

# 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 2020  
redatta ai sensi del D.Lgs. n. 254/2016**

Il presente documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 23.03.2021, è messo a disposizione del pubblico presso la sede della società, sul sito internet della Società [www.gruppozucchi.com](http://www.gruppozucchi.com), nonché presso il meccanismo di stoccaggio centralizzato “1Info” gestito da Computershare ([www.1info.it](http://www.1info.it)) in data 08.04.2021.

## GRUPPO ZUCCHI

### DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO RELATIVA ALL'ESERCIZIO 2019 REDATTA AI SENSI DEL D. LGS. N. 254/2016

#### INDICE

<b>Introduzione metodologica.....</b>	3
<b>CAPITOLO 1. PROFILO E MODELLO DI BUSINESS DEL GRUPPO ZUCCHI .....</b>	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 perseguitate dal Gruppo .....	18
1.6    Gestione dei rischi.....	19
1.6.1 Stato di fatto delle politiche afferenti ai temi del Decreto 254 praticate dal Gruppo Zucchi	23
<b>CAPITOLO 2. MATERIALITÀ E TEMI RILEVANTI DI CARATTERE NON FINANZIARIO.....</b>	26
2.1 Analisi di materialità.....	26
2.2 Gli Stakeholder del Gruppo Zucchi.....	28
2.3 Priorità di azione e obiettivi di miglioramento .....	28
<b>CAPITOLO 3. GOVERNANCE E LOTTA ALLA CORRUZIONE.....</b>	31
3.1 Corporate Governance.....	31
3.2 Lotta alla corruzione .....	33
<b>CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO.....</b>	35
4.1 Le nostre persone.....	35
4.2 Formazione e sviluppo .....	37
4.4 Relazioni industriali .....	41
4.4.1 I principali eventi del 2020 in materia di relazioni industriali .....	42
4.5 Diversità e Pari opportunità .....	42
<b>CAPITOLO 5. DIRITTI UMANI E CATENA DI FORNITURA.....</b>	45
5.1 Tutela dei diritti umani .....	45
5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili .....	46
5.3 Selezione dei fornitori.....	47
<b>CAPITOLO 6. ASPETTI AMBIENTALI.....</b>	48
6.1 Energia.....	49
6.3 Gestione dei rifiuti .....	52

<b>CAPITOLO 7. ASPETTI SOCIALI</b> .....	57
<b>7.1 Relazioni con i consumatori e responsabilità di prodotto</b> .....	57
<b>7.1.1 Qualità e sicurezza dei prodotti</b> .....	57
<b>7.1.2 Etichettatura</b> .....	58
<b>7.1.3 Tutela della privacy e dei dati</b> .....	59
<b>7.2 Relazioni con la comunità</b> .....	60
<b>CAPITOLO 8. TAVOLA DEI CONTENUTI GRI STANDARDS</b> .....	62
<b>CAPITOLO 9. RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE</b> .....	67

## Introduzione metodologica

La Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria (DNF) 2020 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 terza Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario predisposta dal Gruppo Zucchi e contiene informazioni, attività e risultati riferiti all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 e i dati comparativi per l’esercizio 2019.

Segnaliamo che in data 29.11.2020 si è conclusa l’operazione di acquisizione di 45 negozi Italia e 11 Francia diretti + 11 affiliati con marchio Kidiliz facenti capo al gruppo Zannier ed è stata creata una nuova società facente capo al Gruppo V.Zucchi SpA con ragione sociale Zuckids SRL con sede a Rescaldina \_ Va Legnano n. 24 P. IVA 11480670964 per l’Italia e Zuckids Srl \_Avenue Franklin Delano Roosevelt \_ 75008 PARIS \_ SIRET 892 089 251, per i negozi Francia.

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).

Non sono invece state considerate (i) Zucchi S.A., Ta Tria Epsilon Bianca S.A. e Mascioni USA Inc., in quanto attualmente inattive, e (ii) Basitalia S.r.l., in quanto tale società non ha personale proprio ed esercita unicamente attività di affitto dei negozi alla Capogruppo. Inoltre, è esclusa dal perimetro di rendicontazione anche la società Zuckids Srl, entrata a far parte del Gruppo in data 29.11.2020.

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:

<b>Italia</b>	Sede di Rescaldina (MI) Stabilimento di Cuggiono (MI) 57 Punti Vendita a gestione Diretta 12 Punti Vendita a gestione indiretta
<b>Germania</b>	Sede di Oberhaching Stabilimento di Cuggiono (MI) 10 Punti Vendita a gestione Diretta 56 Punti Vendita a gestione indiretta
<b>Svizzera</b>	Filiale di Lugano 5 Punti Vendita a gestione Diretta 56 Punti Vendita a gestione Indiretta
<b>Spagna</b>	Filiale di Barcellona 20 Punti Vendita a gestione Indiretta

Sono esclusi invece dalla rendicontazione i dati relativi al personale e ai consumi dei punti vendita Zuckids. Per quanto riguarda i dati economici sono invece inclusi i dati della nuova controllata Zuckids, salvo diversamente indicato.

Di seguito il dettaglio dei punti vendita Zuckids:

<b>ZUCKIDS</b>	
<b>Italia</b>	Sede di Rescaldina (MI) 45 Punti Vendita a gestione Diretta
<b>Francia</b>	Filiale Francia 11 Punti vendita a gestione Diretta 11 Punti Vendita a gestione indiretta

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’informatica 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 2020 è il quarto esercizio di rendicontazione delle informazioni non finanziarie ai sensi del D. Lgs. 254/2016. Compatibilmente con i limiti imposti dal rispetto degli impegni finanziari dall’accordo di ristrutturazione del debito, e dal relativo piano industriale chiuso in data 13.10.2020 (di cui si dirà più in dettaglio nel prosieguo), la Vincenzo Zucchi S.p.A. destinerà il massimo impegno e risorse possibili al fine di migliorare tali processi di raccolta e verifica delle informazioni stesse.

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

La DNF del Gruppo Zucchi per l’esercizio 2020 è sottoposta ad esame limitato (“Limited Assurance Engagement” secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Mazars Italia S.p.A. al fine di emettere una relazione di attestazione circa la conformità delle informazioni fornite ai sensi dell’art. 3, comma 10, del Decreto. Tale relazione di attestazione è riportata nel capitolo 9.

## 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 1.708 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.

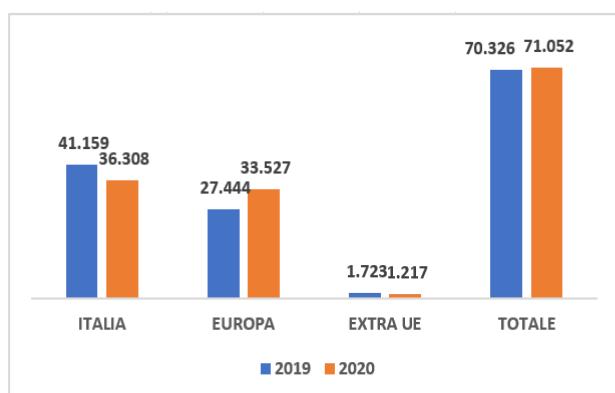
Il Gruppo è presente in 20 paesi: Germania, Svizzera, Spagna, Francia, Regno Unito, Grecia, Finlandia, Svezia, Norvegia, Russia, Romania, Estonia, Hong Kong, Taiwan, Corea del Sud, Cina, Singapore, Slovenia, Moldavia, Ucraina.

#### 5. Flessibilità operativa

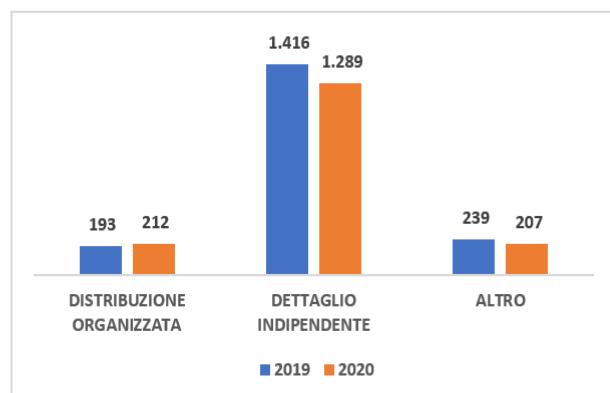
Il modello di *business*, con una produzione prevalentemente in *outsourcing*, ma con il presidio delle fasi di produzione e logistica che garantiscono qualità e servizio elevati, unitamente ad un efficiente sistema informativo e di controllo, garantisce un'elevata flessibilità operativa ed un livello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

Al 31 dicembre 2020 il Gruppo Zucchi conta 511 dipendenti, ha un fatturato pari a 71,05 milioni di euro e ha un portafoglio di circa 1.708<sup>1</sup> clienti attivi tra distribuzione organizzata e dettaglio indipendente (B2B). È presente nei mercati internazionali attraverso 72 punti vendita a gestione diretta (DOS – Directly Operated Store), 144 negozi in franchising (FOS – Franchising Operated Store). Con l'insegna Zuckids Itale e Francia ha 56 punti vendita diretti e 11 indiretti.

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



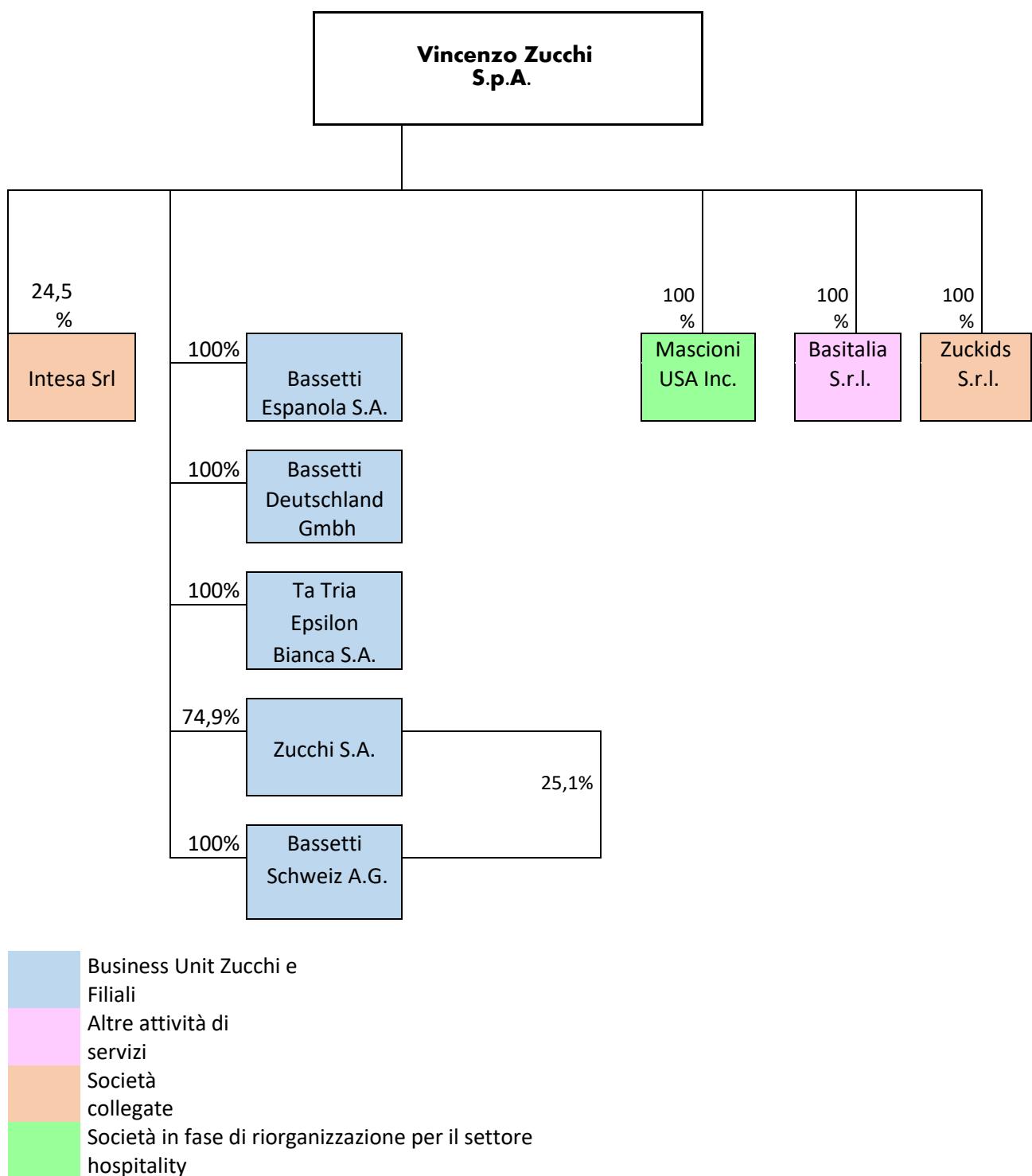
Graf.2-Clienti attivi per tipologia(Num)



<sup>1</sup> Il dato non è comprensivo della controllata Zuckids Srl

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 2020 la struttura societaria del Gruppo Zucchi si presenta come raffigurata di seguito.



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>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Costi operativi	52.387	62.954
Valore distribuito ai dipendenti	17.333	15.790
Valore distribuito ai fornitori di capitale	384	561
Valore distribuito alla P.A.	1.833	1.802
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>71.937</b>	<b>81.107</b>
Valore economico trattenuto totale	2.454	65.501
<b>Valore economico generato</b>	<b>74.391</b>	<b>146.608</b>

Il “valore economico generato” al netto delle variazioni delle rimanenze finali consuntiva un aumento delle vendite (%); l’aumento dei “costi operativi” è dovuto ad un incremento degli acquisti legati alle vendite.

## 1.2 Storia

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

<b>1920</b>	Vincenzo Zucchi inizia, con un socio, l'attività nel settore tessile, rilevando la tessitura di Casorezzo (MI).
<b>1940</b>	Nasce la Vincenzo Zucchi (ditta individuale).
<b>1953</b>	La ditta individuale diventa una S.p.A. e Rolando e Giordano Zucchi assumono il ruolo di Amministratori Delegati.
<b>1962</b>	Viene stipulato un accordo con la società inglese Vantona per la produzione in Italia dei copriletto in ciniglia e contestualmente viene costituita la società Everwear Zucchi S.p.A.
<b>Anni '60/'70</b>	Acquisizioni di alcune società italiane ed estere, tra cui B.C.A. F.lli Tosi, l'unità produttiva sita in Urago (BS) (dove viene installata la produzione della società Everwear Zucchi S.p.A.) e la società Manspugna (specializzata nella produzione di spugna unita idrofila).
<b>1982</b>	Le azioni di Zucchi sono quotate presso Borsa Italiana.
<b>1986</b>	Viene acquisita sia la società Bassetti, attiva nel mercato della biancheria per la casa e le cui azioni nel 1989 sono ammesse alla negoziazione sul mercato regolamentato gestito da Borsa Italiana, sia Eliolona S.p.A.. A seguito di tali acquisizioni Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo di Standardtela S.p.A., società anch'essa operante nel settore tessile che a sua volta controlla Standardtre S.r.l..
<b>1988</b>	Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo indiretto, tramite Bassetti S.p.A., di Mascioni S.p.A. e della società francese Béra SA.
<b>1992 e 1997</b>	Vincenzo Zucchi S.p.A. acquisisce il controllo indiretto, tramite Bassetti S.p.A., rispettivamente di Jalla SAS e Descamps SAS.
<b>1997</b>	Viene costituita una joint venture a partecipazioni paritetiche con il gruppo indiano Welspun, per la produzione di accappatoi in spugna.
<b>2001</b>	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..
<b>Dal 2005</b>	Inizia un processo di razionalizzazione industriale e societaria del Gruppo.
<b>2006</b>	Incorporazione di Bassetti e Standartela nella capogruppo Vincenzo Zucchi.
<b>2011</b>	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.
<b>2014</b>	Viene formalizzata la cessione della partecipazione nel capitale della Welspun Zucchi Textile Limited.
<b>Aprile 2015</b>	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.
<b>Ottobre 2015</b>	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, SGECR, S.A., dell'intera partecipazione detenuta nella controllata Mascioni S.p.A..
<b>Dicembre 2015</b>	Vincenzo Zucchi S.p.A. sottoscrive un accordo di ristrutturazione del debito bancario basato sul piano industriale 2015-2020.
<b>2016-2019</b>	Prosegue l'implementazione del piano industriale di cui all'accordo di ristrutturazione
<b>2020</b>	Chiusura piano ristrutturazione 13.10.2020 e acquisizione a fine Novembre 2020 negozi in Italia e Francia dalla catena Kidiliz

### 1.3 I nostri Brand, i nostri valori

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

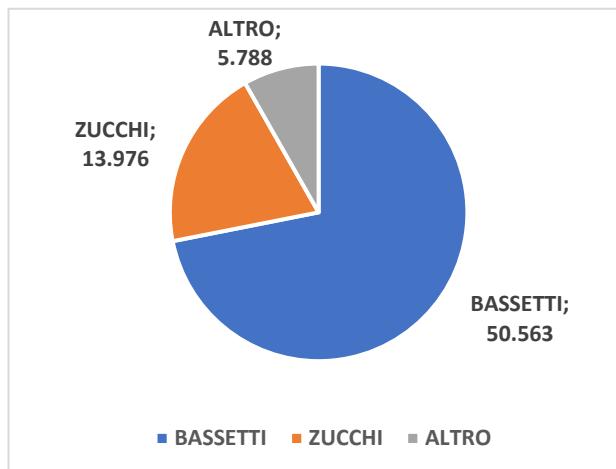
I marchi del Gruppo e i loro valori sono da sempre intimamente legati. Essi esprimono l'amore per la bellezza e la sfida dell'innovazione.

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

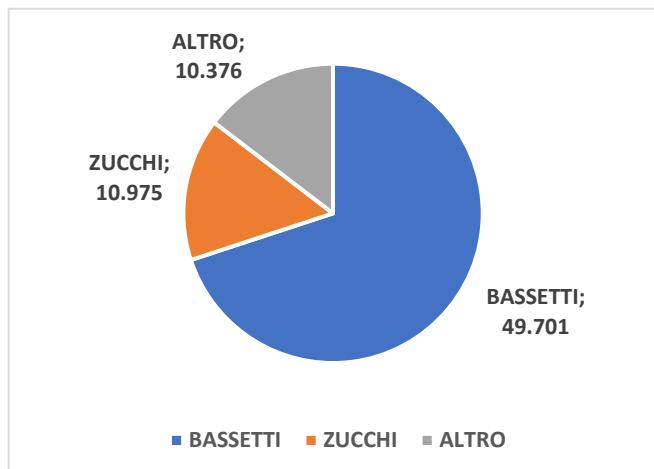


<sup>2</sup> Brands: Zucchi Collection, Zapping, Solotuo Zucchi, Easy Chic Zucchi, Clic Clac Zucchi, Imagine Bassetti, Granfoulard Bassetti, Life Bassetti, Pop Color Bassetti, Il Piumone Bassetti, Licenze: Laura Ashley, Pantone Universe, Marvel e Star Wars.

Graf.3 - Vendite 2019 per marchio  
(migliaia di euro - %)



Graf.4 - Vendite 2020 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 prodotto 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 veste 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** popone un mondo dell'abitare che esprime un animo discreto, semplice ed elegante nella proposta dei disegni, nella scelta dei tessuti e nei particolari di confezione. La cura dei dettagli, la varietà dei supporti utilizzati e della ricerca cromatica che spazia dai toni neutri a quelli più intensi e decisi, caratterizzano una collezione che risponde alle esigenze più svariate e ai gusti più diversi.

## 1.4 Il modello di business del Gruppo Zucchi

### Prodotto

#### ➤ *Ricerca e sviluppo*

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

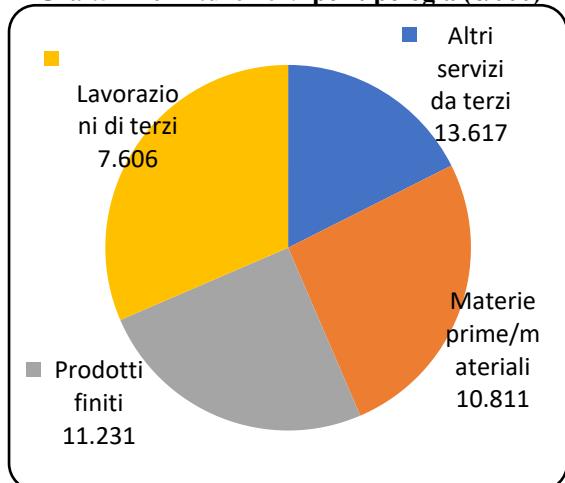
#### ➤ *Sourcing*

La gestione della catena di fornitura rappresenta un aspetto chiave per le attività di business del Gruppo Zucchi, ancora più a seguito della ristrutturazione 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.

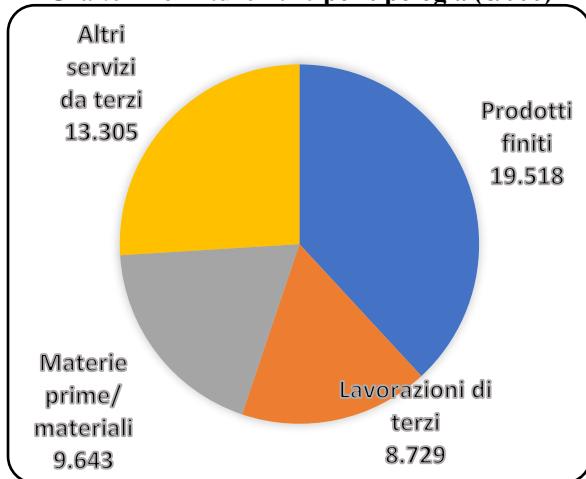
La società ha in essere un processo di selezione dei nuovi fornitori, che si articola su principi e criteri di qualità, competitività dei prodotti offerti e trasparenza nonché sul rispetto di principi sociali ed etici.

Nel 2020 gli acquisti della Capogruppo ammontano a 51.196 migliaia di euro e sono così ripartiti:

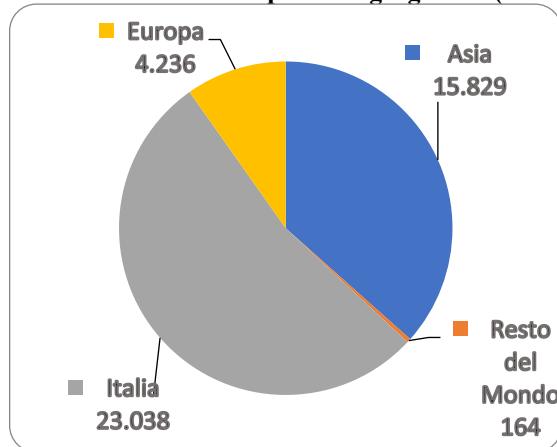
**Graf.5 - Forniture 2019 per tipologia (€/000)**



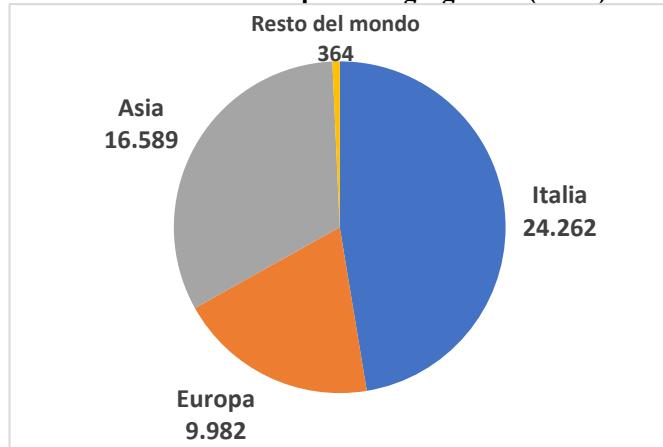
**Graf.6 - Forniture 2020 per tipologia (€/000)**



**Graf.7 - Forniture 2019 per area geografica (€/000)**

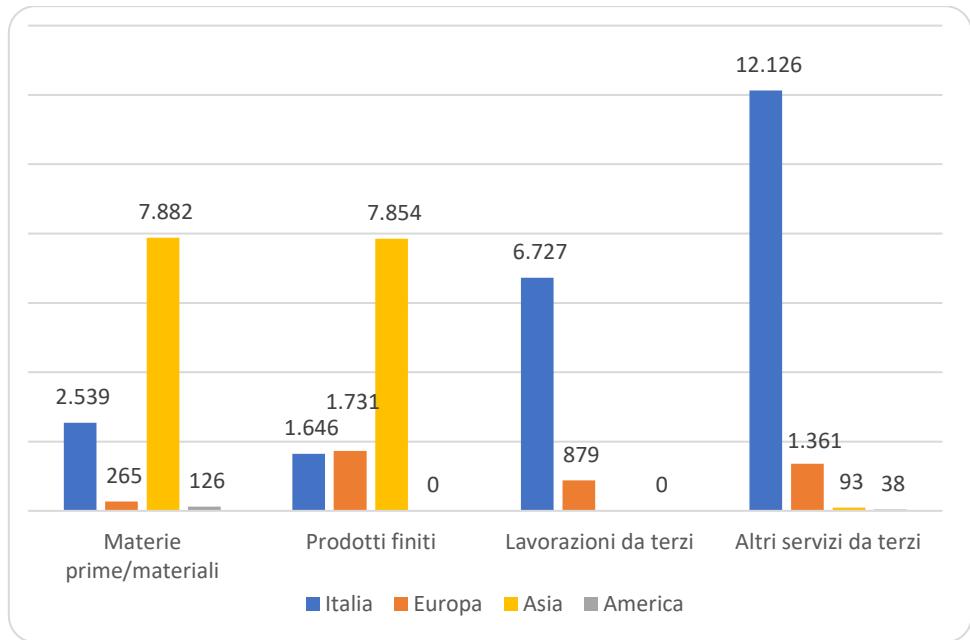


**Graf.8 - Forniture 2020 per area geografica (€/000)**

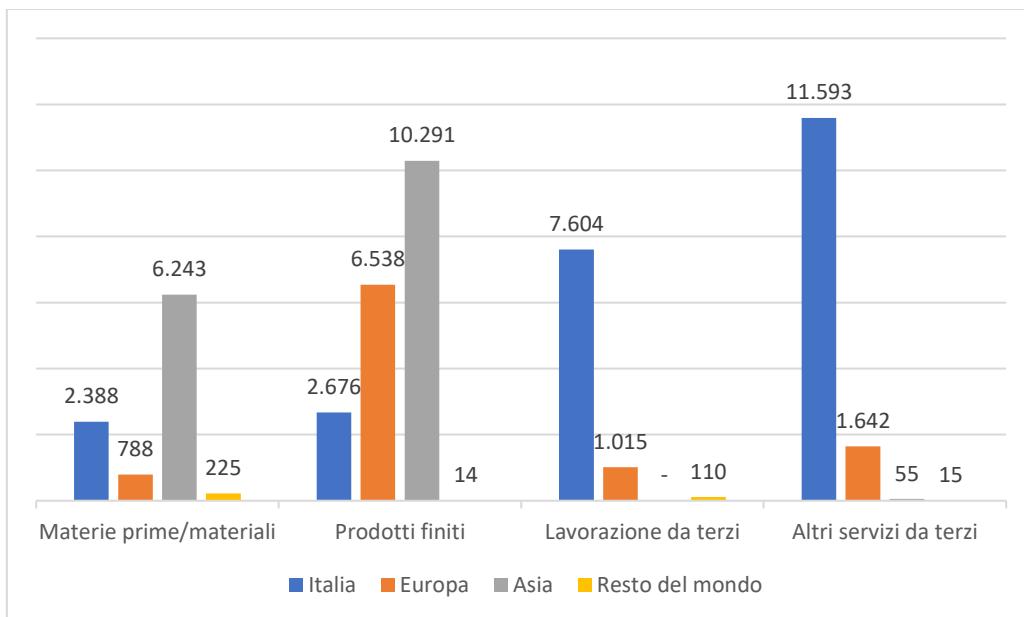


Come per l'anno 2019 anche nel 2020 la tenenza è quella di rivolgersi a fornitori di materie prime/materiali localizzati per la maggior parte in Asia (65 %), come pure i fornitori di prodotti finiti (53%), mentre i fornitori di lavorazioni conto terzi sono localizzati in maniera prevalente in Italia (87%).

Graf.9 - Suddivisione forniture 2019 per area geografica/tipologia (€/000)



Graf.10 - Suddivisione forniture 2020 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*

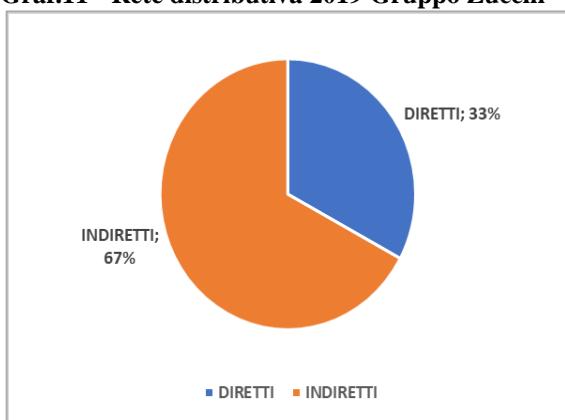
Il modello logistico di Gruppo si è evoluto per garantire un servizio customizzato sulle esigenze del punto vendita/cliente, in grado di garantire un maggior livello di tracciabilità dei prodotti.

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.

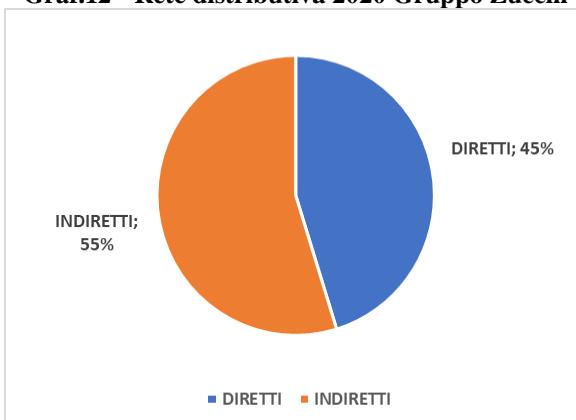
Nell'ambito della gestione dei processi logistici, non sussistono politiche praticate aventi obiettivi diretti di miglioramento dei profili di sostenibilità né allo stato attuale sono previste azioni dirette tese al contenimento degli impatti ambientali.

## Distribuzione

Graf.11 - Rete distributiva 2019 Gruppo Zucchi



Graf.12 - Rete distributiva 2020 Gruppo Zucchi



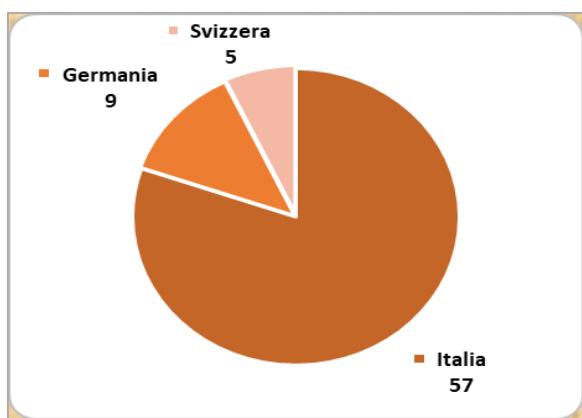
A livello operativo il Gruppo ha strutturato nel tempo la propria rete di vendita in tre tipologie di canali.

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.

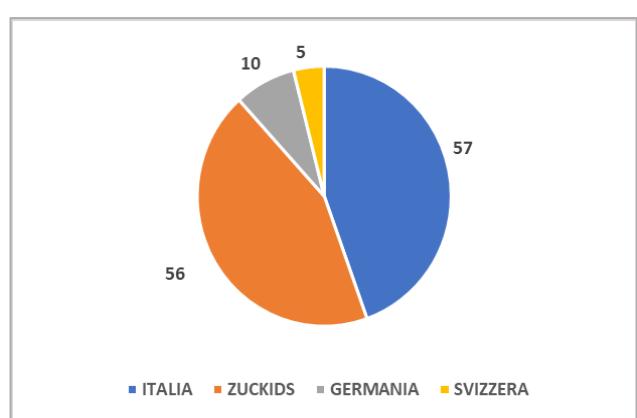
Nel 2020 la rete commerciale conta 283 negozi suddivisi tra:

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

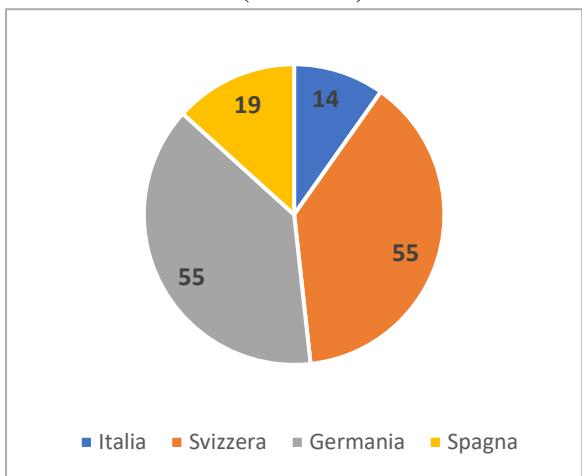
Graf.13 - Punti vendita 2019 canale diretto (DOS)



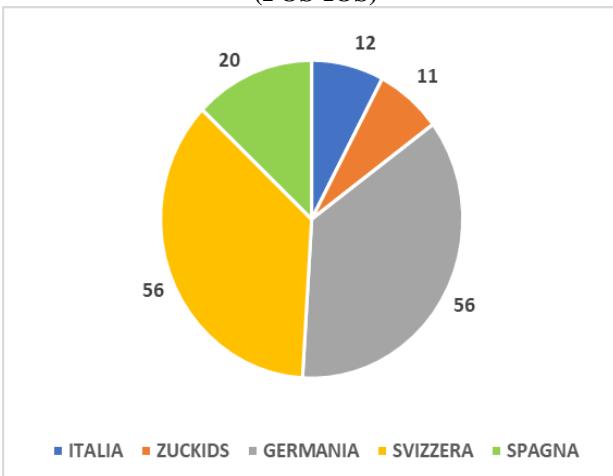
Graf.14 - Punti vendita 2020 canale diretto (DOS)



**Graf.15 - Punti vendita 2019 canale indiretto (FOS-IOS)**



**Graf.16 - Punti vendita 2020 canale indiretto (FOS-IOS)**



## 1.5 Principali linee strategiche perseguiti dal Gruppo

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

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

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

La seconda fase (2017-2020), conclusasi anticipatamente, è invece di “sviluppo” ed è destinata a tradursi nella maggiore complementarità dei marchi (grazie all’eliminazione delle sovrapposizioni sui posizionamenti di prezzo), il tutto in un contesto che intende puntare sulla crescita nei mercati esteri, perseguita mediante

l’instaurazione di adeguati rapporti negoziali con distributori locali, allo stato attuale già individuati o in corso di individuazione.

Con riferimento allo stato di implementazione del piano nel 2020, si evidenzia quanto segue.

L’ottimizzazione della gestione e la riduzione dei costi di struttura perseguiti anche nell’esercizio 2020 confermano che il Gruppo ha contribuito all’uscita anticipata dal piano industriale.

Nonostante gli elementi di incertezza derivanti dal COVID-19, gli amministratori della Capogruppo ritengono che il Gruppo, anche grazie alle azioni poste in essere o in corso di attuazione per contrastare gli effetti dell’epidemia, potrà generare sufficienti flussi di cassa dall’attività caratteristica per realizzare le iniziative volte allo sviluppo economico, patrimoniale e finanziario del Gruppo e per garantire il rispetto delle azioni previste.

Qui di seguito breve informativa in merito alla risoluzione accordo di ristrutturazione:

In data 13 ottobre 2020 è stato messo a disposizione della Capogruppo, da parte dei nuovi finanziatori Dea Capital Alternative Funds SGR S.p.A. e Illimity Bank S.p.A., l’importo complessivo pari a 10,4 milioni di Euro ai sensi del Facility Agreement utilizzati, unitamente a risorse proprie della Società, al rimborso dell’esposizione debitoria di cui all’Accordo di Ristrutturazione, concludendo in anticipo il percorso di risanamento iniziato dalla Società nel dicembre del 2015.

Alla luce delle operazioni intervenute nel mese di ottobre 2020 la remissione del debito è divenuta efficace.

## 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><b>Rischi strategici</b> Sono i rischi che potrebbero minacciare l'attuale posizione competitiva e il conseguimento degli obiettivi strategici dell'Azienda.</p>	<p><b>Brand strategy</b> Rischi connessi alla strategia di riposizionamento dei marchi che potrebbero non sortire gli esiti sperati perché non effettuati con le tempistiche e con le gradualità necessarie a evitare di perdere gli attuali consumatori senza aver acquisito nuovi clienti.</p> <p><b>Distribution channels</b> Rischi derivanti dal mancato raggiungimento degli obiettivi previsti in termini di nuove aperture di punti vendita nonché da un'incontrollata crescita del mercato online, che può presentare dei conflitti con gli altri obiettivi strategici aziendali con possibili effetti negativi anche sul posizionamento dei brand.</p> <p><b>Supply chain</b> La capacità della supply chain di rispettare i tempi previsti nelle consegne dei prodotti finiti nei tempi definiti dal calendario commerciale possono influenzare la propensione al consumo dei consumatori.</p>

## 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><b>Rischi esecutivi</b> Sono i rischi di perdite insiti nell'operatività aziendale derivanti da errori umani, non corretto funzionamento dell'organizzazione, processi interni e utilizzo dei sistemi, comportamenti non leciti connessi a condotte fraudolente, rischi di natura legale, inadeguate condotte con clienti e fornitori che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi strategici.</p>	<p><b>Organizzazione aziendale</b> La resistenza al cambiamento del personale potrebbe limitare o rallentare il processo di business transformation in corso nell'Azienda. La capacità di attrarre e trattenere persone chiave. Il disegno di strutture organizzative non adeguate.</p> <p><b>Rischi connessi al management</b> Il successo del Gruppo dipende in larga parte dall'abilità dei propri amministratori esecutivi di gestire efficacemente il Gruppo ed i singoli settori. La perdita delle prestazioni di un amministratore esecutivo o di altra risorsa chiave senza un'adeguata sostituzione, nonché dell'incapacità di attrarre e trattenere risorse nuove e qualificate, potrebbe avere effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.</p>
---	---

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	<p><b>Prodotto, qualità e innovazione del prodotto</b>  L'incapacità del Gruppo di cogliere i gusti dei consumatori e offrire loro prodotti che ne soddisfino le esigenze in termini di qualità, considerando le caratteristiche dei tessuti e dei materiali utilizzati. 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><b>Time to market</b>  Un time to market troppo lungo potrebbe non consentire di seguire velocemente i trend di mercato con conseguente perdita di opportunità di vendita.</p>
<b>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO</b>	
<p>Il Gruppo nel corso del 2020 ha intrapreso, come per il 2019, iniziative di recruiting rivolte a profili con elevate capacità professionali avvalendosi di società specializzate nella ricerca di profili di alto livello. Già nel corso dello scorso esercizio abbiamo introdotto una politica incentivante mediante l'inserimento di premi (MBO).</p>	
<p>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><b>Rischi finanziari</b>  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.</p> <p>Il futuro andamento del Gruppo dipenderà, tra l'altro, dalla capacità del Gruppo stesso di far fronte ai fabbisogni derivanti dai debiti in scadenza e dagli investimenti previsti attraverso i flussi derivanti dalla gestione operativa, la liquidità attualmente disponibile, il rinnovo o il rifinanziamento dei prestiti bancari e l'eventuale ricorso al mercato dei capitali o altre fonti di finanziamento.</p>
<b>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO</b>	
<p>Il Gruppo ha ridotto le transazioni in dollari prediligendo l'euro come valuta principale.</p> <p>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%.</p> <p>Per eventuali esigenze di liquidità, il Gruppo sta analizzando l'eventuale possibilità di far ricorso al factor.</p>	
<p><b>Rischio connesso alle condizioni risolutive contenute nell'Accordo di Ristrutturazione</b></p>	<p>In data 13 ottobre 2020 è stato messo a disposizione della Capogruppo, da parte dei nuovi finanziatori Dea Capital Alternative Funds SGR S.p.A. e Illimity Bank S.p.A., l'importo complessivo pari a 10,4</p>

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	milioni di Euro ai sensi del Facility Agreement utilizzati, unitamente a risorse proprie della Società, al rimborso dell'esposizione debitoria di cui all'Accordo di Ristrutturazione, concludendo in anticipo il percorso di risanamento iniziato dalla Società nel dicembre del 2015.

## MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO

Il Gruppo è uscito anticipatamente dall'accordo in data 13.10.2020.

<p><b>Rischi legali/di compliance</b> Il rischio di compliance esprime il rischio derivante dalla mancata conformità a leggi, regolamenti e normativa interna. Possono dare origine a effetti negativi connessi a sanzioni, penali, ammende, perdite economiche e, nei casi più gravi, a danni alla reputazione aziendale con conseguenti perdite, richieste di risarcimento, danno di immagine, etc.</p>	<p><b>Procedure aziendali</b> La possibile inadeguatezza delle procedure aziendali volte a garantire il rispetto delle principali normative italiane e straniere, cui è soggetto il Gruppo. Assumono altresì particolare rilievo le problematiche connesse alla normativa in tema di sicurezza, antitrust e privacy.</p> <p><b>Compliance fiscale</b> 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>
---	--

## 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.

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><b>Rischi esterni</b> Tali rischi riguardano gli effetti di eventi esterni in grado di influire negativamente sull'attività del Gruppo.</p>	<p><b>Rischi relativi alle vendite su mercati internazionali e all'esportazione</b> 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</p>
--	--

TIPOLOGIA DI RISCHIO	DETTAGLIO
	<p>stranieri e/o del commercio, nonché politiche di controllo dei tassi di cambio e relative restrizioni al rimpatrio dei capitali.</p> <p><b>Variazioni climatiche</b></p> <p>Le vendite di alcuni prodotti del Gruppo possono risentire di cambiamenti alle condizioni climatiche.</p> <p><b>Rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva</b></p> <p>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>
<b>MODALITA' DI GESTIONE DEL RISCHIO</b>	<p><b>Rischi relativi alle vendite su mercati internazionali e all'esportazione</b></p> <p>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><b>Rischi derivanti dall'esternalizzazione della struttura produttiva</b></p> <p>Il Gruppo intrattiene relazioni consolidate con la maggioranza dei propri <i>façanisti</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

Al fine di meglio inquadrare il contesto operativo in cui si inserisce la presente DNF, si ritiene utile ricordare che il Gruppo fino al 12.10.2020 era impegnato nella fase di sviluppo di cui al piano industriale 2015-2020 previsto nell'accordo di ristrutturazione sottoscritto in data 23 dicembre 2015 conclusosi anticipatamente in data 13.10.2020.

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 relativi periodi di lockdown e CIG hanno 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 2020 differenti rispetto a quelli dell'anno precedente.

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

## 1. Governance e Banche Finanziarie

- **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 Finanziarie:** Le Banche Finanziarie 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.

## 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.

Al fine di migliorare la performance ambientale del Gruppo e tenuto conto di quanto già intrapreso e parzialmente svolto nel corso del 2018-19, si è ritenuto opportuno definire per l’esercizio 2020 le seguenti iniziative prioritarie:

**Tab.2**

Ambito	Indicatore	Iniziative
Energia	Riduzione del consumo di energia mediante iniziative di risparmio e di efficienza energetica.	<p><b>Azioni già intraprese/realizzate</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>
Valutazione ambientale dei fornitori	Valutazione dei fornitori sulla base dei criteri ambientali sia in fase di qualificazione sia nel corso del rapporto commerciale.	<p><b>Azioni da intraprendere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>
Ambiente e sicurezza	Formazione dei dipendenti sugli aspetti dell’ambiente e della sicurezza ed altre iniziative per il mantenimento della compliance alle norme di settore	<p><b>Azioni già intraprese/realizzate</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Approvazione del nuovo Modello 231 in data 23 marzo 2021;</li> <li>Aggiornamento del documento di valutazione dei rischi dello stabilimento di Rescaldina del 12 marzo 2018;</li> </ul> <p><b>Azioni da intraprendere</b></p> <p>Rimozione dell’amianto da alcuni siti aziendali da realizzarsi in un arco temporale pluriennale. Anche nel corso del 2020 la Società non ha preso in considerazione altri preventivi. Si rimanda al paragrafo 6.3.</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><b>Azioni da intraprendere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• La nuova versione “condizioni generali” sulla base del codice etico è in corso di elaborazione.</li> </ul>

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

## CAPITOLO 3. GOVERNANCE E LOTTA ALLA CORRUZIONE

### 3.1 Corporate Governance

Il sistema di Corporate Governance del Gruppo Zucchi<sup>3</sup> rappresenta l’insieme delle norme e dei comportamenti adottati per assicurare il funzionamento efficiente, efficace e trasparente degli organi di governo e dei sistemi di controllo, coerentemente con gli obiettivi di creazione di valore per gli azionisti e a tutela degli interessi di tutti gli stakeholder.

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

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

La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione, composto da 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 2020, 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 <sup>4</sup>	Consigliere	Non esecutivo
Patrizia Polliotto	Consigliere	Non esecutivo

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 2020 il Consiglio si è riunito

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

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

16 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 propulsive e composti da amministratori non esecutivi ed indipendenti. Nel corso del 2020 il Comitato Controllo e Rischi si è riunito sedici volte ed il Comitato per la Remunerazione si è riunito due volte. Il Consiglio ha altresì delegato ad un Amministratore esecutivo la funzione di sovrintendere alle funzionalità del sistema di controllo interno.

Il Collegio Sindacale - composto da tre sindaci effettivi e tre supplenti - vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto e svolge una funzione di controllo sulla gestione come previsto dalle disposizioni di legge. Nel corso dell'esercizio 2020 si è riunito 21 volte.

In data 19 novembre 2019, il Consiglio di Amministrazione della Vincenzo Zucchi S.p.A. ha esternalizzato le attività di Internal Audit al Dott. Christophe Gonnet, professionista esterno al Gruppo. Questa funzione è rimasta tale anche per il 2020, anche se l'obiettivo della società è di internalizzarla. 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 e presente sul sito internet del Gruppo ([www.gruppozucchi.it](http://www.gruppozucchi.it) - sezione Investor Relations/ Corporate Governance).

### **Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 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.

Il 1° marzo 2019, il CDA delle - Vincenzo Zucchi Spa ha aggiornato il “codice etico” adottato dal marzo 2007 - elemento essenziale del Modello, che definisce principi e regole generali di condotta. L'osservanza del Codice Etico, i cui organi di riferimento per l'attuazione sono Organismo di Vigilanza e funzione risorse umane, è vincolante per i dipendenti della società così come per i suoi clienti e i 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 attraverso la pubblicazione nella rete Intranet aziendale e tramite specifici interventi formativi e informativi.

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

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

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

### **Salute e sicurezza sul lavoro**

Il documento di valutazione dei rischi dello Stabilimento di Rescaldina è stato aggiornato nel corso dell'esercizio 2018. Il documento di valutazione dei rischi, con riferimento alle sedi ed ai punti vendita, è revisionato in caso di cambiamento dell'attività o di introduzione di nuove migliorie.

### **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 all'intera struttura impiegatizia e direttiva della Capogruppo.

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 2020 nessun episodio di corruzione è avvenuto nelle società del Gruppo, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione contro società del Gruppo.

## CAPITOLO 4. DIPENDENTI E LAVORO

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

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

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

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 2020 il Gruppo Zucchi conta un organico di 511 dipendenti, di cui il 73,97% è formato da donne e il 97,06 ha un contratto di lavoro a tempo indeterminato.

In Italia Vincenzo Zucchi S.p.A. impiega 430 dipendenti (l'84,15% della forza lavoro diretta del Gruppo), i dipendenti negli altri paesi europei ammontano a 81 (19 unità in Svizzera e 62 in Germania) costituendo il 15,86% dell'organico complessivo del Gruppo; non ci sono dipendenti in Paesi Extra Europa.

Si evidenzia che, 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 si aggiungono dal 1° dicembre 2020 147 dipendenti (100% donne e 96% a tempo indeterminato e 100% impiegati) in Italia e 28 dipendenti in Francia (di cui 1 uomo e 92,8% a tempo indeterminato).

A seguito di tale acquisizione l'organico del gruppo totale al 31 dicembre 2020 è da considerarsi in crescita rispetto all'anno precedente.

Di seguito il confronto dei dati rispetto agli anni precedenti senza considerare il personale Zuckids.

**Tab.4 Evoluzione organico Gruppo Zucchi**

	2019	2020
addetti	525	511

**Tab.5 Dipendenti 2020 per area geografica**

	% addetti 2019	n. addetti 2019	% addetti 2020	n. addetti 2020
Italia	85,1 %	447	84,15	430
Svizzera	4,0 %	21	3,72	19
Germania	10,9 %	57	12,13	62

**Tab.6 Evoluzione organico per tipologia contrattuale**

	2019	2020
Tempo determinato	2,7 %	2,94 %
Tempo indeterminato	97,3 %	97,06 %

**Tab.6.1 Evoluzione organico per tipologia contrattuale**

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero totale di contratti a tempo indeterminato	136	375	511	129	367	496
Numero totale di contratti a tempo determinato o temporanei	1	13	14	4	11	15

–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 2019, per la valorizzazione di una parte variabile della retribuzione ha subito un rallentamento nel corso del 2020 dovuto all’emergenza sanitaria da Covid-19.

## 4.2 Formazione e sviluppo

Nel corso del 2020 l'emergenza sanitaria legata alla pandemia da Covid- 19 ha fortemente compromesso la realizzazione delle attività formative anche quelle obbligatorie in materia di salute e sicurezza. La formazione effettuata è stata dedicata soprattutto al personale dei punti vendita ed è stata condotta: *a distanza* e in modalità *training on the job*. Le attività *on the job* hanno visto impegnato tutto il personale di vendita mentre le sessioni *a distanza* hanno coinvolto in prevalenza gli Area Manager e un gruppo di venditori selezionati con l'obiettivo di potenziarne le abilità di comunicazione e di formazione sul campo. L'obiettivo di questo team selezionato (“Animatori delle vendite”) è stato quello di dare un fattivo contributo agli area manager affinché tutte le squadre applicassero con costanza e metodo, il modello aziendale di servizio al cliente necessario per il raggiungimento degli obiettivi commerciali.

Il personale di sede ha frequentato i seminari interni volti a sensibilizzare e accrescere la conoscenza sui temi Digital ed E-commerce.

La formazione sopra descritta è stata realizzata avvalendoci di docenza interna anche allo scopo di valorizzarne e condividerne lo specifico know-how. Le iniziative formative realizzate nel corso del 2020 sono state pari ad un monte ore di 359; nella tabella sottostante sono riportate le tematiche affrontate. Nel 2020 l'investimento complessivo è stato pari a 10.892,00 euro

**Tab.7 Ore formazione 2020 per tipologia corsi**

Arearie tematiche	Ore 2019	Ore 2020
Sicurezza	68	20
Vendite	129	235
ICT- Sistemi Informativi	0	0
Legale/Compliance	3	0
Formazione tecnica (Supply Chain/Logistica)	0	32
Formazione linguistica	160	0
Formazione manageriale	0	0
Altro	8	72
<b>Totale</b>	<b>392</b>	<b>359</b>

**Tab.8 Ore formazione 2020 per genere**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Uomini	926	398
Donne	526	1312
<b>Totale</b>	<b>1452</b>	<b>1710</b>

**Tab.9 Ore formazione 2020 per qualifica**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Dirigenti	120	8
Quadri	138	11
Impiegati	1090	1563
Operai	104	128
<b>Totale</b>	<b>1452</b>	<b>1710</b>

**Tab.10 Ore medie di formazione per dipendente per anno**

	<b>2019</b>			<b>2020</b>		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale numero di ore di formazione erogate ai dipendenti						
Dirigenti	105	0	105	8	0	8
Quadri	114	18	132	7	4	11
Impiegati	516	480	996	275	1288	1563
Operai	96	8	104	108	20	128
Totale di dipendenti per categoria di lavoro						
Dirigenti	6	2	8	7	2	9
Quadri	7	8	15	7	6	13
Impiegati	63	224	287	67	226	293
Operai	54	83	137	44	71	115
Ore medie di formazione per dipendente						
Dirigenti	17,5	0	13,1	1,1	-	1,1
Quadri	16,3	2,3	8,8	1,0	0,7	1,7
Impiegati	8,2	2,1	3,5	4,1	5,7	9,8
Operai	1,8	0,1	0,8	2,5	0,3	2,7

#### 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;
- 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
- Nel periodo di pieno Look-down si è ricorso prevalentemente alla cassa integrazione garantendo solo i servizi essenziali in telelavoro come da dettaglio sotto riportato. A partire dal mese di maggio è stato attuato un piano di rientro graduale al lavoro in presenza nel pieno rispetto di tutte le disposizioni indicate nei DPCM 2020.

- Le ore in telelavoro sono state in totale 5630 distribuite su 982 giornate. Le aree prevalentemente coinvolte sono state Staff e Servizi per un totale di 2933.5 ore, Marketing 1115 ore, Direzione commerciale 651 ore, Direzione di produzione e Supply Chain per un totale di 930.5 ore

Nel corso dell'esercizio 2020 sono state erogate 20 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 2020 non si sono verificati infortuni mortali e, in generale, il numero (basso) degli eventi è stato ancora più contenuto rispetto all'anno precedente.

Nel 2020 un numero di 3 infortuni ha riguardato il personale femminile e di 2 il personale maschile.

**Tab. 10 Indici infortunistici triennio 2018-2020**

	2018	2019	2020
Infortuni totali	10	10	5
Indice di frequenza	16,8	17,0	13,88
Indice di gravità	0,60	0,56	1,01
Giorni di assenza per infortuni	360	328	365
Malattie professionali	0	0	0
Incidenti mortali	0	0	0

**Tb.11 Tipologia infortuni, indici infortunistici, assenteismo**

Tipologia infortuni		2019	2020
Infortuni sul lavoro	n.	10	5
di cui:			
Infortuni durante l'orario di lavoro	n.	7	3
percentuale sul totale	%	70%	60%
Infortuni in itinere	n.	3	2
percentuale sul totale	%	30%	40%
<b>Giorni di lavoro persi, giorni di assenza e ore lavorate</b>			
Giornate di lavoro perse per infortuni	gg	328	365
Giorni di assenza nel periodo di rendicontazione	gg	5299	6602
Ore di lavoro effettivamente lavorate	ore	588.443	360236
Giorni di lavoro lavorabili	gg	137059	137627
<b>Indici infortunistici</b>			
Tasso di infortuni (frequenza)		16,99	13,88
Tasso di gravità		0,56	1,01
<b>Tasso di assenteismo</b>		3,87	4,80

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

Il Gruppo Zucchi, nell'ambito dei processi di consultazione previsti dalla contrattazione collettiva nazionale e aziendale e in occasione dei più importanti cambiamenti inerenti l'organizzazione fornisce informazioni alle rappresentanze interne ed agli interessati nel rispetto dei tempi previsti dalle normative applicabili alle singole fattispecie (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 2020 in materia di relazioni industriali

A conclusione del percorso volto alla gestione degli esuberi favorendo esodi volontari e condiviso tra le Parti il 4 dicembre 2019, il 31 gennaio 2020 hanno cessato la propria attività n. 15 addetti dell’unità di Rescaldina e n. 8 addetti dell’unità di Cuggiono. Si segnala che nel corso del 2020 è cessata l’attività dei Punti Vendita in RESCALDINA presso il centro commerciale Auchan (Rescaldina) con n. 4 addetti a Tempo Indeterminato che sono stati posti in CIG.

A seguito dell’emergenza sanitaria Covid-19 del 2020 è stato necessario ricorrere alla cassa integrazione ordinaria Covid per un totale ore di 91872,52 a copertura della sospensione/riduzione delle attività, principalmente nei punti vendita, per far fronte ai decreti governativi ed alle ordinanze regionali che hanno previsto la chiusura o riduzione delle attività con conseguenze anche sul volume complessivo delle attività di sede. Del totale sopra riportato 49.234,8 hanno coinvolto il personale di vendita su tutto il territorio italiano, le restanti 42637,72 hanno coinvolto il personale di sede e stabilimento.

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

#### 4.5 Diversità e Pari opportunità

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

Il Gruppo contrasta ogni forma di discriminazione o di limitazione delle occasioni di crescita professionale o umana, favorendo la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo dove tutti possano esprimere al meglio le proprie potenzialità 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 2020 al 74,4 % dell’organico del Gruppo, in linea con l’anno precedente.

**Tab. 11 Organico per genere triennio 2018-2020**

	2018	2019	2020
n. addetti Femmine	390	388	378
% su totale	73,4	73,9	73,97
n. addetti Maschi	141	137	133
% su totale	26,6	26,1	26,03

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 2018-2020**

	2018	2019	2020
n. addetti fino a 30 anni	16	18	17
% su totale	3,0	3,4	3,3
n. addetti tra 31 e 50	222	220	176
% su totale	41,8	41,9	34,7
n. addetti oltre 50 anni	293	287	318
% su totale	55,2	54,7	62,0

**Tab.13 Suddivisione del personale per qualifica**

	Sesso	2019	2020	Variazione %
Dirigenti	M	7	8	14%
	F	2	2	0%
Impiegati	M	76	78	3%
	F	303	308	2%
Operai	M	54	44	-19%
	F	83	71	-14%
<b>Totale</b>		<b>525</b>	<b>511</b>	<b>3 %</b>

**Tab.14 Composizione del Consiglio di Amministrazione di V. Zucchi S.p.A. per genere e fasce d’età**

	2018	2019	2020
Donne	40%	40%	40%
Uomini	60%	60%	60%
Età 30 - 50 anni	60%	40%	40%
Oltre 50 anni	40%	60%	60%

Si riporta di seguito l’indicatore del rapporto tra la retribuzione media annua linda 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 2020 la forbice retributiva maschi/femmine risulta costante rispetto all’anno precedente.

**Tab. 15 Rapporto retribuzioni personale femminile/maschile**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Dirigenti	0,98	0,99
Imp. uffici	0,85	0,89
Imp. negozi	0,88	0,88
Operai	0,98	0,98
Quadri	1,08	1,09
<b>Totale</b>	<b>0,97</b>	<b>0,99</b>

Per effetto della procedura di riduzione collettiva del personale attivata in data 4 dicembre 2019 la Vincenzo Zucchi SpA è stata in “sospensione” degli obblighi di assunzione di personale appartenente alle categorie protette fino al 31.08.2020. Alla data del 31 dicembre 2020 risultano complessivamente in forza alla Società n. 11 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 2020 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 2020.

## 5.2 Pratiche di approvvigionamento sostenibili

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

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

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

- rispetta le procedure interne<sup>5</sup> per la selezione e la gestione dei fornitori senza precludere ad alcun soggetto in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere;
- adotta nella selezione criteri di valutazione oggettivi secondo modalità dichiarate e trasparenti;
- valuta periodicamente fornitori in grado di assicurare costantemente il soddisfacimento dei requisiti e delle esigenze dei clienti/consumatori;
- comunica e condivide i valori ed i principi etici anche mediante richiami specifici nei documenti contrattuali.

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

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.

---

<sup>5</sup> Zucchi Group Sourcing Development Manual, Procedura Documenti Fornitori, Supplier Evaluation Form (Quality Systems)

### 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.).

Nell'ultimo quinquennio (2016-2017-2018-2019-2020) essendo il gruppo stato 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 ambientali 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 unicamente a 9 punti vendita (8 punti vendita rendicontati nel 2019).

## 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 CO<sub>2</sub>.

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

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

I consumi di energia elettrica – che comprendono i siti di produzione di Cuggiono, Rescaldina e Casorezzo e i punti vendita diretti italiani nel 2020 sono pari a complessivi 3.345.103 kWh.

Si evidenzia che tutta l'energia acquistata e consumata nel 2020 proviene per l'11 % da fonti rinnovabili e il 89 % da fonti non rinnovabili.

**Tab.16 Consumi elettricità 2019**

Consumi elettricità	Unità di misura	2019	Numero medio dipendenti	Consumo medio per dipendente
Siti produttivi/Uffici	kWh	2.080.087	261	7.970
Punti vendita diretti	kWh	1.528.006	191	8.000
<b>Totale elettricità</b>	kWh	<b>3.608.093</b>	<b>452</b>	<b>7.983</b>

**Tab.17 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
<b>Totale elettricità</b>	kWh	<b>3.345.103</b>	<b>425</b>	<b>7.871</b>

La variazione del consumo medio per dipendente (-1,4%) non è un indice di efficienza energetica, ma è piuttosto legato ai 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 i siti di produzione di Cuggiono e Rescaldina e i punti vendita diretti situati nelle città di Torino, Galliate, Cuveglio, Rescaldina, Castelguelfo, Notaresco,

Boretto, Cantello e Delebio presso i quali sono state fatte le rilevazioni del caso. Pertanto, rimane esclusa la rendicontazione dei rimanenti punti vendita della Capogruppo Vincenzo Zucchi; l'ampliamento della rendicontazione è fra gli obiettivi di miglioramento citati nel paragrafo 2.3.

**Tab.18 Consumi gas naturale 2019**

<b>Consumi gas naturale</b>	<b>Unità di misura</b>	<b>2019</b>	<b>Numero medio dipendenti</b>	<b>Consumo medio per dipendente</b>
Siti produttivi/Uffici	Smc	404.605	261	1.550
Punti vendita diretti <sup>4</sup>	Smc	35.689	42	850
<b>Totale gas naturale</b>	<b>Smc</b>	<b>440.294</b>	<b>303</b>	<b>1.453</b>

**Tab.19 Consumi gas naturale 2020**

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

**Tab.20 Consumi gasolio 2019**

<b>Consumi gasolio</b>	<b>Unità di misura</b>	<b>2019</b>	<b>Numero medio dipendenti</b>	<b>Consumo medio per dipendente</b>
Consumo carburante per attività di logistica e spostamento personale commerciale e addetto industriale	Lt.	74.314	452	164
<b>Consumo gasolio</b>	<b>Lt.</b>	<b>74.314</b>	<b>452</b>	<b>164</b>

**Tab.21 Consumi gasolio 2020**

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

**Tab.22 Consumi energetici totali 2019 e 2020**

Consumi energetici totali	Unità di misura <sup>6</sup>	2019	2020
Elettricità	GJ	12.989	12.042
Gas naturale <sup>7</sup>	GJ	17.348	17.442
Gasolio	GJ	2.675	2.025
<b>Totale consumi energetici</b>	<b>GJ</b>	<b>33.012</b>	<b>31.509</b>

I dati di cui sopra derivano da una misurazione puntuale attraverso le evidenze della fatturazione.

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 CO<sub>2</sub><sup>8</sup> prodotte.

Per il 2020 sono state misurate le emissioni riconducibili all'utilizzo di combustibili fossili per l'utilizzo energia elettrica, il riscaldamento e per i mezzi aziendali (Scope I-II).

Di seguito sono riportate le emissioni dirette e indirette di CO<sub>2</sub> prodotte dalla Vincenzo Zucchi S.p.A. nel 2019 e nel 2020.

---

<sup>6</sup> In base alle indicazioni delle Linee Guida GRI è stato riportato il consumo totale di energia in joule o suoi multipli nelle equivalenze 1 kWh = 0,0036 Gigajoule (GJ); 1 standard metro cubo = 0,0394 Gigajoule (GJ), 1 litro= 0,036 Gigajoule (GJ) (Fonte: UK Government GHG conversion factors for company reporting, 2016).

<sup>7</sup> Include unicamente i siti produttivi di Cuggiono e Rescaldina e i punti vendita diretti di Torino, Galliate, Cuveglio, Rescaldina Castelguelfo, Notaresco, Boretto, Cantello e Delebio

<sup>8</sup> 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: 1,975kgCO<sub>2</sub>/smc; 3,155tCO<sub>2</sub>/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 gCO<sub>2</sub>/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.)

**Tab.23 Emissioni Scope I-II 2019 e 2020**

Emissioni Scope I-II	Unità di misura	2019	2020
Consumi di energia elettrica siti produttivi/uffici	t CO2	102	474
Consumi di energia elettrica punti vendita diretti	t CO2	75	374
Consumi di gas naturale siti produttivi/uffici	t CO2	799	763
Consumi di gas naturale punti vendita diretti	t CO2	70	111
Consumi di carburante per auto/mezzi aziendali (n. 16 mezzi: 1 camion, 3 furgoni, 11 vetture)	t CO2	196	149
<b>Totale</b>	<b>t CO2</b>	<b>1.243</b>	<b>1.871</b>

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 unicamente da fonti rinnovabili pari 83%.

Diversamente, per l'anno 2020, il mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica venduta dal fornitore risulta composto per l'11% da fonti rinnovabili. Di conseguenza, anche per l'anno 2020 sono state quantificate maggiori 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 2020 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	2018 Kg	2019 kg	2020 kg	operazioni di recupero
imballaggi in carta e cartone	15.01.01	14.560	8.340	8.500	R13
imballaggi in plastica	15.01.02	1.760	-	900	R13
imballaggi in materiali misti	15.01.06	28.090	18.070	18.790	R13
<b>Totale</b>		<b>44.410</b>	<b>26.410</b>	<b>28.190</b>	

I rifiuti di Cuggiono sono diminuiti tra il 2019 e il 2020 perché è stato ridotto il tempo effettivo di produzione e quindi anche di produzioni di rifiuti.

**Tab.25 Rifiuti sede Rescaldina (MI)**

Rescaldina	CER	2018 kg	2019 kg	2020 kg	operazioni di recupero
toner per stampa esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 08 03 17	08.03.18	18	65	162	R13
imballaggi in carta e cartone	15.01.01	122.160	128.860	159.140	R13
imballaggi in legno	15.01.03	34.520	12.440	67.300	R13
imballaggi in materiali misti	15.01.06	27.390	25.160	39.680	R13
ferro e acciaio	17.04.05	50	40	14.480	R13
Rifiuti ingombranti	20.03.07	3.120	3.500	8.600	R13
Rifiuti da fibre tessili lavorate	04.02.22			6.470	R13
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 160215	16.02.16			18	R13
<b>Totale</b>		<b>187.258</b>	<b>170.065</b>	<b>295.850</b>	

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		2019		2020	
CUGGIONO	unità di misura	pericolosi	non pericolosi	pericolosi	non pericolosi
rifiuti totali	ton	0	26,41	0	28,19
- di cui inviati a recupero	ton	0	26,41	0	28,19
- di cui inviati in discarica	ton	0	0	0	0

**Tab.27 Classificazione rifiuti Rescaldina**

Rifiuti correlati al processo di produzione		2019		2020	
RESCALDINA	unità di misura	pericolosi	non pericolosi	pericolosi	non pericolosi
rifiuti totali	ton	0	170,1	0	295,85
- di cui inviati a recupero	ton	0	170,1	0	295,85
- 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 completi e verificati. Il Gruppo rinnova l'impegno ad avviare un graduale processo di raccolta e monitoraggio dei dati anche relativamente ai negozi; iniziativa non realizzata nell'arco del 2020 a seguito della mancata individuazione del responsabile preposto al monitoraggio e al controllo delle attività previste nella DNF.

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**

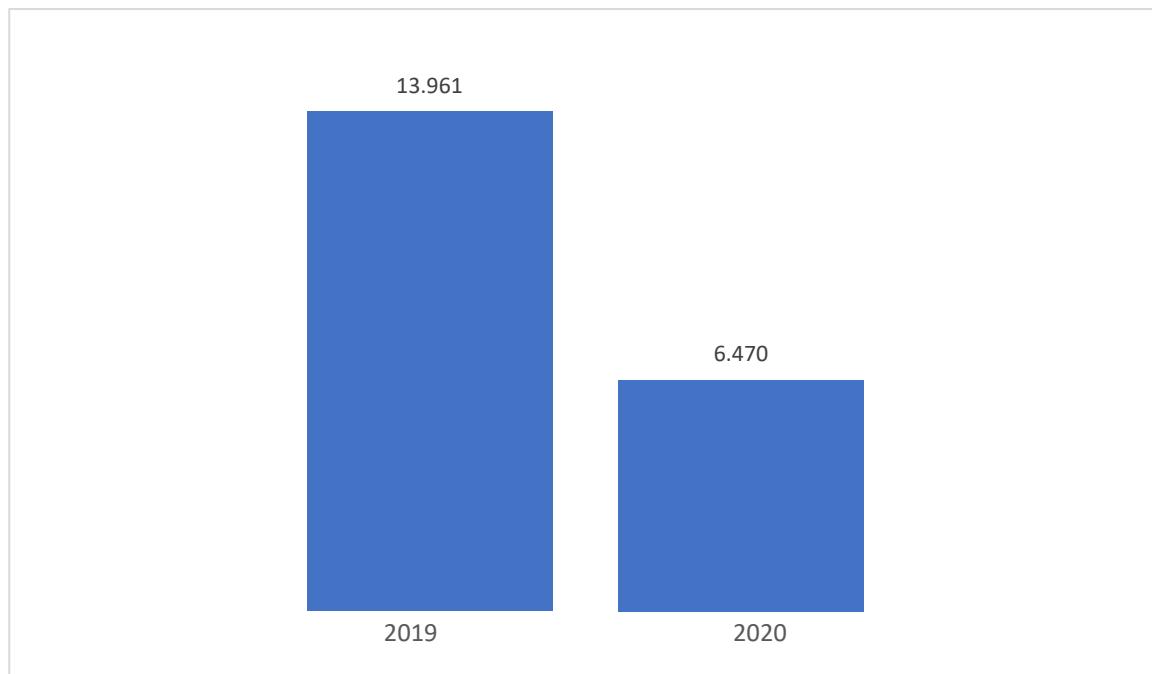
L'attuale struttura aziendale non contempla processi produttivi che determinano rifiuti inquinanti o pericolosi.

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 2020 il progetto ha consentito di destinare al riciclo circa 8 tonnellate di scarti, con una diminuzione del 42,8% 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.

### Sito di Gagliate:

- coperture in cemento amianto superficie di 600 mq.

Per tutti i siti è stato messo a punto il censimento e periodicamente vengono eseguiti i controlli del livello delle fibre aerodisperse; in particolare per quanto riguarda il reparto ricevimento di Rescaldina, che presenta anche alcuni particolari con amianto di matrice friabile, è stato fatto anche nel corso del 2020 un monitoraggio trimestrale dal quale non è stata riscontrata una variazione importante rispetto al 2019.

Nei primi mesi del 2019 la Vincenzo Zucchi S.p.A. ha ottenuto l'aggiornamento di 2 preventivi già ricevuti nel 2017 per la definizione delle attività e dei relativi costi e ha richiesto un altro preventivo ad un'azienda specializzata e autorizzata alla rimozione dell'amianto e al suo smaltimento. Nel corso del 2020 non sono stati presi in esami ulteriori preventivi.

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.

Dai rilievi effettuati nel corso dell'anno 2020, dalla ditta incaricata TECOMILANO, è stato certificato che il personale dello stabilimento non è esposto ad un rischio maggiore rispetto a quello normalmente presente in qualsiasi area urbana o industriale, pertanto abbiamo deciso di posticipare il nostro intervento.

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.

## 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 2020, 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 quinquennio 2016-2020 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 REACH<sup>9</sup> (tra cui l'uso di coloranti azoici, rilascio di nichel, etc.) così come i requisiti della legislazione americana riguardanti il contenuto di piombo negli articoli per bambini.

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

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

---

<sup>9</sup> Regolamento (CE) n. 1907/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche ("regolamento REACH")

### 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 2019 e 2020 l'azienda ha implementato le azioni di adeguamento, attraverso la messa a regime del sistema informatico e ha provveduto a dare idonea informazione ai dipendenti in materia di protezione dei dati personali.

Nel corso del 2020 non si sono verificati casi di reclami relativi a violazioni della privacy e perdita dei dati dei consumatori.

## 7.2 Relazioni con la comunità

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

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

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

### La Zucchi Collection of Antique Handblocks

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

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

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

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

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



## 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
<b>INFORMATIVA GENERALE</b>			
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	<b>6</b>	
GRI 102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	<b>11-18</b>	
GRI 102-3	Luogo della sede principale	<b>66</b>	
GRI 102-4	Luogo delle attività	<b>7</b>	
GRI 102-6	Mercati serviti	<b>7</b>	
GRI 102-7-a-i-ii	Dimensione dell'organizzazione	<b>7,12</b>	
GRI 102-8-a	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	<b>35-36</b>	
GRI 102-9	Catena di fornitura	<b>46-47</b>	
GRI 102-11	Principio di precauzione	<b>20-23</b>	
GRI 102-13	Adesione ad associazioni	<b>41</b>	
GRI 102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	<b>20-23</b>	
GRI 102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	<b>32-34</b>	
GRI 102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	<b>33-34</b>	
GRI 102-18	Struttura della governance	<b>31-32</b>	
GRI 102-22-a-i-ii-iii	Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	<b>31-32</b>	
GRI 102-23	Presidente del massimo organo di governo	<b>31</b>	
GRI 102-24	Nomina e selezione del massimo organo di governo	<b>32</b>	
GRI 102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	<b>28</b>	
GRI 102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	<b>3</b>	

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	62-66	
GRI 102-56	Assurance esterna	5	

### STANDARD SPECIFICI

#### GRI 200 – STANDARD ECONOMICI

##### Performance economiche

GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	9
<b>Anticorruzione</b>		
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	33-34
GRI 205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	34
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	34

#### GRI 300 – STANDARD AMBIENTALI

##### Energia

GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	48
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	48
GRI 302-1-c (i,ii)	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	49
GRI 302-3	Intensità energetica	49

##### Emissioni

GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	52
GRI 305-1-a	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	52
GRI 305-2-a-e	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	52

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
<b>Scarichi idrici e rifiuti</b>			
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>53-54</b>	
<b>Valutazione ambientale dei fornitori</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>23-25, 46-47</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>46-47</b>	
<b>GRI 400 – STANDARD SOCIALI</b>			
<b>Relazioni fra lavoratori e management</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>35,41-42</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>35, 41-42</b>	
GRI 402-1-b	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	<b>41</b>	
<b>Salute e Sicurezza sul lavoro</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>39-40</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>39-40</b>	
GRI 403-2-a	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	<b>33</b>	
<b>Formazione ed istruzione</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>37</b>	
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	<b>38</b>	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>42</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>42</b>	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	<b>43</b>	
GRI 405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	<b>44</b>	
<b>Non discriminazione</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>45-47</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>45-47</b>	
GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	<b>46</b>	
<b>Libertà di associazione e contrattazione collettiva</b>			

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>45-47</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>45-47</b>	
GRI 407-1	Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	<b>45-47</b>	
<b>Lavoro minorile</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>45-47</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>45-47</b>	
GRI 408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	<b>45-47</b>	
<b>Lavoro forzato o obbligatorio</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>45-47</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>45-47</b>	
GRI 409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	<b>45-47</b>	
<b>Valutazione del rispetto dei diritti umani</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>45-47</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>45-47</b>	
<b>Comunità locali</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>60</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>60</b>	
<b>Valutazione sociale dei fornitori</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>23-25, 45-46</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>47</b>	
GRI 414-2-c	Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	<b>24-25</b>	
<b>Salute e sicurezza dei clienti</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>58-59</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>58-59</b>	
GRI 416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	<b>58</b>	
<b>Marketing ed etichettatura</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>58</b>	

GRI Standard	Informativa	Pag.	Omissione
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>58</b>	
GRI 417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	<b>58</b>	
GRI 417-2-b	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	<b>58</b>	
<b>Privacy dei clienti</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	<b>59</b>	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	<b>59</b>	
GRI 418-1-c	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	<b>59</b>	

## 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, 23 marzo 2021

## **CAPITOLO 9. RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE**