

MAKING PROGRESS

SUSTAINABILITY REPORT 2022

● PRIMI PER LA SECONDA VOLTA

OVS al primo posto, per il secondo anno consecutivo, nel Fashion Transparency Index.

● OVS COTONE ITALIANO

Il viaggio del nostro cotone dal campo al negozio.

Our way

to sustainability

● INNOVAZIONE E IMPATTO

Migliorare la filiera insieme ai nostri fornitori.

OVS

OVS



Indice

VISION

06	Lettera agli stakeholder
10	I nostri brand
12	Key Numbers
14	Il nostro percorso
20	Oltre le emissioni

DESIGN FOR CIRCULARITY

25	Il nostro contributo ai Sustainable Development Goals (SDGs)
25	Better Materials
26	Ridurre le emissioni
28	Cotone più sostenibile al 100%
34	Diario di un raccoglitore (per un giorno)
36	Denim Awareness: il waterless non basta
37	Un altro modo di indossare il poliestere
39	Un filato amico di tutti, anche degli animali
40	Il nostro sentiero nella foresta
40	RE-UP: il futuro non è niente di nuovo
41	La creatività è soltanto un'abilità?
45	Cambiare (non) è un'impresa
48	What-if Bag

BEING FAIR AND TRANSPARENT

53	Il nostro contributo ai Sustainable Development Goals (SDGs)
53	Produzione responsabile e trasparente
56	Verso salari adeguati per tutti
59	Bangladesh: la storia d'impatto di Sirajgonj
61	Pakistan: l'innovazione del denim
65	Il nostro impegno per il Myanmar
68	Collaborazioni di settore

DESIGN A BETTER WORK

72	Il nostro contributo ai Sustainable Development Goals (SDGs)
72	#Wearyouchance
73	Un mondo di opportunità
75	Dalla ricerca del lavoro alla crescita professionale
76	Crescere in OVS - Formazione continua
79	Relazione, empatia e contaminazione
80	Il valore della retribuzione
81	Accordo sul lavoro agile
82	Un abbraccio per l'Ucraina

MAKING FASHION A BETTER CHOICE

86	Il nostro contributo ai Sustainable Development Goals (SDGs)
87	La trasparenza al primo posto
88	Sustainable customer experience
88	Negozi più sostenibili
89	La sostenibilità per il cliente OVS
93	Una seconda vita agli abiti usati
96	Earth Day
96	Christmas Jumper Day

DETAILS

100	Profilo del gruppo OVS
114	Stakeholder e Materialità
139	Dettaglio indicatori
183	La tassonomia europea
192	ESG Tabella di sintesi
197	Nota metodologica e guida alla lettura
200	GRI Content Index
211	Attestazione esterna
214	Sustainability-Linked Bond
220	Note

01

Vision

*Il nostro viaggio,
il nostro pensiero*





Stefano Beraldo

*Amministratore Delegato
Gruppo OVS S.p.A.*

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il 2022 è stato un anno caratterizzato da risultati eccellenti con un forte incremento di vendite ed EBITDA determinato prevalentemente da una crescita a parità. OVS ha inoltre consolidato il nuovo modello di business, da vertical retailer a piattaforma, con una proposta di marchi in grado di soddisfare pubblici diversi, ognuno con uno specifico stile di vita.

In un contesto di mercato contraddistinto da forti tensioni inflattive, grazie alle innovazioni di prodotto e al rinnovo dei nostri negozi, stiamo attraendo nuove fasce di clientela, precedentemente abituate a posizionamenti più elevati, che desiderano comunque acquistare prodotti con contenuti di stile e qualità, a prezzi più accessibili.

La sostenibilità è sempre più centrale nell'orientamento strategico di OVS, nella consapevolezza che non si può parlare di sostenibilità senza trasparenza e misurabilità.

Nel 2022, per il secondo anno consecutivo, OVS ha ottenuto il primo posto, tra i 250 brand di moda più grandi al mondo, nel ranking globale *Fashion Transparency Index*, l'indice che ne analizza il grado di trasparenza. La conferma del riconoscimento di azienda più trasparente al mondo è avvenuta grazie a un ulteriore miglioramento di molti dei parametri utilizzati per la valutazione.



Offriamo ai nostri clienti sempre più informazioni sulla nostra filiera produttiva, sui nostri processi, sull'impatto ambientale dei nostri prodotti, per metterli in condizione di fare scelte informate e comprendere cosa c'è dietro ogni acquisto. Continuiamo ad impegnarci nel migliorare i nostri risultati in termini di sostenibilità e trasparenza perché lo consideriamo un atto dovuto nei confronti di chi ci sceglie e uno strumento di crescita continua.

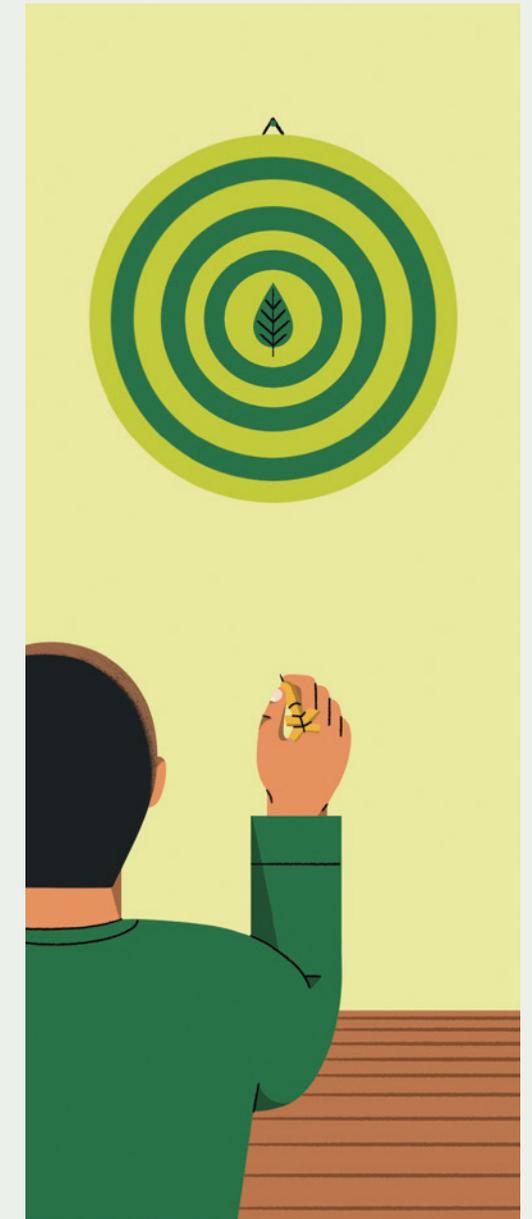
Prosegue il nostro impegno verso la decarbonizzazione realizzando gli obiettivi che ci siamo dati per il 2022, approvati da Science Based Targets initiative, grazie a un grande lavoro sull'efficientamento energetico dei negozi e alla continua evoluzione del portafoglio materiali.

“
La sostenibilità è sempre più centrale nell'orientamento strategico di OVS
”

Il 2022 è stato anche un anno di sperimentazioni di modelli di business più sostenibili che, seppur nella forma di una piccola collezione, rappresentano laboratori di innovazione fondamentali nel miglioramento della strategia di approvvigionamento dei materiali e nella ricerca di nuove forme per prolungare la durata dei capi. In occasione della Giornata Mondiale della Terra 2023 alcuni negozi hanno ospitato una collezione di t-shirt di cotone biologico realizzate con una produzione interamente italiana. Il risultato di un lungo percorso durato un anno, era il 22 aprile 2022 quando abbiamo seminato il campo di cotone con cui sono stati prodotti i nostri capi.

Nel ranking globale **Fashion Transparency Index**, tra i 250 brand di moda più grandi al mondo

1°
POSTO



100%

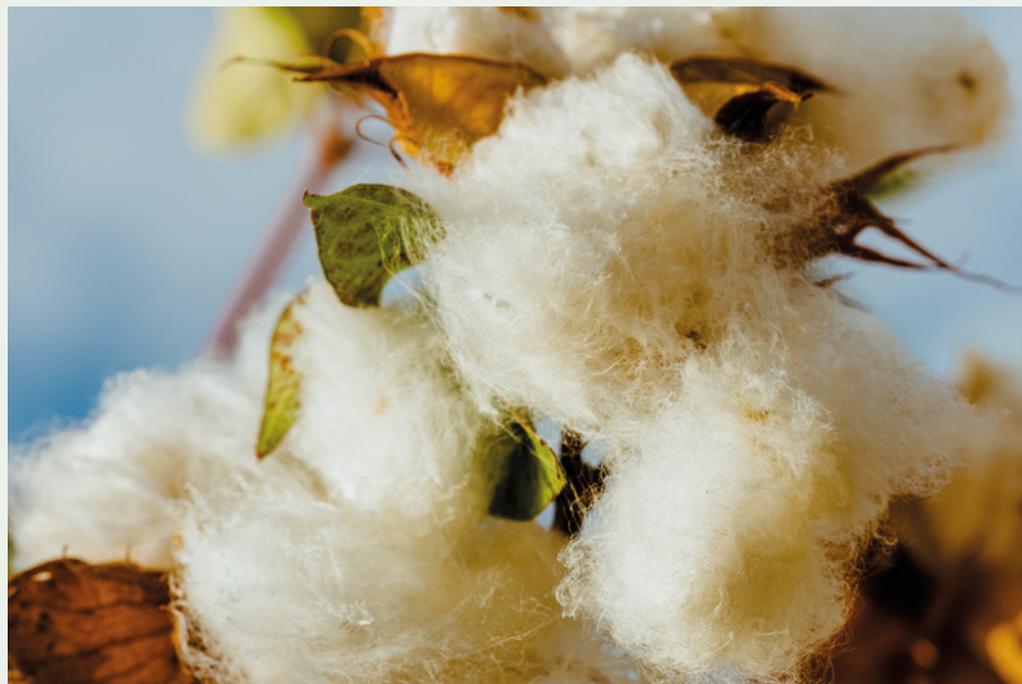
Approvvigionamento di cotone che deriva da **fonti più sostenibili**

Per noi il cotone è una materia prima strategica. Dal 2021 il 100% dell'approvvigionamento deriva da fonti più sostenibili e oggi il cotone siciliano ci consente di avviare produzioni locali che assicurano la tracciabilità dell'intera fornitura.

È un passo significativo, anche se oggi poco più che simbolico, verso l'obiettivo di produrre in Italia materie prime di alta qualità. Da una collezione limitata nel 2022, con OVS Cotone Italiano arriveremo a oltre 100 tonnellate nel 2023.

Investiremo inoltre anche in ricerca co-finanziando un dottorato dell'Università di Catania in Agricultural, Food and Environmental Science dedicato allo sviluppo di un protocollo per la coltivazione di cotone organico in Sicilia.

Nel corso del 2022 abbiamo avviato un altro importante progetto che riguarda la creazione di un polo di innovazione tecnologica e un centro multifunzione in ottica di sostenibilità ed economia circolare in Puglia. In questo centro OVS concentrerà gran parte del suo programma di sviluppo di progetti ad alto contenuto digitale (risorse dedicate per circa 19 €mln nel triennio 2023-2025) e un innovativo impianto che sosterrà lo sviluppo del Gruppo sui temi che riguardano il riutilizzo dei capi in chiave di economia circolare (investimenti per circa 14 €mln nel triennio 2023-2025).



Sostenibilità &
Trasparenza

I nostri brand

OVS S.p.A.¹ è leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento donna, uomo e bambino con una quota di mercato del 9,4%. È presente con oltre 2 mila negozi in Italia e all'estero con i marchi OVS, OVS Kids, UPIM, Blukids, Croff e Stefanel. Il gruppo, quotato alla Borsa di Milano dal 2015, opera con un modello di business verticalmente integrato

presidiando l'intera catena del valore - dalla creazione stilistica alla realizzazione e commercializzazione dei capi - grazie a un team di designer, product manager e merchandiser e a una struttura di sourcing altamente specializzata, che conta 300 collaboratori, presenti nei buying office in Bangladesh, Cina, Hong Kong, India, Pakistan e Turchia.



OVS

OVS - Propone uno stile contemporaneo ed essenziale, con un ottimo rapporto qualità prezzo e una grande attenzione alla sostenibilità nella scelta dei materiali e nei processi produttivi.

PIOMBO

PIOMBO - Brand dedicato all'uomo e alla donna contemporanei, presente in oltre 500 negozi OVS in Italia. Disegnate da Massimo Piombo, le collezioni esprimono il gusto e il talento del noto designer nella ricerca dei tessuti e cura nei dettagli e accostamenti di forme e colori.

upim

UPIM - È il family department store italiano, punto di riferimento per uno shopping di servizio, conveniente, accessibile e rivolto alle esigenze concrete delle famiglie. Propone un servizio di prossimità territoriale, dall'offerta ampia e variegata che spazia dall'abbigliamento per tutta la famiglia, alla bellezza e alla casa.

CROFF

CROFF - Brand dedicato a chi ama il design contemporaneo, facile, informale, da vivere tutti i giorni. Dal tessile alla tavola e cucina, dagli accessori ai complementi d'arredo. Design italiano, stile unico e un ottimo rapporto qualità/prezzo.

**OVS
kids**

OVS KIDS - Brand leader nel mercato italiano dell'abbigliamento per bambini. Si rivolge a un target dai 0 ai 15 anni con un'offerta competitiva e di elevata qualità che pone grande attenzione alla selezione di materie prime e allo sviluppo di capi in grado di combinare stile e praticità.

STEFANEL

STEFANEL - Brand italiano di abbigliamento contemporary donna, famoso per il design e la qualità della sua maglieria.

Blukids

BLUKIDS - Brand specializzato nell'abbigliamento per bambini da 0 a 15 anni. Capi sicuri perché certificati e di qualità, sempre a un prezzo competitivo. Collezioni in stile italiano per bambini autentici che giocano, ridono, si divertono.

GAP

GAP - Brand iconico del casualwear americano, distribuito in Italia da OVS Spa. Fondato a San Francisco nel 1969, grazie al suo heritage nel mondo del denim, negli anni è diventato un'icona culturale.



Key numbers

2.169

Negozi nel mondo

8.197

Dipendenti nel mondo

1.513 MLN EUR

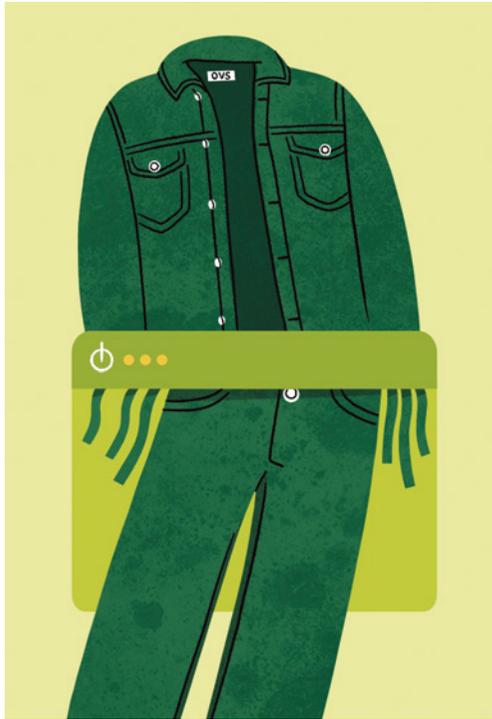
Ricavi

9,4%

Market Share di gruppo

95%

Global Awareness del brand OVS



IL NOSTRO PERCORSO

Verso una moda sempre più circolare

Il settore dell'abbigliamento è straordinariamente complesso e produce impatti enormi in ogni fase della sua catena del valore. Più del 50% delle emissioni di un prodotto si genera nella fase di produzione e finitura dei materiali. Anche la scelta delle materie prime è fortemente determinante: la coltivazione e l'estrazione delle materie prime costituiscono circa il 24% delle emissioni di un prodotto².

Ma non si tratta solo di emissioni. Dall'approvvigionamento delle materie prime alla lavorazione delle fibre tessili, dalla produzione dei capi alla logistica dei trasporti: il sistema moda incide sulla disponibilità e qualità dell'acqua, sull'inquinamento dell'aria, sulla perdita di ricchezza del suolo e sulle condizioni di lavoro nella catena di fornitura.

I numeri della moda³

Produzione di capi raddoppiata negli ultimi quindici anni

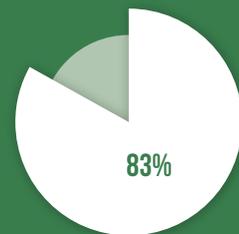
x **2**

La vita media di un capo è di

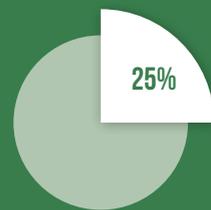
3 ANNI

Percentuale di materiali riciclati a livello globale

1%



Capi di abbigliamento che finiscono in discarica



Quota della moda rispetto alle emissioni globali entro il 2050

Per queste ragioni, il nostro obiettivo è accelerare la transizione verso un sistema circolare, che estenda il più possibile il ciclo di vita delle materie prime e dei prodotti allo scopo di ridurne gli impatti.

“
La sfida per noi è ridurre il nostro impatto sul pianeta, puntando a diventare un'azienda circolare. I nostri prodotti devono essere a basso impatto, durare più a lungo e facilmente riciclabili
 ”

Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo lavorato per integrare nuovi modelli di produzione che ci consentano, da un lato, di ritornare alle origini della materia prima (vedi Progetto OVS Cotone Italiano) e, dall'altro, di recuperare e valorizzare materiali e prodotti già esistenti, restituendo loro una nuova vita (vedi progetto RE-UP).

Questo nostro sforzo è in linea con quanto previsto dalla direttiva europea che mira a definire un nuovo paradigma operativo per il settore del tessile, incentrato sulla circolarità.

Vogliamo continuare a essere l'azienda italiana di riferimento per chi cerca una moda di qualità ma al tempo stesso accessibile a tutti, lungo un percorso orientato alla trasparenza, alla inclusività e alla massima attenzione agli impatti ambientali e sociali.



DIRETTIVA EUROPEA**La svolta ecosostenibile per la moda e il settore tessile: stop agli abiti usa e getta**

Il nuovo pacchetto UE sull'economia circolare punta gli occhi sul mondo del tessile, tentando di definire un nuovo paradigma operativo per questo settore, basato su standard ben definiti di sostenibilità. I principali ambiti di evoluzione sono cinque e mirano a ridurre la quantità di rifiuti tessili, ad oggi 5,8 milioni di tonnellate soltanto in Europa.

Quantità di rifiuti tessili soltanto in Europa

5,8 MLN TON

1. Passaporto digitale dei prodotti che indichi i materiali utilizzati
2. Presenza di % minime di materia prima riciclata in ogni prodotto
3. Divieto di distruggere prodotti resi e/o inventati
4. Obbligo di fornire informazioni su durata e riparabilità del prodotto
5. Tutte le affermazioni sulla sostenibilità dovranno essere verificabili



Sulla base della nostra strategia e dei nostri impegni di sostenibilità, abbiamo strutturato il presente documento secondo 4 pilastri chiave:

Prodotto e Circolarità

Supportiamo la transizione verso un'industria della moda più sostenibile, disegnando e producendo capi caratterizzati da scelte di materie prime e processi produttivi a ridotto impatto e impegnandoci in una costante ricerca di soluzioni innovative che tutelino e preservino le risorse naturali.

Produzione responsabile

Attiviamo i nostri fornitori e tutto l'ecosistema di business in programmi di sviluppo sostenibile, accompagnandoli nell'evoluzione verso pratiche innovative e facendo leva sulla trasparenza come chiave del cambiamento. Promuoviamo la continua collaborazione con la nostra catena di fornitura con l'obiettivo di rinforzare l'interdipendenza e amplificare così l'impatto sociale e ambientale del nostro operato.

Persone OVS

Ci impegniamo a rendere le nostre persone protagoniste e ambasciatrici di uno stile di vita sostenibile e responsabile, dal punto di vista sociale e ambientale, con l'obiettivo di trasformare le nostre attività dirette in un motore di crescita per le comunità nelle quali operiamo. Promuoviamo pratiche e spazi a misura di tutti, creando condizioni favorevoli per lo sviluppo di una cultura flessibile e inclusiva.

Clienti più consapevoli

Ci impegniamo a essere trasparenti verso i nostri clienti fornendo informazioni complete sulla qualità e la sostenibilità dei prodotti. Lo scopo è stimolare scelte d'acquisto e di utilizzo consapevoli oltre ad accompagnare in un percorso di evoluzione verso comportamenti sempre più virtuosi.





Verso la carbon neutrality

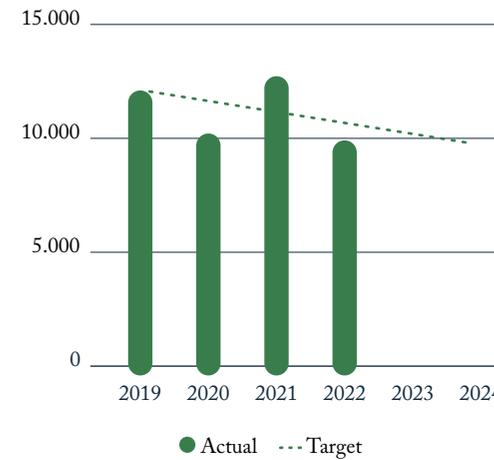
La nostra strategia di decarbonizzazione ha preso avvio nel 2016 e nell'arco di tre anni abbiamo ridotto le emissioni dirette dell'85% grazie a programmi di efficientamento energetico, come l'illuminazione a led, e all'acquisto di energia rinnovabile.

Nel 2021, abbiamo definito i nostri obiettivi di riduzione secondo parametri scientifici, in linea con la Science Based Targets initiative. Attraverso l'utilizzo di materiali più sostenibili, biologici e/o riciclati, processi di produzione e trattamenti a minor impatto, stiamo lavorando per ridurre le emissioni del 46,2% entro il 2030.



SBTi - Science Based Target initiative è una partnership tra CDP, il Global Compact delle Nazioni Unite, il World Resources Institute (WRI) e il World Wide Fund for Nature (WWF), che guida un'azione climatica ambiziosa nel settore privato, permettendo alle aziende di fissare obiettivi di riduzione delle emissioni basati sulla scienza.

Emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 (tCO₂eq)



ESG Risk Rating: per OVS un voto alto e un rischio basso

La corretta identificazione delle aree di azione e la qualità dei risultati fin qui raggiunti è stata confermata da approfondimenti con fondi di investimento azionisti di OVS e valutazioni indipendenti di analisti di settore.

Nel gennaio 2023 l'ESG Risk Rating di OVS è pari a 10.5 nella categoria "Low risk", posizionando l'azienda al 6° posto su 194 (dove al 1° posto si posiziona l'azienda con il grado di rischiosità più basso) nel settore "Textile & Apparels" valutato da Sustainalytics.





INTERVISTA

Simone Colombo*Head of Corporate Sustainability OVS***OLTRE LE "EMISSIONI"**

Quali sono state le principali direttrici dell'impegno di OVS sulla sostenibilità nel 2022?
Quanto sia importante contrastare il cambiamento climatico è sotto gli occhi di tutti, quindi abbiamo prestato grande attenzione alla nostra strategia di decarbonizzazione. Grazie alle azioni di efficientamento energetico siamo riusciti a ridurre ancora una volta le emissioni di CO₂ derivanti dai nostri consumi energetici del 19% rispetto alla baseline del 2019, quando li avevamo già ridotti del 85% rispetto al 2016.

Anche il prodotto ha contribuito al nostro piano di decarbonizzazione, con una riduzione normalizzata sulla quantità di prodotto pari al 12%.

Ciò è stato possibile grazie al fatto che abbiamo continuato a indirizzare l'attività di sviluppo del prodotto e di ricerca dei materiali in modo da raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi.

La fibra più utilizzata nei nostri capi resta di gran lunga il cotone, i cui impatti possono essere ridotti attraverso una strategia di approvvigionamento come la nostra, che privilegia alternative più sostenibili: cotone biologico, riciclato o coltivato secondo il Better Cotton standard. Nel 2022, vista la scarsità di cotone biologico sul mercato, abbiamo spinto

di più sul riciclato, andando a sviluppare tessuti che fossero comuni a più linee di prodotto - uomo, donna, bambino - e quindi con volumi importanti. Per quanto riguarda il nostro secondo materiale, il poliestere, nell'attesa di alternative realmente sostenibili, stiamo cercando quantomeno di incrementare l'uso di fibra riciclata, che abbiamo raddoppiato rispetto allo scorso anno.

Una delle grandi novità del 2022 è stato il progetto OVS Cotone Italiano: com'è andata?
È stato il progetto più significativo dello scorso anno. Esattamente il 22 aprile 2022, la Giornata della Terra, abbiamo seminato il campo di cotone in Sicilia che, il giorno



stesso, è stato bagnato da una pioggia benaugurante. Non è stata un'operazione semplice da gestire ma, nonostante le difficoltà di un progetto radicalmente innovativo, siamo riusciti a riportare in Italia una coltivazione che non è più praticata da settant'anni. Il 2022 è stato un anno di sperimentazione, che ci permetterà di valutare il reale impatto positivo di un progetto come questo. Ci auguriamo di poter aumentare la produzione negli anni a venire, per arrivare a coprire una parte significativa del nostro fabbisogno di cotone.

“
Per OVS Cotone Italiano il 2022 è stato un anno di sperimentazione. Ci auguriamo di poter aumentare la produzione negli anni a venire, per arrivare a coprire una parte significativa del nostro fabbisogno di cotone
”

Il progetto RE-UP dimostra che il tema della sostenibilità può essere affrontato anche dal punto di vista del design. Com'è nata quest'idea di upcycling?

Siamo sempre stati convinti che la sostenibilità passi anche per l'eco design e l'upcycling, che costituiscono un'opportunità reale e concreta per evitare gli sprechi, recuperando in modo creativo qualcosa che già esiste. Pertanto abbiamo deciso di coinvolgere la nostra direzione stile in un bel lavoro di co-creazione: abbiamo riunito i nostri creativi e li

abbiamo ispirati a sviluppare un progetto che rispondesse ai principi base di sostenibilità di un prodotto, in particolare modo l'attenzione alla circolarità. L'idea di base è stata quella di recuperare parte del nostro stock e utilizzarlo per creare un nuovo prodotto, lavorando sul design del capo e coinvolgendo una cooperativa sociale, Valemour, che crea opportunità di lavoro per ragazzi con disabilità intellettive.

C'è quindi un valore più profondo dietro il concetto di upcycling?

Si tende a pensare che l'upcycling consista nel riciclare materiali creando un prodotto di maggior valore. Nel caso di RE-UP abbiamo generato valore anche per la comunità, affidandoci a una cooperativa sociale che aiuta, attraverso il lavoro, dei ragazzi disabili a inserirsi nel mondo e a conquistare la propria indipendenza.

Quali passi avanti avete compiuto in ambito supply chain?

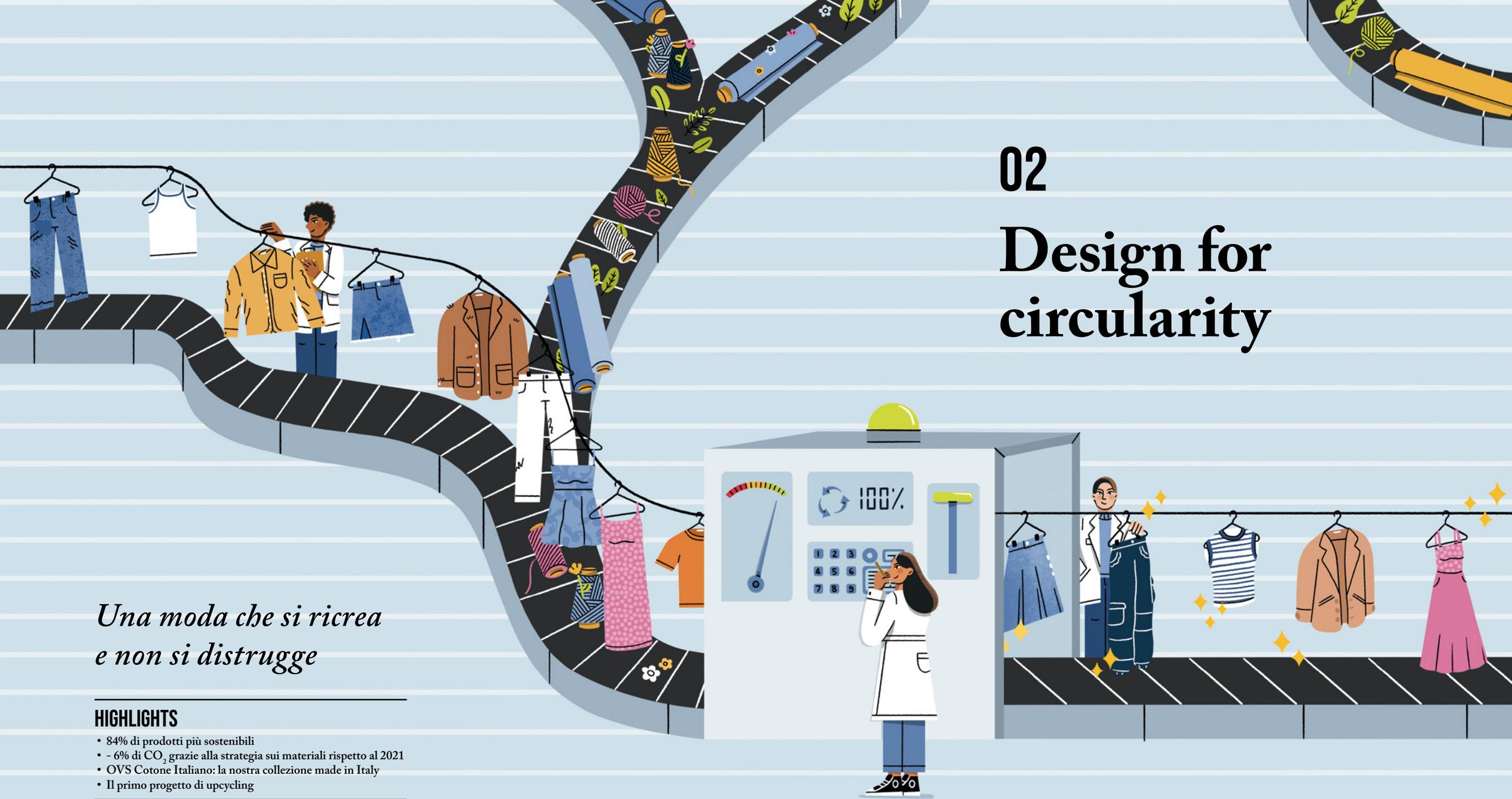
Abbiamo mobilitato la nostra supply chain in un'operazione di radicale trasparenza grazie all'adozione della piattaforma Higg. Ora con tutti i dati di cui disponiamo è più semplice indirizzare le priorità di miglioramento. Stiamo lavorando sui temi caldi per il nostro settore, sia in materia ambientale con un piano di decarbonizzazione che non può prescindere dal mondo produttivo, sia in materia sociale con un'attenzione particolare alle libertà associative e al cosiddetto living wage. Inoltre abbiamo attivato un programma secondo cui coinvolgiamo proattivamente alcuni nostri fornitori nel miglioramento di alcuni elementi chiave, senza muoverci in risposta ad una attività di audit. Non vogliamo più parlare di semplici rapporti di fornitura, ma di vere e proprie partnership, in cui il brand e il fornitore lavorano e collaborano in un rapporto egualitario.

02 Design for circularity

*Una moda che si ricrea
e non si distrugge*

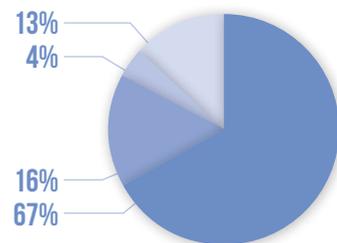
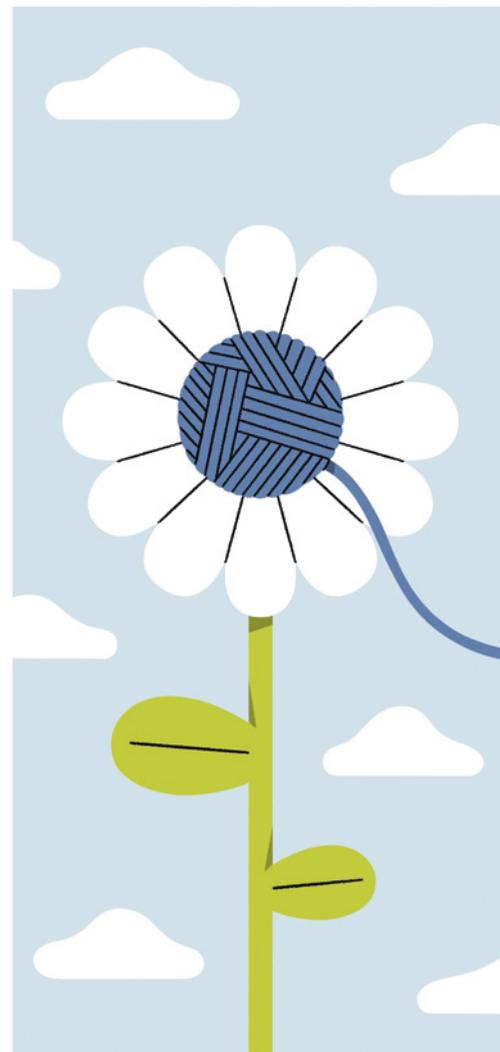
HIGHLIGHTS

- 84% di prodotti più sostenibili
- - 6% di CO₂ grazie alla strategia sui materiali rispetto al 2021
- OVS Cotone Italiano: la nostra collezione made in Italy
- Il primo progetto di upcycling

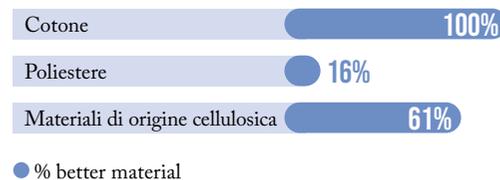


La scelta dei materiali e dei processi con cui si realizza un capo d'abbigliamento è fondamentale per minimizzare il consumo delle risorse naturali e ridurre il più possibile l'impatto sull'ambiente e sulle persone: oggi oltre l'80% dei prodotti delle nostre collezioni è più sostenibile, perché realizzata scegliendo materiali a minor impatto e processi più virtuosi, senza che questo pregiudichi lo stile e la qualità dei nostri prodotti. Per ottenere questo risultato e per migliorare le nostre performance dei prossimi anni, stiamo sviluppando una strategia di prodotto ancora più sfidante, i "Better Products Criteria", che identifica i requisiti minimi e definisce le caratteristiche principali che i nostri capi devono avere per essere appunto considerati e dichiarati migliori.

L'obiettivo delle linee guida è quello di rendere la sostenibilità un elemento caratterizzante di tutti i nostri prodotti. Per farlo, stiamo lavorando all'identificazione di soluzioni che possano essere applicate in maniera pervasiva alle nostre collezioni e contribuiscano in misura sostanziale al nostro costante miglioramento. Con OVS Cotone Italiano e RE-UP abbiamo sperimentato piccole produzioni che incarnano la nostra visione di futuro e che ci auspichiamo diventino parte integrante delle future collezioni.



● % cotone ● % materiali di origine cellulosica
● % poliestere ● % altri materiali



IL NOSTRO CONTRIBUTO AI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Consumo e produzione responsabili

Ci impegniamo a ridurre l'impatto dei nostri prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita, attraverso una costante ricerca di soluzioni innovative in termini di processi e materie prime, con l'obiettivo di tutelare e preservare l'ambiente. Dove possibile privilegiamo l'utilizzo di fibre naturali coltivate con metodi più sostenibili, come il cotone biologico e Better Cotton, utilizziamo materiali riciclati, come il poliestere rigenerato, e ci assicuriamo che, nella produzione dei nostri capi e nel packaging, gli ecosistemi naturali siano rispettati, come per la viscosa e la carta FSC.

Acqua pulita e servizi igienico sanitari

Per combattere la crescente scarsità di acqua potabile, un problema in crescita a causa della crisi climatica, privilegiamo materiali più virtuosi che prevedono un consumo idrico ridotto, promuoviamo pratiche di risparmio dell'acqua nei processi produttivi, innoviamo nella produzione del denim e incoraggiamo e sosteniamo i nostri fornitori nel gestire con rigore le acque reflue (wastewater management).

BETTER MATERIALS⁴

La sfida per noi è ridurre l'impatto sul pianeta, puntando sulla circolarità come elemento chiave, fin dalla fase di design dei nostri capi. In questo è determinante la scelta delle fibre, aumentando la percentuale di materiali più sostenibili rispetto a quelli convenzionali.

Uno degli elementi caratterizzanti dell'offerta di prodotto OVS è stato sempre quello di puntare sui materiali di origine rinnovabile, che rappresentano il 75% del totale dei materiali utilizzati.

Tuttavia sappiamo che ciò non è sufficiente a garantire la sostenibilità della materia prima, pertanto cerchiamo costantemente nuove e migliori alternative, che chiamiamo "Better Materials": definirli sostenibili tout-court potrebbe essere una forzatura, ma riconosciamo loro un impatto ridotto rispetto ad altri materiali.

I principali interventi sulla strategia di approvvigionamento dei materiali riguardano le fibre più utilizzate nelle nostre collezioni: cotone, poliestere e materiali di origine cellulosica. Il nostro approccio però è esteso anche alla scelta della lana e del lino, due fibre che hanno visto un incremento nel corso del 2022. Utilizziamo solo lana con certificazioni che garantiscono il benessere degli animali e lino europeo.





Nel 2022, questa scelta è stata sicuramente più sfidante, soprattutto alla luce del generale e significativo aumento dei costi delle materie prime. Nonostante ciò, abbiamo scelto di superare questi limiti e di assumerci dei rischi, ad esempio aumentando i prezzi di vendita, per garantire un'offerta di prodotto sempre più sostenibile e in linea con i nostri obiettivi di riduzione delle emissioni.

È necessario però ragionare in un'ottica di larga scala, senza focalizzarsi sulla singola capsule, per rafforzare le collaborazioni con i fornitori più virtuosi e rispondere ai clienti sempre più sensibili alle tematiche di sostenibilità.

“
Un prodotto sostenibile non è un prodotto che costa di più, ma un prodotto che vale di più
”

*Maurizio Pilato
Direttore Prodotto Uomo OVS*

RIDURRE LE EMISSIONI

Rispetto al 2019, le emissioni legate alle materie prime sono diminuite del 6% a parità di volume, grazie alla scelta di un mix che privilegia il materiale riciclato rispetto a quello convenzionale e a una strategia ormai consolidata di approvvigionamento di cotone da fonti biologiche, riciclate o coltivate secondo il Better Cotton Standard.

Avremmo potuto fare di meglio, ma gli acquisti di cotone biologico sono diminuiti a causa di una minor disponibilità sul mercato. Per tener fede al nostro impegno, abbiamo così incrementato la parte di riciclato sia sul cotone che sul poliestere, oltre a puntare su materiali specifici di fornitori particolarmente virtuosi in tema di emissioni.



Inoltre, abbiamo ottenuto una drastica diminuzione dell'incidenza del trasporto upstream, registrando un -62% di CO₂ per kg di capi trasportati, grazie alla scelta di mezzi di spedizione meno inquinanti.

Ristrutturando il nostro processo di acquisto, siamo riusciti ad anticipare gli ordini di produzione e ad acquistare in modo più efficiente, riducendo l'overbuying e minimizzando il trasporto aereo, grazie a tempi di immissione più comodi.

-62% Diminuzione di CO₂
per i trasporti dei capi
nel 2022

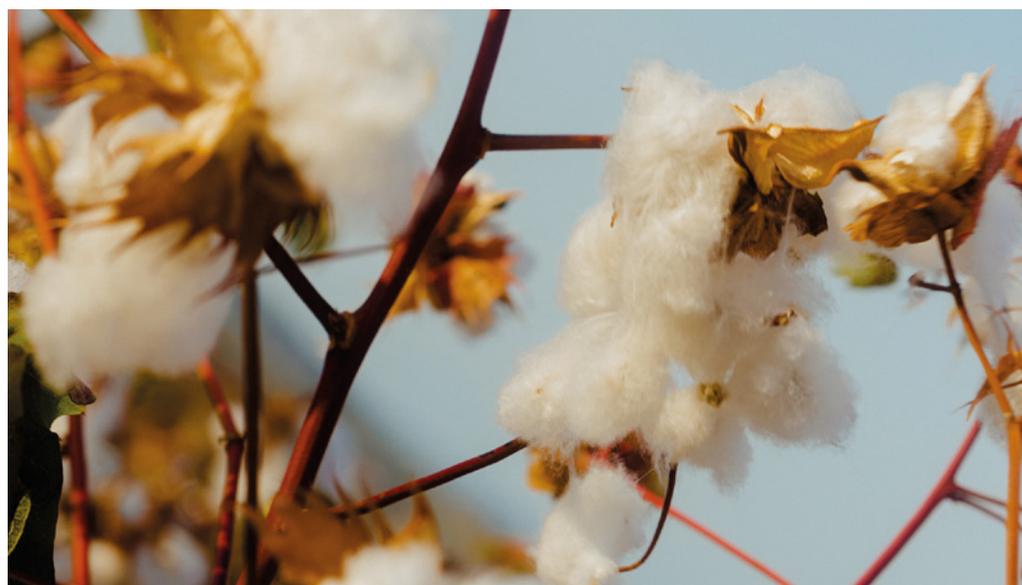
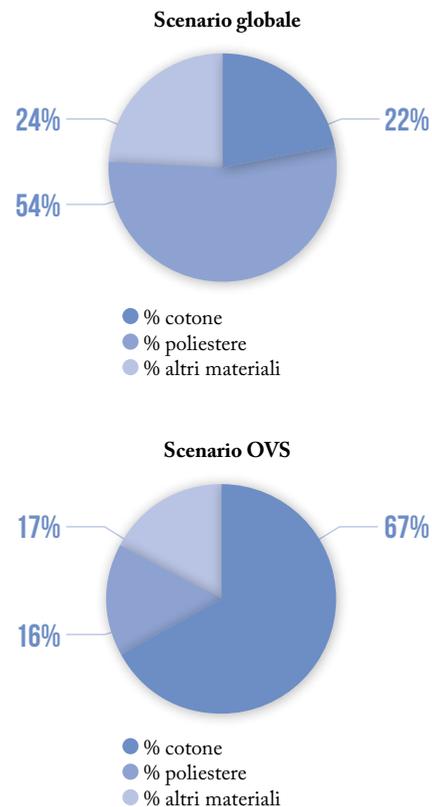


COTONE PIÙ SOSTENIBILE AL 100%

Il cotone è la fibra principale delle nostre collezioni: circa il 70% del totale dei materiali che compongono i nostri capi. Per questo lo scegliamo con particolare cura. La scelta di privilegiare da sempre il cotone come materia prima, va in controtendenza rispetto al trend internazionale che vede aumentare sempre più il ricorso a fibre sintetiche. Secondo gli ultimi dati disponibili⁵, l'impiego di cotone continua a perdere terreno, dal 27% della stagione 2019/2020 al 22% nel 2021/2022, mentre il poliestere rimane la materia prima dominante con una quota di mercato del 54%.

OVS Cotone Italiano

Dopo il traguardo del 2021, quando abbiamo raggiunto il 100% nell'approvvigionamento di cotone da fonti più sostenibili (organico, riciclato o coltivato secondo il Better Cotton Standard), ci siamo posti un nuovo obiettivo: produrre un filato di cotone biologico interamente italiano, per ricostruire il legame tra la filiera agricola e quella tessile, due eccellenze del territorio italiano.



Partner del progetto

Alla fine degli anni '60, in Sicilia, una superficie di migliaia di ettari era dedicata alla coltivazione di cotone, e lo stesso avveniva anche in altre aree del Sud Italia.

Una storia di tradizione che è stata riscoperta e studiata dall'azienda agricola Cotone Organico di Sicilia, alle porte di Palermo, che ha deciso di avviare un piano di produzione di cotone organico e ricostruire la filiera produttiva nell'isola.

Filiera italiana: fasi produttive e tracciabilità

Gestire la produzione della materia prima ci permette di controllare direttamente gli impatti lungo tutta la filiera, sia a livello sociale che ambientale, e di essere più precisi nella raccolta dei dati.

Inoltre, l'ambizione di un progetto di questo tipo è quella di produrre prodotti di alta qualità interamente Made in Italy.

Distanza media comunemente impiegata dal cotone per arrivare dal campo agli scaffali dei negozi

15.000 KM

Massima distanza percorsa da OVS Cotone Italiano, dalla Sicilia ai negozi OVS

1.700 KM



Semina (aprile 2022)

La varietà che è stata piantata è il *gossypium barbadense*, una tipologia di cotone a fibra lunga che ha una produttività leggermente più bassa rispetto al *gossypium hirsutum*, la varietà a fibra corta che è la più diffusa a livello mondiale.

Raccolta (ottobre 2022)

Il primo raccolto è stato fatto rigorosamente a mano e ha rappresentato anche un'occasione di integrazione e collaborazione tra le nostre persone. I 40 store manager OVS presenti in Sicilia hanno infatti partecipato direttamente alla raccolta, in uno dei campi, insieme alle altre squadre.

Ginnatura/sgranatura

La ginnatura, il processo di separazione della fibra di cotone dal resto della pianta dopo la raccolta, è avvenuta a Castel di Tusa, in provincia di Messina, nell'unico impianto attualmente presente in Italia.

Il fiocco bianco viene pulito e poi separato dai semi, che rappresentano circa il 60% della massa del fiore.

Filatura: dalle balle al filo

Le balle di cotone sono state poi trasportate da Messina a Salerno, presso l'impianto SGL Filati, per l'operazione di filatura, la fase più delicata che ne determina la qualità e la resistenza.



Tessitura: dalle rocche al tessuto

Le rocche di filo sono arrivate poi a Como presso Tintoria Butti, dove è stato realizzato il jersey: i filati vengono intrecciati e diventano tessuto che poi viene tinto. Da questa fase dipendono leggerezza, elasticità e brillantezza.

Abbiamo scelto di non tingere e non sbiancare una parte del tessuto, per proporre, tra gli altri, un prodotto completamente naturale nel colore originale della fibra.

Manifattura e confezione

Abbiamo affidato il confezionamento dei capi a Progetto QUID, una cooperativa sociale di Verona che fornisce un'occasione di riscatto a persone fragili, principalmente donne, attraverso il lavoro.

Prodotto

Ad aprile 2023, avremo nei nostri negozi un prodotto interamente Made in Italy, dal campo allo scaffale: una collezione di t-shirt per la stagione primavera-estate.

Tracciabilità

La tracciabilità rafforza la fiducia, consentendo un migliore controllo sulla materia prima e aumentando la trasparenza nei confronti dei clienti. Per garantire questo standard, lungo l'intera filiera abbiamo utilizzato il tracciante al DNA brevettato da Haelixa, spin-off del Politecnico di Zurigo, applicato sul cotone durante la sgranatura: un identificativo univoco che permette di verificare l'origine del materiale in qualsiasi fase della vita del prodotto.

Grazie a questo processo di tracciatura riusciamo a garantire l'origine della materia prima lungo l'intera catena di fornitura fino a dopo la vendita.

Partnership con l'università di Catania per lo sviluppo di un protocollo rigenerativo
Nell'ambito del progetto Cotone Italiano, OVS co-finanzia una borsa di dottorato di ricerca triennale in Agricultural, Food and Environmental Science presso l'Università degli Studi di Catania, che approfondirà lo studio della coltivazione del cotone in Sicilia in regime di agricoltura biologica, per arrivare alla definizione di un sistema colturale a bassi input attraverso l'adozione di pratiche agronomiche conservative e rigenerative della fertilità del suolo.

Attualmente, in Sicilia, la quantità di sostanza organica presente nel suolo (che è indice della qualità dello stesso) si è ridotta mediamente intorno all'1%, a causa dei modelli agricoli industriali e di tecniche colturali inappropriate, ben al di sotto del 2% indicato dalla FAO come soglia di elevato rischio di desertificazione per i terreni agricoli.

“
L'agricoltura è da un lato causa del cambiamento climatico, dall'altro vittima. Dobbiamo assolutamente immaginare un modello agricolo che sia resiliente ai cambiamenti climatici
”

*Paolo Guarnaccia
Docente di Principi e tecniche agronomiche in Agricoltura Biologica del Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie Agrarie dell'Università di Catania*



L'agricoltura rigenerativa produce un incremento fino al 5-8% della sostanza organica, consentendo al terreno di trattenere maggiori quantità di acqua ed essere così più resiliente ai cambiamenti climatici riducendo gli interventi irrigui; nello stesso tempo, le pratiche rigenerative permettono di sequestrare CO₂ nel terreno sotto forma di humus stabile, contrastando efficacemente l'aumento della concentrazione di questo gas a effetto serra nell'atmosfera.

Due gli obiettivi principali del progetto di ricerca: da un lato, garantire un impatto ambientale minimo grazie al regime biologico; dall'altro, mantenere alta la produttività del cotone per favorire il suo inserimento negli ordinamenti colturali siciliani in alternanza con i cereali e le leguminose da granella e le colture foraggere.



**Cotone
più sostenibile**



INTERVISTA

Giuseppe Greco

*Store Manager del punto vendita
OVS Catania d'Annunzio*

DIARIO DI UN RACCOGLITORE (PER UN GIORNO)

A Giuseppe Greco, store manager di lungo corso in OVS, il destino ha riservato il ruolo di testimone di due epoche importanti per la sua terra, la Sicilia. Greco è uno dei custodi, grazie ai racconti del nonno, di una storia italiana che parla di una florida produzione di cotone nell'isola. Negli anni Cinquanta e Sessanta infatti, tra Agrigento e Palermo i campi dedicati a questa materia prima coprivano migliaia di ettari. Ma Greco è anche uno dei protagonisti della prima raccolta del cotone che oggi è tornato a fiorire in Sicilia dopo 50 anni, grazie al progetto Cotone OVS Cotone Italiano supportato da OVS. Un piccolo laboratorio di eccellenza, pochi capi prodotti ma con una visione sul futuro che unisce tradizione, artigianalità e innovazione scientifica.

“
Da bambino ricordo queste piante che crescevano nell'arsura, simbolo della fatica dell'uomo e della natura. Oggi le vedo in modo diverso, perché lavoro in un'azienda sensibile alle filiere sostenibili. Le modalità di approvvigionamento, il miglioramento delle condizioni di lavoro nella supply chain mostrano il vero valore del prodotto offerto in negozio
”



Nella giornata organizzata da OVS avete raccolto a mano, com'è andata?

Trovarsi nel campo con gli altri raccoglitori, toccare la materia prima che troverò in negozio è emozionante. Fa capire i passaggi e tutte le attenzioni necessarie per un prodotto di qualità eccellente a un prezzo adeguato. Oltre alle emozioni e al legame che si è creato con i raccoglitori per un giorno, la raccolta ha distrutto un po' di schiene. Ma è stata istruttiva.

Qual è stata la reazione degli altri Store Manager?

Ha reso tutti consapevoli delle risorse presenti sul territorio. La sostenibilità è l'occasione per riscoprire cultura e radici del Paese. Nel dialogo con gli altri ho trovato risposte molto formative. A volte è necessario vedersi non soltanto al centro di un processo produttivo, ma in una comunità che condivide valori, quelli che innescano l'empatia con chi compra. Abbiamo capito cosa c'è dietro al tessuto, dove è stato prodotto, e abbiamo condiviso l'idea che la produzione italiana ha un valore etico e di sostenibilità, perché produciamo senza far viaggiare la materia prima.

Il messaggio sulla sostenibilità dei prodotti colpisce precise tipologie di clienti?

I più giovani, per i quali l'acquisto è un'esperienza che incontra le loro aspettative e la loro visione del mondo. Ma a far la differenza è anche la formazione delle persone che parlano al cliente. Oggi non c'è soltanto la spinta all'acquisto, ma il desiderio di essere informati su ciò che si indossa.

50 ANNI

Dall'ultima raccolta del cotone in Sicilia ad oggi



L'orgoglio di un territorio che si rinnova e cura la sostenibilità crea nuovi posti di lavoro?

Sì perché di questo tema si parla continuamente nelle scuole ed essere protagonisti di buone pratiche di economia circolare sta diventando un'aspirazione a tutti i livelli. Servono tutte le competenze, da quelle più tecniche a quelle stilistiche. La motivazione e il coinvolgimento a lavorare in un'azienda che si preoccupa del bene comune e dell'ambiente è una leva anche per evitare quei fenomeni di abbandono del lavoro in presenza così frequenti dopo la pandemia.

DENIM AWEARNESS: IL WATERLESS NON BASTA

La nostra offerta denim è da qualche anno un nostro punto di forza e di specializzazione. Dal 2019 abbiamo implementato una serie di azioni per ridurne l'impatto, ponendoci l'obiettivo di realizzare il 100% del nostro assortimento con tecnologie a ridotto consumo di acqua entro il 2025.

Tuttavia ci siamo resi conto che parlare solo di acqua non basta e abbiamo collaborato con i massimi specialisti del settore per rivedere il nostro approccio e darci obiettivi più ambiziosi. Ma non ci siamo fermati qui.

Dopo aver condotto, con il supporto dell'Università di Padova, un Life Cycle Assessment dei nostri jeans con tintura waterless, nel 2022 abbiamo continuato a lavorare sia sulle innovazioni già avviate sia su nuovi interventi migliorativi. Il risultato è il nostro nuovo approccio "Denim Awearness", che definisce nuove regole di produzione integrando elementi di circolarità.

100%

Assortimento realizzato con **tecnologie a ridotto consumo di acqua** entro il 2025

A partire dalla collezione autunno-inverno 2023, con la collaborazione di uno specialista internazionale, l'offerta denim OVS sarà interamente rinnovata secondo questi obiettivi:

- definire un nuovo livello base di requisiti di sostenibilità (new normal) che coinvolga il 100% del nostro denim entro il 2025;
- stabilire livelli di sostenibilità successivi per avviare un percorso di continuo miglioramento degli impatti, con l'obiettivo di arrivare idealmente a zero;
- definire diverse linee di intervento per migliorare il grado di sostenibilità di vari modelli: circolarità della fibra, risparmio d'acqua, riduzione delle emissioni, performance sociali e ambientali della fabbrica produttrice, sicurezza del capo.



Siamo consapevoli che anche i consumatori possono fare la loro parte, riducendo ad esempio la frequenza dei lavaggi. Per migliorare la consapevolezza dei nostri clienti, abbiamo inserito nella descrizione di ogni capo online idee e consigli per risparmiare risorse e far durare più a lungo i capi.



UN ALTRO MODO DI INDOSSARE IL POLIESTERE

Dopo il cotone, il materiale maggiormente utilizzato nelle nostre collezioni è il poliestere. Come tutti i materiali sintetici derivati dal petrolio, il poliestere è una risorsa non rinnovabile e contribuisce in modo significativo alle emissioni di CO₂.

Per questo, dal 2019 abbiamo scelto di realizzare alcuni capi solo in poliestere riciclato e ci siamo impegnati ad aumentare progressivamente la percentuale di materia sintetica riciclata nelle nostre collezioni.



Poliestere riciclato nel 2022

800 T

Il nostro obiettivo è di sostituire il 100% del poliestere e della poliammide con materiali riciclati o alternative biodegradabili entro il 2030.

Ad oggi, utilizziamo il poliestere in larga scala sia per capi invernali, come i pile, sia per l'estivo, attraverso il beachwear: in entrambi i casi, è quasi sempre impiegato materiale riciclato, senza che ciò pregiudichi le caratteristiche di resistenza, tenuta all'acqua, traspirabilità che fanno del poliestere un materiale fondamentale. A livello di design e di fabbricazione, infatti, il poliestere riciclato è ugualmente performante e rispetta gli standard di qualità e di design richiesti, grazie anche agli importanti passi avanti fatti dai produttori nei processi di finissaggio.

Nel 2022, il poliestere riciclato è stato il grande protagonista di molte nostre linee d'abbigliamento, descritte qui di seguito.



Altavia

Per la stagione invernale, abbiamo creato una collezione di puffy jacket per donna, uomo e bambino realizzata al 100% con materiali sintetici riciclati, compresa l'imbottitura.

Winter jacket: Imbottitura animal free con tecnologia Ecodown Genius sviluppata da THERMORE®: fibre ricavate dalla rigenerazione di bottiglie in PET.

Padded jacket: Piumino ultraleggero per le attività outdoor che garantisce elevate prestazioni termoisolanti, idrorepellenti e antivento. Imbottitura in REPREVE®, poliestere ricavato dal riciclo di bottiglie d'acqua che contribuisce in modo significativo a ridurre le emissioni di CO₂.

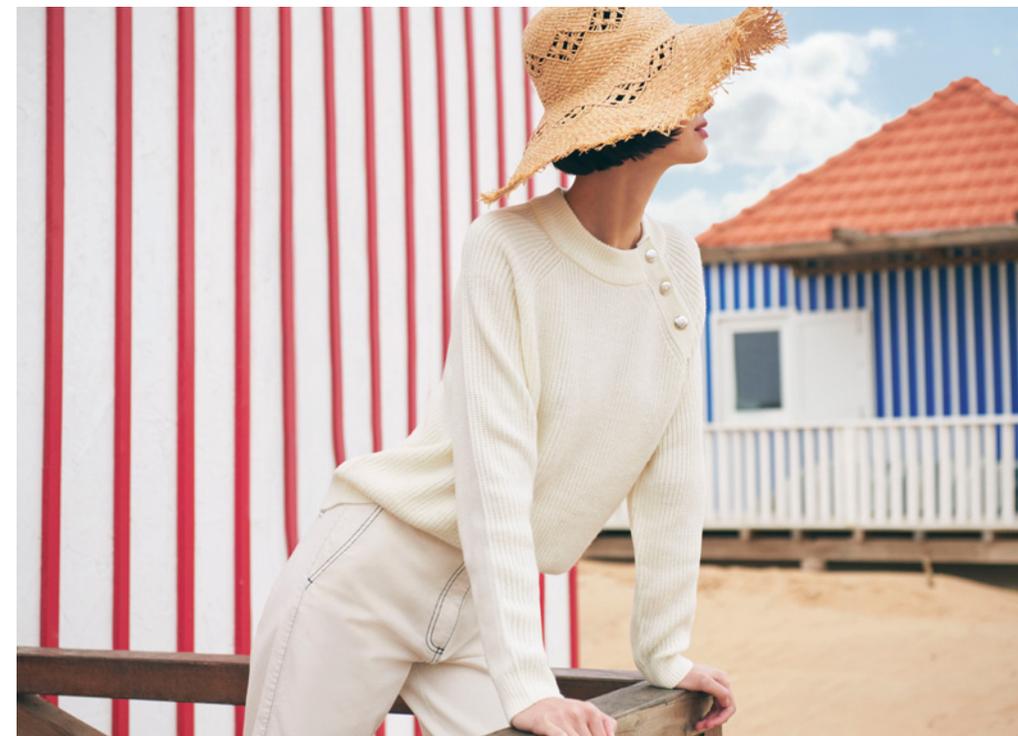
Giacca in pile e scaldacollo: Giacca full-zip in pile realizzata con poliestere riciclato, che evita la produzione di plastica vergine.

Less is better

Una linea creata attorno alla circolarità: capi innovativi, dalle linee essenziali, realizzati con materiali sostenibili e ad alto contenuto tecnico, come il poliestere riciclato utilizzato per i capi della stagione invernale. Less is better inoltre è interamente paper-free: abbiamo sostituito le etichette con un QR code stampato direttamente sul capo, che permette di consultare online le informazioni sul prodotto.

Ocean Care

La nostra offerta di swimwear comprende una selezione di costumi da bagno realizzati in Econyl® o poliestere riciclato a partire da materiali recuperati dai mari: dalle bottiglie di plastica alle reti da pesca recuperate dai subacquei volontari di Healthy Seas, un'iniziativa per la salvaguardia della biodiversità marina di cui OVS è partner associato.

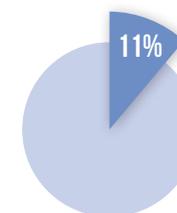


“
OVS è partner di Healthy Seas dal 2019, supportandoci nella pulizia del mare e nella sensibilizzazione sulla sostenibilità e la protezione del mare. Grazie a OVS, il nostro lavoro sta raggiungendo un pubblico più ampio, aiutando i consumatori a fare scelte più responsabili
”

*Veronika Mikos
Healthy Seas Director*

UN FILATO AMICO DI TUTTI, ANCHE DEGLI ANIMALI

La lana è un materiale rinnovabile e biodegradabile, ma l'allevamento animale è associato ad un elevato impatto ambientale. Per ridurre le nostre emissioni, abbiamo iniziato a utilizzare lana riciclata che mantiene le caratteristiche qualitative del capo.



Lana riciclata utilizzata su tutto l'approvvigionamento OVS

IL NOSTRO SENTIERO NELLA FORESTA

Le foreste svolgono un ruolo cruciale per preservare la varietà delle specie animali e vegetali, oltre a rimuovere CO₂ dall'atmosfera e a fornire mezzi di sussistenza, specialmente nei paesi più poveri. Le fibre della cellulosa estratta dal legno vengono utilizzate anche nel settore della moda per dar vita a tessuti particolarmente versatili e apprezzati.

Nella scelta dei materiali cellulosici, che rappresentano il 4% del totale delle fibre utilizzate da OVS⁶, prediligiamo quelli provenienti da foreste gestite secondo lo standard FSC (Forest Stewardship Council) o PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) e fornitori che adottano processi controllati come LenzingTM, che garantisce sia l'origine della materia prima che processi produttivi a ridotto impatto.

Materiali da **cellulosa certificata**

61%

LENZINGTM ECOVEROTM: derivata da alberi provenienti da foreste controllate e certificate FSC o PEFC, attraverso una produzione responsabile che consente di ridurre fino al 50% le emissioni di CO₂ e il consumo di acqua rispetto alla viscosa tradizionale, come confermato dalla certificazione Ecolabel UE, il marchio di qualità ecologica dell'unione Europea.

TENCELTM: è il marchio per le fibre ottenute dalla polpa di eucalipto (TENCELTM Lyocell) e dalla polpa di faggio (TENCELTM Modal). Si tratta di fibre completamente biodegradabili ottenute da alberi provenienti da foreste gestite in modo sostenibile e attraverso lavorazioni a basso impatto ambientale.



RE-UP: IL FUTURO NON È NIENTE DI NUOVO

RE-UP è il primo progetto di upcycling di OVS, nato da un Workshop creativo con i nostri designer tenutosi nella primavera del 2022.

Un brief chiaro, e una deadline, l'Earth Day 2023: poco meno di un anno per realizzare una collezione in linea con i principi del design sostenibile, in particolare durabilità, riciclabilità, riparabilità e riduzione della Carbon Footprint. Tutto questo mantenendo una elevata qualità del prodotto e stabilendo sinergie tra le diverse categorie di prodotto.

Non ci è voluto un anno, ma una decina di giorni ai team creativi che hanno presentato quattro progetti diversi, ma tutti validi: collezioni modulari, interamente biodegradabili o a forte impatto sociale.

La proposta vincente aveva un'idea forte alla base: non produrre nulla di nuovo. RE-UP è infatti una collezione composta da capi invenduti e ricondizionati, nello specifico t-shirt e denim, personalizzati con tecniche di custom painting, cioè con l'applicazione di schizzi di vernice sui capi. Questo processo creativo, che ha reso ogni capo un pezzo unico, è stato a cura dei giovani di Valemour, progetto di Cooperativa Vale un sogno Onlus, e prevede l'utilizzo delle tinte riciclate Recycrom di Officina+39.

Valemour è un generatore di impresa che nasce per favorire l'inserimento lavorativo di giovani con disabilità intellettiva favorendo la relazione tra imprese profit e non profit.

RecycromTM è una tintura innovativa brevettata da Officina +39 basata su una tecnologia in grado di riciclare gli scarti tessili trasformandoli in un'ampia gamma di polveri colorate che possono essere utilizzate per tingere qualsiasi fibra cellulosica con sistemi di tintura convenzionali, a immersione e attraverso la stampa serigrafica.



INTERVISTA

Federico Dan
Product Graphic Specialist OVS

LA CREATIVITÀ È SOLTANTO UN'ABILITÀ?

Federico Dan, Product Graphic Specialist OVS, spiega perché il coinvolgimento di una cooperativa sociale nel processo ideativo può fare la differenza

Product Graphic Specialist in OVS da 8 anni, Federico Dan si occupa di underwear, denim e accessori per il cliente uomo.

Come è nata l'idea?

Quando è stato lanciato il brief durante il workshop siamo stati divisi in gruppi e nel mio ci siamo subito detti che avremmo voluto seguire un'idea chiave: "Per essere sostenibili non bisogna produrre niente di nuovo" e così per rendere possibile qualcosa che sembrava impossibile ci siamo fatti conquistare dalle tecniche di upcycling, per cui, partendo da qualcosa di già esistente, si può creare qualcosa di unico e con un valore maggiore.

Ma che cosa fa davvero la differenza della capsule RE-UP?

Aver coinvolto una cooperativa sociale come Valemour con persone che hanno lavorato benissimo.

È un progetto replicabile?

Talmente entusiasmante che stiamo già studiando per la prossima collezione A/I assieme alla cooperativa per portare avanti le altre fasi del progetto.

Ma se non è stato utilizzato alcun materiale nuovo, da quali capi siete partiti?

Dai capi invenduti. RE-UP interviene selezionando il materiale che ci interessa e ci serve. E, grazie a un lavoro di gruppo coordinato dall'ufficio sostenibilità, seguiamo tutto il processo di lavorazione presso la cooperativa sociale.

Che tipo di rapporto si è creato con Valemour?

Abbiamo chiesto alle persone impegnate di rispettare alcune direttive ed è stato facile, anche se non immediato. Più sorprendente è stato l'impegno creativo: siamo partiti dalla tecnica Pollock, dove si applicano schizzi di colore sui capi con il pennello, per far diventare ogni capo un pezzo unico.

Abbiamo deciso insieme una palette di colori, tutti pigmenti sostenibili e riciclati prodotti da Officina+39 e spiegato le tecniche per utilizzare le macchie sui jeans e sulle magliette. Poi molte prove, cambiamenti in corso d'opera e molto dialogo con le persone al lavoro.

Che cosa si potrebbe migliorare nelle prossime fasi del progetto?

Siamo partiti con un test e un numero limitato di negozi e di capi. Questi prodotti funzionano e l'obiettivo dovrebbe essere aumentare i punti vendita e i volumi di prodotto. Abbiamo capito che si possono coinvolgere altre realtà no profit distribuite in tutta Italia.

Quali sono i parametri che devono rispettare queste realtà per lavorare con OVS?

L'esempio di Valemour si sposa bene con il progetto RE-UP perché propone una forma di imprenditoria sociale. C'è l'attitudine a creare insieme portando avanti un modello di business nuovo che si incastra bene nei processi di OVS. Noi abbiamo inserito un intervento artistico e creativo con un partner nuovo ma all'interno di un processo già consolidato.

C'è una risposta diversa a seconda delle generazioni impiegate in queste cooperative?

Più che una differenza anagrafica si è vista una differenza di propensione a certe attività. Alcuni si sono sentiti più valorizzati da un percorso creativo, altri erano a proprio agio a interagire con le macchine, attività che dà sicurezza forse perché funzionano in modo più prevedibile.



È vero che i tempi di produzione sono stati più rapidi del previsto, grazie alla solerzia dei ragazzi?

Sì il lavoro è partito ai primi di gennaio ed è stato terminato a fine marzo. La disabilità forse non c'entra così tanto con la capacità di essere performanti su alcune attività.

Quali reazioni si aspetta OVS dai clienti davanti ai prodotti RE-UP?

Che comprendano il valore aggiunto di questo acquisto, che siano consapevoli che ogni pezzo è un pezzo unico. Si tratta anche di fare un buon lavoro di comunicazione. La leva è: il capo come frutto di creatività e artigianalità.

“
Per essere sostenibili non bisogna produrre niente di nuovo e così per rendere possibile qualcosa che sembrava impossibile ci siamo fatti conquistare dalle tecniche di upcycling
”

A questo punto che futuro ha RE-UP?

Il desiderio per tutti è che diventi il marchio di OVS che include tutti i progetti di circolarità dal materiale ricondizionato agli abiti usati.

Per un team creativo disegnare abbigliamento sostenibile può essere un limite?

Il limite dato dal rispetto da quei vincoli semmai accende la capacità ideativa. Lo sforzo di trovare una soluzione diversa è addirittura un volano per la creatività. Inoltre ci si sente davvero responsabili. È stato così a partire dal workshop. Se prima erano i category manager a decidere i materiali sostenibili da utilizzare, con RE-UP il team creativo è diventato l'attore principale.





Il capo
frutto di
creatività
e artigianalità



INTERVISTA

Marco Ottocento

*Fondatore della Cooperativa Sociale
Vale un sogno Onlus*

CAMBIARE (NON) È UN'IMPRESA

La "lezione" di Marco Ottocento sull'economia generativa. Ovvero: come far collaborare profit e no profit, dando valore alla fragilità
Un dialogo con Marco Ottocento, fondatore della Cooperativa Sociale Vale un sogno Onlus, può partire dai risultati economici ottenuti grazie alle collaborazioni con le aziende di moda. Oppure può iniziare da un'ammirazione per coloro "che fanno del bene". In ogni caso finisce per essere una lezione di inclusione, lontana da ogni ipocrisia, nella quale il gap tra "noi" e gli "altri" svanisce. Ottocento è papà di una ragazza con la sindrome di Down e per garantire anche a lei un futuro ha dato vita a una fondazione dedicata a persone con disabilità intellettiva.

È la visione, però, che rende speciale il progetto, nel quale si esprime fiducia nell'impresa come comunità che non lascia indietro nessuno e chiede a ciascuno quello che può effettivamente dare.

“
Far coincidere il ruolo sociale con quello lavorativo è fondamentale. Il colloquio con le aziende per noi è strategico. Se vogliamo portare il mondo della fragilità verso una vera inclusione bisogna coinvolgere le aziende
”



La stessa visione che ha convinto OVS a inserire Valemour nel proprio percorso di sostenibilità per la realizzazione della collezione RE-UP in negozio a partire dall'inizio di maggio 2023.

Tra le imprese, quelle di moda sono più o meno sensibili all'inclusione sociale?

Conosco pregi e difetti del settore tessile. È un ambiente che garantisce grande visibilità. Se aderisce alla tua idea di cambiamento ti fa emergere.

Negli anni sono state le imprese che hanno permesso a Valemour di diventare una realtà di successo capace di integrare il mondo profit della moda con il no-profit. Ora siamo un generatore d'impresa, perché l'inclusione lavorativa oltre ai clienti moda deve sostenere la creazione di posti adatti alle esigenze delle persone.

Così creiamo delle mini-imprese ad hoc, perché il disabile intellettivo ha difficoltà a lavorare ai ritmi di oggi. Dobbiamo aggiungere tutele ma rimanendo sul mercato.

Un modello di economia generativa, quindi...
L'economia generativa mette al centro le persone e non i beni. L'economia attuale invece è estrattiva, si appropria di nuove risorse per produrre beni e crea continuamente scarti. Per essere più generativi dobbiamo produrre meno scarti e occuparci dello scarto più gravoso, che è quello umano. Chi nasce con disabilità intellettive è considerato non produttivo. L'idea è che il recupero di un capo sia legato al recupero di una persona.

Puntare a un'ecceellenza senza scarti è una missione possibile?
È un crescendo di tentativi che avvicinano il mondo no-profit al profit. La moda sperimenta, studia prodotti per persone disabili, per esempio collezioni per chi è in carrozzina. Altre cercano di abbinare fragilità e sostenibilità creando una nuova forza. Il mondo del profit ha capito che non basta più recuperare i prodotti, bisogna recuperare anche gli uomini.

Da zero a metà di mille: che cosa accade quando la solidarietà diventa contagiosa?
Era il 2007 quando sei genitori fondarono l'associazione. Alla base, l'idea che ognuno dovesse fare la sua parte di "investimento".



Come le famiglie dovevano metterci energia e passione, le comunità si potevano impegnare in raccolte fondi, mentre gli enti pubblici avrebbero avuto il ruolo di facilitatori. Le imprese alla fine avrebbero riconosciuto il valore economico di ciò che facciamo. E così è andata: in poco più di dieci anni siamo diventati un riferimento per 130 famiglie, e poi di altre 200 che trovano risposte per i loro ragazzi. Oggi diamo opportunità di inclusione lavorativa a più di quaranta persone con disabilità intellettiva.

Persone con disabilità intellettiva inserite in attività lavorative

40+

Qual è l'elemento attrattivo più forte?
Siamo una delle poche associazioni che propone progetti di vita integrali. In sostegno alle famiglie, prendiamo in carico la persona dai primi mesi di vita e in alcuni casi anche da prima che venga al mondo.

La supportiamo nella crescita, nel passaggio all'adolescenza, lavoriamo per dare al disabile intellettivo un'autonomia. Poi c'è la formazione al lavoro. Una fase durante la quale incontriamo le aziende disponibili a insegnare ai ragazzi. Questo ci permette di essere notati fuori dal territorio e di trovarci ad avere perfino più richieste che ragazzi da inserire.

Come entra l'iniziativa RE-UP di OVS in questo percorso?

Quella legata a RE-UP è la prima collezione che gestiamo con OVS. C'è una pattuglia di ragazzi impiegati in attività come la tintura, la preparazione o il finissaggio del capo. In pochi mesi abbiamo lavorato 10mila pezzi. Speriamo di poter prendere in carico, in futuro, anche il confezionamento.

Capi RE-UP lavorati in pochi mesi

10.000+



Il settore pubblico fa la sua parte?

La burocrazia è stata semplificata?

L'ente pubblico è uno dei soggetti più deboli che ruota intorno a noi. Prima di passare all'azione ci mette una vita. Bisogna comprendere che il no-profit è stato abituato a essere assistito dal pubblico ma ciò non funziona. Il sogno di noi genitori è una co-progettazione tra mondo profit, enti pubblici e organizzazioni no-profit. Può essere l'economia del futuro. Quello che cambia la visione dell'impresa non è la massimizzazione del profitto, ma del bene comune.

La disabilità dei figli impatta sui genitori?

Parlare di un progetto di vita crea resistenze?

Progetti come questi possono alleggerire le famiglie, perché ci facciamo carico del ragazzo per molte ore della giornata. Ma fare impresa come cerchiamo di fare noi è più difficile. Vogliamo mettere in moto qualcosa che coinvolge attivamente le famiglie. Molti vedono il no-profit come erogatore di servizi, ma noi non lo siamo. I genitori che investono sui figli devono essere parte attiva nel progetto.

Quali sono i punti chiave della collaborazione con il progetto RE-UP?

OVS ha una visione aziendale della sostenibilità. Ci conoscevano, ci hanno scelto. Ci hanno messo nel processo produttivo, nonostante il timore di qualche inefficienza. La sorpresa è stata che i ragazzi sono stati più efficienti del previsto. Forse anche per il fatto che abbiamo adattato alcuni processi di lavoro. La tecnica del Pollock painting, per esempio, basata sugli spruzzi di colore sul tessuto in orizzontale è stata resa più facile facendoli lavorare sui capi appesi al muro. Mi piace ricordare che con OVS l'obiettivo non è soltanto fare cose buone, ma farle belle. E che piacciono al mercato.



WHAT-IF BAG

Nel 2022, per il secondo anno, siamo stati membri di Monitor for Circular fashion, gruppo di lavoro organizzato da Sustainability Lab di SDA Bocconi School of Management di cui fanno parte alcuni tra i leader italiani del settore moda e della sua filiera.

Il gruppo di ricerca multi-stakeholder ha l'obiettivo di monitorare e analizzare trend nazionali e internazionali sull'implementazione della circolarità, dare l'opportunità alle aziende partecipanti di confrontarsi sui temi dell'economia circolare e rappresentare un motore di influenza sui governi per incentivare politiche a favore dell'economia circolare.

Nel corso dell'anno, oltre alla periodica partecipazione ai tavoli di confronto, abbiamo sviluppato un progetto pilota in collaborazione con Radici Group, Temera e Progetto Quid. La sfida è consistita nel progettare e produrre un articolo con due principi di circolarità in mente: monomaterialità e origine sostenibile della fibra scelta.

La borsa che abbiamo disegnato è stata il frutto di una collaborazione a più mani: con Radici Group abbiamo scelto il materiale - 100% poliammide 6 riciclato, certificato da GRS - che è stato utilizzato sia per il tessuto che per gli accessori.

100%

Poliammide 6 riciclato e certificato da GRS utilizzato per la creazione della borsa

Progetto Quid, brand di moda etica, ha provveduto alla confezione. Temera ha disegnato una pagina online, accessibile tramite la scansione del codice QR sui prodotti, dove sono state condivise le informazioni sull'origine e la manifattura del prodotto.

Nonostante il prodotto fosse molto semplice ha reso evidente come sia ancora complesso coordinare scelte di circolarità al 100% lungo tutta la filiera.



Gli scenari che abbiamo valutato sono stati moltissimi e in altrettante occasioni abbiamo dovuto valutare opzioni alternative che rimettevano in discussione costi e processi a monte e a valle. Ogni volta ci dovevamo chiedere: "Cosa succederebbe se...?" da cui il nome "What-if bag".

“ **Il progetto pilota è stata un'esperienza stimolante perché abbiamo dovuto costruire un'intera nuova catena di fornitura per un prodotto innovativo. Il risultato di questa esperienza è che è urgente costruire una cooperazione positiva tra attori con una visione comune per ampliare un sistema di produzione circolare** ”

*Camilla Mirone
Sustainability communication specialist*





03

Being fair and transparent

*Un impatto migliore,
possibile e necessario*

HIGHLIGHTS

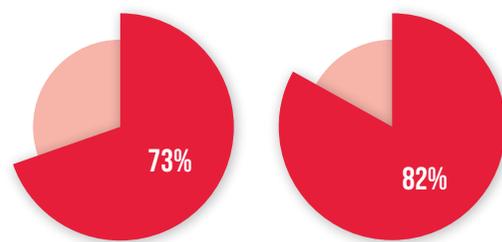
- 410 audit nel 2022
 - 93% del volume produttivo su Higg
 - Un altro anno in Myanmar
 - La storia d'impatto di Sirajonj
-





La produzione dei nostri capi - circa 170 milioni nel 2022 - si estende in 16 paesi e offre opportunità d'impiego in aree del mondo dove l'industria tessile è il principale motore di sviluppo. La nostra presenza stabile sui territori nei quali operiamo, aiuta a creare un contesto favorevole per migliorare le condizioni di vita e di lavoro di migliaia di persone e, di conseguenza, anche la qualità del prodotto.

Oltre la metà dei lavoratori dell'industria tessile sono donne, ma questa proporzione è molto squilibrata in termini di mansioni: i ruoli di vertice (direzione e supervisione) sono ricoperti prevalentemente da uomini, rispettivamente il 73% e l'82%. Per questo ci adoperiamo per supportare ogni progetto di sostegno all'istruzione e all'empowerment femminile, che possa favorire la loro crescita professionale e la loro indipendenza economica.



Ruoli di direzione ricoperti da uomini

Ruoli di supervisione ricoperti da uomini

Persone coinvolte nella **catena di fornitura OVS**
400.000+

La selezione dei fornitori tiene conto anche dell'attenzione verso il benessere dei lavoratori, delle strategie per ridurre l'impatto sull'ambiente e degli investimenti in tecnologie per rendere sempre più efficiente la produzione dei capi di abbigliamento.

Monitoriamo costantemente le performance sociali e ambientali delle fabbriche con cui collaboriamo per incentivare pratiche che abbiano ricadute positive sulle persone e per l'ambiente. Li accompagniamo e supportiamo in un percorso di crescita e creiamo alleanze con gli altri operatori del settore per guidare un miglioramento di sistema.

L'emissione del Sustainability-Linked Bond ha accelerato il nostro percorso di evoluzione, che ci porterà in futuro a consolidare i volumi produttivi verso quei fornitori che mettono le persone e i loro diritti al primo posto e che investono in tecnologie più innovative e a basse emissioni, individuando meccanismi premianti che li portino a migliorare ulteriormente.

IL NOSTRO CONTRIBUTO AI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Acqua pulita e servizi igienico sanitari

Per combattere la crescente scarsità di acqua potabile, causata dalla crisi climatica, promuoviamo pratiche di conservazione dell'acqua nei processi produttivi e adottiamo le linee guida rigorose per la gestione delle acque reflue (wastewater management) dei nostri fornitori.

Lavoro dignitoso e crescita economica

Per contribuire a uno sviluppo economico equo e sostenibile nei luoghi in cui opera la nostra supply chain, ci impegnamo a promuovere condizioni di lavoro dignitose, a far sì che i lavoratori ricevano una paga adeguata e a garantire pari opportunità.

Consumo e produzione responsabili

Per ridurre l'impiego di risorse naturali nell'intero ciclo produttivo e per migliorare la qualità della vita di tutte le persone coinvolte, promuoviamo la circolarità con interventi concreti volti a utilizzare gli scarti di produzione e con processi produttivi che riducono l'impatto ambientale.



PRODUZIONE RESPONSABILE E TRASPARENTE

Codice di condotta

Accettare di lavorare con OVS significa assumersi una responsabilità condivisa: quella di generare un circolo virtuoso che migliori le condizioni di lavoro delle comunità locali. Ci avvaliamo unicamente di fornitori che condividono e applicano pienamente il nostro Codice di condotta, uno strumento che ci assicura che i lavoratori siano messi a conoscenza dei principi descritti e dei loro diritti, e che siano in grado di segnalare eventuali non conformità.

Tutti i fornitori che lavorano con OVS sono tenuti a sottoscrivere il **Codice di Condotta**. Nel corso del 2022 non sono state ricevute segnalazioni.

Oltre a garantire continuità di fornitura nel tempo - mediamente lavoriamo con ciascun fornitore per almeno 9 anni consecutivi - adottiamo pratiche di acquisto responsabili, definite all'interno di una policy specifica, per ridurre qualsiasi impatto negativo sui lavoratori del tessile. Concordiamo con i fornitori condizioni che consentano di operare in sicurezza e di pianificare la produzione, per esempio evitando modifiche degli ordini in corso e rispettando i termini di pagamento.

Valutazione dei fornitori e piani di miglioramento

Nella valutazione dei nostri fornitori, la sostenibilità ha lo stesso peso dei criteri tradizionalmente adottati (qualità, servizio e costo). Il nostro programma di audit ci aiuta a verificare l'effettiva aderenza al Codice di Condotta e a misurare il profilo ambientale e sociale dei nostri fornitori.

All'avvio della fornitura, e successivamente con cadenza periodica di almeno 12/18 mesi, effettuiamo controlli diretti o attraverso terze parti, sulla base delle informazioni raccolte attraverso la piattaforma Higg o di eventuali segnalazioni provenienti da rappresentanze sindacali o associazioni territoriali.

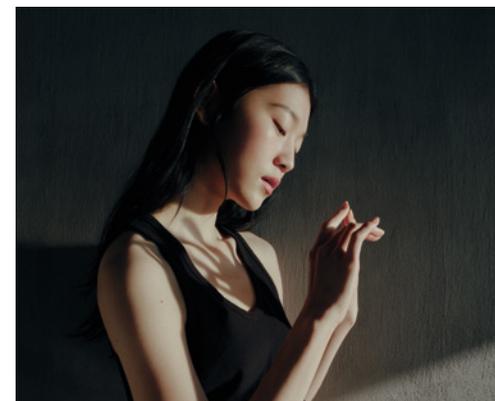
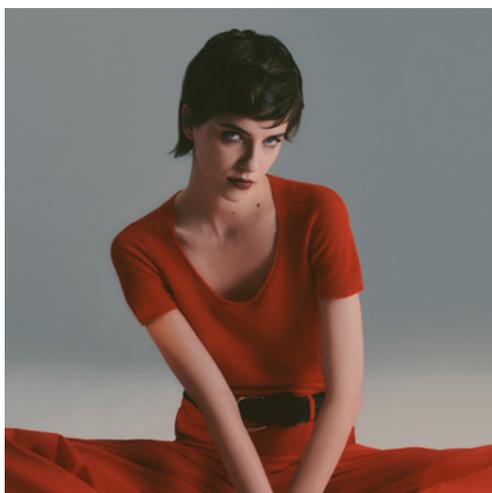
In un'ottica di trasparenza e co-evoluzione, condividiamo con ciascun fornitore i risultati della valutazione per identificare le aree di miglioramento. In caso di criticità concordiamo un piano d'azione correttivo e coinvolgiamo i rappresentanti dei lavoratori per recepire eventuali feedback.

Per avere un quadro ancor più rappresentativo, nel 2022 abbiamo deciso di sistematizzare il coinvolgimento dei rappresentanti dei lavoratori, sia come parte integrante delle interviste condotte in fabbrica, sia nella revisione delle evidenze risultanti dagli audit. Seguendo un ordine di priorità, legato al volume produttivo dei singoli paesi, stiamo sistematizzando la raccolta dei dati: siamo partiti dal Bangladesh dove, ad oggi, nel 22% dei nostri audit è stato coinvolto un rappresentante dei lavoratori.

Sempre con il medesimo scopo, abbiamo scelto di intervistare alcuni lavoratori fuori dalle fabbriche, ad integrazione delle interviste già condotte internamente. Abbiamo dato priorità anche al Myanmar, dove il 100% delle interviste sono state condotte al di fuori della fabbrica, coprendo circa l'1% della forza lavoro complessiva di tutti i nostri fornitori. Nel 2023 saranno disponibili maggiori dati anche relativi alle altre aree produttive.

Dal 2021, abbiamo cominciato a sostituire il nostro programma di audit con un sistema di valutazione dei fornitori basato sulla piattaforma Higg, nell'ottica della condivisione di azioni a livello di settore, per andare oltre l'operato dei singoli brand e arrivare così a una sorta di "sostenibilità al quadrato".

Questo strumento garantisce informazioni dettagliate, verificate e condivise da altri attori della filiera e ci permette di concentrare l'attività di controllo su quei casi dove riteniamo necessario un intervento immediato e diretto, mantenendo un monitoraggio continuo dell'intera catena di fornitura. Grazie alle informazioni riportate nella piattaforma, possiamo avere una visione di insieme della performance della nostra supply chain e supportare i fornitori e tutto il sistema moda in un cambiamento positivo.



Consumo di energia elettrica nelle attività produttive

783.810 GJ

Consumo di acqua utilizzata nella supply chain

35 MLN M³

Obiettivi e risultati

Nel 2022, il 93% del nostro volume produttivo proviene da fornitori di abbigliamento housebrand impegnati in programmi di miglioramento attraverso la piattaforma Higg, in linea con l'obiettivo del 100% fissato dal Sustainability-Linked Bond per il 2024. Il volume produttivo verificato sul modulo ambientale FEM (Higg Facility Environmental Module) è stato pari al 71%, mentre per il modulo sociale FSLM (Higg Facility Social and Labour Module) è al 50%.



EMISSIONI E CONSUMI D'ACQUA

Consumo energia⁷

Secondo gli ultimi dati disponibili, il consumo di energia nelle attività produttive è stato di 783.810 GJ, in netta riduzione rispetto a quello registrato l'anno precedente (1.084.023 GJ), a dimostrazione di un generale fermento nel perseguimento di programmi di efficientamento energetico in tutti i paesi produttivi.

Inoltre, solo lo 0,2% del volume produttivo è alimentato da fornitori che continuano a utilizzare fonti di energia a carbone, tutti concentrati in Pakistan.

Consumo acqua

Per quanto riguarda invece l'acqua utilizzata nella nostra supply chain, sono stati stimati i consumi, applicando il metodo ReCipe2016, alla base del calcolo di Eco Valore.

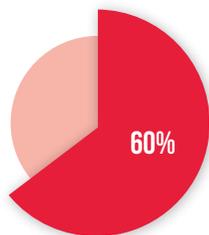
Il consumo che ne risulta è pari a circa 35 milioni di m³ (di cui il circa il 90% nella produzione dei materiali e il 10% nelle lavorazioni successive).



VERSO SALARI ADEGUATI PER TUTTI

Siamo consapevoli di avere una grande responsabilità nell'assicurare condizioni di vita dignitose alle persone che producono i nostri capi. Dall'analisi svolta nel 2021 è emerso che il 60% dei lavoratori coinvolti nella nostra catena di fornitura percepisce un salario almeno pari al living wage.

Il rimanente 40%, pur percependo una retribuzione superiore ai minimi di legge, non riceve un salario che consenta un tenore di vita dignitoso.



Lavoratori coinvolti nella catena di fornitura che percepiscono un salario pari al living wage

Trasparenza e tracciabilità

Per un migliore controllo del ciclo produttivo non consentiamo il ricorso a sub-forniture, salvo in casi espressamente autorizzati, e raccogliamo stagionalmente da ciascun fornitore una mappatura delle fonti produttive utilizzate, sia per i processi di confezionamento, sia per le principali fasi produttive e per le materie prime più rilevanti.

Stiamo inoltre lavorando alla promozione di piattaforme di collaborazione tra tutti i soggetti della filiera in modo da migliorare il livello di tracciabilità e permettere progressivamente la pubblicazione completa dei fornitori di secondo e terzo livello. Grazie all'implementazione di nuovi sistemi di mappatura e monitoraggio, possiamo analizzare sempre più in dettaglio i nostri fornitori e subfornitori con l'obiettivo di poter descrivere ogni prodotto OVS con le informazioni su tutti i soggetti operanti nella filiera per la sua realizzazione, dalle certificazioni alle performance ambientali e sociali.



Nel 2022, abbiamo condotto un'analisi dettagliata sul 58% dei nostri ordini, per verificare i livelli retributivi per ciascun ruolo nella fabbrica. Questo ci consente di identificare eventuali discrepanze tra il costo del lavoro dichiarato dal fornitore e le condizioni salariali dei lavoratori.

In particolare in Bangladesh il divario tra retribuzioni e living wage è rimasto costante perché l'incremento del costo della vita ha vanificato l'aumento del 12% delle retribuzioni.

Come azienda non abbiamo una leva diretta per ottenere risultati immediati, perché i livelli retributivi dipendono principalmente dalle scelte dei governi locali, dalla produttività del lavoro e dalle dinamiche del mercato occupazionale.

Quello che possiamo fare, però, è creare le condizioni abilitanti affinché i salari delle

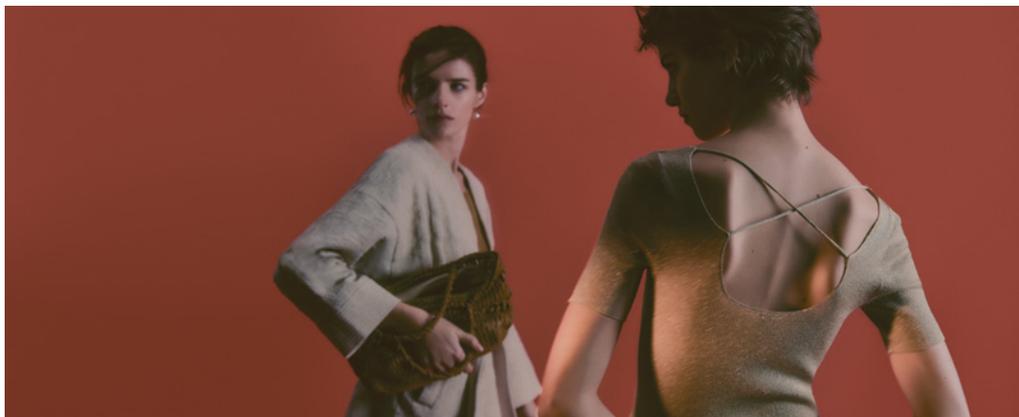
persone coinvolte nella nostra supply chain vadano gradualmente ad allinearsi al living wage, in modo da poter soddisfare i propri bisogni di base.

In questo senso, la piattaforma Higg è di grande supporto in quanto rappresenta un patrimonio di informazioni che ci permette di identificare le aree di possibile intervento, ad esempio, agendo in modo da favorire lo sviluppo di rappresentanze sindacali che rendono possibile la contrattazione collettiva.

Rappresentanze dei lavoratori e contratti collettivi

Tra le cause principali dei bassi livelli retributivi in alcuni paesi è emersa la scarsa diffusione di contratti collettivi e un'insufficiente rappresentanza dei lavoratori nelle contrattazioni salariali, oltre alla mancanza di strumenti di risoluzione dei problemi interni alle fabbriche.





STATO ATTUALE

Sulla base dei dati analizzati, abbiamo stimato che:

18,5% 

dei nostri fornitori (corrispondente al 20% del volume produttivo) ha forme di rappresentanza dei lavoratori democraticamente elette all'interno della fabbrica. Il 5% ha organizzazioni sindacali attive.

7% 

dei lavoratori dell'intera supply chain di OVS è coperto da contratti collettivi di lavoro, che in alcuni casi (9 in India, 10 in Cina e 1 in Bangladesh) negoziano salari più alti rispetto al minimum wage previsto per legge.

39% 

dei fornitori dispone di strumenti di risoluzione dei problemi o controversie.

OBIETTIVI MEDIO-LUNGO TERMINE

A fronte di questa situazione, ci poniamo i seguenti obiettivi a medio-lungo termine:

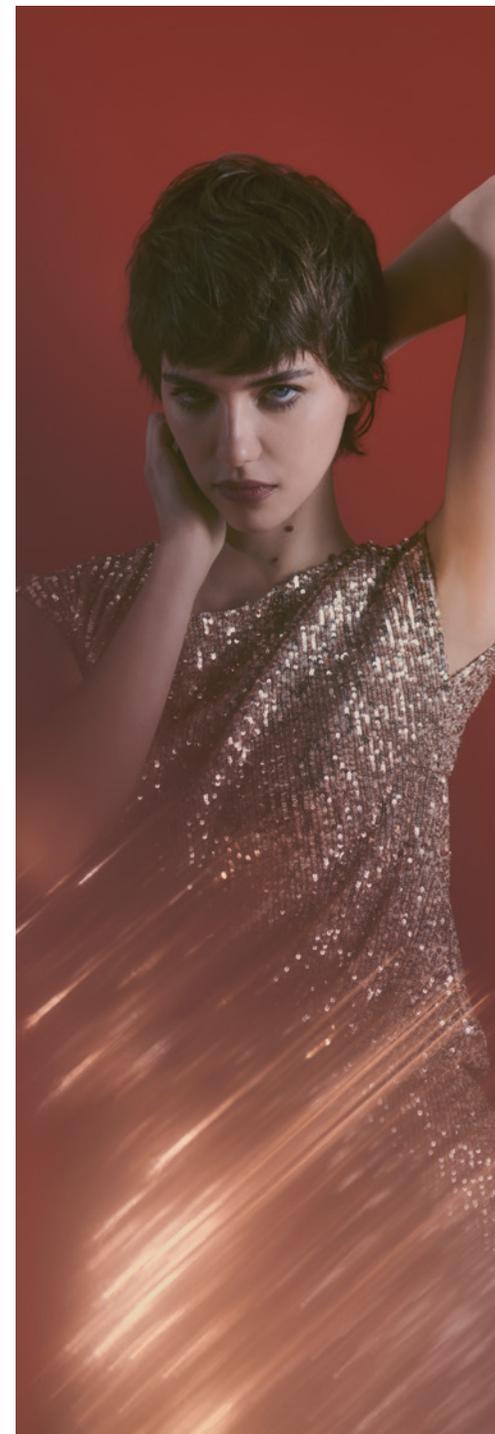
50% 

del volume produttivo sarà coperto, entro il 2025, da fornitori che abbiano organismi di rappresentanza dei lavoratori democraticamente eletti, in modo da facilitare l'allineamento delle retribuzioni all'effettivo costo della vita, per arrivare al 100% entro il 2030;

50% 

del volume produttivo sarà coperto, entro il 2025, da fornitori che abbiano messo in atto strumenti di risoluzione delle controversie interne alle fabbriche, per arrivare al 100% nel 2030.

Siamo fiduciosi che, grazie a queste azioni, le condizioni retributive dei lavoratori tenderanno progressivamente a migliorare: l'obiettivo è che tutte le persone impegnate nella nostra catena di fornitura ricevano una retribuzione allineata con il living wage entro il 2040.



BANGLADESH: LA STORIA D'IMPATTO DI SIRAJGONJ

A 10 anni dalla tragedia del Rana Plaza, il Bangladesh è un paese in profonda evoluzione. Sono stati fatti passi avanti enormi in tema di sicurezza del lavoro e rispetto dei diritti dei lavoratori, come confermano anche i risultati dell'Higg Index o il numero di collaborazioni locali di settore: oltre 4.000 le fabbriche di abbigliamento aderiscono al RMG Sustainability Council.

C'è stato un vero cambiamento di mentalità dal 2013 a oggi, che ora mette la sicurezza dei lavoratori al primo posto. Ad esempio, i casi di incendio nelle fabbriche si sono ridotti notevolmente e, quando si verificano, la maggior parte viene gestita da un team interno dedicato alla sicurezza antincendio.

Abbiamo approfondito con Mohammad Abdul Qaium, che gestisce in qualità di Sustainability Manager di OVS i rapporti con i fornitori in Bangladesh, India e Pakistan, la storia di Sirajgonj Fashion Ltd., una fabbrica di abbigliamento che OVS sta accompagnando in un articolato percorso di crescita.

Localizzata nell'area di Mirpur, all'interno della città metropolitana di Dacca, Sirajgonj conta su una forza lavoro di quasi mille persone, in prevalenza donne, e quasi il 100% della sua capacità produttiva è destinata a OVS, con cui collabora dal 2012.

Attraverso i processi di audit, sono emerse sin dal principio alcune questioni critiche, legate principalmente ai diritti dei lavoratori. Nonostante le azioni di follow-up e di monitoraggio, a distanza di tre anni, la situazione non era ancora migliorata.

Così, di concerto con i colleghi della funzione Sostenibilità del Gruppo, sono stati valutati diversi approcci di intervento e di coinvolgimento di Sirajgonj in un programma di sviluppo e di miglioramento pensato e creato ad hoc.

OVS in collaborazione con una società di consulenza locale ha svolto una root cause analysis per individuare le problematiche più importanti. Sono emersi circa 40 aspetti critici che sono stati poi suddivisi in ordine di priorità.

Da questa mappatura è stato elaborato un piano d'azione, concordato con la proprietà e il top management dell'azienda e che progressivamente coinvolgerà i lavoratori in diversi programmi.

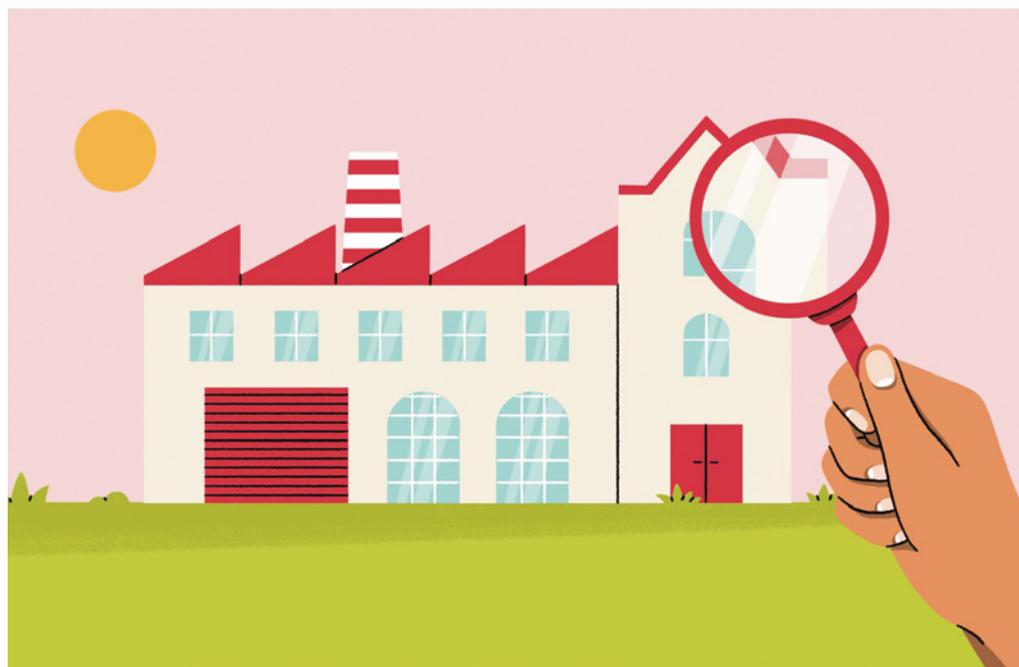
La vera sfida per ogni programma di due diligence deve essere quella di approfondire i processi dell'azienda fornitrice, esaminando

95%+

Capacità produttiva di Sirajgonj Fashion Ltd destinata a OVS

ogni singolo aspetto, ogni ruolo aziendale, e avvalendosi dove necessario di esperti esterni specializzati in tematiche di sostenibilità che siano in grado di scoprire tutte le cause profonde e i fattori alla base di questi problemi. In questo progetto il ruolo di Qaium è stato fondamentale: garantire la collaborazione tra il fornitore e la società di consulenza grazie alla visione congiunta delle prospettive di business e di sostenibilità.

Si tratta di una sfida che, in futuro, creerà un impatto positivo sia nella catena di fornitura di OVS, sia per il fornitore stesso che, ottimizzando i vari processi interni, avrà la possibilità di migliorare le proprie performance economiche, sociali e ambientali.



INTERVISTA

Nizar Merchant

Chief Marketing Officer Denim Privé, Pakistan

Paolo Lezza

Denim Product and Sourcing Developer OVS

PAKISTAN: L'INNOVAZIONE DEL DENIM

Denim Privé è un'azienda verticalmente integrata, specializzata nella produzione di denim e apparel. Lo stabilimento dell'azienda, situato nella città di Karachi in Pakistan, dispone di filatura, tessitura, tintoria e lavanderia interna con una capacità produttiva di 4 milioni di metri (la produzione mensile è pari a 750.000 capi di cui circa l'8% è destinata a OVS), e circa 4000 dipendenti.

Puntiamo a raggiungere questo traguardo essenzialmente attraverso due strade. Da un lato, l'autoproduzione di energia solare pulita e rinnovabile, pari a circa 941 MWh, dall'altro l'implementazione di processi produttivi all'avanguardia: siamo sempre alla ricerca di nuove tecnologie che possano aiutarci a minimizzare il nostro impatto sul pianeta.

Inoltre, tutte le sostanze chimiche che utilizziamo nei processi produttivi rispettano i regolamenti e le linee guida ZDHC. Altro risultato di cui siamo molto orgogliosi è il design sostenibile del nostro stabilimento, prima struttura produttiva del Pakistan ad aver raggiunto la certificazione LEED Platinum, la certificazione del Green Building Council che premia l'edilizia sostenibile. L'involucro della struttura è realizzato con mattoni innovativi riempiti con aerogel, che garantiscono un isolamento e prestazioni energetiche molto più efficienti rispetto agli edifici convenzionali. Infine, il 30% della superficie del complesso (circa 45.000 mq) è destinato a spazi verdi.

Capacità produttiva dello stabilimento

4 MLN METRI

Dipendenti circa

4.000

Quali sono le principali iniziative messe in campo da Denim Privé in tema di sostenibilità?

Nizar Merchant: In linea con la nostra strategia di sostenibilità, ci siamo dati l'obiettivo di ridurre del 50% l'impronta di carbonio delle nostre attività entro il 2027 (rispetto alla baseline del 2019) e diventare 100% carbon neutral entro il 2030.

30%



Superficie del complesso destinata a spazi verdi



Andando nel dettaglio dei processi produttivi, quali sono le innovazioni di cui andate più fieri?

Nizar Merchant: I processi di tintura sono sicuramente il nostro tratto distintivo. Abbiamo brevettato lo Smart Indigo, un processo elettrochimico di tintura del denim, interamente alimentato da energia solare e privo di sali o metalli pesanti: il prodotto secondario è quasi nullo, solo ossigeno. Inoltre, il nostro processo di tintura Blu Volt riduce drasticamente i consumi di acqua rispetto ai sistemi di tintura tradizionali, con un innovativo sistema a spruzzo in grado di produrre una gamma di tonalità di indaco brillanti e durevoli.

Per quanto riguarda la finitura, di recente abbiamo introdotto un'altra innovazione tecnologica, la Smart Foam, che massimizza l'efficienza idrica lavando e tingendo gli indumenti con una schiuma, senza l'impiego di acqua.

Paolo Lezza: Denim Privè è un'azienda anche molto attenta alle condizioni di lavoro: attraverso le tecnologie che utilizzano, ad esempio il laser e l'ozono, cercano di evitare tutti i processi di trattamento dei capi che prima venivano eseguiti manualmente, riducendo in maniera significativa l'impatto aggressivo sulla salute dei lavoratori. Tornando invece al tema dell'acqua, l'azienda è molto avanti anche rispetto al tema "zero scarichi liquidi": nel giro di un anno, tutta l'acqua utilizzata nei processi produttivi rientrerà in un ciclo chiuso che ne permette il costante riutilizzo, senza emissione di acque reflue.

Quali sono state le difficoltà e le sfide che avete dovuto superare in questo percorso?

Paolo Lezza: Tutte le tecnologie avanzate hanno un costo: il punto è come raggiungere la giusta efficienza per ridurlo e rimanere competitivi sul mercato. A questo proposito, rimane un punto fondamentale la ricerca di talenti e risorse umane in grado di gestire queste nuove tecnologie, che si basano anche sull'intelligenza artificiale: nel caso delle macchine di ultima generazione, non è così immediato individuare la ricetta giusta, il mix opportuno di sostanze da inserire o da nebulizzare. Ogni processo richiede competenze diverse: noi, come OVS, ci impegniamo a sostenere il nostro fornitore in queste sfide, per il raggiungimento della loro massima efficienza e, di conseguenza, anche nostra.

Nizar Merchant: A proposito di intelligenza artificiale, con il nostro team IT stiamo lavorando sul tema della tracciabilità: a ogni capo, già dalla fase di taglio, assegnamo un codice a barre univoco che segue il capo in tutti i processi.

È come un DNA, che può fornirci la storia esatta del singolo capo. In questo modo possiamo verificare, ad esempio, quanta acqua è stata utilizzata per la produzione di quel capo. Il prossimo passo sarà avere anche il dato sulle emissioni di CO₂, grazie ad una vera e propria mappatura in termini di Energy Information Management.

Quali iniziative portate avanti per la formazione e il benessere delle vostre persone?

Nizar Merchant: La qualità dei nostri prodotti e il successo della nostra realtà dipendono dalla qualità delle nostre persone, la nostra più grande risorsa. Tra le varie iniziative, vorrei citare il nostro programma di Lifelong Learning, focalizzato sul tema dell'emancipazione femminile, tema particolarmente rilevante nel nostro paese. Grazie a questo programma, le donne che non hanno avuto l'opportunità di studiare possono acquisire competenze, di base e avanzate, utili non solo in campo lavorativo. Forniamo anche un servizio di trasporto bus gratuito, che accompagna le nostre lavoratrici nel percorso casa-fabbrica, in modo da tutelare la loro sicurezza.

Garantiamo assistenza sanitaria grazie a una rete di 50 cliniche che operano direttamente sotto la nostra fondazione di beneficenza. Solo un numero: negli ultimi cinque anni abbiamo aiutato circa 10 milioni di persone e negli ultimi 10 anni abbiamo fornito un sostegno equivalente a 40 milioni di dollari, tutto a scopo benefico.

40 MLN

Donati da Denim Privè
a scopo benefico





La nostra più
grande risorsa:
le persone



IL NOSTRO IMPEGNO PER IL MYANMAR

Il colpo di stato in Myanmar, all'inizio del 2021, è andato ad aggravare una situazione sociale ed economica resa già complessa dagli effetti della pandemia da Covid-19. Abbiamo comunque deciso di mantenere la nostra presenza nel paese: il ritiro della produzione avrebbe causato un ulteriore impatto negativo sui lavoratori. Come OVS, sentiamo la responsabilità di garantire una continuità al rapporto con le persone coinvolte nella nostra catena di fornitura ma siamo consapevoli che il contesto richiede grande attenzione.

Il confronto diretto con i fornitori è uno step fondamentale in questo percorso. Vogliamo avere un impatto positivo sulle fabbriche che realizzano i nostri prodotti, adottando mezzi e metodi adeguati alla situazione specifica del Myanmar, per rendere almeno il luogo di lavoro uno spazio sicuro e controllato dove i diritti siano rispettati.

Abbiamo inoltre impostato un dialogo continuo con le istituzioni locali, con la Camera di Commercio europea e l'Ambasciata d'Italia in Myanmar, e collaboriamo con gli altri brand internazionali presenti nel paese per definire insieme le linee guida e le azioni più utili a garantire migliori condizioni di vita e lavoro. Solo coordinandoci come settore possiamo esercitare un impatto più significativo.

Monitoraggio

Nonostante tutte le difficoltà, siamo riusciti a portare avanti l'attività di monitoraggio delle performance sociali dei nostri partner produttivi attraverso la piattaforma Higg e altri rapporti di audit di terze parti, oltre al nostro processo di valutazione interna.

Per quanto riguarda la collezione autunno-inverno 2023, abbiamo deciso di mantenere la produzione in Myanmar.

03 Being fair and transparent

Questa posizione sarà rivista prima di iniziare la produzione per la stagione primavera-estate 2024, qualora dovessero emergere situazioni di rischio insanabili.

In tal caso metteremo immediatamente in atto un piano di uscita responsabile.

Al fine di adattare correttamente il processo di due diligence al contesto del paese, ci impegniamo a lavorare con i nostri partner produttivi a lungo termine per:

- facilitare un dialogo diretto e fluido tra proprietà e lavoratori;
- aumentare la frequenza della valutazione con un audit di parte terza ogni sei mesi;
- stabilire interviste a lavoratori selezionati in modo casuale all'interno e all'esterno delle fabbriche.

Grazie a questo approccio abbiamo già registrato segnali di miglioramento. Uno su tutti è il caso di un fornitore con cui

avevamo interrotto gli ordini, ma che abbiamo continuato a monitorare con l'attività di audit.

Il piano di rimedio ha portato a diversi risultati, confermati da alcune organizzazioni della società civile locali, tra cui:

- adozione di una policy anti-discriminazione e anti-violenza con relativi piani di formazione per i manager e i dipendenti;
- integrazione di un sistema anonimo per la segnalazione di violazioni;
- riorganizzazione del team per distribuire più correttamente i carichi di lavoro.

Un'app al servizio dei diritti umani

Nel 2023, in accordo con i nostri partner produttivi in Myanmar, implementeremo un innovativo sistema di segnalazione che, tramite un'app installata sugli smartphone (Wovo), consentirà ai lavoratori di dialogare in forma anonima con il management della fabbrica e a OVS di avere visibilità delle segnalazioni inoltrate.



Questa piattaforma tecnologica, sviluppata da un'impresa sociale fondata e gestita da donne, da un lato fornisce alla direzione della fabbrica gli strumenti per formare i lavoratori e mettere in atto le opportune azioni correttive; dall'altro aiuta i brand a prevenire qualsiasi rischio sociale o di violazione dei diritti umani.

COME FUNZIONA WOVO

Per i lavoratori

- Strumenti di comunicazione e segnalazione anonima
- E-learning su diritti e competenze professionali

Per i fornitori

- Identificazione dei rischi grazie al feedback dei lavoratori
- Sviluppo di competenze per mitigare i rischi

Per i brand

- Supervisione, acquisizione dati e monitoraggio diretto della supply chain
- Sondaggi diretti verso i lavoratori delle fabbriche





“
La Circular Fashion Partnership punta a creare un sistema per valorizzare gli scarti tessili e sviluppare modelli circolari nei paesi produttivi. OVS, con i suoi partner di produzione in Bangladesh sta svolgendo un lavoro pionieristico per una moda giusta e circolare!
”

*Holly Syrett
Director of Impact Programmes
& Sustainability at Global
Fashion Agenda*

COLLABORAZIONI DI SETTORE

Vogliamo contribuire a creare un approccio condiviso e per questo partecipiamo attivamente a diverse iniziative internazionali per il miglioramento della sostenibilità nel settore della moda: un vero cambiamento di sistema può essere realizzato solo alleandosi e collaborando con tutti gli attori coinvolti. In quest’ottica siamo stati la prima azienda di abbigliamento italiana che ha aderito alla Sustainable Apparel Coalition.

Sustainable Apparel Coalition (SAC)

La Sustainable Apparel Coalition (SAC) è un’alleanza globale multi-stakeholder per l’industria della moda, nata con l’obiettivo di diffondere pratiche di sostenibilità e trasparenza nel settore.

Questa collaborazione promuove la condivisione delle informazioni e permette l’adozione di standard uniformi.

Dal 2017 siamo membri della SAC e abbiamo adottato il modulo Higg Facility Tools, la piattaforma digitale di valutazione sviluppata dalla Sustainable Apparel Coalition per misurare le prestazioni sociali e ambientali delle strutture dei nostri fornitori.



Circular Fashion Partnership

Siamo parte della Circular Fashion Partnership, un progetto multi-stakeholder guidato dalla Global Fashion Agenda.

L’iniziativa nasce per promuovere concretamente l’economia circolare in Bangladesh: l’obiettivo è recuperare gli scarti di produzione e trasformarli in nuovi materiali, con un impatto positivo sul fronte della circolarità e della performance economica di tutta la supply chain.

Accord on Fire and Building Safety

OVS è tra i sottoscrittori del programma “Accord on Fire and Building Safety”, un accordo legalmente vincolante tra i marchi, le aziende produttrici e le principali sigle sindacali locali, promosso a livello internazionale dall’OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico).

Mira a migliorare le condizioni di lavoro in Bangladesh attraverso la verifica e la messa in sicurezza degli edifici produttivi nella filiera tessile, anche attraverso un sostegno finanziario.

04

Design a better work

*Un posto di lavoro dove
progettare il cambiamento*

HIGHLIGHTS

- 8.197 persone del gruppo OVS
- #wearyourchance, il percorso di crescita in OVS
- Riduzione Gender Pay-Gap nei punti vendita negli ultimi 6 anni
- Nuovo accordo sul lavoro agile





IL NOSTRO CONTRIBUTO AI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Lavoro dignitoso e crescita economica

Investiamo nel capitale umano con percorsi di formazione, per incentivare una crescita economica inclusiva e assicurare a tutti un'occupazione piena e produttiva.

Parità di genere

Non lasciamo spazio ad alcuna discriminazione e offriamo pari opportunità di lavoro senza distinzioni basate su etnia, religione, opinioni, nazionalità, sesso, condizioni fisiche, età, status sociale. Condanniamo qualsiasi forma di violenza e non ammettiamo alcuna differenza retributiva tra i generi, a parità di ruolo e anzianità.

#WEARYOURCHANCE

In un mercato sempre più sofisticato come quello attuale, il ventaglio di possibilità a disposizione dei talenti è molto più vasto, sia che siano già dentro un'azienda o che aspirino a entrarci. In quest'ottica, l'esperienza che un'organizzazione è in grado di offrire diventa determinante nella scelta dei candidati e nell'ingaggio dei dipendenti: sono loro a scegliere, anche rispetto all'attrattiva dell'azienda e alla condivisione dei valori alla base della cultura aziendale.

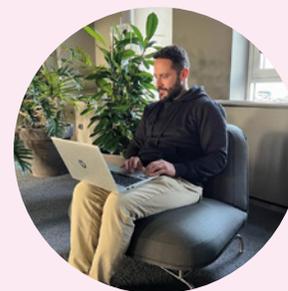
Grazie alla varietà di possibilità offerte dall'azienda il turnover del personale permanente in Italia è limitato al 8%, una percentuale di gran lunga inferiore al 16,7% medio in Italia⁸. Il dato si limita comunque all'11% estendendo l'analisi alle dimissioni volontarie e alle risoluzioni consensuali dei contratti a tempo determinato.



● Media Italia ● OVS

Siamo un'azienda di oltre 8.000 persone, suddivise tra sede centrale, negozi e divisioni operative estere, ciascuna impegnata a raggiungere obiettivi condivisi secondo il proprio talento e il proprio potenziale. Investiamo in una ricca offerta formativa, con l'obiettivo di valorizzare competenze e professionalità di tutti e attuare politiche di engagement verso i nostri collaboratori.

Garantiamo condizioni di lavoro adeguate e offriamo pari opportunità a tutti, senza distinzioni, perché siamo convinti che l'inclusione e la diversità siano fonte di ricchezza. Promuoviamo una cultura della condivisione e della partecipazione che si riflette in tutti i processi aziendali, sostenibilità compresa.



INTERVISTA

Simone Pantaleo

Responsabile Talent Acquisition and Employer Branding

UN MONDO DI OPPORTUNITÀ

In ambito Talent Acquisition ed Employer Branding, quali sono state le più grandi sfide e i cambiamenti più significativi da quando sei entrato in OVS (nel settembre 2021)?

Abbiamo cominciato a ragionare sempre più in un'ottica integrata, mettendo la persona al centro e costruendo intorno alle sue esigenze un'esperienza in azienda a 360 gradi.

In questo senso, il 2022 è stato veramente un anno spartiacque. Siamo passati da un approccio compartimentato alla definizione di un vero e proprio viaggio all'interno dell'azienda, che parte dal momento dell'awareness, in cui iniziamo a raccontare chi è OVS e come si posiziona sul mercato, fino all'off boarding, il momento in cui la persona decide di lasciare l'azienda per altre opportunità professionali o per il completamento del suo percorso di lavoro.

È stato un grosso cambiamento per noi, che permetterà di garantire un'esperienza di valore personale e professionale e che metterà sempre di più la persona al centro. Siamo convinti che la nostra strategia "people" ci aiuterà anche ad essere sempre più competitivi, perché OVS è un'azienda fatta ovviamente di prodotto ma soprattutto di persone.



A livello di recruiting, qual è stata la principale novità del 2022?

Abbiamo proceduto a una revisione completa dei testi degli annunci, sia per la sede che per il retail, in Italia e all'estero, con un focus sulla centralità della persona: chi aspira a entrare in OVS deve poter avere un quadro chiaro delle opportunità offerte dall'azienda, ma anche la garanzia di un percorso di selezione che sia assolutamente equo e inclusivo, senza discriminazioni di alcun tipo. Oltre a questo, abbiamo introdotto nuovi canali per la raccolta di nuove candidature e attivato collaborazioni per il recruiting di profili junior.



Cosa rende particolarmente attraente OVS agli occhi di un neolaureato rispetto ad altre realtà aziendali, in termini di offerta di opportunità e valorizzazione dei talenti?

La strategia di Employer Value Proposition (EVP) a cui stiamo lavorando, parte proprio da questa domanda: cosa ci rende diversi da altri employer? Se pensiamo alle persone a cui ci rivolgiamo per le nostre opportunità professionali - che sono molto variegata quanto a background, percorso di studi, provenienza geografica - la differenza sta sicuramente nella varietà di opportunità di crescita che il gruppo OVS offre al suo interno, in un momento come questo di grande trasformazione.

Il messaggio che stiamo cercando di veicolare, anche attraverso il racconto delle storie dei nostri colleghi, è #wearyourchance. "Indossa la tua opportunità" è un tipo di approccio che ci piace valorizzare con i candidati, perché lo spettro di opportunità che offriamo è sufficientemente ampio da dare a tutti la possibilità di indossare un abito su misura per le proprie esigenze e aspirazioni: che tu sia uno studente, con la necessità magari di finanziare i tuoi studi con un lavoro part-

time all'interno del negozio, che tu sia già laureato e stia intraprendendo un percorso per costruire una carriera professionale in un ambito specifico, o che tu sia già in azienda e desideri rimetterti in gioco, in OVS hai la possibilità di farlo.

Per quanto riguarda invece le opportunità offerte alle persone di OVS, cos'è che rende l'azienda distintiva rispetto alle altre?

OVS offre a tutti l'opportunità di crescere, sperimentando anche altri ruoli, e di rispondere alle esigenze personali, ad esempio la vicinanza alla propria casa. Quella democraticità e quella accessibilità dei prodotti che raccontiamo al nostro cliente all'interno del negozio cerchiamo sempre più di farla vivere anche a chi lavora con noi, attraverso esperienze concrete.

Non tutte le aziende offrono opportunità di questo tipo, mentre noi, grazie anche alla capillarità della nostra presenza in Italia, e sempre più anche all'estero, riusciamo ad offrire opportunità di mobilità, di progetti interni, di creazione di nuovi percorsi professionali, valorizzando la sinergia tra esperienza diretta in store e la macchina organizzativa in sede.

DALLA RICERCA DEL LAVORO ALLA CRESCITA PROFESSIONALE

OVS on campus

L'importanza di una contaminazione continua tra sapere ed esperienza è evidente ad ogni azienda che cerchi di rinnovarsi costantemente. Per questo coltiviamo il rapporto con le università, per dare a giovani laureati e laureandi l'opportunità di entrare in azienda, di formarsi e di mettersi alla prova, per poi seguire percorsi professionali specifici. Partecipiamo alla vita all'interno dei campus con diverse modalità, dal Workshop al Career Day, dagli OVS Days all'orientamento post laurea, con un calendario di eventi in costante aggiornamento.

Stiamo inoltre sviluppando nuove iniziative, come OVS Open Doors, un appuntamento mensile con un ristretto numero di candidati per lavorare su un business case, e OVS Summer Experience, un'esperienza nella quale i partecipanti, dopo il lancio di un progetto in sede a inizio estate, preparano in autonomia la proposta da presentare a settembre. Infine, oltre a rivedere completamente il wording dei nostri annunci di lavoro, abbiamo potenziato la nostra presenza sui social, utilizzando nuovi canali che ci aiutano a raggiungere un maggior numero di candidati, tra cui AlmaLaurea per il recruiting di profili junior.

OVS internship program

Il programma si rivolge a studenti e neolaureati con una forte passione per il fashion retail, oltre a un interesse per l'analisi dati e il prodotto moda, e che siano alla ricerca di un'opportunità di stage extracurricolare. Tutti i nostri brand e le diverse aree aziendali sono coinvolti nel progetto, dal Digital Business alla Direzione Prodotto, dal Visual Merchandising alle Risorse Umane, per offrire ai giovani un'esperienza altamente formativa della durata di 6 mesi.



“
Per rafforzare la scelta dei nuovi assunti e creare un legame con l'azienda, abbiamo totalmente ripensato l'esperienza dell'onboarding a cominciare dal primo giorno
”

Onboarding - I primi passi in OVS

Il primo giorno è un momento particolarmente importante nel percorso di un candidato che entra a far parte di OVS. Per rafforzare la scelta dei nuovi assunti e creare un legame con l'azienda, abbiamo totalmente ripensato l'esperienza dell'onboarding a cominciare dal primo giorno. In particolare:

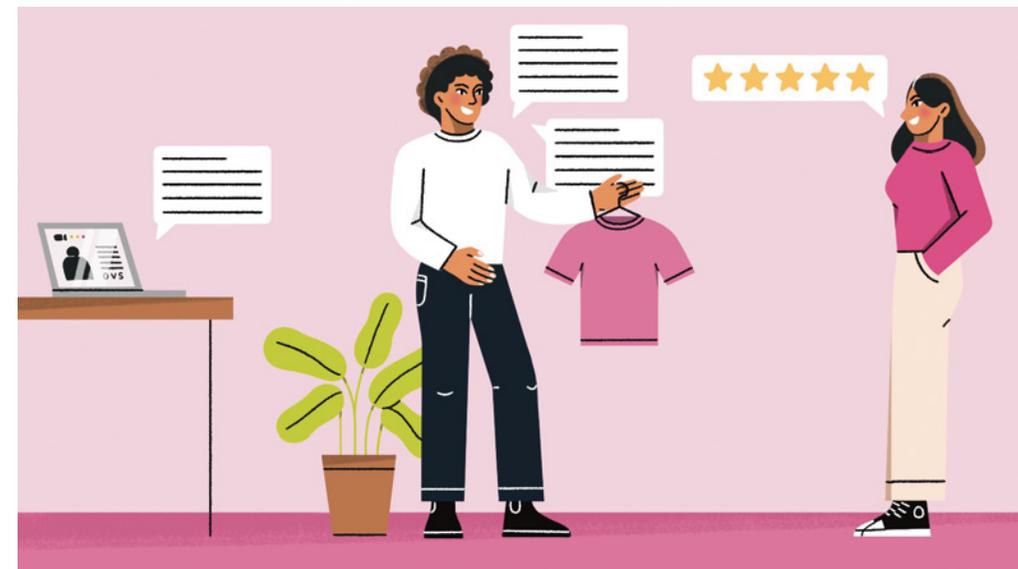
- abbiamo pensato ad un'agenda strutturata di incontri, che prevede anche il coinvolgimento di figure apicali;
- raccontiamo i programmi di formazione a disposizione per lo sviluppo delle nostre competenze;
- poniamo l'accento sul prodotto e sul negozio, anche grazie alla visita in showroom.

Dopo l'esperienza positiva con le nostre persone della sede, stiamo estendendo questo nuovo approccio alla rete vendita per l'onboarding dei Junior Store Manager, integrando anche profili di sede e di negozio.

Nell'arco dei sei mesi di inserimento tutte le persone partecipano a un programma ("Sintonizziamoci") mirato a mettere a fattor comune le caratteristiche personali con i valori e il modello di competenze aziendale. I principi di sostenibilità sono parte integrante di questo percorso, sia per i nuovi collaboratori delle funzioni di sede sia dei negozi.

CRESCERE IN OVS - FORMAZIONE CONTINUA

La formazione è per noi un investimento imprescindibile. Nel corso del 2022 il totale delle ore di formazione erogate a favore delle nostre persone è più che raddoppiato, in particolare grazie all'avvio di programmi che coinvolgono tutti i team di negozio.



Il cliente al centro nell'omnicanalità

Il 2022 è stato l'anno di avvio del programma in store "Il cliente al centro nell'omnicanalità", un percorso formativo in più tappe sulle capacità relazionali nei confronti del cliente, che si concluderà ad aprile 2023. Una parte delle attività di formazione, nella quale sono coinvolti circa 4.500 colleghi di OVS e UPIM, prevede l'applicazione sul campo delle competenze acquisite attraverso corsi e-learning.

Vendita assistita

Attraverso l'affiancamento sul campo da parte di un coach, sono stati individuati i venditori di OVS con maggior attitudine alla relazione di vendita, che a loro volta sono diventati coach per altri negozi in giro per l'Italia (ambassadors). In questo modo si è generata una diffusione a catena delle competenze più rilevanti nella relazione con il cliente e nella presentazione del prodotto. Oggi possiamo così contare su un gruppo di "snippers" che guidano la scelta del cliente sul nostro vasto assortimento.

Leadership

Nel 2022 il percorso Leadership Development Program si è focalizzato sul people management, da sempre un argomento molto partecipato e di fondamentale importanza. I nostri giovani manager hanno seguito un percorso di formazione strutturata e mirata allo sviluppo di competenze utili per la guida e il coinvolgimento delle persone.

Codesign

Il codesign si è confermata una modalità importante per la progettazione delle iniziative di formazione, secondo una logica che punta sempre più al coinvolgimento delle nostre persone. Nel 2022, abbiamo adottato questa modalità anche per ascoltare e raccogliere le proposte di gestione degli spazi di lavoro: i nuovi uffici di sede inaugurati a febbraio 2023 sono nati tenendo conto anche delle indicazioni e di alcuni suggerimenti emersi dal gruppo di lavoro "workplace ideas".

Anche il progetto di ristrutturazione di una parte della sede di Mestre e dei nuovi uffici di Milano è frutto di alcuni laboratori di co-design.

Qui Mestre

I nuovi uffici di Mestre, in Via Terraglio 17, ospitano alcune funzioni corporate del gruppo OVS: un grande progetto di riqualificazione, con spazi per il lavoro in team e aree relax per facilitare il confronto e la collaborazione.

Un impegno che ha visto all'opera molte professionalità del gruppo OVS e ha coinvolto collaboratori di ogni età e ruolo, con la voglia di condividere un'idea di futuro.

Fiore all'occhiello della sede è il ristorante aziendale, che offre quotidianamente un menù di prodotti del territorio interamente a chilometro zero e un servizio di take-away serale, con prezzi sempre convenienti.

Qui Milano

Nuovi uffici per 800 metri quadrati in via Dante 16, a pochi passi dal Castello Sforzesco, realizzati per accorciare le distanze tra Mestre e Milano e accogliere i colleghi che dalla sede si spostano nella capitale della moda.

Spazi di relax e salotti minimal per dare spazio a relazioni e creare opportunità professionali, in un luogo studiato fin nei minimi dettagli per lavorare a proprio agio, anche in squadra.



INTERVISTA

Cristina Cocchetto

Responsabile Training, Sviluppo, Comunicazione & Direzioni Corporate

RELAZIONE, EMPATIA E CONTAMINAZIONE

Qual è stato il focus principale delle attività di formazione a favore delle persone OVS nel 2022?

In aggiunta alle iniziative degli anni scorsi, abbiamo lanciato un programma di rafforzamento delle competenze chiamato "Il cliente al centro nell'omnicanalità" che, tra fine 2022 e inizio 2023, coinvolge tutti i colleghi dei negozi OVS, Upim e Stefanel.

Un percorso volto a stabilire con il cliente una relazione più empatica e più propositiva attraverso la condivisione di informazioni su qualità, sostenibilità e caratteristiche di materiali e tessuti presenti nelle collezioni. Un piano di formazione molto consistente, circa 6 mesi di training tra e-learning e attività on the job.

Abbiamo esteso le occasioni di approfondimento sul prodotto: fibre, tessuti, vestibilità, tecniche di presentazione, tramite iniziative di comunicazione interna con la realizzazione di video e il coinvolgimento di un gruppo di Sales Ambassador, che confrontandosi con i colleghi del prodotto durante la presentazione delle collezioni, hanno poi trasferito ai team di negozio modalità di approccio al cliente, vestendo il ruolo di coach per la vendita "assistita".

Quale valore aggiunto può apportare questo allargamento dell'offerta formativa?

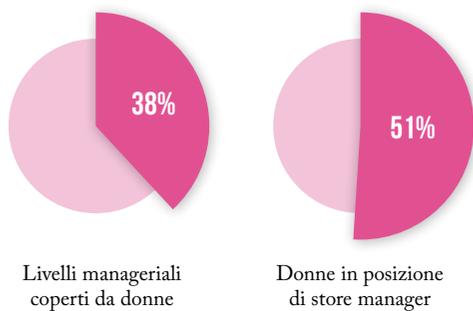
Rafforzare le competenze di negozio, di organizzazione, di evoluzione del cliente e del mercato, può portare valore aggiunto se trasferito anche in ruoli di sede. È una contaminazione di esperienze che arricchisce e che allarga le opportunità di crescita professionale.



Vale anche il contrario, cioè funzioni di sede che vanno verso i negozi, come durante gli "Store open day"?

Vogliamo lavorare sempre più come un unico team, sia che si operi negli store che nella sede. "Store open Day" è un'esperienza in negozio per tutti i colleghi di sede; da quest'anno è diventata parte integrante del percorso di onboarding. È fondamentale vivere il contatto con il cliente, verso il quale è indirizzata tutta la nostra attività, così da orientare il proprio contributo al miglioramento e all'innovazione dei negozi.

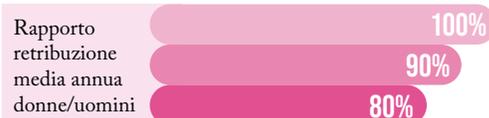
IL VALORE DELLA RETRIBUZIONE



Gender Pay-Gap 1,85%
(5% medio in Italia, 15,6% medio settore Commercio)⁹

Vogliamo riconoscere a tutti, senza discriminazioni, il valore del lavoro quotidiano anche attraverso il giusto riconoscimento retributivo per incentivare una crescita economica inclusiva. Per questo abbiamo un processo di revisione salariale periodico che, a prescindere dal genere, punta a valorizzare le performance migliori.

Infatti, il cosiddetto Gender Pay-gap aziendale è molto contenuto e frutto di un contesto culturale nazionale, ormai molto cambiato, che OVS ha suo malgrado ereditato dal 1972 ad oggi. Tuttavia, le politiche interne di valorizzazione delle persone hanno consentito di eliminare gradualmente tali differenze. Infatti, per i ruoli di sede non si registra una differenza salariale di genere rilevante, mentre per i ruoli di negozio la differenza è in progressivo miglioramento.



Anzianità di servizio (in anni) ruoli di vendita

- <5
- 5-10
- 10+



Coerentemente con i percorsi di formazione di crescita interna, dal 2021 gli obiettivi individuali tengono conto dei piani strategici di sostenibilità del gruppo per cui è stato deciso di legare il 20% della retribuzione variabile, al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità come, ad esempio, la percentuale di prodotti a ridotto impatto ambientale rispetto all'assortimento complessivo o il numero di fornitori verificati attraverso la piattaforma Higg. Lo stesso CEO riporta al Board il raggiungimento dei principali obiettivi del piano e parte della sua retribuzione variabile dipende dagli stessi.



Retribuzione variabile legata al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità

ACCORDO SUL LAVORO AGILE

Forti dell'esperienza durante gli anni della pandemia e consapevoli di quanto la flessibilità sia diventata oggi un elemento essenziale per la soddisfazione dei nostri colleghi e per la qualità del lavoro, ci siamo impegnati per diventare un'azienda sempre più flessibile e capace di lavorare per risultati.

A partire dall'1 settembre 2022, per decisione del Governo, ogni azienda è stata chiamata a definire la propria politica di gestione dello smart working. In OVS l'ufficio è il luogo principale dove svolgere le attività lavorative, ma il lavoro da remoto diventa parte integrante delle pratiche organizzative per cui tutti i dipendenti Full Time e Part Time, eccetto il personale di vendita, possono lavorare da casa fino a un massimo di 2 giorni a settimana.

UN ABBRACCIO PER L'UCRAINA

L'anno scorso, mentre stavamo completando la scrittura del bilancio 2021, è iniziata l'invasione russa dei confini ucraini. Durante il 2022 abbiamo sostenuto Save the Children per portare un aiuto concreto alle tantissime persone costrette ad abbandonare le loro case e trovare rifugio, spesso in condizioni di estremo disagio. Inoltre OVS ha voluto dare un supporto in prima linea, organizzando la donazione di oltre 800 kit di abbigliamento per donna e bambino al valico di Ferneti, tra Italia e Slovenia dove sono arrivati molti profughi dall'Ucraina con l'iniziativa *Un abbraccio per l'Ucraina*.

800

Kit di abbigliamento per donna e bambino distribuiti al valico di Ferneti



Dal 12 al 26 Maggio 2022 alcuni Store Manager - tra cui Anzhelika Mushyts, 27 anni, Store Manager di San Rocco al Porto (Lodi) - in collaborazione con le organizzazioni di volontariato, hanno distribuito i capi a persone e famiglie che raggiungevano il confine.



INTERVISTA

Anzhelika Mushyts
Responsabile di Negozio San Rocco al Porto

La chiamata per l'iniziativa organizzata da OVS al confine l'ha colta di sorpresa?

Più che altro mi ha entusiasmata l'idea di poter fare qualcosa per queste persone in difficoltà che peraltro provenivano proprio dal mio Paese, l'Ucraina.

In quale zona dell'Ucraina sono le tue radici?

Novohrad Volynsky, al confine con la Polonia. Li ho i miei nonni, che per fortuna per ora non hanno avuto la necessità di lasciare la propria casa, anche se hanno assistito con angoscia all'esodo dei profughi nei primi mesi della guerra. Mi hanno trasmesso la voglia di fare qualcosa.

Raccontaci l'esperienza nel dettaglio...

Sono partita da Piacenza con la mia auto, e mentre viaggiavo verso Ferneti sapevo che la logistica di OVS aveva predisposto tutto ma non sapevo che cosa avrei provato di fronte alla sofferenza di chi lascia tutto per continuare a vivere. Al confine ho trovato un camion in cui erano stivati i kit da distribuire a chi varcava la dogana. Erano suddivisi per fasce di età e sesso, e si trattava di abbigliamento, intimo e piccoli accessori per bambini. In quel momento in Ucraina faceva freddo ma qui da noi molto meno, quindi percepivo l'esigenza di cambiarsi di tutte queste persone. In tre giorni ho distribuito 90 kit, e mentre lo facevo potevo vedere le persone che stavamo aiutando e registrare le loro emozioni.

Che cosa ti è rimasto dell'incontro?

La sensazione più forte è stata quella di un grande abbraccio, di aver incontrato dei sorrisi di gratitudine e speranza, e la felicità che, nonostante tutto, esprimevano quei bambini quando aprivano il loro pacchetto che conteneva qualche accessorio, come un cerchietto per i capelli.

Ti sei sentita utile?

Sì ma non tanto per aver distribuito cose utili, piuttosto per il significato che questo gesto di donazione assumeva dal punto di vista psicologico e umano. A Ferneti c'erano postazioni organizzate per coprire molte urgenze, da quelle mediche della Croce Rossa a quelle alimentari, passando per vari tipi di supporto psicologico. Ciò che distribuivamo noi era il confort di un cambio di abito ma, a giudicare dai sorrisi che ci restituivano, avevo l'impressione che ciò che stavamo donando fosse anche

l'emozione di un piccolo regalo, di quelli che magari non ti aspetti, soprattutto quando sei un bambino che scappa da una guerra.

A parte operazioni come questa, mosse dall'urgenza, come pensi che OVS stia facendo la differenza?

La sostenibilità che porta avanti OVS è una visione di lungo periodo. Il controllo della supply chain, la diffusione di una cultura interna ed esterna all'azienda sull'impatto ambientale sono processi irreversibili.

Che cosa si potrebbe fare ancora per l'Ucraina con l'aiuto di OVS?

Il flusso critico dei profughi sembra passato. Quello che si potrebbe fare adesso è incidere sull'integrazione delle persone che si sono spostate. Credo che la risposta sia la formazione. Con dei corsi di lingue, per esempio, che possono ridurre le distanze per chi vuole muoversi nel resto d'Europa.





05

Making fashion a better choice

Una scelta sempre più consapevole

HIGHLIGHTS

- Primi, per il secondo anno consecutivo, nel Fashion Transparency Index
- OVS brand più citato dai consumatori per offerta di capi sostenibili
- Nuova partnership con Humana People to People Italia per la raccolta abiti in negozio





Siamo il più grande retailer italiano e gestiamo più di 2.000 punti vendita, tra tutte le insegne del Gruppo.

La capillarità della nostra rete di negozi ci ha reso molto vicini alle famiglie, per cui l'attenzione alla sostenibilità, spesso associata anche alla tutela del benessere di chi indossa i capi, è sempre più alta.

I nostri negozi, progettati e realizzati per ridurre al minimo l'impatto, sono luoghi dove i clienti possono imparare a fare scelte consapevoli e più responsabili.

Attraverso i nostri prodotti raccontiamo le nostre scelte strategiche sui materiali e i processi che scegliamo con l'intento di mitigare il nostro impatto sull'ambiente.

In alcuni momenti dell'anno, come l'Earth Day ad aprile e il Christmas Jumper Day a dicembre, trasformiamo il momento dell'acquisto in un'occasione per creare impatto positivo per la comunità con la proposta di capi con spiccate caratteristiche di sostenibilità o l'attivazione di campagne di donazione per organizzazioni non-profit.

IL NOSTRO CONTRIBUTO AI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG)

Città e comunità sostenibili

Attraverso una comunicazione attenta e trasparente e le attività di educazione e sensibilizzazione, intendiamo contribuire a promuovere lo sviluppo sociale, culturale e ambientale dei territori in cui operiamo.

Consumo e produzione responsabili

Ci impegniamo a promuovere consapevolezza e comportamenti virtuosi nelle famiglie che raggiungiamo con una comunicazione trasparente e investimenti in attività educative.

Lavoro dignitoso e crescita economica

Con la rete di negozi distribuita in modo capillare nel territorio, OVS contribuisce a creare stabilità economica nelle comunità in cui opera e offre opportunità di crescita e sviluppo professionale di giovani talenti.

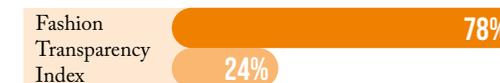
Città e comunità sostenibili

I negozi di OVS sono progettati, costruiti e gestiti per ridurre gli impatti delle nostre attività e contribuire a promuovere lo sviluppo sociale, culturale e ambientale delle comunità in cui operiamo.

LA TRASPARENZA AL PRIMO POSTO

Per noi la trasparenza è un modo di agire, non una misura di performance. Ci impegniamo quotidianamente a diventare sempre più precisi nella raccolta delle informazioni. Un esercizio che ci permette di acquisire sempre più consapevolezza degli impatti delle azioni e avere gli strumenti per identificare le aree di cambiamento.

Crediamo che sia anche un potente strumento di collaborazione: la pubblicazione delle informazioni relative alle attività di business stimola la cooperazione tra attori dello stesso settore per individuare le aree di intervento più significative per tutti ed avere delle priorità comuni. E soprattutto consolida il rapporto di fiducia con i nostri clienti e stimola l'approfondimento per acquisire maggiore consapevolezza rispetto alle scelte di acquisto.



● Punteggio OVS ● Punteggio medio degli altri brand

Fashion Transparency Index

Nel 2022, per il secondo anno consecutivo, il Gruppo OVS ha confermato il primo posto nel Fashion Transparency Index 2022, tra 250 brand e retailer di moda analizzati da Fashion Revolution, movimento globale che incoraggia l'industria della moda a costruire un sistema più rispettoso dei diritti umani e dell'ambiente in tutte le fasi del ciclo produttivo.

Con un punteggio complessivo di 78% (in media i brand hanno ottenuto un punteggio del 24%), OVS è migliorata nelle aree governance e tracciabilità. Quest'ultima valuta il livello di disclosure dell'azienda in relazione alle informazioni sui fornitori su cui OVS ha migliorato il livello di dettaglio fino al Tier 3. Inoltre è stata riconosciuta la trasparenza con cui OVS ha raccontato le azioni di rimedio rispetto alle situazioni più complesse, come quella in Myanmar. Negli anni infatti abbiamo perfezionato la capacità di intervenire tempestivamente con azioni "tailor-made".



SUSTAINABLE CUSTOMER EXPERIENCE

Dai punti vendita all'e-commerce, passando per le newsletter e le informazioni sul prodotto, abbiamo costruito una comunicazione integrata che accompagna il cliente in tutte le fasi di acquisto consapevole.

Dalla scelta del prodotto fino al momento in cui si smette di utilizzare il capo, i clienti, entrando nel mondo OVS, hanno l'opportunità di avere informazioni sulla composizione del capo, e le sue caratteristiche di sostenibilità, sul fornitore che lo ha prodotto, e infine i consigli su come prendersene cura per prolungarne l'utilizzo.

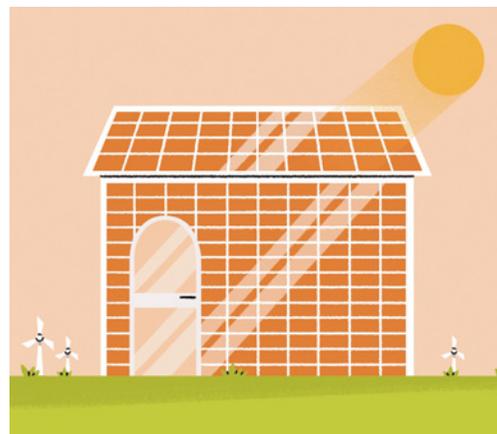
Eco Valore: informazioni chiare per scelte sostenibili

Negli anni ci siamo impegnati a rendere sempre più dettagliate le informazioni disponibili ai clienti e dal 2019 abbiamo inserito, iniziando da una selezione di prodotti, le informazioni per capire a colpo d'occhio qual è l'impatto ambientale della produzione di un capo di abbigliamento.

Con Eco Valore, si possono conoscere tre indicatori fondamentali: (I) consumo d'acqua e (II) emissioni di CO₂ della fase di produzione del prodotto, e (III) l'indice di circolarità, un valore che va da 1 (meno riciclabile) a 10 (più riciclabile), calcolato sulla base di numero e tipo di materiali e la loro riciclabilità.

L'indice, nato da un progetto in collaborazione con l'Università degli studi di Padova, dal 2021 è stato esteso al 100% dei prodotti presenti sul nostro e-commerce.

Dal 2022 l'Eco Valore viene mostrato anche nello scontrino digitale che riceve chi acquista in negozio con l'OVSID.



NEGOZI PIÙ SOSTENIBILI

Per le nuove aperture dei punti vendita viene sempre applicato il nuovo store concept, ideato per migliorare il profilo di sostenibilità dei negozi e che prevede sistemi di assemblaggio semplificati, scelta di materiali certificati, impianti di illuminazione a ridotto impatto energetico. Nel 2022 abbiamo registrato una riduzione del 5% del consumo energetico nella rete vendita grazie a interventi di efficientamento energetico e programmi di energy saving che hanno coinvolto il personale di negozio.

Il 99% dell'energia elettrica acquistata per i negozi OVS proviene da fonti rinnovabili certificate con Garanzia d'Origine e quasi 80.000 kWh di energia viene autoprodotta. Durante il prossimo anno aumenteremo quest'ultimo dato, grazie al nuovo programma di installazione di pannelli fotovoltaici in decine di nuovi punti vendita.

Risparmio energetico per metro quadro nella rete vendita registrato nel 2022

-5%



INTERVISTA

Isabel Serafini

Responsabile CRM di OVS, Stefanel e GAP

LA SOSTENIBILITÀ PER IL CLIENTE OVS

Qual è la percezione dei clienti di OVS relativamente all'impegno sulla sostenibilità?

Negli ultimi due anni è decisamente migliorata, i nostri clienti hanno colto l'evoluzione di OVS: brand di abbigliamento leader in Italia e non solo, i nostri clienti ritengono di avere una maggiore sensibilità verso prodotti che hanno un livello di sostenibilità più alto. Insieme a prezzo e qualità del prodotto, la sostenibilità è il driver d'acquisto principale. È un dato che ci fa molto piacere, perché significa che i nostri clienti riescono a percepire lo sforzo di sostenibilità che sta dietro la qualità del nostro prodotto e i passi avanti fatti negli anni.

“ **Il cliente viene anche coinvolto e reso parte attiva delle iniziative di sostenibilità del Gruppo, una in particolare è quella del riciclo. [...] Il riuso è una formula di sostenibilità vincente che permette di allungare la vita dei nostri prodotti** ”

Questo sforzo sulla qualità viene riconosciuto anche sul cotone biologico?

Il cotone in generale è un nostro punto di forza, sia a livello di volumi di vendite sia come percepito sulla qualità OVS.

In generale, il cotone ha il dono di essere un materiale che dura nel tempo ed è naturale. Aver puntato sulla sostenibilità del cotone, scegliendo alternative a minor impatto come il biologico, è un elemento di ulteriore valorizzazione e rassicurazione, è un po' la cifra di qualità del prodotto OVS.

Nella nostra clientela, costituita per buona parte da mamme, l'attenzione al benessere del bambino, dunque la qualità dei materiali, è uno degli elementi trainanti anche nella scelta. Sono nostre clienti fedeli perché assicuriamo loro un prodotto di alto livello qualitativo, e la sostenibilità è un elemento di supporto in questa loro valutazione.

L'interesse per i materiali naturali e sostenibili cresce anche nelle Collezioni Adulto, dove l'acquisto di un capo rappresenta sempre più una scelta di benessere e cura verso sé stessi. Per rispondere a queste esigenze dobbiamo mantenere una continuità nella nostra offerta e prefiggerci obiettivi sempre più alti soprattutto in termini di sostenibilità.



Quali sono le modalità di ingaggio dei clienti?

Abbiamo la fortuna di poter contare su un database che nel tempo si è arricchito: siamo a quasi sei milioni di clienti contattabili, che possiamo raggiungere direttamente tramite e-mail o sms e ai quali possiamo indirizzare comunicazioni sia massive sia one-to-one.

La nostra visione è centrata sul cliente e il suo costante ascolto. Interviste mirate, focus groups e approfondimenti analitici ci permettono di agire in modo coerente con i bisogni della clientela e possono essere d'aiuto per migliorare le azioni successive.

Il cliente viene anche coinvolto e reso parte attiva delle iniziative di sostenibilità del Gruppo, una in particolare è quella del riciclo. Attraverso la raccolta degli abiti usati, infatti, il cliente viene invitato a portare in store abiti del proprio armadio che, durante i cambi stagionali, invece che diventare rifiuti possono avere una seconda vita. Il riuso è una formula di sostenibilità vincente che permette di allungare la vita dei nostri prodotti.

Qual è il profilo del cliente tipo di OVS?

Il nostro core target è sicuramente rappresentato dalla generazione X e dai Millennials, dove si concentrano maggiormente le famiglie con bambini o adolescenti. Il riconoscimento e l'apprezzamento per l'evoluzione delle Collezioni Adulto, sta attirando molti tipi di donne e uomini, anche profili giovani che vedono in OVS un riferimento per la moda quotidiana, rendendo così sempre più ampio e trasversale il target a cui ci rivolgiamo.

Cosa puoi dirci invece della generazione Z? Si può notare qualche differenza nella percezione della sostenibilità, una caratteristica particolare che possa considerarsi "generazionale"?

Abbiamo condotto di recente un'indagine con i ragazzi di età compresa tra i 13 e i 19 anni per cercare di capire l'importanza della sostenibilità nelle loro scelte d'acquisto. Da un lato, per loro la sostenibilità è un ostacolo al desiderio di acquistare senza spendere troppo, perché qualifica il prodotto anche a livello di posizionamento del prezzo.

Per quanto riguarda invece tutto ciò che ha a che fare con il riuso, ad esempio noleggiare un abito, qui la sensibilità e l'apertura è più forte: passare dal possesso al noleggio è un'esperienza che significa maggior varietà, significa poter cambiare spesso, e questo alla generazione Z piace.

Tra le tematiche giudicate più rilevanti dagli under 25, ci sono sicuramente la diversità e l'inclusione. Come vengono affrontate e gestite queste tematiche in OVS? L'inclusione è oggi uno dei trend più forti del settore moda. Il nostro slogan "Love People not Labels" è quanto mai attuale e vuol dire proprio apertura e valorizzazione della diversità in ogni suo aspetto, comunicata e mostrata al mondo attraverso elementi della collezione e immagini di campagna. Le nostre clienti abituali sono infatti donne molto consapevoli, che non si pongono il problema della propria fisicità e chiedono prodotti che valorizzino la loro femminilità in maniera naturale e curata. Solo grazie a un assortimento ampio e variegato è possibile essere veramente inclusivi e rispondere a tutte le diversità, estetiche e non solo.

39,7% 

Degli intervistati dichiara di essere disponibile a pagare un prezzo più elevato per un prodotto certificato come sostenibile

OVS è il brand più citato, tra 59 insegne, in relazione all'offerta di capi sostenibili.

"Osservatorio Fashion" - Ricerca condotta a settembre 2022 da Sita Ricerca - Interviste online a 1.000 acquirenti italiani di abbigliamento di età compresa tra 18 e 65 anni





Valorizzare la diversità



INTERVISTA

Karina Bolin

Presidente di Humana People to People Italia

UNA SECONDA VITA AGLI ABITI USATI

Nel 2022, con il programma Dona i tuoi abiti usati a Humana, è stata rilanciata l'iniziativa di raccolta di abiti usati, attiva dal 2013. Grazie alla partnership con Humana People to People Italia, negli oltre 800 negozi della rete vendita di OVS i clienti possono consegnare capi usati affidandoli all'organizzazione di cooperazione internazionale.

Nei primi anni Settanta Karina Bolin era una ragazza di 21 anni che iniziava a viaggiare in Asia e in Africa a vedere con i propri occhi povertà e ingiustizia sociale.

È l'India, l'esperienza più forte: «Ho vissuto la contraddizione tra povertà assoluta e ricchezza assoluta, una accanto all'altra.

Tornata in Svezia mi sono chiesta se fosse meglio dimenticare tutto e continuare a vivere facendo finta di niente. Invece quell'esperienza è tuttora viva dentro di me e influenza ogni mia azione e decisione».

Nel 1978 Karina prende parte al Movimento Internazionale Humana People to People, che nasce per realizzare interventi educativi, sanitari e agricoli nei cosiddetti paesi in via di sviluppo.

Nel 1998, fonda Humana People to People Italia ONLUS, di cui è ancora Presidente.



E ora la collaborazione con OVS per una raccolta di abiti che esca dal mero concetto di riutilizzo e agisca nel profondo delle abitudini di consumo nella logica dello slogan «Un vestito non finisce solo perché non mi serve più».



In questi 25 anni, Humana ha fatto la differenza? Come?

Humana, non solo in Italia, punta a rendere le persone protagoniste del proprio futuro. I nostri modelli di progetti si basano sempre sul bisogno locale, sulle necessità concrete delle comunità. Lavoriamo con gli individui ma sempre nell'ottica di cambiare la comunità intera, perché è soltanto così che un progetto diventa sostenibile nel tempo. L'elemento più importante è l'educazione, non soltanto fermandosi alla scuola ma esplorando infinite altre modalità. Humana Italia è oggi attiva con iniziative nell'Africa subsahariana, in particolare in Mozambico, Malawi, Zambia, Angola. Lavoriamo a progetti educativi di forte impatto sulla formazione degli insegnanti, in collaborazione con i Ministeri dell'Educazione nazionali.

Quali sono i punti chiave dell'accordo siglato con OVS nel 2022?

Creare una sensibilità condivisa tra i cittadini, per arrivare all'idea che, appunto, «un vestito non finisce solo perché non mi serve più». Quindi vogliamo portare conoscenza sulla sostenibilità, sull'economia circolare e il riuso. Un capo riutilizzato impatta 70 volte meno di un prodotto nuovo. Collaborando con OVS sulla sensibilità del consumatore si comunicano valori che portano a un cambio di paradigma della società. OVS è un buon esempio di azienda che sta lavorando per la sostenibilità e per affrontare le sfide del settore abbigliamento. Il 2022 è stato l'anno di avvio, che ha portato una raccolta di indumenti usati buona ma migliorabile dal punto di vista quantitativo, già dall'inizio di quest'anno si vede l'aumento perché c'è una maggiore comunicazione.

Come vengono suddivisi gli abiti raccolti negli store OVS?

Dopo la raccolta in store la merce è divisa in 40 categorie. Mediamente otteniamo un 67% di capi riutilizzabili, con OVS di più, circa il 72%. Il 30% di questi pezzi sono rivenduti in Italia o in Romania. Inoltre, circa un 20% di ciò che raccogliamo con OVS dopo un'attenta selezione secondo criteri climatici, culturali e legati al gusto locale, arriva alle nostre organizzazioni in Africa, qui entra in nell'economia del luogo generando posti di lavoro e il ricavato della vendita finanzia iniziative sul posto, come le scuole magistrali.

Al Copenhagen Fashion Summit la OR foundation ha detto che i vestiti che arrivano sono troppi per essere gestiti. L'Africa non rischia di essere la pattumiera d'Europa?

Il rischio che qualcuno esporti rifiuti per motivi economici c'è, tuttavia se io sono un imprenditore africano e pago il trasporto

e la merce al chilo, questa merce deve darmi un risultato economico, altrimenti smetterò di comprarla. Certo, il traffico del rifiuto deve essere fermato, ma non solo nel settore tessile, in quello delle automobili e dell'elettronica.

Nel mercato dell'usato è sempre più necessario controllare i flussi. Quando spediamo i vestiti in Africa applichiamo un puntuale controllo qualità.

Noi mandiamo i nostri vestiti alle consorelle in Mozambico, Malawi e Angola e sappiamo esattamente che cosa fanno con questi capi. C'è infatti un dialogo diretto con i nostri colleghi in loco che ci permette di verificare costantemente che il materiale inviato rappresenti un reale valore per le comunità.

Cosa si può fare ancora per sensibilizzare a un consumo più consapevole?

Se una mattina mi alzo e penso «mi serve qualcosa», vado al centro commerciale più vicino. Dove potrei andare in alternativa? L'accesso al consumo sostenibile è ancora molto ridotto. La mia responsabilità come operatore non profit è dimostrare con i fatti che siamo capaci di rendere la parte sostenibile accessibile a tutti.

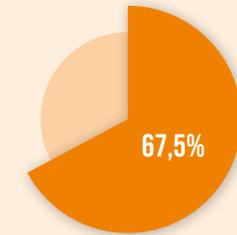
La partnership con OVS ha tutte le caratteristiche di un'iniziativa win-win, dove entrambi i player traggono valore senza che si inneschi un conflitto di interessi.

Non si vive solo di non profit, ma anche di profit. Questa collaborazione è dunque fondamentale per portare avanti un'economia circolare concreta, il nostro ruolo è contribuire con la professionalità a rendere tutto più etico, ma cerchiamo anche di crescere a livello di volumi.

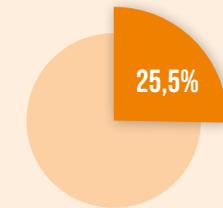
Se dovessi fare appello ai consumatori di OVS affinché portino i vestiti usati negli store per donarli a Humana invece di buttarli, su quali valori faresti leva?

Spiegherei che questo gesto porta una riduzione delle emissioni di CO₂, del consumo d'acqua, dell'inquinamento chimico. E attiva la solidarietà sociale. Per quanto riguarda poi i nostri progetti questa azione contribuisce a finanziare concretamente educazione, capacity building, apprendimento di competenze e sostenibilità anche nella produzione del cibo.

Risultati selezione dei capi raccolti a cura di Humana Italia.



Capi riutilizzabili



Capi avviati al riciclo per produrre nuove fibre



Capi destinati alla produzione di energia



EARTH DAY

La Giornata internazionale della Terra è da qualche anno l'occasione per OVS di progettare piccole collezioni con cui avvicinare i clienti ai temi del cambiamento climatico e dell'utilizzo più responsabile delle risorse naturali. Nel 2022 le T-shirt with a future in cotone biologico e realizzate con il 50% dell'energia rinnovabile hanno ottenuto la certificazione Cradle to Cradle® Gold. Sulle magliette erano stampati alcuni messaggi di invito all'azione: "Make the Earth cool again", "What we save, save us", "Act today, not tomorrow", "We only have one world".

La collezione è stata presentata ai clienti con un piccolo vademecum Act Today Not Tomorrow su come ridurre i consumi di acqua e di CO₂ nella vita di tutti i giorni, dalla cura dei capi ai piccoli gesti quotidiani.

CHRISTMAS JUMPER DAY

Da 13 anni sosteniamo gli interventi di Save The Children in molti progetti, in Italia e nel resto del mondo, per garantire salute, protezione ed educazione ai minori.

Dal 2016 partecipiamo come partner principale al Christmas Jumper Day - l'evento organizzato da Save the Children dedicato ai maglioni natalizi divenuto super-trendy nei paesi anglosassoni e celebrato anche in Italia dal 2016 - coinvolgendo testimonial d'eccezione come Francesca Michielin, che ha firmato l'ultima edizione del maglione natalizio.

Nel mese di dicembre abbiamo venduto il maglione nei negozi e on line, devolvendo parte del ricavato della vendita e le donazioni provenienti dalla raccolta fondi alle casse alla Campagna Hunger di Save the Children, per un totale di 214.000 €.



Abbiamo inoltre sostenuto l'intervento dell'Organizzazione in occasione dello scoppio del conflitto in Ucraina, attraverso una donazione e una raccolta fondi straordinaria pari a 108.000 €.

COMUNITÀ DI SANT'EGIDIO VENETO

Sosteniamo le organizzazioni e i progetti che si impegnano a promuovere la crescita sociale dei territori. Nel 2022 abbiamo donato i ricavi della lotteria di Natale organizzata internamente per tutti i dipendenti di OVS a Comunità Sant'Egidio Veneto a cui siamo soliti donare anche gli abiti che vanno a sostegno di comunità più fragili.

PROGETTO GOLDEN LINKS

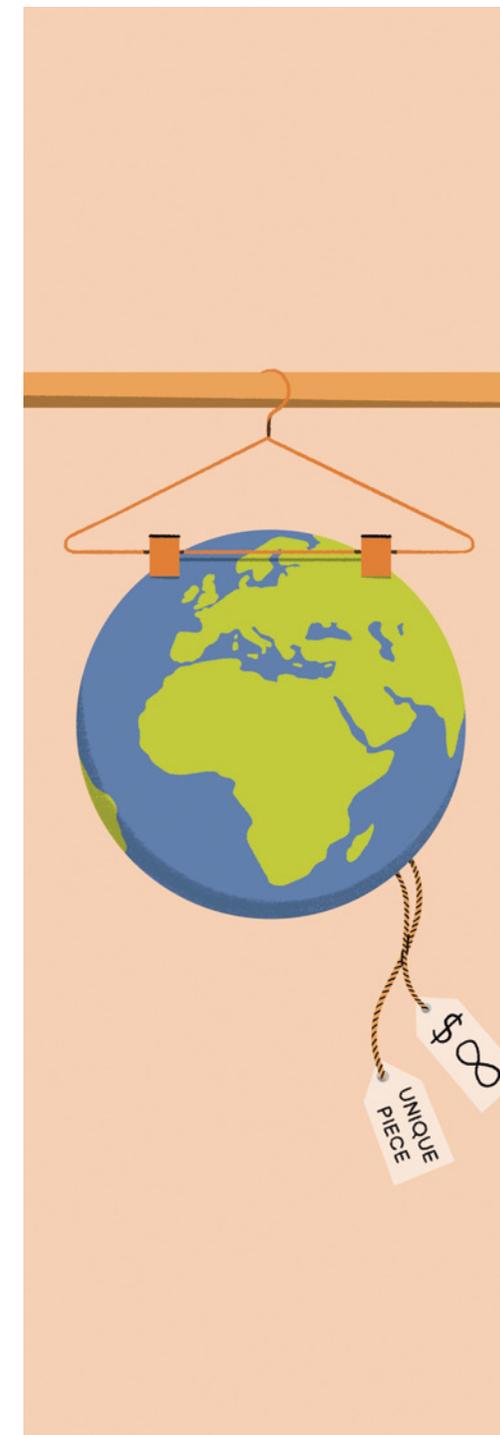
Dal 2021 contribuiamo, con la donazione di alcuni capi OVS, a sostenere "Golden Links: i Legami sono oro", progetto di Intesa Sanpaolo in collaborazione con Caritas Italiana, che ha l'obiettivo di distribuire indumenti nuovi e altri beni a famiglie in stato di impoverimento.

Inizio partnership: 2010

Progetti o Campagne finanziati nell'arco dei 13 anni: Emergenza terremoto centro Italia, Illuminiamo il Futuro, Stop alla guerra sui bambini, Girls, Christmas Jumper Day, Campagna Hunger, Conflitto in Ucraina.

Complessivamente nel 2022, abbiamo sostenuto Save the Children con

322.000€





06 Details

*I numeri
della sostenibilità*



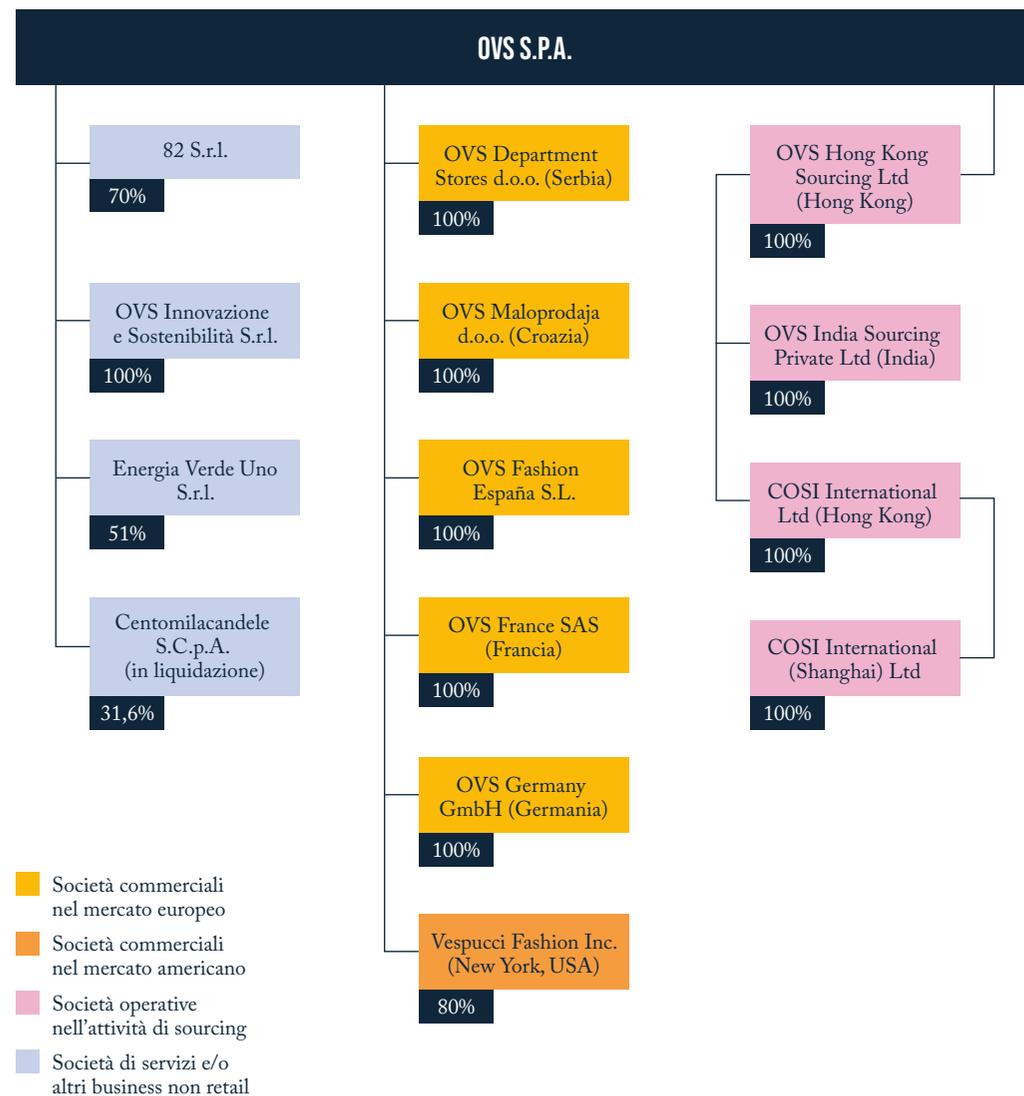
Scarica qui
il report completo

PROFILO DEL GRUPPO OVS

Struttura del Gruppo

La seguente rappresentazione grafica mostra la composizione del Gruppo OVS con l'indicazione delle relative percentuali di partecipazione.

Figura 1
Organigramma societario



Attraverso le società attive in Serbia, Croazia, Spagna e Francia, OVS sviluppa il proprio business retail, ricorrendo prevalentemente all'affiliazione commerciale e, con l'esclusione della Francia, attraverso alcuni punti vendita a gestione diretta.

Il ramo societario di cui è capofila la OVS Hong Kong Sourcing Ltd è invece responsabile dei processi di ricerca e accreditamento fornitori, di industrializzazione del prodotto presso le fonti produttive, del monitoraggio di produzione e spedizione e del controllo qualità. La società opera anche attraverso uffici di rappresentanza in Bangladesh, Pakistan e Turchia.

Dal 2022 è stata costituita OVS Innovazione e Sostenibilità Srl dedicata a progetti in ambito di ricerca e innovazione digitale e sviluppo sostenibile.

Modello operativo

OVS S.p.A. (di seguito OVS) è la società a capo del gruppo leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento donna, uomo e bambino. Il brand OVS nasce all'interno del Gruppo Coin nel 1972 e, con una progressiva espansione del proprio network, ha saputo nel tempo sviluppare un legame di fiducia con la clientela raggiungendo una brand awareness nel mercato italiano pari al 95% nel 2022.

OVS opera anche con il marchio UPIM che si posiziona nel segmento value del mercato dei prodotti di abbigliamento per donna, uomo e bambino in Italia e si rivolge principalmente alla famiglia. UPIM, presente in Italia dal 1928, è stato acquisito nel gennaio 2010, ed è stato protagonista di una crescita significativa negli ultimi anni.

Nel 2021 è stato acquisito il marchio Stefanel, riconosciuto in Italia e all'estero, in particolare nella maglieria donna, per la qualità, la semplicità e lo stile.

Nel corso del 2022 i negozi in Italia di GAP, storico marchio americano, sono stati ceduti a OVS. La partnership tra le due aziende è iniziata nel 2020 con un accordo di franchising che prevedeva l'inserimento del brand GapKids nei negozi OVS e la vendita delle collezioni Gap uomo, donna, bambino nell'e-commerce OVS. Ora il brand italiano ha acquisito anche i negozi Gap stand alone presenti in Italia. Questa operazione è parte della strategia di OVS che punta ad integrare il proprio assortimento con alcuni marchi complementari alla propria offerta.

La Società opera secondo un modello di business tipico dei retailer verticalmente integrati, offrendo prodotti creati in-house, e ponendosi come piattaforma che accoglie una selezione di brand sempre sinergici con la sua proposta. Lo sviluppo prodotto è affidato a un team di product manager, designer e merchandiser, che, appoggiandosi a una struttura organizzativa altamente specializzata nel sourcing con forte presenza nelle aree geografiche chiave, concepisce, sviluppa e realizza presso fornitori esterni il merchandise mix, sotto la guida artistica del direttore creativo e quella organizzativa dei category manager. Parallelamente, per garantire una selezione più ampia di prodotti e brand, OVS si sta evolvendo come phygital marketplace attraverso l'introduzione di nuovi marchi iconici e proposte innovative.

OVS opera attraverso un approccio multicanale con una rete di negozi - diretti e in franchising - in Italia e all'estero integrata con l'e-shop. OVS è inoltre il leader nel mercato dell'abbigliamento in Italia con una quota pari al 9,4%. Il Gruppo è composto dalla società OVS S.p.A. e dalle controllate che operano all'estero nella gestione della rete di negozi (prevalentemente in franchising) e nel controllo delle operazioni di sviluppo e manifattura dei prodotti.



Inoltre, parte del business è sviluppato attraverso partnership commerciali con marchi terzi che possono rappresentare una valida integrazione della proposta di prodotto di OVS. In relazione a tale settore di business OVS agisce da distributore attraverso la propria rete di punti vendita.

Le aree di prodotto direttamente gestite sono:

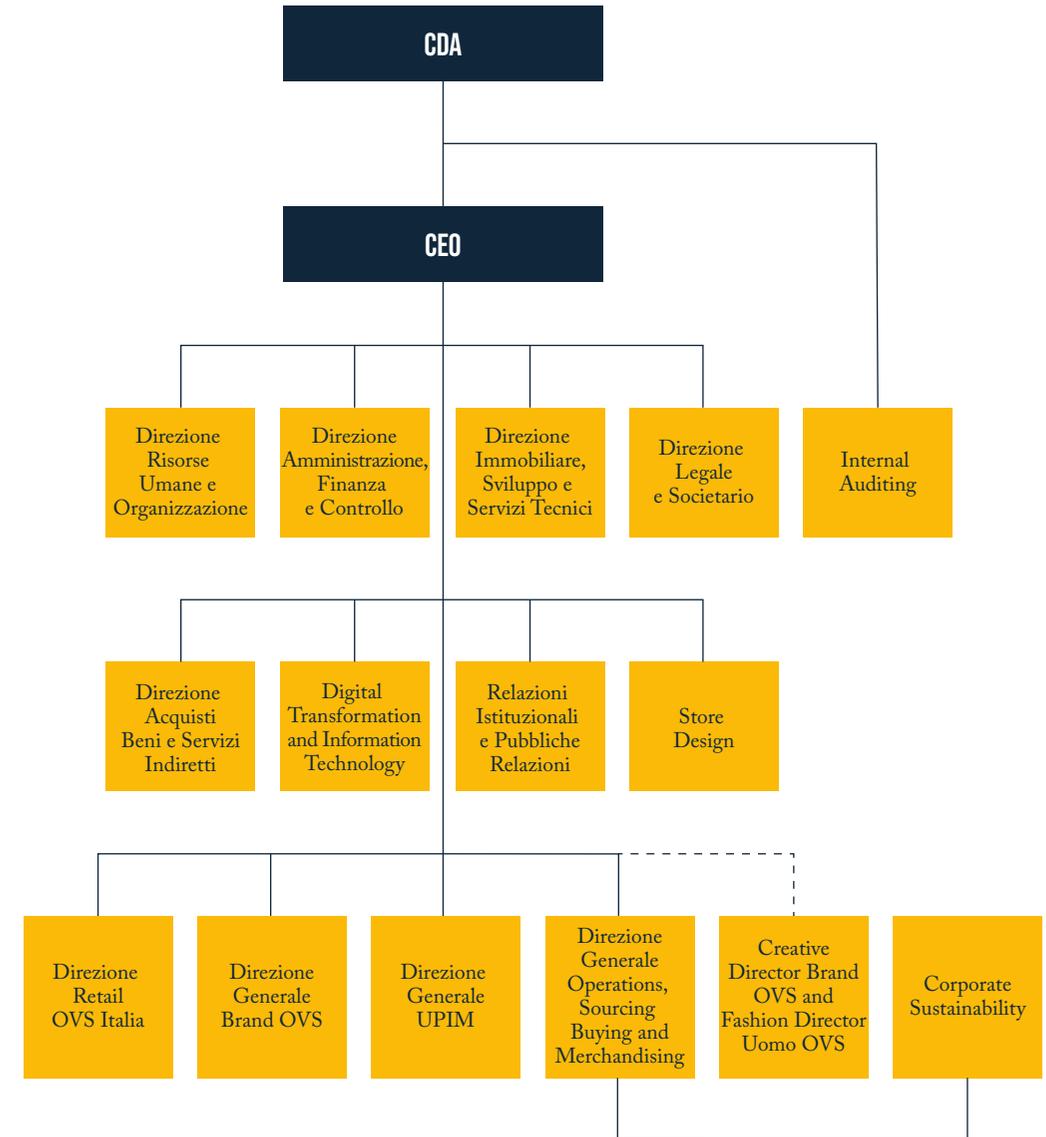
- abbigliamento total look: realizzazione e commercializzazione di prodotti di abbigliamento per uomo, donna e bambino/a, pensati per un utilizzo quotidiano, ma con un'offerta dedicata anche alle occasioni speciali;
- calzatura e accessori: sviluppo di collezioni di calzature, borse e altri accessori non tessili a complemento dell'offerta di abbigliamento;
- arredo casa: selezione di prodotti tessili per la casa, casalinghi e complementi di arredo.

Attraverso le partnership commerciali OVS integra la propria offerta con:

- abbigliamento e accessori di marchi iconici o realizzati da interessanti brand emergenti;
- profumeria e cosmetica sviluppata in collaborazione con importanti case produttrici; tale area di offerta include anche una limitata selezione di prodotti a marchio proprio.

Struttura organizzativa

Figura 2
Organigramma aziendale



Mission e valori

La nostra mission “rendere il bello accessibile a tutti” si fonda su valori concreti, che ispirano il comportamento di tutte le persone che prendono parte ai processi aziendali, nel rispetto dell’ambiente e delle comunità in cui operiamo.

Lavorare in OVS è fonte di crescita, di valore e di benessere per ciascuno. L’impegno quotidiano di ognuno è teso a migliorare tutto ciò che si gestisce perché il proprio contributo faccia davvero la differenza. Creiamo valore attraverso un approccio sempre orientato verso la soluzione, le necessità e la sostenibilità che mission, obiettivi, risorse e tempi impongono. Creiamo sempre ogni giorno valore per i clienti, gli stakeholder e gli azionisti attraverso piccole e grandi cose che la nostra passione ci induce a fare.

Immaginazione: siamo un’azienda che accoglie e incoraggia le idee di tutti per immaginare scenari sempre nuovi e possibili. Alleniamo la fantasia e il coraggio di fare ciò che gli altri non hanno ancora fatto.

Innovazione: non abbiamo paura di scegliere e adottare il cambiamento. Vogliamo essere riconosciuti e accolti nella capacità di guidare e non di seguire il mercato.

Team Work: un unico team come somma dei valori dei singoli.

Value Creation: creiamo ogni giorno valore per i clienti, gli stakeholder e gli azionisti attraverso piccole e grandi cose che la nostra passione ci induce a fare.

Apertura: essere un luogo di incontro, confronto e scambio di idee e azioni. Nel rispetto della persona, delle qualità individuali e delle esigenze di ciascuno.

Essere sempre attenti e disponibili all’ascolto del mondo che cambia, delle esigenze, dei desideri e dei sogni dei propri clienti e capaci di rispondere alle aspettative di tutti gli stakeholder facendosi portatori di un concetto, quello del “bello accessibile a tutti”, in tutte le forme che ciascuno associa ad esso.

Italianità: capitalizzare gli aspetti virtuosi dell’essere italiano declinandoli in passione per il proprio lavoro, creatività nell’individuare le soluzioni, sensibilità al bello e al ben fatto nelle scelte e nelle azioni che ogni giorno siamo chiamati a svolgere. Cura del dettaglio, attenzione al particolare, attitudine innata alla creatività, propensione ad una creatività naturale da trasformare ogni giorno in valore concreto.

Rispetto: promuovere comportamenti che riconoscano il valore delle singole persone e delle idee di ciascuno attraverso piccoli e grandi gesti quotidiani nella relazione, nelle azioni e nelle attività. Ascolto (che è cosa diversa dal sentire) e attenzione nei confronti delle persone e dei loro desideri. Stimolo all’azione e alla partecipazione attraverso il riconoscimento e la celebrazione del merito per rendere contagiosi i comportamenti virtuosi. Nel lavoro, nelle relazioni commerciali e nei rapporti globali con i clienti, gli stakeholder e l’ambiente.

Questi valori fondamentali guidano i nostri comportamenti quotidiani e costruiscono una tensione positiva verso l’ambiente e noi stessi, influenzando e migliorando concretamente la vita delle persone che lavorano in azienda e i consumatori che incontrano il nostro marchio ogni giorno.

Corporate Governance

OVS¹⁰, dal 2 marzo 2015, è una società quotata sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

Il sistema di governo societario di OVS si fonda sul modello organizzativo “tradizionale” ed è sviluppato secondo le normative vigenti e applicabili al settore, osservando il regime giuridico di un emittente quotato nonché le indicazioni del Codice di Corporate Governance delle Società Quotate, pubblicato il 31 gennaio 2020 dal Comitato per la Corporate Governance promosso da Borsa Italiana S.p.A. (“Codice di Corporate Governance”), a cui OVS aderisce. OVS tiene altresì conto delle migliori pratiche derivanti dal confronto a livello nazionale e internazionale.

L’organizzazione esercita attività di direzione e coordinamento nei confronti delle sue Controllate, che mantengono autonomia giuridica e applicano i principi di corretta gestione societaria e imprenditoriale.

I principali organi di governance della società sono:

- l’Assemblea degli azionisti: composta dagli azionisti di OVS, esprime la volontà sociale, deliberando con le modalità e sugli argomenti previsti dalla Legge e dallo Statuto, in forma ordinaria e straordinaria;
- il Consiglio di Amministrazione: insieme al Collegio sindacale, è l’organo posto al vertice della governance del Gruppo. È investito di tutti i poteri per l’ordinaria e straordinaria amministrazione, salvo quelli che la legge espressamente attribuisce all’Assemblea dei Soci;
- il Collegio Sindacale: ha il compito di vigilare sull’osservanza della Legge, dello Statuto e dei principi di corretta amministrazione della Società;
- il Dirigente Preposto: ha il compito di redigere i documenti contabili societari.



Il Consiglio di Amministrazione di OVS opera anche per il tramite dell'Amministratore Delegato e degli Amministratori con rappresentanza ed è assistito da Comitati, costituiti nell'ambito dello stesso Consiglio, con funzioni propositive e consultive:

- il Comitato Controllo e Rischi e Sostenibilità: supporta le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e nella strategia di sostenibilità;
- il Comitato per le Nomine e la Remunerazione: ha il compito di assistere il Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni e nelle decisioni relative alla composizione del CdA e alla remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche.

La Società ha costituito, altresì, al proprio interno un Comitato per le Operazioni con Parti Correlate, ai sensi della Procedura per la disciplina delle Operazioni con Parti Correlate adottata dalla Società e del Regolamento emanato da Consob con deliberazione n. 17221 del 12 marzo 2010 (come successivamente modificato) in materia di operazioni con parti correlate.

In data 9 luglio 2020 l'Assemblea degli azionisti ha nominato l'attuale Consiglio di Amministrazione in naturale scadenza di mandato con l'approvazione del bilancio al 31 gennaio 2023.

Il Consiglio di Amministrazione che è stato eletto è composto da: Franco Moschetti (Presidente), Stefano Beraldo (Amministratore Delegato), Giovanni Tamburi, Chiara Mio, Alessandra Gritti, Vittoria Giustiniani, Carlo Achermann, tratti dalla Lista CdA e da Elena Garavaglia, tratta dalla Lista di Minoranza.

Il Consiglio di Amministrazione è attualmente composto da 9 membri, di cui il 44% donne e la maggior parte dei membri, l'89% rientra nella fascia d'età maggiore di 50 anni.

44% 

Donne presenti nel CdA

89% 

Membri del CdA nella fascia d'età maggiore di 50 anni



Tabella 1

Composizione del CdA

	SESSO	FASCIA D'ETÀ	RUOLO	INDIPENDENZA	INCARICO DALLA DATA	NAZIONALITÀ	TITOLO DI STUDIO
FRANCO MOSCETTI	M	più di 50 anni	Non esecutivo	S	31/05/2019	Italiana	Laurea in scienze industriali indirizzo economico commerciale
STEFANO BERALDO	M	più di 50 anni	Esecutivo	N	14/05/2014	Italiana	Laurea in economia e commercio
GIOVANNI TAMBURI	M	più di 50 anni	Non esecutivo	N	13/03/2019	Italiana	Laurea in economia e commercio
ALESSANDRA GRITTI	F	più di 50 anni	Non esecutivo	N	13/03/2019	Italiana	Laurea in economia aziendale
CARLO ACHERMANN	M	più di 50 anni	Non esecutivo	S	09/07/2020	Italiana	Laurea in economia e commercio
CHIARA MIO	F	più di 50 anni	Non esecutivo	S	31/05/2017	Italiana	Laurea in economia aziendale
ELENA GARAVAGLIA	F	41-50 anni	Non esecutivo	S	20/06/2020	Italiana	Laurea in giurisprudenza
VITTORIA GIUSTINIANI	F	più di 50 anni	Non esecutivo	N	09/07/2020	Italiana	Laurea in giurisprudenza
MASSIMILIANO MAGRINI	M	più di 50 anni	Non esecutivo	S	13/03/2019	Italiana	Laurea in scienze politiche

Si rimanda alla “Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari” e alla “Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti” per ulteriori informazioni sulla composizione (es.: mandato, altre posizioni e impegni, competenze rilevanti per gli impatti dell'organizzazione, ecc.), nomina e selezione, conflitti di interesse e valutazione delle performance del Consiglio di Amministrazione. E' inoltre consultabile sul sito corporate www.ovscorporate.it la Procedura per la disciplina delle Operazioni con Parti Correlate.

Il Collegio Sindacale è costituito da 3 membri effettivi e 2 supplenti.

In data 9 luglio 2020 l'Assemblea degli azionisti ha nominato il Collegio Sindacale, in naturale scadenza di mandato con l'approvazione del bilancio al 31 gennaio 2023.

Il Collegio Sindacale che è stato eletto è risultato così composto: Stefano Poggi Longostrevi (Presidente) tratto dalla Lista di Minoranza, Sindaci Effettivi Paola Tagliavini e Roberto Cortellazzo Wiel tratti dalla Lista

che ha ottenuto Maggior numero di voti; Sindaci Supplenti Emilio Vellandi tratto dalla Lista che ha ottenuto Maggior numero di voti e Emanuela Fusa, tratta dalla Lista di Minoranza.

In data 29 aprile 2022 il Sindaco effettivo della Società dott.ssa Paola Tagliavini, tratta dalla Lista che ha ottenuto Maggior numero di voti, ha rassegnato, con effetto immediato, le proprie dimissioni dalla carica per sopraggiunti impegni professionali. Al fine di consentire il rispetto dell'equilibrio tra generi, è subentrata quale componente effettivo del Collegio Sindacale, ai sensi di legge e di Statuto, la dott.ssa Emanuela Italia Fusa (tratta dalla Lista di Minoranza) - unico Sindaco supplente in carica appartenente al genere femminile.

In data 31 maggio 2022 l'Assemblea ha provveduto alla necessaria integrazione del Collegio Sindacale ai sensi delle vigenti disposizioni normative, nominando quale Sindaco Effettivo della Società l'avv. Federica

Menichetti sino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio di esercizio al 31 gennaio 2023, in occasione del rinnovo dell'intero organo di controllo. Il tutto con conseguente riassunzione da parte della dott.ssa Emanuela Italia Fusa della carica di Sindaco Supplente.

Alla data del 31 gennaio 2022, il Collegio Sindacale è composto da 5 membri di cui il 40% di genere femminile, nonché l'80% con un'età maggiore di 50 anni e il 20% nella fascia d'età 41-50 anni.



Donne presenti nel Collegio Sindacale



Membri del Collegio Sindacale nella fascia d'età maggiore di 50 anni

Tabella 2

Composizione del Collegio Sindacale

	SESSO	FASCIA D'ETÀ	RUOLO	INDIPENDENZA	INCARICO DALLA DATA	NAZIONALITÀ	TITOLO DI STUDIO
STEFANO POGGI LONGOSTREVI	M	più di 50 anni	Presidente del Collegio Sindacale	S	01/06/2018	Italiana	Laurea in economia e commercio
FEDERICA MENICHETTI	F	41-50 anni	Sindaco Effettivo	S	31/05/2022	Italiana	Laurea in giurisprudenza
ROBERTO CORTELLAZZO WIEL	M	più di 50 anni	Sindaco Effettivo	S	23/07/2014	Italiana	Laurea in economia e commercio
EMILIO VELLANDI	M	più di 50 anni	Sindaco Supplente	S	09/07/2020	Italiana	Laurea in economia e commercio
EMANUELA FUSA	F	più di 50 anni	Sindaco Supplente	S	31/05/2019	Italiana	Laurea in economia e commercio

Si rimanda alla “Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari” per ulteriori informazioni sulla composizione (es.: mandato, altre posizioni e impegni, competenze rilevanti per gli impatti dell'organizzazione, ecc.), nomina e selezione, conflitti di interesse e valutazione delle performance del Consiglio di Amministrazione.

Governo della Sostenibilità

Nell'ambito della governance della sostenibilità un ruolo chiave è attribuito al Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, al quale è stata affidata dal CdA la supervisione delle tematiche di sostenibilità connesse all'esercizio delle attività aziendali e la valutazione della DNF. Tale Comitato è stato istituito in data 23 luglio 2014.

In data 4 agosto 2020, il CdA ha nominato l'attuale Comitato in carica, il quale si compone di 3 Amministratori, tutti non esecutivi e tutti in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dal TUF e dal Codice di Autodisciplina:

- Chiara Mio (Presidente)¹¹
- Massimiliano Magrini
- Franco Moschetti

Il Comitato svolge funzioni di supporto e consultive nei confronti del Consiglio di Amministrazione in materia di sostenibilità, a presidio dell'impegno della Società per lo sviluppo sostenibile lungo tutta la catena del valore. Il Comitato è incaricato della supervisione del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi. Inoltre, è suo compito valutare le politiche e i piani di sostenibilità volti ad assicurare la creazione di valore nel tempo per gli azionisti e per tutti gli altri stakeholder, in un orizzonte di medio-lungo periodo, nel rispetto della definizione di successo sostenibile.

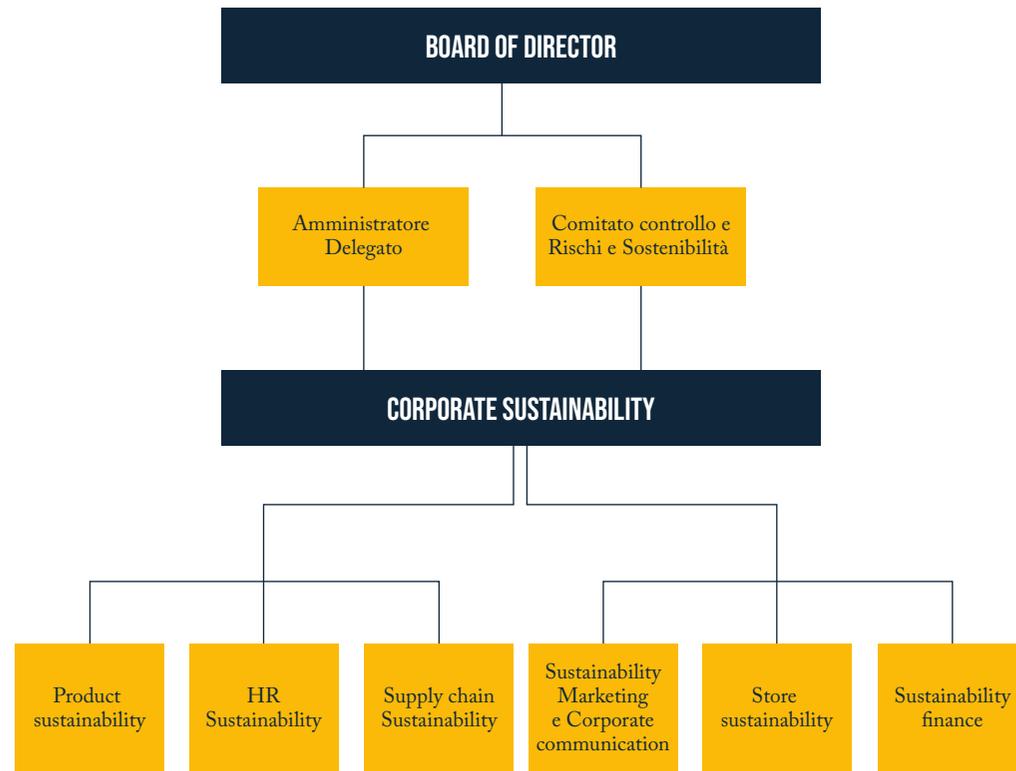


Il CCRS, inoltre, rivede il processo di analisi di materialità e i relativi risultati. Infine, esprime il proprio parere sull'adeguatezza della Dichiarazione Non Finanziaria sottoposta annualmente al Consiglio di Amministrazione.

L'attuale Piano di Sostenibilità aziendale è stato valutato dal Comitato a dicembre 2020 e formalmente approvato dal CdA. Le riunioni organizzate dal Comitato prevedono la partecipazione dell'Amministratore Delegato e del Collegio Sindacale.

Dal punto di vista dell'organizzazione interna, tutte le tematiche di Sostenibilità sono gestite dalla Direzione Corporate Sustainability, che riporta periodicamente all'Amministratore Delegato, al Comitato e al CdA.

Figura 3
Organigramma funzionale della sostenibilità



L'AD, supportato dalla direzione Corporate Sustainability, definisce le linee di indirizzo strategico in materia di sostenibilità, valutate dal CCRS e approvate dal CdA.

La Direzione Corporate Sustainability si occupa del processo di pianificazione interna e del coordinamento delle iniziative a livello corporate, coinvolgendo specifici gruppi di lavoro identificati in ciascuna funzione di gruppo. La direzione gestisce lo sviluppo di progetti speciali, con particolare riferimento, tra le altre cose, alle iniziative di miglioramento del portafoglio prodotti e della supply chain e al programma di decarbonizzazione.

Framework di riferimento

La strategia di sostenibilità di OVS è parte integrante del modello di business dell'azienda ed è basata sull'impegno di ogni funzione aziendale nel considerare gli impatti ambientali e sociali che inevitabilmente sono generati dalle azioni e dalle attività del Gruppo. Per OVS la sostenibilità è un elemento caratterizzante di ogni azione di business senza limitarsi a intervenire in una "capsule collection".

Dal 2016, OVS ha consolidato le azioni già precedentemente intraprese in un percorso strategico strutturato, impostando le proprie scelte di sostenibilità sul framework

scientifico e sui principi di innovazione sostenibile sviluppati da The Natural Step, organizzazione non governativa nata in Svezia nel 1989. Questi principi forniscono una definizione concreta e comprensibile a tutti della sostenibilità e sono necessari, sufficienti e universali per descrivere un futuro sostenibile.

In una società sostenibile:

- la natura non è soggetta all'aumento di concentrazione di sostanze estratte dalla crosta terrestre (es. metalli pesanti e combustibili fossili);
- la natura non è soggetta all'aumento di concentrazione di sostanze prodotte dall'attività Umana (es. rifiuti e pesticidi);
- la natura non viene degradata più velocemente di quanto richiesto per rigenerarsi (es. deforestazione e cementificazione);
- è garantito il soddisfacimento dei bisogni fondamentali delle persone, promuovendo salute, partecipazione, sviluppo di competenze, imparzialità e valorizzazione dell'individuo.

L'azienda ha sancito il proprio impegno a migliorare gli attuali paradigmi di business nel mondo del fashion utilizzando strumenti solidi e innovativi quali il B Impact Assessment e l'SDG Action Manager, al fine di integrare i propri modelli di analisi e avere una visione complessiva dell'impatto generato dall'organizzazione e dalle iniziative avviate.

B Impact Assessment™

Tramite il Benefit Impact Assessment, l'azienda ha potuto identificare le aree di miglioramento prioritarie e gli obiettivi futuri del piano di sostenibilità, allineando la propria strategia a movimenti, come quello delle Benefit Corporation, che mirano alla ridefinizione del successo nel business.

SDG ACTION MANAGER

Confermando il proprio orientamento alla sostenibilità e la volontà di contribuire con il proprio business alle sfide globali e al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) stabiliti dalle Nazioni Unite, OVS ha deciso di focalizzare la propria strategia sulle aree a maggior potenziale. Attraverso l'utilizzo del SDG Action Manager, ha quindi identificato come particolarmente rilevanti per le proprie attività, i seguenti obiettivi: 5 (Parità di genere), 6 (Acqua Pulita e servizi igienico sanitari), 8 (Lavoro Dignitoso e Crescita Economica), 11 (Città e comunità sostenibili), 12 (Consumo e Produzione responsabili).

Tali strumenti hanno permesso di definire un piano strutturato di evoluzione interdependente, o Piano di sostenibilità, che migliorerà gradualmente il profilo di sostenibilità di OVS, utilizzando un approccio sistemico. Le aree d'azione del Piano identificate sono quattro, e prevedono ciascuna specifici impegni e azioni di breve, medio e lungo periodo:

Prodotti e supply chain: creazione di prodotti che abbiano un impatto positivo sul mondo e sulle persone che lo abitano, minimizzando il consumo di risorse naturali e prendendosi cura delle persone che lavorano nella catena di approvvigionamento e dell'ambiente in cui vivono;

Persone: promozione di un ambiente di lavoro inclusivo, capace di valorizzare la diversità di ogni persona e di renderla ambasciatrice della filosofia di sostenibilità di OVS;

Negozi e sede: costruzione negozi e luoghi fisici di incontro che rispecchiano l'impegno e le scelte di OVS nella gestione e costruzione degli stessi, volte a minimizzare l'impatto del business;

Clienti: approccio trasparente e inclusivo per accompagnare i clienti nello sviluppo di una cultura della sostenibilità.

Il presente documento è stato elaborato sulla base delle attività e dei processi sin qui descritti e rispecchia in maniera chiara e diretta il percorso che OVS ha intrapreso nell'ambito della sostenibilità; la stessa analisi di materialità (per cui si rimanda al paragrafo corrispondente) è stata aggiornata e valutata alla luce dei nuovi passi intrapresi dal Gruppo, affinché le informazioni finanziarie e non finanziarie riportate all'interno della DNF possano dare una visione completa ed efficace di quanto raggiunto nel corso dell'anno.

Collaborazioni con associazioni di settore

Federdistribuzione: Partecipiamo ai gruppi di lavoro di Federdistribuzione, l'ente che rappresenta le aziende della distribuzione in Italia, con l'obiettivo di includere standard di sostenibilità nelle nuove normative italiane ed europee.

Siamo inoltre tra i soci fondatori del **Consorzio Ecotessili**, promosso da Federdistribuzione e dalle imprese associate, dedicato alla gestione dei rifiuti tessili. Due nostri rappresentanti, Simone Colombo e Nicola Perin, ricoprono incarichi di rilievo nel consorzio e nell'associazione.

UNI - Ente Italiano di Normazione: Partecipiamo ai tavoli di lavoro di UNI per la normazione in materia di sostenibilità e standard di qualità.

ICESP - Italian Circular Economy Stakeholder Platform: La piattaforma ICESP nasce per far convergere iniziative, condividere esperienze, evidenziare criticità ed indicare prospettive al fine di rappresentare in Europa le specificità italiane in tema di economia circolare e di promuovere l'economia circolare in Italia attraverso specifiche azioni dedicate.

Monitor for Circular Fashion: Nel 2021 siamo entrati nel gruppo di lavoro Monitor for Circular Fashion, progetto multi-stakeholder a cui prendono parte aziende leader del settore della moda - Candiani, Dedagroup, HModa, Manteco, Oscalito, OVS, PLM Impianti, Radici Group, Save the Duck, Temera, Vibram, Vitale Barberis Canonico, Vivienne Westwood - e guidato dal Sustainability Lab di SDA Bocconi.

Un'importante occasione di confronto per ideare nuovi processi produttivi e migliorare la comunicazione della sostenibilità.

Il progetto è nato con la finalità di:

- monitorare e analizzare trend nazionali e internazionali sull'implementazione della circolarità nel business;
- identificare i KPIs che le industrie del settore moda dovrebbero utilizzare per misurare i progressi nel campo della circolarità e della tracciabilità della catena del valore;
- creare una comunità italiana dedicata alla moda circolare;
- esercitare un'influenza sui governi per incentivare politiche a favore dell'economia circolare.

Global Fashion Agenda: Global Fashion Agenda è un'organizzazione non-profit che facilita la collaborazione del settore moda sui temi di sostenibilità. OVS con GFA e altri brand è tra i fondatori della Circular Fashion Partnership, iniziativa nata per promuovere il recupero degli scarti tessili nei principali paesi produttori di abbigliamento.

Sustainable Apparel Coalition: è un'alleanza globale multi-stakeholder che lavora per la riduzione degli impatti ambientali e sociali dei prodotti; è stata fondata nel 2010 e ha più di 250 membri globali tra cui marchi e rivenditori, produttori, università, consulenti, governi e ONG.

OVS, dal 2017, è entrata a far parte dell'alleanza per contribuire a un'evoluzione del settore verso un'industria a minor impatto. Nel 2021, inoltre, abbiamo raggiunto un livello superiore di membership, il "Progressive+", grazie al lavoro che abbiamo svolto per creare miglioramenti tangibili nell'adozione, verifica, trasparenza e impatto dell'indice Higg.

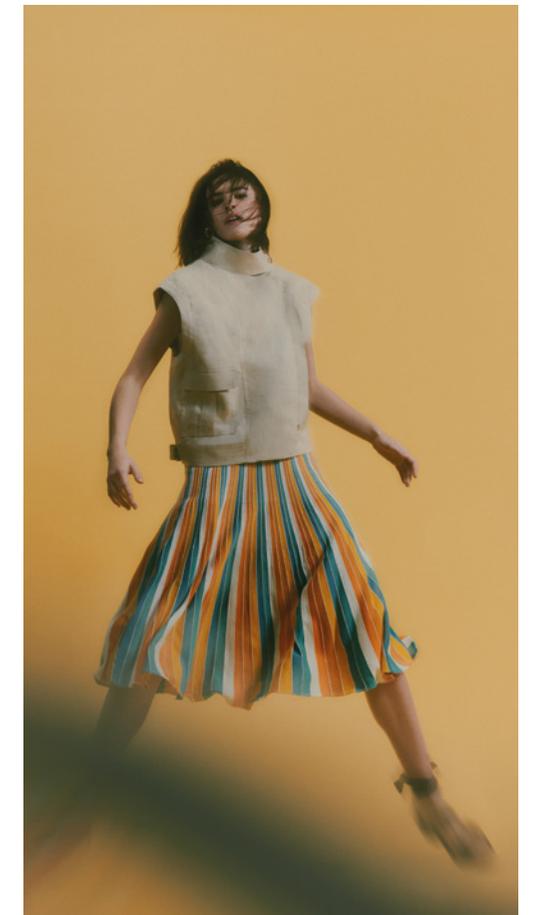
Dal 2019 OVS utilizza anche Higg BRM lo strumento di SAC per misurare il grado di sostenibilità ambientale e sociale di

Brand e retailer e dal 2021 si è sottoposta volontariamente alla verifica di terze parti che ne ha determinato il punteggio complessivo.



I risultati della valutazione pongono OVS ben al sopra della media dei 271 Brand valutati.

Infine si segnala che OVS è associata anche a Confimprese e Confindustria.



STAKEHOLDER E MATERIALITÀ

Mappa degli Stakeholder

La mappa degli stakeholder è la base per identificare le tematiche prioritarie per ogni categoria di stakeholder e dunque per costruire un dialogo costante e costruttivo mediante modalità di coinvolgimento ad hoc. Una delle direttrici fondamentali del piano strategico infatti si basa proprio sul coinvolgimento degli stakeholder, perché la Società riveste un ruolo cruciale nell'informare le persone e nel creare consapevolezza nelle scelte d'abbigliamento.

OVS ha l'obiettivo di rendere i propri stakeholder protagonisti di un mondo che lavora per dare a ognuno la libertà di vestire ogni giorno uno stile italiano, innovativo e sostenibile, attraverso un approccio di totale trasparenza.

La tabella che segue riporta la mappa degli stakeholder chiave, le relative priorità, le principali modalità di coinvolgimento degli stakeholder e la relativa frequenza da parte di OVS.

Tabella 3

Mappa degli stakeholder

STAKEHOLDER	INTERESSE DELLO STAKEHOLDER	INTERESSE OVS VERSO LO STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> Soddisfare il proprio bisogno di acquisto Possibilità di acquistare vestiti accessibili e sicuri per la propria famiglia Esprimere la propria personalità con brand che visibilmente si allineino ai propri valori Apparire alla moda 	<ul style="list-style-type: none"> Soddisfare il cliente Aumentare la propensione all'acquisto e il valore del Brand OVS Educare e sensibilizzare verso acquisti più responsabili 	Survey di Customer Satisfaction e rilevazione della Qualità del Servizio	Annuale
			Programmi formativi	Continuativo
			Survey per l'identificazione delle tematiche materiali	Periodico/all'occorrenza
COLLABORATORI IN SEDE	<ul style="list-style-type: none"> Realizzarsi professionalmente Accrescere il senso e lo scopo del proprio ruolo Accrescere le proprie competenze Accrescere il benessere durante la giornata lavorativa (concentrazione, alimentazione) 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentare la produttività dei dipendenti Aumentare il senso di appartenenza all'azienda Ridurre il tasso di turnover Fare del dipendente un ambassador dei valori OVS 	Iniziativa per la formazione lo sviluppo del capitale umano	Continuativo
			Progetto MAAM (Maternity As A Master)	Periodico/all'occorrenza
			Formazione sul Codice Etico e sulla Sicurezza	Periodico/all'occorrenza
			Survey per l'identificazione delle tematiche materiali	Periodico/all'occorrenza

STAKEHOLDER	INTERESSE DELLO STAKEHOLDER	INTERESSE OVS VERSO LO STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
COMPETITOR	<ul style="list-style-type: none"> Acquisire quote del mercato attraverso leve distintive Interesse comune di migliorare la reputazione del mercato dell'abbigliamento 	<ul style="list-style-type: none"> Mantenere la leadership nel mercato dell'abbigliamento in Italia Usare leve distintive per incrementare la brand reputation Interesse comune di migliorare la reputazione del mercato dell'abbigliamento 	Tavoli di lavoro	Periodico/all'occorrenza
			Partecipazione a conferenze ed eventi di settore	Periodico/all'occorrenza
FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> Consolidare nel tempo la relazione con OVS ed incrementare il valore della relazione Migliorare le proprie pratiche 	<ul style="list-style-type: none"> Migliorare sistematicamente le pratiche ambientali e sociali del fornitore Promuoverne lo sviluppo economico 	Meeting con alcuni fornitori chiave per la condivisione di buone pratiche per il miglioramento delle performance ambientali e sociali	Periodico/all'occorrenza
			Programmi di Audit	Periodico/all'occorrenza
			Iniziativa di Industry Collaboration	Annuale
			Survey	Periodico/all'occorrenza
COMUNITÀ LOCALI PAESI DI PRODUZIONE	<ul style="list-style-type: none"> Supporto operativo nei paesi in via di sviluppo Promuovere del lavoro e diritti 	<ul style="list-style-type: none"> Stringere rapporti proficui per generare valore condiviso Aumentare il livello di accettazione dell'impresa 	Meeting su focus specifici	Periodico/all'occorrenza
			Partnership	Continuativo
			Progetti di promozione sociale e culturale sul territorio (es. progetto di empowerment femminile Save the Children, collaborazioni con WWF, ecc)	Periodico/all'occorrenza

STAKEHOLDER	INTERESSE DELLO STAKEHOLDER	INTERESSE OVS VERSO LO STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
COMUNITÀ LOCALI PUNTI VENDITA (ITALIA)	<ul style="list-style-type: none"> Supporto dall'impresa al pari delle istituzioni per un beneficio comune 	<ul style="list-style-type: none"> Stringere rapporti proficui per generare valore condiviso Aumentare il livello di accettazione dell'impresa 	Attività associativa in Federdistribuzione	Continuativo
			Meeting con alcuni soggetti appartenenti al mondo della Moda e delle Arti, per la realizzazione di iniziative di investimento in attività di promozione sociale e culturale sul territorio (es. Collezione Peggy Guggenheim, Save The Children, Fare x Bene Onlus, WWF, ecc).	Periodico/all'occorrenza
PRESSURE GROUPS	<ul style="list-style-type: none"> Far in modo che OVS sia parte della soluzione nella risoluzione di problemi ambientali globali riducendo gli impatti dell'industria del Fashion Accrescere la trasparenza e l'informazione dei consumatori per guidare scelte più consapevoli Far emergere i brand sostenibili rispetto ai "Green washer" 	<ul style="list-style-type: none"> Essere riconosciuto come Brand serio con una chiara strategia in termini di sostenibilità ambientale e sociale 	Partecipazione a conferenze ed eventi di settore	Periodico/all'occorrenza
			Partecipazione a iniziative di trasparenza del settore fashion (e.g., Fashion Transparency Index)	Periodico/all'occorrenza
ISTITUZIONI	<ul style="list-style-type: none"> Far rispettare le norme Incentivare l'azienda se virtuosa nel migliorare l'accesso e la disponibilità di risorse per i cittadini 	<ul style="list-style-type: none"> Far leva sulle istituzioni per creare un impatto positivo 	Tavoli di lavoro	Periodico/all'occorrenza
			Partecipazione a conferenze ed eventi di settore	Periodico/all'occorrenza
OPINION LEADER	<ul style="list-style-type: none"> Far emergere nuove tendenze 	<ul style="list-style-type: none"> Essere percepito come brand moderno, votato alle famiglie ed ai loro bisogni, innovativo anche sotto il punto di vista di digitalizzazione e di servizi offerti ai clienti 	Tavoli di lavoro	Periodico/all'occorrenza
			Partecipazione a conferenze ed eventi di settore	Periodico/all'occorrenza

STAKEHOLDER	INTERESSE DELLO STAKEHOLDER	INTERESSE OVS VERSO LO STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
COLLABORATORI NEGLI STORE	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere il benessere all'interno dello store (temperatura, pulizia, ecc) Facilitare l'interazione con il cliente con argomenti distintivi 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentare la produttività dei dipendenti Facilitare l'interazione con il cliente con argomenti distintivi Ridurre il tasso di turnover 	Community Insieme si Vince	Continuativo
			Iniziativa per la formazione e lo sviluppo del capitale umano	Continuativo
INVESTOR	<ul style="list-style-type: none"> Aumentare il ritorno all'investimento Ridurre il rischio associato all'investimento Definire target specifici su environmental, social and governance due diligence 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicare la sostenibilità come strategia di minimizzazione del rischio e creazione di valore di lungo periodo In generale, creare valor 	Attività di Investor Relations	Continuativo
			Pubblicazione di reportistica (finanziaria e non finanziaria)	Annuale
			Partecipazione a survey di sostenibilità (rating ESG)	Annuale
FRANCHISEE	<ul style="list-style-type: none"> Migliorare le proprie performance Accrescere l'attrattività del brand 	<ul style="list-style-type: none"> Instaurare Partnership di lungo periodo in linea con valori OVS 	Meeting	Periodico/all'occorrenza
			Survey	Continuativo
INDUSTRY COALITIONS	<ul style="list-style-type: none"> Acquisire nuovi affiliati Ottenere ruolo attivo dell'affiliato per migliorare le condizioni di lavoro e ridurre l'uso e l'impatto delle sostanze nocive nella supply chain della industry dell'abbigliamento 	<ul style="list-style-type: none"> Aderire a coalizioni in maniera strategica al fine di incrementare visibilità di OVS e massimizzare l'impatto positivo, facendo leva su economie di scala generate dalla Industry Collaboration 	Adesione a iniziative internazionali per il miglioramento della sostenibilità in tutta l'industria del fashion (Sustainable Apparel Coalition - SAC, Better Cotton Initiative, Better Factories Cambodia, Accord, Federdistribuzione)	Continuativo
NUOVE GENERAZIONI (<25)	<ul style="list-style-type: none"> Rispondere alle nuove esigenze e ai nuovi bisogni del mercato Includere gli impatti a lungo termine nella definizione delle strategie di business Agire con autenticità e trasparenza 	<ul style="list-style-type: none"> Anticipare l'evoluzione delle esigenze di mercato Prepararsi alle nuove sfide del settore Essere percepito come brand moderno, votato ai giovani e alle famiglie 	Presenza sui social media	Continuativo
			Survey	Continuativo
			Collaborazioni con università (e.g. Contamination Lab)	Continuativo
			Docenze presso università	Continuativo



Approccio metodologico

Al fine di far emergere i temi significativi per il Gruppo OVS, in materia economica, ambientale e sociale è stata condotta un'analisi di materialità il cui risultato ha definito i temi oggetto di rendicontazione all'interno della presente Dichiarazione Non Finanziaria 2022. Per l'esercizio 2022 è stata applicata la nuova metodologia introdotta dagli Standard GRI 2021 che prevede lo svolgimento di un'analisi basata sugli impatti. Obiettivo ultimo dell'analisi di materialità è, infatti, l'identificazione delle tematiche materiali che rappresentino gli impatti più significativi generati - o che potrebbero essere generati - da OVS sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi quelli sui diritti umani. Gli impatti che il Gruppo genera possono essere negativi o positivi.

L'analisi è stata effettuata dalla direzione Corporate Sustainability attraverso un processo articolato in diverse fasi, di seguito riassunte, e che ha visto coinvolto il Management e oltre 3.000 stakeholder di OVS appartenenti a diverse categorie¹³.

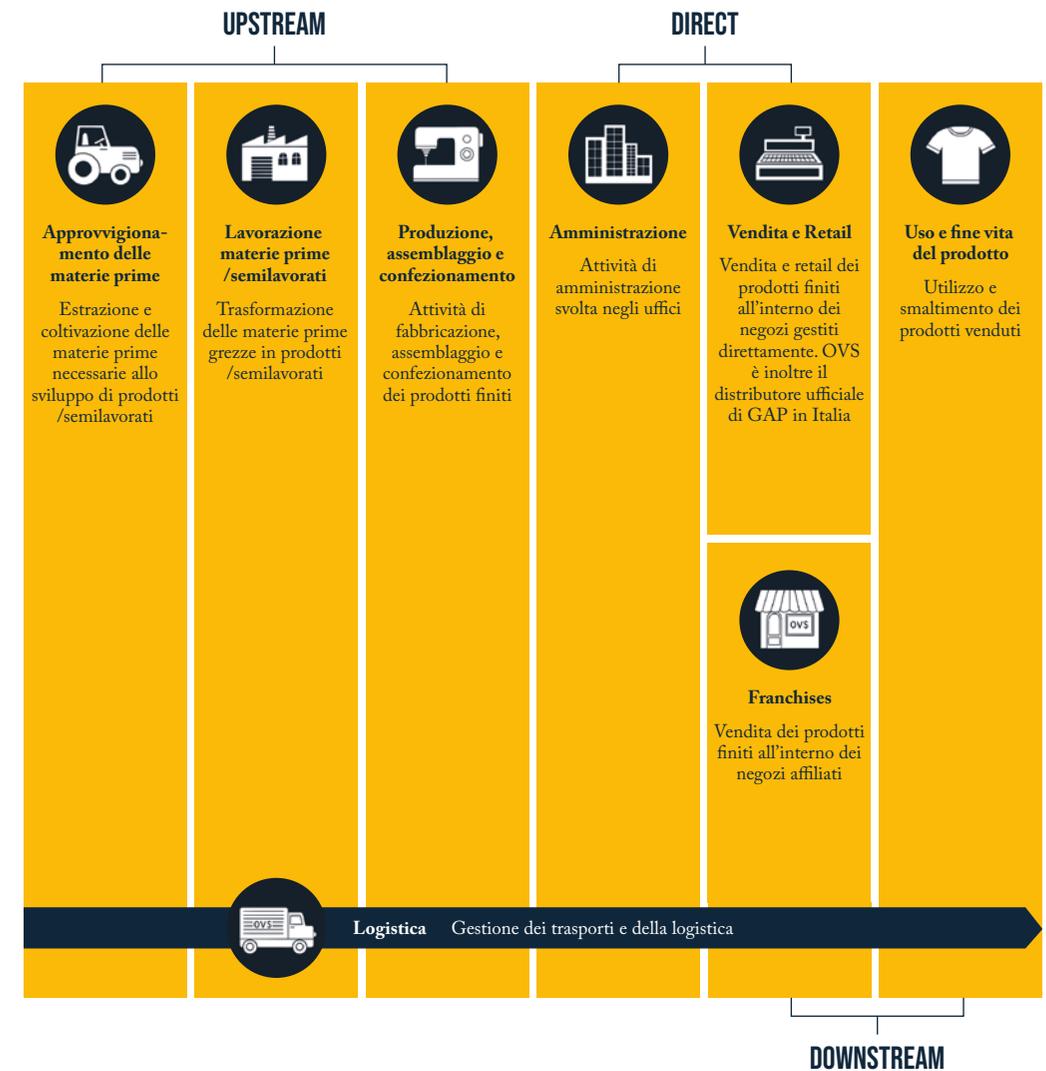
Identificazione degli impatti generati da OVS lungo la propria catena del valore

Al fine di identificare gli impatti generati da OVS sono state mappate tutte le fasi della catena del valore del Gruppo, individuando le attività svolte direttamente (Direct) e le attività svolte da soggetti a monte (Upstream) o a valle (Downstream).

Stakeholder di OVS coinvolti nell'analisi

3.000+

Figura 4
Catena del valore di OVS¹⁴





La mappatura della value chain ha permesso di identificare le fasi della catena del valore maggiormente interessate dagli impatti generati da OVS. Tali impatti sono infine stati definiti tramite analisi incentrate sul settore in cui OVS opera, sui temi di sostenibilità approfonditi dai media e su un benchmark con i principali competitor del Gruppo.

Individuazione degli impatti significativi

In questa fase, gli impatti individuati sono stati sottoposti ad una valutazione della significatività, in base alla gravità, alla persistenza, alla presenza lungo la catena del valore, alla loro probabilità (possibilità di verificarsi) e al carattere di irrimediabilità (possibilità di ripristinare gli effetti dell'impatto). Tale analisi è stata condotta mediante l'impiego di strumenti dedicati e del giudizio professionale del team Corporate Sustainability e del Management del Gruppo.

Confronto con gli stakeholder

La Direzione del Gruppo ha ritenuto coerente confrontare la propria valutazione di significatività degli impatti con la percezione dei principali stakeholder, ingaggiati attraverso una survey. In particolare, sono stati coinvolti oltre 3.000 stakeholder tra dipendenti, investitori, franchisee, fornitori e clienti (possessori della OVS Card).

I risultati dell'attività di stakeholder engagement hanno consentito al gruppo di lavoro di OVS di confrontare la percezione degli impatti sociali e ambientali delle diverse categorie di stakeholder e, parallelamente, di confermare la completezza delle valutazioni sviluppate internamente. Gli esiti dell'attività di stakeholder engagement hanno infatti evidenziato un sostanziale

allineamento con le valutazioni interne di OVS. Nello specifico è stata rilevata una particolare attenzione rispetto a tematiche quali riduzione dello sfruttamento e inquinamento delle risorse idriche; riduzione delle emissioni che contribuiscono al cambiamento climatico; tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro; rispetto dei diritti umani lungo la filiera del tessile; tutela del benessere dei dipendenti.

Identificazione e validazione delle tematiche materiali

Coniugando le attività di analisi degli impatti con le procedure di valutazione e di classificazione degli stessi, sono stati individuati i temi materiali dell'organizzazione rispetto a economia, ambiente e persone. Tali temi definiscono pertanto gli ambiti di rendicontazione degli aspetti di sostenibilità nel presente documento.

Nella tabella riportata nelle prossime pagine si riporta un elenco dei temi materiali al quale sono stati affiancati i relativi impatti negativi, sintesi delle principali esternalità ambientali e sociali del Gruppo. Inoltre, viene data una rappresentazione delle fasi della catena del valore in cui è più probabile che tali impatti si verifichino, nel caso dei potenziali, o in cui gli stessi sono caratterizzati da una magnitudo più elevata¹⁵.



Tabella 4

Temî materiali e relativi impatti

● Trascurabile ● Rilevante ● Molto rilevante

AMBITO	TEMA MATERIALE	IMPATTO	DESCRIZIONE	VALUE CHAIN			POTENZIALITÀ
				Upstream	Direct	Downstream	
Ambiente	Lotta al cambiamento climatico	Contributo al cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas ad effetto serra	Le attività di produzione, distribuzione e vendita di abbigliamento, generano emissioni che alterano il clima, contribuendo al cambiamento climatico. Per l'ambito diretto le emissioni climateranti sono connesse all'operatività aziendale, mentre nella fase downstream sono collegate alla gestione dei negozi in franchising, alle fasi di uso e fine vita del prodotto.	●	●	●	Effettivo
	Risorse idriche	Sovrasfruttamento ed inquinamento delle risorse idriche	La catena di fornitura del tessile è caratterizzata da elevati consumi d'acqua, dovuti principalmente alle attività upstream di allevamento e coltivazione. Gli scarichi idrici provenienti dall'industria manifatturiera sono caratterizzati dalla presenza di sostanze potenzialmente dannose, se non gestite correttamente, e da microplastiche rilasciate nell'ambiente durante il lavaggio.	●	●	●	Effettivo
	Gestione dei rifiuti e fine vita	Danni ambientali dovuti ad uno scorretto smaltimento dei rifiuti	La fase produttiva contribuisce alla generazione di rifiuti che, se non smaltiti e recuperati correttamente, possono causare impatti negativi sia sugli ecosistemi che sulle comunità locali.	●	●	●	Effettivo
		Danni ambientali dovuti ad uno scorretto smaltimento del prodotto a fine vita	I prodotti commercializzati dal Gruppo vengono smaltiti e in parte recuperati, anche tramite incenerimento, o smaltiti. Pur non trattandosi di rifiuti pericolosi, data la quantità rilevante, lo smaltimento del prodotto è suscettibile di rischi ambientali.	●	●	●	Effettivo
Biodiversità e animal welfare	Danni agli ecosistemi e perdita di biodiversità	Danni agli ecosistemi e perdita di biodiversità	Le fasi upstream della value chain di OVS potrebbero generare impatti negativi su biodiversità ed ecosistemi a causa della degradazione degli habitat naturali, del disboscamento e della conversione dei suoli in terreni agricoli.	●	●	●	Effettivo
		Danni al benessere animale connessi all'allevamento necessario alla generazione di materie prime	Il settore in cui opera OVS talvolta utilizza materie prime di origine animale che possono derivare da allevamenti intensivi in cui non viene tutelato il benessere degli animali.	●	●	●	Potenziale

Persone	Salute e sicurezza dei lavoratori	Danni alla salute e alla sicurezza dei lavoratori	Durante i processi produttivi dei capi di abbigliamento, i lavoratori possono essere esposti a rischi di infortuni e malattie professionali.	●	●	●	Potenziale
	Diritti umani	Violazione dei diritti umani lungo la value chain	La maggior parte della produzione tessile avviene in Paesi extra UE, dove OVS deve compiere sforzi maggiori per assicurare l'applicazione di standard rigorosi in materia di diritti umani dei lavoratori.	●	●	●	Potenziale
		Danni economici ai lavoratori dovuti al mancato rispetto degli standard minimi relativi ai diritti dei lavoratori	La carenza di controlli lungo la value chain può portare ad un mancato rispetto lungo la filiera dei salari minimi e delle soglie di sussistenza, di contrattazione collettiva e di libertà di associazione in particolare dove non vi è una solida legislazione giuslavorista.	●	●	●	Effettivo
	Diversità ed inclusione	Discriminazione e assenza di pari opportunità sui luoghi di lavoro	La mancata tutela della diversità e delle pari opportunità può avere impatti negativi sul capitale umano in termini di parità dei salari e di opportunità di carriera ed eventuali sanzioni amministrative secondo le legislazioni locali.	●	●	●	Potenziale
Economia	Salute e sicurezza del consumatore	Danni alla salute/ sicurezza del consumatore dovuti alla presenza di sostanze nocive nei prodotti	Nei processi produttivi sono talvolta usate sostanze chimiche che, se non adeguatamente gestite, possono lasciare residui sul prodotto finito a discapito della salute del cliente.	●	●	●	Potenziale
	Lotta alla corruzione	Danni sociali ed economici derivanti da episodi di corruzione	In mancanza di adeguati sistemi di controllo e prevenzione, OVS potrebbe contribuire o essere coinvolta in episodi di corruzione con impatti sul sistema economico.	●	●	●	Potenziale
Marketing responsabile	Distorsione delle scelte dei consumatori dovute ad una comunicazione non trasparente e green-washing	Una comunicazione non trasparente, in particolare rispetto alle politiche di sostenibilità, e relativa ai prodotti e ai servizi offerti, ha un potenziale impatto negativo sui consumatori.	●	●	●	Potenziale	

Nella tabella sottostante si riporta un elenco dei temi materiali, al quale sono stati affiancati e descritti i relativi impatti positivi e i principali stakeholder coinvolti.

In aggiunta, viene data rappresentazione di come le attività di OVS contribuiscono al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals) delle Nazioni Unite¹⁶.

Tabella 5
Temi materiali e relativi impatti

TEMA MATERIALE	IMPATTO	DESCRIZIONE	STAKEHOLDER IMPATTATI	SDGS
ECONOMIA CIRCOLARE ED ECO-DESIGN	Promozione dell'innovazione in tema di economia circolare ed eco-design	L'impiego di materie prime riciclate, la trasformazione di scarti per la produzione di nuovi prodotti, l'adesione a iniziative che valorizzano i rifiuti come materia prima e la promozione di attività che prolunghino l'utilizzo dei capi, sono alcune delle principali pratiche utilizzate da OVS per estendere il ciclo di vita dei prodotti.	<ul style="list-style-type: none"> • Clienti • Competitor • Pressure Groups • Investor • Nuove generazioni (<25) 	 <p>Consumo e produzione responsabili</p>
BIODIVERSITÀ E ANIMAL WELFARE	Ripristino del terreno agricolo attraverso pratiche di agricoltura rigenerativa	Le pratiche di agricoltura intensiva possono generare impatti ambientali negativi sui terreni e sugli ecosistemi. Per mitigare tali impatti, possono essere implementate pratiche di agricoltura rigenerativa che consentono la produzione di materie prime più sostenibili. Attraverso il progetto Cotone Italiano, OVS contribuisce a ristabilire un'agricoltura rigenerativa del cotone in Italian	<ul style="list-style-type: none"> • Comunità locali • Fornitori 	 <p>La vita sulla terra</p>
BENESSERE DEI DIPENDENTI	Accrescimento del benessere dei dipendenti	La promozione del benessere dei lavoratori crea un ambiente di lavoro e una cultura aziendale sana. Il well-being dei dipendenti aumenta inoltre la retention del personale e la talent attraction. Attraverso il programma RE-UP, OVS crea partnership virtuose per utilizzare l'upcycling come laboratorio di inclusione.	<ul style="list-style-type: none"> • Clienti • Collaboratori di sede e negli store • Franchisee 	 <p>Lavoro dignitoso e crescita economica</p>

TEMA MATERIALE	IMPATTO	DESCRIZIONE	STAKEHOLDER IMPATTATI	SDGS
FORMAZIONE DEI DIPENDENTI	Contributo alla formazione e sviluppo professionale dei dipendenti	La formazione e lo sviluppo dei dipendenti contribuiscono a creare figure professionali competenti e ad aumentare il loro livello di soddisfazione. Risulta cruciale implementare programmi specifici per lo sviluppo di competenze, nonché per consentire la preparazione di figure specializzate ed aggiornate sui più recenti trend normativi e di business.	<ul style="list-style-type: none"> • Clienti • Collaboratori di sede e negli store • Franchisee 	 <p>Lavoro dignitoso e crescita economica</p>
DIVERSITÀ ED INCLUSIONE	Promozione della libertà di esprimere la propria identità attraverso la moda	La moda costituisce uno dei principali strumenti che gli individui hanno a disposizione per esprimere la propria identità. OVS si impegna a promuovere collezioni che consentano alle persone di esprimere la propria identità di genere.	<ul style="list-style-type: none"> • Clienti • Opinion leader • Nuove generazioni (<25) 	 <p>Uguaglianza di genere</p>
RAPPORTO CON LE COMUNITÀ LOCALI	Supporto e sviluppo delle comunità locali tramite collaborazioni e partnership	Le attività di OVS possono contribuire significativamente allo sviluppo delle comunità nei territori in cui il Gruppo opera attraverso iniziative e progetti dedicati.	<ul style="list-style-type: none"> • Comunità locali paesi di produzione • Comunità locali punti vendita (Italia) • Pressure Groups • Istituzioni • Nuove generazioni (<25) 	 <p>Città e comunità sostenibili</p>

Nella tabella che segue si riporta un raccordo tra le tematiche rilevanti individuate dal Gruppo OVS e gli ambiti citati dal D.Lgs. n.254/2016.

Tabella 6

Raccordo tra ambiti decreto e temi materiali

AMBITI DECRETO 254/2016	TEMATICHE MATERIALI
Temi attinenti al rispetto dei diritti umani	<ul style="list-style-type: none"> • Diritti umani
Temi attinenti alla lotta alla corruzione attiva e passiva	<ul style="list-style-type: none"> • Lotta alla corruzione
Temi attinenti al personale	<ul style="list-style-type: none"> • Diversità ed inclusione • Formazione dei dipendenti • Benessere dei dipendenti • Salute e sicurezza dei lavoratori
Temi ambientali	<ul style="list-style-type: none"> • Economia circolare ed eco-design • Lotta al cambiamento climatico • Risorse idriche • Gestione dei rifiuti a fine vita • Biodiversità e animal welfare
Temi sociali	<ul style="list-style-type: none"> • Rapporto con le comunità locali • Diversità e inclusione • Salute e sicurezza del consumatore • Marketing responsabile

Enterprise Risk Management e Gestione dei Rischi non Finanziari

Considerata la complessità delle attività gestionali e tenuto conto che l’assunzione di rischio rappresenta una componente fondamentale e imprescindibile dell’attività dell’impresa, il Consiglio di Amministrazione di OVS ha valutato l’importanza di identificare e mappare in via preventiva i principali rischi e di adottare

strumenti idonei a governarli e ridurne l’impatto. La Società ha pertanto adottato un sistema di gestione dei rischi, traendo ispirazione dagli standard internazionali “Enterprise Risk Management - Integrating with Strategy and Performance” e “Internal Control – Integrated Framework”, predisposti dall’organismo americano Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission.

In particolare, nel 2015, con un aggiornamento nel 2019, il Consiglio di Amministrazione, su proposta dell’Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, sentito il parere favorevole del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e del Collegio Sindacale, ha approvato le “Linee guida per il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi” per identificare, presidiare e governare le aree di rischio garantendo il raggiungimento degli obiettivi strategici e operativi, l’affidabilità dell’informativa finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti e la salvaguardia dei beni aziendali.

Coerentemente con queste finalità, il sistema di governo dei rischi che la Società ha adottato si pone le seguenti finalità:

- diffondere all’interno dell’azienda la cultura di prevenzione e mitigazione dei rischi;
- contribuire al processo di pianificazione strategica attraverso la definizione della propensione al rischio;
- contribuire al raggiungimento degli obiettivi tramite l’identificazione dei rischi, la loro valutazione e prioritizzazione e l’implementazione di risposte adeguate;
- assicurare la trasparenza sul profilo di rischio assunto e sulle strategie di gestione attuate, attraverso un reporting periodico e strutturato al Consiglio di Amministrazione e al top management.

Al Consiglio di Amministrazione spetta il compito di coordinare e supervisionare il processo di Risk Management affinché i rischi assunti nell’ambito dell’attività d’impresa siano coerenti con le strategie di business deliberate, definendo inoltre la soglia di rischio accettabile.

Al Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità spetta il compito di assistere il Consiglio per (i) identificare e valutare i principali rischi

afferenti la Società e le sue controllate di modo che gli stessi siano adeguatamente monitorati; (ii) definire ed aggiornare i piani di mitigazione e in generale di governo dei rischi.

All’Amministratore incaricato del sistema di controllo interno spetta il compito di (i) identificare i principali rischi aziendali, tenendo conto delle caratteristiche del business e dell’operatività svolta dalla Società e dal Gruppo; (ii) curare la progettazione, realizzazione e gestione del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi verificandone costantemente l’adeguatezza e l’efficacia.

In tale ambito, avendo sviluppato e consolidato nel corso degli ultimi anni un sistema strutturato per il presidio dei rischi finanziari e non finanziari, OVS ha identificato i principali eventi legati agli aspetti materiali che potrebbero impattare direttamente sul business e/o sui sistemi ambientali e sociali con cui l’azienda si relaziona.¹⁷ Tali rischi sono stati classificati come segue:

- dal punto di vista degli impatti interni la classificazione dei rischi avviene in base al ERM aziendale ed è articolata in rischi operativi, reputazionali ed economici;
- dal punto di vista degli impatti esterni i rischi sono classificati secondo macro aree di rischio ad impatto sociale e ambientale suddivise in aree di maggior dettaglio come indicato nella tabella seguente.

Tabella 7

Aree di impatto dei rischi sociali e ambientali

MACRO-AREA	AREA	DETTAGLIO
AMBIENTE	Risorse naturali	Benessere animale
		Biodiversità
		Deforestazione
	Cambiamento climatico	Esaurimento dei combustibili fossili
		Emissioni di gas serra (GHG)
	Rifiuti	Rifiuti solidi
		Rifiuti pericolosi
		Rifiuti chimici
	Consumo di acqua e inquinamento	Uso e scarsità idrica
		Acque reflue, inquinamento idrico ed eutrofizzazione
SOCIALE	Condizioni di lavoro	Lavoro forzato e tratta di esseri umani
		Lavoro minorile
		Salari e benefit
		Orario di lavoro
		Libertà di associazione e contrattazione collettiva
		Lavoro dignitoso
	Sicurezza	Salute e sicurezza
		Accesso alla rete idrica e fognaria
	Diritti umani	Discriminazione, molestie e abusi
		Molestie sessuali e violenza di genere
		Diritto alla salute
		Diritto alla privacy
	Diritto alla sicurezza della persona	Diritto alla sicurezza della persona
		Diritto alla sicurezza della persona
	Corruzione	Condotte illecite e corruzione
	Comunità locali	Diritti delle comunità e delle minoranze
		Diritto alla terra

Per ciascuna tematica rilevante sono stati identificati e classificati i rischi riportati nella seguente tabella in cui sono evidenziate le principali modalità di gestione e priorità:¹⁸

Tabella 8

Modalità di gestione dei rischi non finanziari

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIORITÀ	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
LOTTA ALLA CORRUZIONE	Corruzione attiva/passiva – individuato nell'ambito delle attività a rischio ex D. Lgs. 231/2001.	Reputazionali Economici	Condotte illecite e corruzione	Medio	Risk assessment specifico su corruzione attraverso il modello di organizzazione, gestione e controllo ex D. Lgs. 231/01 Elaborazione di specifici protocolli relativi alla gestione delle attività a rischio Diffusione delle politiche di gestione dei rischi attraverso Regolamentazione aziendale e di Codici di comportamento	Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D. Lgs. 231/01 Codice Etico Policy e procedure aziendali Procedura di whistleblowing Codice di comportamento
	Mancata identificazione delle condotte non etiche del personale e dei collaboratori esterni a causa del modello capillare sul territorio	Reputazionali Operativi Economici	Condotte illecite e corruzione Diritti umani	Alto	Intercettazione di possibili violazioni tramite il sistema whistleblowing Attività di Internal Auditing e di vigilanza attraverso l'Organismo di Vigilanza (ODV)	

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIQ-RITA	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
DIRITTI UMANI	Violazione dei diritti umani lungo la catena di fornitura	Reputazionali Operativi Economici	Diritti umani Condizioni di lavoro	Alto	Adesione al Codice di Condotta da parte dei fornitori, vincolante in materia di prestazioni ambientali e sociali Sviluppo di programmi di audit interno ed esterno basato sul Codice di Condotta	Codice di condotta Iniziative di Industry Collaboration Higg Index Strategia di approvvigionamento responsabile delle materie prime Certificazioni di prodotto
	Relazioni con una catena di fornitura ad alto impatto ambientale	Operativi Economici	Rifiuti Consumo di acqua e inquinamento	Alto	Partecipazione a iniziative di "Industry collaboration" per condividere azioni di monitoraggio e sviluppo delle performance ambientali e sociali nella catena di fornitura	
	Scarsa disponibilità di risorse adatte a processi a basso impatto ambientale per la produzione di capi ¹⁹	Economici	Cambiamento climatico Consumo di acqua e inquinamento	Alto	Definizione di una strategia di approvvigionamento per le materie prime che privilegi fonti certificate in merito alle performance di sostenibilità	

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIQ-RITA	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
BENESSERE DEI DIPENDENTI FORMAZIONE DEI DIPENDENTI	Inadeguatezza della struttura organizzativa e perdita di know how dovuto ad un carenente investimento in formazione e all'assenza di un piano di valutazione delle performance o di carriera	Operativi Economici	N.A.	Medio	Definizione di un programma formativo focalizzato sul raggiungimento di obiettivi e sullo sviluppo di competenze tecniche e soft skills Sviluppo di sistemi di valutazione delle performance Sviluppo dei canali di dialogo e di condivisione degli obiettivi aziendali	Programmi formativi Programmi di valutazione delle performance Codice Etico Piano di Smart working Negozzi online (e-commerce, click and collect) Piani per la tutela della salute e sicurezza
	Perdita di competenze chiave per la business continuity	Operativi Economici	N.A.	Alto	Adozione del Codice Etico contenente principi di tutela dei lavoratori e dei diritti umani Definizione di piani di tutela della salute e sicurezza dei dipendenti in conformità con le normative	Regole imposte per il distanziamento sociale, distributori di gel igienizzanti in tutti gli ambienti chiusi, messa a disposizione di mascherine, servizio di assistenza e consulenza medica in sede
	Inefficace gestione della salute e sicurezza dei lavoratori in Italia e all'Estero presso gli uffici e i punti vendita del Gruppo	Reputazionali Operativi Economici	Salute e sicurezza	Medio	Promozione di processi sicuri e rispettosi dell'ambiente secondo la normativa vigente in materia ambientale Attività di vigilanza per i rischi di non conformità normativa Adeguamento delle misure necessarie relative all'emergenza COVID-19	

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIORITÀ	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
DIVERSITÀ E INCLUSIONE	Azioni discriminatorie nel Gruppo e nella catena di fornitura	Reputazionali	Diritti umani Condizioni di lavoro	Alto	Sviluppo di un ambiente di lavoro a misura di persona attraverso specifici programmi	Programmi di wellbeing e di inclusione
	Mancata inclusione di categorie sottorappresentate	Reputazionali Operativi	Diritti umani Condizioni di lavoro Comunità locali	Medio	Sviluppo di piani di formazione specifici per i care-givers (programma Lifeed per la valorizzazione delle soft-skills legate all'attività di cura) Sviluppo di politiche indirizzate alla riduzione del Gender Pay-gap Definizione di programmi di assunzione in aree ad alta disoccupazione	Programma Lifeed Analisi periodica del Gender Pay-gap
RAPPORTO CON LE COMUNITÀ LOCALI	Mancata integrazione e coinvolgimento delle comunità locali in cui l'azienda è operativa	Reputazionali Operativi	Comunità locali	Basso	Definizione di programmi di coinvolgimento delle Comunità in progetti che indirizzano bisogni del territorio Definizione di processi per comunicazione proattiva istituzionale e social media strategy	Programmi di sviluppo delle comunità Social media strategy
ECONOMIA CIRCOLARE ED ECO-DESIGN	Ridotta consapevolezza e coinvolgimento dei consumatori sui processi di circular economy	Reputazionali Economici	Rifiuti Risorse naturali	Medio	Adozione di un piano d'azione per lo sviluppo di modelli e processi virtuosi di Circular Economy	Piano per lo sviluppo della Circular Economy Gruppo di lavoro ICESP – Italian Circular Economy Stakeholder Platform

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIORITÀ	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	Contributo inadeguato alla lotta contro il riscaldamento globale (non allineato ad evidenze scientifiche) ²⁰	Economici Reputazionali	Cambiamento climatico	Alto	Definizione di un piano per riduzione ed efficientamento delle risorse energetiche Ricorso esclusivo a energia rinnovabile certificata e installazione impianti fotovoltaici	Programmi Energy Saving Sistemi di monitoraggio real-time Certificati di Garanzia di Origine Impianti fotovoltaici
	Conseguenze di eventi climatici estremi	Operativi	Cambiamento climatico	Alto	Prevenzione dell'inquinamento generato da emissioni inquinanti nell'atmosfera	Valutazione Carbon Footprint ISO 14064 e piano di riduzione SBTi Sistema di gestione conforme alla ISO 14001:2015.
	Incapacità di pianificare la stagionalità delle collezioni dovuto al cambiamento climatico	Economici Operativi	N.A.	Alto	Gestione del processo di waste-management Politiche di approvvigionamento e di sourcing allineate agli obiettivi di decarbonizzazione	Sustainability-Linked Bond
RISORSE IDRICHE	Sovrasfruttamento di bacini idrici per attività produttive	Economici Operativi Reputazionali	Uso e scarsità idrica Acque reflue, inquinamento idrico ed eutrofizzazione	Alto	Politiche di approvvigionamento e di sourcing allineate agli obiettivi di riduzione dell'impatto ambientale	ECO Valore Higg MSI
BIODIVERSITÀ E ANIMAL WELFARE	Approvvigionamento di materie prime attraverso processi che danneggiano ecosistemi ed habitat naturali	Economici Operativi Reputazionali	Biodiversità Deforestazione Benessere animale	Medio	Politiche di approvvigionamento e di sourcing che privilegiano fonti di materie prime certificate Fur-Free Retailer Policy	Certificazioni di prodotto e Chain of Custody

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIORITÀ	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
MARKETING RESPONSABILE	Perdita di credibilità nei confronti con gli stakeholder	Reputazionali	N.A.	Alto	Adozione di Codici di comportamento che regolano le relazioni con gli stakeholder Attività di stakeholder engagement e di informazione sulla sostenibilità	Codici di comportamento Stakeholder Engagement Website e bilancio Eco Valore Higg Transparency
	Mancata intercettazione dei temi prioritari per i diversi stakeholder	Reputazionali	N.A.	Medio	Publicazione della Dichiarazione Non Finanziaria annuale sul sito aziendale Periodico aggiornamento delle informazioni aziendali sul sito istituzionale	Servizio di customer service Sistemi di fidelizzazione (Programma Digital ID) Survey periodiche Newsletter dedicate
	Mancata intercettazione delle preferenze del consumatore	Economici Reputazionali	N.A.	Medio	Utilizzo di Eco Valore per ogni prodotto online Integrazione con piattaforme di terzi (es: Higg) Definizione di programmi di valutazione della customer satisfaction (ricerche e focus group)	
	Mancanza di trasparenza nella comunicazione al cliente (marketing, labelling)	Reputazionali	Salute e sicurezza	Medio	Processo di feedback dedicato ai clienti Programmi loyalty	

TEMA MATERIALE	RISCHI	CLASSE DI RISCHIO INTERNO	CLASSE DI RISCHIO ESTERNO	PRIORITÀ	POLITICA/MODALITÀ DI GESTIONE EX L. 145/2018, ART. 1 COMMA 1073	STRUMENTO A PRESIDIO
SALUTE E SICUREZZA DEL CONSUMATORE GESTIONE DEI RIFIUTI E DEL FINE VITA	Utilizzo di materie prime o processi produttivi ad alto impatto ambientale	Economici	Cambiamento climatico	Alto	Implementazione di sistemi di gestione per monitorare rischi di non conformità Esecuzione di progetti di Life cycle assessment	Sistemi di gestione e monitoraggio Certificazioni di prodotto e labeling Restricted Substances List e programma di test del prodotto
	Realizzazione di prodotti con impatto negativo sulla salute dei consumatori	Reputazionali	Salute e sicurezza	Alto	Procedure di ottenimento delle certificazioni necessarie Adeguamento alle normative per la gestione degli agenti chimici nella produzione di capi di abbigliamento	LCA Better Cotton Platform Higg MSI
	Inadeguata gestione dello smaltimento dei rifiuti generati	Economici	Rifiuti	Medio		
SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	Ambienti di vendita e di lavoro non sicuri per dipendenti e clienti	Reputazionali Operativi Economici	Salute e sicurezza	Medio	Adozione delle misure di sicurezza all'interno dei negozi	Sistema di gestione della sicurezza sul lavoro

Il sistema di controllo interno

OVS si è dotata di un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, costituito da strumenti, strutture organizzative, procedure e regole aziendali che consentono una gestione dell'azienda sana, corretta e coerente con gli obiettivi strategici e operativi. Il sistema è conforme alle leggi e ai regolamenti applicabili di corretta e trasparente informativa interna e verso il mercato, e consente di prevenire e limitare le conseguenze di risultati inattesi.

Esso integra altresì il Codice Etico e il Modello organizzativo elaborato ai sensi del D. Lgs. 231/01 (Modello 231).

Inoltre, al fine di diffondere principi e prassi da seguire a contrasto dei rischi di corruzione, OVS ha previsto nei contratti di service intercompany, che regolano le attività di gruppo, l'adozione da parte delle società controllate con sede all'estero dei principi espressi dal Codice Etico e dal Modello 231.

Codice Etico

OVS individua nel Codice Etico i principi etici e comportamentali di riferimento per tutte le società del Gruppo, evidenziando l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità di tutti coloro che, a qualsiasi titolo, operano al loro interno o collaborano con le stesse amministratori, sindaci, manager, dipendenti, collaboratori esterni, partner commerciali, fornitori e più in generale ogni altro soggetto con il quale si instauri un contatto). Il Codice Etico, inoltre, riporta al suo interno l'impegno di OVS nella prevenzione e nella lotta alla corruzione attiva e passiva, sanzionando qualsiasi comportamento di tipo corruttivo (comprensivo, ad esempio, della dazione o promessa di elargizioni in danaro o altra utilità - anche sotto forma di omaggi, agevolazioni di qualsiasi tipo, assunzione di soggetti, ecc.) nei rapporti con gli Interlocutori o Partner.

In particolare, è censurato il comportamento di chi dà o promette denaro o altra utilità a qualsiasi soggetto appartenente ad altri enti, anche qualora tale condotta possa prestarsi ad arrecare un vantaggio, diretto o indiretto, alla Società. In tale ottica la Società condanna altresì ogni comportamento corruttivo volto ad ottenere da parte dei propri Interlocutori o Partner qualsiasi informazione relativa a terzi o la rivelazione di segreti industriali ed aziendali o comunque di dati riservati o di know-how. Tale impegno si applica tanto verso i dipendenti quanto verso i soggetti terzi, attraverso un opportuno Sistema Disciplinare e con la previsione di specifiche clausole contrattuali di tipo "etico".

OVS promuove all'interno del Codice Etico il valore delle persone e si impegna a offrire pari opportunità di lavoro senza distinzioni basate su nazionalità o appartenenza etnica,

religione o convinzioni personali, sesso, età, orientamento sessuale, disabilità fisica o psichica, coscienti del valore di una forza lavoro diversificata, capace di rappresentare molteplici punti di vista, anche considerando i numerosi paesi in cui opera. Il Gruppo, infatti, intende valorizzare e promuovere proattivamente un ambiente positivo, centrato sul rispetto reciproco, nel quale ognuno possa esprimere e sviluppare la propria identità personale attraverso il proprio contributo professionale.

Il Codice Etico è stato adottato, con delibera del Consiglio di Amministrazione della Società, in data 27/10/2014 e successivamente aggiornato con delibera del Consiglio di Amministrazione del 14 dicembre 2016 e del 18 aprile 2018, del 15 aprile 2021 e del 31 gennaio 2023. Il Codice Etico è disponibile per consultazione sul sito Web Corporate.

Modello di Organizzazione Gestione e Controllo

Il modello 231 ha l'obiettivo principale di configurare un sistema strutturato e organico di prescrizioni anche organizzative, procedure e attività di controllo, per sensibilizzare tutti coloro che operano in nome e/o per conto di OVS in merito alla necessità di informare i propri comportamenti a principi di lealtà e correttezza, nonché a prevenire il rischio di commissione dei reati contemplati nel decreto. Anche il Modello 231 è disponibile sul sito Web Corporate e viene comunicato e distribuito a tutti i dipendenti di OVS e di tutte le sedi estere attraverso la sottoscrizione dei contratti intercompany. Allo stesso modo, il Modello viene comunicato a tutti i fornitori e business partners di OVS al momento della stipula del contratto.

Whistleblowing

OVS ha da tempo definito valori di riferimento e comportamenti a cui si devono ispirare coloro che operano al suo interno

o che collaborano con la nostra azienda. È interesse di OVS promuovere e indirizzare il proprio operato secondo principi di lealtà e correttezza e adottare le necessarie contromisure per prevenire la commissione di reati. In questo contesto, OVS si è dotata di un Sistema di Whistleblowing, una piattaforma on-line per le segnalazioni in grado di assicurare i massimi livelli di confidenzialità e riservatezza.

La gestione di tale sistema è regolamentata internamente dalla "Procedura di whistleblowing", definita ad aprile 2018 con l'obiettivo di disciplinare il processo di gestione delle segnalazioni di condotte illecite rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001, o violazioni del Modello 231 adottato dalla Società, fondate su elementi di fatto precisi e concordanti. Sul sito web Corporate è possibile segnalare violazioni del Codice Etico, delle leggi e dei regolamenti.

Le segnalazioni sono gestite con la massima riservatezza e garanzia di anonimato per il segnalante. Nel corso del 2022, è stata ricevuta una segnalazione, oggetto di approfondimenti, che non hanno evidenziato situazioni di reato nell'ambito del D. Lgs. 231/2001.

È disponibile inoltre una casella email (sustainability@ovs.it) a cui tutti i fornitori possono rivolgersi per segnalazioni su violazioni del Codice di Condotta. Nel 2022 non sono state ricevute segnalazioni. Infine, nel corso del 2022 non sono stati rilevati episodi di corruzione, né attiva né passiva, con riferimento alle attività aziendali.



Politiche aziendali in materia sociale e ambientale

Nel corso del 2020, a supporto degli obiettivi definiti all'interno del Piano di sostenibilità e al fine di formalizzare gli impegni del Gruppo in ambito sociale e ambientale, OVS ha adottato due policy, disponibili sul sito corporate <https://wecare.ovscorporate.it/>:

Environmental and Local Community Policy

che stabilisce principi da seguire nella conduzione delle attività di business, nel pieno rispetto del pianeta e delle comunità in cui OVS opera. Tali principi, condivisi e comunicati a tutti gli stakeholder interni ed esterni, esprimono l'impegno di OVS nel considerare i propri impatti ambientali in relazione a: biodiversità e conservazione delle risorse naturali, cambiamento climatico, produzione di rifiuti e processi di recycling, consumi idrici e footprint dell'acqua, utilizzo di sostanze chimiche e benessere degli animali.

Gli stessi principi vengono inoltre estesi alla catena di fornitura del Gruppo: i fornitori, infatti, devono visionare ed accettare quanto stabilito nella Policy e sono inoltre soggetti a due diligence periodiche da parte di OVS che ne verifica il rispetto e ne monitora l'andamento.

Labour and Human Rights Policy in cui vengono sancite le linee guida che tutte le persone che collaborano con OVS, sia in Italia sia all'estero, devono rispettare in relazione a pratiche di lavoro (es. contratti, congedi parentali, welfare), diritti umani (es. diversità e inclusione, abolizione del lavoro minorile e del lavoro forzato) e salute e sicurezza (es. gestione dei luoghi di lavoro, valutazione dei rischi, formazione), nel pieno rispetto della normativa vigente.

*Le attività di audit*

Le attività di audit interno sono svolte a supporto del Consiglio di Amministrazione, del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e del Collegio Sindacale, e sono rivolte a tutte le aree aziendali. Le attività di compliance audit 231 sono svolte a supporto dell'Organismo di Vigilanza e costituiscono il principale strumento di monitoraggio e di controllo insieme al sistema di whistleblowing precedentemente descritto. Nel corso del 2022 gli interventi di audit si sono concentrati sull'area corporate, con quattro interventi di natura operativa e un intervento con riguardo a temi di compliance normativa. Altri due interventi hanno riguardato società controllate estere.

DETTAGLIO INDICATORI*Performance economico-finanziaria*

Il valore economico generato e distribuito esprime la capacità di un'impresa di generare ricchezza a vantaggio dei propri stakeholder. Il valore economico consolidato generato da OVS è pari a 1.621.027 migliaia di Euro ed è aumentato del 12% rispetto al 2021. Il valore economico distribuito è pari a 1.361.535 migliaia di Euro in aumento del 15%. L'84% del valore economico prodotto nel 2022 è stato quindi distribuito ai vari stakeholder mentre

il restante 16% è stato trattenuto all'interno del Gruppo. Del valore economico distribuito, oltre 965.725 milioni di euro sono stati destinati ai fornitori di materie prime, prodotti e servizi, 314.628 milioni di euro alle persone di OVS per le attività svolte nel corso dell'anno e circa 53.409 ai finanziatori del Gruppo.

Gran parte del valore economico distribuito dal gruppo OVS è destinato a remunerare e sostenere il sistema di imprese della filiera di fornitura.

Tabella 9

Conto economico a valore generato e distribuito (in migliaia di euro)

	2022	2021
VALORE ECONOMICO GENERATO DAL GRUPPO	1.621.027	1.444.278
Ricavi	1.512.719	1.358.899
Altri proventi	91.062	71.661
Proventi finanziari	800	368
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-
Svalutazione crediti	(1.200)	(1.472)
Differenze di cambio	18.331	18.547
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	(165)	(4.601)
Rettifiche di valore di attività materiale ed immateriali	(520)	876
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO DAL GRUPPO	1.361.535	1.187.047
Costi operativi	965.725	791.406
Remunerazione dei collaboratori	314.628	294.890
Remunerazione dei finanziatori	53.409	66.373
Remunerazione degli investitori	-	-
Remunerazione della pubblica amministrazione*	27.709	34.325
Liberalità esterne	64	53
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO DAL GRUPPO	259.492	257.231
Ammortamenti	218.811	206.901
Accantonamenti	1.109	1.690
Riserve	39.572	48.640,00

* La remunerazione della pubblica amministrazione include anche le imposte differite

Approccio alla fiscalità²¹

Il Gruppo riconosce le proprie responsabilità nei confronti di investitori, governi, fornitori, dipendenti e le comunità in cui opera. Questo, si riflette anche nell'approccio fiscale, che ricerca un costante equilibrio tra adempimenti normativi, attività di business, aspettative etiche e sociali.

L'organizzazione ha definito una gestione del rischio fiscale tenendo conto del Modello di organizzazione e gestione, e in particolare modo l'art. 25 quinquiesdecies, che prevede la responsabilità del Gruppo nel caso in cui vengano realizzate alcune fattispecie di reati tributari²².

In particolare, il Gruppo ha aggiornato il Modello 231 - previa valutazione del rischio specifico - valutando e integrando i protocolli già esistenti per la gestione della fiscalità.

Il Gruppo adotta procedure di rilevazione, misurazione, gestione e controllo dei rischi fiscali, il cui rispetto è garantito a tutti i livelli aziendali. Si impegna inoltre a svolgere un monitoraggio finalizzato ad attivare le necessarie azioni correttive rispetto ad eventuali carenze e/o criticità rilevate. Il processo di determinazione delle imposte deriva, infatti, da una rappresentazione corretta e veritiera del bilancio d'esercizio, secondo i principi contabili di riferimento.

Il Gruppo, operando in settori ad alto contenuto di stile e know-how su attività di sourcing dai paesi del Far-East, è inoltre attento ai benefici fiscali che possono derivare dalle normative, nazionali ed estere, di stimolo alla ricerca e all'innovazione quali, ad esempio, il credito di imposta su attività di Ricerca e Sviluppo in Italia. In considerazione dell'attività internazionale condotta dal Gruppo (in

particolare per quanto attiene le attività di approvvigionamento merci), la disciplina sul transfer pricing rappresenta una delle aree di maggiore sensibilità. Tale aspetto è monitorato periodicamente dalla funzione Amministrazione Finanza e Controllo della Capogruppo OVS, che monitora i prezzi di trasferimento infragruppo. Il Gruppo è convinto che le pratiche fiscali condotte in modo responsabile sostengano lo sviluppo economico e sociale dei mercati, per tale motivo ritiene di applicare diligentemente le normative fiscali e tributarie.

Inoltre, sono previste attività di monitoraggio degli aggiornamenti normativi in materia fiscale, la compilazione e la trasmissione della dichiarazione dei redditi nel rispetto dei tempi e modi previsti dalla legge.

Specificatamente ai processi di gestione amministrativa e fiscale sono inclusi aspetti legati a:

- identificazione ed aggiornamento periodico delle principali e significative aree di rischio in ambito fiscale;
- mappatura ed aggiornamento del piano dei conti e impostazione dello stesso in funzione delle regole fiscali applicabili alle singole fattispecie;
- ricognizione periodica del trattamento fiscale associato alle principali e più rilevanti transazioni attive e passive registrate in contabilità da parte dell'Ufficio Amministrazione;
- verifica delle modalità di rilevazione dei fatti di gestione e della relativa fiscalità in occorrenza del calcolo delle imposte da rilevare nel bilancio di esercizio, e della predisposizione della dichiarazione dei redditi;
- modalità di gestione delle transazioni con società estere del Gruppo e del Manuale di Transfer Pricing ("Country File"), con revisione annuale.

Supply chain

Nella seguente tabella si riporta la percentuale di spesa sostenuta da OVS verso fornitori locali²³, suddivisa tra acquisti di merce e altri acquisti.

Tabella 10Fatturato fornitori terzi locali²⁴

	2022		2021	
	Merce	Non merce	Merce	Non merce
ITALIA E UE	23%	97%	31%	97%

Tabella 11

Numero nuovi fornitori di prodotto valutati rispetto a parametri ambientali e sociali

	2022	2021
NUMERO TOTALE DI NUOVI FORNITORI	65	74
NUMERO TOTALE DI NUOVI FORNITORI VALUTATI SECONDO CRITERI SOCIALI	65	74
'% NUOVI FORNITORI VALUTATI SECONDO CRITERI SOCIALI	100,00%	100,00%
NUMERO TOTALE DI NUOVI FORNITORI VALUTATI SECONDO CRITERI AMBIENTALI	65	74
'% NUOVI FORNITORI VALUTATI SECONDO CRITERI AMBIENTALI	100,00%	100,00%

Dal 2020 OVS ha adottato una policy per l'accreditamento di nuovi fornitori che prevede di attivare relazioni commerciali solo con partner che garantiscano la massima trasparenza in materia ambientale e sociale attraverso la piattaforma Higg, utilizzata dai membri della Sustainable Apparel Coalition.

Tale strumento è sinergico al processo interno di due diligence sulla catena di fornitura e consente una più efficace

ed efficiente valutazione dei principali indicatori delle fonti produttive.

Nel 2022 OVS ha consolidato partnership storiche con importanti gruppi manifatturieri ricercando la maggior efficienza possibile anche attraverso una razionalizzazione del parco fornitori.

La tabella sotto riportata evidenzia infatti una sostanziale stabilità nel numero di fornitori per paese.

Tabella 12

Ordinato di merce per Made-in²⁵

2022				2021	
PAESE	FORNITORI	ORDINATO (EUR)	DELTA ORDINATO (%)	FORNITORI	ORDINATO (EUR)
Albania	4	650.084	-73,21%	6	2.426.246
Bangladesh	77	315.182.084	38,88%	77	226.947.195
Bulgaria	1	2.977	-72,83%	1	10.956
Cambogia	6	7.818.852	23,77%	8	6.317.494
Cina	217	174.856.214	25,82%	232	138.973.125
Grecia	1	90	-99,92%	2	110.670
India	95	77.271.844	31,88%	99	58.592.973
Italia	160	38.088.687	12,96%	149	33.718.482
Myanmar ²⁶	10	18.950.341	189,51%	11	6.545.688
Pakistan	28	23.702.240	32,88%	29	17.837.093
Polonia	3	2.757.883	138,29%	4	1.157.383
Portogallo	11	1.944.052	1,79%	10	1.909.958
Romania	2	1.444.764	-23,16%	5	1.880.107
Serbia	-	-	-100,00%	1	22.113
Spagna	12	325.186	9,53%	10	296.892
Thailandia	-	-	-100,00%	1	25.673
Tunisia	8	8.786.813	30,35%	10	6.741.141
Turchia	39	4.374.330	-6,81%	32	4.694.144
Vietnam	12	17.344.226	94,88%	8	8.899.755
Altri Paesi	45	13.877.158	147,68%	41	5.602.818
Totale		707.377.825			522.709.910

Dalla lettura della tabella si rende evidente un incremento di oltre il 33% del volume ordinato rispetto al 2021. Tuttavia, tale incremento è dovuto in gran parte a una diversa calendarizzazione degli acquisti che ha portato ad anticipare buona parte delle spedizioni della collezione Primavera/Estate 2023, per evitare ritardi e contribuire alla riduzione delle emissioni per il trasporto via aerea.

Il numero dei fornitori totali è 659. Nella tabella precedente i fornitori con differenti Made-In sono stati conteggiati tante volte quanti sono i Paesi nei quali producono. Per quanto riguarda invece il raggruppamento “Altri Paesi”, esso viene considerato al pari di un’unica area produttiva, nella quale ogni fornitore viene conteggiato in modo univoco in funzione del raggruppamento (ad esempio, un fornitore che produce in Indonesia e Corea del Sud viene

conteggiato una volta e non tante quante sono i paesi in cui produce).

La principale area di business di OVS viene sviluppata nell’ambito dell’abbigliamento house-brand. In questo ambito sono attivi 410 fornitori di prodotto che realizzano un ordinato pari a euro 630.517.312 (89% del ordinato complessivo).

L’attività di due diligence nella catena di fornitura viene condotta sulla base del profilo di rischio di ogni fornitore e realizzata attraverso un processo di audit interno, la valutazione di certificazioni di terze parti e l’analisi delle performance ESG su Higg. L’uso di tale piattaforma prevede per il fornitore la pubblicazione di dati di impatto ambientale e sociale attraverso i moduli FEM (Facility Environmental Module) e FSLM (Facility Social and Labour Module) verificati da terze parti indipendenti.

Tabella 13

Controlli sul volume produttivo di fornitori abbigliamento house-brand²⁷

COPERTURA VOLUME PRODUTTIVO	2022	2021
AUDIT INTERNO	90%	84%
CERTIFICAZIONI TERZE	69%	69%
HIGG SELF ASSESSMENT	93%	91%
HIGG VFEM	70%	56%
HIGG VFSLM	51%	27%

Dal 2022 OVS ha definito il programma Making Progress, per attivare azioni di miglioramento in modo proattivo verso specifici fornitori chiave. Tale programma prevede una root-cause analysis approfondita

in caso di ripetute criticità e il supporto, anche finanziario, al fornitore per implementare le azioni correttive. I progetti attualmente in corso saranno oggetto di dettagliata argomentazione nella prossima rendicontazione.

06 Details

Risorse umane - Organico

Il successo del Gruppo OVS dipende dal lavoro di oltre 8.000 persone in tutto il mondo di cui più della metà collabora con l'azienda da oltre 10 anni. In aggiunta alle persone

dell'organico delle società del Gruppo, si segnala anche la presenza di oltre 600 collaboratori esterni, di cui il 40% stagionali, che svolgono le attività di movimentazione merci all'interno del deposito di Pontenure.

Tabella 14

Distribuzione organico per area geografica²⁸

DIPENDENTI	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BANGLADESH	98	5	103	99	5	104
CINA	23	78	101	20	82	102
SPAGNA	4	48	52	6	57	63
FRANCIA	5	6	11	-	-	0
CROAZIA	4	33	37	4	38	42
INDIA	39	10	49	39	11	50
ITALIA	1.580	6.187	7.767	1.580	6.245	7.825
PAKISTAN	12	-	12	12	-	12
SERBIA	13	44	57	13	40	53
TURCHIA	1	7	8	1	7	8
TOTALE	1.779	6.418	8.197	1.774	6.485	8.259

L'organico delle aziende operanti nel settore abbigliamento è costituito per l'80% dal genere femminile. OVS si pone in coerenza con i dati di settore con un 78% di donne occupate nelle società del Gruppo e un 22% di uomini. Dal 2022 il Gruppo ha aperto

due punti vendita in Francia oltre a mantenere il proprio business mediante affiliazioni commerciali. Inoltre, l'area produttiva della Cambogia viene seguita direttamente dall'ufficio cinese, non essendo più attivo il presidio diretto sul Paese.

Tabella 15

Ripartizione organico complessivo per tipologia contrattuale in Italia

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
TEMPO INDETERMINATO	1.385	5.116	6.501	1.361	4.961	6.322
TEMPO DETERMINATO	195	1.071	1.266	219	1.284	1.503
TOTALE	1.580	6.187	7.767	1.580	6.245	7.825

Tabella 16

Ripartizione organico complessivo per tipologia contrattuale negli altri paesi

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
TEMPO INDETERMINATO	195	207	402	190	199	389
TEMPO DETERMINATO	4	24	28	4	41	45
TOTALE	199	231	430	194	240	434

Con riferimento all'organico permanente di OVS, 884 persone svolgono le proprie attività lavorative presso la sede centrale dell'azienda o il centro logistico.

La restante parte del personale si distribuisce omogeneamente in tutta Italia grazie a una rete vendita capillare sul territorio nazionale. In aggiunta, sono presenti oltre 300 persone presso le sedi estere e oltre 120 presso i punti vendita diretti all'estero.

Tabella 17

Organico permanente per genere e categoria professionale in Italia (ruoli di sede)

	2022				2021		
	Uomini	Donne	Totale	Delta%	Uomini	Donne	Totale
MANAGER-DIRIGENTI	57	18	75	0%	60	15	75
PROFESSIONALS-QUADRI	102	85	187	14,2%	87	75	162
EMPLOYEES-IMPIEGATI	143	479	622	4,1%	148	438	586
TOTALE	302	582	884	7,7%	295	528	823

Con riferimento ai contratti a tempo determinato si segnalano 5 uomini e 30 donne nella categoria “impiegati”.

Tabella 18

Organico per genere e categoria professionale negli altri paesi (ruoli di sede)

	2022				2021		
	Uomini	Donne	Totale	Delta%	Uomini	Donne	Totale
MANAGER-DIRIGENTI	19	7	26	8,3%	16	8	24
PROFESSIONALS-QUADRI	3	1	4	100%	2	-	2
EMPLOYEES-IMPIEGATI	162	112	274	-1,1%	162	115	277
WORKERS - OPERAIO	-	1	1	100%	-	-	0
TOTALE	184	121	305		180	123	303

Con riferimento ai contratti a tempo determinato si segnala 2 donne nella categoria “impiegati”.

Tabella 19

Organico permanente per genere e categoria professionale in Italia (ruoli di punto vendita)

	2022				2021		
	Uomini	Donne	Totale	Delta%	Uomini	Donne	Totale
STORE MANAGERS	302	319	621	1,5%	306	306	612
ALTRE MANSIONI	781	4.215	4.996	2,2%	760	4.127	4.887
TOTALE	1.083	4.534	5.617	2,1%	1.066	4.433	5.499

Con riferimento ai contratti a tempo determinato si segnalano 150 uomini e 995 donne nella categoria “altre mansioni”, mentre per la categoria “store manager” si segnalano 40 uomini e 46 donne.

Tabella 20

Organico per genere e categoria professionale negli altri paesi (ruoli di punto vendita)

	2022				2021		
	Uomini	Donne	Totale	Delta%	Uomini	Donne	Totale
STORE MANAGERS	4	14	18	0%	4	14	18
ALTRE MANSIONI	10	97	107	-5,3%	10	103	113
TOTALE	14	111	125		14	117	131

Con riferimento ai contratti a tempo determinato si segnalano 4 uomini e 22 donne nella categoria altre mansioni.

femminile, in lieve aumento rispetto al 2021, e si conferma il dato per gli altri paesi intorno all’80%.

L’incidenza della presenza femminile si conferma prevalente. Presso la sede in Italia rappresenta il 66%, nei negozi in Italia oltre l’80% e nei punti vendita esteri l’88%.

Per quanto riguarda i ruoli “corporate”, a livello manageriale l’incidenza della presenza femminile si riduce al 24% (in aumento rispetto al 20% del 2021) in Italia e al 27% presso le sedi estere. Includendo i ruoli di middle management, la percentuale sale al 38% a livello di Gruppo.

Presso i punti vendita, si evidenzia che oltre il 51% degli Store Manager in Italia è di genere

06 Details

Il numero di persone appartenenti alle categorie protette è pari a 251 di cui 58 uomini e 193 donne.

Tabella 21

Organico permanente in Italia per genere e fascia d'età²⁹

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<24	16	52	68	8	26	34
24-37	474	1.470	1.944	483	1.440	1.923
38-50	443	2.106	2.549	422	2.096	2.518
>50	452	1.488	1.940	448	1.399	1.847
TOTALE	1.385	5.116	6.501	1.361	4.961	6.322

Tabella 22

Organico permanente negli altri paesi per genere e fascia d'età³⁰

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<24	-	8	8	-	8	8
24-37	20	66	86	55	94	149
38-50	162	135	297	127	123	250
>50	16	23	39	12	15	27
TOTALE	198	232	430	194	240	434

La maggior parte del personale di Gruppo si colloca nella fascia di età compresa fra i 38 e i 50 anni. OVS continua a rappresentare un'opportunità occupazionale

per le fasce di età più senior, nonostante abbia un modello di business rivolto tipicamente a personale più giovane.

Tabella 23

Ripartizione organico a tempo indeterminato per Full-Time/Part-Time

TIPOLOGIA CONTRATTUALE	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
FULL-TIME EMPLOYEES	1.534	3.461	4.995	1.508	3.300	4.808
PART-TIME EMPLOYEES	46	1.862	1.908	43	1.860	1.903
TOTALE	1.580	5.323	6.903	1.551	5.160	6.711

Tabella 24

Ripartizione organico a tempo determinato per Full-Time/Part-Time

TIPOLOGIA CONTRATTUALE	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
FULL-TIME EMPLOYEES	184	728	912	208	932	1.140
PART-TIME EMPLOYEES	15	367	382	15	393	408
TOTALE	199	1.095	1.294	223	1.325	1.548

La tipologia di attività nella rete di negozi di OVS richiede un modello operativo flessibile con ampio ricorso al part-time. Infatti, in continuità con lo scorso anno, il 28% del nostro personale lavora a tempo parziale (2.290 persone).

Nel corso del 2022, come per gli anni precedenti, il Gruppo si è avvalso anche di collaboratori a tempo determinato e alla chiusura dell'esercizio (31 gennaio 2023) risultavano in forza 1.294 collaboratori a tempo determinato.

06 Details

Risorse umane - Turnover

Nel 2022 il Gruppo ha assunto 2.797 persone, con un turnover in entrata³¹ pari al 34%, in lieve aumento rispetto al 2021.

Tabella 25

Assunzioni per genere e turnover in entrata

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BANGLADESH	2	-	2	2	-	2
CINA	3	7	10	4	21	25
SPAGNA	5	41	46	5	26	31
FRANCIA	5	6	11	-	-	0
CROAZIA	-	7	7	-	10	10
INDIA	-	-	0	1	2	3
ITALIA	466	2.228	2.694	403	2.205	2.608
PAKISTAN	-	-	0	1	-	1
SERBIA	7	20	27	4	26	30
TURCHIA	-	-	0	-	-	0
TOTALE	488	2.309	2.797	420	2.990	2.710
% SU TOTALE ASSUNZIONI	17%	83%		15%	85%	
TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA	27%	36%	34%	24%	35%	33%

Tabella 26

Assunzioni per fascia d'età e turnover in entrata

FASCIA D'ETÀ	2021									
	<24		24-37		38-50		>50		Totale	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
BANGLADESH	-	-	2	-	-	-	-	-	2	0
CINA	-	-	2	12	2	7	-	2	4	21
SPAGNA	1	-	4	22	-	4	-	-	5	26
FRANCIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
CROAZIA	-	3	-	5	-	2	-	-	0	10
INDIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
ITALIA	76	543	255	1.282	54	285	18	95	403	2.205
PAKISTAN	-	-	-	-	1	-	-	-	1	0
SERBIA	-	2	3	19	1	5	-	-	4	26
TURCHIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
TOTALE	77	548	266	1.341	59	304	18	97	420	2.710
% SU TOTALE DI ASSUNZIONI	3%	20%	10%	49%	2%	11%	1%	4%	15%	85%
TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA	4%	8%	15%	21%	3%	5%	1%	1%	24%	35%

06 Details

2022										
FASCIA D'ETÀ	<24		24-37		38-50		>50		Totale	
	Uomini	Donne								
BANGLADESH	-	-	-	-	-	-	2	-	2	0
CINA	-	1	-	1	3	2	-	3	3	7
SPAGNA	-	4	4	23	1	13	-	1	5	41
FRANCIA	3	1	1	5	1	-	-	-	5	6
CROAZIA	-	2	-	5	-	-	-	-	0	7
INDIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
ITALIA	104	632	282	1.239	73	299	7	58	466	2.228
PAKISTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
SERBIA	-	4	1	-	5	8	1	8	7	20
TURCHIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
TOTALE	107	644	288	1.273	83	322	10	70	488	2.309
% SU TOTALE DI ASSUNZIONI	4%	23%	10%	46%	3%	12%	0,4%	3%	17%	83%
TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA	6%	10%	16%	20%	5%	5%	1%	1%	27%	36%

Nel 2022 il turnover in uscita³² è pari al 35%, in aumento rispetto al 2021, seppur il tasso di turnover sia allineato con il settore di riferimento, il Gruppo ha avviato un processo di miglioramento delle politiche di welfare e di induction con l'obiettivo di aumentare il tasso di retention.

Considerando il turnover in uscita di Gruppo per il personale a tempo indeterminato, il turnover scende all'8% in linea con lo scorso anno.

Tabella 27

Cessazioni per genere e turnover in uscita

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BANGLADESH	3	-	3	4	-	4
CINA	8	3	11	4	30	34
SPAGNA	6	51	57	4	32	36
FRANCIA	-	-	0	-	-	0
CROAZIA	-	12	12	2	28	30
INDIA	-	1	1	-	1	1
ITALIA	466	2.286	2.752	294	1.360	1.654
PAKISTAN	-	-	0	-	-	0
SERBIA	7	16	23	4	24	28
TURCHIA	-	-	0	-	-	0
TOTALE	490	2.369	2.859	312	1.475	1.777
% SU TOTALE ASSUNZIONI	17%	83%		17%	83%	
TASSO DI TURNOVER IN USCITA	28%	37%	35%	18%	23%	22%

Tabella 28

Cessazioni per fascia d'età e turnover in uscita

2021										
FASCIA D'ETÀ	<24		24-37		38-50		>50		Totale	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
BANGLADESH	-	-	2	-	2	-	-	-	4	0
CINA	-	-	2	9	2	15	-	6	4	30
SPAGNA	1	16	3	12	-	4	-	-	4	32
FRANCIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
CROAZIA	2	1	-	27	-	-	-	-	2	28
INDIA	-	-	-	1	-	-	-	-	0	1
ITALIA	40	296	193	790	37	157	24	117	294	1.360
PAKISTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
SERBIA	-	2	4	16	-	6	-	-	4	24
TURCHIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
TOTALE	43	315	204	855	41	182	24	123	312	1.475
% SU TOTALE CESSAZIONI	2%	18%	11%	48%	2%	10%	1%	7%	17%	83%
TASSO DI TURNOVER IN USCITA	2%	5%	11%	13%	2%	3%	1%	2%	18%	23%

2022										
FASCIA D'ETÀ	<24		24-37		38-50		>50		Totale	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
BANGLADESH	-	-	-	-	3	-	-	-	3	0
CINA	-	1	6	-	-	1	2	1	8	3
SPAGNA	1	2	5	33	-	14	-	2	6	51
FRANCIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
CROAZIA	-	2	-	3	-	7	-	-	0	12
INDIA	-	-	-	-	-	1	-	-	0	1
ITALIA	84	567	285	1.270	67	316	30	133	466	2.286
PAKISTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
SERBIA	-	6	6	8	1	-	-	2	7	16
TURCHIA	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
TOTALE	85	578	302	1.314	71	339	32	138	490	2.369
% SU TOTALE CESSAZIONI	3%	20%	11%	46%	2%	12%	1%	5%	17%	83%
TASSO DI TURNOVER IN USCITA	5%	9%	17%	20%	4%	5%	2%	2%	28%	37%

Risorse umane – Congedo parentale

Nel 2022, 166 dipendenti hanno usufruito del congedo parentale. Il rientro in servizio dopo il congedo parentale è pari al 93%, mentre il tasso di retention risulta pari all'86%.

Tabella 29

Rientro al lavoro e retention dopo congedo parentale in Italia³³

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
DIPENDENTI CHE HANNO IL DIRITTO AL CONGEDO PARENTALE (N.RO)	45	180	225	44	189	233
DIPENDENTI CHE HANNO USFRUITO DI CONGEDO PARENTALE (N.RO)	6	160	166	2	159	161
DIPENDENTI CHE SONO TORNATI AL LAVORO DOPO LA FINE DEL CONGEDO PARENTALE (N.RO)	5	150	155	2	145	147
DIPENDENTI CHE SONO TORNATI AL LAVORO DOPO LA FINE DEL CONGEDO PARENTALE E SONO ANCORA IMPIEGATI DOPO 12 MESI DAL LORO RIENTRO (N.RO)	1	126	127	3	149	152
TASSO DI RIENTRO TOTALE (%)	83%	94%	93%	100%	91%	91%
TASSO DI RETENTION TOTALE (%)	50%	87%	86%	75%	86%	85%

Risorse umane – Formazione

OVS considera la formazione una risorsa strategica per la crescita professionale e personale; da sempre il Gruppo crede che lo sviluppo delle competenze sia un elemento fondamentale per un'azienda di successo.

Le aree di formazione coinvolgono l'intero processo produttivo e tutte le aree presenti nel Gruppo. La formazione comprende le cosiddette "competenze trasversali", nonché le capacità di team working e la propensione al cambiamento, essenziali

per operare all'interno di un Gruppo in cui la competitività rappresenta una leva per lo sviluppo.

Le attività sviluppate sono principalmente strutturate in aula, training on the job, project work e social learning. I principali percorsi di sviluppo sono sia inerenti le competenze trasversali all'azienda, come salute e sicurezza, codice etico, soft skills e corsi di lingua, sia specifici per il ruolo ricoperto all'interno dell'azienda, quindi corsi dedicati ai manager o per lo sviluppo professionale.

Tabella 30

Ore di formazione per area geografica

	2022		2021	
	Ore totali di formazione	Ore medie per dipendente	Ore totali per formazione	Ore medie per dipendente
ITALIA	202.159	26	88.573	11,3
CHINA	591	5,8	372	3,6
SPAGNA	920	17,7	752	11,9
FRANCIA	40	3,6	--	-
CROAZIA	-	-	6	0,1
BANGLADESH	285	2,8	240	2,3
INDIA	60	1,2	60	1,2
PAKISTAN	192	16	-	-
TURCHIA	34	4,3	-	-
TOTALE	204.281	24,9	90.003	10,9

Nel corso del 2022, sono stati investiti circa 480.000 euro in formazione. Nel corso dell'anno sono state erogate una media di 24,9 ore di training a dipendente (contro le 10,9 del 2021), per un totale di oltre 204.281 ore di formazione (contro le 90.003 del 2021).

Le ore erogate sono in significativo aumento rispetto al 2021, in quanto sono stati avviati dei programmi che coinvolgono tutti i team di negozio "il cliente al centro dell'omnicanalità" per i brand OVS e UPIM con l'obiettivo di rafforzare le competenze di relazione con il cliente.

Tabella 31Ore medie di formazione per categoria professionale e genere³⁴

	2022					
	Uomini		Donne		Totale	
	Ore	Ore medie	Ore	Ore medie	Ore	Ore medie
MANAGERS-DIRIGENTI	1.737	23	320	13	2.057	20
PROFESSIONALS-QUADRI	1.730	16	2.484	29	4.214	22
EMPLOYEES-IMPIEGATI	2.042	7	6.087	10	8.129	9
STORE MANAGERS	18.725	61	23.486	71	42.211	66
ALTRE MANSIONI	15.953	20	131.718	31	147.671	29
TOTALE	40.186		164.095		204.281	

Il Gruppo dà molta importanza alla formazione secondo il modello training-on-the-job soprattutto presso i punti vendita, dove è presente una netta prevalenza di organico femminile. Tale tipologia di formazione è esclusa dai dati riportati nella tabella precedente, in coerenza con lo standard GRI.

Anche in alcune delle sedi estere, nel corso del 2022, è stata erogata unicamente formazione on-the-job.

Tabella 32

Ore di formazione per tipologia

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
MANGIERIAL TRAINING	5.174	7.240	12.414	9.062	8.512	17.574
PROFESSIONAL TRAINING	22.480	112.170	144.650	7.563	10.972	18.535
LINGUISTIC TRAINING	60	780	840	531	700	1.231
TRAINING ON CODE OF ETHICS (231 ORGANIZATIONAL MODEL, ETC)	331	1.410	1.741	486	1.933	2.419
HEALTH AND SAFETY TRAINING	5.706	20.002	25.708	4.755	18.591	23.346
OPERATION	4.766	9.270	14.036	7.044	12.417	19.461
SOFT SKILLS	1.669	3.224	4.893	2.263	5.174	7.437
TOTALE	40.186	164.096	204.281	31.704	58.299	90.003

Tabella 33

Numero di dipendenti formati per genere e categoria professionale

	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
MANAGER-DIRIGENTI	67	31	98	69	21	90
PROFESSIONALS-QUADRI	92	91	183	86	88	174
EMPLOYEES-IMPIEGATI	316	774	1.090	252	622	874
STORE MANAGERS	377	416	793	315	399	714
ALTRE MANSIONI	727	4.911	5.638	595	2.920	3.515
TOTALE	1.579	6.223	7.802	1.317	4.050	5.367
% SULL'ORGANICO COMPLESSIVO	89%	97%	95%	74%	62%	65%

Risorse umane – Retribuzione³⁵

Nel corso del tempo grande attenzione è stata prestata all'essere un equal opportunity employer, non solo nelle assunzioni, ma anche nel periodico processo di revisione salariale.

Ogni anno il processo di definizione dei piani di retribuzione considera diverse variabili come: i risultati individuali, i percorsi individuali e il benchmark con altre realtà attraverso studi di mercato. Questo processo include, tra l'altro, la definizione di piani di retribuzione variabile principalmente per ruoli manageriali di sede e vendita legati ai risultati individuali o di team e con una soglia di accesso collegata ai risultati complessivi dell'azienda.

La valutazione delle performance di sostenibilità riguarda in primis l'Amministratore Delegato infatti dal

2020 la sua componente variabile annuale è legata, oltre agli obiettivi economici, finanziari e operativi, anche a obiettivi strategici non finanziari. Questi ultimi hanno un peso complessivo del 30% e includono l'avvio di altre iniziative volte a creare le premesse per altri canali di creazione di valore tra cui: l'aumento del traffico e del conversion rate nei punti vendita, il miglioramento del profilo di sostenibilità dell'azienda, percepito dai consumatori finali e misurato su criteri stabiliti dalle agenzie di rating, e la continuità della crescita organica e inorganica del Gruppo.

Si rimanda alla Relazione sulla Remunerazione per il dettaglio del pay mix dell'Amministratore Delegato e dei compensi lordi dettagliati sulla base degli incarichi degli altri membri del CdA.

Dal 2021, è stato inserito uno specifico indicatore per un target di sostenibilità che determina il 20% della retribuzione variabile di specifiche figure manageriali (logistica, import, direttori prodotto e PM) legate allo sviluppo del prodotto.

A complemento del trattamento retributivo, a tutti i collaboratori di OVS è offerto un fondo pensionistico integrativo a libera adesione e un programma di assistenza sanitaria garantito a tutti

i dipendenti indipendentemente dalla formula contrattuale (tempo determinato/ indeterminato e part time / full time). A tutti i collaboratori sono offerte diverse convenzioni con palestre, centri fitness e opportunità di shopping rese disponibili attraverso un portale web dedicato.

Nell'articolare la politica retributiva OVS garantisce che il salario minimo di ingresso sia pari per uomini e per donne nel pieno rispetto delle pari opportunità.

Tabella 34

Confronto salario minimo di ingresso tra donne e uomini

	2022		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
SALARIO STANDARD DEI NEOASSUNTI (EURO)	21.198	21.198	21.198	21.198
SALARIO MINIMO IN ITALIA (EURO)	21.198	21.198	21.198	21.198
RAPPORTO TRA SALARIO STANDARD MINIMO PER GENERE RISPETTO AL SALARIO MINIMO IN ITALIA	1	1	1	1

Per garantire una migliore confrontabilità delle retribuzioni medie per genere a parità di ruolo, i ruoli utilizzati nelle tabelle precedenti sono stati parzialmente riclassificati in modo da considerare alcune peculiarità della struttura manageriale aziendale.

Dalla lettura della tabella sotto riportata, il gap salariale legato al genere a livello manageriale (Dirigenti e Middle management) è non significativo. Pertanto il gap salariale è in continuità con il 2021 e non evidenzia situazioni di particolare criticità, ma suggerisce un sostanziale equilibrio retributivo tra generi.

Tabella 35

Gender pay-gap su RAL media per categoria professionale e genere Italia (ruoli di sede)

	2022	2021
DIRIGENTI NON EXECUTIVE	1	1
MIDDLE MANAGEMENT	1	1
SPECIALIST	0,9	0,9
STORE MANAGER	0,9	0,9
ALTRI RUOLI DI NEGOZIO	1	1

La categoria “Executive” è stata oggetto di nuovi inserimenti di figure con un pacchetto retributivo inferiore rispetto alle figure già in carica per via di una minore seniority. Essendo un raggruppamento di un numero limitato di persone il dato è poco rappresentativo. Per completezza, comunque, il rapporto retributivo di tale categoria rilevato nel 2022 è pari a 0,8.

La categoria “Specialist” include una grande varietà di ruoli, specializzazioni e anzianità aziendali. Pertanto l’analisi del gender pay-gap è influenzata da una non omogenea distribuzione dei generi e delle retribuzioni tra le molteplici funzioni aziendali.

Dettagliando l’analisi per categorie contrattuali e funzioni aziendali omogenee, il rapporto salariale tra donna e uomo della categoria “Specialist” è pari a 1.

Come già evidenziato nel 2021, per quanto riguarda il ruolo di Store Manager, esiste ancora un gender pay-gap aggregato del 10% che risente di un’impostazione retributiva piuttosto datata. Infatti, negli ultimi 10 anni il gap si è ridotto fino ad annullarsi per anzianità inferiori a 5 anni. Rimane un gender pay-gap significativo per le anzianità superiori ai 10 anni dovuto a situazioni legate al contesto di mercato in cui OVS ha operato.

Tabella 36

Gender pay-gap su RAL media per anzianità di servizio e genere (Store Manager Italia)

ANZIANITÀ DI SERVIZIO (IN ANNI)	2022	2021
<5	1	1
5-10	0,9	0,9
10+	0,8	0,8

Risorse umane – Salute e sicurezza³⁶

OVS ha istituito un Servizio di Prevenzione e Protezione, come previsto dalla legge, e ai sensi dell’articolo 17, lettera b, comma 4 del T.U.S., ha nominato un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) esterno, in possesso dei requisiti di professionalità, esperienza e formazione previsti. Le competenze e attribuzioni specifiche del RSPP, designato dal datore di lavoro a cui risponde e del cui servizio il Datore di Lavoro si avvale, consistono nel coordinamento del Servizio di Prevenzione e Protezione dai rischi, i cui compiti in particolare si estrinsecano:

- nell’individuare i fattori di rischio, valutare i rischi e identificare le misure per la sicurezza e la salubrità degli ambienti di lavoro, nel rispetto della normativa vigente, sulla base della specifica conoscenza dell’organizzazione aziendale;
- nell’elaborare, per quanto di competenza, le misure preventive e protettive conseguenti alla valutazione dei rischi (DVR) e i sistemi di controllo di tali misure;
- nell’elaborare le procedure di sicurezza per le varie attività aziendali;
- nel proporre i programmi di formazione e informazione dei lavoratori;
- nel partecipare alle consultazioni in materia di tutela della salute e sicurezza del lavoro, nonché alle riunioni periodiche annuali sulla sicurezza;
- nel fornire ai lavoratori le seguenti informazioni:
 - rischi per la salute e sicurezza sul lavoro connessi all’attività dell’impresa in generale;
 - procedure di primo soccorso, lotta antincendio ed evacuazione;
 - nominativi dei lavoratori addetti al primo soccorso e prevenzione incendi e del medico competente.



Le modalità di gestione di seguito rappresentate sono oggetto di indicazioni specifiche anche per le società controllate che le implementano tenendo conto delle peculiarità normative locali.

Sistema Di Gestione Della Sicurezza Sul Lavoro

Si precisa in particolare che, in linea con quanto previsto dal T.U. della Sicurezza (D.Lgs. 81/2008), il Servizio di Prevenzione e Protezione dai rischi (per tale intendendosi l'insieme delle persone, sistemi e mezzi, esterni o interni all'azienda, finalizzati all'attività di prevenzione e protezione dai rischi professionali per i lavoratori) ha provveduto, migliorandone nel tempo l'efficacia, a implementare un Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro che prevede, oltre all'adempimento delle disposizioni normative vigenti, lo svolgimento di una serie di attività, riunioni di coordinamento e verifiche atte a garantire un periodico monitoraggio dello stato della sicurezza dei lavoratori all'interno dell'ambiente di lavoro. In linea con quanto previsto dal D.Lgs. 81/2008, OVS ha seguito le Linee Guida UNI INAIL per la predisposizione delle procedure del proprio Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro.

Valutazione dei rischi e individuazione delle misure per la protezione della salute e per la sicurezza

I datori di lavoro, in collaborazione con il responsabile del servizio di prevenzione e protezione ("RSPP") e con il medico competente, previa consultazione del rappresentante per la sicurezza (ove presente), effettuano la valutazione dei rischi ed elaborano i Documenti di Valutazione dei Rischi (di seguito anche "DVR") in conformità alle disposizioni di legge vigenti e alla politica aziendale per la sicurezza.

Tali documenti sono elaborati sia per la sede della Società che per ciascun Punto Vendita (o eventuale deposito) ed è conservato rispettivamente presso la sede o il Punto Vendita (o deposito) interessato. Il documento contiene: una relazione sulla valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute durante il lavoro, l'individuazione delle misure di prevenzione e di protezione adottate sulla base della valutazione effettuata e dei dispositivi di protezione individuale utilizzati, il programma delle misure ritenute opportune per garantire il miglioramento nel tempo dei livelli di sicurezza, l'individuazione delle procedure per l'attuazione delle misure da realizzare nonché dei ruoli dell'organizzazione aziendale che vi debbono provvedere, l'indicazione del nominativo del responsabile del servizio di prevenzione e protezione, del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza o di quello territoriale e del medico competente che ha partecipato alla valutazione del rischio, e infine l'individuazione delle mansioni che eventualmente espongono i lavoratori a rischi specifici che richiedono una riconosciuta capacità professionale, specifica esperienza, adeguata formazione e addestramento. I Documenti di Valutazione dei Rischi sono aggiornati in occasione di ogni variazione sostanziale dell'attività lavorativa.

Attività di gestione delle emergenze e primo soccorso

In considerazione del fatto che OVS svolge attività con basso rischio di innesco e con scarsa presenza di attività manuali, sono state adottate procedure per la gestione delle emergenze volte principalmente ad una attività di prevenzione, a una pronta richiesta di intervento agli organi preposti (ad esempio VV.FF., ecc.), a una definizione dei compiti e delle responsabilità nella gestione delle medesime, nonché a un rapido sfollamento dei locali in caso di necessità. Le emergenze per le quali sono state realizzate le procedure

sono: mancanza di energia elettrica, principio di incendio, allarme da impianto rilevatori di fumo, allarme da impianto di spegnimento automatico di incendio (sprinkler), scossa tellurica, mancato funzionamento dell'impianto di condizionamento (ventilazione).

Annualmente il Dirigente Responsabile dei Servizi Tecnici verifica lo stato di attuazione delle procedure e trasmette all'OdV una relazione sui controlli effettuati. All'interno della sede e dei Punti Vendita la Società assicura che sia posizionata la segnaletica di sicurezza antincendio delle uscite di sicurezza, degli estintori e degli idranti. Inoltre, sono stati installati degli impianti di diffusione sonora per poter emettere messaggi volti all'eventuale evacuazione dell'unità e, infine all'interno di ogni unità è presente il pacchetto di medicazione per i casi di pronto soccorso.

Riunioni periodiche di sicurezza

Annualmente si svolge la riunione periodica per la sicurezza cui partecipano: i Datori di Lavoro, il RSPP, il medico competente, il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (ove presente) ed è invitato a partecipare anche l'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/01 che, comunque, viene relazionato. Nel corso di tale riunione la Società verifica l'attualità del documento di valutazione dei rischi, l'andamento degli infortuni, i programmi di formazione e informazione e gli eventuali interventi da attuare in materia di sicurezza.

Attività di sorveglianza sanitaria

La sorveglianza sanitaria è effettuata da un medico competente. Per ogni lavoratore sottoposto a sorveglianza sanitaria, il medico competente tiene sotto la propria responsabilità una cartella sanitaria nella quale sono riportati gli esiti dei controlli effettuati

e allegati gli esiti degli accertamenti sanitari svolti. Il medico effettua le visite mediche prima dell'ammissione al lavoro al fine di constatare l'assenza di controindicazioni alla mansione cui il lavoratore è destinato e valutarne l'idoneità alla mansione specifica.

Le visite mediche, a cura e spese della Società, comprendono gli esami clinici e biologici e indagini diagnostiche mirate al rischio e ritenute necessarie dal medico competente. Il medico competente deve visitare almeno due volte all'anno, congiuntamente al Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione dai rischi, gli ambienti di lavoro.

Attività di formazione e informazione

In base al sistema di prevenzione e protezione adottato dalla Società e ai sensi di quanto previsto dagli articoli 36 e 37 T.U.S. la Società svolge adeguata attività di formazione e informazione, così come indicato nelle tabelle riportate precedentemente. Le attività di formazione e informazione danno particolare riguardo a: (i) l'importanza della conformità delle azioni dei Destinatari rispetto alla politica di sicurezza aziendale; (ii) le conseguenze di comportamenti e attività da porre in essere; (iii) le conseguenze in caso di scostamento dalle prescrizioni in materia di sicurezza. Le attività di formazione fanno capo alla Direzione Risorse Umane e Organizzazione, in collaborazione con l'RSPP e la Direzione Vendite.

L'attuazione della formazione è demandata ai Direttori a livello di Punto Vendita, con eccezione dei corsi per la Squadra di sicurezza, coordinati dai Servizi Tecnici e svolti anche per il tramite di consulenti esterni. A livello di Sede la formazione è svolta al momento dell'assunzione e curata dalla Direzione Risorse Umane e Organizzazione. Oltre all'attività di formazione specifica sui temi legati alla salute e sicurezza sul lavoro, OVS

mette a disposizione dei programmi formativi integrativi, ad adesione volontaria, per i propri dipendenti. Tali programmi coprono la formazione in materia di pronto intervento, stile di vita salubre, alimentazione sana, riduzione della dipendenza da tabacco, e altri temi aggiornati annualmente. Inoltre, presso la sede, è attivo un servizio di ambulatorio medico gratuito a disposizione del personale.

Attività di coordinamento e controllo in caso di affidamento dei lavori a terzi

In ottemperanza a quanto previsto dal D.Lgs. 81/2008, in caso di affidamento dei lavori all'interno dell'azienda, ovvero dell'unità produttiva, a imprese appaltatrici o a lavoratori autonomi, gli addetti ai Servizi Tecnici, anche consultando la Direzione Legale e Societario sono tenuti a:

- verificare, anche attraverso l'iscrizione alla camera di commercio, industria e artigianato, l'idoneità tecnico-professionale delle imprese appaltatrici o dei lavoratori autonomi in relazione ai lavori da affidare in appalto o contratto d'opera;
- fornire agli stessi soggetti dettagliate informazioni sui rischi specifici esistenti nell'ambiente in cui sono destinati a operare e sulle misure di prevenzione e di emergenza adottate in relazione alla propria attività;
- cooperare all'attuazione delle misure di prevenzione e protezione dai rischi di incidenti nell'attività lavorativa oggetto dell'appalto;
- coordinare gli interventi di protezione e prevenzione dai rischi cui sono esposti i lavoratori, informandosi reciprocamente anche al fine di eliminare rischi dovuti alle interferenze tra i lavori delle diverse imprese coinvolte nell'esecuzione dell'opera complessiva.
- Il Documento di Valutazione del Rischio (DVR) integrato è allegato a tutti i contratti di appalto o alla documentazione attuativa degli stessi. Il personale dell'impresa

appaltatrice deve essere munito di apposita tessera di riconoscimento con fotografia, generalità del lavoratore e indicazione del datore di lavoro. I lavoratori sono tenuti a esporre detta tessera di riconoscimento.

Nel corso dell'esercizio, gli infortuni sul lavoro sono stati 82 (+17% rispetto al 2021), di cui nessun infortunio grave e nessun incidente sul lavoro mortale. Si segnala, inoltre, che per quanto riguarda OVS non sono stati rilevati riconoscimenti di malattie professionali.



Tabella 37

Indice infortuni dipendenti Italia³⁷

	2022	2021
TOTALE ORE LAVORATE	11.131.090	13.446.560
N.RO DI INFORTUNI ACCORSI AI DIPENDENTI (> 1GG DI ASSENZA)	82	70
DI CUI INFORTUNI GRAVI	0	1
INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI (N.RO DI INFORTUNI X 1.000.000/N.RO ORE LAVORATE)	7,4	5,2
INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI GRAVI	0	0,1

Nel corso del 2022 si sono registrati 27 infortuni non gravi a fronte di 838.210 ore lavorate dai collaboratori esterni operanti nel deposito di Pontenure, in calo rispetto ai 34 che si sono verificati nel 2021.

*Risorse umane – Valutazione delle performance*³⁸
Per favorire lo sviluppo dei collaboratori è stato implementato un sistema strutturato di Performance Management finalizzato a valutare periodicamente la prestazione

lavorativa attraverso momenti formali di confronto con i propri responsabili per analizzare il grado di raggiungimento degli obiettivi attesi e il percorso di crescita di carriera. In generale, il performance Management di OVS prevede degli incontri periodici formali con il manager, delle valutazioni individuali o di gruppo e delle osservazioni sul campo da parte dei capi diretti o dal personale della funzione risorse umane.

Tabella 38

Numero di persone in sede che ricevono valutazione delle performance

	2022		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
MANAGERS-DIRIGENTI	57	18	65	19
PROFESSIONALS-QUADRI	98	83	91	77
EMPLOYEES-IMPIEGATO	134	497	266	574
TOTALE	289	598	422	670

Tabella 39

Numero di persone nei punti vendita che ricevono valutazione delle performance

	2022		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
STORE MANAGERS	334	487	318	321
ALTRI RUOLI	47	87	-	-
TOTALE	381	574	318	321

Revisione Baseline 2019

In riferimento alle emissioni Scope 1 e Scope 2, come evidenziato nella DNF 2021, si è reso necessario rivedere il calcolo per integrare alcuni interventi metodologici e correttivi, in relazione alla Carbon Footprint della società capogruppo.

OVS ha sempre considerato le emissioni Scope 1 e 2 derivanti dagli edifici posti sotto il proprio controllo operativo, anche nel caso in cui non fosse intestataria dei contratti relativi alla fornitura di energia, ivi includendo quindi il centro distributivo e alcuni negozi.

Tuttavia, pur essendo un approccio prudente, alla luce di una più corretta applicazione degli standard di rendicontazione, risulta difficilmente sostenibile la scelta di includere alcuni immobili nel proprio controllo operativo se non esiste in capo a OVS la possibilità di decidere l'origine dell'energia fornita. Le emissioni riferite a tali tipologie di immobili trovano una più corretta destinazione nella categoria 8 Upstream Leased Assets dello Scope 3.

Nell'anno baseline 2019, i consumi elettrici diretti di OVS ammontavano a 162.911 Mwh

derivanti da contratti di fornitura. Inoltre OVS si è attribuita consumi stimati pari a 19.710 Mwh riferiti a negozi e al deposito per i quali non è titolare del rapporto contrattuale di fornitura di energia. Escludendo questi ultimi consumi, pertanto, la massima emissione possibile di certificati a copertura di energia elettrica inclusa nello Scope 2 risulta pari a 162.911 Mwh. Tuttavia, i fornitori di energia hanno annullato certificati di Garanzia di Origine per 166.846 Mwh, attribuendo a OVS un'eccedenza di 3.935 Mwh di energia elettrica a zero emissioni che avrebbe dovuto concorrere a determinare le emissioni Scope 3 perché non riferita a consumi generati direttamente.

Le emissioni Scope 2 del 2019 ammontavano a 8.009 tCO₂e di cui 7.352 tCO₂e da consumi di energia elettrica non rinnovabile, 2 tCO₂e da energia elettrica da biomassa e 655 tCO₂e da teleriscaldamento.

Alla luce di quanto sopra, le emissioni dell'anno baseline 2019 vengono rideterminate come segue:

- Scope 1: 11.489 tCO₂e (rispetto a 11.780. Riduzione dovuta a 291 tCO₂e riferite a utenze per la fornitura di gas naturale non intestate a OVS);

- Scope 2: 658 tCO₂e (rispetto alle 8.009 Ridotte della quota parte dei negozi e del deposito con contratti di fornitura di energia elettrica non intestati a OVS e considerando solo i Certificati di Garanzia di Origine imputabili a consumi diretti).

Analogamente al 2019, sono state riviste le emissioni Scope 1 e Scope 2 degli anni 2020 e 2021, oltre all'anno di rendicontazione.

Ambiente – Consumi energetici ed emissioni

Il consumo energetico complessivo del Gruppo OVS, determinato dal consumo di energia elettrica e di combustibili fossili, ammonta a 680.188 GJ. Va evidenziato che tale valore deriva da consumi diretti³⁹ per 608.476 GJ di cui 517.342 GJ provenienti da fonti rinnovabili (85%) in particolare da energia elettrica certificata. L'energia rinnovabile è al momento acquistata solo in Italia, ma il Gruppo sta valutando di

estenderlo anche alle sedi e agli store esteri. Pur se considerevole, il consumo energetico di OVS è tuttavia limitato se confrontato con il consumo generato dalla propria supply chain. Sulla base della rielaborazione basata su Higg Analytics, nella supply chain di OVS viene consumata energia pari a 26.000.000 GJ dei quali circa 1.000.000 GJ dedicata alla produzione dei capi. Il Bangladesh rappresenta l'area a maggior consumo elettrico, data anche la maggior quantità produttiva allocata e richiede circa 635.000 GJ. È da evidenziare come il consumo energetico per mq si sia ridotto del 5% per i negozi che sono la principale fonte dei consumi, grazie a programmi di energy saving che hanno visto coinvolto principalmente il personale di negozio.

Nelle seguenti tabelle viene riportato il consumo elettrico generato direttamente da OVS.

Tabella 40

Consumo energetico aggregato in Italia (GJ)⁴⁰

	2022					2021				
	Consumi diretti		Consumi indiretti		Totale	Consumi diretti		Consumi indiretti		Totale
	Sede	Punti vendita	Punti vendita	Deposito		Sede	Punti vendita ⁴¹	Punti vendita	Deposito	
ENERGIA ELETTRICA	10.556	513.683	49.951	19.500	593.691	10.684	509.420	45.994	19.529	585.617
COMBUSTIBILI FOSSILI	2.296	47.191	211	2.050	51.747	2.671	55.392	173	5.198	63.434
TELERISCALDAMENTO	-	14.362	-	-	14.362	-	10.996	-	-	10.996
TOTALE	12.852	575.235	50.162	21.550	659.800	13.356	575.798	46.167	24.727	660.047
ENERGIA/PERSONALE (GJ/HC)	14		91	-	84,95	16		90	-	84,35
ENERGIA/MQ (GJ/MQ)	0,61		0,84	0,19	0,76	0,64		0,88	0,22	0,78

Tabella 41Consumo energetico aggregato negli altri paesi (GJ)⁴²

	2022			2021		
	Sedi	Punti vendita	Totale	Sedi	Punti vendita	Totale
ENERGIA ELETTRICA	1.376	5.297	6.673	1.147	6.183	7.330
COMBUSTIBILI FOSSILI	664	212	876	709	252	961
TELERISCALDAMENTO	-	-	0	-	-	0
TOTALE	2.039	5.509	7.548	1.857	6.435	8.291
ENERGIA/PERSONALE (GJ/HC)	7	36	16	6	48	19
ENERGIA/MQ (GJ/MQ)	0,37	0,81	0,61	0,37	0,72	0,59

Per quanto riguarda il consumo di elettricità, si evidenzia che gran parte dei negozi è dotato di sistemi automatici per monitorare i consumi relativi a illuminazione e impianti di climatizzazione. L'attività di costante monitoraggio dei dati relativi ai singoli punti vendita prevede l'invio di segnalazioni riguardanti anomalie alla Direzione Servizi Tecnici che può intervenire di conseguenza.

Nel 2022 OVS ha prodotto 4.475 GJ di elettricità da pannelli fotovoltaici⁴³, in linea con quanto prodotto nel 2021. Si prevede che la produzione di energia rinnovabile subisca un notevole incremento nei prossimi anni, dato il programma di installazione di parchi fotovoltaici.

Dal 2017 il fabbisogno di energia elettrica acquistata direttamente da OVS in Italia viene per policy aziendale coperto da energia verde certificata.

Il valore totale di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili è pari a 517.342 GJ su 524.239 GJ (pari al 98%) di consumo complessivo.

La differenza tra l'energia elettrica totale e quella certificata da fonti rinnovabili è prevalentemente riferita a consumi di elettricità avvenuti in fase di subentro in contratti di approvvigionamento per i quali non è stata ancora attivata l'opzione di copertura con Garanzia di Origine.

OVS prosegue il suo percorso nell'eliminazione di combustibili fossili consumati direttamente con una riduzione del 17% (62.520 GJ nel 2022 vs 75.768 nel 2021).

Tabella 42

Consumi di combustibile fossile in Italia (smc per Metano, Lt per Gasolio, Benzina e GPL)

	2022					2021				
	Consumi diretti		Consumi indiretti			Consumi diretti		Consumi indiretti		
	Sede	Punti vendita	Punti vendita	Deposito	Totale	Sede	Punti vendita	Punti vendita	Deposito	Totale
GAS NATURALE	67.762	842.447	5.870	57.112	968.191	77.897	992.014	5.046	151.585	1.226.542
GASOLIO PER RISCALDAMENTO	1.200	465.654	-	-	466.854	-	586.864	-	-	586.864
GPL	-	8.800	-	-	8.800	-	9.200	-	-	9.200
BENZINA PER AUTOTRAZIONE	28.482	-	-	-	28.482	20.699	-	-	-	20.699
GASOLIO PER AUTOTRAZIONE	337.047	-	-	-	337.047	474.445	-	-	-	474.445

La significativa variazione dei consumi di gas naturale rilevata per il deposito è dovuta ad un conguaglio avvenuto nel 2021.

I consumi di combustibili fossili per autotrazione sono calcolati allocando l'80% dei consumi delle auto aziendali assegnate ad uso personale a dipendenti della società e il 100% degli altri consumi legati a rifornimenti effettuati in trasferte di lavoro o per auto di servizio.

Nel 2022 le emissioni Scope 1 di OVS in Italia sono pari a 8.050 tCO₂e⁴⁴ in riduzione del 22% rispetto al 2021 e del 29% rispetto alla baseline del 2019.

Tale variazione è frutto delle azioni sviluppate nella strategia di decarbonizzazione, grazie alla sostituzione di alcune caldaie a gasolio con sistemi a pompa di calore, un miglioramento del parco auto che ha registrato una riduzione dei consumi per km del 3% e un programma di manutenzione preventiva per ridurre le emissioni fuggitive di gas HFC.

Tabella 43
Emissioni Scope 1 in Italia (tCO₂e)

		2022	2021 ⁴⁵
COMBUSTIONE STAZIONARIA	Gas naturale	1.825	2.163
	Gasolio per riscaldamento	1.288	1.619
	GPL	14	14
COMBUSTIONE MOBILE	Benzina per autotrazione	62	45
	Gasolio per autotrazione	862	1.192
EMISSIONI FUGGITIVE	Gas refrigerati	4.000	5.258
TOTALE		8.050	10.291

Le emissioni Scope 1 per il perimetro estero sono pari a 68 tCO₂e imputabili prevalentemente al consumo di gasolio per riscaldamento (rispetto a 70 tCO₂e del 2021).

Per quanto riguarda le emissioni Scope 2, in Italia registriamo una riduzione assoluta del 26%.

Tabella 44
Emissioni Scope 2 (tCO₂e) – Market based in Italia⁴⁶

	2022	2021
ENERGIA ELETTRICA RINNOVABILE NON A ZERO EMISSIONI	293	293
ENERGIA ELETTRICA NON RINNOVABILE	839	1.628
TELERISCALDAMENTO	681	521
TOTALE	1.812	2.443

Tabella 45
Emissioni Scope 2 (tCO₂e) – Market based negli altri paesi⁴⁷

	2022	2021
ENERGIA ELETTRICA NON RINNOVABILE	764	645

Le emissioni di Scope 2 location – based ammontano nel 2022 a 39.022 tCO₂e in Italia e a 621 tCO₂e all'estero. Grazie all'acquisto di energia rinnovabile certificata da parte di OVS sono state quindi evitate emissioni in atmosfera pari a 37.066 tCO₂.

OVS analizza periodicamente le emissioni Scope 3, per conoscere meglio gli impatti che induce nella propria value-chain e definire le più efficaci strategie di riduzione della carbon footprint complessiva.

Tabella 46
Emissioni Scope 3 (tCO₂e)

CATEGORIA	DESCRIZIONE	2022	2021
1. ACQUISTO DI BENI E SERVIZI	Materie prime, lavorazioni, packaging, materiali accessori di punto vendita	300.992	328.760
2. BENI STRUMENTALI	Incremento Immobilizzazioni materiali	55.304	53.558
3. ATTIVITÀ LEGATE AI COMBUSTIBILI E ALL'ENERGIA	Emissioni da ciclo di vita dell'energia	9.667	6.133
4. TRASPORTI A MONTE E A VALLE	Trasporti inbound e outbound	15.095	22.281
5. RIFIUTI GENERATI NELLE OPERATIONS	Smaltimento rifiuti di punto vendita, sede e depositi	9.204	8.752
8. BENI IN LEASING/AFFITTO	Consumi energetici da contratti non intestati a OVS	6.347	5.874
12. TRATTAMENTO DI FINE VITA DEI PRODOTTI VENDUTI	Smaltimento prodotti a fine vita da parte del consumatore	17.727	17.553
13. BENI CONCESSI IN LEASING/AFFITTO	Consumi energetici da contratti non intestati a OVS	2.057	2.293
14. FRANCHISES	Emissioni legate al consumo energetico dei negozio affiliati	9.843	8.190
TOTALE		426.237	453.394

Come annunciato nella rendicontazione dello scorso anno, sono state aggiunte le emissioni delle categorie “8 Upstream leased assets” che precedentemente erano allocate a Scope 1 e 2, sulla base di quanto descritto alla sezione “Revisione Baseline 2019”.

Le categorie “6 Business Travel” e “7 Employee commuting” sono non significative rappresentando meno del 1% delle emissioni complessive. Le categorie “9 Downstream transportation and distribution”, “10 Processing of sold products”, “13 Downstream leased assets” e “15 Investments” sono non applicabili. La categoria “11 Use of sold products” è esclusa in quanto opzionale per il settore abbigliamento, poiché non vi sono emissioni dirette imputabili all’uso del prodotto ma solo indirettamente attraverso la cura del capo.

Le emissioni complessive di Scope 3 sono state ridotte del 6% rispetto all’anno precedente.

OVS ha definito dei target di riduzione delle emissioni Scope 3 sulle categorie particolarmente rilevanti e dove vi sono significativi margini di intervento.

Come si evince dalla tabella seguente, grazie a un portafoglio di materie prime migliorato con una maggior selezione di materiali a ridotto impatto e alla riduzione dell’incidenza delle spedizioni via aerea, le emissioni Scope 3 si sono ridotte del 11% rispetto al 2019, sostanzialmente in linea con il target del 12,6% definito dagli obiettivi approvati da SBTi. Considerando la riduzione per kg di prodotto, la riduzione è pari al 12%

La significativa riduzione delle emissioni da trasporto deriva dalla quasi completa eliminazione dei trasporti via aerea. La minima variazione in aumento rispetto al 2021 delle emissioni riferita a Beni e Servizi acquistati va letta alla luce del fatto che nel 2022, sono stati anticipati alcuni acquisti di prodotto finito rispetto alla curva normale di approvvigionamento tipicamente adottata.

Tabella 47

Emissioni Scope 3 oggetto del piano di riduzione (tCO₂e)

	2022	2021	BASELINE 2019
1. BENI E SERVIZI ACQUISTATI⁴⁸	251.210	244.767	268.678
4. TRASPORTO E DISTRIBUZIONE UPSTREAM⁴⁹	15.095	22.281	29.284
TOTALE	266.305	267.048	297.962
VARIAZIONE VS ANNO PRECEDENTE	-0,3%		
VARIAZIONE VS BASELINE	-11%		

L’approccio di OVS alla Carbon Neutrality
OVS si impegna a implementare le raccomandazioni della Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), pubblicando all’interno del presente documento e delle future rendicontazioni, le azioni e lo stato di avanzamento in relazione alle 4 aree del framework: Governance, Strategia, Risk Assessment e Metriche & Target.

Governance: come evidenziato nell’analisi di materialità, la Lotta al cambiamento climatico e la gestione dell’impronta ambientale del Gruppo è stata valutata, sia internamente sia dagli stakeholder coinvolti, come una delle principali priorità di OVS. In linea con questi risultati, è stata adottata una Environmental and Local Community Policy, in cui si esplicita l’impegno nel rendere consapevole ogni persona che lavora con OVS, a qualsiasi titolo, dell’impatto delle sue attività sul clima e nel coinvolgerla nelle attività di riduzione del suo contributo al cambiamento climatico. Come tutte le tematiche in ambito di sostenibilità, le decisioni e le azioni da intraprendere in relazione al cambiamento climatico vengono supervisionate e approvate dal Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (si veda paragrafo “Governo della sostenibilità”), e vengono formalizzate all’interno di un Piano di sostenibilità, aggiornato nel 2021;

Strategia: nel corso del 2020 è stata definita e approvata la nuova strategia di sostenibilità del Gruppo, grazie anche all’utilizzo di strumenti ad hoc, quali il B Impact Assessment e l’SDG Action Manager, per cui si rimanda al paragrafo “Strategia di sostenibilità”. L’impegno del Gruppo nella lotta al cambiamento climatico risulta formalizzato in particolare all’interno dei due pilastri “Prodotti e Supply chain” e “Negozii sostenibili”, considerate le aree di maggior

impatto ambientale per OVS e per cui sono stati identificati e definiti specifici obiettivi di miglioramento, sia qualitativi sia quantitativi;

Risk Assessment: nel 2020, OVS ha avviato il processo di valutazione dei rischi secondo le raccomandazioni del TCFD, analizzando quindi i rischi fisici e i rischi di transizione derivanti dai fenomeni del climate change in relazione al settore fashion e alle caratteristiche del business. I risultati di tale processo, che si intende perfezionare negli anni a venire, sono integrate nella descrittiva delle modalità di gestione dei rischi non finanziari;

Metriche & Target: a ottobre 2021, sono stati definiti degli obiettivi di riduzione al 2030 delle emissioni, approvati da Science Based Targets Initiative. Le emissioni oggetto di riduzione sono riferite a Scope 1&2 e Scope 3 limitatamente alle categorie “Beni e Servizi acquistati” e “Trasporti e distribuzione upstream”, tenendo come anno di riferimento il 2019, che viene considerato l’anno base dell’inventario e per i futuri monitoraggi delle emissioni.

Ambiente – Consumi idrici

L’utilizzo diretto dell’acqua da parte di OVS è molto contenuto, non gestendo direttamente l’attività produttiva. Tuttavia è stato avviato un programma di sensibilizzazione del personale che prevede materiale di comunicazione specificamente disegnato e collocato nelle aree in cui si consuma la maggior parte dell’acqua (aree snack, bagni).

Inoltre, è stato avviato un programma di sensibilizzazione sull’uso consapevole della risorsa idrica, dedicato agli store manager, avente ad oggetto un piano di riduzione dell’acqua del 10%.

Con riferimento all'attività produttiva, OVS è da sempre impegnata nella riduzione degli impatti associati ai propri prodotti, attraverso la ricerca di materiali e processi produttivi virtuosi che permettano un minor utilizzo di risorse naturali, in particolare di acqua. Infatti, tra le principali categorie di rischio legate allo sviluppo del prodotto figura il consumo di acqua, per cui sono state studiate e implementate soluzioni pervasive rispetto alla collezione OVS. È stato definito un piano per l'utilizzo di processi a ridotto consumo di acqua per il 100% del denim entro il 2025. Nel corso del 2022 oltre il 50% dell'assortimento di jeans è realizzato con sistemi a ridotto consumo di acqua che

utilizzano tecnologie quali sistemi ad osmosi inversa per il riciclo delle acque reflue, tinture a getto con rapporto bagno ridotto e/o sbiancamenti con ozono.

Nel 2022 il consumo d'acqua del Gruppo OVS è di 596.634 mc, in aumento del 2,4% rispetto al 2021.

Il 99% dei consumi idrici diretti si concentra in Italia, con un consumo pari a 588.313 mc. Rispetto allo scorso esercizio i dati dei consumi idrici del deposito vengono riportati in tabella. Va tuttavia evidenziato che tali consumi derivano da un contratto non intestato a OVS.

Tabella 48Consumi di acqua dolce (mc)⁵⁰

	2022			2021		
	Acque sotterranee	Acque di terze parti ⁵¹	Totale	Acque sotterranee	Acque di terze parti	Totale
SEDE	-	30.397	30.397	160	28.140	28.300
STORE	80.693	477.223	557.917	84.552	463.853	548.405
DEPOSITO	-	8.320	8.320	-	5.518	5.518
TOTALE	80.693	515.940	596.634	84.712	497.510	582.222

I dati relativi all'acqua sono stati calcolati a partire dalle letture dei relativi contatori, ove questi erano disponibili. Per la parte restante il consumo è stato stimato utilizzando una media al metro quadro che, per l'Italia, esclude i negozi aventi caratteristiche particolari (es. torri di evaporazione, sistemi a condensazione), per i quali invece viene utilizzato il dato puntuale.

L'acqua utilizzata è prevalentemente prelevata da reti idriche municipali. Per quanto attiene ai consumi idrici in Italia, è necessario evidenziare come il dato rilevato presso i punti vendita sia costituito dalla somma di consumi direttamente imputabili a OVS e altri consumi, non di competenza, che non sono al momento misurabili. Tale circostanza si viene a determinare nei casi in cui OVS conceda a terzi in sublocazione parte dei locali ad essa

locati, senza che sia prevista l'installazione di un contatore dedicato alla misura dei consumi della terza parte. OVS provvede al riaddebito dei predetti consumi con modalità non necessariamente correlate all'effettivo consumo. Si segnala, inoltre, che alcune sedi e negozi del Gruppo sono situati in aree del mondo con un elevato rischio idrico (water stress indicator). Per la determinazione dei consumi avvenuti nelle predette aree OVS si avvale del Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources Institute⁵². In tale ambito vengono considerati i consumi d'acqua che avvengono in zone geografiche con un fattore di Water Stress classificato come "extremely high" (scarsità estrema) e "high" (scarsità). Secondo l'analisi condotta, 370.053 mc di acqua prelevata (pari al 65% del consumo complessivo) proviene da aree soggette a water stress.

Per quanto riguarda invece l'acqua utilizzata nella nostra supply chain, sono stati stimati i consumi, applicando il metodo ReCipe2016 alla base del calcolo di Eco Valore. Il consumo che ne risulta è pari a circa 35 milioni di m3 (di cui il circa il 90% nella produzione dei materiali e il 10% nelle lavorazioni successive). Seppur in coerenza con i dati di settore, tali indicatori richiedono che OVS ponga una particolare attenzione alle iniziative per la riduzione dei consumi idrici lungo tutta la catena del valore.

Oltre agli impatti in termini di prelievi idrici, il settore tessile è responsabile di gran parte della produzione di acque reflue industriali che, talvolta, possono essere contaminate da sostanze chimiche pericolose.

Per tale ragione, OVS ha previsto una specifica sezione all'interno del Codice di Condotta in cui si richiede ai propri fornitori di adeguarsi ai limiti espressi all'interno della Manufacturing Restricted Substance List

di ZDHC (un programma internazionale il cui acronimo sta per Zero Discharge of Hazardous Chemicals) per quanto riguarda la ricerca di sostanze chimiche nelle acque di scarico. Coerentemente con questo impegno, OVS ha attivato un programma di monitoraggio dei propri fornitori attraverso raccolta e revisione dei test effettuati sulle acque di scarico e, in caso di criticità, avvia una costruttiva collaborazione per la ricerca delle cause e l'individuazione di soluzioni.

Ambiente – Rifiuti⁵³

Negli ultimi anni, OVS ha prestato una crescente attenzione al contenimento dei rifiuti prodotti nell'intero ciclo produttivo, sono state intraprese alcune importanti azioni:

- dal 2013 è attiva la raccolta di abiti usati in negozio, e fino al 2022 sono stati raccolti oltre 1.300 ton di capi garantendo loro una seconda vita attraverso riutilizzo nei mercati dell'abbigliamento usato o, in ultima istanza, attraverso processi di riciclo;
- il ciclo di vita degli imballaggi è stato ottimizzato attraverso l'utilizzo di poly bag in plastica riciclata e una più efficiente gestione degli appendini, realizzati anch'essi in plastica riciclata;
- gli imballaggi secondari impiegati nella logistica dei processi distributivi sono riutilizzati più volte per ridurre lo spreco di carta;
- sono state adottate politiche di 'acquisto verde' che prevedono il ricorso prevalente a carta riciclata o certificata FSC.

Inoltre, è stato attivato un programma di sensibilizzazione del personale di sede su tematiche ambientali e un piano di interventi operativi che riguardano tutte le azioni del Gruppo.

Di seguito, si riporta la quantità di rifiuti prodotti nel 2022 che è pari a 11.005 tonnellate.

06 Details

Tabella 49

Produzione totale di rifiuti (t)

	2022			2021		
	Depositi	Sede	Store	Depositi	Sede	Store
TOTALE RIFIUTI	3.769,22	70,87	7.165,25	4.008,29	76,82	6.709,71

Le informazioni riportate nella precedente tabella, sono state determinate sulla base di dati consuntivi per quanto riguarda la sede, i depositi e parte della rete negozi.

Tabella 50

Produzione di rifiuti non pericolosi (t)

	2022			2021		
	Depositi	Sede	Store	Depositi	Sede	Store
CARTA E CARTONE	3.312,46	40,36	2.456,86	3.479,04	39,38	2.990,83
IMBALLAGGI MISTI	454	27,18	2.466,44	522,25	6,97	2.311,53
PLASTICA	-	-	1.990,58	-	-	1.183,98
ABBIGLIAMENTO	-	-	0,02	-	-	0,64
LEGNO	3	-	8,51	7	-	1,84
TONER	-	-	3,24	-	0,01	4,15
METALLO-FERRO E ACCIAIO	-	-	17,36	-	-	6,70
BATTERIE NON PERICOLOSE	-	0,11	0,19	-	0,13	0,15
RIFIUTI INGOMBRANTI	-	-	200,15	-	-	200,10
APPARECCHIATURE FUORI USO	-	2,32	7,28	-	2,30	4,89
VETRO	-	0,34	0,67	-	0,16	-
INDIFFERENZIATA⁵⁴	-	-	7,11	-	12,60	0,80
ORGANICI⁵⁵	-	-	-	-	14,40	-
GAS IN CONTENITORI A PRESSIONE⁵⁶	-	-	0,103	-	-	-
ALTRI MATERIALI⁵⁷	-	-	1,91	-	-	-
TOTALE	3.769,22	70,31	7.160,42	4.008,29	75,95	6.705,62

Gli aumenti di rifiuti di legno, metalli, ferro, acciaio e vetro sono dovuti ad una più accurata suddivisione dei materiali che venivano precedentemente compresi nella voce dei rifiuti ingombranti.

Tabella 51

Produzione di rifiuti pericolosi (t)

	2022			2021		
	Depositi	Sede	Store	Depositi	Sede	Store
BATTERIE PERICOLOSE	-	-	0,63	-	-	-
TUBI FLUORESCENTI	-	0,26	2,45	-	0,07	2,63
APPARECCHIATURE CONTENENTI CFC	-	-	0,03	-	-	0,07
APPARECCHIATURE FUORI USO	-	0,30	1,44	-	0,80	1,30
DPI⁵⁸	-	-	-	-	-	0,01
PITTURE E VERNICI CONTENENTI SOLVENTI ORGANICI O ALTRE SOSTANZE PERICOLOSE	-	-	0,08	-	-	0,09
RIFIUTI ORGANICI CONTENENTI SOSTANZE PERICOLOSE⁵⁹	-	-	0,11	-	-	-
ASSORBENTI MATERIALI FILTRANTI⁶⁰	-	-	0,05	-	-	-
IMBALLAGGI CONTENENTI RESIDUI DI SOSTANZE PERICOLOSE⁶¹	-	-	0,04	-	-	-
TOTALE	0	0,56	4,83	0	0,87	4,09

Per quanto attiene ai metodi di smaltimento dei rifiuti generati dal Gruppo, l'89% dei rifiuti prodotti è stato avviato al riciclo, circa il 5% è destinato all'incenerimento

con recupero di energia. Circa il 6% viene destinato a smaltimento termico e il restante 0.04% è confluito in discarica.

Tabella 52

Metodologie di smaltimento e di recupero dei rifiuti prodotti (t)

	2022			2021		
	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
RICICLO	4,80	9.805,36	9.810,16	4,42	9.618,08	9.622,50
INCENERIMENTO (CON RECUPERO DI ENERGIA)	0,26	539,00	539,26	0,24	528,70	528,95
INCENERIMENTO (SENZA RECUPERO DI ENERGIA)	0,31	651,20	651,52	0,29	638,76	639,05
CONFERIMENTO IN DISCARICA	0,002	4,40	4,40	0,002	4,32	4,32
TOTALE	5,38	10.999,96	11.005,34	4,96	10.789,86	10.794,82

Per quanto riguarda la produzione di rifiuti lungo la supply chain, OVS ha stimato una produzione complessiva di oltre 6.000 ton, grazie a una rielaborazione di dati da Higg Analytics.

In generale, la sfida di OVS in questo ambito è quella di seguire un nuovo concetto di produzione e consumo, passando da un modello lineare di input-output a uno di tipo circolare, nel quale ogni elemento ha una nuova vita, e si può rigenerare. Il principio base è che ciò che non viene consumato è assimilato in un altro processo.

Coerentemente con l'obiettivo di non disperdere il valore dei capi giunti a fine vita, la strategia di OVS relativa alla minimizzazione delle giacenze prevede che una volta esaurita la possibilità di utilizzare canali commerciali per la vendita dello stock, OVS ricorra a canali filantropici quali la donazione di capi a persone in situazione di bisogno o la risposta a situazioni di emergenza internazionale. Anche i campioni produttivi sono recuperati attraverso donazioni a enti caritatevoli locali o mediante vendite interne riservate al personale.

Tabella 53

Spaccato del riutilizzo dello scarto pre-consumo nel 2022

QUANTITÀ	2022
BENEFICENZA	164.978
STOCK	7.023.367
MACERO	36.443
RICONDIZIONATI	10.852.548
TOTALE DELL'INVENDUTO	18.077.336

OVS è inoltre parte della Circular Fashion Partnership in Bangladesh, la quale ha sviluppato una nuova alleanza tra brand e produttori per realizzare materiali riciclati dagli scarti produttivi. In questo modo le eccedenze di produzione forniranno la materia prima per la creazione di nuove collezioni, evitando la dispersione nell'ambiente di migliaia di tonnellate di tessuti inutilizzati ed evitando gli impatti dovuti alla produzione di nuovi materiali.

Tale programma è sviluppato in collaborazione con BGMEA (Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association) e sarà successivamente esteso in altri paesi.

OVS monitora costantemente l'utilizzo degli imballi logistici riutilizzandone il più possibile. Già da molti anni ha dato il via al progetto RIUTILIZZAMI per il recupero e riutilizzo degli imballi impiegati nel centro logistico e dei colli inviati agli store. Nel corso del 2022, il Programma RIUTILIZZAMI, ha consentito di riutilizzare 1.906.727 cartoni pari al 58% dei cartoni ricevuti.

Presso il deposito di Pontenure, è proseguito il processo di ricondizionamento dei bancali da trasporto in legno, che prevede la riparazione dei bancali danneggiati al fine di evitarne lo smaltimento come rifiuti. Dal 2021 il packaging primario di prodotto non utilizza plastica vergine, avendola sostituita con supporti in cartoncino o in plastica riciclata.

Prodotto e materie prime

Le materie prime utilizzate nella produzione dei prodotti OVS provengono per oltre il 74% da fonti rinnovabili, in aumento rispetto al 70% del 2021.



Tabella 54Breakdown materiali (t)⁶²

	DERIVANTE DA FONTI RINNOVABILI	2022	%	2021	%
COTONE	Y	23.151	67,15%	21.410	67,06%
POLIESTERE	N	5.502	15,96%	4.923	15,42%
VISCOSA	Y	1.409	4,09%	1.386	4,34%
ACRILICO	N	1.254	3,64%	978	3,06%
POLIAMMIDE	N	1.130	3,28%	1.081	3,39%
LINO	Y	408	1,18%	225	0,70%
ELASTAN	N	343	0,99%	332	1,04%
LANA	Y	192	0,56%	198	0,62%
POLIURETANO	N	150	0,44%	173	0,54%
ALTRI RINNOVABILI	Y	695	2,01%	809	2,53%
ALTRI NON RINNOVABILI	N	244	0,71%	400	1,25%
TOTALE		34.478	100,00%	31.915	100,00%

L'incremento nella quantità di materiali è dovuto prevalentemente a una diversa calendarizzazione degli acquisti che ha portato ad anticipare buona parte delle spedizioni della collezione Primavera/Estate 2023, per evitare ritardi e contribuire alla riduzione delle emissioni per il trasporto via aerea.

Il materiale principale è rappresentato dal cotone, che viene approvvigionato coerentemente con una politica di sourcing

che privilegia coltivazioni certificate Better Cotton Initiative (BCI), cotone proveniente da agricoltura biologica o cotone riciclato. In particolare, nel 2022, 1.683 tonnellate di cotone provengono da coltivazioni biologiche. Tale dato è in significativa riduzione rispetto al 2020 a causa di una generalizzata scarsa disponibilità di tale materiale sul mercato. Inoltre, la scelta di OVS di non accettare compromessi in relazione alle aree di sourcing, ha portato l'azienda ad escludere la possibilità di approvvigionamento dalla regione dello

Xinjiang, area che produce circa il 20% del cotone a livello globale. Tale area è oggetto di una controversia internazionale in relazione al possibile sfruttamento della minoranza etnica uigura.

La riduzione del cotone biologico è stata compensata con un maggior ricorso a filiere operanti all'interno del sistema Better Cotton Initiative. Nel 2021 OVS ha ottenuto crediti BCI (Better Cotton Claim Units) corrispondenti a 27.948 tonnellate di cotone. Al netto degli scarti di lavorazione lungo la filiera e insieme alle 81 ton di cotone riciclato, tale risultato ha consentito di raggiungere il 100% dell'approvvigionamento di cotone da fonti più sostenibili.

Per quanto riguarda gli altri materiali derivanti da fonti rinnovabili, il 61% della viscosa proviene da fonti di cellulosa certificate FSC, con un significativo aumento rispetto al 2021.

Per migliorare la sostenibilità dei propri prodotti realizzati con materiali non rinnovabili, OVS privilegia la scelta di fibre riciclate: il 16% del poliestere e il 4% della poliammide, usati nel 2022, provengono da processi di riciclo.

Circa il 68% dell'ordinato a valore di vendita, relativo all'abbigliamento house brand, è realizzato da una filiera certificata OEKO – TEX 100, a garanzia della sicurezza dei capi. Questo dato è ancora migliore se analizzato con specifico riferimento alla collezione bambino, dove la copertura arriva oltre il 85%.

LA TASSONOMIA EUROPEA

1. Introduzione al Regolamento UE N.2020/852 sulla Tassonomia

Il presente esercizio coincide con il secondo anno di applicazione del Regolamento UE n.2020/852 sulla Tassonomia Europea (di seguito indicato come "Tassonomia", "Tassonomia Europea" o "Regolamento"), entrato in vigore il 12 luglio 2020. Il Regolamento coinvolge OVS, in quanto ente di interesse pubblico che deve redigere una Dichiarazione di carattere Non Finanziario ai sensi dei requisiti della Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia attraverso il D.Lgs. 254/2016.

L'obiettivo della Tassonomia vuole essere quello di stabilire un sistema di classificazione univoco, a livello comunitario, utile alla definizione delle attività economiche considerate eco-sostenibili, evitando la diffusione di pratiche di Green-Washing e aumentando la trasparenza verso gli stakeholder esterni.

A tal fine, all'interno del Regolamento sono stati identificati sei obiettivi di carattere ambientale: mitigazione al cambiamento climatico, adattamento al cambiamento climatico, uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine, transizione verso un'economia circolare, prevenzione e controllo dell'inquinamento, protezione e ripristino della biodiversità e degli eco-sistemi.

La Tassonomia Europea stabilisce pertanto i requisiti che un'attività economica deve soddisfare per essere identificata come "ecosostenibile", e quindi allineata, ovvero:

- **Soddisfare i criteri di contributo sostanziale** definiti dal Regolamento per ciascuna tipologia di attività. Tali criteri, individuati su base scientifica e specifici per ciascuno degli obiettivi,

descrivono le condizioni da rispettare per poter contribuire in modo sostanziale al raggiungimento degli obiettivi stessi.

- **Non arrecare danno significativo** (Do Not Significant Harm – DNSH) a nessuno degli altri obiettivi ambientali.
- **Rispettare le garanzie minime di salvaguardia** riconoscendo l'importanza dei diritti umani e delle norme internazionali relativamente ai diritti dei lavoratori, alla tassazione, alla concorrenza leale e alla corruzione.

Rispetto a quanto descritto sopra, si precisa che i criteri di contributo sostanziale e i criteri di DNSH sono definiti come i criteri di vaglio tecnico.

Nel 2021, la Commissione Europea ha adottato il Climate Delegated Act (EU) 2021/2139 (di seguito indicato come "Climate Delegated Act") che disciplina i due obiettivi climatici (mitigazione e adattamento), stabilendone i criteri di vaglio tecnico.

In relazione all'esercizio 2022, il Regolamento prevede che le aziende pubblichino un'informativa secondo quanto previsto dal Disclosure Delegated Act (EU) 2021/2178 (di seguito indicato come "Disclosure Delegated Act") relativa alle attività economiche ammissibili e allineate alla Tassonomia, con riferimento agli obiettivi climatici⁶³. Le aziende sono tenute a pubblicare indicatori quantitativi di prestazione economica (KPI) – ossia le quote di fatturato, spese in conto capitale (CapEx) e spese operative (OpEx) – riconducibili alle attività economiche ammissibili e allineate alla Tassonomia.

2. L'analisi di ammissibilità e di allineamento di OVS

Le attività di business svolte da OVS non rientrano all'interno di quelle elencate dal Climate Delegated Act, pertanto il Gruppo non genera fatturato ammissibile (e pertanto CapEx e OpEx ad esso associati) rispetto agli obiettivi climatici disciplinati dalla Tassonomia.

In linea con quanto richiesto dalla normativa, il Gruppo ha valutato le attività ammissibili con riferimento alle voci di CapEx (Annex I del Disclosure Delegated Act, par. 1.1.2.2 punto (c)) relative all'acquisto di prodotti derivanti da attività economiche allineate alla tassonomia e a singole misure che consentono alle attività di ridurre il profilo emissivo di OVS.

In particolare, le seguenti attività sono state individuate come ammissibili:

- "7.5 - Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici", correlata all'installazione di sistemi di gestione dell'energia negli edifici di OVS;
- "7.6 - Installazione, manutenzione e riparazione di tecnologie per l'energia rinnovabile" riferita all'installazione di pannelli fotovoltaici sopra gli edifici di OVS.

Inoltre, per garantire una maggiore comparabilità con le altre aziende del settore, l'azienda ha incluso nell'analisi l'attività "7.7 - Acquisto e proprietà di edifici" relativa al right of use degli edifici, calcolando una percentuale di CapEx pari 63,4%. Tuttavia, seguendo un approccio prudenziale, tale attività è stata ritenuta come non ammissibile.

Infine, si evidenzia che nonostante OVS abbia fatto interventi di ristrutturazione dei propri asset, anche l'attività "7.2 – Ristrutturazione di edifici esistenti" non è stata considerata come ammissibile, considerando che non è stato possibile scorporare gli interventi volti a migliorare il profilo emissivo degli asset OVS dagli altri interventi di ristrutturazione. Una volta terminata la valutazione di ammissibilità si è proceduto alla valutazione dell'allineamento, attraverso l'applicazione dei criteri di vaglio tecnico e delle garanzie minime di salvaguardia.

Contributo sostanziale

Ai fini della valutazione di allineamento, le attività ammissibili devono risultare conformi ai criteri di contributo sostanziale specifici per le singole attività.

Con riferimento all'attività 7.5 l'attività di installazione di sistemi di gestione dell'energia negli edifici di OVS è stata ritenuta allineata al criterio di contributo sostanziale di cui al punto b) installazione, manutenzione e riparazione di sistemi di automazione e controllo degli edifici, sistemi di gestione dell'energia degli edifici (BEMS, building energy management systems), sistemi di controllo dell'illuminazione e sistemi di gestione dell'energia (EMS, energy management systems).

Con riferimento invece all'attività 7.6 l'attività di installazione di pannelli fotovoltaici effettuata da terzi è stata ritenuta allineata al criterio di contributo sostanziale di cui al punto a) installazione, manutenzione e riparazione di sistemi solari fotovoltaici e delle attrezzature tecniche accessorie.

Do Not Significant Harm

Il Gruppo OVS ha valutato, per ciascuna attività economica ammissibile, la relativa conformità ai criteri "Do No Significant Harm" (DNSH) al fine di garantire che tali attività economiche non arrechino danni significativi agli altri obiettivi ambientali previsti dal Regolamento.

Per entrambe le attività 7.5 e 7.6 il criterio DNSH è presente solamente per l'obiettivo di adattamento ai cambiamenti climatici, con riferimento all'Appendix A dell'Annex I del Climate Delegated Act. In particolare, l'Appendix A prevede che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione della vulnerabilità della stessa ai rischi climatici fisici di natura cronica e acuta, valutando anche soluzioni di adattamento che possano ridurre tali rischi.

OVS secondo un approccio prudenziale ha ritenuto l'attività non allineata in quanto non si sono resi disponibili elementi sufficienti per una valutazione completa e accurata del rispetto del criterio di DNSH.

Garanzie Minime di Salvaguardia

Infine, il Gruppo ha analizzato il proprio livello di adesione ai principi richiamati dell'Articolo 18 del Regolamento, che definisce le garanzie minime di salvaguardia volte a garantire che un'attività economica sia svolta nel rispetto dei principi indicati da:

- le linee guida OCSE destinate alle imprese multinazionali
- i Principi guida dell'ONU su imprese e diritti umani, compresi quelli stabiliti dalle otto convenzioni fondamentali dell'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO)
- la Carta internazionale dei diritti dell'uomo.

OVS ha quindi effettuato un'analisi delle garanzie di salvaguardia minima anche sulla base delle indicazioni fornite dalla Platform on Sustainable Finance⁶⁴, verificando anche il rispetto di tali criteri di salvaguardia minima da parte dei fornitori del Gruppo correlati alle attività identificate come ammissibili. Il Gruppo si è dotato di strumenti rivolti alla promozione del rispetto delle garanzie minime di salvaguardia, sia internamente che esternamente all'organizzazione, tra queste rientrano:

- **Codice Etico di Gruppo:** attraverso il quale OVS si impegna ad operare secondo i principi di onestà e sicurezza, lealtà e rispetto delle persone e dell'ambiente, nonché al rispetto delle normative e dei regolamenti vigenti. Il Codice viene condiviso non solo con tutti i dipendenti dell'Azienda, ma anche con tutti i nuovi fornitori, i quali vengono coinvolti nel core-business della Società e ai quali viene chiesto di controfirmare il Codice e di rispettare le sue disposizioni.
- **Modello 231:** il quale definisce la struttura aziendale, le sue modalità di gestione e impegna l'azienda nell'operare assicurando il rispetto delle condizioni di correttezza, trasparenza e di legalità nella conduzione degli affari delle proprie attività.
- **Politica su Lavoro e Diritti Umani:** attraverso la quale OVS si impegna a promuovere il rispetto dei diritti umani, nella conduzione delle proprie attività richiedendo la piena condivisione della stessa visione a tutti coloro che collaborano con il Gruppo, inclusi i fornitori.
- **Due Diligence sui fornitori:** il Gruppo presidia in maniera continuativa il livello di rischio dei propri fornitori relativamente a tematiche ambientali e sociali, conducendo regolarmente approfondite attività di audit, tali attività sono però soprattutto focalizzate sui fornitori strategici di OVS, correlati al core-business.

OVS, adottando un approccio prudentiale, non ritiene sufficienti le attuali pratiche in essere sulla catena di fornitura per poter considerare allineate le attività 7.5 e 7.6 ai criteri minimi di salvaguardia non avendo ancora a disposizione tutti gli elementi per fornire un'analisi quanto più chiara e precisa che coinvolga i fornitori di attività marginali rispetto alle attività di core-business di OVS.



Metodologia di calcolo dei KPI - Accounting Policy

I paragrafi successivi presentano in dettaglio le metodologie utilizzate per raccogliere le informazioni e i dati necessari al calcolo dei KPI.

Turnover

In linea con il Disclosure Delegated Act, per il calcolo della quota di Turnover, il Gruppo ha considerato le seguenti componenti:

- **denominatore:** fatturato netto derivante dalla vendita di beni, al netto degli sconti sulle vendite e delle imposte sul valore aggiunto direttamente connessi al fatturato. Per evitare double counting, le partite intercompany sono state elise e non concorrono alla determinazione del KPI. Di conseguenza, il denominatore (1.512.719 migliaia di Euro) del KPI corrisponde alla voce "Ricavi", presentata nella Nota 7.23 – Ricavi del bilancio consolidato del Gruppo - ed è in linea con le disposizioni previste dallo IAS 1, par.82(a);
- **numeratore:** il Gruppo non ha rilevato attività economiche ammissibili e/o allineate in riferimento alle attività economiche definite dagli obiettivi della Tassonomia relativi al cambiamento climatico. Pertanto, il numeratore del KPI di Turnover è risultato essere pari a 0.

CapEx

Il Gruppo, per il calcolo del denominatore del KPI di CapEx, ha considerato le addition incorse nel periodo di riferimento relative ad asset materiali (sviluppo e ristrutturazione di asset aziendali), ad asset immateriali (brevetti, software e costi di ricerca e sviluppo capitalizzata) e a Right of Use Asset (RoU).

L'approccio utilizzato per l'estrazione delle suddette numeriche ha previsto un'analisi puntuale della reportistica gestionale riportante gli investimenti condotti nel corso dell'esercizio da tutte le Società all'interno del perimetro di consolidamento.

Per il calcolo della quota di CapEx, il Gruppo ha considerato le seguenti componenti:

- **denominatore:** per il calcolo del denominatore, il Gruppo ha considerato gli incrementi di attività materiali contabilizzate secondo il principio contabile IAS 16 – nota 6.8 della relazione finanziaria annuale –, di attività immateriali contabilizzate secondo il principio contabile IAS 38, al netto dell'avviamento, che è stato invece escluso – nota 6.10 della relazione finanziaria annuale – e di leasing contabilizzati secondo il principio contabile IFRS 16 – nota 6.9 della relazione finanziaria annuale. Tale analisi ha restituito un valore totale riferito all'esercizio 2022 pari a: 272.470 migliaia di Euro;
- **numeratore:** al fine della determinazione del numeratore, si sono considerati gli incrementi relativi all'acquisto di prodotti derivanti da attività economiche ammissibili alla tassonomia, e a singole misure che consentono alle attività obiettivo di ridurre il profilo emissivo del Gruppo. A questo proposito, il Gruppo ha incluso nel numeratore del KPI gli incrementi relativi alla seguente attività:
 - 7.6 - Installazione, manutenzione e riparazione di tecnologie per l'energia rinnovabile (0,51%)
 - 7.5 - Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici (0,44%)

Opex

Per il calcolo della quota di OpEx, il Gruppo ha considerato le seguenti componenti:

- denominatore:** per il calcolo del denominatore si è proceduto con un'analisi puntuale del piano dei conti, individuando gli item associabili alle categorie di costo espressamente citate dal Disclosure Delegated Act. Nello specifico:
 - costi di R&D non capitalizzati relativi a progetti interni ed esterni, dai quali è stata eliminata la componente di costi relativi alle attività di “managing” dei progetti R&D svolti, come da raccomandazioni della Commissione Europea.⁶⁵ Come spese connesse alle attività di “managing” del progetto sono stati individuati tutti i costi incorsi durante l’anno relativi al Project Management dei progetti di R&D;
 - short term lease, per cui sono stati considerati tutti gli item del piano dei conti relativi ai leasing contabilizzati in Conto Economico, in quanto relativi a contratti di durata inferiore ai 12 mesi e quindi rappresentativi di esenzione da contabilizzazione secondo IFRS 16;
 - costi relativi alle manutenzioni e riparazioni, incorse durante l’esercizio, su edifici e strumentazione IT. Per questa categoria sono stati considerati i costi relativi ad attività di manutenzione e riparazione svolte internamente, oltre alle manutenzioni commissionate a società terze. All’interno dei conti relativi alle manutenzioni e riparazioni sono state considerate anche le ristrutturazioni agli edifici assimilabili al concetto di “misure di rinnovamento degli edifici”, menzionato dal Disclosure Delegated Act;
 - la categoria di costi associati al “day-to-day servicing of assets” è stata identificata in riferimento ai costi di pulizia.

Il risultato di tali analisi ha determinato un valore pari a 51.542 migliaia di Euro.

- numeratore:** A seguito delle analisi condotte dal Gruppo sulle attività economiche individuate come ammissibili, è stato rilevato un valore del numeratore del KPI di Opex pari a 0.



Tabella 55

Quota del fatturato derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia - Informativa relativa all’anno 2022

Attività economiche	A. Attività ammissibili alla tassonomia			B. Attività non ammissibili alla tassonomia		
	Quota del fatturato (%)	Fatturato assoluto (€ migliaia)	Codici	Quota del fatturato (%)	Fatturato assoluto (€ migliaia)	Codici
Criterio DNSH						
Categoria (attività di transizione) (T)						
Categoria (attività abilitante) (A)						
Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2021 (%)						
Quota di fatturato allineato alla tassonomia, Anno 2022 (%)						
Garanzie minime di salvaguardia (S/N)						
Biodiversità ed ecosistemi (S/N)						
Inquinamento (S/N)						
Economia Circolare (S/N)						
Acque e risorse marine (S/N)						
Adattamento ai cambiamenti climatici (S/N)						
Mitigazione dei cambiamenti climatici (S/N)						
Contributo Sostanziale						
Biodiversità ed ecosistemi (%)						
Inquinamento (%)						
Economia Circolare (%)						
Acque e risorse marine (%)						
Adattamento ai cambiamenti climatici (%)						
Mitigazione dei cambiamenti climatici (%)						
Quota del fatturato (%)	0%			0%		
Fatturato assoluto (€ migliaia)	0			0		
Codici						
Totale (A.1 + A.2)						
Fatturato delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)				100%	1.512.719	
Totale (A + B)					1.512.719	

Tabella 56

Quota delle spese in conto capitale derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia - Informativa relativa all'anno 2022

Attività economiche	Contributo Sostanziale							Criterio DNSH												
	A. Attività ammissibili alla tassonomia							B. Attività non ammissibili alla tassonomia												
CapEx di Attività Eco-sostenibili (A.1)	0	0%																		
CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)	1.197	0,44%																		
Totale (A.1 + A.2)	2.562	0,95%																		
CapEx delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)	269.870	99,05%																		
Totale (A + B)	272.470	100%																		
Codici																				

Tabella 57

Quota delle spese operative derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia - Informativa relativa all'anno 2022

Attività economiche	Contributo Sostanziale							Criterio DNSH													
	A. Attività ammissibili alla tassonomia							B. Attività non ammissibili alla tassonomia													
OpEx di Attività Eco-sostenibili (A.1)	0	0%																			
OpEx delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)	0	0%																			
Totale (A.1 + A.2)	0	0%																			
OpEx delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)	51.542	100%																			
Totale (A + B)	51.542	100%																			
Codici																					

ESG TABELLA DI SINTESI

La sostenibilità guida l'orientamento strategico del Gruppo OVS, che su questo fronte ha avviato iniziative classificabili nei tre pilastri chiave ESG – Environmental, Social and Governance. In questa sezione vengono riassunti i principali risultati del Gruppo OVS legati a tali ambiti.

Environmental

Uno dei valori chiave per la strategia di OVS è il rispetto per l'ambiente. La tabella che segue esplicita una serie di azioni implementate nel corso dell'anno e degli obiettivi specifici fissati per i prossimi anni, che testimoniano l'impegno concreto nella riduzione dell'impatto dei processi aziendali e dei prodotti sull'ambiente.

Tabella 58

Principali risultati e obiettivi in ambito ambientale

TEMATICA MATERIALE	PRINCIPALI RISULTATI 2022	PROSSIME ATTIVITÀ
ECONOMIA CIRCOLARE ED ECO - DESIGN	<p>Avvio di RE-UP programma di upcycling con impatto sociale positivo</p> <p>OVS cotone italiano: avvio del programma di approvvigionamento di cotone coltivato in Italia</p> <p>100% dell'approvvigionamento di cotone da fonti più sostenibili</p> <p>74% dei materiali di origine rinnovabile</p> <p>84% di assortimento realizzato con materiali da filiera certificata a ridotto impatto</p> <p>Oltre 6 milioni di capi realizzati con materiali sintetici riciclati rispetto ai 1.800.000 del 2021</p> <p>67% dei prodotti riciclabili fiber to fiber</p>	<p>Messa a regime dei programmi di prodotto OVS cotone italiano e RE-UP</p> <p>Ulteriore ricorso a materiali da filiera certificata a ridotto impatto</p> <p>Sviluppo di programmi per l'incremento dell'uso di fibre riciclate</p> <p>Incremento dei prodotti progettati secondo criteri di sostenibilità</p> <p>Sviluppo della nuova strategia Denim Awareness</p>
LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	<p>Riduzione delle emissioni Scope 1 del 22% rispetto al 2021, in miglioramento rispetto alle attese</p> <p>Riduzione assoluta delle emissioni Scope 2 in Italia del 26% rispetto al 2021, in miglioramento rispetto alle attese</p> <p>Riduzione delle emissioni di Scope 3 del 11% rispetto al 2019, sostanzialmente in linea con gli obiettivi SBTi</p> <p>Riduzione del consumo energetico a metro quadro di oltre il 5% rispetto al 2021</p> <p>98% di energia elettrica acquistata direttamente da OVS certificata da fonti rinnovabili</p>	<p>Coinvolgimento della supply chain in azioni di riduzione delle emissioni di CO₂</p> <p>Implementazione del piano di installazione di fotovoltaico con possibili ulteriori 40 impianti</p> <p>Proseguimento del piano di decarbonizzazione approvato da SBTi</p>

TEMATICA MATERIALE	PRINCIPALI RISULTATI 2022	PROSSIME ATTIVITÀ
	<p>Conferma della certificazione ISO 14001:2015 sul Sistema di Gestione Ambientale</p> <p>Avvio del piano di installazione di fotovoltaico: 19 impianti installati per una potenza complessiva installata di 1.485 KwP</p> <p>71% della produzione da fornitori con verifiche di terze parte su Higg FEM (Facility Environmental Module)</p>	

Social

Per raggiungere gli obiettivi strategici e creare valore economico, sociale e ambientale, le persone, la cultura aziendale e la collettività sono le risorse chiave di OVS. Attraverso la valorizzazione delle diversità, la comunicazione e l'informazione degli obiettivi aziendali, la formazione a tutti i livelli, il feedback sui risultati raggiunti, il lavoro in team e lo sviluppo di politiche di remunerazione eque e competitive con il mercato, OVS promuove lo sviluppo del capitale umano.

OVS è impegnata sia sul fronte della filiera sostenibile, con particolare attenzione al miglioramento degli standard di lavoro lungo l'intera supply chain, sia verso le comunità locali di riferimento, con le quali ha attivato forti collaborazioni al fine di diffondere senso condiviso di responsabilità, cultura della legalità e della tutela del bene comune, al fine della crescita stessa del business. Il successo di OVS dipende dalla soddisfazione e dal coinvolgimento del cliente finale, le cui preferenze ed esigenze vengono poste al centro del processo decisionale e con il quale OVS si impegna a stabilire un rapporto di fiducia, basato su trasparenza, innovazione e qualità del prodotto.



Tabella 59

Principali risultati e obiettivi in ambito sociale

TEMATICA MATERIALE	PRINCIPALI RISULTATI 2022	PROSSIME ATTIVITÀ
DIRITTI UMANI	<p>93% del volume produttivo da fornitori attivi sulla piattaforma Higg</p> <p>52% della produzione da fornitori con verifiche di terze parte su Higg FSLM (Facility Social and Labour Module)</p> <p>100% dei fornitori ha sottoscritto il Codice di Condotta</p> <p>Pubblicazione della lista dei fornitori di prodotto e dei fornitori di processi di lavorazione e di materie prime</p> <p>Definizione di obiettivi di miglioramento delle condizioni sociali nella filiera con particolare riferimento alle libertà associative e alla contrattazione collettiva</p>	<p>Estensione di Higg al 100% dei fornitori</p> <p>Integrazione della verifica di terza parte su Higg nel processo di supply chain due diligence</p> <p>Piano di formazione continua su Codice Etico, Human Rights e Diversity</p> <p>Attivazione di strumenti per il monitoraggio delle condizioni dei lavoratori lungo la filiera produttiva</p>
DIVERSITÀ ED INCLUSIONE	<p>Genere femminile al 38% a livello manageriale</p> <p>51% donne in posizione di store manager</p> <p>Gender Pay-Gap a parità di ruolo pari al 1,85%</p> <p>Sviluppo della collezione RE-UP in collaborazione con Valemour</p>	<p>Adozione di politiche indirizzate alla riduzione del Gender Pay gap nel triennio 2021 / 2023</p> <p>Estensione della collezione RE-UP in collaborazione con Valemour o altri enti del terzo settore</p>
BENESSERE DEI DIPENDENTI SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI FORMAZIONE DEI DIPENDENTI	<p>Oltre 8.000 persone OVS in tutto il mondo</p> <p>Turnover in entrata pari al 34% in lieve aumento rispetto al 2021</p> <p>Il turnover in uscita per il personale a tempo indeterminato è pari all'8%</p> <p>7.767 persone in Italia di cui 6.501 con contratto a tempo indeterminato (78,7% donne)</p> <p>Sono state erogate mediamente 24,9 ore di formazione pro-capite, in significativo aumento rispetto al 2021</p> <p>100% del personale di sede è stato coinvolto in percorsi di valutazione periodica della prestazione lavorativa per definire percorsi di crescita mirati</p>	<p>Ottenimento della certificazione SA8000 (Social Accountability)</p> <p>Adozione di strumenti per la misurazione sistematica del coinvolgimento/soddisfazione dei collaboratori</p>

TEMATICA MATERIALE	PRINCIPALI RISULTATI 2022	PROSSIME ATTIVITÀ
RAPPORTO CON LE COMUNITÀ LOCALI	<p>Consolidamento della partnership con Save The Children per il supporto in crisi umanitarie e in progetti di fund-raising</p> <p>Sviluppo di progetti ad impatto sociale con la Cooperativa Sociale Progetto Quid e con la Cooperativa Vale Un Sogno</p> <p>Sostegno a progetti per l'Ucraina e donazione di capi di abbigliamento</p>	<p>Piano di attività con impatto positivo sul territorio</p> <p>Piano di formazione per le scuole medie superiori per favorire l'inserimento lavorativo</p>
SALUTE E SICUREZZA DEL CONSUMATORE	<p>100% dei prodotti testati secondo elevati standard di qualità e sicurezza e oltre il 68% dell'ordinato complessivo certificato OEKO – TEX 100</p>	<p>Estensione della certificazione OEKO-TEX ad altre categorie di prodotto</p>

Governance

Il business di OVS è orientato secondo principi di onestà, professionalità e trasparenza, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti in materia di responsabilità sociale, per questo l'integrità e l'etica sono due dei suoi valori di riferimento. La governance di OVS assicura una gestione trasparente delle attività aziendali e delle relazioni verso il mercato. OVS mira ad assicurare la creazione di valore nel tempo per gli

azionisti e per tutti gli altri stakeholder, in un orizzonte di medio-lungo periodo, nel rispetto dei principi di sviluppo sostenibile, grazie alla presenza del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità, che ha il compito di valutare le politiche e le tematiche inerenti la sostenibilità. Per rafforzare l'impegno di OVS è stato stabilito che il 20% dell'MBO delle funzioni di sviluppo prodotto, sourcing e supply chain sia legato a specifici indicatori di sostenibilità.

Tabella 60

Principali risultati e obiettivi in ambito governance

TEMATICA MATERIALE	PRINCIPALI RISULTATI 2022	PROSSIME ATTIVITÀ
MARKETING RESPONSABILE	Primo posto nel Fashion Transparency Index 2022 Pubblicazione degli impatti di prodotto per il 100% delle referenze OVS attraverso Eco Valore	Sviluppo del Digital Product Passport
LOTTA ALLA CORRUZIONE	Adozione del nuovo Codice Etico 1.741 ore di formazione su Codice Etico e Modello 231	Piano continuo di formazione sul Codice Etico e Modello 231

**NOTA METODOLOGICA E GUIDA ALLA LETTURA**

La presente Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario (di seguito anche ‘DNF’) del Gruppo OVS (di seguito anche solo ‘OVS’ o ‘Gruppo’) al 31 gennaio 2023 è predisposta in conformità alle disposizioni del Decreto Legislativo n. 254 (da qui in poi D.Lgs. 254) del 30 dicembre 2016.

La DNF tiene conto di quanto richiesto dalla Legge di Bilancio 2019, all’art. 1, comma 1073, che introduce una modifica al D. Lgs. 254/2016, art. 3, comma 1, lett. c, prescrivendo anche l’illustrazione delle modalità di gestione dei principali rischi generati o subiti connessi ai temi non finanziari⁶⁶.

Il presente documento è pubblicato con cadenza annuale. I dati si riferiscono, salvo diversa indicazione, al periodo che intercorre dal 1° febbraio 2022 al 31 gennaio 2023, e, ove possibile, sono comparati con lo stesso periodo dell’anno fiscale precedente.

La Dichiarazione Non Finanziaria è stata redatta nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dallo stesso prodotto, coprendo i temi ritenuti rilevanti e previsti dall’Art. 3 del D.Lgs. 254/2016.

Il perimetro delle informazioni e dei dati economici, ambientali e sociali risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato di OVS al 31 gennaio 2023. Si precisa inoltre che il centro logistico di Pontenure e tutti i negozi diretti sono inclusi nel perimetro, mentre i negozi in franchising risultano esclusi. I due negozi in Germania e negli Stati Uniti, aperti nel novembre 2022, sono stati esclusi dal perimetro in quanto considerati non materiali.

Eventuali differenze di perimetro rispetto a quanto sin qui segnalato, ove presenti, sono espressamente indicate nel testo, in modo da rendere evidenti eventuali indicatori non completamente confrontabili con gli anni precedenti. Ove non fosse stato possibile reperire i dati quantitativi con gli strumenti di rendicontazione a disposizione del Gruppo, è stato fatto ricorso a stime che, se presenti, sono fondate su metodologie condivise e adatte a garantire una rappresentazione attendibile delle performance e dei dati, oltre che opportunamente segnalate.

La DNF contiene informazioni relative alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, alla gestione del personale, agli aspetti ambientali e sociali e al rispetto dei diritti umani valutati come significativi e materiali dal Gruppo e dai suoi stakeholder secondo un processo specifico e consolidato, che tiene conto delle attività, degli obiettivi e della strategia di OVS, oltre che del contesto e dei trend a livello italiano e internazionale.

A partire dall’esercizio fiscale 2019, OVS ha definito una Procedura interna per la Redazione della Dichiarazione Non Finanziaria formalmente approvata, allo scopo di definire il processo di raccolta e approvazione delle informazioni non finanziarie oggetto di rendicontazione, in linea con quanto previsto dal D.Lgs. 254/2016.

I destinatari della procedura sono i soggetti facenti capo agli Enti/Direzioni aziendali che sono individuati per la raccolta, il controllo e l’attestazione dei dati e delle informazioni non finanziarie, nonché i soggetti/organismi responsabili per la sua redazione, approvazione e verifica.

Al fine di uniformare la rendicontazione delle informazioni e facilitarne il collegamento con i contenuti indicati dal D.Lgs. 254, per ciascun ambito tematico viene data evidenza della materialità del tema rispetto alle attività di Gruppo, della modalità di gestione dei rischi ad esso collegati, delle politiche e degli impegni del Gruppo e dei risultati ottenuti e monitorati attraverso indicatori ad hoc in grado di rappresentare i risultati di gestione.

I dati e le informazioni della presente Dichiarazione sono riferibili a eventi accaduti nel corso dell'esercizio di riferimento sopra indicato, derivanti dall'attività di impresa della società, rilevanti in base all'analisi di materialità effettuata in conformità al Decreto. Nell'ambito del processo di raccolta dati, le specifiche funzioni responsabili degli ambiti oggetto di rendicontazione, hanno fornito i dati di loro competenza, utilizzando estrazioni dai sistemi informativi aziendali, dalla fatturazione e dalla reportistica interna ed esterna, sotto il coordinamento delle funzioni Investor Relations e Corporate Sustainability. I dati vengono rappresentati a consuntivo, salvo diversamente indicato.

Il presente documento è stato redatto in conformità ai nuovi GRI Standards 2021 (in accordance). Lo standard GRI 303: Acqua e scarichi idrici e 306: Rifiuti sono stati aggiornati rispettivamente alla versione 2018 e 2020; è stato inoltre rendicontato l'indicatore GRI 207 relativo alle Imposte. In appendice al documento è presente il "GRI Content Index", con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità al GRI. Tali indicatori sono incentrati sui temi materiali identificati e rendicontati da OVS (si veda a tal riguardo il paragrafo relativo alla tabella di correlazione allo standard GRI).

Il presente documento è stato sottoposto a giudizio di conformità da parte di una società di revisione. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente", riportata in calce al documento.

Il Consiglio di Amministrazione di OVS ha approvato la Dichiarazione Non Finanziaria il 19/04/2023 ed è disponibile sul sito web del Gruppo www.ovscorporate.it.

Sede legale e contatti

Sede Legale
OVS Spa
Via Terraglio, 17
30174 – Venezia Mestre

Contatti
Simone Colombo
Head of Corporate Sustainability
(sustainability@ovs.it)

Enrico Giacomazzi
Head of Investor Relations
(investor.relations@ovs.it)

GRI CONTENT INDEX

Informativa Generale

L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRASSI DI RENDICONTAZIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 2-1	Dettagli Organizzativi	<ul style="list-style-type: none"> Sede legale e contatti Struttura del gruppo Chi siamo
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> Nota Metodologica e guida alla lettura
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e referente	<ul style="list-style-type: none"> Nota Metodologica e guida alla lettura Sede legale e contatti
GRI 2-4	Restatement delle informazioni	<ul style="list-style-type: none"> Nota Metodologica e guida alla lettura
GRI 2-5	Assurance esterna	<ul style="list-style-type: none"> Attestazione esterna

ATTIVITÀ E LAVORATORI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholder e materialità Supply chain
GRI 2-7	Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Organico
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Organico

GOVERNANCE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Governance
GRI 2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Governance Si rimanda alla "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari" e alla "Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti" per ulteriori informazioni.
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Governance
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	<ul style="list-style-type: none"> Profilo del gruppo Organigramma funzionale della sostenibilità

GOVERNANCE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	<ul style="list-style-type: none"> Profilo del gruppo Organigramma funzionale della sostenibilità
GRI 2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> Governo della sostenibilità
GRI 2-15	Conflitti di interesse	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Governance
GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	<ul style="list-style-type: none"> Le attività di audit Nel 2022 non sono state ricevute segnalazioni.
GRI 2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> Governo della sostenibilità
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Retribuzione
GRI 2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Retribuzione
GRI 2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Retribuzione
GRI 2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	<ul style="list-style-type: none"> Il rapporto di retribuzione totale annuale è pari a 207,64. Il dato fa riferimento al perimetro Italia che rappresenta il 95% dell'organico di gruppo.

STRATEGIA, POLITICHE E PRASSI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> Framework di riferimento
GRI 2-23	Impegno in termini di policy	<ul style="list-style-type: none"> Il sistema di controllo interno
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	<ul style="list-style-type: none"> Il sistema di controllo interno
GRI 2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	<ul style="list-style-type: none"> Il sistema di controllo interno
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	<ul style="list-style-type: none"> Il sistema di controllo interno
GRI 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	<ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2022 sono state pagate sanzioni pari a 6.500 euro per irregolarità amministrative connesse allo smaltimento rifiuti.
GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	<ul style="list-style-type: none"> Collaborazioni con associazioni di settore

06 Details

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		PARAGRAFO, NOTE
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholder e materialità
GRI 2-30	Contratti collettivi	<ul style="list-style-type: none"> OVS adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento.

INFORMATIVE SUI TEMI MATERIALI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholder e materialità
GRI 3-2	Elenco dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholder e materialità
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholder e materialità

Indicatori di performance economica

PERFORMANCE ECONOMICA - RAPPORTO CON LE COMUNITÀ LOCALI/BENESSERE DEI DIPENDENTI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	<ul style="list-style-type: none"> Performance economico-finanziaria Tabella: Conto economico a valore generato e distribuito (in migliaia di euro)
GRI 201-3	Copertura dei piani pensionistici definiti dall'organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Remunerazione
GRI 201-4	Finanziamenti ricevuti dagli enti pubblici	<ul style="list-style-type: none"> OVS ha ottenuto finanziamenti da enti pubblici nel corso del 2022 per 7.574.385 euro prevalentemente riferiti al bonus energia.

PRESENZA SUL MERCATO - BENESSERE DEI DIPENDENTI/DIVERSITÀ E INCLUSIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 202-1	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	<ul style="list-style-type: none"> Risorse umane - Remunerazione

IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI - RAPPORTO CON LE COMUNITÀ LOCALI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità"	<ul style="list-style-type: none"> Dalla parte della comunità

PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO - DIRITTI UMANI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 204-1	Percentuale di spesa concentrata sui fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	<ul style="list-style-type: none"> Supply chain Tabella: Fatturato fornitori terzi locali

ANTICORRUZIONE - LOTTA ALLA CORRUZIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 205-3	Numero di casi di corruzione e azioni intraprese	<ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2022 non sono stati registrati casi di corruzione.

COMPORTEMENTO ANTICOMPETITIVO - LOTTA ALLA CORRUZIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 206-1	Azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e rispettivi esiti	<ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2022 non sono state registrate azioni legali riferite a concorrenza sleale e antitrust.

TASSE - LOTTA ALLA CORRUZIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 207-1	Approccio alla fiscalità	<ul style="list-style-type: none"> Approccio alla fiscalità
GRI 207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	<ul style="list-style-type: none"> Approccio alla fiscalità
GRI 207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	<ul style="list-style-type: none"> Approccio alla fiscalità

Indicatori di performance ambientale

MATERIALI - ECONOMIA CIRCOLARE ED ECO-DESIGN		PARAGRAFO, NOTE
GRI 301-1	Materiali utilizzati	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotto e materie prime • Tabella: Breakdown materiali (t)
GRI 301-2	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotto e materie prime • Tabella: Breakdown materiali (t)
GRI 301-3	Percentuale di prodotti recuperati e relativi materiali di imballaggio per categoria di prodotto	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotto e materie prime • Tabella: Breakdown materiali (t)

ENERGIA - LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO		PARAGRAFO, NOTE
GRI 302-1	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi energetici ed emissioni • Tabella: Consumo energetico aggregato in Italia • Tabella: Consumo energetico aggregato negli altri paesi
GRI 302-4	Riduzione dei consumi energetici	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi energetici ed emissioni

ACQUA E AFFLUENTI - RISORSE IDRICHE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi idrici
GRI 303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi idrici
GRI 303-3	Prelievo idrico	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi idrici • Tabella: Consumi acqua dolce

BIODIVERSITÀ - BIODIVERSITÀ E ANIMAL WELFARE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 304-1	Siti operativi di proprietà, concessi in leasing o gestiti in aree protette e in aree di elevato valore in termini di biodiversità fuori da aree protette oppure vicini a tali aree	<ul style="list-style-type: none"> • Il Gruppo OVS non possiede né gestisce stabilimenti o sedi operative che sono situati in prossimità di aree protette o che comprendono aree protette o aree ad elevata biodiversità al di fuori di aree protette. Gli indicatori 304-2, 304-3, 304-4, 306-5 di conseguenza non sono applicabili.
GRI 304-2	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	<ul style="list-style-type: none"> • n/a
GRI 304-3	Habitat protetti o ripristinati	<ul style="list-style-type: none"> • n/a
GRI 304-4	Specie dell'elenco di preservazione nazionale e dell'Elenco rosso dell'IUCN con habitat in aree interessate da operazioni	<ul style="list-style-type: none"> • n/a

EMISSIONI - LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO		PARAGRAFO, NOTE
GRI 305-1	Emissioni di gas serra dirette (scope 1)	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi energetici ed emissioni • Tabella: Emissioni Scope 1 in Italia
GRI 305-2	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (scope 2)	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi energetici ed emissioni • Tabella: Emissioni Scope 2 (tCO₂e) – market based in Italia • Tabella: Emissioni Scope 2 (tCO₂e) – Market based negli altri paesi
GRI 305-3	Emissioni di gas serra indirette (Scope 3)	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi energetici ed emissioni • Tabella: Emissioni Scope 3 (tCO₂e) • Tabella: Emissioni Scope 3 oggetto del piano di riduzione (in tCO₂e)
GRI 305-5	Riduzione delle emissioni di gas serra	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Consumi energetici ed emissioni
GRI 305-6	Emissioni di ODS (Ozone-depleting substances)	<ul style="list-style-type: none"> • Nel 2022, non ci sono state emissioni di sostanze ODS

06 Details

RIFIUTI - GESTIONE DEI RIFIUTI E FINE VITA		PARAGRAFO, NOTE
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	• Ambiente – Rifiuti
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	• Ambiente – Rifiuti
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Rifiuti • Tabella: Produzione totale rifiuti • Tabella: Produzione di rifiuti non pericolosi (t) • Tabella: Produzione di rifiuti pericolosi (t) • Tabella: Metodologie di smaltimento e di recupero dei rifiuti prodotti
GRI 306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Rifiuti • Tabella: Metodologie di smaltimento e di recupero dei rifiuti prodotti
GRI 306-5	Rifiuti conferiti in discarica	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente - Rifiuti • Tabella: Metodologie di smaltimento e di recupero dei rifiuti prodotti

VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI - DIRITTI UMANI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 308-1	Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base dei criteri ambientali	<ul style="list-style-type: none"> • Supply chain • Tabella: Numero nuovi fornitori di prodotto valutati rispetto a parametri sociali e ambientali

Indicatori di performance sociale

OCCUPAZIONE - BENESSERE DEI DIPENDENTI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 401-1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, genere e aree geografiche	<ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane - Turnover • Tabella: Assunzioni per genere e turnover in entrata • Tabella: Assunzioni per fascia d'età e turnover in entrata • Tabella: Cessazioni per genere e turnover in uscita • Tabella: Cessazioni per fascia d'età e turnover in uscita
GRI 401-3	Ritorno al lavoro e tasso di rientro a seguito di congedo parentale	<ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane - Congedo parentale • Tabella: Rientro al lavoro e retention dopo congedo parentale in Italia

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO - SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-2	Identificazione e valutazione dei rischi e analisi incidenti	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-3	Servizi per la salute sul lavoro	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori su salute e sicurezza sul lavoro	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-5	Formazione ai lavoratori su salute e sicurezza sul lavoro	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti sulla salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati al business	• Risorse umane - Salute e Sicurezza
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	<ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane - Salute e Sicurezza • Tabella: Indice infortuni dipendenti in Italia
GRI 403-10	Malattie professionali	• Risorse umane - Salute e Sicurezza

FORMAZIONE E ISTRUZIONE - FORMAZIONE DEI DIPENDENTI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 404-1	Formazione del personale	• Risorse umane - Formazione
GRI 404-2	Formazione per il miglioramento delle competenze del personale	• Risorse umane - Formazione
GRI 404-3	Percentuale di dipendenti valutati sulla performance e sullo sviluppo della carriera	• Risorse umane - Valutazione delle performance

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ - DIVERSITÀ E INCLUSIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 405-1	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per genere, età, appartenenza alle categorie protette e altri indicatori di diversità	<ul style="list-style-type: none"> Composizione del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale Risorse umane - Organico Tabella: Organico permanente per genere e categoria professionale in Italia (ruoli di sede) Tabella: Organico permanente per genere e categoria professionale negli altri paesi (ruoli di sede) Tabella: Organico permanente per genere e categoria professionale in Italia (ruoli di punto vendita) Tabella: Organico permanente per genere e categoria professionale negli altri paesi (ruoli di punto vendita) Tabella: Organico permanente in Italia per genere e fascia d'età Tabella: Organico permanente negli altri paesi per genere e fascia d'età

NON DISCRIMINAZIONE - DIVERSITÀ E INCLUSIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 406-1	Numero di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	<ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2022 OVS non ha registrato episodi legati a pratiche discriminatorie.

LAVORO MINORILE - DIRITTI UMANI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	<ul style="list-style-type: none"> Supply chain Enterprise Risk Management e gestione dei rischi non finanziari Tabella: Aree di impatto dei rischi sociali e ambientali Tabella: Modalità di gestione dei rischi non finanziari
GRI 408-1	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure intraprese	<ul style="list-style-type: none"> In alcuni paesi in cui opera OVS il rischio del ricorso al lavoro minorile pur se non elevato è comunque significativo. Tuttavia grazie ai processi di due diligence di OVS si ritiene che non vi siano fornitori specifici considerati a rischio significativo.

LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO - DIRITTI UMANI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 409-1	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro forzato e delle misure intraprese	<ul style="list-style-type: none"> In alcuni paesi in cui opera OVS il rischio del ricorso al lavoro forzato pur se non elevato è comunque significativo. Tuttavia grazie ai processi di due diligence di OVS si ritiene che non vi siano fornitori specifici considerati a rischio significativo.

DIRITTI DELLE POPOLAZIONI INDIGENE - DIRITTI UMANI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 411-1	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	<ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2022 OVS non ha registrato episodi di violazioni dei diritti umani.

COMUNITÀ LOCALI - RAPPORTO CON LE COMUNITÀ LOCALI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 413-2	Attività con attuali o potenziali impatti negativi sulla comunità locale	<ul style="list-style-type: none"> Nel 2022 non sono state rilevate attività con impatti negativi sulla comunità locale.

VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI - DIRITTI UMANI		PARAGRAFO, NOTE
GRI 414-1	Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione sulla base di criteri sociali	<ul style="list-style-type: none"> Supply chain Tabella: Numero nuovi fornitori di prodotto valutati rispetto a parametri ambientali e sociali

POLITICA PUBBLICA - LOTTA ALLA CORRUZIONE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 415-1	Contributi politici	<ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2022 OVS non ha erogato contributi politici.

SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI - SALUTE E SICUREZZA DEL CONSUMATORE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 416-1	Valutazione degli impatti dei prodotti e servizi sulla salute e sicurezza dei clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotto e materiali
GRI 416-2	Casi di non conformità a regolamenti in materia di salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nel corso del 2022 OVS ci sono stati alcuni casi minori di non conformità a seguito dei quali OVS ha provveduto a ritirare il prodotto.</i>

MARKETING ED ETICHETTATURA - MARKETING RESPONSABILE		PARAGRAFO, NOTE
GRI 417-2	Casi di non conformità in relazione a informazione e etichettatura dei prodotti	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nel corso del 2022 OVS ci sono stati alcuni casi minori di non conformità a seguito dei quali OVS ha provveduto a ritirare il prodotto.</i>
GRI 417-3	Casi di non conformità in relazione a comunicazione di marketing	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nel corso del 2022 OVS non ha registrato episodi di non conformità in relazione a comunicazione di marketing.</i>

ATTESTAZIONE ESTERNA



Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del DLgs 30 dicembre 2016, n° 254 e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n° 20267 del gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione di OVS SpA

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n° 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n° 20267 del gennaio 2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("limited assurance engagement") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della OVS SpA e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 gennaio 2023 predisposta ai sensi dell'articolo 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 19 aprile 2023 (di seguito "DNF").

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "Nota metodologica e guida alla lettura" della DNF, richieste dall'articolo 8 del Regolamento (UE) 2020/852 del 18 giugno 2020.

Responsabilità degli amministratori e del collegio sindacale per la DNF

Gli amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

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

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

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

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

PricewaterhouseCoopers SpA

Sede legale: Milano 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 77851 Fax 02 7785240 Capitale Sociale Euro 6.900.000,00 i.v. C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 12979880155 Iscritta al n° 110644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: Ancona 60131 Via Sandro Totti 1 Tel. 071 2132311 - Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640211 - Bergamo 24121 Largo Belotti 5 Tel. 035 229691 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 051 6186211 - Brescia 25121 Viale Duca d'Aosta 28 Tel. 030 3697501 - Catania 95129 Corso Italia 302 Tel. 095 7332311 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081 36181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 872481 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 349737 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 275911 - Pescara 66127 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 085 4545711 - Roma 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 590231 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 555771 - Trento 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 - Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422 696011 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 - Udine 33100 Via Poscolle 43 Tel. 0432 25780 - Varese 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332 285039 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8253001 - Vicenza 36100 Piazza Pontelandolfo 9 Tel. 0444 393311

www.pwc.com/it



Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

Responsabilità della società di revisione

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

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

2 di 3



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

- 5 comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di OVS SpA e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF. Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:
 - a livello di gruppo,
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
 - per OVS SpA, con sede a Venezia-Mestre, che abbiamo selezionato sulla base della sua attività, del suo contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della sua ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo OVS relativa all'esercizio chiuso al 31 gennaio 2023 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

Le nostre conclusioni sulla DNF del Gruppo OVS non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "Nota metodologica e guida alla lettura" della stessa, richieste dall'articolo 8 del Regolamento (UE) 2020/852 del 18 giugno 2020.

Treviso, 10 maggio 2023

PricewaterhouseCoopers SpA

Alessandro Mazzetti
(Revisore legale)

3 di 3

SUSTAINABILITY-LINKED BOND

Ad ottobre 2021, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'emissione di un prestito obbligazionario sustainability-linked.⁶⁷

La finalità di questa operazione è stata quella di migliorare la struttura finanziaria del gruppo, ridurre il costo del debito, liberare risorse per attivare iniziative di innovazione tecnologica finalizzate al risparmio energetico tra le quali la realizzazione di pannelli fotovoltaici, la sostituzione di sistemi illuminanti con altri a minor dispersione di calore, la digitalizzazione dei sistemi di controllo e della gestione energetica dei negozi.

I KPI selezionati per il Sustainability-linked Bond sono allineati con il percorso di sostenibilità del Gruppo e rispecchiano i principali elementi inclusi nel Piano di Sostenibilità di OVS, tra cui:

Guidare la nostra catena di approvvigionamento verso obiettivi sostenibili con l'obiettivo di minimizzare gli impatti sociali lungo tutta la catena di fornitura.

Aumentare la sostenibilità dei negozi progettando e gestendo i punti vendita nel pieno rispetto dell'ambiente e delle persone, seguendo logiche di green design e di efficientamento energetico, e assicurando allo stesso tempo il benessere dei clienti.

Lotta al cambiamento climatico tramite iniziative di riduzione dell'impronta di carbonio e dell'impronta ambientale.

Nell'ambito dell'offerta sono state sottoscritte Obbligazioni per un ammontare complessivo pari a Euro 160.000.000; il tasso di interesse ed il rendimento annuo lordo delle Obbligazioni è pari al 2,25%, incrementato di un margine pari a massimi 0,25% annui successivo al mancato raggiungimento da parte di OVS di determinati obiettivi di performance di sostenibilità, o in caso di mancato reporting di OVS su tali indicatori.

Al fine di garantire agli investitori aggiornamenti pubblici sullo stato dell'arte di ciascun KPI, sui relativi obiettivi e su qualsiasi altro evento significativo occorso nel corso dell'anno, OVS pubblicherà annualmente un Sustainability-linked Bond Progress Report ("SLB Progress Report") incluso all'interno del Report di Sostenibilità annuale del Gruppo (o DNF) entro e non oltre 120 giorni dopo ogni anno fiscale (che termina il 31 gennaio).

Di seguito si riporta lo stato di avanzamento dei singoli KPI.

KPI 1: emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 relative al magazzino centrale, alla sede centrale e ai negozi a gestione diretta situati in Italia.

Scope 1+2



Tabella 61

Performance KPI1 2022 vs Baseline

EMISSIONI (TCO ₂ EQ)	BASELINE 2019	CURRENT YEAR	VARIAZIONE	TARGET 2024
SCOPE 1 + 2	12.147	9.876	-19%	-21 %

KPI 2: emissioni di gas serra Scope 3 relative a beni e servizi acquistati (materie prime, lavorazioni e imballaggi) e al trasporto e alla distribuzione upstream (limitatamente ai capi d'abbigliamento housebrand).

Scope 3

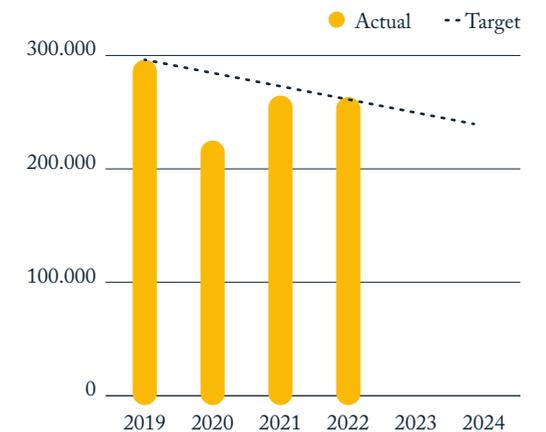


Tabella 62

Performance KPI2 2022 vs Baseline

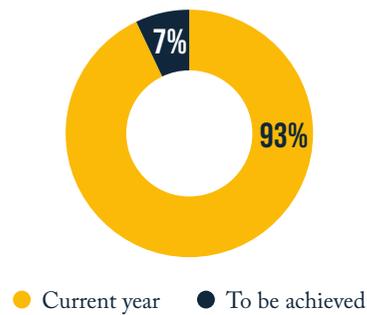
EMISSIONI (TCO ₂ EQ)	BASELINE 2019	CURRENT YEAR	DELTA VS 2019 (%)	TARGET 2024
SCOPE 3	295.909	261.861	-12%	-21 %

KPI 3: Percentuale del volume produttivo relativo a fornitori Tier1 di abbigliamento housebrand registrati su Higg e relativo volume produttivo verificato.

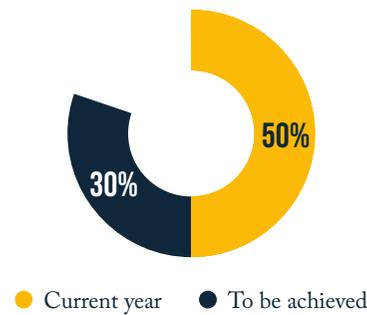
Tabella 63
Performance KPI3 2022

	BASELINE 2019	CURRENT YEAR	TARGET 2024
VOLUME PRODUTTIVO RELATIVO A FORNITORI DI ABBIGLIAMENTO HOUSEBRAND TIER 1 REGISTRATI SU HIGG	44%	93%	100%
VOLUME PRODUTTIVO DA FORNITORI VERIFICATI HIGG FEM + FSLM	1%	50%	80%

% Volume produttivo coperto da fornitori registrati su Higg



% Volume produttivo coperto da fornitori verificati su Higg



SPT 1: OVS si impegna a ridurre le proprie emissioni assolute di CO₂eq Scope 1 e 2 del 21% entro il 2024 rispetto all'anno fiscale di baseline 2019.

KPI 1: emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 relative al magazzino centrale, alla sede centrale e ai negozi a gestione diretta situati in Italia.

Il KPI1 presenta una riduzione del 19% rispetto alla baseline alla luce di una revisione metodologica, come argomentato al paragrafo "Revisione baseline 2019". Non considerando la suddetta revisione, la riduzione sarebbe stata del 50% rispetto alla baseline originaria di 19.749 tCO₂e.

Le emissioni scope 1 hanno avuto una riduzione del 22% rispetto allo scorso anno e del 30% rispetto alla baseline. Ciò è dovuto principalmente ai programmi di energy saving attuati in collaborazione con il personale del punto vendita e la progressiva eliminazione delle caldaie a gasolio e relativa sostituzione con sistemi più efficienti.

Inoltre, grazie agli interventi impiantistici presso i negozi è stato possibile monitorare i consumi e le performance in tempo reale e intervenire laddove necessario per eliminare sprechi energetici. Un contributo è arrivato anche dall'aggiornamento del parco auto con una minore quantità di emissioni per Km percorso.

Le emissioni Scope 2 sono in riduzione del 26% rispetto allo scorso anno e in aumento del 175% rispetto alla baseline del 2019, dovuta a una minor quota di Certificati di Garanzia di Origine acquistati. Va evidenziato che le emissioni hanno già registrato una quasi completa riduzione grazie all'acquisto di energia elettrica rinnovabile e rappresentano solo il 5% del KPI1, pertanto variazioni anche significative di tale grandezza non influenzano in modo rilevante la performance complessiva del SPT1. A dimostrazione di quanto argomentato evidenziamo che il KPI1 si è ridotto complessivamente del 19% rispetto alla baseline, registrando una performance migliore delle attese.

Tabella 64
Dettaglio performance KPI1 2022

EMISSIONI (TCO ₂ EQ)	BASELINE 2019	TARGET 2024	CURRENT YEAR	DELTA VS 2019 [%]
SCOPE 1	11.489		8.064	-30%
SCOPE 2	658		1.812	+175%
TOTALE	12.147	- 21 %	9.876	-19%

SPT 2: OVS si impegna a ridurre le proprie emissioni assolute di CO₂eq Scope 3 relative a “Beni e servizi acquistati” (materie prime, produzione di indumenti, produzione di imballaggi) e “Trasporto e distribuzione upstream” del 21% entro il 2024 rispetto all’anno fiscale di baseline 2019.

KPI 2: emissioni di gas serra Scope 3 relative a beni e servizi acquistati (materie prime, lavorazioni e imballaggi) e al trasporto e alla distribuzione upstream (limitatamente ai capi d’abbigliamento housebrand).

Le emissioni scope 3 hanno registrato una riduzione del 12% rispetto alla baseline, in linea con il piano nonostante una calendarizzazione degli acquisti nell’anno fiscale 2022 che ha anticipato alcune spedizioni di prodotto. La riduzione a parità è stata del 13%. Ciò è stato possibile grazie a un portafoglio di materie prime migliorato con una maggior selezione di materiali a ridotto impatto e alla riduzione dell’incidenza delle spedizioni via aerea.

Tabella 65

Dettaglio performance KPI2 2022

EMISSIONI (TCO ₂ EQ)	BASELINE 2019	TARGET 2024	CURRENT YEAR	DELTA VS 2019 (%)
BENI E SERVIZI ACQUISTATI	268.678		251.210	-7%
TRASPORTO E DISTRIBUZIONE UPSTREAM⁶⁸	27.231		10.651	-61%
TOTALE	295.909	- 21 %	261.861	-12%

SPT 3⁶⁹: OVS si impegna a coinvolgere il 100% dei suoi fornitori sulla piattaforma Higg e ad acquistare almeno l’80% del volume produttivo da fornitori Tier 1 con entrambi i moduli Higg FEM e FSLM verificati da una terza parte entro il 2024.

KPI 3: Percentuale del volume produttivo relativo a fornitori Tier1 di abbigliamento housebrand registrati su Higg e relativo volume produttivo verificato.

Nel 2021 il volume produttivo relativo ai fornitori di abbigliamento housebrand registrati su Higg è pari al 93%, in significativo aumento rispetto all’anno baseline. Tale incremento è stato possibile grazie alla politica di non accreditare nuovi

fornitori che non fossero utenti attivi della piattaforma e all’efficace programma di coinvolgimento attuato dagli Uffici Sourcing dislocati nei paesi produttivi.

Il volume produttivo verificato tramite Higg Facility Environmental Module (FEM) è pari al 71% e tramite Higg Facility Social and Labour Module (FSLM) è pari al 52%. Entrambi gli indicatori sono in significativo aumento grazie al costante presidio garantito dagli Uffici Sourcing e in linea con le previsioni. La differenza nelle performance del programma di verifica tra il modulo FEM e il modulo FSLM è dovuta al fatto che il secondo è stato avviato in un secondo momento rispetto al primo.

Tabella 66

Dettaglio performance KPI3 2022

	BASELINE 2019	CURRENT YEAR	TARGET 2024
VOLUME PRODUTTIVO RELATIVO A FORNITORI DI ABBIGLIAMENTO HOUSEBRAND TIER 1 REGISTRATI SU HIGG	44%	93%	100%
VOLUME PRODUTTIVO DA FORNITORE VERIFICATO HIGG FEM	27%	71%	80%
VOLUME PRODUTTIVO DA FORNITORE VERIFICATO HIGG FSLM	1%	52%	80%

NOTE

- 1 Nel presente documento quando scriviamo OVS facciamo riferimento al gruppo salvo specifico riferimento a uno dei brand.
- 2 Working Paper Roadmap to Net Zero: Delivering Science-Based Targets in the Apparel Sector, World Resources Institute, November 2021.
- 3 Cornell, S., Häyhä, T., and Palm, C. 2021. *A sustainable and resilient circular textiles and fashion industry: towards a circular economy that respects and responds to planetary priorities*. A Research Report by Stockholm University's Stockholm Resilience Centre for the Ellen MacArthur Foundation and H&M Group.
- 4 Per un approfondimento sui Better materials vedi "Prodotto e Materie prime" nella sezione "Dettagli" del presente documento.
- 5 Preferred Fiber & Materials Market Report 2022.
- 6 Escludendo cotone, lino, canapa e ramiè.
- 7 L'analisi è stata condotta su un campione di fornitori rappresentativo del 70% del volume produttivo.
- 8 Indagine Confindustria sul lavoro del 2022.
- 9 <https://www.wired.it/article/donne-stipendi-gender-pay-gap-europa-italia/#:~:text=Gender%20pay%20gap%2C%20ovvero%20la,arriva%20al%2012%2C7%25>
- 10 Per maggiori informazioni: sito web della Società www.ovscorporate.it, nella sezione Governance dove è disponibile la "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari".
- 11 Chiara Mio, docente presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, con consolidata esperienza in materia di sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa.
- 12 Si segnala che il punteggio BRM 2020 era per la parte Environmental 80,8% e per la parte Social 84,1%. La performance tuttavia non è confrontabile in quanto nel BRM 2021 OVS è stata sottoposta a valutazione sia come Brand sia come Retailer di prodotti di terzi. Nel BRM2020 invece, la valutazione è avvenuta solo a livello Brand in quanto la quota di business riferita al settore "marketplace" non era significativa.
- 13 Per l'individuazione delle categorie di stakeholder coinvolte si faccia riferimento al paragrafo Mappa degli Stakeholder.
- 14 Il grafico vuole essere una rappresentazione della catena del valore del Gruppo OVS e di tutte le fasi analizzate per l'individuazione degli impatti.
- 15 Si precisa che l'ordine con cui sono riportati i temi materiali e i relativi impatti non coincide con la loro significatività.
- 16 Si veda nota precedente.
- 17 L'approccio implementato da OVS è in linea con quanto previsto dai principi della "Doppia materialità" prevista dalla proposta di Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), a seguito del processo di revisione della Non-Financial Reporting Directive (NFRD).
- 18 Il livello di priorità è stato calcolato come media tra la significatività interna e quella esterna.
- 19 È stato valutato anche lo scenario macro economico e geopolitico attuale, influenzato dalla guerra Ucraina – Russia, che potrebbe condizionare gli impatti interni legati all'incertezza nell'approvvigionamento delle materie prime e quelli esterni correlati ad un potenziale peggioramento delle emissioni di CO₂ dovuto alla crisi energetica causata dal conflitto.
- 20 Si veda nota precedente.
- 21 Il Gruppo ha dato avvio al processo di analisi e raccolta dei dati e delle informazioni relative all'indicatore GRI 207-4 "Rendicontazione Paese per paese" per cui verrà fornita disclosure nelle prossime rendicontazioni.
- 22 Come reati tributari sono inclusi: dichiarazione fraudolenta mediante altri artifici, dichiarazione infedele od omessa dichiarazione; emissione di fatture o altri documenti per operazioni inesistenti, come anche occultamento o distruzione di documenti contabili, indebita compensazione o sottrazione fraudolenta al pagamento di imposte.
- 23 Si considerano fornitori locali, società con sede in Italia o nell'Unione Europea. Si considerano acquisti "Non merce" le spese per beni e servizi accessori non riferibili al prodotto (es: consulenze, locazioni, arredi, ecc).
- 24 Il dato non include i paesi extra UE, tale perimetro di rendicontazione rappresenta oltre il 95% dei costi totali del Gruppo OVS.
- 25 I dati riportati fanno riferimento solo ad OVS.
- 26 A seguito del colpo di stato, avvenuto a febbraio del 2021, le condizioni di stabilità del Paese sono state significativamente compromesse, rendendo complesso il sistema di controllo dei fornitori, per tale ragione, OVS ha scelto di razionalizzare la sua presenza nel Paese mantenendo attive le sole collaborazioni che garantivano delle buone performance ambientali e sociali.
- 27 Le percentuali relative a Higg fanno riferimento al perimetro utilizzato per il Sustainability-Linked Bond.
- 28 Si segnala che l'integrazione delle richieste legate al genere del GRI 2.7 sui 'Dipendenti' verranno rendicontate in seguito all'aggiornamento dei sistemi informativi aziendali.
- 29 Con l'obiettivo di fornire una miglior visione della distribuzione della popolazione aziendale, sono state introdotte nuove fasce di età più rappresentative.
- 30 Con l'obiettivo di fornire una miglior visione della distribuzione della popolazione aziendale, sono state introdotte nuove fasce di età più rappresentative, attualmente ancora non rendicontabili dalle società estere.
- 31 Per calcolare il turnover in entrata e il turnover in uscita, il numero di dipendenti assunti/cessati viene rapportato al numero totale di dipendenti, con relativo dettaglio per tipologia contrattuale, fascia d'età e genere.
- 32 Per calcolare il turnover in entrata e il turnover in uscita, il numero di dipendenti assunti/cessati viene rapportato al numero totale di dipendenti, con relativo dettaglio per tipologia contrattuale, fascia d'età e genere.
- 33 Il dato non include le società estere, tale perimetro di rendicontazione rappresenta il 95% circa dei dipendenti del Gruppo OVS al 31.12.2023.
- 34 In generale la formazione si è concentrata sul personale a tempo indeterminato, per tale ragione il calcolo delle ore medie suddiviso per categoria professionale non include il personale a tempo determinato in Italia.
- 35 Il dato non include le società estere per le quali il dato non risulta statisticamente rilevante. Il perimetro di rendicontazione rappresenta comunque il 95% dei dipendenti del Gruppo OVS al 31/01/2023.
- 36 Il dato non include le società estere per le quali sono state condotte delle valutazioni di rischio che hanno decretato un livello di rischio, in ambito salute e sicurezza, basso. Tale perimetro di rendicontazione rappresenta il 95% circa dei dipendenti del Gruppo OVS al 31.12.2023.
- 37 Si considera infortunio 'grave', come definito da Standard GRI, un infortunio che comporta un'assenza pari o superiore a 180 giorni.
- 38 Il dato non include le società estere. Tale perimetro di rendicontazione rappresenta il 95% circa dei dipendenti del Gruppo OVS al 31.12.2023.
- 39 Per consumi diretti si intendono consumi energetici derivanti da contratti di fornitura intestati a società del Gruppo. I consumi indiretti derivano da contratti intestati a terze parti (tipicamente centri commerciali) che sono successivamente riaddebitati a OVS. Su tali consumi OVS non esercita un controllo operativo, ma vengono comunque rappresentati per completezza di informazione.
- 40 Nel calcolo dei consumi pro-capite, si rapportano i consumi rilevati nell'anno solare con il personale al 31/01/2023. Inoltre, si segnala che dalla tabella sono esclusi i consumi di combustibili fossili per autotrazione che sono riportati separatamente in seguito.
- 41 Il dato relativo ai consumi di energia elettrica dei punti vendita nel 2021 è stato rettificato per un errore di calcolo.
- 42 Nel calcolo dei consumi pro-capite, si rapportano i consumi rilevati nell'anno solare con il personale al 31/01/2023. Nel perimetro estero, i consumi di energia sono tutti derivanti da contratti di fornitura intestati alle società del gruppo.
- 43 Comprende la quota di produzione dell'impianto presso il deposito
- 44 Per il calcolo delle emissioni CO₂e è stato utilizzato il fattore DEFRA 2022

- 45 I dati relativi al 2021 sono stati rettificati per via della revisione metodologica descritta alla sezione “Revisione Baseline 2019”.
- 46 Per il calcolo delle emissioni CO₂ sono stati utilizzati i fattori AIB 2021, DEFRA 2022 e ISPRA 2022.
- 47 Per il calcolo delle emissioni CO₂ sono stati utilizzati i fattori AIB 2021 e TERNA 2019.
- 48 Gli obiettivi di riduzione delle emissioni della categoria “Beni e servizi acquistati” sono focalizzati sui prodotti di abbigliamento house-brand che nel 2022 rappresentano l’83% delle emissioni della categoria. Sono pertanto escluse le emissioni da prodotti sviluppati da marchi terzi o non afferenti la categoria abbigliamento (cosmesi, arredo casa, ecc) e i materiali di allestimento negozi.
- 49 Gli obiettivi di riduzione delle emissioni della categoria “Trasporto e distribuzione upstream”.
- 50 Con acqua dolce si intende acqua contenente ≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali.
- 51 Per un guasto al contatore della sede, i consumi del 2022 sono stati stimati sulla base della media di consumo per persona presso la sede rilevata nel 2021 e applicata all’organico permanente del 2022.
- 52 Per l’analisi delle aree soggette a stress idrico è stato utilizzato lo strumento del WRI, disponibile online alla pagina web: <https://www.wri.org/our-work/project/aqueduct> e sono stati tenuti in considerazione i risultati emersi nella colonna “baseline water stress”.
- 53 Si segnala che i dati relativi ai rifiuti fanno riferimento al perimetro italiano e includono il deposito di Pontenure.
- 54 Per quest’anno il dato non è pervenuto dal fornitore, ma stimiamo essere in linea con quello dello scorso anno.
- 55 Vedi nota precedente.
- 56 In questa voce vengono rendicontati vecchi estintori il cui ritiro è stato fatto in via eccezionale.
- 57 In questa voce vengono rendicontati dei residui di rifiuti di cantiere.
- 58 A differenza del 2021, nel 2022 i DPI sono stati smaltiti correttamente nella raccolta indifferenziata.
- 59 In questa voce vengono rendicontati articoli di profumeria, come smalti e profumi, che contengono sostanze infiammabili.
- 60 In questa voce vengono rendicontati filtri derivanti da condizionatori il cui ritiro è stato fatto in via eccezionale.
- 61 In questa voce vengono rendicontati contenitori con residui di vernice.
- 62 I dati riportati sono stimati a partire dal peso di ciascun prodotto ordinato.
- 63 Per l’anno di rendicontazione 2021 era richiesto alle aziende di pubblicare esclusivamente le attività economiche ammissibili secondo la Tassonomia con riferimento agli obiettivi climatici
- 64 Final Report on Minimum Safeguards, ottobre 2022.
- 65 Chiarimento fornito dalla Commission Notice 2022/C 385/01 di Ottobre 2022 - “Commission Notice on the interpretation of certain legal provisions of the Disclosures Delegated Act under Article 8 of EU Taxonomy Regulation on the reporting of eligible economic activities and assets”.
- 66 Per il dettaglio si veda il paragrafo ‘Enterprise Risk Management e Gestione dei Rischi non Finanziari’.
- 67 Il Sustainability Linked Bond è allineato con Sustainability Bond Principles stabiliti da ICMA – International Capital Markets Association.
- 68 Si evidenzia che nella categoria di Trasporto e Distribuzione Upstream, a differenza di quanto riportato in Tabella 47 della DNF, per quanto riguarda il SPT2 non sono incluse le emissioni dei trasporti verso punto vendita pari a 2.053 tCO₂e nell’anno baseline e a 4.444 tCO₂e nel 2022.
- 69 Il dato si riferisce al 100% del volume produttivo.



Concept creativo e design

Arkage

www.arkage.it

Analisi, contenuti e
progetto di comunicazione

Nativa

www.nativab.com

Queste due aziende sono
certificate B Corp

Certified



Corporation

OVS



OVSCORPORATE.IT

Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (ai sensi del D.Lgs. 254/2016)