

zucchigroup

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

Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario relativa all'esercizio **2022** redatta ai sensi del D.Lgs. n. 254/2016

Il presente documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 28.04.2023, è messo a disposizione del pubblico presso la sede della società, sul sito internet della Società www.gruppozucchi.com, nonché presso il meccanismo di stoccaggio centralizzato "1Info" gestito da Computershare (www.1info.it) in data 15.05.2023.

GRUPPO ZUCCHI

**DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO RELATIVA
ALL'ESERCIZIO 2022 REDATTA AI SENSI DEL D. LGS. N. 254/2016**

INDICE

Introduzione metodologica.....	3
CAPITOLO 1. PROFILO E MODELLO DI BUSINESS DEL GRUPPO ZUCCHI	6
1.1 Chi Siamo	6
1.2 Storia	11
1.3 I nostri Brand, i nostri valori	11
1.4 Il modello di business del Gruppo Zucchi	13
1.5 Principali linee strategiche perseguite dal Gruppo	18
1.6 Gestione dei rischi	19
1.6.1 Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi.....	23
CAPITOLO 2. MATERIALITÀ E TEMI RILEVANTI DI CARATTERE NON FINANZIARIO	25
2.1 Analisi di materialità	25
2.2 Gli Stakeholder del Gruppo Zucchi	33
2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento.....	35
CAPITOLO 3. GOVERNANCE E LOTTA ALLA CORRUZIONE	37
3.1 Corporate Governance	37
3.2 Lotta alla corruzione.....	39
3.3 Approccio alla Fiscalità	42
CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO	43
4.1 Le nostre persone	43
4.2 Formazione e sviluppo	46
4.3 Salute e sicurezza sul lavoro	49
4.4 Relazioni industriali.....	55
4.4.1 I principali eventi del 2021 in materia di relazioni industriali.....	55
4.5 Diversità e Pari opportunità.....	55
CAPITOLO 5. DIRITTI UMANI E CATENA DI FORNITURA	53
5.1 Tutela dei diritti umani.....	54
5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili.....	55
5.3 Selezione dei fornitori.....	60
CAPITOLO 6. ASPETTI AMBIENTALI	57
6.1 Energia.....	58
6.2 Emissioni.....	62
6.3 Gestione dei rifiuti.....	62
6.4 Progetti per sviluppare iniziative con impatto ambientale positivo	66
6.5 Informazioni richieste dall'art. 8 del Regolamento Europeo 2020/852.....	70
CAPITOLO 7. ASPETTI SOCIALI	77
7.1.1 Qualità e sicurezza dei prodotti	77
7.1.2 Etichettatura	78
7.1.3 Tutela della privacy e dei dati.....	79
7.2 Relazioni con la comunità.....	80

CAPITOLO 8. TAVOLA DEI CONTENUTI GRI STANDARDS	82
CAPITOLO 9. RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE	87

Introduzione metodologica

La Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria (DNF) 2022 del Gruppo Zucchi (di seguito anche “il Gruppo”) risponde agli obblighi informativi introdotti dal Decreto Legislativo 254/2016 (di seguito anche “il Decreto”) inerente all’attuazione della Direttiva 2014/95/UE, che disciplina le informazioni di carattere non finanziario che le imprese di grandi dimensioni sono chiamate a divulgare per ogni esercizio finanziario, a partire da quello del 2017.

La presente Dichiarazione, nel rispondere agli obblighi imposti dal Decreto, accresce la trasparenza e l’accountability del Gruppo Zucchi, favorendo la comprensione delle sue attività, del suo andamento e dei suoi impatti rispetto alle tematiche ambientali, sociali, relative al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione. Tali tematiche sono oggetto di informativa al pubblico da parte del Gruppo a partire dall’anno 2017.

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

Periodo di reporting e perimetro delle entità incluse nella DNF

Il presente documento rappresenta la sesta Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario predisposta dal Gruppo Zucchi e contiene informazioni, attività e risultati riferiti al periodo temporale compreso tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022. Allo stesso modo, i temi trattati sono presenti assicurando, ove possibile, un confronto con il biennio precedente al fine di consentire a tutti gli Stakeholders del Gruppo Zucchi una comparazione delle performance nel tempo.

Il perimetro di rendicontazione della presente DNF include la capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A. e le società controllate operative che svolgono attività commerciale: Bassetti Espanola S.A. (Spagna), Bassetti Deutschland G.m.b.H. (Germania), Bassetti Schweiz AG (Svizzera). A partire da quest’anno nella presente dichiarazione verranno considerati anche i dati relativi alla Zuckids srl relativi al mercato Italiano e Francese e Basitalia Srl, mentre non saranno considerati i dati ambientali per la Bassetti Espanola, Bassetti Deutschland e Bassetti Schweiz in quanto il business é caratterizzato al 58% da canali di vendita indiretti.

Non sono invece state considerate (i) Zucchi S.A., Ta Tria Epsilon Bianca S.A., Mascioni USA Inc. e Intesa Srl, in quanto attualmente inattive.

Pertanto, pur rientrando nell’area di consolidamento del bilancio consolidato del Gruppo, l’impatto di tali società è stato ritenuto non significativo ai fini della rendicontazione della DNF dell’anno corrente.

Inoltre, i dati e le informazioni della Dichiarazione non Finanziaria consolidata non includono i dati del Groupe Descamps, in quanto è entrato a far parte del Gruppo in data 22.07.2022. Fatta eccezione per i valori economici che invece rispecchiano il perimetro consolidato.

La rendicontazione riguarda in particolare:

Italia	Sede di Rescaldina (MI) Stabilimento di Cuggiono (MI) 46 Punti Vendita a gestione Diretta 13 Punti Vendita a gestione indiretta
Germania	Sede di Oberhaching Stabilimento di Cuggiono (MI) 10 Punti Vendita a gestione Diretta 57 Punti Vendita a gestione indiretta
Svizzera	Filiale di Lugano 5 Punti Vendita a gestione Diretta 56 Punti Vendita a gestione Indiretta
Spagna	Filiale di Barcellona 20 Punti Vendita a gestione Indiretta

ZUCKIDS

Italia	Sede di Rescaldina (MI) 34 Punti Vendita a gestione Diretta, a fine 2021 erano 45, 7 sono stati chiusi nel corso del 2022 e 4 sono stati ceduti Tavernola, Lentate sul Seveso, Chivasso e Castelletto Ticino.
Francia	Filiale Francia 10 Punti vendita a gestione Diretta

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

Standard di riferimento e metodologia di rendicontazione

La Dichiarazione Non Finanziaria è stata redatta secondo l'opzione "with reference to" prevista dal Global Reporting Initiative Sustainability reporting Standards (nel seguito GRI Standards), standard internazionale per la rendicontazione delle performance di sostenibilità. Tale scelta si è basata su valutazioni in merito alla rilevanza dei temi da includere nell'informativa e a considerazioni di carattere operativo sul grado di disponibilità delle informazioni afferenti ai temi del decreto. In particolare, sono stati selezionati, all'interno dei GRI standards, come meglio descritto di seguito, i contenuti idonei per adempiere agli obblighi di informativa imposti dal Decreto e illustrate nella "Tavola dei contenuti GRI STANDARDS" riportata al capitolo 8 della presente DNF.

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

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

- rilevanza, per fornire informazioni pertinenti, significative rispetto all'operatività aziendale e di maggiore interesse per l'organizzazione e per gli stakeholder;
- chiarezza, completezza ed equilibrio, per fornire una rappresentazione veritiera, chiara e comprensibile delle caratteristiche dell'azienda, delle sue strategie e dell'impatto delle sue attività;
- affidabilità e correttezza, per fornire dati e informazioni coerenti, utili e attendibili.

Processo di reporting

Il 2022 è il sesto esercizio di rendicontazione delle informazioni non finanziarie ai sensi del D. Lgs. 254/2016.

La Vincenzo Zucchi S.p.A. ha impiegato massimo impegno e risorse per migliorare i processi di raccolta e verifica delle informazioni.

Verifica di conformità da parte del revisore delegato

La DNF del Gruppo Zucchi per l'esercizio 2022 è sottoposta ad esame limitato ("Limited Assurance Engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di BDO Italia S.p.A.

La relazione che descrive le procedure svolte e le relative conclusioni è disponibile al capitolo 9.

La limited assurance, coerentemente con le interpretazioni normative vigenti, non riguarda le informazioni e i dati afferenti la Tassonomia UE ovvero le richieste dell'art. 8 del Regolamento UE 2020/852, da noi fornite nella nota 6.5 "Informazioni richieste dall'art. 8 del Regolamento europeo 2020/852".

1.1 Chi siamo

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

È il più grande Gruppo italiano del tessile per la casa, un riferimento in ambito internazionale nella produzione e distribuzione di biancheria. Il Gruppo vanta attrezzature tecniche d'avanguardia, efficienti reti di vendita, i due marchi leader di settore in Italia (Zucchi e Bassetti) e una serie di firme in licenza che ne completano l'offerta. Persegue una costante politica d'innovazione e i suoi prodotti si contraddistinguono per un elevato contenuto di design e per il posizionamento nelle fasce media e medio-alta del mercato. Distribuisce i suoi prodotti in migliaia di punti vendita nei mercati europei e nel mondo con CIRCA 1.650 clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente, disponendo di negozi di proprietà o in franchising e di corner nei più qualificati department stores.

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

Il Gruppo si caratterizza per i seguenti punti di forza:

1. Marchi e Licenze

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

2. Ampiezza, profondità e qualità dell'offerta

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

3. Capillare rete distributiva

L'elevato numero di punti vendita monomarca, oltre a costituire una rete distributiva efficiente e capillare, gioca un ruolo fondamentale nell'ambito della comunicazione e del posizionamento dei marchi del Gruppo. Al fine di garantire un'elevata fruibilità dei marchi stessi, nonché di mantenere quote di mercato rilevanti, i marchi del Gruppo sono distribuiti inoltre su gran parte dei canali distributivi specializzati e generalisti seppur con una grande attenzione al posizionamento degli stessi.

4. Presenza internazionale

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

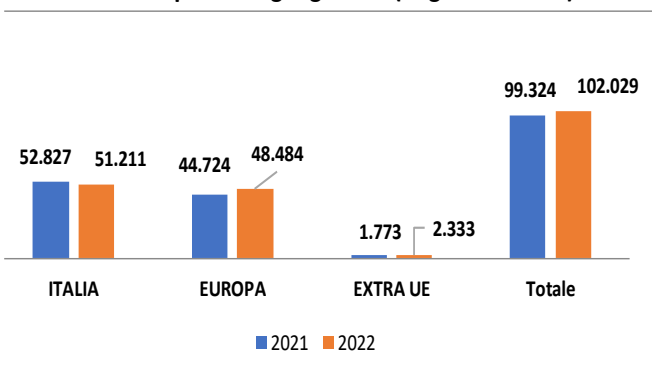
Il Gruppo è presente in 20 paesi: Germania, Svizzera, Spagna, Francia, Regno Unito, Grecia, Finlandia, Svezia, Norvegia, Russia, Romania, Estonia, Hong Kong, Taiwan, Corea del Sud, Cina, Singapore, Slovenia, Moldavia, Ucraina.

5. Flessibilità operativa

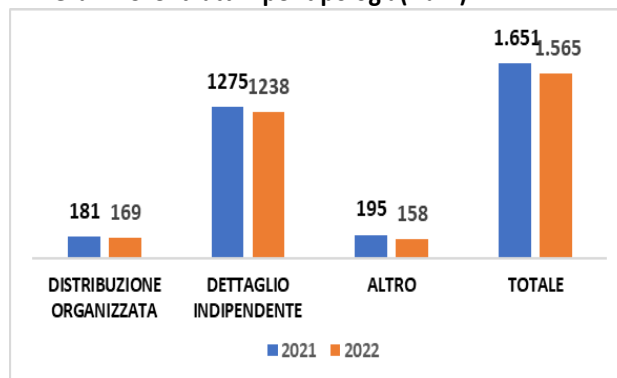
Il modello di *business*, con una produzione prevalentemente in *outsourcing*, ma con il presidio delle fasi di produzione e logistica che garantiscono qualità e servizio elevati, unitamente ad un efficiente sistema informativo e di controllo, garantisce un'elevata flessibilità operativa ed un livello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

Al 31 dicembre 2022 il Gruppo Zucchi conta 643 dipendenti, ha un fatturato pari a 102,03 milioni di euro e ha un portafoglio di circa 1.565¹ clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente (B2B). È presente nei mercati internazionali attraverso 105 punti vendita a gestione diretta (DOS – Directly Operated Store), 146 negozi in franchising (FOS – Franchising Operated Store).

Graf.1-Vendite per area geografica (migliaia di euro)



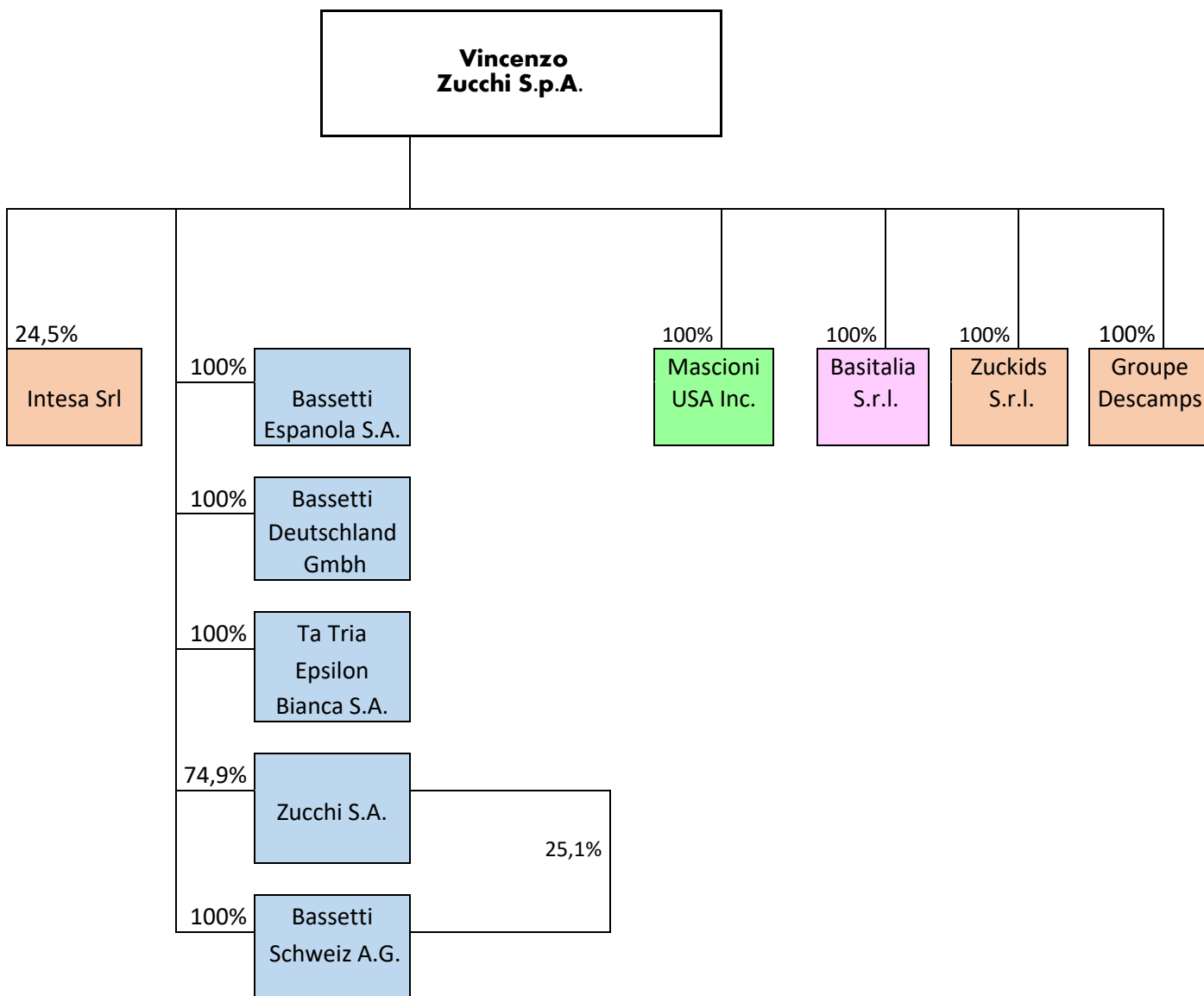
Graf.2-Clienti attivi per tipologia(Num)



*In questi grafici non è compreso il fatturato del Groupe Descamps.

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

Al 31 dicembre 2022 la struttura societaria del Gruppo Zucchi si presenta come raffigurata di seguito.



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

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

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

Tab.1 - Valore generato e distribuito da Zucchi

<i>Migliaia di Euro</i>	2021	2022
Costi operativi	77.963	94.938
Valore distribuito ai dipendenti	21.344	26.255
Valore distribuito ai fornitori di capitale	1.854	2.337
Valore distribuito alla P.A.	2.044	2.533
Valore economico distribuito	103.205	126.063
Valore economico trattenuto totale	5.312	3.726
Valore economico generato	108.517	129.789

Il valore economico generato nel 2022, al netto delle variazioni delle rimanenze finali consuntiva un incremento di 20,4 milioni di euro, pari al 18,9%, da riferirsi principalmente all'incremento di fatturato pari al 14,6%.

Si segnala che l'incremento delle vendite è da riferire al fatturato della controllata Basitalia entrata a pieno regime nel 2022 e della nuova controllata Descamps acquisita in data 22.07.2022.

Al netto del consolidamento del Gruppo Descamps l'incremento sarebbe stato pari al 5%.

L'aumento dei "costi operativi", al netto dell'acquisizione Descamps, è dovuto soprattutto agli investimenti effettuati sui nuovi negozi e all'incremento dei costi energetici a seguito dalla guerra in corso Russia-Ucraina, in particolare nell'ultimo trimestre dell'esercizio.

Storia

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

1920	Vincenzo Zucchi inizia, con un socio, l'attività nel settore tessile, rilevando la tessitura di Casorezzo (MI).
1940	Nasce la Vincenzo Zucchi (ditta individuale).
1953	La ditta individuale diventa una S.p.A. e Rolando e Giordano Zucchi assumono il ruolo di Amministratori Delegati.
1962	Viene stipulato un accordo con la società inglese Vantona per la produzione in Italia dei copriletto in ciniglia e contestualmente viene costituita la società Everwear Zucchi S.p.A.
Anni '60/'70	Acquisizioni di alcune società italiane ed estere, tra cui B.C.A. F.lli Tosi, l'unità produttiva sita in Urago (BS) (dove viene installata la produzione della società Everwear Zucchi S.p.A.) e la società Manspugna (specializzata nella produzione di spugna unita idrofila).
1982	Le azioni di Zucchi sono quotate presso Borsa Italiana.
1986	Viene acquisita sia la società Bassetti, attiva nel mercato della biancheria per la casa e le cui azioni nel 1989 sono ammesse alla negoziazione sul mercato regolamentato gestito da Borsa Italiana, sia Eliolona S.p.A.. A seguito di tali acquisizioni Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo di Standardtela S.p.A., società anch'essa operante nel settore tessile che a sua volta controlla Standardtre S.r.l..
1988	Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo indiretto, tramite Bassetti S.p.A., di Mascioni S.p.A. e della società francese Béra SA.
1992 e 1997	Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo indiretto, tramite Bassetti S.p.A., rispettivamente di Jalla SAS e Descamps SAS.
1997	Viene costituita una joint venture a partecipazioni paritetiche con il gruppo indiano Welspun, per la produzione di accappatoi in spugna.
2001	Hanno luogo la cessione del ramo d'azienda di Bassetti in un veicolo di nuova costituzione e la fusione per incorporazione di Bassetti in Zucchi con conseguente revoca dalla quotazione delle azioni di Bassetti. Successivamente a tale fusione per incorporazione, il veicolo di nuova costituzione viene ridenominato Bassetti S.p.A..
Dal 2005	Inizia un processo di razionalizzazione industriale e societaria del Gruppo.
2006	Incorporazione di Bassetti e Standartela nella capogruppo Vincenzo Zucchi.
2011	Nell'ambito della procedura di ristrutturazione della controllata francese Descamps SAS, in data 9 febbraio 2011 si è perfezionata la cessione dell'80% del capitale sociale di Descamps.
2014	Viene formalizzata la cessione della partecipazione nel capitale della Welspun Zucchi Textile Limited.
apr-15	Vincenzo Zucchi S.p.A. deposita, presso il Tribunale competente, la domanda di ammissione alla procedura ex art. 161, sesto comma, R.D. 267/1942 beneficiando degli effetti protettivi del patrimonio previsti dalla normativa applicabile e consentire alla Vincenzo Zucchi S.p.A. di proseguire, in piena continuità, nella propria attività commerciale, nell'interesse della propria clientela e del mercato, focalizzandosi anche sul processo di definizione dell'accordo di ristrutturazione dei debiti.
ott-15	Vincenzo Zucchi S.p.A. perfeziona il trasferimento a PHI Fund II F.C.R. DE REGIMEN SIMPLIFICADO, fondo gestito da PHI Asset Management Partners, SGEGR, S.A., dell'intera partecipazione detenuta nella controllata Mascioni S.p.A..
dic-15	Vincenzo Zucchi S.p.A. sottoscrive un accordo di ristrutturazione del debito bancario basato sul piano industriale 2015-2020.
2016-2019	Prosegue l'implementazione del piano industriale di cui all'accordo di ristrutturazione
2020	Chiusura piano ristrutturazione 13.10.2020 e acquisizione a fine Novembre 2020 negozi in Italia e Francia dalla catena Kidiliz

2021 Trasformazione di tutti i punti vendita Zuckids Francia in Descamps e tutti i negozi Zuckids Italia in Bassetti Home Innovation.

2022 In data 22.07.2022 è entrata a far parte del gruppo la collegata Francese Groupe Descamps SAS

1.2 I nostri Brand, i nostri valori

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

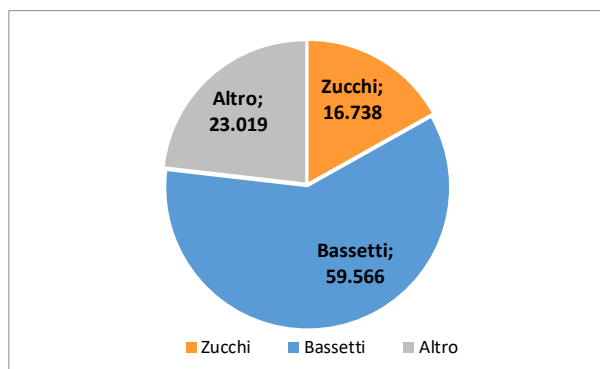
I marchi del Gruppo e i loro valori sono da sempre intimamente legati. Essi esprimono l'amore per la bellezza e la sfida dell'innovazione.

Inoltre, il Gruppo vende e commercializza articoli di biancheria per la casa a marchio Zucchi e Bassetti e con marchi e brand² anche differenti dai propri. Per questi ultimi è in essere un contratto di licenza.

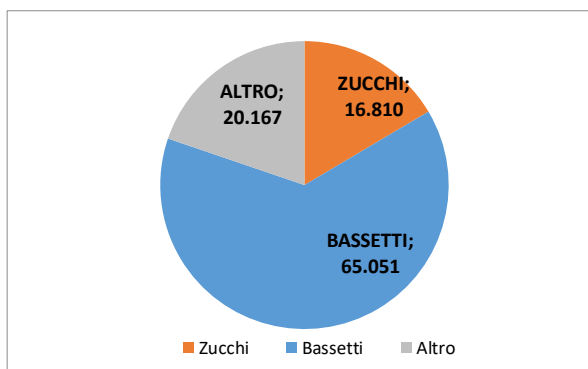


² Brands: Zucchi Collection, Zapping, Solutuo Zucchi, Easy Chic Zucchi, Clic Clac Zucchi, Imagine Bassetti, Granfoulard Bassetti, Life Bassetti, Pop Color Bassetti, Il Piumone Bassetti, Licenze: Laura Ashley, Pantone Universe, Marvel e Star Wars.

Graf.3 - Vendite 2021 per marchio
(migliaia di euro - %)



Graf.4 - Vendite 2022 per marchio (migliaia di euro - %)



*In questi grafici non è compreso il fatturato del Groupe Descamps.

Bassetti

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

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

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

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

Zucchi

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

Ancora oggi Zucchi parte dai valori intrinseci che da sempre caratterizzano il DNA della marca. Riconferma il valore della qualità che ha guidato fino ad oggi il suo percorso con un'attenzione ai dettagli, alla materialità e all'artigianalità delle proposte interpretate in chiave contemporanea, riconfermando un orientamento sempre più marcato al design. Raffinata e sofisticata, la marca Zucchi propone collezioni che esprimono il calore, l'unicità e l'eleganza di uno stile ricercato, dove la tradizione incontra la contemporaneità creando tendenza, grazie all'introduzione di tendenze moda e di scelte stilistiche moderne e attuali nello sviluppo dei prodotti.

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

1.3 Il modello di business del Gruppo Zucchi

Prodotto

➤ *Ricerca e sviluppo*

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

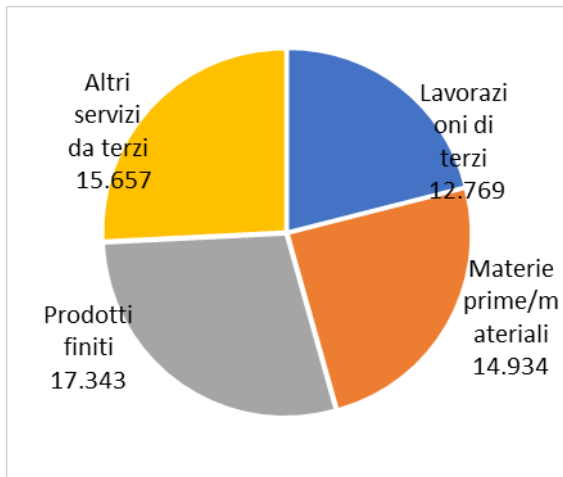
➤ *Sourcing*

La gestione della catena di fornitura rappresenta un aspetto chiave per le attività di business del Gruppo Zucchi, ancora più a seguito della ristrutturazione e del piano industriale chiuso il 13 Ottobre 2020. A tal riguardo, il Gruppo Zucchi ha dato grande rilievo all'opportunità di costruire rapporti di collaborazione e partnership di lungo periodo con i propri fornitori, strategia che si è riflessa, già a partire dall'esercizio 2016 nei risultati economici.

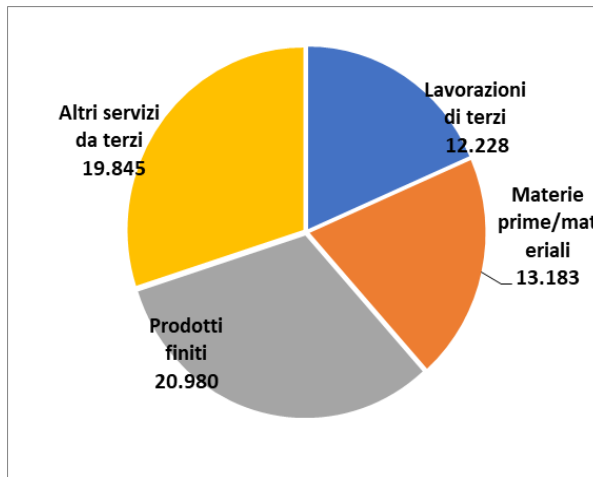
La società ha in essere un processo di selezione dei nuovi fornitori, che si articola su principi e criteri di qualità, competitività dei prodotti offerti e trasparenza nonché sul rispetto di principi sociali ed etici.

Nel 2022 gli acquisti della Capogruppo ammontano a 66.236 migliaia di euro e sono così ripartiti:

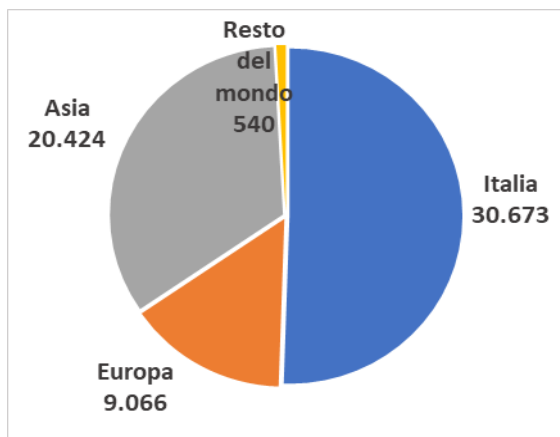
Graf.5 - Forniture 2021 per tipologia (€/000)



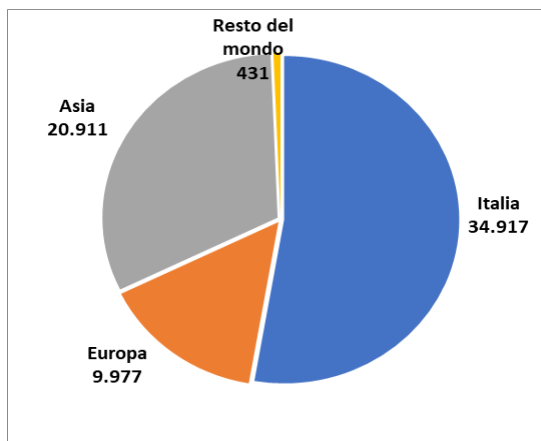
Graf.6 - Forniture 2022 per tipologia (€/000)



Graf.7 - Forniture 2021 per area geografica (€/000)

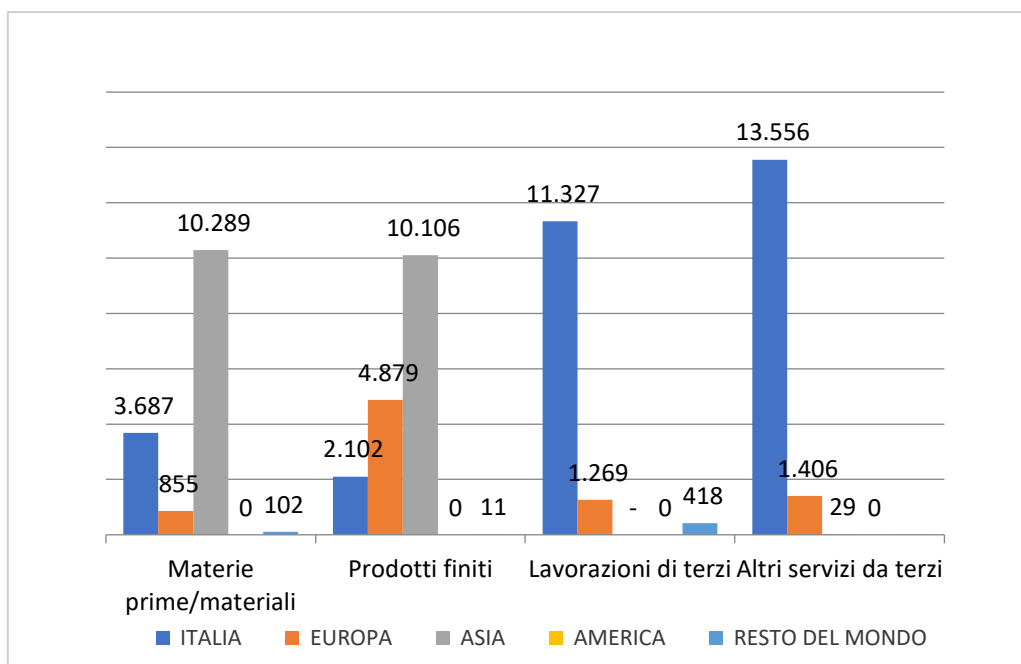


Graf.8 - Forniture 2022 per area geografica (€/000)

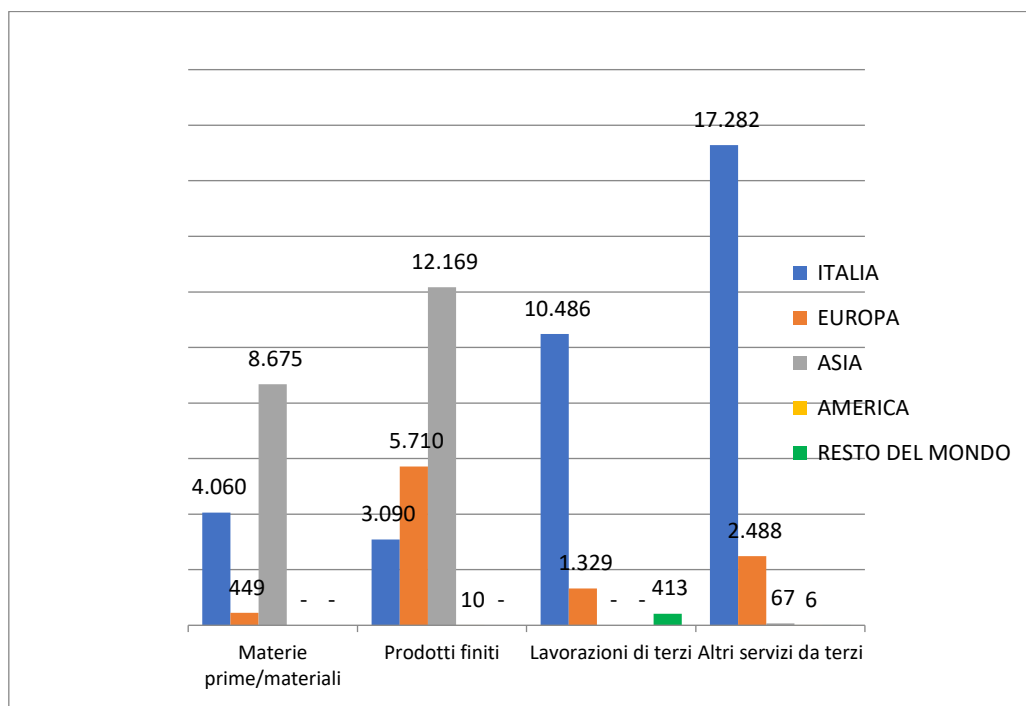


Come per gli anni precedenti anche nel 2022 la tendenza è quella di rivolgersi a fornitori di materie prime/materiali localizzati per la maggior parte in Asia (66 %), come pure i fornitori di prodotti finiti (58%), mentre i fornitori di lavorazioni conto terzi sono localizzati in maniera prevalente in Italia (87%).

Graf.9 - Suddivisione forniture 2021 per area geografica/tipologia (€/000)



Graf.10 - Suddivisione forniture 2022 per area geografica/tipologia €/1000



➤ *Produzione*

Le attività di realizzazione del capo finito sono state esternalizzate quasi per intero a partire dal 2006. Attualmente quasi la totalità dei fornitori impiegati per la produzione di materie prime/materiali e prodotti finiti è localizzata in Asia per un totale di 8.675 migliaia di euro e in Italia per 4.060 migliaia di euro.

Store

➤ *Ricerca e sviluppo*

La società aveva attribuito nel corso del 2017 un incarico per la realizzazione di un nuovo concept in grado di supportare il riposizionamento dei marchi, in particolare sui negozi Zuckids Italia e Francia nel corso del 2022 è stato rivisto il concept degli store adeguandoli al business in continuo cambiamento.

Logistica

➤ *La logistica nel Gruppo Zucchi*

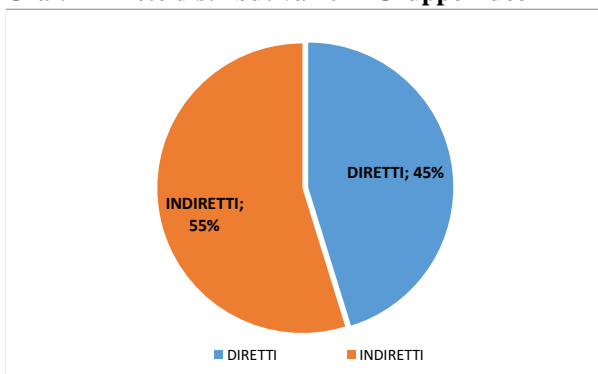
Il modello logistico di Gruppo si è evoluto per garantire un servizio customizzato sulle esigenze del punto vendita/cliente, in grado di garantire un maggior livello di tracciabilità dei prodotti.

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

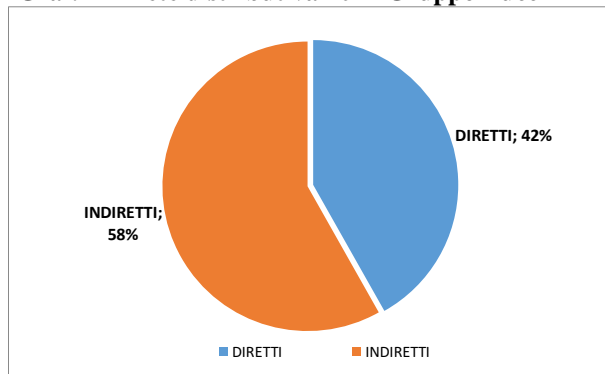
Nell'ambito della gestione dei processi logistici, non sussistono politiche praticate aventi obiettivi diretti di miglioramento dei profili di sostenibilità né allo stato attuale sono previste azioni dirette tese al contenimento degli impatti ambientali.

Distribuzione

Graf.11 - Rete distributiva 2021 Gruppo Zucchi



Graf.12 - Rete distributiva 2022 Gruppo Zucchi



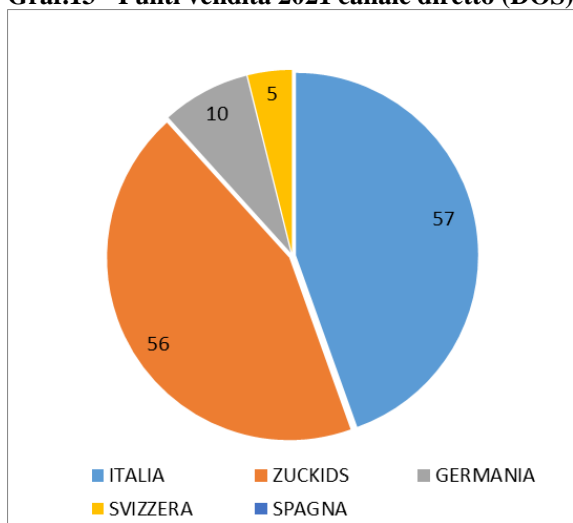
A livello operativo il Gruppo ha strutturato nel tempo la propria rete di vendita in tre tipologie di canali.

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

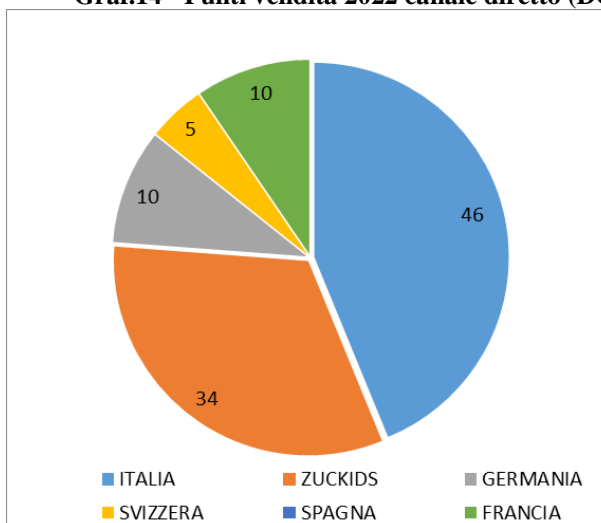
Nel 2022 la rete commerciale conta 251 negozi suddivisi tra:

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

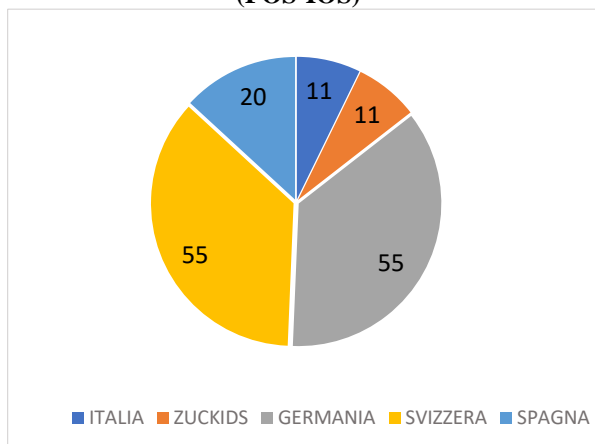
Graf.13 - Punti vendita 2021 canale diretto (DOS)



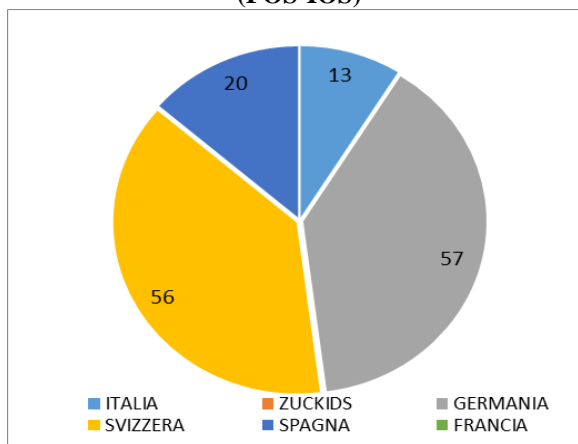
Graf.14 - Punti vendita 2022 canale diretto (DOS)



Graf.15 - Punti vendita 2021 canale indiretto (FOS-IOS)



Graf.16 - Punti vendita 2022 canale indiretto (FOS-IOS)



1.4 Principali linee strategiche perseguite dal Gruppo

Il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2022 è stato predisposto in conformità ai principi contabili internazionali IFRS emessi dallo IASB e omologati dall'Unione Europea alla data di relazione del presente bilancio, nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del D. Lgs 38/2005 e alle altre norme di legge e disposizioni Consob in materia di bilancio per quanto applicabili.

Il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2022 è comparato con il bilancio d'esercizio precedente, le note esplicative hanno la funzione di illustrare i principi di redazione adottati, fornire le informazioni richieste dai principi contabili IFRS e non contenute in altre parti del bilancio e fornire l'ulteriore informativa che non è esposta nei prospetti di bilancio, ma che è necessaria ai fini di una rappresentazione attendibile dell'attività aziendale.

Il bilancio è stato redatto sulla base del principio del costo storico, ad eccezione dei terreni per i quali si è optato per il modello del fair value e delle attività finanziarie e strumenti derivati rappresentate da titoli per le quali si è optato per la valutazione al fair value con imputazione a conto economico, e facendo attenzione a tutti i fattori che possono influenzare il presupposto della continuità aziendale.

Dall'analisi dei dati di Bilancio, si evince che il Gruppo ha chiuso il periodo al 31 dicembre 2022 con un utile di circa 3,1 milioni di euro, un patrimonio netto totale positivo per circa 49,1 milioni di Euro (comprensivo del suddetto risultato) ed una posizione finanziaria netta consolidata negativa di circa 45,8 milioni di Euro, comprensiva dei debiti iscritti in applicazione di IFRS 16 (leases) per 36,4 milioni di Euro.

La Capogruppo ha chiuso l'esercizio al 31 dicembre 2022 con un utile di circa 3,6 milioni di Euro, un patrimonio netto positivo per circa 38,2 milioni di Euro (comprensivo di tale risultato) ed una posizione finanziaria netta negativa di circa 34,1 milioni di Euro, comprensiva dei debiti iscritti in applicazione di IFRS 16 (leases) per 15,5 milioni di Euro.

In data 17 dicembre 2021 la Capogruppo ha sottoscritto un contratto di finanziamento term per complessivi 18 milioni di Euro con Illimity Bank S.p.A.

Il finanziamento, interamente erogato su un conto corrente dedicato: (i) è stato utilizzato, per un importo pari a 14,357 milioni di Euro, al fine di rimborsare una quota parte dell'indebitamento finanziario della Capogruppo, esistente alla data, con DeA Capital Alternative Funds SGR S.A. e illimity Bank S.p.A.; (ii) la parte residua, pari a 3,643 milioni di Euro, è stata interamente utilizzata per il pagamento di salari e stipendi nel corso dell'esercizio 2022.

Il finanziamento prevede il rimborso in rate trimestrali, comprensive di interessi pari all'Euribor maggiorato del 3,25% annuo, a quota capitale costante a partire dal 31 dicembre 2022 (incluso) e sino alla data di scadenza finale del 30 settembre 2027. Si segnala che la rata scaduta il 31 dicembre 2022 è stata regolarmente rimborsata per un importo pari a 1,101 milioni di Euro, comprensivo di 0,201 milioni di Euro per interessi. Al fine di garantire le proprie obbligazioni ai sensi del contratto di finanziamento, la Capogruppo ha concesso un'ipoteca di primo grado su taluni immobili e un pegno sul saldo di taluni conti correnti. Il finanziamento è altresì assistito da garanzia emessa da SACE S.p.A. ai sensi del Decreto-legge 8 aprile 2020 n. 23 (convertito, con modificazioni, dalla Legge 5 giugno 2020 n.40), C.U.I. 2020/1990/2I; al 31 dicembre 2022 la Capogruppo ha versato circa 0,132 milioni di Euro a titolo di spese dovute a SACE S.p.A. come previsto dal contratto.

In attuazione dei piani di sviluppo del Gruppo, si evidenzia che, in data 22 luglio 2022 la Capogruppo ha acquisito l'intero capitale sociale di Descamps S.A.S. (indirettamente controllata da Astrance Capital S.A.S.), per un corrispettivo di 4 milioni di Euro, creando così una delle principali realtà europee nel settore dei tessili per la casa.

Nell'esercizio 2022 è iniziata la nuova attività di vendita biancheria per la casa nei negozi della controllata Zuckids S.r.l. a seguito dell'opera di riconversione degli stessi da vendita di abbigliamento per bambini a negozi di vendita biancheria per la casa. I negozi Zuckids in Italia vendono i prodotti sotto l'insegna "Bassetti Home Innovation", marchio di proprietà della Vincenzo Zucchi S.p.A., mentre i negozi ubicati in Francia esercitano l'attività sotto l'insegna Descamps.

Inoltre, è entrata a pieno regime l'attività della controllata Basitalia S.r.l. legata all'home decor ed alla rinnovazione, iniziata nell'esercizio precedente, che ha comportato una sostanziale modifica nell'attività della società.

Nell'esercizio precedente il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo aveva approvato un finanziamento intercompany tra la Vincenzo Zucchi S.p.A. e la controllante Zucchi S.p.A. pari a 1,15 milioni di Euro che prevedeva interessi a decorrere dalla data del 30 giugno 2021 calcolati ad un tasso pari a 500 punti base per anno, sulla base di un anno di 365 giorni, per il numero effettivo di giorni trascorsi.

Alla data di scadenza finale del 30 giugno 2022 la controllante Zucchi S.p.A. ha rimborsato alla Capogruppo in un'unica soluzione il finanziamento e gli interessi maturati per un importo complessivo di 1,2 milioni di Euro.

In data 23 dicembre 2022 la Capogruppo ha ceduto l'intero complesso industriale di Notaresco per un importo di 3 milioni di Euro, sostanzialmente in linea col valore dell'area al 31 dicembre 2021 ottenuto da un terzo indipendente. La cessione ha generato una minusvalenza di 154 migliaia di Euro ed un'ulteriore perdita di 150 migliaia di Euro riferita ad un'indennità risarcitoria prevista da alcune clausole contrattuali.

Si segnala inoltre che, a sostegno delle esigenze di cassa, la Capogruppo ha posto in essere operazioni di cessione di crediti avvenute a condizioni pro soluto. Pertanto, i relativi crediti, pari a circa 13 milioni di Euro, sono stati eliminati dal bilancio e l'importo incassato dal Factor al netto di interessi (circa 486 migliaia di Euro) è stato contabilizzato tra le disponibilità liquide.

L'aggravarsi della situazione internazionale causata dalla guerra tra Russia e Ucraina e le tensioni internazionali che ne sono derivate hanno acuito la crisi energetica ed il conseguente rallentamento della crescita. Il ritorno all'instabilità dovuta al conflitto tuttora in corso non permette di prevedere quanto dureranno gli impatti sulla frenata dell'economia. Il Gruppo osserva con estrema attenzione l'evoluzione della crisi anche se l'impatto diretto sul Gruppo è circoscritto, non avendo una presenza produttiva in quell'area ed essendo limitata l'esposizione ai clienti della regione.

Alla luce dei positivi eventi che hanno sancito il riequilibrio finanziario del Gruppo, in considerazione delle previsioni contenute nei budget 2023 e a fronte delle buone risultanze ottenute nella gestione degli impatti derivanti dalla pandemia, gli amministratori della Capogruppo ritengono di disporre delle risorse finanziarie, di management e organizzative sufficienti e necessarie per continuare ad adottare il presupposto della continuità aziendale nella redazione del bilancio.

1.6 Gestione dei rischi

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

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

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

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

Peraltro, anche in assenza di recessione economica o deterioramento del mercato del credito, ogni evento macroeconomico - quale un incremento dei prezzi dell'energia, fluttuazioni nei prezzi delle commodities e di altre materie prime, fluttuazioni avverse in fattori specifici quali tassi di interesse e rapporti di cambio, modifiche delle politiche governative (inclusa la regolamentazione in materia d'ambiente) - potrebbe incidere in maniera significativamente negativa sulle prospettive e sull'attività del Gruppo, nonché sui suoi risultati economici e sulla sua situazione finanziaria.

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
<p>Rischi strategici Sono i rischi che potrebbero minacciare l'attuale posizione competitiva e il conseguimento degli obiettivi strategici dell'Azienda.</p>	<p>Brand strategy Rischi connessi alla strategia di riposizionamento dei marchi che potrebbero non sortire gli esiti sperati perché non effettuati con le tempistiche e con le gradualità necessarie a evitare di perdere gli attuali consumatori senza aver acquisito nuovi clienti.</p> <p>Distribution channels Rischi derivanti dal mancato raggiungimento degli obiettivi previsti in termini di nuove aperture di punti vendita nonché da un'incontrollata crescita del mercato online, che può presentare dei conflitti con gli altri obiettivi strategici aziendali con possibili effetti negativi anche sul posizionamento dei brand.</p> <p>Supply chain La capacità della supply chain di rispettare i tempi previsti nelle consegne dei prodotti finiti nei tempi definiti dal calendario commerciale possono influenzare la propensione al consumo dei consumatori.</p>
<p>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO</p>	
<p>Country strategy e market presence Il continuo rinnovamento dell'offerta di prodotti e disegni delle collezioni è diretta a rafforzare il posizionamento e i valori dei brands nel core business- letto e bagno- e anche nelle categorie living decoration - plaid, cuscini d'arredo, candele e articoli per la casa. Ciò consente di mantenere vivo l'appeal dei brands di gruppo presso i consumatori e il livello di penetrazione raggiunto sui mercati internazionali e servire nuovi clienti.</p>	
<p>Rischi esecutivi Sono i rischi di perdite insiti nell'operatività aziendale derivanti da errori umani, non corretto funzionamento dell'organizzazione, processi interni e utilizzo dei sistemi, comportamenti non leciti connessi a condotte fraudolente, rischi di natura legale, inadeguate condotte con clienti e fornitori che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi strategici.</p>	<p>Organizzazione aziendale La resistenza al cambiamento del personale potrebbe limitare o rallentare il processo di business transformation in corso nell'Azienda. La capacità di attrarre e trattenere persone chiave. Il disegno di strutture organizzative non adeguate.</p> <p>Rischi connessi al management Il successo del Gruppo dipende in larga parte dall'abilità del management di gestire efficacemente il Gruppo ed i singoli settori. La perdita delle prestazioni di un amministratore esecutivo o di altra risorsa chiave senza un'adeguata sostituzione, nonché dell'incapacità di attrarre e trattenere risorse nuove e qualificate, potrebbe avere effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.</p>

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	<p><i>Prodotto, qualità e innovazione del prodotto</i> L'incapacità del Gruppo di cogliere i gusti dei consumatori e offrire loro prodotti che ne soddisfino le esigenze in termini di qualità, considerando le caratteristiche dei tessuti e dei materiali utilizzati. In particolare, qualora il Gruppo non fosse in grado di sviluppare e offrire prodotti innovativi e competitivi rispetto a quelli dei principali concorrenti in termini, tra l'altro, di prezzo e qualità, o qualora vi fossero dei ritardi nell'uscita sul mercato di nuove collezioni, le quote di mercato del Gruppo potrebbero ridursi con un impatto significativamente negativo sui risultati economici e finanziari del Gruppo stesso.</p> <p><i>Time to market</i> Un time to market troppo lungo potrebbe non consentire di seguire velocemente i trend di mercato con conseguente perdita di opportunità di vendita.</p>
<p>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO Il Gruppo nel corso del 2022 ha proseguito con le iniziative di recruiting rivolte a profili con elevate capacità professionali avvalendosi di società specializzate nella ricerca di profili di alto livello. La politica incentivante mediante l'inserimento di premi (MBO) indicato nella relazione al 31 dicembre 2021 è continuata anche nel 2022. Il successo delle attività del Gruppo sarà dato dalla volontà e capacità di mantenere ed incrementare le quote sui mercati in cui attualmente opera e/o di espandersi in nuovi mercati attraverso prodotti innovativi e di elevato standard qualitativo che garantiscano adeguati livelli di redditività</p>	
<p>Rischi finanziari Comprendono il rischio di tasso di cambio, di tasso di interesse, di controparte e credito, di liquidità.</p>	<p>Il Gruppo, che si approvvigiona su più mercati a livello mondiale, è naturalmente esposto a rischi di mercato connessi alle fluttuazioni dei tassi di cambio. In particolare, il Gruppo risulta essere principalmente esposto, per le esportazioni, alle fluttuazioni del dollaro americano e a quelle del franco svizzero, mentre per le importazioni, dalle fluttuazioni del dollaro americano dall'area dollaro USA a quella dell'euro. Il futuro andamento del Gruppo dipenderà, tra l'altro, dalla capacità del Gruppo stesso di far fronte ai fabbisogni derivanti dai debiti in scadenza e dagli investimenti previsti attraverso i flussi derivanti dalla gestione operativa, la liquidità attualmente disponibile, il rinnovo o il rifinanziamento dei prestiti bancari e l'eventuale ricorso al mercato dei capitali o altre fonti di finanziamento.</p>
<p>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO Il Gruppo ha ridotto le transazioni in dollari prediligendo l'euro come valuta principale. Per quanto riguarda il tasso d'interesse, la V.Zucchi Spa ha ottenuto da uno dei nuovi finanziatori una linea di credito con un tasso applicato pari al 3,75%. Il Gruppo anche nel corso dell'anno 2022 è ricorso al factor.</p>	
<p>Rischi legali/di compliance Il rischio di compliance esprime il rischio derivante dalla mancata conformità a leggi, regolamenti e normativa</p>	<p><i>Procedure aziendali</i> La possibile inadeguatezza delle procedure aziendali volte a garantire il rispetto delle principali normative</p>

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
<p>interna. Possono dare origine a effetti negativi connessi a sanzioni, penali, ammende, perdite economiche e, nei casi più gravi, a danni alla reputazione aziendale con conseguenti perdite, richieste di risarcimento, danno di immagine, etc.</p>	<p>italiane e straniere, cui è soggetto il Gruppo. Assumono altresì particolare rilievo le problematiche connesse alla normativa in tema di sicurezza, antitrust e privacy.</p> <p>Compliance fiscale La presenza internazionale espone il Gruppo a diversi regimi fiscali. L'evoluzione delle relative normative potrebbe esporre il Gruppo a rischi di mancato rispetto delle norme.</p>
<p>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO Vincenzo Zucchi S.p.A. nel 2022 ha adottato un Codice Etico valido per tutte le società del Gruppo. Il Modello Organizzativo ai sensi del D. Lgs. 231/2001 è stato rivisto integrando con i reati di recente introduzione. Il corpo procedurale nel 2022 è stato integrato con nuove procedure e linee guida a supporto dei processi gestiti dalla Capogruppo e dalle Controllate. L'attività di adeguamento agli aggiornamenti normativi in ambito Data Protection ha visto la nomina di un nuovo DPO per Vincenzo Zucchi S.p.A e Zuckids S.r.l., l'aggiornamento di informative privacy, cookie policy e registri. Con l'obiettivo di governare centralmente tutti i rischi di compliance è stato costituito il Group Compliance Committee.</p>	
<p>Rischi esterni Tali rischi riguardano gli effetti di eventi esterni in grado di influire negativamente sull'attività del Gruppo.</p>	<p>Rischi relativi alle vendite su mercati internazionali e all'esportazione Ritardi nella regolare consegna dei prodotti finiti dovuti all'instabilità politica di alcuni paesi da cui il Gruppo si approvvigiona. In particolare, il Gruppo opera in acquisto con realtà quali la Turchia, l'India, il Pakistan e la Cina. Il verificarsi di sviluppi politici e economici sfavorevoli in tali aree potrebbero incidere in maniera significativamente negativa sulle prospettive e sull'attività del Gruppo, nonché sui risultati economici e sulla situazione finanziaria del Gruppo. Una parte delle vendite del Gruppo, seppur non significativa, ha luogo al di fuori dell'Unione Europea. Il Gruppo è esposto ai rischi inerenti l'operare su scala globale, inclusi i rischi relativi: all'esposizione a condizioni economiche e politiche locali, all'attuazione di politiche restrittive delle importazioni e/o esportazioni, alla sottoposizione a molteplici regimi fiscali, in particolare in tema di transfer pricing e di applicazione di ritenute o altre imposte su rimesse e altri pagamenti a favore di, o da parte di, società controllate, all'introduzione di politiche limitative e restrittive degli investimenti stranieri e/o del commercio, nonché politiche di controllo dei tassi di cambio e relative restrizioni al rimpatrio dei capitali.</p> <p>Variazioni climatiche Le vendite di alcuni prodotti del Gruppo possono risentire di cambiamenti alle condizioni climatiche.</p> <p>Rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva Tra i rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva, si evidenzia il rischio che i fornitori, soprattutto quelli operanti in Paesi extraeuropei, possano ricorrere a standard di lavoro (remunerazione, lavoro non contrattualizzato,</p>

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	sicurezza e benessere, lavoro minorile, formazione), ambientali (utilizzo di materie prime e energia da fonti riciclabili, livello ed efficienza dei consumi, emissioni e sostanze tossiche prodotte e liberate) e afferenti la corruzione attiva e passiva inferiori a quelli stabiliti dagli organismi internazionali di riferimento ovvero dalle leggi applicabili.
<p>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO</p> <p><i>Rischi relativi alle vendite su mercati internazionali e all'esportazione</i> Il Gruppo dispone di un piano di approvvigionamento, per la stessa categoria di prodotto, che contempla fornitori localizzati in diversi Paesi. Per il tessuto greggio vengono utilizzati fornitori europei che hanno merce stoccata e disponibile dal pronto ubicata in Belgio, Spagna, Portogallo e Germania.</p> <p><i>Rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva</i> Il Gruppo intrattiene relazioni consolidate con la maggioranza dei propri <i>façonisti</i> e fornitori, mitigando così il rischio derivante dall'esternalizzazione dell'attività produttiva. Per il prodotto il rischio è basso in quanto al fornitore viene richiesta la produzione solo dopo il lancio dei prodotti, in casi rarissimi può succedere che il fornitore non riesca a produrre quanto richiesto, in questo caso se ci sono i tempi e le giuste condizioni, facciamo produrre la merce ad un fornitore già consolidato sviluppando i prodotti ex-novo.</p>	

1.6.1. Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi

Con riferimento alla gestione, rendicontazione e monitoraggio dei temi indicati all'articolo 3, comma 1, del Decreto ritenuti materiali, l'indirizzo è definito dal Consiglio di Amministrazione della Vincenzo Zucchi S.p.A., con specifiche responsabilità interne assegnate nell'ambito dei processi afferenti gli acquisti, la logistica, la gestione delle Risorse Umane nell'ambito delle ordinarie attività di controllo interno aziendale teso al rispetto di leggi, regolamenti e standard. La struttura aziendale a cui il Consiglio di Amministrazione abbia delegato la responsabilità della gestione e del monitoraggio di suddetti temi, sarà ufficializzata nel corso del 2023.

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

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

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

Si segnalano in particolare, tra i rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva, il rischio che i fornitori, soprattutto quelli operanti in Paesi extraeuropei, possano ricorrere a standard di lavoro (remunerazione, lavoro non contrattualizzato, sicurezza e benessere, lavoro minorile, formazione), ambientali (utilizzo di materie prime e energia da fonti riciclabili, livello ed efficienza dei consumi, emissioni e sostanze tossiche prodotte e liberate) e afferenti alla corruzione attiva e passiva inferiori a quelli stabiliti dagli organismi internazionali di riferimento ovvero dalle leggi applicabili. A fronte di questo rischio, in sede di accreditamento, il nuovo fornitore sottoscrive il Product Sourcing General Conditions impegnandosi nel rispetto degli standard internazionali e del Codice Etico del Gruppo Zucchi. Inoltre, con riferimento ai fornitori di prodotti finiti tessili e tessuti, viene acquisita sottoscrizione, nella fase iniziale di accreditamento in merito alle prassi operative adottate, finalizzata prevalentemente agli aspetti di qualità della produzione (e: Bath&Bedlines QC procedure/ Quality guidelines for Bathlinen...). La documentazione acquisita è archiviata dai dipartimenti coinvolti nel processo di selezione ed accreditamento del fornitore.

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

Il rispetto delle politiche ambientali si basa prevalentemente su procedure che permettono di conseguire e mantenere un profilo di rispetto delle normative nei paesi di operatività.

In un'ottica di efficientamento è stata definita una regola interna per la gestione dei prodotti difettati ed invendibili. Si rimanda al paragrafo 2.3 per una descrizione degli obiettivi di miglioramento.

2.1 Analisi di materialità

Nel 2022, il Gruppo ha condotto un'analisi approfondita della materialità ESG con l'obiettivo di identificare i temi più rilevanti sia per il Gruppo stesso sia per i suoi stakeholder.

In termini di rendicontazione di sostenibilità, sono considerati temi materiali quelli che rappresentano gli impatti maggiormente significativi di un'organizzazione sull'economia, sull'ambiente, sulle persone inclusi quelli sui diritti umani.

Coerentemente, l'analisi di materialità tiene in considerazione non solo il punto di vista dell'organizzazione ma anche quello degli stakeholder, sulla base delle loro esigenze decisionali e prospettive al fine di comunicare, attraverso una matrice, la significatività di ogni tema in funzione del suo posizionamento rispetto agli assi.

Nel 2022 la Matrice di Materialità è stata aggiornata in virtù, dell'evoluzione dello scenario di riferimento, delle nuove tematiche emergenti, e delle priorità strategiche, oltre che alla luce del confronto con diversi stakeholder.

La selezione dei temi materiali è avvenuta attraverso un processo composto dalle seguenti fasi:

1. Identificazione di un elenco preliminare di argomenti sostenibili e rilevanti;
2. Raccolta delle prospettive degli stakeholder e valutazione degli impatti verso l'esterno e verso l'interno relativi ai temi di sostenibilità.
3. Elaborazione della Matrice di Materialità / Identificazione dei temi materiali del Gruppo Zucchi.

Fase 1:

Con l'obiettivo di ottenere un quadro completo del contesto di sostenibilità in cui opera il Gruppo Zucchi, abbiamo stilato una lista di n. 23 temi rilevanti per la sostenibilità, ricavati dalla ricerca e dall'analisi dei principali trend di sostenibilità che interessano il nostro settore.

<u>TEMI MATERIALI</u>	<u>GRI</u>	<u>PERIMETRO DEGLI IMPATTI</u>	
		<u>INTERNI</u>	<u>ESTERNI</u>
<u>Governance</u>	-	-	-
<u>Etica e integrità nella condotta del business</u>	-	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Enti e Istituzioni, Collettività, Fornitori, clienti, investitori</u>
<u>Contrasto alla corruzione</u>	<u>Anticorruzione (GRI 205)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Enti e Istituzioni, Collettività, Fornitori</u>
<u>Resilienza e business continuity</u>	-	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Investitori</u>
<u>Valore economico generato e distribuito</u>	-	-	-
<u>Generazione e distribuzione di valore economico e finanziario</u>	<u>Performance economica (GRI 201)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Investitori, collettività</u>
<u>Presenza territoriale e mercati</u>	<u>Presenza sul mercato (GRI 202)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Investitori</u>
<u>Privacy</u>	-	-	-
<u>Sicurezza e protezione dei dati</u>	<u>Privacy dei clienti (GRI 418)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Clienti</u>
<u>Prodotto</u>	-	-	-
<u>Attenzione alla tecnologia e innovazione prodotto</u>	-	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Clienti, investitori, fornitori</u>
<u>Approvvigionamento e consumo responsabile di materiale</u>	<u>Materiali (GRI 301)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori, investitori, clienti</u>
<u>Qualità e sicurezza del prodotto</u>	<u>Salute e sicurezza dei clienti (GRI 416)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Clienti</u>
<u>Tracciabilità e informazioni sul prodotto ed etichettatura</u>	<u>Marketing ed etichettatura (GRI 417)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori, clienti</u>
<u>Prodotti e processi sostenibili</u>	-	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori, investitori, clienti</u>
<u>Lotta alla contraffazione</u>	-	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Clienti e investitori</u>
<u>Coinvolgimento, ascolto, soddisfazione del cliente e eccellenza del servizio</u>	<u>Informazioni generali (GRI 2.29)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Clienti</u>
<u>Rapporti con i territori</u>	-	-	-
<u>Comunità locali</u>	<u>Comunità locali (GRI 413)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Collettività</u>
<u>Ambiente</u>	-	-	-
<u>Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas a effetto serra</u>	<u>Energia (GRI 302)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori</u>
<u>Riduzione dei rifiuti prodotti e ricorso a metodi di smaltimento responsabili</u>	<u>Scarichi idrici e rifiuti (GRI 306)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori</u>
<u>Eco-progettazione dei punti vendita</u>	<u>Energia (GRI 302)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori</u>
<u>Tutela e rafforzamento della reputazione del brand anche con riferimento alla sostenibilità</u>	-	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Investitori</u>
<u>Personale</u>	-	-	-
<u>Formazione</u>	<u>Formazione e istruzione (GRI 404)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Organizzazioni sindacali</u>
<u>Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori</u>	<u>Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Organizzazioni sindacali, Fornitori</u>
<u>Rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori</u>	<u>Non discriminazione (GRI 406)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori, Organizzazioni sindacali</u>
	<u>Lavoro minorile (GRI 408)</u>		
	<u>Lavoro forzato/obbligatorio (GRI 409)</u>		
<u>Diversità e pari opportunità</u>	<u>Pari opportunità (GRI 405)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Fornitori, Organizzazioni sindacali</u>
<u>Welfare e conciliazione vita-lavoro</u>	<u>Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali (GRI 402)</u>	<u>Gruppo Zucchi</u>	<u>Organizzazioni sindacali</u>

Sono state inoltre considerate le priorità strategiche del Gruppo in materia di ESG.

L'analisi delle tendenze principali e potenzialmente rilevanti hanno costituito il punto di partenza per le successive attività di coinvolgimento degli stakeholder.

Fase 2:

Le attività di coinvolgimento degli stakeholder sono state condotte attraverso interviste online, prettamente qualitative a soggetti esterni (clienti/Fornitori/trasportatori) e interni (alcuni dipendenti e Responsabili di funzione).

Le attività di coinvolgimento degli stakeholder sono state realizzate tenendo conto delle seguenti prospettive:

- Impatto per il Gruppo (vale a dire, quanto è significativo l'impatto per il Gruppo)
- Opinione personale (cioè quanto è importante per ogni stakeholder che il Gruppo affronti ogni questione).

Fase 3:

Il processo ha permesso di identificare il livello di priorità dei 18 temi materiali valutati sopra soglia rispetto ai 23 temi iniziali: n. 2 relativi ad aspetti economici, n. 3 di governance, n. 2 riferibili alle tutele, n. 3 ad aspetti ambientali, n. 8 ad aspetti sociali.

In particolare:

- gli aspetti economici sono: generazione e distribuzione di valore economico e finanziario, presenza territoriale e mercati serviti;
- gli aspetti di governance sono: etica e integrità nella condotta del business, anticorruzione e compliance, capacità del business di assicurare la resilienza della struttura
- gli aspetti di tutela sono: privacy e sicurezza dei dati e delle informazioni, tutela e valorizzazione del brand;
- gli aspetti di tutela dell'ambiente sono: efficienza energetica e prodotti sostenibili, lotta al cambiamento climatico e gestione delle emissioni, economia circolare;
- gli aspetti sociali sono: rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori, diversità e pari opportunità, salute e sicurezza sul lavoro, welfare e conciliazione vita-lavoro, gestione responsabile della catena di fornitura, supporto alla comunità locale e al territorio locale, trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte ai clienti, soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti.

A valle del processo di aggiornamento della matrice di materialità, nel 2022, tra i principali cambiamenti, si evidenzia che è aumentata la rilevanza del tema legato sia al cambiamento climatico, alla luce degli impegni del Gruppo per contribuire alla lotta al climate change attraverso lo sviluppo di iniziative di efficienza energetica e la riduzione dei gas a effetto serra nelle sedi aziendali e lungo la filiera.

1. GOVERNANCE

Tema materiale	Descrizione	Impatti	Priorità
<i>Etica e integrità nella condotta del business</i>	Impegno nel garantire una buona corporate Governance ispirata ai più alti standard in materia di etica, integrità e conformità a leggi e regolamenti (es. Codice Etico). L'impegno include anche la formazione delle proprie persone relativamente ai principi etici adottati, e ad azioni intraprese per la riduzione dei conflitti di interesse.	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilità di investimenti / capitali a beneficio della singola azienda e dell'ecosistema economico in cui opera (es: settore di riferimento, distretto geografico, ecc.), con effetto importante, per es., sui tassi di occupazione a livello locale - Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce (es: dipendenti, comunità locali, business partner, ecc.) 	4
Anticorruzione e compliance	Impegno nella lotta alla corruzione attiva e passiva attraverso un'adeguata valutazione dei rischi collegati e l'adozione di adeguati presidi volti a mitigarli, inclusa l'erogazione di formazione specifica sul tema e l'adozione di meccanismi di segnalazione di potenziali irregolarità o comportamenti illeciti	<ul style="list-style-type: none"> - Tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti in ambiti quali il reimpiego di profitti derivanti da attività illecite, episodi di concussione, comportamenti anti-competitivi, ecc. - Rispetto delle leggi e dei regolamenti (anche di natura volontaria) in vigore in ambito economico, ambientale e sociale - Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce (es: dipendenti, comunità locali, business partner, ecc.) 	4
<i>Resilienza e Business continuity</i>	Capacità del business di assicurare la resilienza della struttura e della produzione una volta che si dovessero verificare rischi imprevisi di carattere economico, sociale ed ambientale.	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilità di investimenti / capitali a beneficio della singola azienda e dell'ecosistema economico in cui opera (es: settore di riferimento, distretto geografico, ecc.), con effetto importante, per es., sui tassi di occupazione a livello locale - Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce (es: dipendenti, comunità locali, business partner, ecc.) 	3,2

		- Stabilità di impiego per il personale aziendale e opportunità per ciascun collaboratore di realizzare pienamente il proprio potenziale.	
--	--	---	--

2. VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Tema materiale	Descrizione	Impatti	Priorità
Generazione e distribuzione di valore economico e finanziario	Capacità da parte dell'Organizzazione di quantificare gli impatti economici generati e di monitorare la modalità con cui tale ricchezza viene distribuita ai diversi Stakeholder.	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilità di investimenti / capitali a beneficio della singola azienda e dell'ecosistema economico in cui opera (es: settore di riferimento, distretto geografico, ecc.), con effetto importante, per es., sui tassi di occupazione a livello locale - Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce (es: dipendenti, comunità locali, business partner, ecc.) - Stabilità di impiego per il personale aziendale e opportunità per ciascun collaboratore di realizzare pienamente il proprio potenziale. 	3,1
Presenza territoriale e mercati serviti	Rafforzare il rapporto dell'Organizzazione con il territorio in cui opera e aumentare la capacità di ampliare il proprio business verso nuovi mercati.	<ul style="list-style-type: none"> - Occupazione a livello locale e ricaduta sul territorio - Disponibilità nei mercati di prodotti e servizi con elevate performance ambientali / social 	3,5

3. TUTELE

Tema materiale	Descrizione	Impatti	Priorità
Privacy e sicurezza dei dati e delle informazioni	Tutela della privacy dei propri dipendenti e dei propri clienti, rispettando la legislazione nazionale ed europea e mettendo in atto specifiche azioni volte alla protezione da attacchi informatici.	- Tutela della sicurezza e dei diritti fondamentali della clientela e di tutti i soggetti con cui l'Organizzazione si interfaccia	3,8

Tutela e valorizzazione del brand	Difendere l'unicità del proprio marchio da qualsiasi forma di contraffazione e rafforzare la brand identity. Preservare l'artigianato, competenze e tradizioni artigianali.	<ul style="list-style-type: none"> - Preservazione del know-how artigianale - Rafforzare il rapporto dell'Organizzazione con il territorio in cui opera e aumentare la capacità di ampliare il proprio business verso nuovi mercati 	3,7
-----------------------------------	---	---	-----

4. AMBIENTE

Tema materiale	Descrizione	Impatti	Priorità
Efficienza energetica e prodotti sostenibili	Adozione di politiche di efficientamento e riduzione dei consumi energetici al fine di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra causate dalle proprie attività.	<ul style="list-style-type: none"> - Contributo alla mitigazione delle emissioni di CO2 per contenere l'aumento delle temperature globali ben al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali - Disponibilità nei mercati di prodotti e servizi con elevate performance ambientali / sociali. 	3,2
Lotta al cambiamento climatico e gestione delle emissioni	Gestione delle proprie attività di business che consentono di limitare l'aumento delle temperature climatiche e ridurre i cambiamenti a lungo termine dei modelli meteorologici; implementazione di misure finalizzate all'efficienza energetica.	<ul style="list-style-type: none"> - Contributo alla mitigazione delle emissioni di CO2 per contenere l'aumento delle temperature globali ben al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali - Ridurre l'esposizione delle comunità locali e del territorio ad eventi atmosferici estremi (es: alluvioni, allagamenti, uragani, desertificazione, ecc.) - Accentuamento o mitigazione del fenomeno delle migrazioni climatiche. 	3,1
Economia Circolare	Impegno dell'Organizzazione nell'uso di materie prime di riciclo e/o da fonti rinnovabili, nella riduzione e nel riuso degli scarti industriali, nel recupero del prodotto a fine vita.	<ul style="list-style-type: none"> - Tutela degli ecosistemi e della biodiversità - Salute e benessere delle comunità locali grazie ad una corretta e responsabile gestione dei rifiuti che non genera inquinamento in atmosfera, nell'acqua o nei corpi idrici 	3,1

		<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilità e consapevolezza del personale e del mercato sui temi ESG - Disponibilità nei mercati di prodotti e servizi con elevate performance ambientali / sociali. 	
--	--	--	--

5. RISORSE UMANE

Tema materiale	Descrizione	Impatti	Priorità
Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori	Sviluppo di politiche e condizioni di lavoro adeguate per garantire le pari opportunità, attraverso l'eliminazione di tutte le forme di discriminazione e la creazione di condizioni che incoraggino la diversità e promuovano la dignità sul lavoro.	<ul style="list-style-type: none"> - Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'Organizzazione interagisce (es: dipendenti, comunità locali, business partner, ecc.) - Tutela e promozione dei diritti fondamentali della persona, escludendo qualsiasi forma di discriminazione, sia all'interno dell'Organizzazione che nei rapporti con l'esterno - Sensibilità e consapevolezza di tutti gli stakeholder sui temi dei diritti umani. 	3,8
Diversità e pari opportunità	Rispetto e valore della diversità potenziando il patrimonio di multiculturalità, esperienze e caratteristiche delle persone tramite lo sviluppo di politiche di inclusione, di non discriminazione e gestione della diversità per le minoranze (es. disabilità, genere, età, etnia, sesso, religione); la tematica include la parità di trattamento retributivo a parità di ruolo.	<ul style="list-style-type: none"> - Tutela e promozione dei diritti fondamentali della persona, escludendo qualsiasi forma di discriminazione, sia all'interno dell'Organizzazione che nei rapporti con l'esterno - Opportunità per ciascun collaboratore di realizzare pienamente il proprio potenziale al fine di ridurre il gender pay gap 	3,4
Salute e sicurezza sul lavoro	Adozione di misure preventive e protettive finalizzate ad evitare o ridurre al minimo l'esposizione dei dipendenti ai rischi connessi all'attività lavorativa, riducendo o eliminando gli infortuni e le malattie professionali (anche a fronte dell'attuale emergenza pandemica legata al COVID-19, ad esempio garantendo l'applicazione dello smart working).	<ul style="list-style-type: none"> - Tutela del benessere, della salute e della sicurezza dei dipendenti e di tutti gli individui la cui attività operativa è sotto il diretto controllo dell'organizzazione (es: interinali, somministrati, ricercatori a contratto, tirocinanti, ecc.) - Identificazione, monitoraggio e prevenzione dei rischi connessi alla salute e sicurezza dei lavoratori, al fine di garantire un luogo di lavoro sicuro. 	4,3

Welfare e conciliazione vita-lavoro	Definizione e implementazione di un piano di welfare aziendale a sostegno del reddito, della salute e del benessere dei lavoratori. Valutazione delle attività ai fini dell'analisi del clima interno.	<ul style="list-style-type: none"> - Tutela del benessere psico-fisico dei dipendenti e dei loro familiari - Garantire flessibilità sul luogo di lavoro, al fine di migliorare la qualità del tempo libero - Diritto alla disconnessione - Promuovere una migliore relazione tra Dipendente e Organizzazione, in termini di engagement aziendale 	3,1
-------------------------------------	--	--	-----

6. CLIENTI E FORNITORI

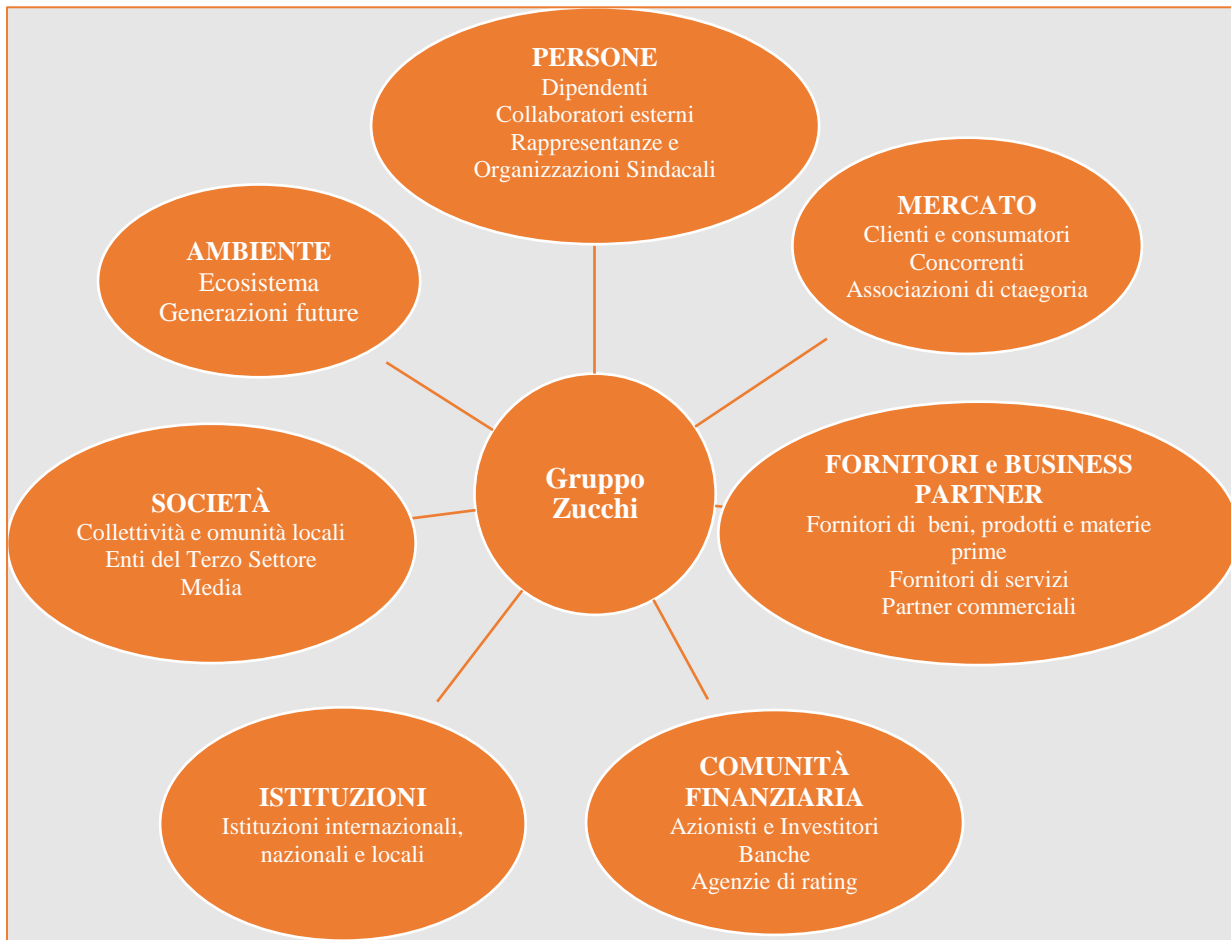
Tema materiale	Descrizione	Impatti	Priorità
Gestione responsabile della catena di fornitura	Gestione responsabile della catena di fornitura in termini di politiche o procedure di selezione e/o di monitoraggio secondo criteri economici, sociali e ambientali (es. selezione dei fornitori considerando eventuali certificazioni ISO adottate, fornitori certificati FCS - Forest Council Stewardship, SA8000, ...).	<ul style="list-style-type: none"> - Contributo al raggiungimento dei Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'Onu, con impatti positivi o negativi sulla sfera ambientale, sociale ed economica - Disponibilità nei mercati di prodotti e servizi con elevate performance ambientali / sociali - Identificazione, prevenzione e gestione degli impatti ambientali lungo la filiera (es: emissioni di gas serra, consumi energetici e idrici, selezione responsabile dei materiali, ecc.) - Identificazione, prevenzione e gestione degli impatti sociali lungo la filiera (es: salute e sicurezza dei lavoratori, tutela dei diritti umani, adeguate politiche retributive, ecc.) - Benessere e prosperità di tutti i soggetti lungo la filiera. 	3,4
Supporto alla comunità locale e al territorio locale	Impegno da parte dell'Organizzazione nei confronti della società e della comunità locale, attraverso il sostegno ad iniziative sociali, culturali, sportive, ecc. per la creazione di valore condiviso.	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilità di investimenti / capitali a beneficio dell'ecosistema economico in cui opera - Promozione di attività culturali e sociali al fine di migliorare la qualità della vita delle persone - Miglioramento del rapporto tra Organizzazione e Istituzioni Pubbliche, Associazioni di settore e Comunità Locale. 	2,7
Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte ai clienti	Operare e comunicare con autenticità al fine di combattere le strategie di comunicazioni ingannevoli e adottare un piano di comunicazione che utilizzi diversi strumenti con obiettivi sia di tipo commerciale, che di	<ul style="list-style-type: none"> - Contrasto alla pratica di Greenwashing a favore di una comunicazione trasparente sui temi ESG - Affidabilità e sicurezza del prodotto a garanzia della sicurezza del Cliente 	3,7

	rispetto dell'ambiente e di supporto al territorio in cui l'Organizzazione è presente.		
Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti	Monitoraggio del livello di soddisfazione dei propri clienti e sviluppo dei propri servizi post-vendita e sviluppo di strategie incentrate sul Cliente, con l'obiettivo di offrire agli end user un'esperienza positiva.	<ul style="list-style-type: none"> - Contributo efficace alla soddisfazione delle reali esigenze / bisogni della clientela - Rafforzare il rapporto con il Cliente con lo scopo di creare una relazione duratura e basata sul rispetto e fiducia 	3,7

2.2 Gli Stakeholder del Gruppo Zucchi

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

Mapa degli stakeholder



2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento

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

Tenuto conto di quanto riportato nel paragrafo 1.6.1 “Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi” che precede, nella consapevolezza che la sostenibilità rappresenti una sfida continua, il Gruppo ha definito alcune priorità di azione e alcuni macro obiettivi di miglioramento con l’obiettivo di favorire l’integrazione degli aspetti ambientali e sociali nello svolgimento dell’attività.

Tab.2

Ambito	Indicatore	Iniziative
Energia	Riduzione del consumo di energia mediante iniziative di risparmio e di efficienza energetica.	<p>Azioni già intraprese/realizzate</p> <ul style="list-style-type: none"> • 26% sul 2022 rispetto al 2021.
Valutazione ambientale dei fornitori	Valutazione dei fornitori sulla base dei criteri ambientali sia in fase di qualificazione sia nel corso del rapporto commerciale.	<p>Azioni da intraprendere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Di rimando agli Standard Internazionale SA8000, nel Product Sourcing General Conditions sottoposto ai fornitori, si rimanda all'importanza del tema healthy work environment Ad oggi, non è stato deliberato nessun piano d'azione per realizzare tale obiettivo di monitoraggio.
Ambiente e sicurezza	Formazione dei dipendenti sugli aspetti dell'ambiente e della sicurezza ed altre iniziative per il mantenimento della compliance alle norme di settore	<p>Azioni già intraprese/realizzate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modello 231 di Vincenzo Zucchi S.p.A. approvato in CDA nel 2022; elaborata bozza di Modello anche per la società Zuckids S.r.l.; • Aggiornato Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) per lo stabilimento di Rescaldina. Aggiornati i DVR per i punti vendita Zuckids S.r.l. e Zucchi Bassetti; • Su Rescaldina e Cuggiono il campionamento e testing sull'amianto sono stati effettuati. <p>Azioni da intraprendere</p> <p>Su Cuggiono sottoscritto nel corso del 2022 contratto nell'ambito del progetto di installazione di pannelli fotovoltaici, che permetterà di effettuare la rimozione dell'amianto dell'area distaccata dalla produzione.</p>

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

Tab.3

Ambito	Indicatore	Iniziative in corso
Valutazione dei fornitori sulla base dei diritti umani	Valutazione dei fornitori sulla base dei criteri connessi ai diritti umani e delle condizioni di lavoro sia in fase di qualificazione sia nel corso del rapporto commerciale.	<p>Azioni da intraprendere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sia nei contratti di Subfornitura di Lavorazione, che nel Product Sourcing General Conditions che in tutti i contratti in essere con le terze Parti si rimanda al Codice Etico (dal 2022 di Gruppo). Nel Product Sourcing General Conditions si sottolinea l'attenzione ai requisiti dello Standard Internazionale SA8000, nella gestione dei rapporti con i fornitori. Nel 2023 sarà necessario migliorare sul processo di verifica dei fornitori rispetto agli standard richiesti.

3.1 Corporate Governance

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

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

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

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

Alla data del 31 dicembre 2022, il Consiglio di Amministrazione, nominato dall'Assemblea in data 28 aprile 2022 e in carica sino all'approvazione del bilancio dell'esercizio 2024, è composto dai seguenti membri:

<i>Nome e Cognome</i>	<i>Ruolo nel Consiglio</i>	<i>Qualifica</i>
Joel David Benillouche	Presidente e Amministratore Delegato	Esecutivo
Florian Gayet	Consigliere	Non esecutivo
Dider Barsus	Consigliere	Non esecutivo
Elena Nembrini	Consigliere	Non esecutivo
Patrizia Polliotto	Consigliere	Non esecutivo

Gli amministratori Didier Barsus, Elena Nembrini e Patrizia Polliotto, rispondono ai requisiti di indipendenza previsti dal Codice di Autodisciplina. Nel corso del 2022 il Consiglio si è riunito 13 volte per esaminare ed assumere deliberazioni in merito all'andamento della gestione nei vari settori di attività.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre costituito un Comitato Controllo e Rischi e un Comitato per la Remunerazione, aventi finalità consultive e propositive e composti da amministratori non esecutivi ed indipendenti. Nel corso del 2022 il Comitato Controllo e Rischi si è riunito dieci volte ed il Comitato per la Remunerazione si è riunito

due volte. Il Consiglio ha altresì delegato ad un Amministratore esecutivo la funzione di sovrintendere alle funzionalità del sistema di controllo interno.

Il Collegio Sindacale - composto da tre sindaci effettivi e tre supplenti - vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto e svolge una funzione di controllo sulla gestione come previsto dalle disposizioni di legge. Nel corso dell'esercizio 2022 si è riunito 21 volte.

Nel 2022 la funzione Internal Auditing & Compliance è stata presidiata dalla stessa persona nominata nel 2021.

La figura del Data Protection Officer è affidata a partire dal 2022, ad una professionista esterna, individuata nella persona della Dott.ssa Fabienne Flesia.

Per ogni ulteriore informazione in tema di corporate governance si rinvia alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari, redatta ai sensi dell'art. 123 bis decreto legislativo 24 febbraio 1998., n. 58, approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società in data 13 Aprile 2023.

Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 e Codice Etico

Il 22.11.2022 il Consiglio di Amministrazione della Vincenzo Zucchi S.p.A ha approvato il nuovo Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo in linea con le prescrizioni del D. Lgs 231/2001 e s.m.i. al fine di assicurare, anche formalmente, condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali. In osservanza a quanto previsto dal D. Lgs 231/2001 la Società ha nominato un Organismo di Vigilanza con il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello e di curarne l'aggiornamento.

Il 22.11.2022 il Consiglio di Amministrazione di Vincenzo Zucchi S.p.A. ha adottato il nuovo Codice Etico per il Gruppo Zucchi. L'Organismo di Vigilanza è l'ente deputato a vigilare sull'applicazione del Codice Etico - si coordina con gli Organi e le Funzioni competenti (Risorse Umane e IA&Compliance) per la corretta attuazione e l'adeguato controllo e monitoraggio dei contenuti del Codice Etico.

Il monitoraggio è rivolto non solo ai dipendenti ma anche nell'applicazione dei rapporti con clienti e fornitori.

Il Gruppo si impegna ad attuare gli interventi più efficaci ed idonei a garantire la diffusione e la conoscenza del Modello e del Codice Etico a tutti i dipendenti e collaboratori.

La Formazione ha ruolo cruciale nel processo di divulgazione ed apprendimento dei principi ispiratori di entrambi i documenti: nel giugno 2022, la formazione è stata estesa ai dipendenti nei punti vendita con l'obiettivo di continuare con l'attività formativa nel 2023.

Attraverso il sistema adottato dalla Società, quest'ultima verifica che la gestione posta in essere dalle controllate sia comunque conforme al modello di organizzazione, gestione e controllo in linea con le prescrizioni del D.Lgs. 231/2001,

approvato dalla Capogruppo, al fine di garantire condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali.

È stato predisposto, inoltre, un sistema di segnalazione da parte dei dipendenti e degli stakeholder esterni di eventuali irregolarità o violazioni del Codice Etico. Nel corso del 2022 è stato progettato un nuovo flusso per la gestione delle segnalazioni nel rispetto dell'anonimato del segnalante.

Codice Etico e Modello di Organizzazione ex D. Lgs 231/2001 sono disponibili sul sito istituzionale della Società, all'indirizzo www.zucchigroup.it nella sezione Corporate Governance.

3.2 Lotta alla corruzione

Il contrasto a fenomeni di corruzione è un impegno che Zucchi sostiene fermamente, in osservanza alle normative e nel rispetto dei principi aziendali. Il Gruppo monitora regolarmente l'esposizione ai rischi di compliance per ridurre al minimo potenziali danni reputazionali e economici derivanti dalla violazione delle disposizioni normative, tra cui i fenomeni di corruzione.

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

Sulla base delle attività svolte dall'Organismo di Vigilanza, nel 2022, non sono emersi comportamenti o eventi a rischio di reato tali da richiedere un intervento del Consiglio di Amministrazione né sono giunte segnalazioni di comportamenti non idonei.

Procedure e standard anticorruzione

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

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

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

Il Gruppo ritiene che la formazione sia un elemento importante nella gestione del rischio inerente alle diverse pratiche corruttive, in quanto crea consapevolezza interna e capacità necessarie per prevenirne il verificarsi. Pertanto, si rimanda all'attività formativa messa in atto dall'Organismo di Vigilanza.

Si evidenzia inoltre che nel 2022 nessun episodio di corruzione è avvenuto nelle società del Gruppo, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione contro società del Gruppo.

3.3 Approccio alla fiscalità

Il Gruppo Zucchi e le società controllate in via diretta ed indiretta, applicano, in coerenza con il Codice Etico, principi di correttezza, trasparenza, onestà ed integrità, che in ambito fiscale trovano attuazione nel corretto assolvimento delle obbligazioni tributarie nel rispetto della lettera e dello spirito delle norme; nella gestione della materia fiscale, il Gruppo mira alla “certezza” sulle posizioni fiscali adottate.

L'approccio fiscale non è riportato in una strategia fiscale formalizzata – la strategia seguita presuppone il controllo del rischio fiscale nell'ottica di tutelare la reputazione della Società e del Gruppo oltre che seguire l'integrità nella gestione degli adempimenti fiscali e nella determinazione dell'obbligazione tributaria.

Dal 2018 l'azienda con il supporto di Finservice – leader nella finanza agevolata - ha attuato le procedure per ricorrere al beneficio del credito d'imposta:

1. relativo alla legge 160/2019 e s.m.i. calcolato sui costi di innovazione design e ideazione, nell'ambito dei progetti R&S,
2. in riferimento alla partecipazione al progetto Industria 4.0 (produzione industriale del tutto automatizzata e interconnessa)

Mancando la formalizzazione della strategia però viene a mancare conseguentemente un link disponibile al pubblico. Non vi sono strategie fiscali diverse a seconda delle entità del Gruppo Zucchi.

In linea con la normativa fiscale tutti i punti vendita sono dotati di registratori telematici per la trasmissione di fatture e scontrino fiscali in AGE. La gestione del rischio fiscale è monitorato nell'ambito del Dipartimento AFC ed è lo stesso CFO ad occupare il ruolo di governo sui temi Tax; è lasciata alla società di revisione il controllo ultimo sulle politiche fiscali adottate ed il calcolo effettuato. Fino ad oggi non ci sono rilievi a dimostrazione di un atteggiamento conforme verso i temi fiscali.

Per quanto riguarda la pianificazione fiscale, la società segue una strategia di business ma non nell'ambito di uno sviluppo sostenibile dell'organizzazione, non essendoci ad oggi un progetto di sostenibilità approvato e divulgato trasversale sui processi.

Lato Governace, Controllo e Gestione del rischio, vede il controllo da parte del Dipartimento AFC con la supervisione del CFO. Il CFO, nominato anche Dirigente Preposto, relaziona con gli organi di controllo su tutti i controlli in essere nei processi amministrativi e contabili oltre che informare su piani di investimento finanziamenti e scelte strategiche con impatti finanziari rilevanti – l'organo di governo, il CdA, è ovviamente l'organo in cui si discute delle scelte strategiche e dei potenziali impatti, ma non essendo in atto delle strategie con rilevanti impatti fiscali, anzi al contrario si è passati da un rischio di perdita fiscale importante (100M€) ad una situazione attuale di perdita (29M€). L'argomento è sicuramente più attenzionato dal Collegio Sindacale. Il CFO effettua il percorso obbligatorio, ed anche volontario seppur in autonomia, della formazione sotto il profilo da Commercialista, per mantenere gli standard richiesti dalla professione, anche sotto il profilo fiscale.

La propensione al rischio da parte dell'azienda è pari a zero: non vi sono pratiche aggressive o ricorso a mezzi legali per ridurre al minimo gli oneri fiscali o operazioni in violazione della legge (mancato pagamento o pagamento parziale delle imposte).

Il consolidato fiscale di Vincenzo Zucchi S.p.A. e le sue controllate italiane ed estere, segue la giurisdizione fiscale italiana – i prezzi di trasferimento sono definiti in egual modo per tutte le società acquirenti.

Il modello organizzativo di gestione 231 è stato aggiornato in aprile 2021 introducendo i reati fiscali.

La gestione delle segnalazioni con il meccanismo di segnalazione su comportamenti non etici o illeciti o su attività che compromettono l'integrità dell'organizzazione in relazione alle imposte, segue ad oggi quanto riportato nella parte generale del MOG231 con segnalazione all'OdV su casella di posta dedicata.

Oggi l'azienda si sta strutturando, ai fini dell'adeguamento alla Direttiva UE n. 137 del 2019 a tutela dell'anonimato del segnalante, nell'implementazione di un flusso che prevederà tracciamento anonimo delle segnalazioni.

Concludendo, non essendoci una politica di tolleranza al rischio fiscale e la partecipazione ad accordi di cooperative compliance, non c'è un rapporto continuo con le autorità fiscali.

L'ultimo accertamento risale al 2016 ed i rapporti sono stati gestiti nell'ambito di un processo standard di ricezione della verifica e distribuzione delle informazioni e documentazione richiesta.

Qui di seguito estratto della rendicontazione Finanziaria _ Economica e Fiscale del Gruppo Zucchi SpA

“ COUNTRY BY COUNTRY REPORT 2022 »

Paesi inclusi nel range	Range di aliquota fiscale	Ricavi verso terzi	Risultato ante imposte	Imposte pagate	Imposte maturate
Italia	27,90%	66.550,00	- 3.588,00	-	228,00
Francia	26,5%	16.114,00	831,00	-	170,00
Spagna	25%	1.342,00	39,00	-	-
Germania	10,6%<x<25%	24.093,00	6.636,00	909,00	1.834,00
Svizzera	19%	5.786,00	1.501,00	298,00	301,00
Totale		113.885,00	5.419,00	1.207,00	2.533,00

CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO

Il Gruppo Vincenzo Zucchi S.p.A. riconosce la formazione quale processo educativo attraverso il quale trasferire alle lavoratrici ed ai lavoratori conoscenze utili all'acquisizione di competenze per lo svolgimento delle attività professionali e per lo sviluppo personale, tanto da promuovere il valore dei processi formativi quale leva per accrescere il patrimonio di ciascun collaboratore. Il Gruppo garantisce condizioni di lavoro rispettose per la dignità individuale, gestisce e organizza ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Il capitale umano, cioè l'insieme di conoscenze, competenze, abilità di ciascun dipendente, è l'elemento principale che contribuisce ogni giorno al raggiungimento dei risultati determinando il successo dell'Azienda e la creazione di valore a lungo termine. I principi dell'etica e della trasparenza, nella conduzione delle attività aziendali, guidano quotidianamente le persone al raggiungimento dei risultati.

In ambito aziendale al di fuori dalle sedi sindacali, non sono stati implementati ulteriori sistemi di comunicazione e feedback per il personale dipendente.

Il Gruppo Zucchi già dal 2018 ha adottato un sistema di valutazione delle performances dedicato alle principali figure "manageriali", con la finalità di stimolare il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Nel 2022 è stato consolidato il sistema di "performance management" (MBO) per le figure apicali dello Steering Committee ed i loro primi riporti. Tale strutturato sistema incentivato ha permesso di raggiungere significativi obiettivi sia quantitativi che qualitativi

4.1 Le nostre persone

Al 31 dicembre 2022 il Gruppo Zucchi conta un organico di 643 dipendenti, di cui il 80,50% è formato da donne e il 87,7% ha un contratto a tempo indeterminato.

In Italia Vincenzo Zucchi S.p.A. impiega 424 dipendenti, negli altri paesi europei i dipendenti ammontano a 73 (21 unità in Svizzera e 52 in Germania) costituendo il 14,69% dell'organico complessivo del Gruppo; non ci sono dipendenti in Paesi Extra Europa.

In dettaglio presso Bassetti Deutschland G.m.b.H. (Germania) ci sono 52 dipendente, presso la Bassetti Schweiz AG (Svizzera) 21, in Zuckids srl (Italia) 119, in SARL Zuckids SRL (Francia) 20, e in Basitalia Srl 7 dipendenti.

Tab. Evoluzione organico Gruppo Zucchi

	2021	2022
addetti	706	643

I dati del paragrafo 4.1 "Le nostre persone" non comprendono i dati relativi alla controllata Bassetti Espanola S.A. (Spagna)

Tab. Evoluzione organico per tipologia contrattuale Gruppo Zucchi

	Numero 2021	Percentuale 2021	Numero 2022	Percentuale 2022
Tempo indeterminato	631	89,38%	564	87,71%
Tempo determinato	75	10,62%	79	12,29%

Tab. Organico per tipologia contrattuale per aree geografiche Gruppo Zucchi

2022	Zucchi Italia	Svizzera	Germania	Zuckids Francia	Zuckids Italia	Basitalia
Tempo indeterminato	389	19	46	18	90	2
Tempo determinato	35	2	6	2	29	5
Totale	424	21	52	20	119	7

Tab. Evoluzione organico per tipologia contrattuale e per genere Gruppo Zucchi

	2021			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero totale di contratti a tempo indeterminato	125	506	631	117	447	564
Numero totale di contratti a tempo determinato o temporanei	6	69	75	8	71	79
Totale	131	575	706	125	518	643

A tutto il personale in forza in tutte le aziende italiane del Gruppo Zucchi, sono applicate le condizioni retributive e normative previste dalla contrattazione collettiva oltreché quanto concordato in sede di contrattazione individuale e in applicazione delle policy aziendali in termini di benefit aggiuntivi per alcune categorie professionali (polizze sanitarie integrative e autovettura aziendale).

ZUCKIDS S.r.l.

Zuckids Srl, controllata al 100% da Vincenzo Zucchi Spa, per l'anno 2022 ha visto gestiti 119 dipendenti in Italia (98.3% donne e 75.6% a tempo indeterminato, 100% impiegati) e 20 dipendenti in Francia (100% donne, il 90,00 % a tempo indeterminato).

Tab. Evoluzione organico Zuckids S.r.l.

	2021	2022
addetti	194	139

Tab. Evoluzione organico per area geografica

	2021	2022
Italia	169	119
Francia	25	20

Tab. Evoluzione organico per tipologia contrattuale

	2021	2022
Tempo determinato	46	31
Tempo indeterminato	148	108

Tab. Evoluzione organico per tipologia contrattuale e genere

	2021			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero totale di contratti a tempo indeterminato	1	147	148	1	107	108
Numero totale di contratti a tempo determinato o temporanei	0	46	46	1	30	31

BASITALIA S.r.l.

Nel 2022 la società Basitalia ha gestito 7 dipendenti, di cui 1 uomo e 6 donne, con una percentuale di tempi indeterminati pari a 28,5%.

Organico Basitalia:

Qualifica	2022
Impiegati	6
Quadri	1

4.2 Formazione e sviluppo³

Nel corso del 2022 Vincenzo Zucchi S.p.A. ha realizzato un piano formativo articolato con attività in presenza e di training on the job, su varie tematiche da quelle di salute e sicurezza a quelle dedicate allo sviluppo delle Soft skills in ambito linguistico e informatico. La formazione effettuata è stata dedicata soprattutto al personale dei punti vendita ed a varie aree di sede. La società Basitalia ha gestito il primo piano formativo per i lavoratori, tutto incentrato sulla formazione obbligatoria per la salute e sicurezza. Una parte del personale è stata formata in materia del Dlgs. 81/08, con un totale di ore corso pari a 76 tutte dedicate alla sicurezza sul luogo di lavoro.

Le attività in modalità on the job hanno visto impegnato quasi tutto il personale di vendita compresi i responsabili/referenti con l'obiettivo di potenziarne le abilità di comunicazione e di rafforzare il servizio al cliente. Le sessioni d'aula in presenza hanno coinvolto il personale di sede per la parte uffici e di magazzino in materia di sicurezza, sia per tematiche di parte generale e specifica che per i lavoratori addetti alle squadre di emergenza: Primo soccorso nuova nomina e Antincendio nuova nomina.

Parte del personale di sede ha frequentato la formazione volta ad accrescere competenze linguistiche e informatiche, insieme ad aggiornamenti in materia di Privacy GDPR. Le iniziative formative realizzate nel corso del 2022 sono state pari ad un monte ore corso di 624 e un totale ore uomo di 2.425; nella tabella sottostante sono riportate le ore di formazioni per singole tematiche affrontate. Nel 2022 l'investimento complessivo per la formazione è stato pari a euro 15.134,00.

Tab. Ore Corso per tipologia

Aree tematiche	Ore 2021	Ore 2022
Sicurezza	98	217
Vendite	3.5	264
ICT- Sistemi Informativi	0	40
Legale/Compliance	1	5
Formazione tecnica (Supply Chain/Logistica)	64	68
Formazione linguistica	0	30
Formazione manageriale	0	0
Altro	0	0
Totale	168.5	624

³ I dati del paragrafo 4.2 "Formazione e sviluppo" comprendono i dati delle aziende del perimetro italiano: Vincenzo Zucchi SpA _ Zuckids Srl (Italia) _ Basitalia Srl

Tab. Ore formazione per genere

	2021	2022
Uomini	582	839
Donne	633	1586
Totale	1215	2425

Tab. Ore formazione per qualifica

	2021	2022
Dirigenti	0	112
Quadri	61	61,5
Impiegati	489	1781,5
Operai	665	470
Totale	1215	2425

Tab. Ore di formazione procapite per anno 2022

2022	TOTALE		
Ore formazione pro capite per categoria e genere	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	13,33	16,00	14,00
Quadri	5,56	1,44	3,62
Impiegati	7,91	3,78	4,35
Operai	5,78	2,96	4,09
Totale ore formazione pro capite	7,17	3,66	4,41

Formazione e sviluppo per Zuckids Italia

Nel corso del 2022 le attività formative anche per Zuckids sono riprese a pieno regime su tutti i punti vendita del territorio nazionale, per il potenziamento delle conoscenze di prodotto di biancheria per la casa e le stesse tecniche di vendita in linea con la mission aziendale.

E' stata condotta prettamente in modalità training on the job. Tali attività hanno visto impegnato buona parte del personale di vendita con l'obiettivo di potenziarne le abilità di comunicazione e di servizio al cliente.

Le iniziative formative realizzate nel corso del 2022 sono state pari ad un monte ore corso di 98,5 e un totale ore uomo di 209,5; nella tabella sottostante sono riportate le tematiche affrontate. Nel 2022 l'investimento complessivo è stato pari a 1.000,00 euro circa, in quanto quasi la totalità delle ore erogate è stata carico di formatori interni.

Tab. Ore corso per tipologia

Aree tematiche	Ore 2021	Ore 2022
Sicurezza	4	8
Vendite	46	88
Legale/Compliance	0	2,5
Totale	50	98,5

Tab. Ore uomo di formazione per genere

	2021	2022
Uomini	0	9,5
Donne	2999	200
Totale	2999	209,5

Formazione e sviluppo per Basitalia Italia

La società Basitalia ha gestito il primo piano formativo per i lavoratori, tutto incentrato sulla formazione obbligatoria per la salute e sicurezza. Una parte del personale è stata formata in materia del Dlgs. 81/08, con un totale di ore formative pari a 76 tutte dedicate alla sicurezza sul luogo di lavoro e con una spesa pari a 1.510,0 €.

4.3 Salute e sicurezza sul lavoro⁴

Il Gruppo Zucchi si impegna ad assicurare un ambiente di lavoro salutare e sicuro per tutti i lavoratori e chiunque sia presente nei siti aziendali.

In tale contesto la Vincenzo Zucchi ha provveduto attraverso il proprio RSPP all'aggiornamento del proprio Documento della valutazione dei Rischi insieme alla valutazione specifica della movimentazione manuale dei carichi, implementando azioni di miglioramento per la gestione della salute e della sicurezza dei lavoratori attraverso un nuovo piano di Sorveglianza sanitaria. Tutti questi elementi garantiscono il rispetto della normativa vigente.

In ottemperanza agli obblighi previsti dalla normativa, al fine di prevenire incidenti e danni alla salute, le iniziative attuate dall'azienda sono state:

- Continuo monitoraggio del corretto funzionamento di impianti e macchine, per verificarne idoneità e sicurezza;

^{4 4} I dati del paragrafo 4.3 "Salute e Sicurezza" comprendono i dati delle aziende del perimetro italiano: Vincenzo Zucchi SpA, Zuckids Srl (italia) e Basitalia Srl

- verifica puntuale degli adempimenti previsti dalle norme applicabili, in coerenza anche con il Modello Organizzativo 231 e relativi protocolli specifici;
- aggiornamento e incontri con le sq. Di emergenza per la divulgazione del nuovo piano di gestione delle emergenze (incendio, terremoto, etc.); prova pratica di evacuazione per testare la tempestività di intervento e la conoscenza delle procedure di prevenzione degli incidenti, nuove nomine di addetti.
- Revisione e approfondimento del nuovo piano di sorveglianza sanitaria rispondente al nuovo documento di valutazione dei rischi;
- Aggiornamento formazione e informazione in materia di salute e sicurezza per i dipendenti di magazzino con istruzioni operative sullo svolgimento della propria mansione sul nuovo impianto Cross Belt a magazzino;
- monitoraggio costante degli infortuni e nuovo verbale di registrazione per i Near Miss;
- adozione di adeguati dispositivi di protezione individuale, tutti i dipendenti degli stabilimenti hanno in dotazione DPI aziendali;

Nel corso dell'esercizio 2022 sono state erogate 217 ore di formazione in materia di salute e sicurezza. L'obiettivo delle attività formative, oltre che ottemperare agli obblighi di legge, è stato quello di sensibilizzare il personale dipendente circa l'importanza di osservare comportamenti "sicuri" durante lo svolgimento dell'attività lavorativa innalzando il proprio livello di attenzione e responsabilità personale.

Anche nel 2022 non si sono verificati infortuni mortali, il numero degli eventi è stato in calo rispetto all'anno precedente.

Nel 2022 un numero di 5 infortuni ha riguardato il personale femminile e 3 il personale maschile.

Tab. Indici infortunistici triennio 2020-2022

	2020	2021	2022
Infortuni totali	5	11	8
Infortuni sul lavoro	5	9	8
Infortuni in itinere	0	2	0
Indice di frequenza	13,88	20,2	11,24
Indice di gravità	1,01	0,98	0,76
Giorni di assenza per infortuni	365	533	543
Malattie professionali	0	0	0
Incidenti mortali	0	0	0

Nota

Indice di infortuni= indice di frequenza calcolato secondo la formula: n° infortuni *1000.000/ n° ore lavorate

Indice di Gravità= n° giorni infortuni *1.000/ n° ore lavorate

Fonte: Norma UNI 7249.07

Salute e sicurezza sul lavoro Zuckids Italia

Anche l'Azienda Zuckids si impegna ad assicurare un ambiente di lavoro salutare e sicuro per tutti i lavoratori. Per l'anno 2022 ha svolto due riunioni semestrali in materia di sicurezza con il RSPP e il delegato del Datore di Lavoro, con l'intento di monitorare continuativamente l'applicazione delle indicazioni interne, per la sicurezza nei luoghi di lavoro.

In tale contesto la società Zuckids ha identificato e valutato tutti i rischi in termini di salute e sicurezza connessi alle proprie attività ed implementato azioni di miglioramento in collaborazione con il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione per la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori.

In ottemperanza agli obblighi previsti dalle normative vigenti, al fine di prevenire incidenti e danni alla salute, le iniziative attuate dall'azienda sono state:

- aggiornamento dei piani di gestione per le emergenze, con divulgazione a tutti i punti vendita.
- informazione per tutti i dipendenti in materia di salute e sicurezza e istruzioni specifiche per la mansione di addetto alla vendita;
- monitoraggio costante degli incidenti e malfunzionamenti;

Tab. Indici infortunistici

	2021	2022
Infortuni totali	3	0
Indice di frequenza	16,86	0
Indice di gravità	0,19	0
Giorni di assenza per infortuni	33	0
Malattie professionali	0	0
Incidenti mortali	0	0

Salute e sicurezza sul lavoro Basitalia

Anche Basitalia si impegna ad assicurare un ambiente di lavoro salutare e sicuro per tutti i lavoratori. Per l'anno 2022 ha svolto una riunione in materia di sicurezza con il RSPP e il delegato del Datore di Lavoro, individuando le figure obbligatorie per la sicurezza nell'ambito del Dlgs. 81/08 ed eletto un RLS interno formato e nominato e formato come preposto.

4.4 Relazioni industriali⁵

Al fine di conseguire gli obiettivi di impresa, in accordo con il principio di valorizzazione e di crescita dei propri collaboratori, il Gruppo Zucchi ha al proprio interno la funzione “Direzione Risorse Umane” alla quale è affidato il compito di mantenere e sviluppare nel tempo corrette relazioni con tutti i soggetti coinvolti nel sistema relazioni industriali: organizzazioni sindacali, rappresentanti dei lavoratori, associazioni imprenditoriali, enti ed istituti pubblici deputati alla gestione delle problematiche del lavoro. Proprio per tale obiettivo nel 2022 è stata riattivata l’iscrizione ad ALI Confindustria Alto Milanese.

Il Gruppo Zucchi è impegnato ad osservare le norme e le disposizioni finalizzate a regolare i rapporti di lavoro applicando in Italia ogni sua parte dei Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro:

- in Italia ai dipendenti di Vincenzo Zucchi S.p.A. è applicato il contratto dell’Industria Tessile-Abbigliamento-Moda e, al personale con qualifica dirigenziale, il Contratto Collettivo dei Dirigenti di Aziende Industriali;
- ai dipendenti della Zuckids Srl è applicato il contratto CCNL Commercio (Confcommercio);
- ai dipendenti della Basitalia Srl è applicato il contratto CCNL Piccola Media Edilizia Confapi.

Presso le unità locali di Rescaldina e i Punti vendita della Città di Milano sono regolarmente costituite le RSU – Rappresentanze Sindacali Unitarie dei lavoratori, le quali, supportate dalle organizzazioni sindacali territoriali di categoria FEMCA-CISL, FILCTEM-CGIL e UILTEC-UIL, insieme alla Direzione Risorse Umane sovrintendono il sistema di relazioni industriali della Società. Tali organismi si riuniscono quando necessario in sessioni di consultazione e negoziazione riguardo le materie previste dal CCNL inclusa la definizione degli accordi collettivi di II livello (contrattazione integrativa aziendale).

UILTUCS Nazionale, FISASCAT CISL Nazionale, FILCAMS CGL Nazionale sono le organizzazioni sindacali di riferimento per Zuckids.

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

La contrattazione di secondo livello attualmente vigente all’interno del Gruppo disciplina aspetti normativi del rapporto di lavoro come istituti retributivi aggiuntivi a quelli previsti dal livello nazionale con riferimento ai premi variabili connessi a parametri di produttività, qualità e redditività. Tali istituti sono denominati PREMIO AZIENDALE DI PRODUTTIVITA’ introdotto nel 1989 e PREMIO AZIENDALE DI REDDITIVITA’ introdotto nel 1996 e loro successivi aggiornamenti.

Il Gruppo Zucchi, nell’ambito dei processi di consultazione previsti dalla contrattazione collettiva nazionale e aziendale e in merito ai cambiamenti inerenti l’organizzazione Aziendale, fornisce informazioni alle rappresentanze interne ed agli interessati nel rispetto dei tempi previsti dalle normative applicabili (es. spostamenti di reparto o di posto di lavoro, modifiche degli orari di lavoro per esigenze tecniche-produttive e un migliore utilizzo degli impianti).

⁵ I dati del paragrafo “Relazioni Industriali” comprendono i dati delle aziende del perimetro italiano: Vincenzo Zucchi SpA, Zuckids Srl (Italia) e Basitalia Srl

4.4. I principali eventi del 2022 in materia di relazioni industriali

A seguito della contrazione del mercato di riferimento, ed ad una riorganizzazione interna per la Vincenzo Zucchi S.p.A. dove è stato attuato un accorpamento di alcune funzioni in un'unica area di riferimento, nel 2022 è stato necessario ricorrere alla cassa integrazione ordinaria per un monte ore pari a 3.570,98 e alla cassa integrazione ordinaria e straordinaria per un monte ore pari a 32.502,00 per la copertura della riduzione delle attività nella sede di Rescaldina.

4.5 Diversità e Pari opportunità Gruppo Zucchi Italia

Il Gruppo Zucchi riconosce il capitale umano quale patrimonio dell'azienda e si impegna ad offrire pari opportunità di lavoro e un trattamento equo per tutti, indipendentemente da etnia, nazionalità, opinioni politiche, religione, sesso, età, diversa abilità, orientamento sessuale, condizioni personali o sociali.

Il Gruppo contrasta ogni forma di discriminazione o di limitazione delle occasioni di crescita professionale o umana, favorendo la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo dove tutti possano esprimere al meglio le proprie potenzialità con un impegno particolare nella gestione delle diversità di genere e generazionale.

In linea con l'andamento del settore tessile, la presenza femminile si mantiene molto alta attestandosi anche nel 2022 al 75,45 % dell'organico del Gruppo, in aumento rispetto all'anno precedente.

Tab. Organico per genere triennio 2020-2022 Gruppo Zucchi

6

	2020	2021	2022
n. addetti Femmine	378	380	564
% su totale	73,97	74,95	87,71
n. addetti Maschi	133	127	79
% su totale	26,03	25,04	12,29

Nell'organico ci sono 8 Dirigenti di cui 6 uomini e 2 donne che risiedono in Lombardia.

Tab. Organico per fasce età triennio 2020-2022 solo Vincenzo Zucchi SpA

	2020	2021	2022
n. addetti fino a 30 anni	17	14	26
% su totale	3,3	3,31	6,13
n. addetti tra 31 e 50	176	149	137
% su totale	34,7	35,05	32,31
n. addetti oltre 50 anni	318	262	261
% su totale	62	61,64	61,56

Tab. Suddivisione del personale per qualifica Gruppo

	Sesso	2021	2022	Variazione %
Dirigenti	M	5	6	0,83
	F	2	2	0,0
Quadri/Impiegati	M	77	73	1,24
	F	309	447	1,29
Operai	M	45	46	0,98
	F	69	69	0,0
Totale		507	643	1,20

Anche in Zuckids la presenza femminile è assolutamente preponderante con una percentuale del 98,6% dell'organico del Gruppo, in netto allineamento con l'anno precedente. Si precisa che nel dato Impiegati sono compresi n. 18 quadri di cui 8 donne e 10 uomini.

Tab. Organico Zuckids per genere

	2021	2022
n. addetti Femmine	222	137
% su totale	99,55	98,56
n. addetti Maschi	1	2
% su totale	0,45	1,44

Tab. Composizione del Consiglio di Amministrazione di**V. Zucchi S.p.A. per genere e fasce d'età**

	2021	2022
Donne	40%	40%
Uomini	60%	60%
Età 30 - 50 anni	40%	40%
Oltre 50 anni	60%	60%

Per effetto della Cassa Integrazione Ordinaria nel 2022 la Vincenzo Zucchi S.p.A. è stata in "sospensione" degli obblighi di assunzione di personale appartenente alle categorie protette. Alla data del 31 dicembre 2022 risultano complessivamente in forza alla Società n. 15 addetti appartenenti a queste categorie di lavoratori, 5 uomini 10 donne.

CAPITOLO 5. DIRITTI UMANI E CATENA DI FORNITURA

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

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

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

5.1 Tutela dei diritti umani

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

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

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

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

Con riferimento alle attività aziendali, si evidenzia che nelle sedi/stabilimenti e nei punti vendita non è ammesso lavoro minorile e non si sono mai verificati casi di lavoro forzato. Ai dipendenti è garantito un orario di lavoro come previsto da contratto nazionale; il lavoro effettuato in straordinario è regolarmente retribuito e i lavoratori aderiscono su base volontaria alle prestazioni di lavoro straordinario.

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

Nel 2022 non si registrano segnalazioni relative a pratiche discriminatorie e/o mancato rispetto dei diritti umani.

In Italia e negli altri paesi europei l'azienda non ha ad oggi implementato una due diligence interna sui diritti umani né ha organizzato corsi di formazione specifici sui diritti umani nel corso del 2022.

5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili

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

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

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

- rispetta le procedure interne⁷ per la selezione e la gestione dei fornitori senza precludere ad alcun soggetto in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere;
- adotta nella selezione criteri di valutazione oggettivi;
- comunica e condivide i valori ed i principi etici anche mediante richiami specifici nei documenti contrattuali.

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

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

5.3 Selezione dei fornitori

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

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

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

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

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

Nel 2022 sono state finalizzate le procedure di verifica facendo sottoscrivere opportuno Codice di Condotta a tutti i fornitori e fatte verifiche sull'adeguatezza del prodotto pre-shipping .

CAPITOLO 6. ASPETTI AMBIENTALI

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

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

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

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

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

Il perimetro della presente rendicontazione in tema ambientale si riferisce alla capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A., Zuckids Italia e Zuckids Francia.

In particolare nei consumi energetici sono compresi i consumi dei siti produttivi e dei punti vendita a canale diretto di Vincenzo Zucchi S.p.A e i punti vendita a canale diretto di Zuckids Italia e Francia.

I consumi di gas naturale, carburante e produzione dei rifiuti sono imputati solo alla capogruppo Vincenzo Zucchi SpA. Infine non sono compresi i dati relativi ai canali indiretti di vendita né alla GDO.

6.1 Energia

Il contributo del Gruppo alla lotta contro il cambiamento climatico si concretizza con l'implementazione di iniziative di riduzione dei consumi energetici e di conseguenza delle emissioni di gas climalteranti, legate alle sedi, agli stabilimenti e ai punti vendita diretti. Attraverso le iniziative di seguito descritte, l'azienda conta di ottenere nei prossimi anni significativi benefici in termini di risparmio energetico e di abbattimento delle emissioni di CO₂.

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

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

I consumi di energia elettrica – che comprendono i siti di produzione di Cuggiono, Rescaldina, Casorezzo e i punti vendita diretti (V.zucchi + Zuckids IT e FR) nel 2022 sono pari a complessivi 6.141.129 kWh.

Si evidenzia che i consumi di energia espressi in Kwh sono stimati, in quanto calcolati dividendo il costo anno 2022 per il prezzo medio dell'anno al Kwh.

L'energia elettrica consumata dalla capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A. (pari a circa il 75% del totale dell'energia consumata dal Gruppo) proviene per il 100% da fonte rinnovabile come dichiarato dal fornitore di energia con riferimento al mix energetico comunicato in bolletta.

Tab. Consumi elettricità 2021

Consumi elettricità	Unità di misura	2021	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	kWh	2.430.609	240	10.131
Punti vendita diretti	kWh	2.426.409	348	6.976
Totale elettricità	kWh	4.857.018	588	17.107

Tab. Consumi elettricità 2022

Consumi elettricità	Unità di misura	2022	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	kWh	2.426.865	240	10.112
Punti vendita diretti	kWh	3.714.264	359	10.346
Totale elettricità	kWh	6.141.129	599	20.458

I consumi di gas naturale riportati di seguito comprendono per gli anni 2021 e 2022 i siti di produzione di Cuggiono e Rescaldina e i punti vendita diretti V.Zucchi situati nelle città di Torino, Galliate, Rescaldina, Castelguelfo, Notaresco, Boretto, Cantello e Delebio.

Tab. Consumi gas naturale 2021

Consumi gas naturale	Unità di misura	2021	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	Smc	502.086	240	2.092
Punti vendita diretti ⁴	Smc	33.546	348	96
Totale gas naturale	Smc	535.632	588	2.188

Tab. Consumi gas naturale 2022

Consumi gas naturale	Unità di misura	2022	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	Smc	462.642	240	1.928
Punti vendita diretti ⁴	Smc	32.229	359	90
Totale gas naturale	Smc	494.871	599	826

Tab. Consumi Carburante 2021

Consumi gasolio	Unità di misura	2021	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Consumo carburante per attività di logistica e spostamento personale commerciale e addetto industriale	Lt.	64.184	588	109

Tab. Consumi Carburante 2022

Consumi gasolio	Unità di misura	2022	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Consumo carburante per attività di logistica e spostamento personale commerciale e addetto industriale	Lt.	56.101	599	94

Tab. Consumi energetici totali 2021 e 2022

Consumi energetici totali V.ZUCCHI + Zuckids	unità di misura	2021	2022
elettricità	GJ	17.485	22.108
gas naturale	GJ	21.977	17.758
Gasolio	GJ	2.633	2.023
totale consumi energetici	GJ	42.096	41.890

I consumi relativi al gas naturale e ai carburanti derivano da una misurazione puntuale attraverso le evidenze dei consumi nella fatturazione.

6.2 Emissioni

Con la predisposizione della Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del 2017 il Gruppo Zucchi ha avviato un processo di misurazione delle emissioni di CO₂⁹ prodotte.

Anche per il 2022 sono state misurate le emissioni riconducibili all'utilizzo di combustibili fossili per l'utilizzo energia elettrica, il riscaldamento e per i mezzi aziendali (Scope I-II).

Di seguito sono riportate le emissioni dirette e indirette di CO₂ prodotte da Vincenzo Zucchi S.p.A. per l'anno 2021 mentre per il 2022 sono stati presi in considerazione anche i dati consumo energia di Zuckids Italia e Francia.

I consumi di gas naturale riguardano esclusivamente gli impianti di riscaldamento.

Con riferimento all'energia elettrica, per l'anno 2022 l'aumento delle emissioni è dovuto all'inclusione nel calcolo dei punti vendita Zuckids Francia.

Attualmente non sono ancora stati attivati specifici interventi o iniziative volti a ridurre la produzione di emissioni.

Tab. Emissioni Scope I-II 2021 e 2022

Emissioni Scope I	unità di misura	2021	2022
Consumi di gas naturale siti produttivi/uffici	tCO ₂	855	933
Consumi di gas naturale punti diretti	tCO ₂	57	65
Consumi di carburante per auto/mezzi aziendali	tCO ₂	195	151
Emissioni Scope II	unità di misura	2021	2022
Consumi di elettricità siti produttivi/uffici	tCO ₂	887	596
Consumi di elettricità punti diretti ITALIA	tCO ₂	885	861
Consumi di elettricità punti diretti FRANCIA	tCO ₂	885	16
Totale	tCO₂	2.880	2.622

⁹ Il Protocollo GHG sui Gas ad Effetto Serra classifica le emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra (GHG) in:

1. Emissioni GHG Dirette

(i) Scope 1, derivanti da fonti di proprietà o controllate direttamente dall'azienda, come emissioni da combustione di caldaie, forni, veicoli aziendali, etc.;

Al fine di rendicontare le emissioni Scope 1 sono stati utilizzati i seguenti fattori di conversione: gas naturale 2,01574 kgCO₂e/scm (Fonte DEFRA 2022) e carburante 2,6988 kgCO₂e/l (Fonte DEFRA 2022)

Emissioni GHG Indirette

(ii) Scope 2, derivanti dal consumo di energia elettrica acquistata per l'illuminazione, il riscaldamento e il raffreddamento degli edifici; Al fine di rendicontare le emissioni Scope 2 è stato utilizzato il seguente fattore di conversione: Perimetro Italia: 245,7 gCO₂e/kWh (Fonte Ispra 2022 - Location Based) - Perimetro Francia: 76 gCO₂e/kWh (Fonte Ispra 2022 - Location Based)

6.3 Gestione dei rifiuti

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

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

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

Con l'obiettivo di ridurre la produzione di rifiuti e ottimizzare il recupero degli stessi, nonché di ridurre i costi di smaltimento, Vincenzo Zucchi ha definito un piano che mira alla corretta suddivisione e al corretto smaltimento dei rifiuti, alla diminuzione dei costi attraverso uno smaltimento migliore dei rifiuti recuperabili.

Tutti i rifiuti differenziati sono reimmessi sul mercato secondo diverse modalità, favorendo così il recupero dei materiali con conseguente riduzione degli sprechi. Nello specifico, per quanto concerne la carta/cartone, imballaggi in legno, materiali misti, componenti rimossi da apparecchiature elettroniche fuori uso, ferro e rottame vi è un recupero totale del materiale mediante vendita a fornitori autorizzati.

Possiamo affermare che le iniziative ambientali adottate, consentono di conseguire e mantenere un profilo di rispetto delle normative nei paesi di operatività.

I dati riportati nelle tabelle si riferiscono ai rifiuti prodotti nel 2022 dallo stabilimento di Cuggiono – sede dedicata alle attività di trapuntatura - e dalla sede centrale di Rescaldina – sede del magazzino e dove sono localizzati gli uffici - entrambi in provincia di Milano.

Tab. Rifiuti stabilimento Cuggiono (MI)

Cuggiono	CER	2020 kg	2021 kg	2022 kg	operazioni di recupero
imballaggi in carta e cartone	15.01.01	8.500	11.680	11.580	R13
imballaggi in plastica	15.01.02	900	-	-	R13
imballaggi in materiali misti	15.01.06	18.790	26.810	20.420	R13
imballaggi in legno	15.01.03		2.600	-	R13
Totale		28.190	41.090	32.000	

Tab. Rifiuti sede Rescaldina (MI)

Rescaldina	CER	2020 kg	2021 kg	2022 kg	operazioni di recupero
Toner per stampa esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 08 03 17	08.03.18	162	-	-	R13
Imballaggi in carta e cartone	15.01.01	159.140	167.320	117.160	R13
Imballaggi in legno	15.01.03	67.300	29.300	57.600	R13
Imballaggi in materiali misti	15.01.06	39.680	37.750	46.600	R13
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 160215	16.02.16	-	25	-	R13
Ferro e acciaio	17.04.05	14.480	-	204.000	R13
Rifiuti ingombranti	20.03.07	8.600	5.220	12.530	R13
Rifiuti da fibre tessili lavorate	04.02.22	8.140	-	6.551	R13
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 160215	16.02.16	18	-	-	R13
Totale		297.520	239.615	444.441	

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

Tab. Classificazione rifiuti Cuggiono

Rifiuti correlati al processo di produzione		2021		2022	
CUGGIONO	unità di misura	pericolosi	non pericolosi	pericolosi	non pericolosi
rifiuti totali	ton	0	41,09	0	32
- di cui inviati a recupero	ton	0	41,09	0	32
- di cui inviati in discarica	ton	0	0	0	0

Tab. Classificazione rifiuti Rescaldina

Rifiuti correlati al processo di produzione		2021		2022	
RESCALDINA	unità di misura	pericolosi	non pericolosi	pericolosi	non pericolosi
rifiuti totali	ton	0	239,61	0	444,44
- di cui inviati a recupero	ton	0	239,61	0	444,44
- di cui inviati in discarica	ton	0	0	0	0

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

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

Attualmente il Gruppo non gestisce direttamente la raccolta dei rifiuti nei punti vendita, dove la stessa è effettuata da aziende municipalizzate o prevede una gestione in parte privata e in parte pubblica; di conseguenza l'azienda non dispone di dati.

Scarto tessile: risorsa e nuova opportunità

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

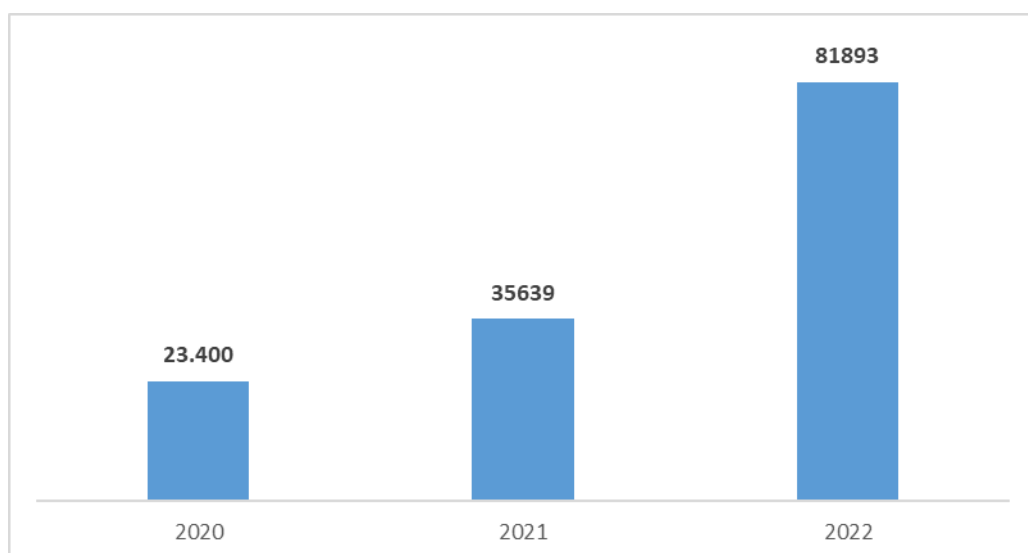
In una logica di sostenibilità ambientale ed economica, da alcuni anni il Gruppo Zucchi ha avviato la raccolta, finalizzata al riciclaggio, degli scarti di lavorazione - stracci e scampoli - allo scopo di valorizzarli destinandoli ad una filiera di recupero.

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

Nel 2022 il progetto ha consentito di destinare al riciclo circa 82 tonnellate di scarti.

L'incremento delle quantità cedute nell'anno 2022 rispetto agli anni precedenti è dato dalla differenza tra quantità cedute di Cuggiono 23 tonnellate e le quantità di scarti di Rescaldina 59 tonnellate (queste ultime non cedute nel 2020 e 2021).

Graf. Scarti tessili destinati al riciclo (kg)



Amianto

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

Sito di Rescaldina:

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

Sito di Cuggiono:

- coperture in cemento amianto superficie di 8.200 mq

Sito di Casorezzo:

- coperture in cemento amianto superficie di 10.100 mq.

Per tutti i siti è stato messo a punto il censimento e periodicamente vengono eseguiti i controlli del livello delle fibre aerodisperse; in particolare per quanto riguarda lo stabilimento di Cuggiono (2021) e deposito di Rescaldina (2020 e 2021), sono stati effettuati i rilievi periodici per il controllo della presenza di fibre nell'aria, in quanto in alcune zone sono stati individuati materiali contenenti amianto.

Dai rilievi effettuati, nell'arco del 2022, dalla società TECO Milano su Rescaldina, si evince che il materiale è stabile e non disperde fibre nell'aria pertanto non sussistono pericoli per i lavoratori. Inoltre a seguito dell'installazione di un nuovo sorter logistico è stato richiesto dalla società che si è occupata dell'installazione del macchinario un ulteriore rilievo nella zona nella quale essi stavano lavorando, a seguito della caduta di un piccolo calcinaccio durante i lavori, l'analisi ha dato esito negativo, pertanto è stato possibile procedere con i lavori senza alcun problema.

In merito alla rimozione dell'amianto, già nel 2019 la Vincenzo Zucchi S.p.A. ha ottenuto l'aggiornamento di 2 preventivi del 2017, per la definizione delle attività e dei relativi costi, nel corso del 2022 non si segnalano ulteriori sviluppi.

La costituzione del Patrimonio destinato a fine 2018 ha di fatto rallentato l'intervento dell'azienda sugli immobili trasferiti al patrimonio stesso. L'azienda sta verificando l'opportunità di alienare alcuni di questi beni a terzi, che potrebbero intervenire loro stessi alla rimozione dell'amianto.

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

6.4 Progetti per sviluppare iniziative con un impatto ambientale positivo

Nel corso del 2022, Vincenzo Zucchi ha continuato a lavorare sui progetti per evolvere il gruppo verso la sostenibilità e il green, ma il progetto non è stato ancora completato poiché la busta di protezione esterna non può essere eliminata perché necessaria sia per motivazioni logistiche che per una necessaria protezione del prodotto stesso.

Esempi di avanzamento:

- Zucchi AW23, sulla nuova collezione “Essential”, si è studiato ed implementato un pack ecologico con cardboard ed elastico in cotone, e busta di protezione da rimuovere prima dell’esposizione sui punti vendita
- Bassetti AW23, Pop Color continuativo letto, Clic Clac letto, Zucchi stagionale AW23: studiata e prototipata, sostituzione della busta plastificata con un nuovo packaging con fascia di carta e busta di protezione in plastica riciclabile
- Pop Color spugna: a breve in sostituzione gancio a calabrone plastica tag, con cordino in cotone
- Jalla collezione Infini: passaggio ad una busta tessile, con tag in cordino di cotone come il resto della collezione in consegna nel secondo semestre del 2023

REVISIONE DEL PACKAGING

Un team interfunzionale composto da manager delle aree marketing, prodotto, brand e ufficio acquisti ha continuato a lavorare al progetto di revisione del packaging in uso, composto da una busta in plastica e da una cartolina stampata, per approfondire le alternative sostenibili con chiusura con nastro e cartolina raffigurante il disegno del prodotto su cartoncino riciclato.

L’obiettivo è di concludere la valutazione dei materiali e la prototipia entro il 2023 avendo un impatto importante nell’implementazione che coinvolge fornitori di confezione sia sul territorio nazionale che estero (Comunità Europea ed Extra Europea). Questo porterà alla reale attuazione e visibilità sul prodotto distribuito nel 2024.

Il progetto si sviluppa su due principali capitoli:

- Prodotto finito in esposizione sul punto di vendita
- Prodotto finito in transito da fornitore a magazzino e destinazione finale al punto di vendita.

Il secondo aspetto, trattandosi di un prodotto tessile che per natura è facilmente soggetto a sporcarsi e macchiarsi se non propriamente protetto, ha comportato una ricerca approfondita delle opzioni disponibili, al momento la soluzione più realizzabile consiste in un involucro in materiale biodegradabile, con la limitazione della non visibilità interna del prodotto, o in alternativa una busta in materiale plastico PE, smaltibile nella plastica.

Qui di seguito alcune immagini esplicative dei nuovi progetti.

Allegato 1)

Zucchi AW23 Essential es. pack



Allegato 2)

Bassetti & Zucchi seasonal



Pop Color letto



Clic Clac letto



Allegato 3)

Jalla Infini



6.5 Informazioni richieste dall'art 8 del Regolamento Europeo 2020/852

Premessa

Il Regolamento (UE) 2020/852 definisce un sistema unitario per la classificazione delle attività economiche che possono essere considerate ecosostenibili.

Emanato dalla Commissione Europea, tale strumento normativo ha l'obiettivo di favorire l'implementazione del Green Deal Europeo, orientando gli investimenti economici verso attività e progetti considerati ecosostenibili ed in grado di fornire un contributo sostanziale al raggiungimento dei target ambientali definiti dall'Unione Europea.

L'art. 9 del Regolamento ha identificato i seguenti obiettivi ambientali

1. mitigazione dei cambiamenti climatici;
2. adattamento ai cambiamenti climatici;
3. uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine;
4. transizione verso l'economia circolare, con riferimento anche a riduzione e riciclo dei rifiuti;
5. prevenzione e controllo dell'inquinamento;
6. protezione della biodiversità e della salute degli eco-sistemi.

Rispetto all'esercizio 2021 dove era previsto che fossero fornite informazioni solo per due dei sei obiettivi ambientali (Mitigazione dei cambiamenti climatici e "Adattamento ai cambiamenti climatici), il Regolamento (UE) 2020/852 prevede per l'esercizio 2022 che tale informativa sia estesa anche agli altri quattro obiettivi ambientali con obbligo di pubblicazione per le operazioni dell'esercizio 2023.

A fronte del livello piuttosto dettagliato di informazioni richieste, il Regolamento fa una distinzione tra attività "ammissibili" alla tassonomia (*eligible*) e attività "allineate" alla stessa (*aligned*).

Un'attività economica si definisce "ammissibile alla Tassonomia" quando risulta semplicemente inclusa nell'elenco delle attività economiche ecosostenibili contenuto negli atti delegati della Tassonomia (ossia, per il momento, il *Climate Delegated Act*), mentre è "allineata alla Tassonomia" quando non solo risulta inclusa nell'elenco delle attività economiche ecosostenibili ma rispetta anche tutti i requisiti di ecosostenibilità, nonché i criteri di vaglio tecnico stabiliti della Tassonomia.

Le attività per essere considerate ecosostenibili (art. 3) devono soddisfare specifici criteri, tra cui:

- contribuire positivamente ad almeno uno dei sei obiettivi ambientali;
- non produrre impatti negativi su nessun altro obiettivo (criterio DNSH – Do Not Significant Harm);
- essere attività svolte nel rispetto di garanzie sociali minime (standard minimi di protezione sociale e delle norme internazionali in materia di diritti umani e lavoro³);
- rispettare i criteri tecnici identificati da atti delegati adottati dalla stessa Commissione Europea.

L'impegno di Zucchi verso la sostenibilità utilizzando il framework della tassonomia

Per una miglior comprensione dell'evoluzione delle politiche ambientali del Gruppo e, dall'altro lato, di meglio comprendere le informazioni fornite nella presente DNF, si precisa che nel 2021 non sono state identificate voci di ricavo né spese operative significative associabili ad attività economiche ammissibili e di conseguenza il valore dei KPI nel 2021 è risultato pari a zero. Le attività legate alla tutela dell'ambiente hanno avuto origine da scelte operate nel 2021, ma hanno trovato prima manifestazione numeraria nel 2022 e conseguiranno piena attuazione nel 2023.

Onde comprendere quali voci del bilancio possano essere ricomprese nella tassonomia, la Società ha provveduto ad un lavoro di screening tra le attività economiche risultanti dai suoi dati di fatturato e di costo (CapEx e OpEx) onde verificare la corrispondenza con quelle elencate nel Climate Delegated Act.

L'attività di screening ha quindi riguardato la ricerca, nelle voci sopra identificate (fatturato, costi), di tutti quegli importi riferibili a attività che potenzialmente potessero rientrare negli obiettivi ambientali di cui all'art. 9.

Con riferimento agli importi oggetto di analisi, si precisa:

- per il calcolo del Turnover è stata considerata la somma dei ricavi derivanti da vendita di prodotti e prestazione di servizi in conformità con il principio IAS 1 par. 82(a) e la Direttiva 2013/34/EU che definisce, per quanto riguarda il denominatore, il “Net Turnover” come i ricavi derivanti da vendita di prodotti e prestazione di servizi al netto di IVA, resi e altre tasse aggiunte;
- i CapEx si è tenuto in considerazione la somma di tutti gli incrementi, avvenuti nell’arco dell’esercizio 2022, ad elementi tangibili e intangibili di stato patrimoniale inclusi gli asset capitalizzati relativi all’attività di R&D ed i diritti d’uso derivanti da IFRS 16;
- gli OpEx si è fatto riferimento alla somma delle spese operative associate alla Ricerca e Sviluppo, manutenzione di impianti produttivi, day-to-day servicing degli asset aziendali e short-term lease.

Successivamente le voci sono state poste al vaglio della loro ammissibilità e, in caso affermativo, si è proceduto a riscontrare il rispetto ai requisiti di ecosostenibilità.

Si precisa che non tutte le attività potenzialmente rientranti negli obiettivi ambientali sono risultate ammissibili in quanto non rientranti nell’elenco delle attività contenute negli atti delegati alla Tassonomia.

Nello specifico si sono identificate le seguenti voci potenzialmente rientranti nei sei obiettivi ambientali:

Attività Economica	Descrizione	Ammissibile	Eleggibile	Descrittivo
Ricorso a fornitori compliant a Reg. UE 995-2010	Nel rifacimento dei negozi sono stati utilizzati materiali (parquet)		Activity - 1.1.	
Luci Led	Costi d’acquisto ed installazione		Activity – 7.3	
Packaging	Costi realizzazione nuovo pack/anche in termini di campionature	tbd	tbd	tbd
Labelling	Costi realizzazione nuovo label	tbd	tbd	tbd
Fotovoltaico	Firma contratto			
Mensa	Quantificare riduzione plastiche vs precedente servizio			
Prodotti Hypsi				
Cross Belt – nuovo macchinario smistamento pacchi	Costi per l’investimento		Activity – 7.3	
Riduzione Gas	2022 vs 2021 (-26%); dettaglio costi			
Riciclo scarti	percentuale e volume di scarti riciclati e ricavi di vendita		Activity – 5.5	
Nuovo macchinario per riempimento piumoni/cuscini	Costi per l’investimento – recap fatture	tbd	tbd	tbd

Prima di fornire le informazioni previste dall'art. 8 del Regolamento (UE) 2022/852 (indicatori fondamentali di prestazione -KPI), si ritiene opportuno illustrare le attività che pur non essendo ammissibili e allineate alla tassonomia sono state attuate a testimonianza dell'attenzione e dell'impegno del Gruppo Zucchi per l'ambiente:

FOTOVOLTAICO: E' stato sottoscritto un contratto nel 2022 per installazione nella sede produttiva di Cuggiono di un impianto fotovoltaico di produzione di energia elettrica da fonte solare fotovoltaica e termodinamica e le relative opere e infrastrutture funzionali, accessorie e di collegamento, con consegna di energia alla rete, inclusi eventuali infrastrutture di stoccaggio, di regolazione di frequenza e batterie. Le opere saranno svolte nel 2023.

RIDUZIONE GAS: Qui di seguito i dati relativi al risparmio gas del 2022 rispetto al 2021.

Consumi GAS V. Zucchi + Zuckids	Unità di misura	2021	2022	%
gas naturale	GJ	21.977	17.758	-19%
totale consumi energetici	GJ	21.977	17.758	

Indicatori fondamentali di prestazioni (KPI)

L'allegato 1 al regolamento delegato (ue) 2021/2178 che integra il regolamento (ue) 2020/852 prevede che le società forniscano alcune informazioni di carattere generale.

Con riferimento alle modalità di determinazione dei dati di fatturato e di costo (CapEx e OpEx) si è fatto riferimento ai principi contabili sopra esposti.

Onde agevolare l'interpretazione dei valori riportati nelle tabelle sottostanti si forniscono i riferimenti con le relative voci di bilancio:

KPI	Voci bilancio
Fatturato	8.174
Spese in conto capitale	524.545

Non si registrano modalità di calcolo differenti rispetto al precedente esercizio in quanto, come sopra ricordato, nel 2021 gli investimenti e i relativi costi al 31.12.2021, in tale ambito, erano pari a zero.

Riguardo la conformità delle attività al Regolamento (UE) 2020/852, si è provveduto a verificare che le attività potenzialmente ammissibili fossero riconducibili alla vendita o all'acquisto di output provenienti da attività economiche ammissibili e allineate alla tassonomia mediante l'utilizzo del cosiddetto EU Taxonomy Compass.

Grazie alla corretta imputazione delle voci e alla costante attività di controllo di gestione, si ritiene che sono esclusi doppi conteggi al numeratore dei KPI al momento di assegnare il fatturato, le spese in conto capitale e le spese operative alle varie attività economiche.

Modelli per gli indicatori fondamentali di prestazione (KPI)

Nel corso dell'anno 2022 abbiamo iniziato il nostro percorso verso il sostenibile a piccoli passi rivolgendoci ad alcuni fornitori compliant, per la ristrutturazione di alcuni punti vendita V. Zucchi utilizzando materiali eco-sostenibili come parquet e Luci Led per i quali forniamo in tabella riepilogativa il relativo valore economico:

PUNTO VENDITA	PARQUET	LED
CASALECCHIO		5.178,34
HYSI		5.225,00
BOLZANO	5.983,63	4.585,06
TOTALE	5.983,63	14.988,40

Per quanto riguarda l'attività di packing e smistamento pacchi abbiamo acquistato un macchinario CROSS BELT con efficientamento energia e senza cablaggio magnetico, qui di seguito riportiamo i dati di bilancio:

	Valore Cespite	Costo amm.to anno 2022
SORTER CROSS BELT	233.695,07	15.184,01
TOTALE	233.695,07	15.184,01

Un'altra attività che ha visto un incremento rispetto all'anno 2020 e 2021 é quella legata al riciclo delle sfilacciatore che nel 2022 ha visto un raddoppio delle quantità rilavorate qui di seguito riportiamo i valori di riferimento:

Sfilacciatura Nigro	KG	Ricavi di Vendita
2020	23400	468,00
2021	35.639	712,80
2022	81.893	1.637,90
TOTALE	140.932	2.818,70

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	Codice/i	Spese in conto capitale assolute	Quota di spese in conto capitale	Criteri per il contributo sostanziale							Criteri per "non arrecare un danno significativo"					Quota di spese in conto capitale allineate alla tassonomia anno 2022	Quota di spese in conto capitale allineate alla tassonomia anno 2021	Categoria (attività abilitate)	Categoria (attività di transizione)
				Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Adattamento ai cambiamenti climatici	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia circolare	Inquinamento				
		Valuta	%	%	%	%	%	%	%	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	%	A	T	
A. ATTIVITA' AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																			
Attività 1																			
Attività 2																			
Spese in conto capitale delle attività econsostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)																			
A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																			
Attività 1	1.1	5.984	1																
Attività 2	7.3.d	14.988	3																

Attività 2	7.3	233. 695	4 5																
Spese in conto capitale delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)																			
Totale A (A.1 + A.2)		254. 667																	
B. ATTIVITA' NON ASSIMILABILI ALLA TASSONOMIA																			
Importo delle attività non assimilabili alla tassonomia (B)																			
		269. 878	5 1																
Totale A + B		524. 545																	

Attività economiche	Codice/II	Fatturato assoluto Valuta	Quota del fatturato %	Mitigazione dei %	Adattamento ai %	Acque e risorse marine %	Economia circolare %	Inquinamento %	Biodiversità ed ecosistemi %	Criteri per il contributo sostanziale				Criteri per "non arrecare un danno significativo"				Quota fatturato allineato alla tassonomia anno 2022 %	Quota fatturato allineato alla tassonomia anno 2021 %	Categoria (attività abilitate) A	Categoria (attività di transizione) T				
										Mitigazione dei S/N	Adattamento ai S/N	Acque e risorse marine S/N	Economia circolare S/N	Inquinamento S/N	Biodiversità ed ecosistemi S/N	Garanzie minime di S/N	Biodiversità ed ecosistemi S/N								
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA A																									
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																									
Vendita Prodotti eco sostenibili _HYPSI		3.018,74	27																						
Sfilacciatura tessuti		2.818,70	26																						
Fatturato delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)																									
A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																									
Attività 1																									
Attività 2																									
Fatturato delle attività ammissibili ma non ecosostenibili (A.2)																									

Totale A (A.1 + A.2)			5.837 ,44																								
B. ATTIVITA' NON ASSIMILABILI ALLA TASSONOMIA																											
Fatturato delle attività non assimilabil i alla tassonomi a (B)			5155, 38	4 7																							
Totale A + B			10.99 2,82																								

7.1 Relazioni con i consumatori e responsabilità di prodotto

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

In linea con questo obiettivo, anche nel 2022, il Gruppo ha perseguito una strategia di marketing attraverso campagne pubblicitarie e attività promozionali coerenti con i messaggi veicolati dalle collezioni dei due diversi brand, Zucchi e Bassetti, e al contempo aderenti ai valori dell'Azienda.

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

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

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

7.1.1 Qualità e sicurezza dei prodotti

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

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

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

La gestione dei fornitori certificati è poi orientata alla costruzione, nell'ambito di precisi obiettivi e vincoli di costo, di un rapporto continuativo e di collaborazione che consente di impostare e gestire a stretto contatto con i fornitori tutte le

fasi del processo. Opportuna attenzione viene posta al controllo qualità, che viene effettuato nelle diverse fasi del processo produttivo così come sul prodotto finito, al fine di garantire la conformità del risultato finale, minimizzando nel contempo scarti e seconde scelte.

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

Nel periodo 2016-2022 non sono stati registrati casi di non conformità rispetto alla sicurezza dei prodotti.

7.1.2 Etichettatura

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

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

I prodotti commercializzati dal Gruppo a marchio Bassetti e Zucchi sono certificati Oeko-Tex® con il marchio "Confidence in textile" che rispetta i requisiti umano-ecologici attualmente in vigore e stabiliti dallo Standard 100, Appendice 4. Gli articoli certificati rispettano altresì i requisiti dell'Allegato XVII del REACH¹⁰ (tra cui l'uso di coloranti azoici, rilascio di nichel, etc.) così come i requisiti della legislazione americana riguardanti il contenuto di piombo negli articoli per bambini.

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

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

¹⁰ Regolamento (CE) n. 1907/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche ("regolamento REACH")

7.1.3 Tutela della privacy e dei dati

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

L'azienda provvede anche al costante aggiornamento della modulistica e della documentazione presente sul portale informativo aziendale, per garantire la diffusione dell'evoluzione della normativa sulla privacy. La figura del Data Protection Officer è stata affidata, a partire dal 2022, ad un professionista esterno, ad oggi nella persona della Dott.ssa Fabienne Flesia.

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

Nel corso del 2022 l'azienda ha continuato ad aggiornare le informative privacy per i candidati in Italia, per i clienti Italia e Germania, del Data Processing Agreement e all'adozione del Data Transfer Impact Assessment per analisi di trasferimenti dati extra EU, del Registro dei Diritti degli Interessati e del Registro Data Breach. Il DPO con il supporto della funzione Compliance ha sostenuto delle sessioni formative coinvolgendo gli Area Manager in Italia, il dipartimento HR ed IT.

Nel corso del 2022 non si sono verificati casi importanti di perdita di dati dei consumatori.

7.2 Relazioni con la comunità

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

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

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

La Zucchi Collection of Antique Handblocks

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

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

L'azienda ha infatti trasformato la più grande collezione al mondo di antichi stampi per tessuti in archivio e museo aperto al pubblico, convertendo in patrimonio culturale durevole la propria vocazione d'impresa.

Gli stampi in legno e metallo, veri capolavori di abilità artigianale, sono stati catalogati e ordinati secondo criteri di stile. La visita alla collezione offre la possibilità di assistere a una dimostrazione di stampa a mano e di partecipare a laboratori per grandi e bambini.

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



CAPITOLO 8. TAVOLA DEI CONTENUTI GRI STANDARDS

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

GRI content index				
Statement of use		Il Gruppo Zucchi ha rendicontato nella presente informativa non finanziaria le informazioni contenute nel GRI Content Index per il periodo (01.01.2023 - 31.12.2023) secondo l'opzione "with reference to GRI Standards"		
GRI 1		GRI 1: Foundation 2021		
GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	PAG.
General disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Dettagli organizzativi		6
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione		4
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto		3
	2-4	Revisione delle informazioni		3
	2-5	Assurance esterna		5
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.2-1.3	11-17
	2-7	Dipendenti	4	43
	2-9	Struttura e composizione della governance	3.1	37-38
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	3.1	37-38
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	3.1	37-38
	2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	4.1	44
	2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	4.1	44
	2-23	Impegno in termini di policy	4.1	44
	2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	3.2	39
	2-27	Conformità e leggi e regolamenti	4.4	51
	2-28	Appartenenza ad associazioni	4.4	51
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	4.4	51
2-30	Contratti collettivi	4.4	51	
Temi materiali				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2	25
	3-2	Elenco di temi materiali	2.1	25-33

PERFORMANCE ECONOMICHE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	1	9
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	1.1	9
PRESENZA SUL MERCATO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	1	6-7
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	1.1	6-7
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	1	13
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	1.3	13-17
ANTICORRUZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3	39
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	3.2	39
	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	3.2	39
	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	3.2	39
IMPOSTE				
GRI 207: Imposte 2019	207-1	Approccio alla fiscalità	3	40
	207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	3.2	37-38
	207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	3.2-3.3	38-41
	207-4	Rendicontazione Paese per Paese	3.3	42
MATERIALI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6.4	65
GRI 301: Materiali 2016	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	6.4	65
	301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	6.4	65
	301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	6.4	65-68
ENERGIA				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6.1	58
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	6.1	58-59
	302-3	Intensità energetica	6.1	58-59
EMISSIONI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6.2	60
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	6.2	60
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	6.2	60

RIFIUTI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	6.3	62
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3	Rifiuti prodotti	6.3	62-63
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	6.3	62-64
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	6.3	62
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5	57
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	5.3	57
OCCUPAZIONE				
GRI 401: Occupazione 2016	401-2	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	4.1	43
RELAZIONE TRA LAVORATORI E MANAGEMENT				
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4	48-50
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.3	48-50
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.3	48-50
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	4.3	48-50
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.3	48-50
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.3	48-50
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	4.3	48-50
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	4.3	48-50
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.3	48-50
	403-9	Infortuni sul lavoro	4.3	48-50
	403-10	Malattie professionali	4.3	48-50
FORMAZIONE E ISTRUZIONE				
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	4.2	46-48
DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA'				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4.4	52
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4.5	52-53

NON DISCRIMINAZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5	54
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	5.1	54
LAVORO MINORILE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5	54
GRI 408: Lavoro minorile 2016	408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	5.1	54
LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5	54
GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio 2016	409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	5.1	54
COMUNITA' LOCALI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7	80
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	7.2	80
VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5	54-56
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali	5.3	55-56
SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7	77-78
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	7.1.1	77-78
MARKETING ED ETICHETTATURA				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7	78
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	7.1.2	78
	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	7.1.2	78
PRIVACY DEI CLIENTI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	7	79
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	7.1.3	79

GRUPPO ZUCCHI

Via Legnano 24
20027 Rescaldina (MI)
T +39 0331448111
F +39 0331448500

Vincenzo Zucchi S.p.A.

Il Presidente e Amministratore Delegato

Joel David Benillouche

Rescaldina, 28 Aprile 2023

CAPITOLO 9. RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE