

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 2021
redatta ai sensi del D.Lgs. n. 254/2016**

Il presente documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 18.03.2022, è messo a disposizione del pubblico presso la sede della società, sul sito internet della Società www.gruppозucchi.com, nonché presso il meccanismo di stoccaggio centralizzato "1Info" gestito da Computershare (www.1info.it) in data 07.04.2022.

GRUPPO ZUCCHI

DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO RELATIVA ALL'ESERCIZIO 2021 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.....	10
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.....	20
1.6.1 Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi..	244
CAPITOLO 2. MATERIALITÀ E TEMI RILEVANTI DI CARATTERE NON FINANZIARIO	26
2.1 Analisi di materialità.....	26
2.2 Gli Stakeholder del Gruppo Zucchi.....	28
2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento.....	29
CAPITOLO 3. GOVERNANCE E LOTTA ALLA CORRUZIONE	32
3.1 Corporate Governance.....	322
3.2 Lotta alla corruzione.....	35
3.3 Approccio alla Fiscalità.....	36
CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO	39
4.1 Le nostre persone.....	39
4.2 Formazione e sviluppo.....	41
4.3 Salute e sicurezza sul lavoro.....	45
4.4 Relazioni industriali.....	49
4.4.1 I principali eventi del 2021 in materia di relazioni industriali.....	50
4.5 Diversità e Pari opportunità.....	51
CAPITOLO 5. DIRITTI UMANI E CATENA DI FORNITURA	533
5.1 Tutela dei diritti umani.....	533
5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili.....	544

5.3 Selezione dei fornitori.....	545
CAPITOLO 6. ASPETTI AMBIENTALI	566
6.1 Energia.....	577
6.2 Emissioni	59
6.3 Gestione dei rifiuti	6060
6.4 Progetti per sviluppare iniziative con impatto ambientale positivo.....	64
6.5 Informazioni richieste dall'art. 8 del Regolamento Europeo 2020/852.....	68
CAPITOLO 7. ASPETTI SOCIALI	69
7.1 Relazioni con i consumatori e responsabilità di prodotto.....	69
7.1.1 Qualità e sicurezza dei prodotti.....	69
7.1.2 Etichettatura	70
7.1.3 Tutela della privacy e dei dati	711
7.2 Relazioni con la comunità.....	72
CAPITOLO 8. TAVOLA DEI CONTENUTI GRI STANDARDS	74
CAPITOLO 9. RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE	779

Introduzione metodologica

La Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria (DNF) 2021 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. (di seguito anche la “Società”), ed è stata predisposta con il supporto della struttura amministrativa della Società e il contributo dei competenti uffici in funzione dell’argomento trattato.

Periodo di reporting e perimetro delle entità incluse nella DNF

Il presente documento rappresenta la quinta Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario predisposta dal Gruppo Zucchi e contiene informazioni, attività e risultati riferiti all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 e i dati comparativi per l’esercizio 2020.

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 (Italia) e SARL Zuckids SRL (Francia) e Basitalia Srl, mentre non saranno considerati i dati ambientali pr la Bassetti Espanola, Bassetti Deutschland e Bassetti Schweiz in quanto il business é caratterizzato al 89% da canali di vendita indiretti.

Non sono invece state considerate (i) Zucchi S.A., Ta Tria Epsilon Bianca S.A. e Mascioni USA Inc., 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 finanziaria consolidata non includono i dati della collegata Intesa S.r.l.

La rendicontazione riguarda in particolare:

Italia	Sede di Rescaldina (MI) Stabilimento di Cuggiono (MI) 47 Punti Vendita a gestione Diretta 11 Punti Vendita a gestione indiretta
Germania	Sede di Oberhaching Stabilimento di Cuggiono (MI) 10 Punti Vendita a gestione Diretta 56 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) 45 Punti Vendita a gestione Diretta
Francia	Filiale Francia 11 Punti vendita a gestione Diretta 11 Punti Vendita a gestione indiretta (chiusi nella prima parte dell'anno)

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.

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

Standard di riferimento e metodologia di rendicontazione

La Dichiarazione Non Finanziaria è stata redatta secondo l'opzione GRI - Referenced 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 i 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.

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

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

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

Processo di reporting

Il 2021 è il quinto esercizio di rendicontazione delle informazioni non finanziarie ai sensi del D. Lgs. 254/201. 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 2021 è sottoposta ad esame limitato ("Limited Assurance Engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Mazars Italia S.p.A.

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".

CAPITOLO 1. PROFILO E MODELLO DI BUSINESS DEL GRUPPO ZUCCHI

1.1 Chi siamo

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

È il più grande Gruppo italiano del tessile per la casa, un riferimento in ambito internazionale nella produzione e distribuzione di biancheria. Il Gruppo vanta attrezzature tecniche d'avanguardia, efficienti reti di vendita, i due marchi leader di settore in Italia (Zucchi e Bassetti) e una serie di firme in licenza che ne completano l'offerta. Persegue una costante politica d'innovazione e i suoi prodotti si contraddistinguono per un elevato contenuto di design e per il posizionamento nelle fasce media e medio-alta del mercato. Distribuisce i suoi prodotti in migliaia di punti vendita nei mercati europei e nel mondo con più di 1.651 clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente, disponendo di negozi di proprietà o in franchising e di corner e shop in shop nei più qualificati department stores.

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

Il Gruppo si caratterizza per i seguenti punti di forza:

1. Marchi e Licenze

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

2. Ampiezza, profondità e qualità dell'offerta

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

3. Capillare rete distributiva

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

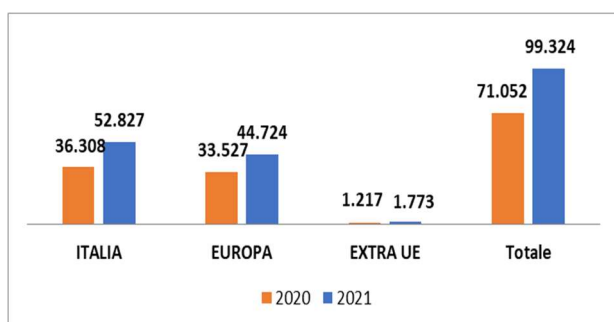
Il Gruppo è presente in 20 paesi: Germania, Svizzera, Spagna, Francia, Regno Unito, Grecia, Finlandia, Svezia, Norvegia, Russia, Romania, Estonia, Hong Kong, Taiwan, Corea del Sud, Cina, Singapore, Slovenia, Moldavia, Ucraina.

5. Flessibilità operativa

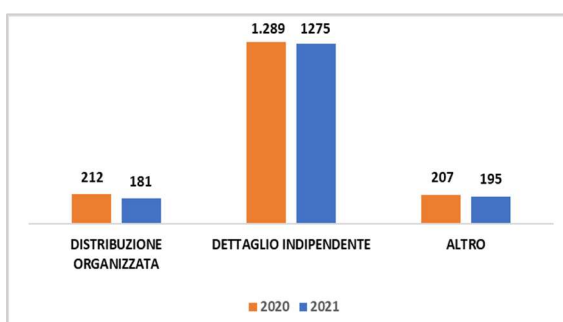
Il modello di *business*, con una produzione prevalentemente in *outsourcing*, ma con il presidio delle fasi di produzione e logistica che garantiscono qualità e servizio elevati, unitamente ad un efficiente sistema informativo e di controllo, garantisce un'elevata flessibilità operativa ed un livello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

Al 31 dicembre 2021 il Gruppo Zucchi conta 701 dipendenti, ha un fatturato pari a 99,32 milioni di euro e ha un portafoglio di circa 1.651¹ clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente (B2B). È presente nei mercati internazionali attraverso 118 punti vendita a gestione diretta (DOS – Directly Operated Store), 152 negozi in franchising (FOS – Franchising Operated Store).

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

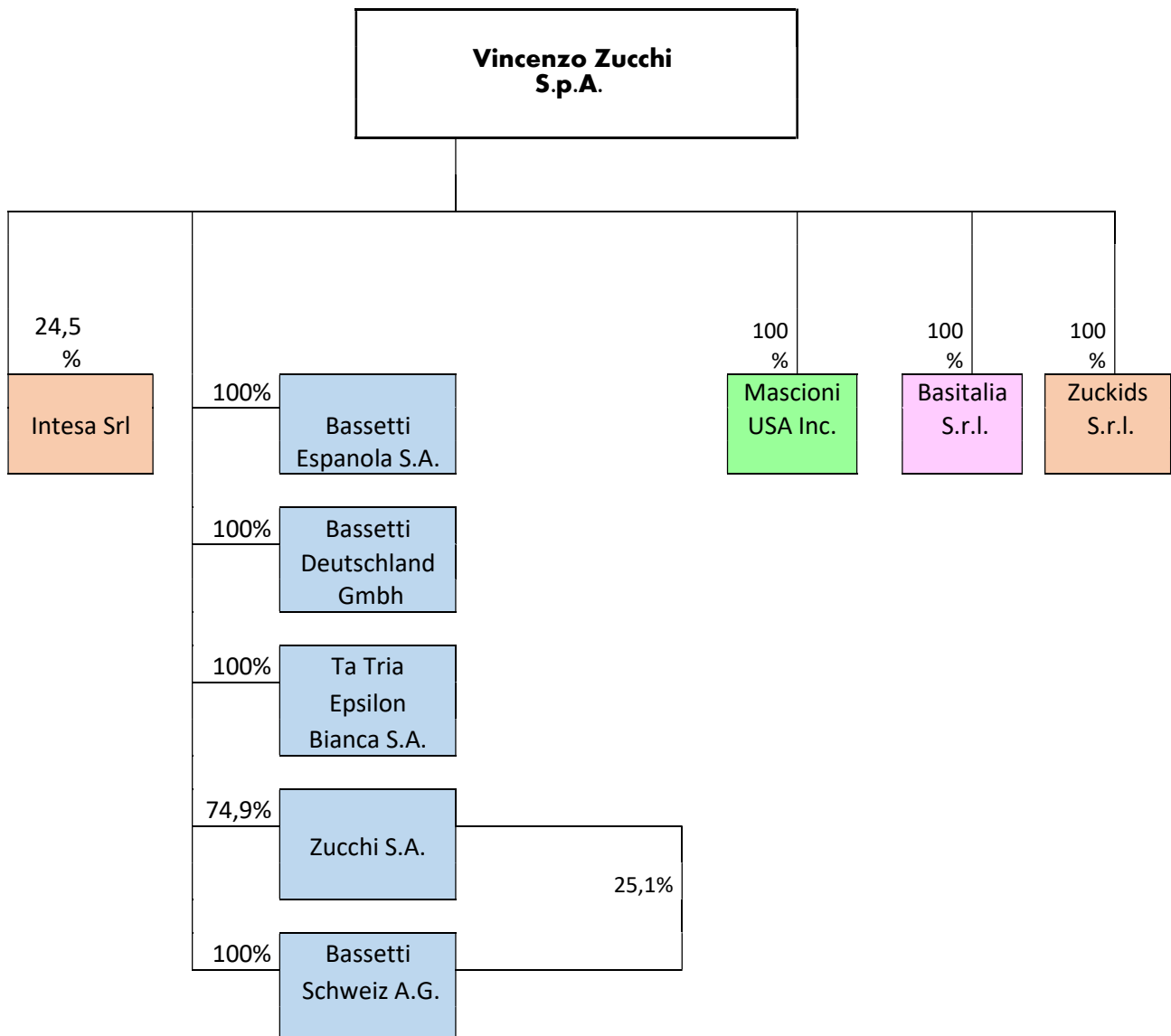


Graf.2-Clienti attivi per tipologia (Num)



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 2021 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>	2020	2021
Costi operativi	62.954	77.963
Valore distribuito ai dipendenti	15.790	21.344
Valore distribuito ai fornitori di capitale	561	1.854
Valore distribuito alla P.A.	1.802	2.044
Valore economico distribuito	81.107	103.205
Valore economico trattenuto totale	65.501	5.312
Valore economico generato	146.608	108.517

Il “valore economico generato” relativo all’esercizio 2020 beneficiava dell’iscrizione dei proventi di natura finanziaria non ricorrenti, pari ad 64.241 k€, maturati dalla rinuncia al debito da parte delle banche a seguito del perfezionamento dell’operazione di rifinanziamento e della risoluzione consensuale dell’Accordo di Ristrutturazione.

Escludendo il suddetto provento, il valore economico generato nel 2021, al netto delle variazioni delle rimanenze finali consuntiva un aumento delle vendite pari al 38,9%.

Si segnala che le vendite comprendono il fatturato dei nuovi business delle controllate Zuckids e Basitalia, ed un incremento delle vendite verso la correlata Descamps, che beneficiano completamente dell’accentramento della logistica, che aveva interessato solo parzialmente lo scorso esercizio.

Al netto delle suddette vendite l’incremento sarebbe stato pari al 18,9%.

L’aumento dei “costi operativi” è da ricondurre all’incremento degli acquisti a seguito delle maggiori vendite.

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.

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.

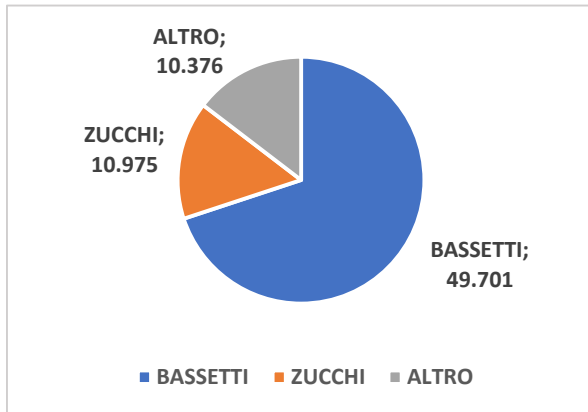
I marchi del Gruppo e i loro valori sono da sempre intimamente legati. Essi esprimono l'amore per la bellezza e la sfida dell'innovazione.

Inoltre, il Gruppo vende e commercializza articoli di biancheria per la casa a marchio Zucchi e Bassetti e con marchi e brand ² anche differenti dai propri. Per questi ultimi è in essere un contratto di licenza.

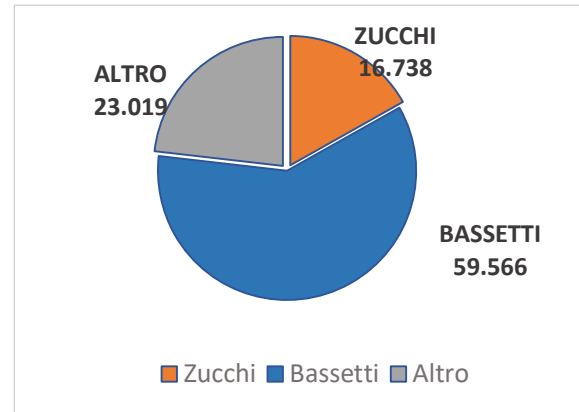


² Brands: Zucchi Collection, Zapping, Solutuo Zucchi, Easy Chic Zucchi, Clic Clac Zucchi, Imagine Bassetti, Granfoulard Bassetti, Life Bassetti, Pop Color Bassetti, Il Piemone Bassetti, Licenze: Laura Ashley, Pantone Universe, Marvel e Star Wars.

**Graf.3 - Vendite 2020 per marchio
(migliaia di euro - %)**



**Graf.4 - Vendite 2021 per marchio
(migliaia di euro - %)**



Bassetti

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

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

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

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

Zucchi

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

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

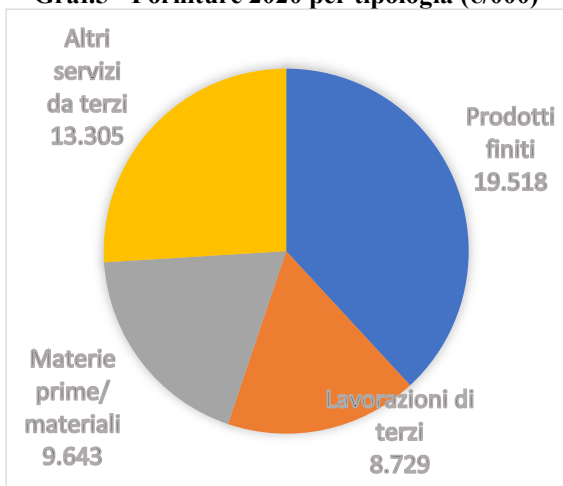
➤ *Sourcing*

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.

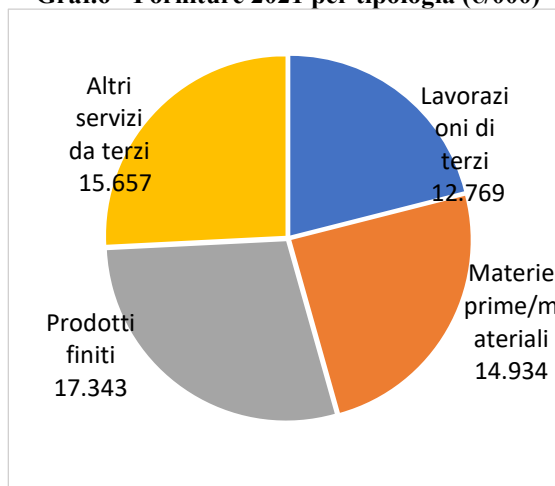
La società ha in essere un processo di selezione dei nuovi fornitori, che si articola su principi e criteri di qualità, competitività dei prodotti offerti e trasparenza nonché sul rispetto di principi sociali ed etici.

Nel 2021 gli acquisti della Capogruppo ammontano a 60.703 migliaia di euro e sono così ripartiti:

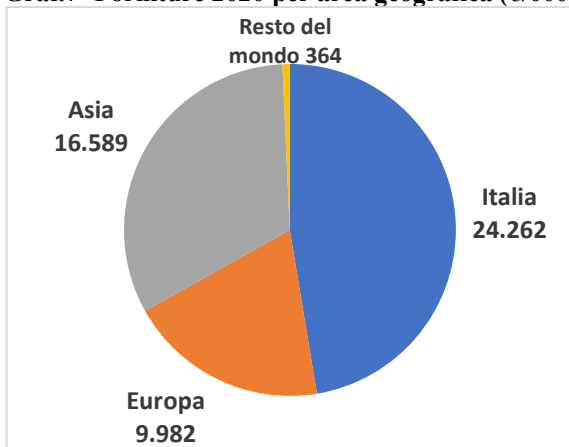
Graf.5 - Forniture 2020 per tipologia (€/000)



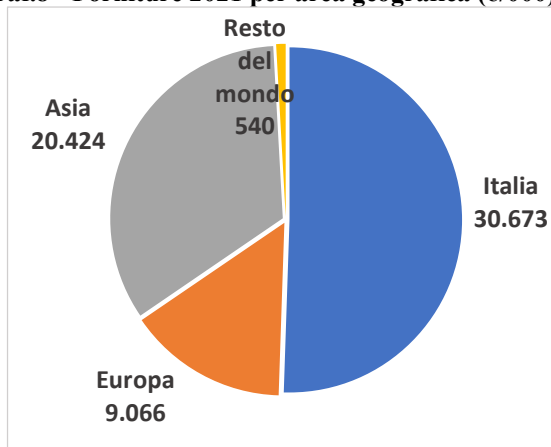
Graf.6 - Forniture 2021 per tipologia (€/000)



Graf.7 - Forniture 2020 per area geografica (€/000)

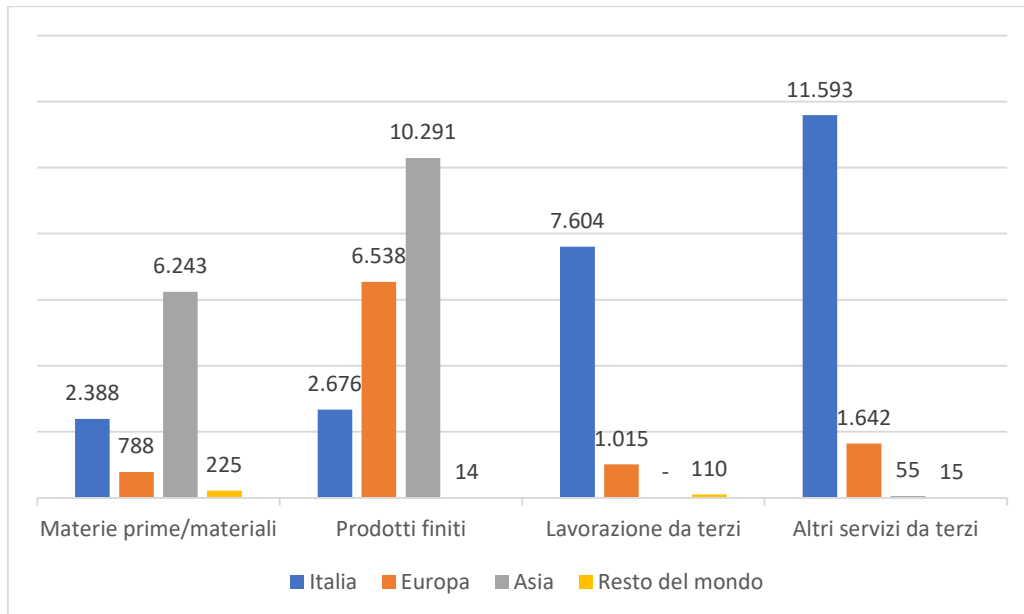


Graf.8 - Forniture 2021 per area geografica (€/000)

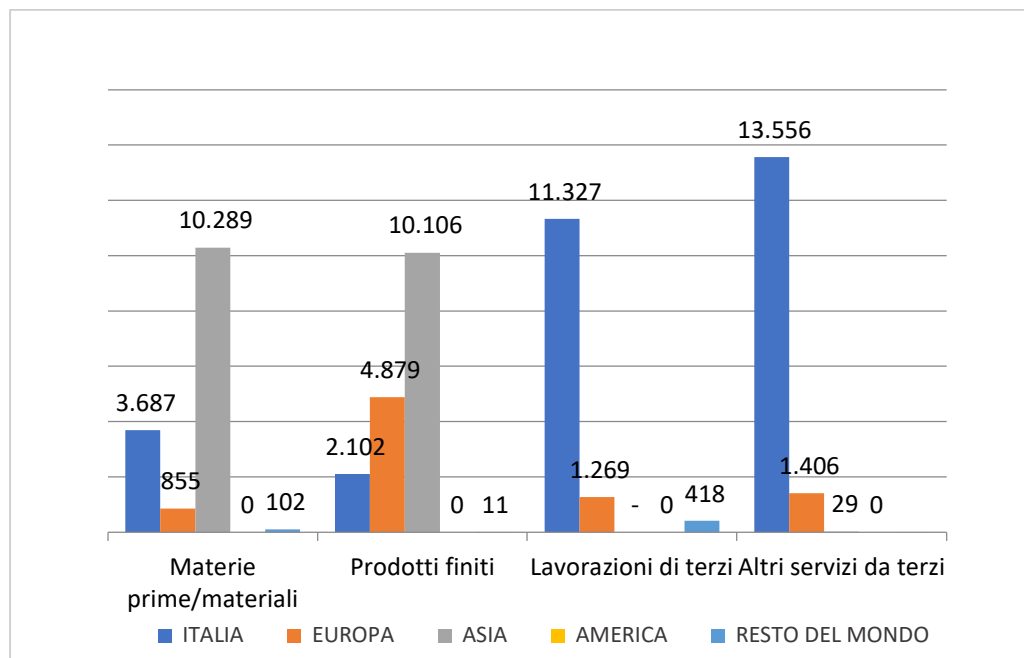


Come per l'anno 2020 anche nel 2021 la tendenza è quella di rivolgersi a fornitori di materie prime/materiali localizzati per la maggior parte in Asia (69%), come pure i fornitori di prodotti finiti (59%), mentre i fornitori di lavorazioni conto terzi sono localizzati in maniera prevalente in Italia (87%).

Graf.9 - Suddivisione forniture 2020 per area geografica/tipologia (€/000)



Graf.10 - Suddivisione forniture 2021 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 al di fuori dell'Europa.

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, che attualmente è in fase di definizione. Il Gruppo Zucchi implementerà il nuovo concept nei punti vendita, compatibilmente con le risorse disponibili.

Logistica

➤ *La logistica nel Gruppo Zucchi*

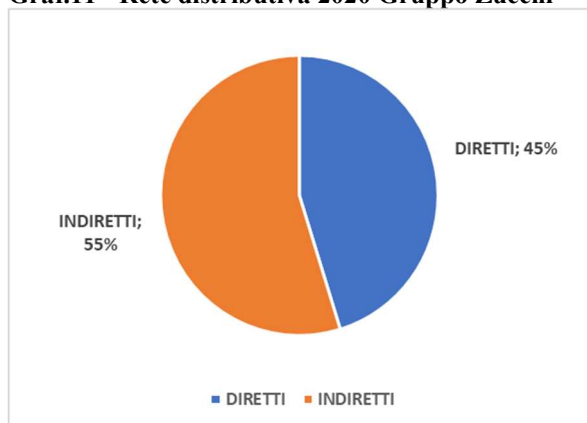
Il modello logistico di Gruppo si è evoluto per garantire un servizio customizzato sulle esigenze del punto vendita/cliente, in grado di garantire un maggior livello di tracciabilità dei prodotti.

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

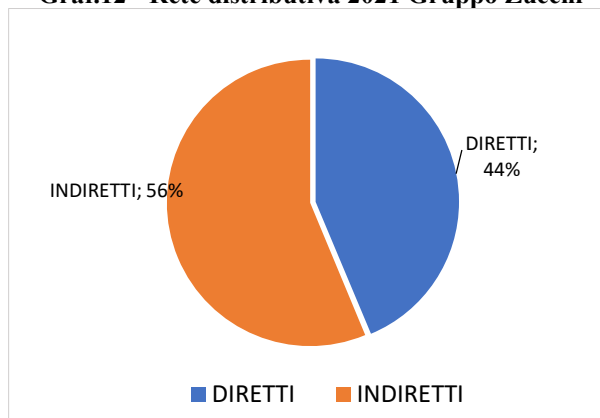
Nell'ambito della gestione dei processi logistici, non sussistono politiche praticate aventi obiettivi diretti di miglioramento dei profili di sostenibilità né allo stato attuale sono previste azioni dirette tese al contenimento degli impatti ambientali.

Distribuzione

Graf.11 - Rete distributiva 2020 Gruppo Zucchi



Graf.12 - Rete distributiva 2021 Gruppo Zucchi



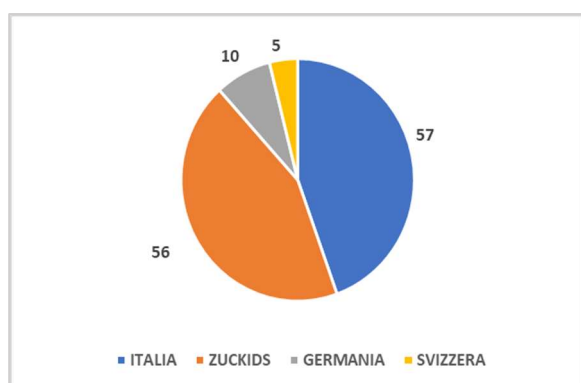
A livello operativo il Gruppo ha strutturato nel tempo la propria rete di vendita in tre tipologie di canali.

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.

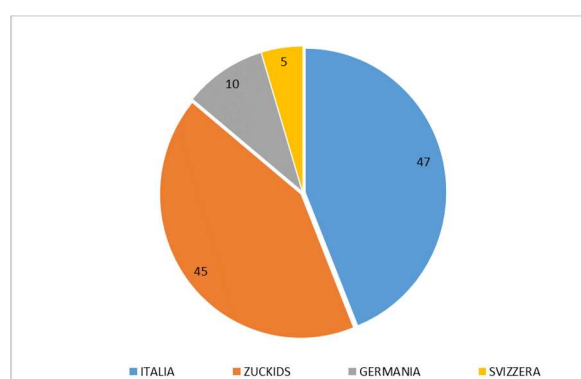
Nel 2021 la rete commerciale conta 270 negozi suddivisi tra:

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

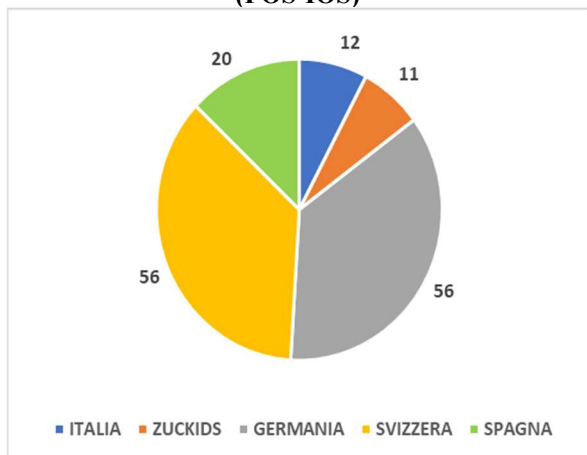
Graf.13 - Punti vendita 2020 canale diretto (DOS)



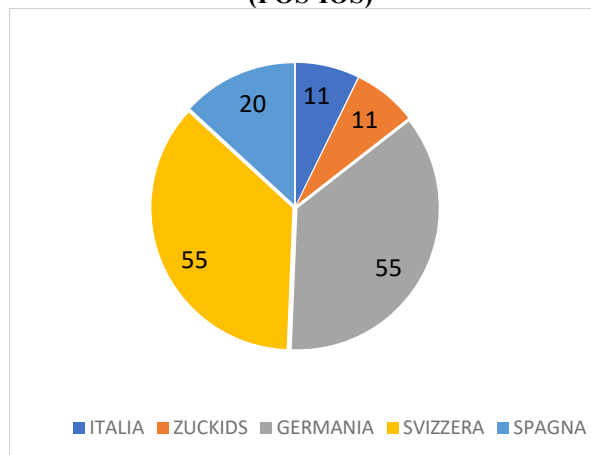
Graf.14 - Punti vendita 2021 canale diretto (DOS)



Graf.15 - Punti vendita 2020 canale indiretto (FOS-IOS)



Graf.16 - Punti vendita 2021 canale indiretto (FOS-IOS)



1.4 Principali linee strategiche perseguite dal Gruppo

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

Il bilancio d’esercizio al 31 dicembre 2021 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 2021 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 2021 con un utile di circa 5,3 milioni di euro, un patrimonio netto totale positivo per circa 54,0 milioni di Euro (comprensivo del suddetto risultato) ed una posizione finanziaria netta consolidata negativa di circa 24,0 milioni di Euro, comprensiva dei debiti iscritti in applicazione di IFRS 16 (leases) per 30,4 milioni di Euro.

La Capogruppo ha chiuso l'esercizio al 31 dicembre 2021 con un utile di circa 9,1 milioni di Euro, un patrimonio netto positivo per circa 45,1 milioni di Euro (comprensivo di tale risultato) ed una posizione finanziaria netta negativa di circa 21,3 milioni di Euro, comprensiva dei debiti iscritti in applicazione di IFRS 16 (leases) per 14,8 milioni di Euro.

Nel mese di ottobre 2020 la Vincenzo Zucchi S.p.A. e gli altri soggetti coinvolti nella sottoscrizione dell'Accordo di Ristrutturazione, hanno risolto per mutuo consenso l'Accordo di Ristrutturazione, concludendo in anticipo il percorso di risanamento iniziato dalla Società nel dicembre del 2015.

Unitamente alla risoluzione consensuale dell'Accordo di Ristrutturazione, la Capogruppo ha sottoscritto un contratto di finanziamento ipotecario di medio-lungo termine con DeA Capital Alternative Funds SGR S.p.A. e Illimity Bank S.p.A. che prevedeva l'erogazione in favore di Vincenzo Zucchi S.p.A. di un importo complessivo pari a 10,4 milioni di Euro da rimborsare a partire dal 31 dicembre 2020 e fino al 30 giugno 2025.

Vincenzo Zucchi S.p.A. aveva altresì sottoscritto un contratto di finanziamento revolving con Illimity Bank S.p.A. da destinare alle generiche esigenze di cassa, per un importo pari a 4,75 milioni di Euro, con rimborso previsto entro 5 anni ad un tasso di interesse pari all'Euribor maggiorato del 3,75%.

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., che in parte verrà utilizzato per rimborsare una quota parte dell'indebitamento finanziario della Società con DeA Capital Alternative Funds SGR S.A. e illimity Bank S.p.A.,

l'importo residuo, sarà destinato a sostenere i costi del personale, gli investimenti, il capitale circolante e/o i costi dei canoni di locazione o di affitto di ramo d'azienda, in ciascun caso esclusivamente per stabilimenti produttivi e attività imprenditoriali localizzati in Italia.

La Vincenzo Zucchi S.p.A. dovrà rimborsare il debito in essere in relazione al finanziamento in rate trimestrali a quota capitale costante a partire dal 31 dicembre 2022 (incluso) e sino alla data di scadenza finale del 30 settembre 2027. 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.

Nel corso del 2021 è proseguito il progetto di creazione di nuovi business, come da piano di sviluppo, con la riconversione dei negozi Zuckids da vendita di abbigliamento per bambini a negozi di vendita biancheria per

la casa in un primo step, e poi con la controllata Basitalia S.r.l., ha iniziato la nuova attività legata all'Home Decor ed alla rinnovazione.

Inoltre per contenere i costi sono stati rinegoziati alcuni contratti di affitto ed si è ottenuto dai fornitori dilazioni di pagamento, che insieme alla cessione del credito pro soluto per circa 5.888 migliaia di euro della Capogruppo, sono stati un'importante leva di bilanciamento del circolante.

L'attuale situazione mondiale che vede il conflitto tra Russia ed Ucraina, le sanzioni economiche adottate nei confronti della Russia, ed il conseguente aumento dei costi energetici sono una causa del rallentamento della crescita, e non ci permette di prevedere quanto questo graverà sulla frenata dell'economia, anche in rapporto alle azioni che svolgeranno le autorità monetarie europee per fronteggiare la crisi in corso.

Il Gruppo osserva con estrema attenzione l'evoluzione della crisi anche se l'impatto diretto è circoscritto, non avendo una presenza produttiva in quell'area ed essendo limitata l'esposizione ai clienti della regione. Per quanto riguarda gli approvvigionamenti segnaliamo che fino alle collezioni autunno-inverno prossime non si prevedono grossi impatti in quanto gran parte degli stessi sono stati già effettuati.

In data 18 marzo 2022 è stato approvato il Budget 2022 che prevede lo sviluppo dei nuovi business, sopra evidenziati, superando di fatto quanto stabilito nel Business Plan 2020-2025.

Alla luce dei positivi eventi che hanno sancito il riequilibrio finanziario del Gruppo, in considerazione delle previsioni contenute nei budget 2022, e a fronte delle buone risultanze sinora ottenute nella gestione degli impatti derivanti dalla pandemia in atto, 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 Country strategy e market presence Il continuo rinnovamento dell'offerta di prodotti come plaid, tappeti e cuscini d'arredo per ogni nuova collezione consente di mantenere l'appeal dei brand di gruppo presso i consumatori e il livello di penetrazione raggiunto sui mercati internazionali.</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 dei propri amministratori esecutivi di gestire efficacemente il Gruppo ed i singoli settori. La perdita delle prestazioni di un amministratore esecutivo o di altra risorsa chiave senza un'adeguata sostituzione, nonché dell'incapacità di attrarre e</p>

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	<p>trattenere risorse nuove e qualificate, potrebbe avere effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.</p> <p>Prodotto, qualità e innovazione del prodotto 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>Time to market Un time to market troppo lungo potrebbe non consentire di seguire velocemente i trend di mercato con conseguente perdita di opportunità di vendita.</p>
<p>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO Il Gruppo nel corso del 2021 ha intrapreso, come per il 2020, 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 2020, per la valorizzazione di una parte variabile della retribuzione ha accusato un rallentamento nel corso del 2021 a seguito all'emergenza sanitaria da Covid-19. 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 nel corso del 2021 è ricorso al factor.</p>	

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
<p>Rischi legali/di compliance Il rischio di compliance esprime il rischio derivante dalla mancata conformità a leggi, regolamenti e normativa interna. Possono dare origine a effetti negativi connessi a sanzioni, penali, ammende, perdite economiche e, nei casi più gravi, a danni alla reputazione aziendale con conseguenti perdite, richieste di risarcimento, danno di immagine, etc.</p>	<p><i>Procedure aziendali</i> La possibile inadeguatezza delle procedure aziendali volte a garantire il rispetto delle principali normative italiane e straniere, cui è soggetto il Gruppo. Assumono altresì particolare rilievo le problematiche connesse alla normativa in tema di sicurezza, antitrust e privacy.</p> <p><i>Compliance fiscale</i> 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 Il Gruppo si è dotato di un Codice Etico, di un Modello organizzativo ai sensi del D. Lgs. 231/2001 e di un Data Protection Officer. Il corpo procedurale dell'Azienda nel corso dell'anno 2021 è stato soggetto a revisione ed integrazione a supporto dei rischi di compliance in ambito amministrativo contabile, privacy e sicurezza. Data la tipologia di attività svolta, le occasioni di contatto con la Pubblica Amministrazione non sono così frequenti, mentre rispetto al fenomeno della corruzione tra privati, che potrebbe assumere maggior rilievo, i presidi attivati dal Gruppo permettono di minimizzare i rischi legali legati al rispetto di leggi, regolamenti e normative.</p>	
<p>Rischi esterni Tali rischi riguardano gli effetti di eventi esterni in grado di influire negativamente sull'attività del Gruppo.</p>	<p><i>Rischi relativi alle vendite su mercati internazionali e all'esportazione</i> 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</p>

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	<p>controllo dei tassi di cambio e relative restrizioni al rimpatrio dei capitali.</p> <p><i>Variazioni climatiche</i> Le vendite di alcuni prodotti del Gruppo possono risentire di cambiamenti alle condizioni climatiche.</p> <p><i>Rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva</i> Tra i rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva, si evidenzia il rischio che i fornitori, soprattutto quelli operanti in Paesi extraeuropei, possano ricorrere a standard di lavoro (remunerazione, lavoro non contrattualizzato, sicurezza e benessere, lavoro minorile, formazione), ambientali (utilizzo di materie prime e energia da fonti riciclabili, livello ed efficienza dei consumi, emissioni e sostanze tossiche prodotte e liberate) e afferenti la corruzione attiva e passiva inferiori a quelli stabiliti dagli organismi internazionali di riferimento ovvero dalle leggi applicabili.</p>
<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; il Gruppo dispone di un ampio parco fornitori.</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.</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., ancorché non siano state formalmente definite specifiche responsabilità interne. Inoltre, sebbene non vi sia una specifica struttura aziendale a cui il Consiglio di Amministrazione abbia delegato la responsabilità della gestione e del monitoraggio di suddetti temi, gli stessi sono presidiati nell'ambito delle ordinarie attività di controllo interno aziendale teso al rispetto di leggi, regolamenti e standard minimi di comportamento applicabili nei vari ambiti dell'attività aziendale.

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

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

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

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

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

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

La società, nonostante si fosse impegnata ad intraprendere un'attività di verifica periodica dei fornitori in essere, al momento non è riuscita nel suo intento. Compatibilmente ai vincoli economici e finanziari imposti dal rispetto del piano di risanamento, a partire dalla prima metà dell'esercizio 2019, a seguito dell'introduzione del nuovo "Codice Etico" e modello 231, la Società si sta adoperando, mediante la loro diffusione, ad attivare un processo di verifiche periodiche, nei confronti dei fornitori, con l'intento di monitorare, inter alia, l'adeguatezza degli standard conseguiti dagli stessi con riferimento anche agli aspetti legati al lavoro, sociali ed ambientali. La situazione generale legata al COVID-19 e CIG ha tolto tempo prezioso per la messa a punto di una procedura. Il Gruppo intende procedere in tal senso al fine di certificare periodicamente i fornitori coinvolti nel processo produttivo; tuttavia ad oggi, non è stato deliberato nessun piano d'azione in merito.

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

CAPITOLO 2. MATERIALITÀ E TEMI RILEVANTI DI CARATTERE NON FINANZIARIO

2.1 Analisi di materialità

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

L'analisi di materialità condotta nel 2018, ha previsto l'identificazione di una lista di temi potenzialmente rilevanti per il Gruppo Zucchi, attraverso analisi degli argomenti rilevanti per il settore Tessile, analisi di benchmark, analisi di documenti interni (Codice Etico e Modello 231, Relazioni Finanziarie) e delle principali indicazioni e standard in materia di sostenibilità (GRI Standards).

Dalle risultanze di tale valutazione è stato predisposto - per ciascun ambito tematico previsto dal D. Lgs. 254/2016 - l'elenco dei temi ritenuti più significativi. Vogliamo sottolineare che non abbiamo rilevato temi materiali nell'anno 2021 differenti rispetto a quelli dell'anno precedente.

AMBITO TEMATICO

1. Governance Banche Finanziatrici

TEMA RILEVANTE

Corporate Governance
Banche Finanziatrici
Approccio alla Fiscalità

2. Dipendenti e Lavoro

Formazione
Salute e sicurezza sul lavoro
Relazioni industriali
Diversità e Pari opportunità

3. Diritti umani e Catena di Fornitura

Tutela dei diritti umani
Pratiche di approvvigionamento sostenibili
Selezione dei fornitori

4. Aspetti ambientali

Energia
Emissioni
Gestione dei rifiuti

5. Aspetti sociali

Relazioni con i clienti e responsabilità di prodotto
Relazioni con la comunità

1. Governance e Banche Finanziatrici

- **Corporate governance:** La corporate governance è oggi considerata una delle variabili chiave in fase di decisione di investimento. Il legame esistente tra una buona governance, la creazione e la distribuzione del valore è infatti evidente.
- **Banche Finanziatrici:** Le Banche Finanziatrici rappresentano uno degli stakeholder principali del Gruppo avendo partecipato, attraverso la sottoscrizione dell'accordo di ristrutturazione ex art. 182-bis L.F., al processo di ristrutturazione del Gruppo.
- **Approccio alla Fiscalità:** L'approccio fiscale non fa riferimento ad una strategia fiscale formalizzata ma segue il normale assolvimento degli adempimenti tributari rispettando gli obblighi di ciascun paese per le filiali e quelli di Gruppo.

2. Dipendenti e Lavoro

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

3. Diritti umani e Catena di fornitura

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

4. Aspetti ambientali

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

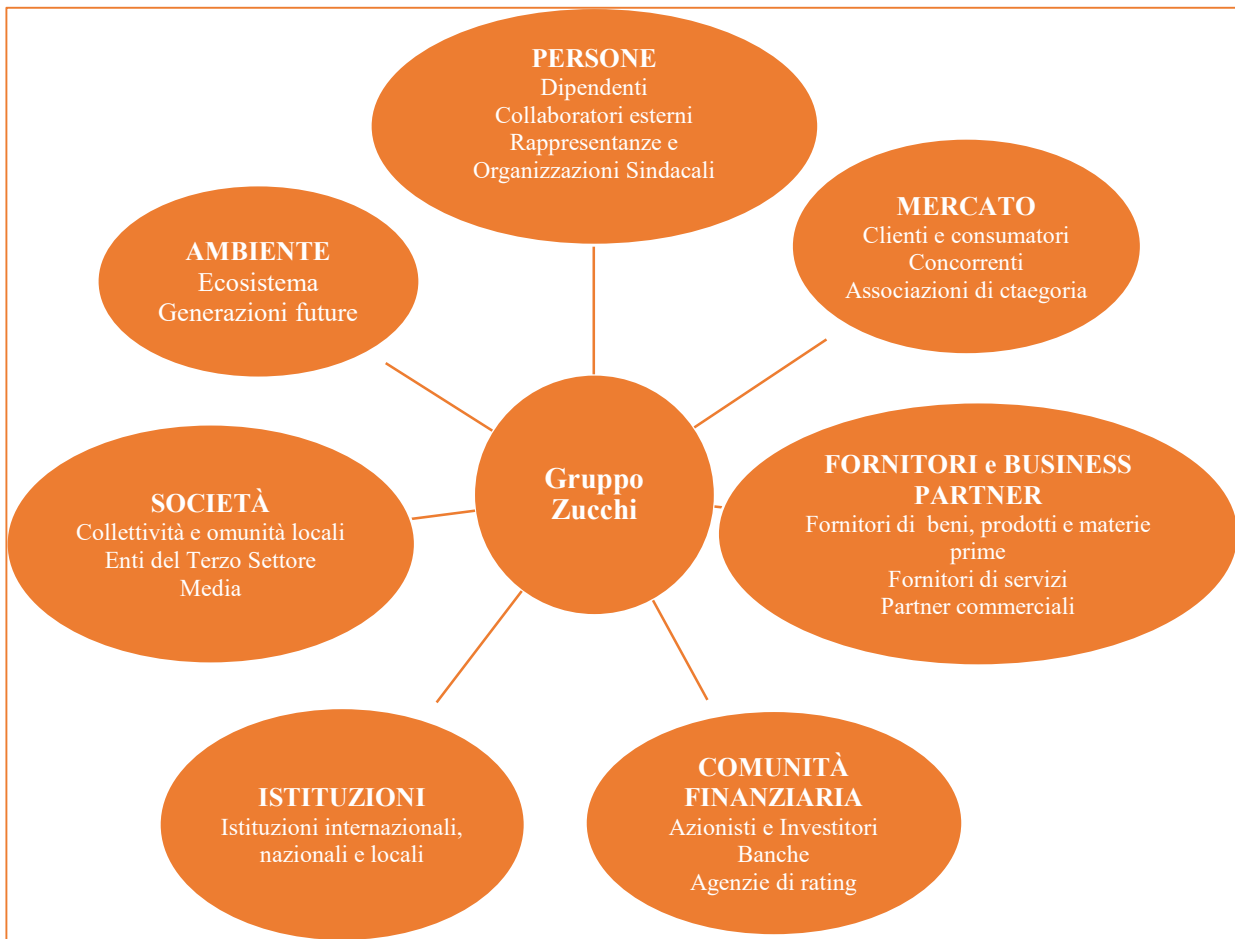
5. Aspetti sociali

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

2.2 Gli Stakeholder del Gruppo Zucchi

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

Mappa degli stakeholder



2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento

Attraverso la presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, il Gruppo Zucchi ha 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 nel proprio modo di operare.

Azioni 2021 :

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"> • Attivazione di un graduale processo di raccolta e monitoraggio dei dati relativi ai punti vendita diretti. Per il gas sono stati rendicontati un numero pari a 9 punti vendita rispetto allo scorso anno che ne erano stati rendicontati 8.
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, nelle Condizioni Generali, l'importanza del tema healthy work environment è sottoposto ai fornitori. 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 approvato in data 23 marzo 2021, in corso progetto di adeguamento del Mog 231 per la società Zuckids Srl; • Aggiornato Documento di valutazione dei rischi per lo stabilimento di Rescaldina e Cuggiono e per i punti Vendita; • Su Rescaldina e Cuggiono il campionamento e testing sull'amianto è effettuato annualmente <p>Azioni da intraprendere</p> <p>Su Cuggiono nel corso del 2022, nell'ambito del progetto di installazione di pannelli fotovoltaici sarà effettuata 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"> • Progettazione di attività di certificazione periodica dei fornitori, al momento non ancora attivata in quanto, a causa della Pandemia Covid-19 e conseguenti periodi di lockdown e CIG, le risorse hanno avuto a disposizione meno tempo da dedicare a queste attività che necessitano la stesura di una procedura che dovrà essere seguita dalle diverse funzioni aziendali. Ad oggi, non è stato deliberato nessun piano d'azione per realizzare tale obiettivo. • I contratti di Subfornitura di Lavorazione e le Condizioni Generali di Acquisto rimandano al Codice Etico di Vincenzo Zucchi S.p.A. Nelle Condizioni Generali si sottolinea l'attenzione ai requisiti dello Standard Internazionale SA8000, nella gestione dei rapporti con i fornitori.

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

CAPITOLO 3. GOVERNANCE E LOTTA ALLA CORRUZIONE

3.1 Corporate Governance

Il sistema di Corporate Governance del Gruppo Zucchi³ 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 2021, il Consiglio di Amministrazione, nominato dall'Assemblea in data 26 giugno 2019 e in carica sino all'approvazione del bilancio dell'esercizio 2021, 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	esecutivo
Barsus Dider	Consigliere	Non esecutivo
Elena Nembrini ⁴	Consigliere	Non esecutivo
Patrizia Polliotto	Consigliere	Non esecutivo

³ La Società ha adottato, come riferimento per il proprio sistema di *Corporate Governance*, la versione aggiornata ed integrata del "Codice di Autodisciplina" approvata nella seduta del Consiglio del mese luglio 2018, secondo le linee guida elaborate dall'apposito Comitato per la Corporate Governance costituito presso Borsa Italiana S.p.A.

⁴ Il consigliere Elena Nembrini è stata nominata il 22.09.2020 e rimarrà in carica fino a prossima Assemblea degli Azionisti.

I 3 amministratori non esecutivi, ossia non titolari di deleghe o funzioni direttive nel Gruppo, rispondono ai requisiti di indipendenza previsti dal Codice di Autodisciplina. Nel corso del 2021 il Consiglio si è riunito 12 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 2021 il Comitato Controllo e Rischi si è riunito sedici volte ed il Comitato per la Remunerazione si è riunito una volta. 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 2021 si è riunito 26 volte.

In data 14 Giugno 2021 è stata costituita la funzione Internal Auditing & Compliance nella persona di Giuseppina Maglie

Resta invariata la figura del Data Protection Officer affidata, a partire dal 2012, ad un professionista esterno, individuato nella persona del Dott. Alessandro Christian Sartori.

Per ogni ulteriore informazione in tema di corporate governance si rinvia alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari, redatta ai sensi dell'art. 123 bis decreto legislativo 24 febbraio 1998., n. 58, approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società in data 18 Marzo 2022.

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

Il 23.03.2021 il CDA della Vincenzo Zucchi Spa 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.

L'ultimo aggiornamento al Codice Etico risale al 1° marzo 2019.

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 settembre 2021, è stata effettuata fatta formazione sull'attuale Modello Organizzativo 231 ed è in progetto l'ampliamento della stessa ai punti vendita nel corso del 2022.

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 in programma l'adozione di un nuovo strumento per la gestione delle segnalazioni in adeguamento.

Codice Etico e Modello di Organizzazione ex D. Lgs 231/2001 sono disponibili sul sito della Società, all'indirizzo www.gruppozucchi.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, non sono emersi comportamenti o eventi a rischio di reato tali da richiedere un intervento del Consiglio di Amministrazione né sono giunte segnalazioni di comportamenti non idonei.

Procedure e standard anticorruzione

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

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

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

Il sistema delle procedure è stato rafforzato nel 2021 con la Procedura Gestione Omaggi.

Il Gruppo ritiene che la formazione sia un elemento importante nella gestione del rischio inerente alle diverse pratiche corruttive, in quanto crea consapevolezza interna e capacità necessarie per prevenirne il verificarsi. Pertanto, vengono sviluppate attività formative sul tema anticorruzione.

Si evidenzia inoltre che nel 2021 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)
3. ricorrendo al bonus affitti.

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 e 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. 1937 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 2021 »

Paesi inclusi nel range	Range di aliquota fiscale	Ricavi verso terzi	Risultato ante imposte	Imposte pagate	Imposte maturate	Numero Dipendenti 31.12.2021
Italia	27,90%	69.352,00	- 731,00	-	- 1.456,00	676
Francia	26,5%	1.042,00	- 220,00	-	-	25
Spagna	25%	1.228,00	- 56,00	-	-	0
Germania	10,6%<x<25%	22.238,00	5.647,00	899,00	1.485,00	59
Svizzera	19%	4.853,00	844,00	298,00	153,00	23
Totale		98.713,00	5.484,00	1.197,00	182,00	783

CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO

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

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

Non ci sono meccanismi di ascolto con il personale, diversi dalle sedi sindacali.

Il Gruppo Zucchi a partire dal 2018 ha adottato una prassi di sistematica valutazione delle performances di alcune figure "manageriali", con la finalità di stimolare il raggiungimento di obiettivi aziendali.

4.1 Le nostre persone

Al 31 dicembre 2021 il Gruppo Zucchi conta un organico di 507 dipendenti, di cui il 74.90% è formato da donne e il 94.66% ha un contratto a tempo indeterminato.

In Italia Vincenzo Zucchi S.p.A. impiega 425 dipendenti, negli altri paesi europei i dipendenti ammontano a 82 (23 unità in Svizzera e 59 in Germania) costituendo il 16.21% dell'organico complessivo del Gruppo; non ci sono dipendenti in Paesi Extra Europa.

Di seguito il confronto dei dati rispetto agli anni precedenti considerando i dipendenti relativi alla Vincenzo Zucchi S.p.A. e a parte i dipendenti della neocostituita Zuckids SRL.

Tab.4 Evoluzione organico Gruppo Zucchi

	2020	2021
addetti	511	507

Tab.5 Dipendenti 2021 per area geografica Gruppo Zucchi

	% addetti 2020	n. addetti 2020	% addetti 2021	n. addetti 2021
Italia	84,15	430	83.79	425
Svizzera	3,72	19	4.55	23
Germania	12,13	62	11.66	59

Tab.6 Evoluzione organico per tipologia contrattuale

	2020	2021
Tempo determinato	2,94%	5,13%
Tempo indeterminato	97,06%	94.87 %

Tab.6.1 Evoluzione organico per tipologia contrattuale Gruppo Zucchi

	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero totale di contratti a tempo indeterminato	129	367	496	123	358	481
Numero totale di contratti a tempo determinato o temporanei	4	11	15	6	20	26

A tutto il personale in forza al gruppo Zucchi sono interamente 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).

L'obiettivo di implementare un sistema di "performance management" (MBO), indicato nella relazione al 31 dicembre 2020, per la valorizzazione di una parte variabile della retribuzione ha accusato un rallentamento nel corso del 2021 a seguito all'emergenza sanitaria da Covid-19.

A seguito dell'acquisizione di 45 punti vendita in Italia e 11 in Francia della società Kidiliz, confluiti nella neocostituita Zuckids Srl, controllata al 100% da Vincenzo Zucchi Spa, allo scenario occupazionale sopra riepilogato per l'anno 2021 sono stati gestiti 152 nuovi assunti in Italia (99.34% donne e 77.63% a tempo indeterminato, 100% impiegati) e 25 dipendenti in Francia (100% donne, il 28.16 % a tempo indeterminato).

Tab. 7 Evoluzione organico Zuckids S.r.l.

	2021
addetti	194

Tab. 8 Dipendenti 2021 per area geografica

	2021
Italia	169
Francia	25

Tab. 9 Evoluzione organico per tipologia contrattuale

	2021
Tempo determinato	46
Tempo indeterminato	148

Tab.9.1 Evoluzione organico per tipologia contrattuale

	2021		
	Uomini	Donne	Totale
Numero totale di contratti a tempo indeterminato	1	147	148
Numero totale di contratti a tempo determinato o temporanei	0	46	46

4.2 Formazione e sviluppo

Nel corso del 2021 l'emergenza sanitaria legata alla pandemia da Covid- 19 ha ancora una volta per Vincenzo Zucchi S.pA. compromesso la possibilità di realizzare le attività formative in presenza anche quelle in materia di salute e sicurezza. La formazione effettuata è stata dedicata soprattutto al personale dei punti vendita e dello stabilimento di Cuggiono.

E' stata condotta prettamente: *a distanza* e in modalità *training on the job*, o *in aula virtuale*. Le attività *on the job* hanno visto impegnato tutto il personale di vendita e un gruppo di venditori selezionati con l'obiettivo di potenziarne le abilità di comunicazione e di formazione sul campo. Le sessioni sincrone *a distanza* hanno coinvolto in prevalenza gli addetti alle squadre di emergenza. Il personale di Cuggiono ha potuto invece svolgere attività direttamente in aula con piccoli gruppi gestiti in sicurezza dal formatore interno accreditato. Parte del personale di sede ha frequentato la formazione interna volta a sensibilizzare e accrescere la conoscenza sui temi 231. Le iniziative formative realizzate nel corso del 2021 sono state pari ad un monte ore corso di 168.5 e un totale ore uomo di 1215; nella tabella sottostante sono riportate le tematiche affrontate. Nel 2021 l'investimento complessivo è stato pari a 12.016,00 euro

Tab.7 Ore formazione 2021 per tipologia corsi

Aree tematiche	Ore 2020	Ore 2021
Sicurezza	20	98
Vendite	235	3.5
ICT- Sistemi Informativi	0	0
Legale/Compliance	0	1
Formazione tecnica (Supply Chain/Logistica)	32	64
Formazione linguistica	0	0
Formazione manageriale	0	0
Altro	72	0
Totale	359	168.5

Tab.8 Ore formazione 2021 per genere

	2020	2021
Uomini	398	582
Donne	1312	633
Totale	1710	1215

Tab.9 Ore formazione 2021 per qualifica

	2020	2021
Dirigenti	8	0
Quadri	11	61
Impiegati	1563	489
Operai	128	665
Totale	1710	1215

Tab.10 Ore di formazione per dipendente per anno

	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale numero di ore uomo di formazione erogate ai dipendenti						
Dirigenti	8	0	8	0	0	0
Quadri	7	4	11	61	0	61
Impiegati	275	1288	1563	210	279	489
Operai	108	20	128	311	354	665
Totale				582	633	1215
Totale di dipendenti per categoria di lavoro						
Dirigenti	7	2	9	0	0	0
Quadri	7	6	13	2	0	2
Impiegati	67	226	293	44	123	167
Operai	44	71	115	45	39	84
Ore medie di formazione per dipendente						
Dirigenti	1.1	-	1.1	0	0	0
Quadri	1.0	0.7	1.7	30.5	0	30.5
Impiegati	4.1	5.7	9.8	4.8	2.3	7.1
Operai	2.5	0.3	2.7	6.9	8.8	15.7

Formazione e sviluppo per Zuckids Italia

Nel corso del 2021 l'emergenza sanitaria legata alla pandemia da Covid- 19 ha compromesso la possibilità di realizzare le attività formative in presenza anche per Zuckids. La formazione effettuata è stata dedicata al personale dei punti vendita per la conversione degli stessi da commercio di capi d'abbigliamento per bambini a vendita di biancheria per la casa.

E' stata condotta prettamente: *a distanza* e in modalità *training on the job*, o *in aula virtuale*. Le attività *on the job* hanno visto impegnato tutto il personale di vendita e un gruppo di venditori selezionati con l'obiettivo

di potenziarne le abilità di comunicazione e di servizio al cliente. Le sessioni sincrone *a distanza* hanno coinvolto in prevalenza gli addetti alle squadre di emergenza dei singoli punti vendita.

Le iniziative formative realizzate nel corso del 2021 sono state pari ad un monte ore corso di 50 e un totale ore uomo di 2999; nella tabella sottostante sono riportate le tematiche affrontate. Nel 2021 l'investimento complessivo è stato pari a 5872,00 euro.

Tab.11 Ore formazione 2021 per tipologia corsi

Aree tematiche	Ore 2021
Sicurezza	4
Vendite	46
ICT- Sistemi Informativi	0
Legale/Compliance	0
Formazione tecnica (Supply Chain/Logistica)	0
Formazione linguistica	0
Formazione manageriale	0
Altro	0
Totale	50

Tab.12 Ore formazione 2021 per genere

	2021
Uomini	0
Donne	2999
Totale	2999

Tab.13 Ore formazione 2021 per qualifica

	2021
Dirigenti	0
Quadri	0
Impiegati	2999
Operai	0
Totale	2999

Tab.14 Ore di formazione per dipendente per anno

	2021		
	Uomini	Donne	Totale
Totale numero di ore uomo di formazione erogate ai dipendenti			
Dirigenti	0	0	0
Quadri	0	0	0
Impiegati	0	2999	2999
Operai	0	0	0
			2999
Totale di dipendenti per categoria di lavoro			
Dirigenti	0	0	0
Quadri	0	0	0
Impiegati	0	50	50
Operai	0	0	0
Ore medie di formazione per dipendente			
Dirigenti	0	0	0
Quadri	0	0	0
Impiegati	0	0	0
Operai	0	0	0

4.3 Salute e sicurezza sul lavoro

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. Quest'anno ancora più attento alle nuove disposizioni di legge per la prevenzione da contagio Covid -19 ha attuato, in tutte le sue sedi, un protocollo specifico trasmesso e verificato attraverso istruzioni operative e registri di presa visione. E' stato costituito un Comitato Covid per la verifica dell'applicazione, il monitoraggio e l'aggiornamento del protocollo aziendale, come da indicazioni di legge a livello nazionale, locale e degli organi competenti.

In tale contesto il Gruppo ha identificato valutato i rischi in termini di salute e sicurezza connessi alle proprie attività ed implementato azioni di miglioramento per la gestione della salute e della sicurezza dei lavoratori.

Tutti questi elementi vengono garantiti applicando, oltre alla normativa vigente, le migliori indicazioni e pratiche adottate dalle principali aziende a livello nazionale.

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;
- verifica puntuale degli adempimenti previsti dalle norme applicabili, in coerenza anche con il Modello Organizzativo 231 e relativi protocolli specifici;
- definizione di un piano di gestione per le varie tipologie di emergenze (incendio, terremoto, etc.); prove di evacuazione, emergenza per testare la tempestività di intervento e la conoscenza delle procedure di prevenzione degli incidenti.
- elaborazione di un piano di sorveglianza sanitaria per ciascun dipendente;
- formazione e informazione per tutti i dipendenti in materia di salute e sicurezza e istruzioni specifiche sullo svolgimento delle diverse mansioni;
- monitoraggio costante degli infortuni;
- adozione di adeguati dispositivi di protezione individuale, tutti i dipendenti degli stabilimenti hanno in dotazione DPI aziendali;
- Protocollo aziendale per la gestione del rischio da contagio Covid 19 stabilimento di Rescaldina, Cuggiono e punti vendita Zucchi Bassetti.
- Informativa sul trattamento dei dati personali - Emergenza COVID 19
- Nei periodi di Look-down si è fatto ricorso prevalentemente alla cassa integrazione garantendo i servizi essenziali da sede

Nel corso dell'esercizio 2021 sono state erogate 98 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.

Anche nel 2021 non si sono verificati infortuni mortali, il numero degli eventi è stato purtroppo in aumento rispetto all'anno precedente.

Nel 2021 un numero di 8 infortuni ha riguardato il personale femminile e 3 il personale maschile.

Tab. 10 Indici infortunistici triennio 2019-2021

	2019	2020	2021
Infortuni totali	10	5	11
Indice di frequenza	17	13,88	20,2
Indice di gravità	0,56	1,01	0,98
Giorni di assenza per infortuni	328	365	533
Malattie professionali	0	0	0
Incidenti mortali	0	0	0

Tb.11 Tipologia infortuni, indici infortunistici, assenteismo

Tipologia infortuni		2020	2021
Infortuni sul lavoro	n.	5	11
di cui:			
Infortuni durante l'orario di lavoro	n.	3	9
percentuale sul totale	%	60%	81,81
Infortuni in itinere	n.	2	2
percentuale sul totale	%	40%	18,19
Giorni di lavoro persi, giorni di assenza e ore lavorate			
Giornate di lavoro perse per infortuni	gg	365	533
Giorni di assenza nel periodo di rendicontazione	gg	6602	31582
Ore di lavoro effettivamente lavorate	ore	360236	544579
Giorni di lavoro lavorabili	gg	137627	110490
Indici infortunistici			
Tasso di infortuni (frequenza)		13,88	20,20
Tasso di gravità		1,01	0,98
Tasso di assenteismo		4,80	28,58

Salute e sicurezza sul lavoro Zuckids Italia

L'Azienda Zuckids si impegna ad assicurare un ambiente di lavoro salutare e sicuro per tutti i lavoratori. Quest'anno ha mantenuto una elevata attenzione in merito alle disposizioni di legge per la prevenzione da contagio Covid -19. Ha aggiornato il protocollo specifico trasmesso e verificato attraverso istruzioni operative e registri di presa visione. E' stata mantenuta la riunione periodica del Comitato Covid Aziendale, con l'intento di verificare continuamente il monitoraggio e l'applicazione del protocollo aziendale, come da indicazioni di legge a livello nazionale, locale e degli organi competenti.

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:

- verifica puntuale degli adempimenti previsti dalle norme applicabili, in coerenza con i protocolli specifici;
- definizione di piani di gestione per le emergenze, con procedure di prevenzione degli incidenti.
- formazione e informazione per tutti i dipendenti in materia di salute e sicurezza e istruzioni specifiche per la mansione di addetto alla vendita;
- monitoraggio costante degli infortuni;
- Protocollo aziendale per la gestione del rischio da contagio Covid 19 area Retail punti vendita Zuckids.
- Informativa sul trattamento dei dati personali - Emergenza COVID 19.
- Nei periodi di Look-down si è fatto ricorso prevalentemente alla cassa integrazione.

Nel corso dell'esercizio 2021 sono state erogate 4 ore di formazione in materia di salute e sicurezza. L'obiettivo delle attività formative, è stato prettamente quello di ottemperare agli obblighi di legge.

Tab. 10 Indice infortunistico 2021

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

Tb.11 Tipologia infortuni, indici infortunistici, assenteismo

Tipologia infortuni		2021
Infortuni sul lavoro	n.	3
di cui:		
Infortuni durante l'orario di lavoro	n.	1
percentuale sul totale	%	100
Infortuni in itinere	n.	2
percentuale sul totale	%	0
Giorni di lavoro persi, giorni di assenza e ore lavorate		
Giornate di lavoro perse per infortuni	gg	33
Giorni di assenza nel periodo di rendicontazione	gg	14.306
Ore di lavoro effettivamente lavorate	ore	177.890,75
Giorni di lavoro lavorabili	gg	42.869
Indici infortunistici		
Tasso di infortuni (frequenza)		16.86
Tasso di gravità		0.19
Tasso di assenteismo		33.37

4.4 Relazioni industriali

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

Il Gruppo Zucchi è impegnato ad osservare le norme e le disposizioni finalizzate regolare i rapporti di lavoro applicando in Italia ogni sua parte i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro (in Italia quello degli addetti all'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).

Presso le unità locali di Rescaldina, Cuggiono e Punti vendita della Città di Milano sono regolarmente costituite le RSU – Rappresentanze Sindacali Unitarie dei lavoratori le quali, supportate dalle organizzazioni sindacali territoriali di categoria FEMCA-CISL, FILCTEM-CGIL e UILTEC-UIL, sono i soggetti che unitamente alla Direzione Risorse Umane animano 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 ivi 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 la neocostituita 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 a 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).

4.4.1 I principali eventi del 2021 in materia di relazioni industriali

A seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19 anche nel 2021 è stato necessario ricorrere alla cassa integrazione ordinaria Covid per un totale ore di 55.081,2 a copertura della sospensione/riduzione delle attività nei punti vendita e nella sede di Rescaldina e Cuggiono in modo da far fronte ai decreti governativi ed alle ordinanze regionali che hanno previsto la chiusura o riduzione delle attività. Del totale sopra riportato 24.528,6 ore hanno coinvolto il personale di vendita su tutto il territorio nazionale, le restanti 30.552,6 hanno coinvolto il personale di sede e stabilimento di Cuggiono. Per Zuckids le ore di cassa utilizzate unicamente per i punti vendita su tutto il territorio nazionale sono state 34.007,10.

Al fine di rispondere adeguatamente alla situazione sanitaria la Direzione Aziendale e le RSU si sono incontrate mensilmente per esaminare le necessità di pianificazione e utilizzo della Cassa Integrazione.

4.5 Diversità e Pari opportunità Gruppo Zucchi e Zuckids

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

Il Gruppo contrasta ogni forma di discriminazione o di limitazione delle occasioni di crescita professionale o umana, favorendo la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo dove tutti possano esprimere al meglio le proprie potenzialità con un impegno particolare per la 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 2021 al 75.05 % dell'organico del Gruppo, in aumento rispetto all'anno precedente.

Tab. 11 Organico per genere triennio 2019-2021 Zucchi Italia

	2019	2020	2021
n. addetti Femmine	388	378	380
% su totale	73,9	73,97	74,95
n. addetti Maschi	137	133	127
% su totale	26,1	26,03	25,04

La composizione dell'organico per fasce d'età vede un leggero decremento del personale nella fascia "senior" rispetto all'anno precedente.

Tab.12 Organico per fasce età biennio 2019-2021 solo Italia

	2019	2020	2021
n. addetti fino a 30 anni	18	17	14
% su totale	3,4	3,3	3,31
n. addetti tra 31 e 50	220	176	149
% su totale	41,9	34,7	35,05
n. addetti oltre 50 anni	287	318	262
% su totale	54,7	62	61,64

Tab.13 Suddivisione del personale per qualifica Gruppo

	Sesso	2020	2021	Variazione %
Dirigenti	M	7	5	-0,28
	F	2	2	0
Impiegati	M	76	77	0,01
	F	303	309	0,02
Operai	M	54	45	-0,16
	F	83	69	-0,17
Totale		525	507	

Anche per Zuckids la presenza femminile è assolutamente preponderante con una percentuale del 99,55% dell'organico del Gruppo, essendo neocostituita per l'anno 2020 non ci sono dati utili per un confronto.

Tab. 11 Organico per genere 2021

Zuckids

	2021
n. addetti Femmine	222
% su totale	99,55
n. addetti Maschi	1
% su totale	0.45

Tab.14 Composizione del Consiglio di Amministrazione

di V. Zucchi S.p.A. per genere e fasce d'età

	2019	2020	2021
Donne	40%	40%	40%
Uomini	60%	60%	60%
Età 30 - 50 anni	40%	40%	40%
Oltre 50 anni	60%	60%	40%

Si riporta di seguito l'indicatore del rapporto tra la retribuzione media annua lorda corrisposta ai dipendenti di sesso maschile rispetto a quella riconosciuta a dipendenti di sesso femminile rapportata a tempo pieno.

L'indicatore riportato nella tabella sottostante è suddiviso per categoria di inquadramento contrattuale ed è stato determinato con riferimento al perimetro italiano dei dipendenti del Gruppo.

Al 31 dicembre 2021 la forbice retributiva maschi/femmine risulta costante rispetto all'anno precedente.

Tab. 15 Rapporto retribuzioni personale femminile/maschile

	2020	2021
Dirigenti	0,99	1,01
Imp. uffici	0,89	0,91
Imp. negozi	0,88	0,85
Operai	0,98	0,99
Quadri	1,09	1,09
Totale	0,99	0,97*

*non ponderati

Per Zuckids non ci sono dati utili per un confronto.

Per effetto della Cassa Integrazione Ordinaria nel 2021 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 2021 risultano complessivamente in forza alla Società n. 10 addetti appartenenti a queste categorie di lavoratori.

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 2021 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 2021.

5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili

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

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

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

- rispetta le procedure interne 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.).

Negli anni dal 2016 al 2021, essendo il gruppo impegnato nell'attività di turnaround e di sviluppo, le attività di verifica sull'adeguatezza delle strutture produttive dei fornitori, successive alla selezione iniziale, non sono state condotte. Vengono condotte periodicamente delle verifiche sulla qualità del prodotto finito, affidate ad enti terzi, oppure, svolte direttamente dal fornitore stesso.

CAPITOLO 6. ASPETTI AMBIENTALI

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

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

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

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

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

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

Il perimetro della presente rendicontazione in tema ambientale si riferisce alla capogruppo Vincenzo Zucchi S.p.A. per i punti vendita a canale diretto, non sono riportati dati relativi ai canali indiretti di vendita né alla GDO. Si precisa, invece, che per quanto riguarda la rendicontazione relativa ai consumi del gas naturale la stessa riguarda tutti i punti vendita (9 punti vendita rendicontati nel 2020).

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 e Casorezzo e i punti vendita diretti italiani (V.zucchi + Zuckids) nel 2021 sono pari a complessivi 4.857,018 kWh.

Si evidenzia che tutta l'energia acquistata e consumata nel 2021 proviene per il 11 % da fonti rinnovabili e il 89 % da fonti non rinnovabili.

Tab.16 Consumi elettricità 2020

Consumi elettricità	Unità di misura	2020	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	kWh	1.869.691	243	7.694
Punti vendita diretti	kWh	1.475.412	182	8.106
Totale elettricità	kWh	3.345.103	425	7.871

Tab.17 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

La variazione del consumo medio per dipendente (2,15%) è legato alla continuità della produzione e negozi rispetto ad un 2020 che ha visto periodi di Lockdown attuati dal Governo Italiano ed internazionale a causa della Pandemia da Covid-19, con la relativa chiusura delle attività produttive e negozi.

I consumi di gas naturale riportati di seguito comprendono per l'anno 2020 i siti di produzione di Cuggiono e Rescaldina e i punti vendita diretti V.Zucchi situati nelle città di Torino_Galliate, Cuveglio, Rescaldina, Castelguelfo, Notaresco, Boretto, Cantello e Delebio presso i quali sono state fatte le rilevazioni del caso, mentre per l'anno 2021 sono stati presi in esame i consumi di tutti i punti vendita V.Zucchi e Zuckids.

Tab.18 Consumi gas naturale 2020

Consumi gas naturale	Unità di misura	2020	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	Smc	386.476	243	1.590
Punti vendita diretti ⁴	Smc	56.227	46	1.222
Totale gas naturale	Smc	442.703	289	1.532

Tab.19 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.20 Consumi gasolio 2020

Consumi gasolio	Unità di misura	2020	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Consumo carburante per attività di logistica e spostamento personale commerciale e addetto industriale	Lt.	56.227	425	132
Consumo gasolio	Lt.	56.227	425	132

Tab.21 Consumi gasolio 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
Consumo gasolio	Lt.	64.184	588	109

Tab.22 Consumi energetici totali 2020 e 2021

Consumi energetici totali V.ZUCCHI + Zuckids	unità di misura	2020	2021
elettricità	GJ	12.042	17.485
gas naturale	GJ	17.442	21.977
Gasolio	GJ	2.024	2.633
totale consumi energetici	GJ	31.509	42.096

I dati di cui sopra derivano da una misurazione puntuale attraverso le evidenze della fatturazione e comprendono i dati V.Zucchi + Zuckids.

I consumi energetici sono riferiti ai punti vendita diretti, non sono invece oggetto di reporting i punti vendita indiretti.

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 CO₂⁶ prodotte.

Per il 2021 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).

⁶ 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: 1,975kgCO₂/smc; 3,155tCO₂/t (Fonte: Tabella parametri standard nazionali - ISPRA 2020)

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: 284,8 gCO₂/KWh (Fonte: Fattori di emissione atmosferica di gas a effetto serra nel settore elettrico nazionale e nei principali paesi europei - ISPRA 2019);

(iii) Scope 3, comprende tutte le altre emissioni indirette che sono una conseguenza delle attività aziendali, ma provengono da fonti non possedute o controllate dall'azienda (ad es. trasporto di combustibili acquistati, uso finale di prodotti e servizi venduti, mobilità del personale, viaggi di lavoro, etc.)

Di seguito sono riportate le emissioni dirette e indirette di CO₂ prodotte da Vincenzo Zucchi S.p.A. per l'anno 2020 mentre per il 2021 sono stati presi in considerazione anche i dati di Zuckids.

Tab.23 Emissioni Scope I-II 2020 e 2021

Emissioni Scope I-II	unità di misura	2020	2021
Consumi di elettricità siti produttivi/uffici	tCO ₂	474	887
Consumi di elettricità punti diretti	tCO ₂	374	885
Consumi di gas naturale siti produttivi/uffici	tCO ₂	763	855
Consumi di gas naturale punti diretti	tCO ₂	111	57
Consumi di carburante per auto/mezzi aziendali (n.27 auto,1 furgone,1 camion proprietà)	tCO ₂	149	195
Totale	tCO₂	1.871	2.880

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

Con riferimento all'energia elettrica, per l'anno 2019 la società aveva optato per un'offerta che prevedeva un approvvigionamento di energia elettrica prodotta da fonti non rinnovabili pari 83%, nel 2020, il mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica venduta dai fornitori risultava composto in media per l'11% da fonti rinnovabili. Nel 2021 sono state quantificate in percentuale minori emissioni Scope II per la parte di energia elettrica derivante da fonti non rinnovabili.

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

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

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

I dati riportati nelle tabelle si riferiscono ai rifiuti prodotti nel 2021 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.24 Rifiuti stabilimento Cuggiono (MI)

Cuggiono	CER	2019 kg	2020 kg	2021 kg	operazioni di recupero
imballaggi in carta e cartone	15.01.01	8.340	8.500	11.680	R13
imballaggi in plastica	15.01.02	-	900	-	R13
imballaggi in materiali misti	15.01.06	18.070	18.790	26.810	R13
imballaggi in legno	15.01.03			2.600	R13
Totale		26.410	28.190	41.090	

I rifiuti di Cuggiono sono aumentati tra il 2020 e il 2021 in rapporto all'aumento della produzione di circa il 20%

Tab.25 Rifiuti sede Rescaldina (MI)

Rescaldina	CER	2019 kg	2020 kg	2021 kg	operazioni di recupero
Toner per stampa esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 08 03 17	08.03.18	18	162	-	R13
Imballaggi in carta e cartone	15.01.01	122.160	159.140	167.320	R13
Imballaggi in legno	15.01.03	34.520	67.300	29.300	R13
Imballaggi in materiali misti	15.01.06	27.390	39.680	37.750	R13
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 160215	16.02.16	50	-	25	R13
Ferro e acciaio	17.04.05	3.120	14.480	-	R13
Rifiuti ingombranti	20.03.07		8.600	5.220	R13
Rifiuti da fibre tessili lavorate	04.02.22		8.140	-	R13
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 160215	16.02.16		18	-	R13
Totale		187.258	297.520	239.615	

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

Tab.26 Classificazione rifiuti Cuggiono

Rifiuti correlati al processo di produzione		2020		2021	
CUGGIONO	unità di misura	pericolosi	non pericolosi	pericolosi	non pericolosi
rifiuti totali	ton	0	28,19	0	41,09
- di cui inviati a recupero	ton	0	28,19	0	41,09
- di cui inviati in discarica	ton	0	0	0	0

Tab.27 Classificazione rifiuti Rescaldina

Rifiuti correlati al processo di produzione		2020		2021	
RESCALDINA	unità di misura	pericolosi	non pericolosi	pericolosi	non pericolosi
rifiuti totali	ton	0	295,85	0	239,61
- di cui inviati a recupero	ton	0	295,85	0	239,61
- 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.

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

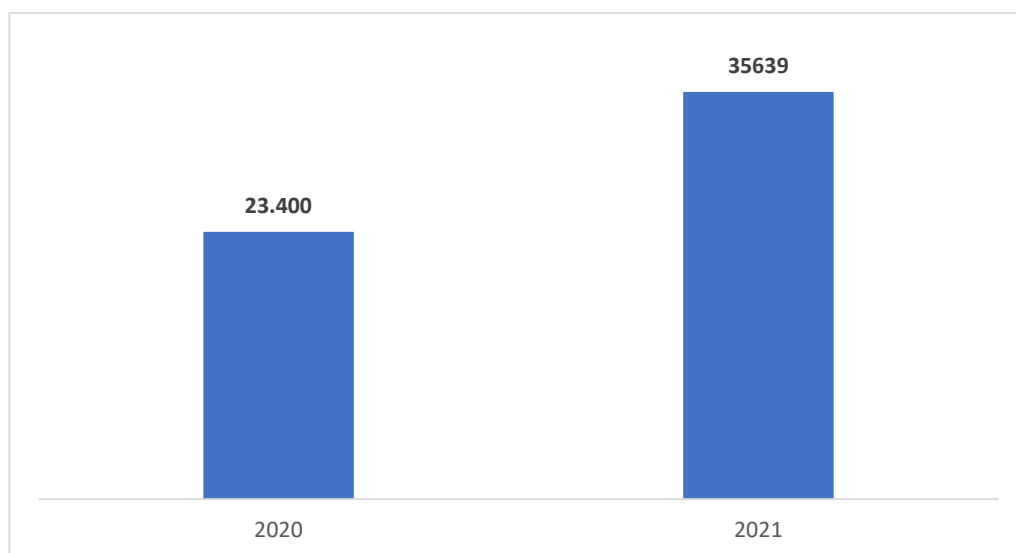
Scarto tessile: risorsa e nuova opportunità

L'attuale struttura aziendale non contempla processi produttivi che determinano rifiuti inquinanti o pericolosi. In una logica di sostenibilità ambientale ed economica, da alcuni anni il Gruppo Zucchi ha avviato la raccolta, finalizzata al riciclaggio, degli scarti di lavorazione - stracci e scampoli - allo scopo di valorizzarli destinandoli ad una filiera di recupero.

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

Nel 2021 il progetto ha consentito di destinare al riciclo circa 36 tonnellate di scarti, con un aumento del 34,34% rispetto al 2020.

Graf.17 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 2021, 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 2021 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 2021, Vincenzo Zucchi ha portato avanti alcuni progetti per evolvere il gruppo verso la sostenibilità e il green, avviando e implementando le seguenti iniziative:

- Revisione del packaging dei marchi Zucchi, Descamps, Jalla, Bassetti, Granfoulard Bassetti, Bassetti Image e Thommy Hilfiger (licenza)
- Nuovo labelling per il marchio Jalla – Care for Planet
- Selezione di un consulente esterno per guidare il percorso di sostenibilità

REVISIONE DEL PACKAGING

Un team interfunzionale composto da manager delle aree marketing, prodotto, brand e ufficio acquisti ha strutturato un progetto di revisione del packaging in uso, composto da una busta in plastica e da una cartolina stampata, per valutare 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 2022 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 2023.

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, comporterà un'analisi approfondita delle opzioni disponibili come, a titolo esemplificativa ma non esaustivo, imballi contenenti più prodotti in plastica riciclata.

NUOVO LABELLING JALLA – CARE FOR PLANET

Jalla è il marchio del gruppo che ha sposato per primo l'uso di cotone biologici per tutti i prodotti, sia continuativi che stagionali, abbandonando la plastica in favore di un packaging tessile per le collezioni tessili letto.

Nel 2021 abbiamo studiato e applicato il nuovo labelling CARE FOR PLANET con l'obiettivo di comunicare con il consumatore finale l'impegno dell'azienda relativamente alla protezione dell'ambiente e all'uso di cotone biologici al 100% o con componente maggiore al 50%.

Per le collezioni Double Jue (percale unito), Smooth (percale lavato unito) and Extrasoft (spugna unita) che rappresentano le collezioni continuative e con fatturato prevalente.

Di seguito (Allegato 1) un esempio dell'evoluzione dell'etichetta e del pendaglio della linea di spugne Extrasoft con passaggio da Cotone Biologico a CARE FOR PLANET. Stessa evoluzione per le altre collezioni menzionate.

SELEZIONE DI UN CONSULENTE ESTERNO

La direzione ha avviato la selezione di un consulente indipendente esperto nell'area della sostenibilità, riciclo, economia circolare per guidare l'azienda nel percorso di evoluzione e implementazione degli obiettivi richiesti dalla DNF relativamente ai nostri brand e stabilimento di Cuggiono.

Allegato 1)

LABELLING



CARDBOARD





Au moins 50% de coton issu de l'agriculture biologique.
At least 50% of ecologically grown cotton
Almeno il 50% del cotone è coltivato in modo biologico.

FR Extrasoft, la collection iconique de linge de bain pour toute la tribu, durable et écoresponsable !

Consommer QUALITÉ ! Grammage de 560 gr/m², pour une serviette épaisse, ultra absorbante et moelleuse.

Consommer MIEUX ! Ultra résistante, la serviette Extrasoft se maintient dans le temps, c'est un produit durable.

Consommer pour être HEUREUX ! 30 coloris vifs et gais à mixer les uns aux autres pour égayer votre quotidien.

Consommer RESPONSABLE ! Votre serviette est composée d'au moins 50% de coton issu de l'agriculture biologique, préservant notre planète.

ENTRETIEN : Respecter les consignes de lavage/Laver votre serviette avant sa première utilisation/Ne pas utiliser de chlore ou de produits blanchissants.

J'ALLA S'ENGAGE !

Pour le bien-être de tous et le respect de notre planète.



ACT FOR FUTURE



ECOFRIENDLY



PREMIUM QUALITY



SUSTAINABLE

IT Extrasoft, la collezione bagno per tutta la famiglia, sostenibile ed ecologica

Un acquisto di QUALITÀ! Una grammatura da 560 gr/m², per un asciugamano soffice, ultra-assorbente e morbido.

Un acquisto MIGLIORE! L'asciugamano Extrasoft è un prodotto che dura nel tempo, ultra resistente e durevole.

Un acquisto per essere FELICI! 30 colori vivaci e brillanti da mescolare e abbinare per rallegrare la tua quotidianità.

Un acquisto RESPONSABILE! Il tuo asciugamano è fatto da almeno il 50% di cotone coltivato biologicamente, per proteggere il nostro pianeta.

MANUTENZIONE: Seguire le istruzioni di lavaggio/Lavare l'asciugamano prima di usarlo per la prima volta/Non usare cloro o candeggina.

J'ALLA SI IMPEGNA!

Per il benessere di tutti e per il rispetto del nostro pianeta!

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

L'articolo 8 del regolamento (UE) 2020/852 prevede per le società, soggette all'obbligo di pubblicare informazioni di carattere non finanziario, di fornire informazioni su come e in che misura le attività dell'impresa sono associate ad attività economiche considerate ecosostenibili. In particolare, la norma impone alle imprese non finanziarie di comunicare informazioni sulla quota del fatturato, delle spese in conto capitale e delle spese operative («indicatori fondamentali di prestazione» o «KPI») delle loro attività relative ad attivi o processi associati ad attività economiche ecosostenibili.

Con successivo Regolamento Delegato (UE) 2021/2178 del 6 luglio 2021, viene precisato il contenuto e la presentazione delle informazioni che le imprese soggette devono comunicare in merito alle attività economiche ecosostenibili e specificando la metodologia per conformarsi a tale obbligo di informativa.

Di particolare rilevanza, ai fini della presente nota, è la premessa di cui al punto 12 del citato Regolamento nella quale viene precisato che *“In considerazione dell'entrata in vigore e dell'applicazione dell'atto delegato relativo agli aspetti climatici entro la fine del 2021 e delle difficoltà rilevanti per valutare la conformità delle attività economiche nel 2022 ai criteri di vaglio tecnico stabiliti in tale regolamento delegato per il precedente esercizio, l'applicazione del presente regolamento nel 2022 dovrebbe limitarsi a determinati elementi e alla comunicazione di informazioni qualitative, mentre le restanti disposizioni iniziano ad applicarsi a decorrere dal 1 gennaio 2023 per le imprese non finanziarie”*.

Viene quindi riconosciuto alle società soggette all'obbligo un periodo nel quale predisporre la struttura e gli strumenti necessari per rispondere adeguatamente agli obiettivi previsti dalla norma europea.

La Vincenzo Zucchi S.p.A. ha quindi attivato un apposito team di lavoro onde procedere, dal 2022, alle rilevazioni qualitative e quantitative così come previste nel Regolamento (UE) 2020/852 e specificate nel Regolamento (UE) 2021/2178.

CAPITOLO 7. ASPETTI SOCIALI

7.1 Relazioni con i consumatori e responsabilità di prodotto

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

In linea con questo obiettivo, anche nel 2021, il Gruppo ha perseguito una strategia di marketing attraverso campagne pubblicitarie e attività promozionale coerenti con i messaggi veicolati dalle collezioni dei due diversi brand, Zucchi e Bassetti, e al contempo aderenti ai valori dell’Azienda.

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

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

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

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 2016-2021 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 REACH⁷ (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.

⁷ 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 2018, ad un professionista esterno.

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

Nel corso del 2021 l'azienda si è dedicata all'aggiornamento della Privacy Policy e Cookie policy sui trattamenti afferenti i clienti sul sito dedicato a Bassetti Home Innovation, delle informative clienti per le finalità di marketing, delle informative privacy per dipendenti e terzi sui trattamenti afferenti il contesto dell'epidemia di COVID-19 con seguente aggiornamento dei registri.

Nel corso del 2021 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 Standard	Informativa	Pag.	Omissione
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	6	
GRI 102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	11-18	
GRI 102-3	Luogo della sede principale	6	
GRI 102-4	Luogo delle attività	7	
GRI 102-6	Mercati serviti	7	
GRI 102-7-a-i-ii	Dimensione dell'organizzazione	7,12	
GRI 102-8-a	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	39-52	
GRI 102-9	Catena di fornitura	53-55	
GRI 102-11	Principio de precauzione	24	
GRI 102-13	Adesione ad associazioni	49-50	
GRI 102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	20-24	
GRI 102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	35	
GRI 102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	33-34	
GRI 102-18	Struttura della governance	32-33	
GRI 102-22-a-i-ii-iii	Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	32-33	
GRI 102-23	Presidente del massimo organo di governo	32-33	
GRI 102-24	Nomina e selezione del massimo organo di governo	32-33	
GRI 102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	28-29	
GRI 102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	3	

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
GRI 102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	26	
GRI 102-47	Elenco dei temi materiali	26-27	
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione	3	
GRI 102-51	Data del report più recente	3	
GRI 102-52	Periodicità della rendicontazione	3	
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	74-78	
GRI 102-56	Assurance esterna	5	

STANDARD SPECIFICI

GRI 200 – STANDARD ECONOMICI

Performance economiche

GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	9	
-----------	--	---	--

Anticorruzione

GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	33	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	33	
GRI 205-1-b	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	35	
GRI 205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	35	
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	35	
GRI 207	Approccio alla fiscalità	36-38	

GRI 300 – STANDARD AMBIENTALI

Energia

GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	56	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	56	
GRI 302-1-c (i,ii)	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	57	
GRI 302-3	Intensità energetica	57	

Emissioni

GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	59	
GRI 305-1-a	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	59	

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
GRI 305-2-a-e	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	60	
Scarichi idrici e rifiuti			
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	60-63	
GRI 306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	60-63	
Valutazione ambientale dei fornitori			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	26-28, 53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	53-55	
UE 2020/852	Tassonomia	64-68	
GRI 400 – STANDARD SOCIALI			
Relazioni fra lavoratori e management			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	33,49-50	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	33, 49-50	
GRI 402-1-b	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	49	
Salute e Sicurezza sul lavoro			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	45-49	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	45-49	
GRI 403-2-a	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	33	
Formazione ed istruzione			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	41-45	
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	41-45	
Diversità e pari opportunità			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	51	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	51	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	52	
GRI 405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	52	
Non discriminazione			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	53-55	

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	53	
Libertà di associazione e contrattazione collettiva			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	53-55	
GRI 407-1	Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	53-55	
Lavoro minorile			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	53-55	
GRI 408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	53-55	
Lavoro forzato o obbligatorio			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	53-55	
GRI 409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	53-55	
Valutazione del rispetto dei diritti umani			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	53-55	
Comunità locali			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	72	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	72	
Valutazione sociale dei fornitori			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	26-28, 53-55	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	55	
GRI 414-2-c	Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	29-31	
Salute e sicurezza dei clienti			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	69-70	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	69-70	
GRI 416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	69	
Marketing ed etichettatura			

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	70	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	70	
GRI 417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	70	
GRI 417-2-b	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	70	
Privacy dei clienti			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	71	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	71	
GRI 418-1-c	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	71	

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, 18 marzo 2022

CAPITOLO 9. RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE