lavoro per tutti i dipendenti;
- MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA (PV): n 3 addetti a Tempo Indeterminato – risoluzione consensuale incentivata del rapporto di lavoro per tutti i dipendenti;
- SERRAVALLE SCRIVIA (AL): n 5 addetti a Tempo Indeterminato – erogazione di indennità economica a fronte dell'accettazione del licenziamento da parte di tutti i dipendenti;
- CASTELROMANO (Roma): n 3 addetti a Tempo Indeterminato – trasferimento punto vendita e personale in altra location in Castelromano
- FIRENZE GAVINANA (FI): n. 4 addetti a Tempo Indeterminato – trasferimento punto vendita e personale in altra location (Lastra a Signa).

#### **4.5 Diversità e Pari opportunità**

Il Gruppo Zucchi riconosce il valore delle persone e si impegna a offrire pari opportunità di lavoro e un trattamento equo per tutti, indipendentemente da etnia, nazionalità, opinioni politiche, religione, sesso, età, diversa abilità, orientamento sessuale, condizioni personali o sociali.

Il Gruppo contrasta ogni forma di discriminazione o di limitazione delle occasioni di crescita professionale o umana, favorendo la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo dove tutti possano esprimere al meglio le proprie potenzialità.

Tale impegno nasce anche da una constatazione importante: in linea con l'andamento del settore tessile, la presenza femminile si attesta nel 2017 al 73% dell'organico, ciò richiedendo un'attenzione particolare alla gestione della diversità di genere e generazionale.



#### Composizione del Consiglio di Amministrazione di Vincenzo Zucchi S.p.A.

	2016	2017
Uomini	62%	62%
Donne	38%	38%
Tra i 30 e i 50 anni	37,5%	50%
Oltre i 50 anni	62,5%	50%

Il Gruppo è rispettoso della normativa vigente per quanto attiene l'inserimento e l'integrazione lavorativa di personale appartenente alle categorie protette. Nel 2017 risultano inserite 13 persone appartenenti alle categorie protette (erano 14 nel 2016).

Si riporta di seguito l'indicatore del rapporto tra la retribuzione media annua lorda corrisposta a dipendenti di sesso maschile rispetto a quella riconosciuta a dipendenti di sesso femminile; l'indicatore è suddiviso per categorie ed è stato determinato con riferimento al perimetro della sola Vincenzo Zucchi S.p.A.:

	2017
Dirigenti	1,16
Impiegati	1,62
Operai	1,22
Quadri	0,85
Totale	1,58

## CAPITOLO 5. DIRITTI UMANI E CATENA DI FORNITURA

Il ruolo che le imprese svolgono all'interno dell'attuale quadro socioeconomico riflette la loro responsabilità nei confronti dei consumatori e della collettività in generale. Questa responsabilità è legata non solo alla sicurezza o alla qualità dei prodotti offerti ma nel tempo si è estesa alla salvaguardia e alla promozione di principi quali equità, trasparenza e sostenibilità della catena di fornitura.

Oggi operare in un mercato globale in cui sussiste una grande disomogeneità in termini di sviluppo economico, diritti umani, condizioni lavorative e tutela legale implica, dunque, il dovere di promuovere e garantire condizioni, seppur minime, riconosciute in modo uniforme.

Il futuro di Zucchi quale Gruppo competitivo e sostenibile del settore tessile è legato alla capacità di mantenere una relazione di fiducia con i consumatori, fiducia connessa all'eccellenza e alla qualità dei prodotti così come al rispetto dei principi etici nello svolgimento dell'attività e all'interno della catena di approvvigionamento.

### 5.1 Tutela dei diritti umani

Come indicato nel Codice etico il Gruppo Zucchi sostiene e rispetta i diritti umani in conformità con la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU.

Il Gruppo opera nel rispetto delle leggi in materia di sicurezza ed igiene del lavoro stabilite dalle normative nazionali e/o regionali vigenti nei singoli paesi.

L'azienda adotta un approccio che va oltre i propri confini "legali" e che include la propria catena di fornitura, nella consapevolezza che un'impresa possa essere coinvolta in abusi sui diritti umani non solo quando ne è causa diretta, ma anche quando vi contribuisce o ne è complice in maniera indiretta.

Il Gruppo Zucchi gestisce infatti operazioni e collabora con fornitori attivi in paesi in cui possono verificarsi gravi violazioni dei diritti umani, per questo si impegna ad adottare politiche e norme che vadano oltre le responsabilità legali e formali e promuovano una responsabilità condivisa, attraverso un approccio di partnership volto a creare valore condiviso.

Con riferimento alle attività aziendali, si evidenzia che nelle sedi/stabilimenti e nei punti vendita non è ammesso lavoro minorile e non si sono mai verificati casi di lavoro forzato. Ai dipendenti è garantito un

orario di lavoro come previsto da contratto nazionale; il lavoro effettuato in straordinario è regolarmente retribuito e i lavoratori aderiscono su base volontaria alle prestazioni di lavoro straordinario.

Con riferimento alle attività esternalizzate, il Gruppo nella gestione delle relazioni con i fornitori si attiene alle norme di legge, ai principi del Codice etico, al Codice di condotta dei fornitori e agisce in coerenza con i protocolli specifici del Modello 231.

Nel 2017 non si registrano segnalazioni relative a pratiche discriminatorie e/o mancato rispetto dei diritti umani.

In Italia e negli altri paesi europei l'azienda non ha ad oggi implementato una due diligence interna sui diritti umani né ha organizzato corsi di formazione specifici sui diritti umani nel corso del 2017.

## **5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili**

Zucchi impronta i propri processi di acquisto su comportamenti contrattuali orientati a reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione

Nella relazione con i fornitori l'azienda si impegna ad attuare pratiche corrette, tempestive e trasparenti nello scambio di informazioni e nella gestione delle relazioni di business, ricercando professionalità e impegno nella condivisione dei principi e valori espressi nel Codice Etico aziendale così come nel Codice di condotta dei fornitori.

Nei rapporti di approvvigionamento di materie prime, beni e/o servizi il Gruppo:

- rispetta le procedure interne<sup>4</sup> per la selezione e la gestione dei fornitori senza precludere ad alcun soggetto in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere;
- adotta nella selezione criteri di valutazione oggettivi secondo modalità dichiarate e trasparenti;
- valuta periodicamente fornitori in grado di assicurare costantemente il soddisfacimento dei requisiti e delle esigenze dei clienti/consumatori;
- comunica e condivide i valori ed i principi etici anche mediante richiami specifici nei documenti contrattuali.

All'interno degli accordi e dei contratti commerciali sono previste specifiche clausole relative ai diritti umani e ad aspetti riguardanti il lavoro, come descritto in maniera più dettagliata nel paragrafo seguente.

---

<sup>4</sup> Zucchi Group Sourcing Development Manual, Procedura Documenti Fornitori, Supplier Evaluation Form (Quality Systems)

Il Gruppo richiede la certificazione Oeko-tex ai fornitori di prodotti finiti o ai fornitori che svolgono lavorazioni di tintoria, stampa e/o finissaggio. Il marchio Oeko-tex Standard 100 consente di garantire che i prodotti tessili ed i loro accessori non contengano o rilascino sostanze nocive per la salute dell'uomo e dell'ambiente.

### 5.3 Selezione dei fornitori

Nella fase di selezione e qualifica il rapporto con i fornitori si articola su principi e criteri di qualità, competitività e trasparenza, nonché sul rispetto di principi sociali ed etici. Infatti, il Gruppo Zucchi richiede a tutti i propri fornitori di impegnarsi direttamente e indirettamente per i dipendenti, collaboratori ed eventuali contrattisti autorizzati, e a osservare i principi etici e comportamentali di uno specifico Codice di condotta.

Il Codice di condotta dei fornitori è stato predisposto con lo scopo di rendere sempre più stringente l'impegno sul fronte della sostenibilità in tutta la catena di fornitura, e rappresenta una vera e propria clausola contrattuale che raccoglie al proprio interno tutti gli standard ai quali l'azienda intende adempiere. In particolare si concentra su:

- l'impegno per la promozione e il rispetto delle condizioni di salute e sicurezza sul luogo di lavoro;
- il rispetto del divieto di lavoro forzato e di sfruttamento dei minori;
- le libertà sindacali di associazione e contrattazione collettiva;
- la non discriminazione e l'attuazione di pratiche disciplinari;
- l'orario di lavoro e le pratiche remunerative.

L'approccio del Gruppo Zucchi è quello di mantenere proficui rapporti di collaborazione con quei fornitori che rispettano il Codice di condotta e le normative sottese ad esso.

L'attività di controllo sui fornitori di prodotti finiti tessili e tessuti prevede verifiche iniziali (in sede di selezione del fornitore) sul rispetto degli standard di qualità dei prodotti, con approfondimenti anche su aspetti sociali e ambientali (es. certificazioni possedute, procedure attivate, etc.).

Nell'ultimo triennio essendo il gruppo stato impegnato nell'attività di *turnaround* le attività di verifica sui fornitori successive alla selezione iniziale non sono state condotte.

Nell'ultimo triennio, a seguito del processo di revisione e ottimizzazione della catena di fornitura, non sono state fatte valutazioni di nuovi fornitori, ma sono stati condotti, in sede di controllo qualità dei prodotti, verifiche finalizzate al rispetto degli standard qualitativi di prodotto sui fornitori già presenti in anagrafica.

## CAPITOLO 6. ASPETTI AMBIENTALI

Si precisa che l'attività oggi condotta dal Gruppo non contempla, al proprio interno, un processo produttivo che determini scarti derivanti da sostanze chimiche inquinanti e pericolose. Il processo produttivo è caratterizzato da una quasi completa esternalizzazione dello stesso. Il Gruppo affida in larga misura la realizzazione dei propri prodotti a produttori terzi, localizzati in Italia, ed in altri paesi europei ed extra-europei.

Il Gruppo opera nel rispetto delle normative di tutela ambientale del settore stabilite dalle leggi nazionali e/o regionali vigenti, con particolare riferimento a quelle riguardanti lo smaltimento di rifiuti speciali.

Per quanto concerne gli aspetti trattati nel presente capitolo, si precisa che non si sono verificati incidenti o episodi che abbiano comportato perdite economiche o impatti negativi in generale.

Ad oggi non è presente una specifica policy ambientale tuttavia vengono messe in atto iniziative che consentono di conseguire e mantenere un profilo di rispetto delle normative nei paesi di operatività.

In particolare, il Gruppo richiede la certificazione Oeko-tex ai fornitori di prodotti finiti o ai fornitori che svolgono lavorazioni di tintoria, stampa e/o finissaggio. Lo standard Oeko-tex prevede, tra l'altro, il rispetto del regolamento "Reach" allegato XVIII "Restrizioni in materia di fabbricazione, immissione sul mercato e uso di talune sostanze, preparati e articoli pericolosi" per la salute umana e l'ambiente.

Nel predisporre la presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, il Gruppo ha individuato come temi rilevanti e come ambiti prioritari di impatto e di rendicontazione i consumi energetici e l'uso efficiente dell'energia, le emissioni e la gestione attenta e responsabile dei rifiuti.

Il perimetro della presente rendicontazione in tema ambientale si riferisce alla capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A., i cui punti vendita a canale diretto rappresentano l'85% della metratura degli spazi vendita diretti del Gruppo. Non sono quindi riportati dati relativi ai canali indiretti di vendita né alla GDO.

### 6.1 Energia

Il contributo di Zucchi alla lotta contro il cambiamento climatico si concretizza con l'implementazione di iniziative di riduzione dei consumi energetici e di conseguenza delle emissioni di gas climalteranti, legate alle sedi, agli stabilimenti e ai punti vendita diretti. Attraverso le iniziative di seguito descritte, l'azienda conta di ottenere nei prossimi anni significativi benefici in termini di risparmio energetico e di abbattimento delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

I consumi energetici del Gruppo Zucchi si riferiscono in particolare a:

- energia elettrica per il funzionamento dei sistemi di illuminazione di sedi, magazzini e punti vendita, nonché per gli apparati tecnologici e informatici (computer, stampanti, server, data center);
- gas metano per il funzionamento degli impianti termici installati negli edifici aziendali;
- carburante.

I consumi di energia elettrica – che comprendono i siti di produzione di Cuggiono, Rescaldina e Casorezzo e i punti vendita diretti - sono pari nel 2017 a complessivi 3.967.801 kWh e per circa il 60% si tratta di consumi per l'illuminazione degli ambienti.

Si evidenzia che tutta l'energia acquistata e consumata nel 2017 proviene da fonti rinnovabili al 100%.

Consumi elettricità	Unità di misura	2017	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	kWh	2.133.691	283	7.539
Punti vendita diretti	kWh	1.834.110	229	8.009
<b>Totale elettricità</b>	kWh	<b>3.967.801</b>	<b>512</b>	<b>7.750</b>

Consumi gas naturale	Unità di misura	2017	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	m <sup>3</sup>	434.421	283	1.535
Punti vendita diretti	m <sup>3</sup>	11.219	229	49
<b>Totale gas naturale</b>	m <sup>3</sup>	<b>445.640</b>	<b>512</b>	<b>870</b>

Consumi gasolio	Unità di misura	2017	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Consumo carburante per attività di logistica e spostamento personale commerciale e addetto industriale	Lt.	68.804	512	134
<b>Consumo gasolio</b>	Lt.	<b>68.804</b>	<b>512</b>	<b>134</b>

Consumi energetici totali	Unità di misura <sup>5</sup>	2017
Elettricità	GJ	14.284
Gas naturale	GJ	17.384
Gasolio	GJ	2.477
<b>Totale consumi energetici</b>	GJ	<b>34.145</b>

<sup>5</sup> In base alle indicazioni delle Linee Guida GRI è stato riportato il consumo totale di energia in joule o suoi multipli nelle equivalenze 1 kWh = 0,0036 Gigajoule (GJ); 1.000 metri cubi = 39,01 Gigajoule (GJ).



I dati di cui sopra derivano da una misurazione puntuale attraverso le evidenze della fatturazione e beneficiano delle riduzioni intervenute rispetto all'esercizio 2016 per effetto della chiusura dei punti vendita intervenuta nel rispetto del piano di cui all'accordo sottoscritto con le banche finanziatrici.

I consumi energetici riferiti ai punti vendita diretti sono stati calcolati su circa l'85% dei mq. totali della superficie di vendita. Non sono invece oggetto di reporting i punti vendita indiretti.

In base alle indicazioni delle Linee Guida GRI è stato riportato il consumo totale di energia in joule o suoi multipli nelle equivalenze 1 kWh = 0,0036 Gigajoule (GJ); 1.000 metri cubi = 39,01 Gigajoule (GJ); 1 litro = 0,036 Gigajoule (GJ).

### **Efficienza energetica e riduzione dei consumi**

Negli ultimi anni il Gruppo ha intrapreso una politica di riduzione dei consumi energetici a partire dai punti vendita attraverso la sostituzione dei corpi illuminanti nei negozi oggetto di restyling.

Nel 2016 e 2017 sono stati effettuati cinque interventi di sostituzione dei corpi illuminanti tradizionali con corpi illuminanti a LED; si è ottenuto da subito un risparmio medio mensile del 40% -50% del consumo di energia elettrica. Sulla base degli apprezzabili risultati ottenuti si proseguirà nel progetto di sostituzione delle lampade in occasione degli interventi di manutenzione e trasferimento dei punti vendita diretti di volta in volta deliberati.

La sostituzione dei corpi illuminanti tradizionali con quelli a LED, una volta completati i progressivi interventi di manutenzione e di trasferimento, ove richiesto, di tutti i punti vendita diretti oggi esistenti, che potrebbe avvenire in un arco temporale di cinque anni, comporterebbe:

- consumo medio annuo energia elettrica dopo l'intervento di sostituzione dei corpi illuminanti: 1.080.000 kWh
- Risparmio annuo pari a: 720.000 kWh – (40%)
- Benefici ambientali
- Risparmio petrolio annuo: 180 TEP
- Riduzione CO<sub>2</sub> : 288.000 kg CO<sub>2</sub>
- Alberi equivalenti: 25.920

Un elemento chiave del processo di miglioramento è la responsabilizzazione e la ricerca del coinvolgimento attivo dei dipendenti sia delle sedi sia dei punti vendita, attraverso la condivisione di buone pratiche e la formazione specifica in questo ambito.

## 6.2 Emissioni

Con la predisposizione della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario il Gruppo Zucchi ha avviato un processo di misurazione delle emissioni di CO<sub>2</sub><sup>6</sup> prodotte.

Per il 2017 sono state misurate le emissioni riconducibili all'utilizzo di combustibili fossili per il riscaldamento e per i mezzi aziendali (Scope I).

Di seguito sono riportate le emissioni dirette di CO<sub>2</sub> prodotte dalla Vincenzo Zucchi S.p.A. nel 2017.

Emissioni Scope I	Unità di misura	2017
Consumi di gas naturale siti produttivi/uffici	t CO <sub>2</sub>	841,039
Consumi di gas naturale punti vendita diretti	t CO <sub>2</sub>	21,72
Consumi di carburante per auto/mezzi aziendali (n. 16 mezzi: 2 camion, 3 furgoni, 11 vetture)	t CO <sub>2</sub>	182,331
Totale	t CO <sub>2</sub>	1.045,09

I consumi di gas naturale riguardano esclusivamente gli impianti di riscaldamento. Con riferimento ai consumi di carburante la percentuale è suddivisa nel seguente modo: il 57% circa è destinato agli spostamenti del personale, il restante 43% circa è utilizzato dagli automezzi per approvvigionamento e distribuzione merce.

Con riferimento al consumo di energia elettrica prodotta da terzi (Scope II) si evidenzia che la totalità dell'energia acquistata e utilizzata proviene da impianti idroelettrici (fonti rinnovabili).

Attualmente non sono ancora stati attivati specifici interventi o iniziative volti a ridurre la produzione di emissioni. La misurazione condotta nell'ambito di questo primo anno di rendicontazione consentirà al Gruppo di prendere consapevolezza del proprio impatto e di valutare le possibili misure di riduzione, contenimento e compensazione delle emissioni.

---

<sup>6</sup> Il Protocollo GHG sui Gas ad Effetto Serra classifica le emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra (GHG) in:

- Emissioni GHG Dirette
  - o Scope 1, derivanti da fonti di proprietà o controllate direttamente dall'azienda, come emissioni da combustione di caldaie, forni, veicoli aziendali, etc.;
- Emissioni GHG Indirette
  - o Scope 2, derivanti dal consumo di energia elettrica acquistata per l'illuminazione, il riscaldamento e il raffreddamento degli edifici;
  - o Scope 3, comprende tutte le altre emissioni indirette che sono una conseguenza delle attività aziendali, ma provengono da fonti non possedute o controllate dall'azienda (ad es. trasporto di combustibili acquistati, uso finale di prodotti e servizi venduti, mobilità del personale, viaggi di lavoro, etc.)

### 6.3 Gestione dei rifiuti

Nella gestione dei rifiuti prodotti dalle attività aziendali, il Gruppo Zucchi adotta un atteggiamento corretto e responsabile dal punto di vista etico e ambientale, in linea con le normative di settore (D.Lgs. 152/2006, TU Ambiente).

Il Gruppo Zucchi è impegnato nella riduzione della quantità di rifiuti generati attraverso l'ottimizzazione dei processi (attraverso, per esempio, la gestione degli scarti tessili, come di seguito illustrato), la progressiva adozione di più efficaci modalità gestionali per la razionalizzazione delle aree di deposito e attraverso la sensibilizzazione del personale.

A seguito della quasi completa esternalizzazione delle attività produttive, i rifiuti prodotti da Zucchi sono connessi alla quotidiana gestione delle attività, principalmente alla gestione delle attività intro-logistiche: si tratta per lo più di rifiuti generati da imballaggi di diverso materiale (carta e cartone, materiali misti, legno, plastica), materiale di consumo per gli uffici (toner), ferro e acciaio.

All'interno del Gruppo non sono definiti particolari processi di gestione, ma normali procedure di avvio al corretto smaltimento/riciclo dei materiali, secondo le norme di legge.

I rifiuti speciali sono gestiti, a norma di legge, attraverso anche le operazioni di carico e scarico degli appositi registri e formulari; tali rifiuti vengono consegnati a soggetti esterni all'uopo autorizzati dagli organi amministrativi per lo smaltimento/riciclo degli stessi, il tutto nel rispetto della normativa vigente.

I dati riportati nelle tabelle si riferiscono ai rifiuti prodotti nel 2017 dallo stabilimento di Cuggiono – sede dedicata alle attività di trapuntatura - e dalla sede centrale di Rescaldina – sede del magazzino e dove sono localizzati gli uffici - entrambi in provincia di Milano.

#### Rifiuti stabilimento Cuggiono (MI)

Tipologia	Unità di misura	2017
Imballaggi in carta e cartone	Kg	16.940
Imballaggi in plastica	Kg	620
Imballaggi in materiali misti	Kg	21.750
<b>Totale</b>	<b>Kg</b>	<b>39.310</b>

## Rifiuti sede Rescaldina (MI)

Rescaldina	Unità di misura	2017
Toner per stampa esauriti	Kg	265
Carta	Kg	126.680
Imballaggi in legno	Kg	33.910
Imballaggi in materiali misti	Kg	31.040
Ferro e acciaio	Kg	2.070
Altro	Kg	57
<b>Totale</b>	<b>Kg</b>	<b>194.022</b>

I suddetti valori derivano dagli appositi registri di carico e scarico dei rifiuti conservati a norma di legge.

Negli uffici di Rescaldina sono attive procedure di raccolta differenziata dei rifiuti con l'obiettivo di favorire un recupero ottimale dei rifiuti stessi e un contenimento dei costi di smaltimento.

Anche nei punti vendita a gestione diretta sono attive procedure di raccolta differenziata dei rifiuti conformemente a quanto disposto dal regolamento locale e del centro commerciale, con il medesimo obiettivo di cui sopra.

Attualmente il Gruppo non gestisce direttamente la raccolta dei rifiuti nei punti vendita, dove la stessa è effettuata da aziende municipalizzate o prevede una gestione in parte privata in parte pubblica; di conseguenza l'azienda non dispone di dati completi e verificati. L'obiettivo che il Gruppo intende perseguire è avviare un graduale processo di raccolta e monitoraggio dei dati anche relativamente ai negozi.

Ad oggi non è presente una specifica policy ambientale tuttavia vengono messe in atto iniziative che consentono di conseguire e mantenere un profilo di rispetto delle normative nei paesi di operatività.

### **Scarto tessile: risorsa e nuova opportunità**

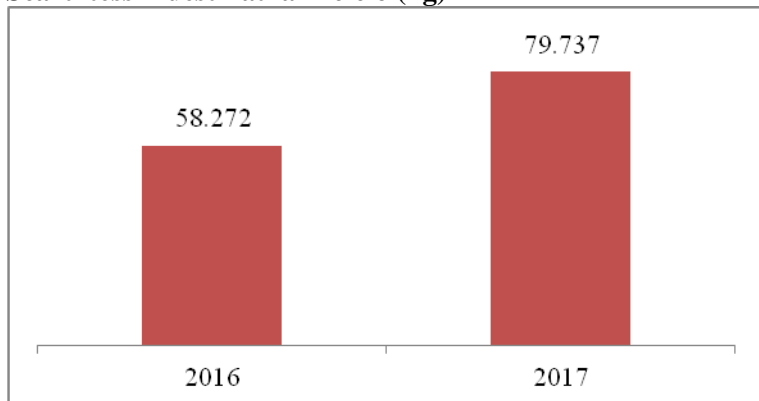
L'attuale struttura aziendale non contempla processi produttivi che determinano rifiuti inquinanti o pericolosi.

In una logica di sostenibilità ambientale ed economica, da alcuni anni il Gruppo Zucchi ha avviato la raccolta, finalizzata al riciclaggio, degli scarti di lavorazione - stracci e scampoli - allo scopo di valorizzarli destinandoli ad una filiera di recupero.

Gli scarti tessili del Gruppo, in buono stato e opportunamente trattati, possono in tal modo tornare a nuova vita, promuovendo percorsi economici nel segno del riciclo e del recupero che generano nel contempo importanti ricadute ambientali, come evitare lo smaltimento in discarica di quantità notevoli di rifiuto e sostituire la materia prima con materia prima seconda.

Nel 2017 il progetto ha consentito di destinare al riciclo circa 80 tonnellate di scarti, con un aumento del 36,8% rispetto al 2016.

#### **Scarti tessili destinati al riciclo (kg)**



#### **Amianto**

Nei siti di proprietà della Vincenzo Zucchi S.p.A. ubicati in provincia di Milano sono presenti dei manufatti di amianto in matrice compatta e friabile e precisamente:

##### Sito di Rescaldina:

- coperture in cemento amianto della superficie di 5.125 mq
- controsoffitto reparto ricevimento contenente amianto della superficie di 2.100 mq
- rivestimento di tubazioni pari a circa 1.000 ml

##### Sito di Cuggiono:

- coperture in cemento amianto superficie di 8.200 mq

##### Sito di Casorezzo:

- coperture in cemento amianto superficie di 10.100 mq.

Per tutti i siti è stato messo a punto il censimento e periodicamente vengono eseguiti i controlli del livello delle fibre aerodisperse; in particolare per quanto riguarda il reparto ricevimento di Rescaldina, che presenta anche alcuni particolari con amianto di matrice friabile, viene effettuato un monitoraggio trimestrale.

Nel 2017 la Vincenzo Zucchi S.p.A. ha richiesto preventivo per la definizione delle attività e dei relativi costi contattando n. 5 aziende specializzate e autorizzate alla rimozione dell'amianto e allo smaltimento.

La politica della Vincenzo Zucchi S.p.A. è quella di affidare a breve alla ditta selezionata un incarico che prevede la totale rimozione dell'amianto entro tre anni a partire dalle situazioni più a rischio compatibilmente agli impegni contenuti nell'accordo di ristrutturazione, tra cui la vendita di alcuni dei suddetti immobili.

I lavori di bonifica saranno eseguiti sotto il controllo delle ATS territoriale e nel rispetto della normativa vigente al fine di tutelare la salute delle persone presenti nei siti.

## CAPITOLO 7. ASPETTI SOCIALI

### 7.1 Relazioni con i consumatori e responsabilità di prodotto

Costruire una relazione con il consumatore sempre più duratura e capace di generare valore nel medio-lungo termine è tra gli obiettivi principali del Gruppo Zucchi.

In linea con questo obiettivo, nel 2017 il Gruppo ha perseguito una strategia di marketing attraverso campagne pubblicitarie e attività promozionale coerenti con i messaggi veicolati dalle collezioni dei due diversi brand, Zucchi e Bassetti, e al contempo aderenti ai valori dell’Azienda.

Il Gruppo Zucchi riconosce quale impegno prioritario la responsabilità verso i propri clienti, uniformando i propri comportamenti a correttezza negoziale, trasparenza nei rapporti e negli impegni contrattuali, cortesia e collaborazione, nella logica della centralità del cliente e nel pieno rispetto dei principi stabiliti dalle procedure aziendali. Importanti strumenti adottati dal personale attivo nei punti vendita diretti per promuovere tale impegno sono:

- l’adozione del Vademecum “Regole e comportamenti nei rapporti di vendita” realizzato da Federazione Moda Italia con il contributo del Comune di Milano e della Regione Lombardia, che fornisce indicazioni per favorire corrette e trasparenti prassi commerciali;
- l’adozione di un Modello di comportamento per il personale impiegato nei punti vendita, per far sì che i rapporti commerciali siano improntati a criteri di trasparenza e professionalità.

Si dichiara che non sono stati rilevati episodi di violazioni delle norme applicabili riguardanti le attività di comunicazione e marketing dei prodotti.

#### **Qualità e sicurezza dei prodotti**

L’attenzione per la qualità e la sicurezza è prioritaria in ogni fase del processo operativo e prevede sistemi di verifica e controllo lungo il processo, dalla progettazione fino alla commercializzazione sul punto vendita.

La stretta e continua relazione con i fornitori lungo tutte le fasi di sviluppo e produzione garantisce la rispondenza dei prodotti agli *standard* stilistici e qualitativi del Gruppo. Questo è reso possibile anche in virtù dell’adozione di precise politiche di selezione dei fornitori e di governo delle relazioni e dei processi all’interno della *supply-chain*.

In merito alla selezione dei fornitori si rinvia a quanto già descritto al capitolo 5.

La gestione dei fornitori certificati è poi orientata alla costruzione, nell'ambito di precisi obiettivi e vincoli di costo, di un rapporto continuativo e di collaborazione che consente di impostare e gestire a stretto contatto con i fornitori tutte le fasi del processo. Opportuna attenzione viene posta al controllo qualità, che viene effettuato nelle diverse fasi del processo produttivo così come sul prodotto finito, al fine di garantire la conformità del risultato finale, minimizzando nel contempo scarti e seconde scelte.

Il controllo del processo e della qualità, così come quello relativo alla non tossicità dei prodotti, viene effettuato da personale interno con il supporto di organizzazioni e laboratori localizzati nei paesi di produzione.

Nel triennio 2015-2017 non sono stati registrati casi di non conformità rispetto alla sicurezza dei prodotti.

### **Etichettatura**

Nel settore tessile, tutelare il consumatore significa innanzitutto fornire una corretta informazione tramite l'etichettatura dei prodotti. In tal senso il Gruppo garantisce la conformità al Regolamento UE 1007/2011 relativo alle denominazioni delle fibre tessili, all'etichettatura e al contrassegno della composizione fibrosa dei prodotti tessili.

Inoltre, per tutelare ulteriormente la salute dei consumatori l'azienda ha adottato la certificazione volontaria Oeko-Tex® secondo lo Standard 100 che garantisce che i prodotti certificati non contengono né rilasciano sostanze nocive per la salute dell'uomo.

I prodotti commercializzati dal Gruppo a marchio Bassetti e Zucchi sono certificati Oeko-Tex® con il marchio "Fiducia nel tessile" che rispetta i requisiti umano-ecologici attualmente in vigore e stabiliti dallo Standard 100, Appendice 4. Gli articoli certificati rispettano altresì i requisiti dell'Allegato XVII del REACH<sup>7</sup> (tra cui l'uso di coloranti azoici, rilascio di nichel, etc.) così come i requisiti della legislazione americana riguardanti il contenuto di piombo negli articoli per bambini.

Si dichiara che non sono stati rilevati episodi di violazioni delle norme applicabili riguardanti l'etichettatura e/o l'informativa di prodotti.

Si evidenzia che il Gruppo adotta una politica di trasparenza in relazione alla tracciabilità dei prodotti nonché delle sue fasi di produzione.

### **Tutela della privacy e dei dati**

---

<sup>7</sup> Regolamento (CE) n. 1907/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche ("regolamento REACH")



Il Gruppo promuove il proprio impegno nel proteggere la riservatezza dei dati attraverso la diffusione di una cultura interna in tema di privacy e protezione dei dati e definendo modalità e procedure per coloro che sono coinvolti nel trattamento di dati personali, con la finalità di prevenire i comportamenti in grado di danneggiare questa parte di patrimonio aziendale e garantire il rispetto degli adempimenti in materia di privacy e protezione dei dati.

Nell'ambito dell'aggiornamento periodico del Documento Programmatico sulla Sicurezza (DPS), l'azienda sviluppa una puntuale analisi dei rischi, individuando le misure idonee ad assicurare la sicurezza ed integrità dei sistemi informatici, dei processi e degli archivi aziendali, organizzati su supporto cartaceo o automatizzato.

L'azienda provvede anche al costante aggiornamento della modulistica e della documentazione presente sul portale informativo aziendale, per garantire la diffusione dell'evoluzione della normativa sulla privacy. La figura del Data Protection Officer è stata affidata, a partire dal 2012, ad un professionista esterno.

Un'importante evoluzione del quadro normativo di riferimento è rappresentata dalla pubblicazione del Regolamento UE n. 2016/679, il 4 maggio 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali (c.d. "General Data Protection Regulation" o GDPR), che diventerà efficace negli Stati membri a partire dal 25 maggio 2018.

Nel corso del 2017 l'azienda ha avviato l'implementazione delle azioni di adeguamento, principalmente attraverso la messa a regime del sistema informatico e la programmazione di corsi di aggiornamento rivolti al personale, al fine di realizzare i nuovi adempimenti e garantire la conformità dei trattamenti di dati personali entro il termine previsto di maggio 2018.

Nell'ultimo triennio non si sono verificati casi di reclami relativi a violazioni della privacy e perdita dei dati dei consumatori.

## **7.2 Relazioni con la comunità**

Il rafforzamento della leadership del Gruppo passa necessariamente attraverso la relazione responsabile con le comunità locali e i territori che ospitano sedi e punti vendita, fondata sulla fiducia e sul rispetto di valori condivisi.

L'azienda intende promuovere lo sviluppo sociale e culturale della collettività, costruendo rapporti corretti e collaborativi con i diversi interlocutori come enti, istituzioni, associazioni del terzo settore, etc.

In particolare, superando la pratica della sponsorizzazione occasionale, l'azienda ha deciso di dare vita ad un progetto continuativo e di ampio respiro, coerente con la propria storia e il forte radicamento sul territorio: la creazione della Zucchi Collection of Antique Handblocks, un importante progetto di valorizzazione del patrimonio artistico e culturale.

### **La Zucchi Collection of Antique Handblocks**

Testimonianza di tre secoli di cultura tessile europea, la Zucchi Collection of Antique Handblocks rappresenta la più grande raccolta esistente al mondo di blocchi per stampa a mano su tessuto. Il Gruppo Zucchi ha salvaguardato questo inestimabile patrimonio artistico evitandone la dispersione: 56.000 pezzi che raccontano in 12.000 disegni l'evoluzione del gusto e della cultura dell'ornamento in un arco temporale che va dal 1785 al 1935.

Nel 1997 la Zucchi Collection of Antique Handblocks ha ricevuto il 1° Premio Guggenheim Impresa & Cultura per il miglior progetto culturale sviluppato da un'impresa italiana. Il riconoscimento ha inteso premiare l'impegno dell'azienda nel dare vita ad un progetto di grande valore culturale e sociale, coerente con la missione aziendale e in grado di valorizzare il suo legame con il territorio e la sua comunità.

L'azienda ha infatti trasformato la più grande collezione al mondo di antichi stampi per tessuti in archivio e museo aperto al pubblico, convertendo in patrimonio culturale durevole la propria vocazione d'impresa. Gli stampi in legno e metallo, veri capolavori di abilità artigianale, sono stati catalogati e ordinati secondo criteri di stile. La visita alla collezione offre la possibilità di assistere a una dimostrazione di stampa a mano e di partecipare a laboratori per grandi e bambini.

Il lavoro di classificazione e di restauro degli antichi blocchi ha riportato alla luce un archivio della memoria decorativa che viene messo a disposizione di studiosi, stilisti, designer, studenti o semplici curiosi e rappresenta per l'azienda un bacino unico e prezioso d'ispirazione creativa, terreno fertile per la realizzazione di nuovi prodotti.

## TAVOLA DEI CONTENUTI GRI-G4

La tabella seguente permette di identificare la collocazione delle informazioni richieste dalle linee guida GRI G4 indicando la DMA, il codice corrispondente all'indicatore e il numero di pagina in cui è trattato l'argomento.

GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Omissione
<b>GENERAL STANDARD DISCLOSURES</b>			
<b>Strategia e Analisi</b>			
G4-2	Principali impatti, rischi e opportunità	16-21, 25-27	
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
G4-3	Nome dell'organizzazione	5	
G4-4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	9-11, 11-14	
G4-5	Ubicazione della sede principale	57	
G4-6	Paesi di operatività	6	
G4-8	Mercati serviti	6	
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	10	
G4-10	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	33-34	
G4-12	Descrizione dell'organizzazione della catena di fornitura	44-45	
G4-14	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	16-21, 28-30	
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	29-30, 54-55	
G4-16	Partecipazione ad associazioni di categoria	37	
<b>Temi materiali identificati e perimetro del report</b>			
G4-17	Elenco delle entità incluse nella Dichiarazione	2-3	
G4-18	Processo per la definizione dei contenuti	22	
G4-19	Aspetti materiali identificati	22	
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
G4-24	Stakeholder del Gruppo	25	
<b>Parametri del report</b>			
G4-28	Periodo di rendicontazione	2	
G4-30	Periodicità di rendicontazione	2	
G4-33	Attestazione esterna	4	
<b>Governance</b>			
G4-34	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i Comitati del più alto organo di governo	28-29	
G4-38	Composizione del più alto organo di governo	28-29	
G4-39	Indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo	28	
G4-40	Qualifiche degli amministratori	28-29	
<b>Etica e integrità</b>			
G4-56	Principi, valori e norme di condotta	29-30	
G4-57	Meccanismi interni ed esterni per fornire supporto in relazione agli aspetti connessi all'etica ed all'integrità	30-32	

GRI Standard	Disclosure	Numero pagina	Omissione
--------------	------------	---------------	-----------

**SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES**

**PERFORMANCE ECONOMICA**

**Performance economica**

G4-EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	8	
--------	--	---	--

**PERFORMANCE AMBIENTALE**

**Energia**

G4-DMA	Disclosure on management approach	46-47	
G4-EN3	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	47-48	
G4-EN5	Intensità energetica	47	
G4-EN6	Riduzione dei consumi energetici	48	

**Emissioni**

G4-DMA	Disclosure on management approach	46-49	
G4-EN15	Emissioni dirette di gas a effetto serra	49	
G4-EN16	Emissioni indirette di gas a effetto serra	49	

G4-EN19	Attività per la riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra	49	Attualmente non sono ancora stati attivati specifici interventi o iniziative volti a ridurre la produzione di emissioni. La misurazione condotta nell'ambito di questo primo anno di rendicontazione consentirà al Gruppo di prendere consapevolezza del proprio impatto e di valutare le possibili misure di riduzione, contenimento e compensazione delle emissioni.
---------	---	----	--

**Scarichi e rifiuti**

G4-DMA	Disclosure on management approach	46-50	
G4-EN23	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento	50-52	

**Trasporti**

G4-EN30	Impatti ambientali del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e gli spostamenti del personale	49	
---------	---	----	--

**Valutazione ambientale dei fornitori**

G4-DMA	Disclosure on management approach	20-21, 46	
G4-EN32	Percentuale di nuovi fornitori selezionati in base a criteri ambientali	46	Nell'ultimo triennio, a seguito del processo di revisione e ottimizzazione della catena di fornitura, non sono state fatte valutazioni di nuovi fornitori, ma sono stati condotti, in sede di controllo qualità dei prodotti, verifiche finalizzate al rispetto degli standard qualitativi di prodotto sui fornitori già presenti in anagrafica.

## PERFORMANCE SOCIALE

<b>Pratiche di lavoro</b>			
<b>Gestione delle relazioni industriali</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	33, 37-38	
G4-LA4	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	38	
<b>Gestione delle risorse umane</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	33, 36-37	
G4-LA6	Infortuni sul lavoro e malattie, giorni di lavoro persi, assenteismo e numero totale di decessi per distribuzione territoriale e genere	37	
<b>Formazione e sviluppo delle competenze</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	33, 35	
G4-LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per genere e categorie di lavoratori	35	
G4-LA10	Programmi per lo sviluppo delle competenze	35	
G4-LA11	Percentuale dipendenti valutati sulle performance e sullo sviluppo della carriera diviso per genere	33	Il Gruppo Zucchi al momento non ha adottato una prassi di sistematica valutazione delle performances dei propri dipendenti finalizzata alla loro remunerazione incentivante ovvero al loro avanzamento di carriera
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	33, 40	
G4-LA12	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	41	
<b>Equa remunerazione per donne e uomini</b>			
G4-LA13	Rapporto tra lo stipendio base e la remunerazione delle donne e quello degli uomini per categoria di dipendenti	42	
<b>Valutazione dei fornitori in merito alle pratiche di lavoro</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	44-45	
G4-LA14	Nuovi fornitori selezionati sulla base di criteri inerenti le condizioni lavorative del personale	45	Nell'ultimo triennio, a seguito del processo di revisione e ottimizzazione della catena di fornitura, non sono state fatte valutazioni di nuovi fornitori, ma sono stati condotti, in sede di controllo qualità dei prodotti, verifiche finalizzate al rispetto degli standard qualitativi di prodotto sui fornitori già presenti in anagrafica.
G4-LA15	Impatti negativi significativi, reali e potenziali, in materia di pratiche di lavoro all'interno della catena di fornitura e azioni intraprese per la loro gestione	20-21	
<b>Diritti umani</b>			
<b>Pratiche di investimento e approvvigionamento</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	43, 44-45	
G4-HR1	Accordi di investimento e contratti che includono clausole sui diritti umani	44	
G4-HR2	Ore totali di formazione dei dipendenti sui diritti umani e percentuale dei lavoratori formati	44	In Italia e negli altri paesi europei l'azienda non ha implementato una due diligence interna sui diritti umani, né ha organizzato

corsi di formazione specifici sui diritti umani nel corso del 2017.

<b>Non discriminazione</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	43	
G4-HR3	Episodi di discriminazione e azioni intraprese	44	
<b>Libertà di associazione</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	43	
G4-HR4	Attività e fornitori significativi in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi	45	
<b>Lavoro minorile</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	43	
G4-HR5	Operazioni aziendali e fornitori significativi ad elevato rischio di ricorso al lavoro minorile	44-45	
<b>Lavoro forzato</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	43	
G4-HR6	Operazioni aziendali e fornitori principali ad elevato rischio di ricorso a lavoro forzato	44	
<b>Valutazione dei diritti umani</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	43	
G4-HR9	Attività aziendali soggette ad analisi sui diritti umani e assessment degli impatti	44-45	In Italia e negli altri paesi europei l'azienda non ha implementato una due diligence interna sui diritti umani, né ha organizzato corsi di formazione specifici sui diritti umani nel corso del 2017.
<b>Valutazione dei fornitori sui diritti umani</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	20-21	
G4-HR10	Percentuale dei nuovi fornitori selezionati sulla base di criteri inerenti i diritti umani	45	Nell'ultimo triennio, a seguito del processo di revisione e ottimizzazione della catena di fornitura, non sono state fatte valutazioni di nuovi fornitori, ma sono stati condotti, in sede di controllo qualità dei prodotti, verifiche finalizzate al rispetto degli standard qualitativi di prodotto sui fornitori già presenti in anagrafica.
G4-HR11	Impatti negativi significativi, reali e potenziali, in materia di diritti umani all'interno della catena di fornitura e azioni intraprese per la loro gestione	20-21	

<b>GRI Standard</b>	<b>Disclosure</b>	<b>Numero pagina</b>	<b>Omissione</b>
<b>Società</b>			
<b>Comunità locali</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	56	
G4-SO1	Programmi di coinvolgimento della comunità locale	57	
<b>Anti-corruzione</b>			
G4-DMA	Disclosure on management approach	30-31	
G4-SO3	Business unit/aree di operatività analizzate rispetto ai rischi collegati alla corruzione	31	
G4-SO4	Comunicazione e formazione sulle	31	

	politiche e procedure anti-corruzione	
G4-SO5	Incidenti rilevati e azioni intraprese in risposta a casi di corruzione	32
<b>Responsabilità di prodotto</b>		
<b>Salute e sicurezza dei consumatori</b>		
G4-DMA	Disclosure on management approach	54-55
G4-PR1	Percentuale di prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento	55
G4-PR2	Casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita	55
<b>Etichettatura dei prodotti</b>		
G4-DMA	Disclosure on management approach	55
G4-PR3	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richieste dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	55
G4-PR4	Numero casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti/servizi	55
<b>Rispetto della privacy</b>		
G4-DMA	Disclosure on management approach	55-56
G4-PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori	56

## GRUPPO ZUCCHI

Via Legnano 24

20027 Rescaldina (MI)

T +39 0331448111

F +39 0331448500

Vincenzo Zucchi S.p.A.

Il Presidente e Amministratore Delegato

Joel David Benillouche

Rescaldina, 1 marzo 2018