



Bilancio di Sostenibilità

2016

OVS | **#wecare**

INTRODUZIONE	5
Intervista a Stefano Beraldo – CEO OVS Spa.....	5
NOTA METODOLOGICA	8
#WECARE MANIFESTO.....	9
IL 2016 IN BREVE.....	9
COLPO D'OCCHIO SU OVS SPA	10
Breve storia di un gruppo di successo	10
La struttura del gruppo	11
I nostri marchi.....	12
Mission e Valori.....	13
DISEGNIAMO UNA MODA SOSTENIBILE.....	15
Strategia di sostenibilità.....	15
Programma #WeCare.....	16
I nostri stakeholder	19
Analisi di Materialità	23
PRODOTTI DI VALORE.....	25
Key Facts.....	25
Obiettivi	25
Design sostenibile.....	26
Materiali.....	26
Cotone sostenibile	27
Qualità e sicurezza.....	28
Rispetto per gli animali	29
Approccio circolare.....	30
PRODUZIONE RESPONSABILE.....	32
Key Facts.....	32
Obiettivi	32
Fornitori.....	33
Gestione Supply Chain.....	33
PERSONE E CULTURA.....	36

Key Facts.....	36
Obiettivi	36
Le nostre persone	37
Iniziative #WeCare.....	42
STAKEHOLDER.....	44
Key Facts.....	44
Obiettivi	44
Creazione di valore.....	45
Comunità.....	46
Comunicazione.....	49
NEGOZI SOSTENIBILI	50
Key Facts.....	50
Obiettivi	50
Standard Profile	51
Il progetto Relamping.....	52
Certificazione Breeam	52
RISORSE NATURALI.....	53
Key Facts.....	53
Obiettivi	53
Energia	54
Emissioni	55
Acqua.....	56
Rifiuti.....	57
GOVERNANCE E CREAZIONE DI VALORE.....	59
Key Facts.....	59
Obiettivi	59
Governance Aziendale.....	60
Governance della sostenibilità.....	61
L'integrità del business.....	62
Valutazione del rischio	63
TABELLA DEGLI STANDARD GRI.....	64

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE69

Introduzione

Intervista a Stefano Beraldo – CEO OVS Spa

Cosa rappresenta per Lei la sostenibilità e quanto è importante per OVS Spa?

La sostenibilità è una caratteristica irrinunciabile per un'azienda, perché è strettamente collegata alla capacità di prosperare nel tempo. Credo che una strategia di sostenibilità sia una priorità assoluta per OVS Spa e sicuramente lo è per me, come CEO. In passato per molte aziende la sostenibilità era intesa principalmente come l'attenzione alla stabilità economico-finanziaria e alla conformità a Leggi e Regolamenti. Da alcuni anni le aziende più evolute, come OVS Spa, hanno compreso che la loro sostenibilità coincide con la capacità di creare sistematicamente valore per tutti gli stakeholder, generando allo stesso tempo valore economico e un impatto positivo sulle persone e sulla natura. Questa necessità diventerà sempre più forte negli anni a venire, a causa dell'accelerazione esponenziale di trend ambientali, sociali, tecnologici e culturali che richiedono un ruolo più attivo delle aziende nel contribuire a risolvere alcune delle grandi sfide del nostro tempo.

Quanto sostenibile è OVS Spa?

Gli impatti ambientali e sociali sono sempre stati oggetto di grande attenzione per OVS Spa, perché agire guidati dai più alti standard di rispetto per le persone e per l'ambiente è da sempre nel nostro DNA. Negli ultimi anni la spinta innovativa in questa direzione è andata sempre più aumentando, assieme alla consapevolezza e alla competenza, tanto del top management quanto di tutto il personale dell'azienda, che è stato completamente coinvolto in un articolato programma di training. Abbiamo strutturato un programma di innovazione guidata da principi di sostenibilità, che tocca tutte le dimensioni: dalla cultura aziendale al design e al prodotto, dai materiali alla supply chain, dalla logistica ai punti vendita che, in alcuni casi, rappresentano degli esempi a livello internazionale di progettazione nel rispetto dei più alti standard di sostenibilità. Per noi l'anno dell'accelerazione è stato il 2015, quando siamo stati l'unico retailer italiano presente ad EXPO 2015, con un padiglione Store, in cui venivano venduti capi di abbigliamento sostenibili. Il padiglione è stato poi smontato per essere ricostruito nella sede di Venezia come asilo aziendale. Attualmente i temi di sostenibilità toccano tutte le funzioni, coordinate tra loro nel programma OVS Spa #WeCare, sotto la guida del Sustainability Director. Decine di azioni sono tra loro interconnesse in una strategia in cui sono definite chiare priorità operative, in linea con gli obiettivi del piano industriale. Sulla misura quantitativa della nostra sostenibilità, abbiamo individuato una serie di indicatori che teniamo costantemente monitorati per verificare tempestivamente criticità e miglioramenti.

Come è possibile coniugare sostenibilità e acquisti in paesi come Bangladesh o Myanmar?

OVS Spa produce in paesi che, grazie allo sviluppo portato dalla crescita di settori industriali come il tessile, hanno potuto uscire rapidamente da una condizione di povertà. Questo progresso non sarebbe altrimenti stato possibile o avrebbe richiesto tempi lunghissimi. Ad esempio, in Bangladesh le opportunità di lavoro offerte da OVS Spa hanno contribuito alla qualità della vita di migliaia di persone e dei loro nuclei familiari, con un rapidissimo miglioramento dell'alfabetizzazione e del ruolo delle donne nella società. OVS Spa opera ovunque nel rispetto dei più alti standard su diritti umani e condizioni di lavoro delle persone che producono i propri capi. Collaborando con i nostri fornitori all'introduzione di pratiche e tecnologie migliori, sia dal punto di vista della qualità del prodotto che degli impatti ambientali, contribuiamo a produrre un impatto positivo nei distretti industriali dei paesi dove operiamo, accelerando un miglioramento diffuso.

Quali sono le sfide principali per il fast fashion in materia di sostenibilità e come le vuole affrontare OVS Spa?

OVS Spa rende disponibili vestiti di qualità e design italiano a costi accessibili per milioni di persone. Operando su grandi volumi, le nostre attività hanno molteplici impatti, di cui siamo consapevoli e che monitoriamo costantemente. Per questo siamo attivi su vari fronti: dall'attenzione alle pari opportunità tra uomini e donne, ovunque operiamo, alla ricerca sistematica dell'efficienza in tutti i nostri processi produttivi e in tutte le nostre operazioni, alla sperimentazione su come 'chiudere i cicli' per arrivare ad operare con zero sprechi e zero emissioni. La frontiera per il futuro consiste nell'arrivare a produrre tutti i nostri manufatti

partendo da materiali naturali, coltivati in maniera etica e senza l'utilizzo di sostanze chimiche che si accumulano in natura, oppure partendo da materiali a ciclo chiuso (si pensi alle fibre sintetiche riciclate). Ovviamente stiamo anche procedendo sul fronte dell'efficienza energetica adottando in misura sempre maggiore energie rinnovabili per alimentare le nostre attività, avendo chiara la sfida/opportunità della decarbonizzazione della nostra società, enfatizzata dagli accordi della COP22. Il nostro programma #WeCare introduce materiali sempre più naturali, elimina ogni rischio di tossicità dai nostri prodotti e processi produttivi e coinvolge tutti i fornitori in un percorso di evoluzione che intendiamo spingere con forza crescente. Inoltre, essendo leader di mercato in Italia, con milioni di consumatori e un'offerta in gran parte dedicata alle famiglie, siamo fermamente convinti del ruolo culturale ed educativo che dobbiamo giocare nella società. Per questo, in continuità con le attività svolte negli ultimi anni, puntiamo ad informare correttamente e a educare sugli importanti temi della sostenibilità i nostri clienti, a partire dai più giovani, con progetti di coinvolgimento, come il Kids Creative Lab, o strumenti di trasparenza come questo Bilancio di Sostenibilità.

Cosa manca nel sistema moda che possa proiettare tutti gli altri player verso una dimensione sostenibile?

Crediamo che manchi ancora una piena consapevolezza delle sfide e delle opportunità legate ad una dimensione sostenibile. Non tutti hanno chiara l'accelerazione, che non è lineare ma esponenziale, della pressione dei trend sociali e ambientali che rendono indispensabile diffondere paradigmi più evoluti di business. Mancano ancora competenze dei team di vertice delle aziende, che in passato hanno spesso delegato questi temi a livelli più operativi, come la Qualità o la Sicurezza, senza coglierne appieno la dimensione strategica e fortemente connessa ai risultati di business di medio/lungo periodo. Il maggior radicamento di questa consapevolezza fa sì che si diffondano rapidamente anche strumenti, protocolli e metodologie che consentono a diversi attori, anche competitor, di unire le forze per accelerare una trasformazione positiva dell'intera industria. I progressi fatti negli ultimi mesi sono molto promettenti in questo senso, si pensi ad esempio al protocollo della Camera della Moda Italiana per l'eliminazione di sostanze tossiche, a cui ci siamo allineati, o agli sviluppi di iniziative di Industry Collaboration, come la Sustainable Apparel Coalition o la Better Cotton Initiative, in cui OVS Spa è il primo Brand italiano. OVS Spa è anche la prima azienda in Italia nel nostro settore a tracciare le proprie performance e a definire obiettivi di miglioramento con il Benefit Impact Assessment, il più avanzato protocollo internazionale di misura degli impatti sociali e ambientali.

Qual è il ritorno sull'investimento della sostenibilità?

Ci sono tre prospettive che voglio evidenziare: la prima è legata al ritorno dell'investimento in termini di innovazione, che è enorme e che viene percepito costantemente sia dentro che al di fuori dell'azienda. Per agire in maniera sostenibile si deve necessariamente porsi degli obiettivi più alti e sfidanti, il che richiede di ripensare e migliorare costantemente tutto quello che si fa. C'è sempre un modo migliore di fare le cose e la sostenibilità garantisce una spinta formidabile per innovare, oltre a rappresentare anche una condizione necessaria perché l'innovazione sia tale. La seconda prospettiva è più finanziaria, ed è legata al riconoscere i rischi e i costi della non-sostenibilità, ovvero dell'incapacità di giocare d'anticipo rispetto ai problemi che inevitabilmente devono essere affrontati se non ci si occupa della sostenibilità con cura e competenza. Una terza dimensione è quella del consumatore, già fidelizzato o potenziale, che sempre più dà per scontato che l'azienda a cui si rivolge agisca nel rispetto dei più alti standard di sicurezza e salubrità del prodotto e di cura delle persone e dell'ambiente, dalla produzione delle materie prime fino allo smaltimento del prodotto usato. La fiducia che milioni di clienti ripongono in noi ogni giorno va alimentata con senso di responsabilità e per questo è fondamentale agire ogni giorno coerentemente con un profondo impegno verso la sostenibilità.

Perché avete redatto un rapporto di sostenibilità?

La sostenibilità è sempre stata molto importante per noi e con il programma #WeCare abbiamo dato un orientamento strategico al nostro impegno. Abbiamo fatto partire un percorso articolato che coinvolge con un approccio sistemico tutte le aree aziendali. Ne teniamo sotto controllo l'evoluzione misurandone gli aspetti materiali con una serie di indicatori quantitativi. Da qualche anno misuriamo questi indicatori ad uso interno, ma da oggi vogliamo renderli pubblici per condividere e migliorare ulteriormente il nostro impegno e il nostro percorso. Abbiamo quindi scelto di pubblicare questo nostro primo bilancio per

contribuire a sensibilizzare e promuovere una cultura della sostenibilità sia internamente sia esternamente all'azienda.

Nota metodologica

Questo primo Bilancio di Sostenibilità di OVS Spa rappresenta un passaggio essenziale del percorso di innovazione verso un business model sostenibile.

La società è mossa dalla volontà di comunicare le performance ottenute negli ultimi anni in ambito economico, sociale ed ambientale.

Questo Bilancio è stato redatto secondo i "GRI Sustainability Reporting Standards" pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI). Le informazioni e i dati riportati nel presente Bilancio si riferiscono ai temi identificati come materiali (ovvero significativi, come indicato nella matrice di materialità) per OVS Spa e i suoi stakeholder, in ambito di impatti economici, ambientali e sociali. La copertura degli Standard è associata agli aspetti materiali, ed è in conformità al livello di applicazione "Core".

I dati e le informazioni relativi agli esercizi precedenti sono riportati a fini comparativi, per consentire una valutazione sull'andamento dinamico delle attività in un arco temporale di medio periodo.

Il Periodo di riferimento del presente Bilancio è dal 1 febbraio 2016 al 31 gennaio 2017.

Il presente documento fa riferimento ad OVS S.p.A., i casi in cui le informazioni qualitative e quantitative presentino un perimetro differente sono espressamente segnalati.

La revisione del presente rapporto è affidata a una società terza e indipendente: tale attività si è conclusa con il rilascio della "Relazione della Società di Revisione".

Sede legale

OVS S.p.A.
Via Terraglio n.17 – 30174
Venezia – Mestre

Contatti

Corporate Sustainability – sustainability@ovs.it
Investor Relations – investor.relations@ovs.it

#WeCare Manifesto

Siamo consapevoli del ruolo che possiamo avere nel prenderci cura di un futuro più sostenibile per l'ambiente, per i milioni di clienti che ci danno fiducia e per tutte le persone che collaborano con noi.

Vogliamo creare abiti belli e accessibili che abbiano un impatto positivo sul mondo e le persone che lo abitano.

Sappiamo di avere di fronte un lungo percorso e ci impegniamo a migliorare ad ogni passo.

Ci domandiamo ogni giorno cosa sia più giusto e ripensiamo quello che facciamo per disegnare una moda dove bello sia necessariamente anche buono.

Il 2016 in breve

- 1.469 negozi in 39 paesi¹
- 7756 Persone in Italia
- 1° negozio in Italia certificato BREEAM Refurbishment & Fit-Out
- 1° brand Italiano ad aderire alla Better Cotton Initiative
- 1° azienda italiana a far parte della Sustainable Apparel Coalition
- Riduzione delle emissioni di CO₂ dirette del 13,6% e delle emissioni indirette del 3,5% rispetto al 2015
- 33,4 Milioni di capi certificati OEKO-TEX
- 8 milioni di capi in cotone biologico
- 100% dei nuovi fornitori valutati rispetto alle performance sociali
- 1.400.000 bambini coinvolti nella V edizione del Kids Creative Lab
- 15 Sustainability Ambassadors per diffondere la strategia di sostenibilità all'interno di tutta l'organizzazione

¹ Perimetro negozi diretti e affiliati delle insegne OVS, OVS Kids, UPIM e BluKids

Colpo d'occhio su OVS Spa

Breve storia di un gruppo di successo

OVS Spa nasce **nel 1972**, inizialmente come "Magazzini Oviessa", divisione della società Coin S.p.A.

Durante gli anni '70 - '80, i negozi a insegna Oviessa sviluppano un modello di grande magazzino per la vendita di prodotti di abbigliamento nel segmento di mercato "*every day low price*".

Nel 1999 il Gruppo Coin acquista il ramo di azienda non alimentare "La Standa", comprendente oltre 160 punti vendita, che vengono per la maggior parte convertiti negli anni successivi in *store* a marchio OVS Spa. Successivamente all'acquisizione di La Standa, la proprietà procede alla quotazione in Borsa del Gruppo Coin.

Nel 2005 il Gruppo Coin conferisce il ramo d'azienda comprendente le attività dell'odierna OVS Spa alla società di nuova costituzione "Oviessa S.r.l.", interamente controllata dal Gruppo Coin, successivamente trasformata in "Oviessa S.p.A."

Nel maggio 2005 i fondi comuni di investimento afferenti a PAI Partners S.A.S. acquisiscono dalla Finanziaria Coin S.r.l. la partecipazione di controllo del Gruppo Coin.

Nel dicembre 2008, Oviessa S.p.A. acquisisce il 100% del capitale sociale di Tre.bi S.p.A., proprietaria della catena di negozi d'abbigliamento Melablu, con oltre 60 punti di vendita collocati prevalentemente in centri commerciali del nord-ovest d'Italia che, a seguito dell'acquisizione, sono convertiti in punti vendita a marchio OVS Spa.

Nel gennaio 2010, il Gruppo Coin acquisisce il 100% del capitale sociale di Upim S.r.l., presente sul territorio nazionale con 135 negozi gestiti direttamente con il marchio Upim e 15 negozi con il marchio BluKids, oltre ad una rete gestita in *franchising* con più di 200 negozi.

Nel dicembre 2011 Oviessa S.p.A. acquisisce da Unitessile S.p.A. il ramo di azienda di abbigliamento e articoli per bambini a marchio "IANA" con 397 punti di vendita. Nel corso del primo semestre del 2012 la rete distributiva precedentemente a marchio IANA è riconvertita in negozi a insegna OVS Kids e BluKids.

Nell'agosto 2012, il Gruppo Coin acquisisce oltre 100 punti di vendita della catena Bernardi, operante attraverso le insegne "Bernardi Go Kids", dedicata all'offerta nel segmento bambino. Alcuni negozi con insegna Bernardi sono convertiti in punti di vendita OVS, mentre la maggior parte è integrata nella divisione Upim.

Nel gennaio 2013 le società controllate Oviessa S.p.A., Coin S.p.A., Upim S.r.l., Oviessa Franchising S.p.A. e Coin Franchising S.p.A. si fondono in "Gruppo Coin S.p.A."

Agosto 2013 Lancio campagna "New life to your clothes for a better world" di raccolta degli abiti usati con finalità di riutilizzo, recupero e riciclo.

Nell'aprile 2014 viene scorporato dal Gruppo Coin S.p.A. il ramo di azienda costituito dalle divisioni OVS Spa e UPIM, conferendolo ad una società di nuova costituzione, OVS Spa S.r.l., interamente controllata dal Gruppo Coin. **Il 14 maggio 2014** la società OVS Spa S.r.l. viene trasformata in Società per Azioni.

Il 10 febbraio 2015 Borsa Italiana dispone l'ammissione a quotazione sul MTA delle azioni ordinarie di OVS Spa. Il giorno seguente, Consob approva il prospetto informativo relativo all'offerta pubblica di vendita e sottoscrizione. Il 25 febbraio 2015 si conclude con successo l'Offerta Globale di sottoscrizione e di vendita delle azioni ordinarie di OVS Spa.

Il 2 marzo 2015 è il primo giorno di negoziazione in Borsa delle azioni della società: l'operazione di sottoscrizione comporta un aumento di capitale di 87 milioni di euro, portando il capitale sociale da 140 a 227 milioni di euro. Sulla base del Prezzo di Offerta di 4,10 euro per azione, la capitalizzazione di borsa della società raggiunge circa 930,7 milioni di Euro.

Nell'aprile 2015 Partecipazione di OVS Spa ed Excelsior Milano a Expo Milano 2015 in qualità di Official Retailer. Lancio della collezione di t-shirt bio-cotton disegnata in collaborazione con Elio Fiorucci e dedicata ai temi di Expo Milano 2015.

Febbraio 2016 Nasce la **funzione Corporate Sustainability** del gruppo OVS Spa

Novembre 2016 Primo manifesto del **Programma #WeCare**.

Novembre 2016 OVS Spa è il primo membro italiano ad aderire alla Better Cotton Initiative per migliorare gli impatti etici e ambientali dell'industria del cotone.

Dicembre 2016 Acquisizione della catena svizzera Charles Vogele

Dicembre 2016 Viene lanciato il **Sustainability Team**, un gruppo inter-funzionale di Ambassador della sostenibilità in azienda.

La struttura del gruppo

OVS Spa è il gruppo leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento mediante la creazione, realizzazione e commercializzazione di capi di abbigliamento per donna, uomo e bambino attraverso i marchi OVS Spa e UPIM.

Il brand OVS con una progressiva espansione del proprio network ha saputo nel tempo sviluppare un legame di fiducia con la clientela raggiungendo una brand awareness nel mercato italiano pari al 97% nel 2013 (fonte Doxa).

OVS Spa detiene anche il marchio UPIM che si posiziona nel segmento value del mercato dei prodotti di abbigliamento per donna, uomo e bambino in Italia e si rivolge principalmente alla famiglia. UPIM, presente in Italia dal 1928, è stata acquisita nel gennaio 2010.

Il Gruppo opera secondo un modello di business tipico dei retailer verticalmente integrati e prevede le seguenti attività: sviluppo del prodotto affidato a un team di product manager, designer e merchandiser, che, appoggiandosi a una struttura di gruppo altamente specializzata nel sourcing con forte presenza nelle aree geografiche chiave, concepisce, sviluppa e realizza presso fornitori esterni il merchandise mix, sotto la guida artistica dei fashion coordinator e quella organizzativa dei category manager.

OVS Spa opera attraverso la propria rete di vendita con negozi che si caratterizzano per diverse dimensioni in termini di superficie e diverse modalità di gestione (vendita diretta o in franchising). Il Gruppo è inoltre il leader, nella categoria bambino in Italia e negli ultimi 4 anni ha ricevuto il riconoscimento del premio "Retailer of the Year" per alcune categorie di prodotto.

La rete Retail, gestita sotto le diverse insegne aziendali, è sviluppata prevalentemente in Italia con 1244 negozi (di cui 697 a gestione diretta), e copre anche alcuni paesi esteri con 225 negozi (di cui 14 a gestione diretta).

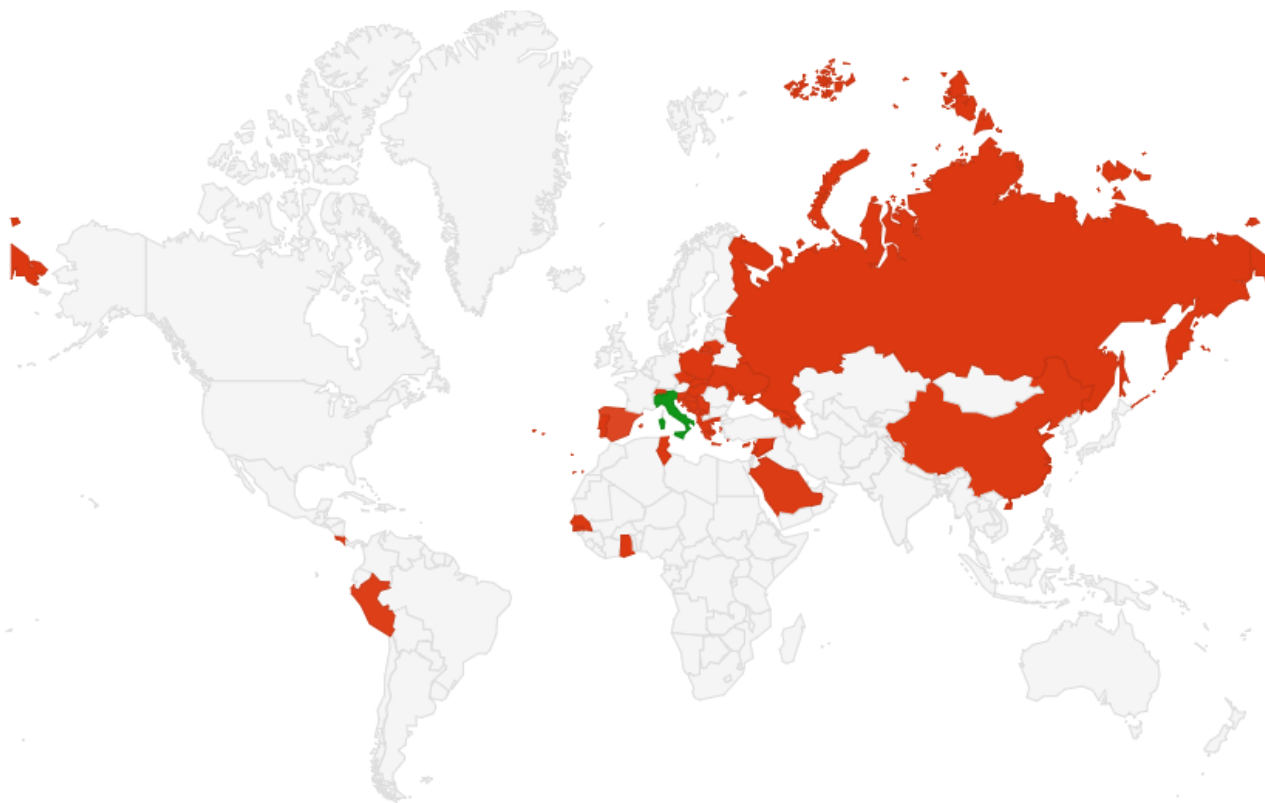


Figura 1 - Distribuzione punti vendita

I nostri marchi

OVS

Il marchio OVS si posiziona al primo posto in Italia nel segmento dei prodotti di abbigliamento per donna, uomo e bambino (fonte: Euromonitor International, 2013) con una quota di mercato in Italia del 7,4% (2016). La leadership di OVS è confermata anche dall'elevata riconoscibilità del marchio con un indice di brand awareness in Italia pari al 97% (Doxa, 2013) grazie alla storicità del brand, che è presente in Italia sin dal 1972, alla capillare rete di vendita estesa su tutto il territorio nazionale e al processo di evoluzione delle collezioni verso maggiori contenuti di stile.

Il processo di rinnovamento del marchio avviato nel 2007 ha consentito a OVS di essere riconosciuta e apprezzata dal mercato come **un brand capace di coniugare quotidianità e contenuti fashion di qualità al miglior prezzo possibile** e di interagire con i propri clienti sia nelle forme istituzionali sia con i nuovi canali multimediali.

L'identità del marchio si riflette nel portafoglio prodotti, ben bilanciato per genere, categorie e offerta che combina capi di base con articoli di maggior contenuto stilistico. La forza del brand si basa sulla **leadership di prezzo senza compromessi sulla qualità del prodotto**.

UPIM

Fondata nel 1928, Upim apre il primo negozio a Verona. La sua lunga storia di grande magazzino vede una svolta nel 2009, quando Gruppo Coin acquisisce il brand e ne rinnova completamente la formula. Acquisiranno l'insegna Upim anche i negozi della catena Bernardi, rilevati dal Gruppo nel 2012.

Al centro della value proposition di Upim c'è l'essere "vicino alla gente" territorialmente con il suo localismo di quartiere, commercialmente in virtù della sua convenienza quotidiana, con la sua ampia offerta che risponde a esigenze di servizio in più segmenti e infine con la sua comunicazione chiara e diretta.

L'offerta di UPIM è rivolta principalmente alla famiglia prestando particolare attenzione al rapporto qualità/prezzo e alla fornitura di prodotti attuali nel gusto e al contempo caratterizzati da essenzialità e funzionalità, prodotti quindi non completamente influenzati dalle tendenze della moda, ma che hanno caratteristiche da collezioni continuative che possono essere riproposte e apprezzate nel tempo.

OVS Kids

Con una quota di mercato che supera il 10%, OVS Kids è leader in Italia dell'abbigliamento per bambini. OVS Kids è presente in tutti i punti vendita OVS, anche come negozio indipendente, e si caratterizza per:

- il target: bambini da 0 a 14 anni;
- l'ampia scelta garantita da oltre 7 mila articoli per più di 11 mila combinazioni;
- la qualità elevata, i tessuti naturali e il design italiano;
- il buon rapporto qualità prezzo;
- la presenza internazionale con oltre 150 negozi in Italia e all'estero.

Blukids

Blukids è il marchio di abbigliamento di Upim dedicato ai bambini da 0 a 14 anni con una linea di abbigliamento "active".

Entrato a far parte del Gruppo Coin nel 2009, è diventato un punto di riferimento per uno shopping conveniente, accessibile e rivolto alle esigenze quotidiane delle mamme e dei bambini.

Il concept di comunicazione Blukids ritrae bambini reali, non stereotipi pubblicitari. La loro bellezza consiste nell'essere autentici e i vestiti che indossano sono tagliati per questo modo di vivere.

Da qui il pay off "A prova di bambini".

CROFF

Lo storico marchio italiano CROFF caratterizza la linea di tessili e accessori per la casa di Upim. Le sue collezioni esprimono i diversi mondi della casa: dal tessile alla tavola e cucina, dagli accessori ai complementi d'arredo, con un'offerta di prodotti basici di qualità a prezzi accessibili.

L'assortimento si rinnova periodicamente con l'inserimento di collezioni stagionali che si integrano a una gamma di linee continuative.

Shaka

Shaka Innovative Beauty è il marchio di OVS Spa dedicato alla profumeria, ai prodotti make up, agli accessori professionali per il trucco e alla linea bagno e skincare.

L'ampia scelta di referenze a un prezzo sempre accessibile si unisce a un'estrema attenzione per la qualità dei prodotti 100% made in Europe

Mission e Valori

La mission di OVS Spa è "rendere il bello accessibile a tutti" e fonda il proprio successo su valori concreti che ispirano il comportamento di tutte le persone che prendono parte ai processi aziendali:

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

Imagination - Siamo un'azienda che accoglie e incoraggia le idee di tutti per immaginare scenari sempre nuovi e possibili. Alleniamo la fantasia e il coraggio di fare ciò che gli altri non hanno ancora fatto.

Innovation - Non abbiamo paura di scegliere ed adottare il cambiamento nella sua diversità, né di divertire da luoghi e percorsi consueti. Vogliamo essere riconosciuti e accolti nella capacità di guidare e non seguire il mercato.

Openness - Essere un luogo di incontro, confronto e scambio di idee e azioni. Nel rispetto della persona, delle qualità individuali e delle esigenze di ciascuno. Essere sempre attenti e disponibili all'ascolto del mondo che cambia, delle esigenze, dei desideri e dei sogni dei propri clienti e capaci di rispondere alle le aspettative di tutti gli stakeholders facendosi portatori del bello accessibile a tutti, in tutte le forme che ciascuno associa ad esso.

Italian Lifestyle - Capitalizzare gli aspetti virtuosi dell'essere italiano declinandoli in passione per il proprio lavoro, creatività nell'individuare le soluzioni, sensibilità al bello ed al ben fatto

nelle scelte e nelle azioni che ogni giorno siamo chiamati a svolgere. Cura del dettaglio, abitudine al bello, attenzione al particolare, propensione ad una creatività naturale da trasformare ogni giorno in valore concreto.

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

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

Disegniamo una moda sostenibile

Strategia di sostenibilità

OVS Spa affonda le radici della sua identità nella creatività e nell'innovazione, con la passione italiana per le cose belle e il coraggio di spingersi a cambiare continuamente per cogliere nuove opportunità.

Siamo tagliati per il fashion e applichiamo la creatività del nostro DNA per ideare capi di abbigliamento belli che soddisfino il gusto di oggi e garantiscano il futuro del nostro pianeta.

Il nostro programma di Sostenibilità fornisce una dimensione strategica e sistemica al nostro impegno di considerare in ogni nostra azione gli impatti ambientali e sociali cui sono inevitabilmente associati.

Il programma si fonda sul framework scientifico e sui principi di innovazione sostenibile sviluppati in anni di ricerca da The Natural Step, un'associazione non governativa nata in Svezia che opera su questi temi dal 1989.

Questi principi forniscono una definizione concreta e comprensibile a tutti della sostenibilità e sono necessari, sufficienti e universali per descrivere un futuro sostenibile.

Una società sostenibile:

- Riduce progressivamente le sostanze estratte dalla crosta terrestre (es. metalli pesanti e combustibili fossili)
- Riduce progressivamente le sostanze prodotte dall'uomo (es. rifiuti e pesticidi)
- Non degrada o distrugge la natura (es. deforestazione e cementificazione)
- Garantisce il soddisfacimento dei bisogni fondamentali delle persone, promuovendo salute, partecipazione, sviluppo di competenze, imparzialità e valorizzazione dell'individuo.

Il programma #WeCare si fonda su una nuova consapevolezza delle nostre persone resa possibile grazie a un programma di training diffuso a tutti i dipendenti e all'introduzione di simboli veicolati con iniziative ad impatto diretto sulla vita quotidiana di ognuno.

Grazie a questo approccio aperto possiamo ripensare tutto quello che facciamo, cogliendo opportunità e spinte innovative da ogni funzione aziendale.

Vogliamo che la sostenibilità sia un elemento caratterizzante di tutti i nostri prodotti senza limitarci ad intervenire in una capsule collection.

"Ovs Spa ha scelto di applicare il framework di The Natural Step per dare un'impronta scientifica e strategica al programma #WeCare. Da decenni accompagniamo le aziende nella definizione dei loro percorsi a prova di futuro e siamo particolarmente lieti di lavorare con OVS Spa, che da sempre è un'azienda nel cuore delle famiglie italiane. Qui abbiamo trovato persone guidate da una crescente consapevolezza del ruolo che il business può giocare per le persone, il territorio e l'intera industry, pronte a mettersi in gioco per accelerare insieme lungo un percorso serio ispirato ai principi di innovazione sostenibile."

Eric Ezechieli - Chairman di The Natural Step International e Co-Founder di Nativa

Di fronte alle sfide che sta affrontando oggi il mondo, non possiamo infatti restare ancorati ad un vecchio modello di business che privilegia il profitto a breve termine anziché considerare tutti gli impatti sulle dimensioni sociale e ambientale. Per questo c'è una crescente comunità di aziende che incorporano la sostenibilità nel proprio modello di business.

Con il programma #WeCare, ci impegniamo a migliorare gli attuali paradigmi di business nel mondo del fashion utilizzando strumenti e competenze che si sono rese disponibili anche grazie a movimenti, come quello delle Benefit Corporation, che mirano alla ridefinizione del successo nel business. Le Benefit Corp sono aziende che soddisfano i più alti standard di responsabilità e trasparenza e aspirano ad utilizzare il business per affrontare e risolvere problemi ambientali e sociali. Nel mondo più di 50.000 aziende utilizzano il B Impact Assessment come strumento di misurazione e miglioramento continuo.

Il B Impact Assessment, sviluppato dall'ente non profit B Lab, nasce dall'integrazione di standard di misura globali e indipendenti per la valutazione delle performance sociali e ambientali. Consente a un'azienda di misurare il proprio impatto assoluto e di confrontarlo con benchmark di riferimento. La valutazione di impatto è effettuata su 4 aree di analisi (dipendenti, comunità, ambiente e governance) e sulla valutazione del business model dell'azienda.

A partire dal 2016, OVS Spa utilizza il B Impact Assessment per integrare i propri modelli di analisi e valutazione e avere una visione complessiva dell'impatto generato dall'organizzazione e dalle iniziative avviate.

Questo strumento ci consente inoltre di identificare le aree di miglioramento prioritarie e gli obiettivi futuri del piano #WeCare.

Programma #WeCare

L'abbigliamento è espressione della personalità: noi desideriamo essere una fonte di ispirazione responsabile e attenta per i nostri clienti, senza mai compromettere la qualità, il look e il prezzo.

I nostri abiti sono il risultato di energie profuse per innovare, investendo in tecnologie e idee nuove, consolidando rapporti di fiducia con tutti i differenti Stakeholders.

Grazie al programma #WeCare abbiamo rinforzato il nostro pensiero consapevole: produciamo valore in quello che facciamo, per farne beneficiare i nostri clienti che ogni giorno ci scelgono.

Ci siamo impegnati a trasformare la nostra catena di fornitura in una catena di fornitura di valore in cui ogni anello possa essere inizio di un cambiamento sistemico.

Scegliamo materiali e processi virtuosi per i nostri prodotti, considerando gli impatti dell'intero ciclo di vita dei nostri capi d'abbigliamento. Comuniciamo ai nostri clienti quanta cura abbiamo messo in quel capo e li ispiriamo alla buona pratica del riciclo delle sue fibre.

Costruire modelli produttivi "a prova di futuro" che consentano di prosperare in armonia con i sistemi naturali sociali è ormai, oltre che una condizione essenziale per poter progredire, una responsabilità condivisa da tutti. OVS Spa ha fatto proprio questo obiettivo, ma il nostro impegno può produrre un reale cambiamento solo se condiviso da chi lavora con noi, a partire dalla filiera di fornitura.

La spinta d'innovazione nella direzione della sostenibilità è anche un efficace stimolo per sviluppare prodotti sempre migliori: la continua ricerca di materiali processi produttivi virtuosi consente di accrescere la qualità e renderla tangibile ai clienti.

Il piano delle attività del programma #WeCare è strutturato in direzioni di evoluzione interdipendenti che si sviluppano in ondate successive per aumentare progressivamente il nostro profilo di sostenibilità attraverso un approccio sistemico.

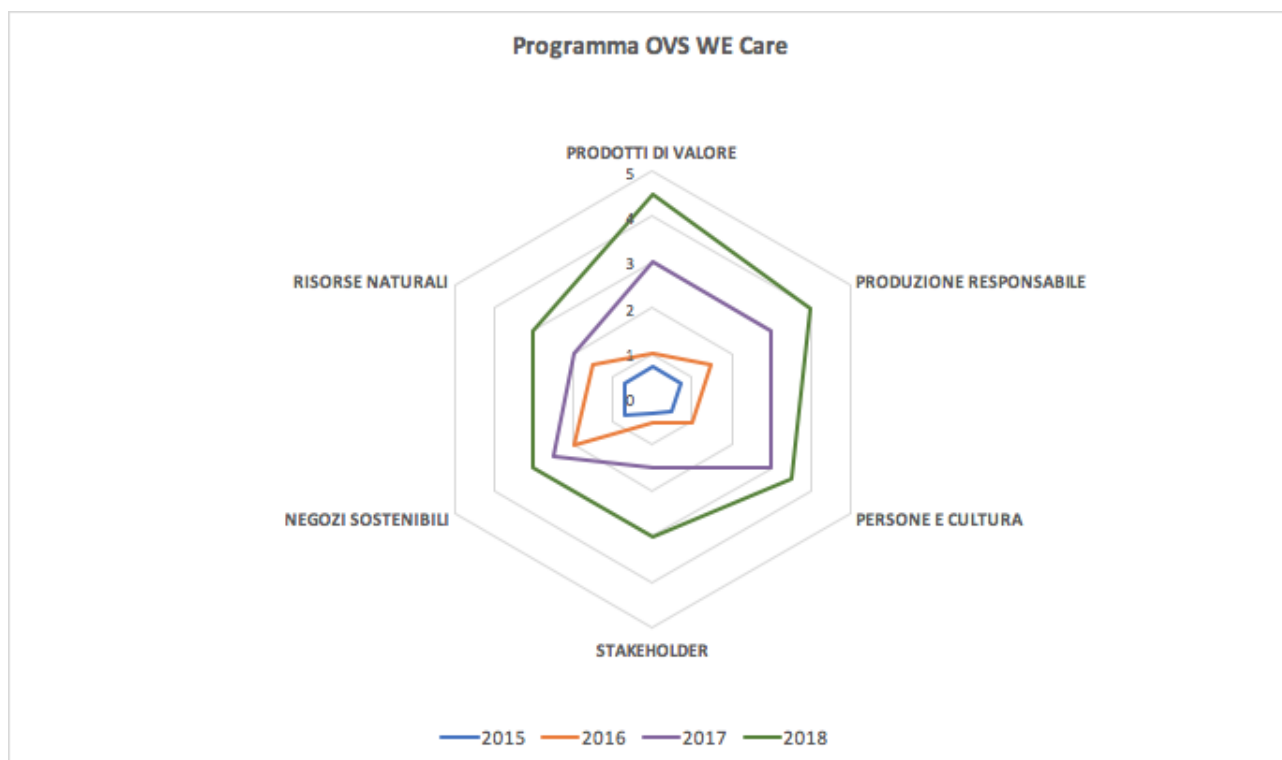


Figura 2 - Sustainability Maturity Model

La scala 1-5 nel grafico radar sopra è dettagliata nella tabella seguente e fa riferimento al maturity model che adottiamo per le nostre pratiche di sostenibilità, sviluppato sulla base delle Best Practice a livello internazionale nella industry dell'abbigliamento/retail.

	1	2	3	4	5
PRODOTTI DI VALORE	L'azienda ha una conoscenza limitata dell'origine e impatto dei materiali che compra e del profilo di sostenibilità dei suoi prodotti.		L'azienda comprende le implicazioni di sostenibilità dell'intero ciclo di vita. Le caratteristiche di sostenibilità del prodotto sono prese in considerazione al pari di costo e qualità come criterio intenzionale di design.		La sostenibilità è un driver di innovazione di prodotto. Tutti gli aspetti di progettazione e sviluppo incorporano la sostenibilità come motore centrale.

	1	2	3	4	5
PRODUZIONE RESPONSABILE	Non viene prestata particolare attenzione alla sostenibilità nella scelta dei fornitori. Non vengono verificate le condizioni dei lavoratori e gli impatti ambientali lungo l'intera filiera produttiva.		La sostenibilità è un criterio di selezione dei fornitori. I fornitori vengono regolarmente ben verificati e il benessere dei loro lavoratori è almeno ad un livello minimo di accettabilità. L'azienda ingaggia proattivamente i propri fornitori e li influenza nell'agire in modo sostenibile.		Lungo l'intera filiera produttiva sono in atto pratiche esemplari di sostenibilità ambientale e sociale. Il trattamento dei lavoratori si estende al benessere della comunità e della società. C'è un'evidenza tangibile dell'impatto positivo generato dalle iniziative di miglioramento che coinvolgono i fornitori.
PERSONE E CULTURA	Le politiche connesse alla sostenibilità vengono comunicate a tutti i dipendenti all'interno dell'azienda. La sostenibilità non è ancora presente nei corsi di formazione e nelle attività di sviluppo.		Il programma di sostenibilità è conosciuto e ben comunicato internamente. I dipendenti sono costantemente formati sulla sostenibilità. L'azienda misura e agisce per migliorare sistematicamente il benessere dei dipendenti attraverso iniziative di coinvolgimento in ottica di sostenibilità.		La sostenibilità è al centro della visione e della cultura aziendale. I dipendenti sanno di essere appoggiati nelle decisioni aziendali che antepongono la sostenibilità ai risultati di breve termine.
STAKEHOLDER	Nonostante i positivi sforzi di reporting, la serietà e l'importanza della sostenibilità per l'azienda non risultano evidenti agli stakeholder		I portatori di interesse possono riscontrare nelle attività d'impresa un serio impegno per la sostenibilità. I clienti che intendono acquistare in modo sostenibile possono trovare tutte le informazioni sui prodotti per una scelta consapevole.		Il profilo e l'impatto delle azioni dell'impresa per la sostenibilità sono più eloquenti di qualsiasi report o dichiarazione di responsabilità sociale. L'azienda vanta una forte reputazione in ambito di sostenibilità nei confronti di tutti i gruppi di portatori di interesse.

	1	2	3	4	5
NEGOZI	La progettazione dei negozi e le specifiche di miglioramento sono largamente basate sulla funzionalità, sui costi di costruzione e sui costi di esercizio. I progetti di costruzione fanno uso di alcuni materiali sostenibili e prendono in considerazione l'efficienza energetica.		I criteri di sostenibilità sono definiti per tutti i lavori di costruzione. La selezione degli architetti e degli appaltatori tiene in forte considerazione i loro trascorsi di sostenibilità. Le specifiche dei materiali, della qualità dell'aria, delle fonti energetiche, del posizionamento efficiente del sito sono tutte questioni rilevanti nei progetti di costruzione.		L'organizzazione si propone di assicurare che, nella progettazione, costruzione, sviluppo e ristrutturazione della rete dei negozi non venga mai trascurata nessuna opportunità di sostenibilità.
RISORSE NATURALI	I piani dell'azienda non prendono in considerazione la futura disponibilità di risorse o le implicazioni derivanti dall'esaurimento delle risorse naturali.		L'impiego di risorse limitate è ben compreso dall'azienda ed è stato realizzato ogni tentativo per ridurre la domanda di materiali critici e di altre risorse attraverso la riduzione, l'eliminazione e la sostituzione. Ci sono chiari obiettivi di riduzione dell'impronta di carbonio.		L'azienda ha delle chiare evidenze di miglioramento delle attività che non hanno comportato un aumento del proprio consumo di risorse naturali. Esiste un piano d'azione per raggiungere la neutralità in termini di carbonio senza compensazione delle emissioni.

Tabella 1 - Descrizione Sustainability Maturity Model

I nostri stakeholder

Una delle direttrici fondamentali del piano strategico delineato è il coinvolgimento degli stakeholder. Sentiamo di rivestire un ruolo cruciale nell'informare le persone in maniera chiara e trasparente, nel diffondere consapevolezza nelle scelte d'abbigliamento. Per questo coinvolgiamo i nostri stakeholder delle nostre iniziative, rendendoli protagonisti di un mondo che lavora per dare ad ognuno la libertà di vestire ogni giorno uno stile italiano, innovativo e sostenibile.

Stakeholder	Interesse dello Stakeholder	Interesse OVS Spa verso lo Stakeholder
Clienti	- Soddisfare il proprio bisogno di acquisto - Vestiti accessibili e sicuri per la propria famiglia - Esprimere la propria personalità con brand che visibilmente si allineino ai propri valori - Apparire alla moda	- Soddisfare il cliente - Aumentare la propensione all'acquisto e il valore del Brand OVS Spa
Persone Sede	- Realizzarsi professionalmente - Accrescere il senso e lo scopo del proprio ruolo - Accrescere le proprie competenze - Benessere durante la giornata lavorativa (concentrazione, alimentazione, livello di stress,...)	- Aumentare la produttività dei dipendenti - Aumentare il senso di appartenenza all'azienda - Ridurre il tasso di turn-over - Fare del dipendente un ambassador dei valori OVS Spa
Competitor	-Acquisire quote del mercato attraverso leve distintive - Interesse comune di migliorare la reputazione del fast fashion	- Mantenere leadership nel Fast Fashion in Italia - Usare leve distintive per incrementare la brand reputation - Interesse comune di migliorare la reputazione del fast fashion
Fornitori	-Consolidare nel tempo la relazione con OVS Spa ed incrementare il valore della relazione - Migliorare le proprie pratiche	- Migliorare sistematicamente le pratiche ambientali e sociali del fornitore - Promuoverne lo sviluppo economico
Comunità Locali paesi di produzione	- Supporto dall'impresa al pari delle istituzioni in paesi in via di sviluppo - Lavoro e diritti	- Stringere rapporti proficui per generare valore condiviso - Aumentare il livello di accettazione dell'impresa

Stakeholder	Interesse dello Stakeholder	Interesse OVS Spa verso lo Stakeholder
Comunità locali punti vendita (Italia)	- Supporto dall'impresa al pari delle istituzioni per un impatto per un beneficio comune	- Stringere rapporti proficui per generare valore condiviso - Aumentare il livello di accettazione dell'impresa
Pressure groups	- Far in modo che OVS Spa sia parte della soluzione nella risoluzione di problemi ambientali globali riducendo gli impatti della industry del Fashion - Accrescere la trasparenza e l'informazione dei consumatori per fare scelte più consapevoli - Far emergere i brand sostenibili rispetto ai "Green washer"	- Apparire come Brand serio con una chiara strategia in termini di sostenibilità ambientale e sociale
Istituzioni	- Far rispettare le norme - Incentivare l'azienda se virtuosa nel migliorare l'accesso e la disponibilità di risorse per i cittadini	- Far leva sulle istituzioni per creare un impatto positivo
Opinion Leader	Far emergere nuove tendenze	Apparire come brand Cool
Persone Store	- Benessere all'interno dello store (temperatura, livello di stress,...) - Facilitare l'interazione con il cliente con argomenti distintivi	- Aumentare la produttività dei dipendenti - Facilitare l'interazione con il cliente con argomenti distintivi - Ridurre il tasso di turn-over
Investor	- Aumentare il valore delle azioni - Ridurre il rischio associato all'investimento - Per fondi: Target su environmental, social and governance due diligence	- Comunicare la sostenibilità come strategia di minimizzazione del rischio e creazione di valore di lungo periodo per gli investor.

Stakeholder	Interesse dello Stakeholder	Interesse OVS Spa verso lo Stakeholder
Franchisors	- Migliorare le proprie performance - Accrescere l'attrattività del brand	- Instaurare Partnership di lungo periodo in linea con valori OVS Spa
Industry Coalitions	- Acquisire nuovi affiliati - Ottenere ruolo attivo dell'affiliato per migliorare le condizioni di lavoro e ridurre l'uso e l'impatto delle sostanze nocive nella supply chain della industry dell'abbigliamento	- Aderire a coalizioni in maniera strategica al fine di incrementare visibilità di OVS Spa e massimizzare l'impatto, facendo leva su economie di scala generate dalla Industry Collaboration

Tabella 2 - Mappatura Stakeholders

Per definire i punti di forza e di debolezza di OVS Spa in termini di sostenibilità rispetto ai competitor e direzionare al meglio le azioni dei diversi vettori d'intervento del programma #WeCare, abbiamo compiuto un'analisi di mercato comparativa. Abbiamo così potuto identificare gli aspetti materiali più importanti del nostro programma per i nostri clienti rappresentativi e definire gli obiettivi di sviluppo sostenibile per loro più significativi e il piano d'intervento specifico per raggiungerli.

Pensando ai tuoi ultimi acquisti di capi di abbigliamento, per te o per i tuoi figli, quanto credi che l'impatto ambientale e sociale dei prodotti sia stato importante nell'influenzare la tua scelta?

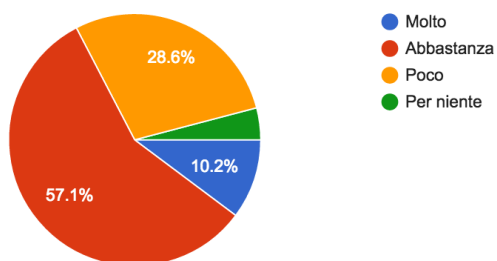


Figura 3 - Risultati Survey

Più del 67% degli intervistati afferma che le caratteristiche di sostenibilità del prodotto influenzino le proprie scelte di acquisto di capi d'abbigliamento. Circa il 90% degli intervistati è molto interessato a conoscere le caratteristiche di sostenibilità dei prodotti OVS Spa e questo influenzerebbe le loro scelte d'acquisto.

Influenzerebbe le tue scelte d'acquisto conoscere le caratteristiche di sostenibilità di ciascun prodotto OVS?

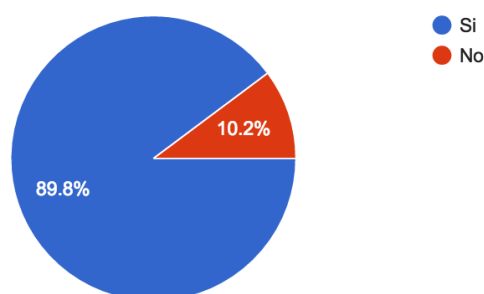


Figura 4 - Risultati Survey

Analisi di Materialità

OVS Spa in conformità allo standard GRI ha consultato alcune categorie di Stakeholder al fine di determinare il grado di rilevanza dei temi materiali da trattare nel bilancio di sostenibilità 2016.

Di seguito è riportato un grafico che illustra la sintesi delle valutazioni effettuate sulle risposte fornite da dipendenti, collaboratori e clienti.

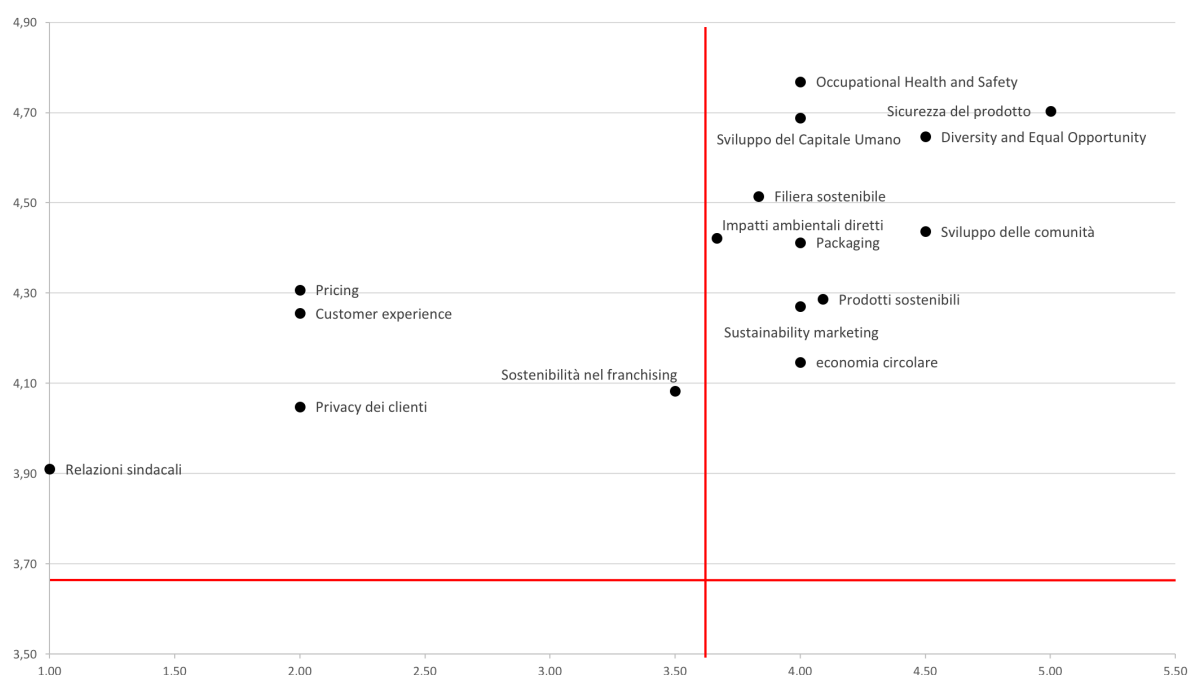


Figura 5 - Matrice temi materiali

Come evidente dal grafico in alto, è emersa una correlazione lineare tra temi rilevanti per OVS Spa e temi rilevanti per gli Stakeholder, a indicare una sostanziale sovrapposizione tra gli interessi interni ed esterni all'azienda.

Le aree prioritarie che emergono dall'analisi sono già presidiate nel programma #WeCare con metriche e processi strutturati a supporto. Nei paragrafi seguenti saranno presentati in

dettaglio le attività e i relativi KPI del programma dando particolare attenzione ai temi ai quali gli Stakeholder sono principalmente interessati e quindi per noi materiali.

Temi #WeCare	Temi di interesse per Stakeholders
PRODOTTI DI VALORE	Prodotti Sostenibili; Sicurezza del prodotto; Economia Circolare.
PRODUZIONE RESPONSABILE	Filiera sostenibile; Sviluppo delle comunità; Occupational Health & Safety.
PERSONE E CULTURA	Sviluppo del Capitale Umano; Diversity & Equal Opportunity.
STAKEHOLDER	Sustainability Marketing; Sviluppo delle comunità.
NEGOZI SOSTENIBILI	Impatti ambientali diretti.
RISORSE NATURALI	Impatti ambientali diretti; Packaging.

Tabella 3 - Raccordo temi materiali e indice Bilancio

Prodotti di valore

L'industria del fashion è da sempre amata perché sinonimo di creatività ed espressione di sé. Allo stesso tempo è responsabile di seri impatti sociali e ambientali, in termini di consumo di acqua, produzione di rifiuti e inquinamento.

La nostra sfida in questa area è quella di riuscire a coniugare una forte spinta creativa con la riduzione degli impatti associati ai nostri prodotti.

L'innovazione per la sostenibilità è anche un efficace stimolo per sviluppare prodotti sempre migliori: la continua ricerca di materiali, processi produttivi e design virtuosi consente di accrescere la qualità e renderla tangibile per i clienti.

Key Facts

- Abbiamo sviluppato e testato una metodologia per monitorare sistematicamente sin dalla fase di sviluppo del prodotto l'impatto dell'offerta di OVS sul pianeta (in termini di materiali, fornitori, processi produttivi) per adottare soluzioni che ne migliorino la sostenibilità.
- Il 100% delle nostre referenze di prodotto sono testate per garantirne la qualità e la sicurezza.
- Il 33,4% dell'ordinato complessivo, con particolare attenzione su bambino e intimo, è stato certificato OEKO-TEX 100, ad ulteriore garanzia della sicurezza dei nostri capi.
- Nel solo 2016, OVS SPA ha raccolto 123.410 Kg di capi di abbigliamento usati per indirizzarli al riutilizzo o al riciclo evitandone il conferimento in discarica.
- OVS Spa ha acquistato 210 Tonnellate di Cotone proveniente da coltivazioni biologiche certificate per la realizzazione di più di 8 milioni di capi.

Obiettivi

- Utilizzare per il 100% del nostro cotone, fibre provenienti da coltivazioni biologiche o riciclate, o provenienti da coltivazioni aderenti alla Better Cotton Initiative, entro il 2020.
- Valutare attraverso un rating di sostenibilità il 100% delle referenze di prodotto abbigliamento.
- Avviare in collaborazione con i fornitori e un partner tecnico un progetto innovativo di trasferimento tecnologico per il recupero e il trattamento dei ritagli e degli scarti di tessuto generato in fase di confezione degli abiti per la loro trasformazione in colorante.

Design sostenibile

Gli interventi migliorativi che si identificano analizzando i potenziali impatti di un capo di abbigliamento sull'ambiente e per le persone che lo realizzano e lo indossano sono ancora più efficaci se questa valutazione viene condotta a partire dalla fase iniziale di progettazione del prodotto.

Realizzando questo tipo di analisi nel momento in cui si vagliano i materiali, si scelgono le tecniche di lavorazione e di trattamento dei tessuti e si decide dove localizzare e come organizzare la filiera di produzione, le sfide poste dall'impegno a realizzare una moda più sostenibile possono essere anticipate con un approccio strategico di lungo periodo, beneficiando di maggiori margini di manovra per affrontarle con efficacia.

Per questo è in fase di sviluppo e test uno strumento di rating sintetico di sostenibilità del prodotto per monitorare sistematicamente l'impatto dell'offerta di OVS Spa sul pianeta in termini di materiali, fornitori e processi produttivi, guidando così l'adozione di soluzioni che ne migliorino la sostenibilità.

Inoltre, abbiamo fornito ai designer OVS Spa un training specifico e linee guida mirate a migliorare la loro conoscenza sugli impatti associati ai materiali, processi e altri importanti aspetti di design e orientare la progettazione dei prodotti con l'obiettivo di mitigarne l'impatto sull'ambiente.

Materiali

Si stima che l'impatto dei materiali valga circa il 60% dell'impronta complessiva di un capo di abbigliamento lungo l'intero ciclo di vita.

Monitoriamo costantemente i materiali utilizzati per i nostri prodotti di abbigliamento.

Materiale	Anno 2016	% 2016	Anno 2015	% 2015
Cotone	25.777.719,56	71,68%	24.597.884,26	72,57%
Poliestere	5.146.610,37	14,31%	4.523.939,55	13,35%
Poliammide	1.409.409,33	3,92%	1.421.434,42	4,19%
Viscosa	1.391.247,36	3,87%	1.171.568,44	3,46%
Acrilico	1.059.907,03	2,95%	985.141,46	2,91%
Elastan	423.418,52	1,18%	434.574,08	1,28%
Poliuretano	263.961,18	0,73%	280.057,19	0,83%
Lino	113.002,55	0,31%	110.671,71	0,33%
Lana	92.225,19	0,26%	113.648,93	0,34%
Altri 35 materiali	284.479,96	0,79%	255.510,29	0,75%

Tabella 4 - Breakdown materiali

Vogliamo che la sostenibilità sia un elemento caratterizzante di tutti i nostri prodotti, a partire dai materiali per tutto il nostro portafoglio prodotti e per questo non ci limitiamo ad intervenire in una capsule collection.

Lavoriamo quindi per identificare soluzioni che possono essere applicate pervasivamente alle nostre collezioni e contribuiscano in misura sostanziale al nostro costante miglioramento, anche attraverso collaborazioni internazionali.

OVS Spa è infatti la prima azienda italiana a partecipare al progetto ECAP (European Clothing Action Plan) che punta a introdurre un modello di industria fashion a minor impatto, lavorando in particolar modo sui materiali.

Il primo passo è stato quello di valutare il footprint dei prodotti OVS Spa ed esplorare alternative più sostenibili a fine vita in modo da pensare a come chiudere il cerchio fin dalla selezione dei materiali.

We are delighted that OVS Spa is a participant in the European Clothing Action Plan, an EU LIFE funded project aiming to create a circular approach to fashion across Europe. Through ECAP, OVS Spa is developing and implementing a sustainable fibre strategy which will reduce their environmental footprint, whilst helping to meet the overarching targets of this important project.

Leigh Mapledoram, Head of Products and Services, WRAP (on behalf of ECAP partners).

Cotone sostenibile

Il cotone è per noi il materiale più importante e i nostri clienti ne apprezzano la versatilità e la naturalezza.

Siamo però consapevoli del fatto che non sempre l'essere naturale significa risultare a basso impatto. La coltivazione convenzionale del cotone, infatti, pur coinvolgendo solo il 2,4% dei terreni coltivati, è responsabile dell'utilizzo del 24% degli insetticidi e dell'11% di pesticidi usati globalmente, con danni sia sui coltivatori sia sulle comunità limitrofe allargate, oltre a richiedere un grande consumo di acqua e fertilizzanti chimici. *Textile Exchange - Organic Cotton Round Table 2016*

Esiste però un'alternativa: un cotone più sostenibile coltivato in maniera etica, attraverso una drastica riduzione di tutte le sostanze chimiche dannose. Con questo approccio si impiegano anche minori quantitativi d'acqua, con un risparmio in tal senso fino al 90%, viene migliorata la qualità del terreno e si promuovono condizioni di lavoro migliori per le persone coinvolte nella catena di fornitura.

OVS Spa ha deciso quindi di promuovere strategicamente l'agricoltura del cotone sostenibile senza compromessi sulle persone e sull'ambiente. Per questo ci impegniamo ad acquistare progressivamente solo cotone sostenibile e siamo il primo retailer italiano ad aver aderito nel 2016 alla Better Cotton Initiative (<http://bettercotton.org/>), un'iniziativa nata per sostenere attivamente la trasformazione dell'industria globale del cotone e migliorarne radicalmente l'impatto sull'ambiente e sulle persone che lo coltivano.

APPROFONDIMENTO BETTER COTTON INITIATIVE

BCI (Better Cotton Initiative) è un'associazione internazionale che promuove una coltivazione più sostenibile del cotone nel rispetto dell'ambiente lungo tutta la filiera, dagli agricoltori, ai filatori, ai produttori. BCI mira a raggiungere un cambiamento di lungo termine. Lo Standard BCI prevede 6 punti:

- 1- sviluppo ed adozione di un protocollo sui criteri di coltivazione (uso di pesticidi, suolo, acqua, habitat, condizioni di lavoro)
- 2- training BCI ai coltivatori con Partner locali per promuovere la formazione sulle pratiche di coltivazione
- 3- accreditamento Requisiti Farmers per avere la licenza BCI per gli agricoltori. È prevista per chi aderisce al programma di training, Field Book e l'assessment periodico da parte di certificatori locali indipendenti
- 4- collegamento dei diversi attori lungo l'intera catena di fornitura
- 5- promozione dell'approccio Better Cotton e impegno a comunicare i dati, le informazioni e le storie dal campo
- 6- monitoraggio e valutazione dei meccanismi per misurare i progressi e assicurare l'ottenimento dell'impatto positivo desiderato

Inoltre, sosteniamo l'agricoltura biologica che prediligiamo soprattutto per i capi destinati al mondo bambino. Per i prodotti delle collezioni 2016, OVS Spa ha acquistato 210 Tonnellate di Cotone proveniente da coltivazioni biologiche certificate per la realizzazione di più di 8 milioni di capi.

Il nostro obiettivo è di arrivare al 2020 ad utilizzare per il 100% del nostro cotone, fibre provenienti da coltivazioni biologiche o riciclate, o provenienti da coltivazioni aderenti alla Better Cotton Initiative.

Qualità e sicurezza

Consideriamo la sicurezza e la qualità del prodotto un pre-requisito essenziale per la nostra offerta di prodotti, anche in considerazione della quota di mercato che rappresentiamo e la nostra posizione di leadership nel segmento dell'abbigliamento bambino.

Per questo svolgiamo oltre 20.000 test all'anno sui nostri prodotti per garantirne la qualità e la sicurezza. All'interno del Gruppo OVS Spa è attiva una funzione dedicata di quality assurance con il compito di garantire che la qualità di ciò che viene messo in vendita corrisponda agli standard predefiniti in termini di requisiti interni di produzione, di materiali e lavorazione, di rispetto delle normative vigenti.

La funzione quality assurance predispone così gli standard di qualità del prodotto richiesti a tutti i fornitori, sia italiani che esteri, e procede a una costante revisione dei "requisiti di produzione" per adeguarli alle crescenti richieste normative e di mercato definendo insieme ai product manager quelli specifici per ogni linea di prodotto.

Tutti i nostri capi d'abbigliamento sono sottoposti a test chimico-fisici, in modo da avere la certezza che rispettino i limiti sulle sostanze potenzialmente pericolose definiti da OVS Spa che sono più sicuri rispetto a quanto stabilito dalla legge e sono raccolti nella nostra Restricted Substances List.

La definizione di standard di qualità e sicurezza chiari	Ogni prodotto deve essere conforme ai più severi standard qualitativi, sia per quanto riguarda i materiali sia per i processi produttivi. Richiediamo infatti ai nostri produttori, come parte integrante del contratto, di applicare le più severe restrizioni all'uso di sostanze chimiche, in linea con le disposizioni in vigore nei paesi dell'Unione Europea, - e adottando il principio di precauzione - abbiamo stabilito parametri per i residui di sostanze chimiche nocive sui capi d'abbigliamento più stringenti rispetto ai limiti di legge, in particolare per quanto riguarda gli indumenti destinati ai bambini fino ai 36 mesi. A ulteriore garanzia per l'abbigliamento bambino e intimo OVS Spa, abbiamo ottenuto la registrazione della certificazione OEKO-TEX 100 (classe I e II), con volontà di estensione anche all'abbigliamento esterno. Questa certificazione assicura che il capo d'abbigliamento sia stato realizzato utilizzando materiali e processi di lavorazione eco-compatibili in modo da poter offrire una garanzia aggiuntiva sulla sicurezza del prodotto finito, controllandola secondo criteri di gran lunga più esigenti dei parametri validi a livello nazionale e internazionale. Le approfondite verifiche dei prodotti e gli audit aziendali periodici consentono inoltre di sensibilizzare l'industria all'utilizzo responsabile delle sostanze chimiche, nel lungo termine e su scala mondiale. Per le collezioni 2016, OVS Spa ha acquistato 38.240.050 capi certificati Oeko-Tex, pari al 33,4% dell'ordinato complessivo, in aumento del 15% rispetto al 2015 (33.243.337 capi). L'utilizzo del cotone biologico certificato in abbinamento alla certificazione OEKO-TEX, in particolare per la linea d'abbigliamento "Fagottino" destinato ai bambini sotto ai 36 mesi completano l'impegno per questa fascia d'età.
--	---

Un sistema di controllo che verifica il puntuale rispetto degli standard 100% delle referenze di prodotti sottoposte a controllo	La qualità dei prodotti è oggetto di continui processi di controllo: sui capi di abbigliamento, sugli accessori, sui cosmetici e sui tessili per la casa sono condotte verifiche sin dalle fasi di creazione con il coinvolgimento di soggetti terzi qualificati e indipendenti che certificano la loro piena conformità ai requisiti di legge e di quelli di qualità definiti da OVS Spa. Tutti i lotti afferenti alle categorie abbigliamento, calzature, bigiotteria, cosmesi, articoli destinati al contatto con il cibo vengono obbligatoriamente sottoposti a controlli con campioni prelevati direttamente in produzione e analizzati presso laboratori certificati ISO:17025 di primarie società internazionali. Questa attività di controllo viene effettuata sia presso i fornitori italiani e nei punti di ricondizionamento in Italia in cui giungono le forniture provenienti dall'estero, sia presso i fornitori esteri. In questo secondo caso le verifiche ispettive sono effettuate in loco dalle strutture dedicate alla qualità operative all'interno delle società controllate del Gruppo presenti nei Paesi di produzione, sempre avvalendosi di analisi e verifiche condotte da enti di certificazione e da laboratori specializzati. Nel caso di mancato rispetto dei requisiti minimi di produzione, qualitativi e di performance, laddove possibile, si cerca di intervenire con ricondizionamenti soggetti poi a ulteriori test per consentirne la messa in vendita. In caso di non conformità legate agli aspetti di sicurezza o di tossicità del prodotto i margini di intervento correttivo possono essere più limitati, portando di conseguenza all'annullamento degli ordini e allo smaltimento dei prodotti non conformi.
Nessun caso di richiamo di prodotti per qualità o sicurezza nel 2016	In quanto distributore al dettaglio di una pluralità di prodotti di abbigliamento, accessori, articoli di profumeria e prodotti per la casa a marchio proprio, il Gruppo OVS Spa è esposto al rischio di azioni per responsabilità da prodotto difettoso ai sensi delle disposizioni del codice del consumo. Negli ultimi anni, grazie all'attento lavoro di controllo, il Gruppo OVS Spa non è stata coinvolta in significativi procedimenti o transazioni connessi a richieste di risarcimento per danni causati da difetti dei prodotti venduti.
Esclusione dell'utilizzo della tecnica della sabbiatura per il finissaggio dei capi in denim	La tecnica della sabbiatura conferisce ai tessuti jeans un aspetto vintage, ma è associata a gravi rischi per la salute dei lavoratori impiegati nella filiera produttiva, che senza un efficace utilizzo dei dispositivi di protezione potrebbero contrarre silicosi. Nei nostri stabilimenti ci assicuriamo che sia sostituita con tecniche più sicure.

Rispetto per gli animali

Ai designer del Gruppo è chiesto, laddove esista un'alternativa, di sostituire materiali di origine animale con materiali più virtuosi dal punto di vista ambientale ed etico. Ove non fosse possibile si orientano le loro scelte verso soluzioni che garantiscano l'esclusione di qualsiasi forma di maltrattamento animale.

per le piume	impiego esclusivo di piume certificate Downpass che garantiscono piena tracciabilità	il benessere animale è garantito dal divieto alla pratica di spiumaggio da animale vivo; inoltre si riduce l'impatto ambientale assicurando che le piume provengono da animali allevati a scopo alimentare
--------------	--	--

per i pellami	impiego esclusivo di pelle sintetica	in modo da preservare gli animali e ridurre l'impatto sull'ambiente in termini di risorse idriche consumate, emissioni in atmosfera e impiego di sostanze altamente tossiche per il trattamento delle pelli
---------------	--------------------------------------	---

OVS ha già da tempo abolito l'utilizzo di pellicce animali dalle sue collezioni, sottoscrivendo un formale impegno con la LAV e la Fur Free Alliance, a testimonianza della particolare attenzione verso le problematiche relative alla salvaguardia e al rispetto dell'ambiente e del mondo animale. <http://www.lav.it/en/news/ovs-fur-free>

Approccio circolare

La terra è un sistema chiuso per materia ed aperto per energia, dobbiamo quindi considerare che tutto quello che produciamo e consumiamo rimane al suo interno come se fossimo in un'astronave.

La nostra sfida in questo ambito è quella di farci guidare da un nuovo concetto di produzione e consumo, passando da un modello lineare di input-output a uno di tipo circolare, nel quale ogni elemento ha una nuova vita, e si può rigenerare. Ciò che non viene consumato è assimilato in un altro processo.

In Italia nel 2014 sono state raccolte in maniera differenziata 99.900 tonnellate di rifiuti tessili, circa 1,6 kg/persona annui, una frazione del solo 12% rispetto al totale riciclabile. Il dato è molto basso soprattutto se si considera che il consumo di prodotti tessili si assesta sui 14 kg/persona ed è decisamente inferiore alla media europea (dato di Humana People to People Italia).

Raccolta abiti usati

Nel 2013, OVS Spa ha avviato un'iniziativa che coinvolge i propri consumatori per raccogliere e riciclare capi usati, evitando gli impatti del loro smaltimento. Gli indumenti raccolti da OVS Spa sono stati selezionati, analizzati e trasformati, seguendo rigidi standard e facendo uso delle tecnologie più avanzate in collaborazione con I:CO, operatore mondiale nel riciclo di tessuti. I capi vengono sottoposti ad un'accurata cernita: se ancora indossabili verranno sottoposti ad un trattamento che consentirà di proporli di nuovo sul mercato come abiti di seconda mano; altrimenti, in base al loro stato, potranno essere trasformati in prodotti diversi o scomposti nelle loro fibre tessili per recuperare nuova materia prima o essere utilizzati per produrre energia.

Dall'avvio dell'iniziativa, OVS Spa ha raccolto quasi 600 Ton di capi d'abbigliamento. Nel solo anno 2016 ne sono stati raccolti 123.410 kg.

Nel 2016 i capi raccolti sono stati indirizzati alle seguenti destinazioni:

- Riutilizzo 55%;
- Riciclo 45% di cui:
 - 15% produzione di stracci per pulizia;
 - 22% produzione di filati riciclati;
 - 6% altre operazioni di riciclo;
 - 2% termovalorizzazione.

L'accordo con il partner tecnico ha previsto inoltre la donazione di 2 centesimi di euro in favore di Save the Children per ogni Kg di abiti recuperati, rinforzando in questo modo il messaggio di cura per il pianeta con il sostegno a importanti campagne sociali.

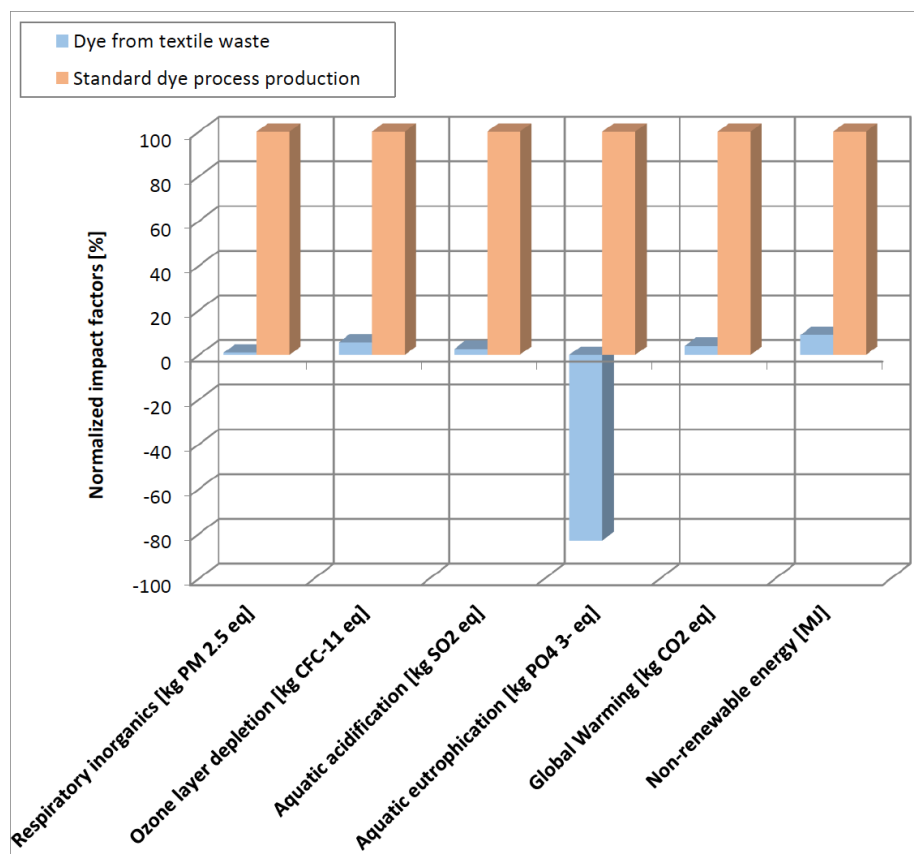
Recycrom

L'obiettivo che ci poniamo è di incrementare progressivamente l'utilizzo di fibre provenienti da processi di riciclo per dare vero valore al processo di recupero degli abiti a fine vita in cui siamo impegnati. Per questo abbiamo attivato alcuni progetti di ricerca tra cui un progetto

innovativo di trasferimento tecnologico per il recupero e il trattamento dei ritagli e degli scarti di tessuto generato in fase di confezione degli abiti per la loro trasformazione in colorante.

BOX APPROFONDIMENTO RECYCROM

Una delle fasi a maggior impatto nel ciclo di vita dei prodotti di abbigliamento è sicuramente la fase di tintura. OVS Spa ha sviluppato in partnership con un'innovativa start-up Italiana la tecnologia Recycrom che consente il trattamento dei ritagli e degli scarti di tessuto generato in fase di confezione degli abiti per la loro trasformazione in colorante, riducendo i relativi impatti per più del 95%.



Filo dell'amore

OVS Spa attraverso il progetto solidale e di sostenibilità ambientale "Il Filo dell'Amore", che coinvolge oltre 300 store della rete Upim e Blukids diretti e affiliati sul territorio nazionale, intende seguire la crescita dei bambini che vestono il brand e supportare nel contempo le famiglie in difficoltà, avviando un programma di raccolta e riutilizzo di capi usati. Infatti abbiamo promosso una raccolta di indumenti da donare alle case di accoglienza dell'associazione Amici dei Bambini, una ONG costituita da un movimento di famiglie adottive e affidatarie che dal 1986 si occupa dell'emergenza abbandono dei bambini.

Ben conoscendo la velocità con cui crescono i bambini, soprattutto quelli più piccoli, acquistando i capi Blukids 0 - 36 mesi nel corso del 2016 e conservando lo scontrino, è possibile riportare gli stessi capi in negozio dopo averli utilizzati (dall'1 febbraio al 30 giugno 2017), purché puliti e integri. Gli indumenti verranno donati alle case famiglia di Amici dei Bambini e i clienti riceveranno un buono sconto del 20% su uno shopping di abbigliamento e intimo bambino, valido fino al 5 luglio 2017.

Produzione Responsabile

Una moda sostenibile non può prescindere da un modello responsabile di co-evoluzione che coinvolga tutti gli attori della catena del valore, generando visibili vantaggi per sé e per i propri fornitori.

La produzione dei nostri capi coinvolge migliaia di persone dislocate in paesi dove proprio l'industria tessile è il più grande motore di sviluppo offrendo stabili opportunità d'impiego. Appliciamo i più alti standard su diritti umani e condizioni di lavoro e collaboriamo con i nostri fornitori per il continuo miglioramento delle pratiche e tecnologie applicate per contribuire a produrre un impatto positivo nei paesi dove operiamo, accelerando un miglioramento diffuso.

In particolare in Bangladesh, sosteniamo attivamente l'Accord on Fire and Building Safety con l'obiettivo di rendere sicura tutta l'industria tessile.

Key Facts

- Abbiamo rilasciato a tutti i fornitori il nuovo Codice di Condotta che introduce linee guida vincolanti in materia di prestazioni ambientali e di rispetto degli stakeholder per i fornitori nella ricerca di un continuo miglioramento dei livelli di trasparenza e sostenibilità socio-ambientale
- Abbiamo avviato un nuovo programma di audit basato sulla nuova versione del Codice di Condotta
- Abbiamo rivisto il sistema di valutazione dei fornitori integrandolo con KPI di sostenibilità tra i criteri di valutazione principali.
- Abbiamo completato l'audit sociale sul 100% dei nuovi fornitori

Obiettivi

- Adottare l'indice sintetico di valutazione di sostenibilità ambientale e sociale nei processi di vendor rating per il 100% dei fornitori di abbigliamento
- Integrare la valutazione di sostenibilità dei fornitori attraverso il ricorso al HIGG index della Sustainable Apparel Coalition
- Coinvolgere i Key supplier in un piano condiviso di adozione di buone pratiche per il miglioramento delle performance ambientali e sociali.

Fornitori

La produzione di un capo d'abbigliamento coinvolge un mondo complesso di attività spesso svolte da soggetti diversi specializzati ognuno in una specifica attività: tessitura, tintura, stampaggio, taglio, cucitura e confezionamento, applicazione di bottoni e rifinitura, lavaggio, stiraggio e imballaggio.

Per questo OVS Spa gestisce una rete di fornitura globale, spesso localizzata in Paesi emergenti con sensibilità culturali molto differenziate, come lo può essere la capacità di gestire l'attività d'impresa nella piena tutela dell'ambiente, dei lavoratori e delle comunità locali.

Con questa consapevolezza, OVS Spa propone ai propri fornitori relazioni che mirano a sviluppare una stretta collaborazione basata sul sostegno all'innovazione continua di prodotti e processi, migliorando sistematicamente le pratiche di sostenibilità ambientale e sociale. Ogni rapporto di fornitura persegue gli obiettivi congiunti di efficace supporto al nostro business, ma anche di creazione di un impatto positivo sulle comunità locali, contribuendo a migliorare le condizioni di lavoro presso le sedi produttive dei nostri fornitori e a sostenere lo sviluppo economico nei luoghi di produzione.

Made in	#Fornitori 2016	Ordinato 2016	Delta ordinato	#Fornitori 2015	Ordinato 2015
BANGLADESH	76	255.769.025,36	+6%	71	240.520.364,17
CINA	223	167.935.203,75	-	260	167.655.631,40
INDIA	79	57.860.352,80	+25%	81	46.209.067,09
ITALIA	171	34.862.494,84	+14%	177	30.678.708,89
MYANMAR	9	13.881.400,15	+116%	4	6.427.810,70
CAMBOGIA	11	12.103.289,78	+12%	12	10.794.137,01
PAKISTAN	13	11.168.883,16	+62%	13	6.879.193,47
TURCHIA	28	9.874.608,04	+7%	25	9.188.652,35
VIETNAM	7	5.992.399,37	+100%	5	2.999.477,80
TUNISIA	10	5.397.980,58	-19%	7	6.669.570,98
Other countries	144	30.253.691,98	-27%	129,00	41.424.431,51
TOTAL	771,00	605.099.329,81	+6%	784,00	569.447.045,37

Tabella 5 - Ordinato per Made-In

Abbiamo scelto di razionalizzare il numero dei nostri fornitori per aumentare la nostra capacità di controllo e gestione e avviare insieme a loro un percorso di crescita comune nel lungo periodo. Abbiamo inoltre aumentato nel corso del 2016 del 14% la nostra produzione locale, incrementando il Made in Italy, soprattutto per i prodotti di cosmesi.

Gestione Supply Chain

Il nostro Codice Etico descrive i valori che ispirano e guidano tutte le nostre azioni. Ci impegniamo a lavorare solamente con realtà che li condividono a pieno, per raggiungere risultati comuni e fissare nuovi obiettivi nel rispetto per il pianeta, per le comunità con cui operiamo e per le generazioni future.

Questi valori sono stati declinati operativamente nel Codice di Condotta che definisce linee guida vincolanti in materia di prestazioni ambientali e sociali per migliorare progressivamente i livelli di trasparenza e sostenibilità di tutti i nostri fornitori.

Per noi non rappresentano semplicemente una lista di direttive, ma una responsabilità condivisa che genera un circolo virtuoso per tutti, a livello economico, ambientale e sociale, contribuendo in particolare a migliorare le condizioni di lavoro con ricadute positive sulle comunità locali.

Il Codice intende regolare nel dettaglio sia le pratiche sociali sia quelle ambientali di chi lavora per OVS Spa con l'obiettivo di descrivere standard comportamentali per tre aree fondamentali - persone, ambiente, conformità e trasparenza - traendo riferimento da disposizioni normative internazionali, quali la Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia, la Dichiarazione universale dei diritti umani e dalle Convenzioni ILO oltre che da best practice di settore.

In relazione ai principi descritti, ciascun fornitore è tenuto a farsi da garante anche per il comportamento dei propri subappaltatori, diffondendo la conoscenza del Codice di Condotta presso i propri subfornitori e monitorandoli sistematicamente secondo criteri che soddisfino o superino il Codice.

Per considerare in modo completo la capacità di gestire in modo efficace il proprio business in una cornice di tutela dell'ambiente, dei lavoratori e delle comunità locali, abbiamo definito un nuovo concetto di qualità del servizio che include la sostenibilità tra gli altri criteri di valutazione dei fornitori (Qualità, Servizio e Costo).

In particolare, il rating che esprime sinteticamente il profilo di sostenibilità di ciascun fornitore si basa sulle informazioni raccolte attraverso un processo di self-assessment, verificato successivamente da auditor qualificati (sia interni sia esterni), che tiene in considerazione la loro capacità di mitigare gli impatti sull'ambiente e garantire condizione adeguate di lavoro, sulla valutazione del livello di rischio insito nel settore o nel paese in cui il fornitore opera e sul grado di trasparenza e commitment esterno del fornitore in tema di responsabilità sociale d'impresa.

Nel 2016 abbiamo utilizzato il nuovo sistema di rating per valutare le performance dei fornitori che rappresentano l'80% della produzione di abbigliamento.

Nel 2017 OVS Spa porterà a completamento l'attribuzione di un rating ai propri fornitori, applicando il predetto processo di valutazione che integrerà considerazioni di tipo sociale e ambientale (queste ultime, fino al 2016, non coperte).

Indicatore	2016	2015
Numero totale di nuovi fornitori	93	76
Numero totale di nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	93	76
% nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	100%	100%

Tabella 6 - Numero fornitori valutati rispetto a parametri sociali

In un'ottica di trasparenza e collaborazione, condividiamo apertamente i risultati della valutazione con le fabbriche, per l'identificazione delle aree di miglioramento.

A questo sistema di valutazione dei fornitori, affianchiamo un programma di Audit, articolato su più livelli, per verificare l'aderenza al Codice di Condotta e misurare le effettive performance ambientali e sociali della nostra supply chain.

OVS Spa è presente con personale dedicato in tutti i paesi in cui opera e questo permette di instaurare rapporti diretti con i fornitori e verificare in loco le reali situazioni dei siti produttivi.

Per questa attività di controllo in loco, OVS Spa si avvale di una società controllata con sedi a Hong Kong, in Bangladesh, Turchia e India - OVS Sourcing - che svolge servizi di sourcing, controllo e quality assurance in esclusiva per OVS Spa.

OVS Spa si impegna inoltre a trattare con la dovuta diligenza le segnalazioni, raccolte anche da soggetti esterni, su eventuali comportamenti dei fornitori che siano difforni dagli standard etico-ambientali condivisi, a verificare e a sanzionare, nei modi più opportuni, le eventuali violazioni accertate.

Per sviluppare una catena di fornitura che crei reali opportunità di sviluppo per le comunità locali in cui è insediata, OVS Spa aderisce a iniziative internazionali per il miglioramento della sostenibilità nell'industry di riferimento.

Sustainable Apparel Coalition (SAC) - si occupa di sviluppare pratiche sostenibili nel settore dell'abbigliamento per evitare danni ambientali inutili e produrre un impatto positivo sugli individui e le comunità associati alle proprie attività (collaborazione nel corso del 2016, adesione formale nel 2017)

Better Cotton Initiative - dettagli nel capitolo precedente

Accord - L'Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, nato a seguito dell'incidente del Rana Plaza, è un accordo promosso a livello internazionale dall'OCSE tra imprese committenti, sindacati e associazione dei confezionisti del Bangladesh per la verifica e la messa in sicurezza degli ambienti di lavoro nella filiera tessile locale aderenti all'accordo (adesione da maggio 2014).

Better Factories Cambodia - Organizzazione non governativa che collabora con le istituzioni e governi locali per la tutela dei lavoratori lavoro in paesi a rischio di violazione dei diritti umani e del lavoro (adesione da marzo 2015).

UNICEF Business Lab - Piattaforma multi-stakeholder promossa da Unicef Italia per facilitare l'integrazione dei diritti umani nel core business aziendale a supporto dell'attività di due diligence e di gestione del rischio.

Persone e cultura

La prima regola nel mondo della moda è che ognuno ha il suo stile e deve poter esprimere la propria personalità. Questo approccio vale nei confronti dei nostri clienti, ma allo stesso modo guida i rapporti fra le persone OVS Spa: ognuno di noi è diverso da tutti gli altri e la propria unicità è la ricchezza che alimenta il nostro motore di creatività.

Ogni persona ha talenti e potenzialità che si devono poter esprimere al meglio grazie al confronto e all'integrazione con quelli di persone diverse. Crediamo per questo nel potenziale del lavoro in team nella consapevolezza che non può esistere alcuna vittoria che non sia frutto di un lavoro di squadra.

Per lo stesso motivo promuoviamo un ambiente di lavoro che crei fiducia e promuova il benessere delle persone perché confortevole e collaborativo.

Key Facts

- Il programma di training #WeCare sui principi di innovazione sostenibile alla base del nostro approccio ha raggiunto nel corso del 2016 il 45% del personale di sede
- Nel 2016 sono stati investiti in formazione 315.000 euro.
- Le attività formative erogate hanno coinvolto un totale di 4487 persone (il 34% in più rispetto al 2015) per una media di 9 ore pro-capite.
- Il 100% del personale di sede è stato coinvolto in percorsi di valutazione periodica della prestazione lavorativa per analizzare gli obiettivi raggiunti e definire percorsi di crescita di carriera

Obiettivi

- Attivare un percorso per le mamme e papà OVS di accompagnamento alla genitorialità, che valorizzi le competenze naturalmente sviluppate quando si diventa genitori.
- Promuovere percorsi di promozione della salute in azienda, a partire dal personale di sede, attraverso campagne di riduzione della dipendenza da fumo, revisione dell'offerta di bevande e snack nei punti ristoro di sede, installazione di punti di igienizzazione e la diffusione di buone pratiche per la prevenzione delle malattie infettive.
- Incentivare soluzioni per la mobilità sostenibile nella tratta casa-lavoro.
- Implementare KPI per la misurazione degli impatti delle azioni di OVS Spa verso i propri collaboratori.
- Estendere la formazione sui temi di sostenibilità, capillarmente a tutto il personale di sede e a parte del personale degli store nel corso del 2017.

Le nostre persone

Il successo di OVS Spa dipende dal lavoro di circa **6500 persone in tutto il mondo**. Circa la metà di loro collabora per l'azienda da oltre 10 anni.

Dipendenti	2016			2015		
	uomini	donne	totale	uomini	donne	totale
Italia	1.311	4.917	6.228	1.292	4.827	6.119
Bangladesh	90	2	92	88	2	90
China	12	10	22	13	10	23
Hong Kong	7	85	92	7	82	89
India	41	12	53	42	11	53
Turchia	1	8	9	1	8	9
TOTALE	1.462	5.034	6.496	1.443	4.940	6.383

Tabella 7 - Distribuzione organico internazionale (personale permanente)

Personale in Italia

Il numero totale dei collaboratori di OVS Spa in Italia al 31 gennaio 2017 assunti con contratto a tempo indeterminato è pari a **6.228 persone** (corrispondenti a 5.377 *Full Time Equivalent*), di cui **4.917 donne** (4.085 FTE) e 1.311 uomini (1.293 FTE). Il personale impiegato nella rete vendita è complessivamente pari a 5446 persone.

Dipendenti per Categoria e Genere	2016		
	uomini	donne	Totale
Managers - Dirigenti	51	14	65
Professionals - Quadri	187	85	272
Employees - Impiegati	1014	4768	5782
Workers - Operai	59	50	109
Totale	1311	4917	6228

Tabella 8 - Organico Italia

Nel corso del 2016 la società si è avvalsa anche di collaboratori a tempo determinato per un totale di 1528 unità.

La tipologia di attività nella rete di negozi di OVS Spa richiede un modello operativo flessibile con ampio ricorso al part-time. Infatti circa il 30% del nostro personale a tempo indeterminato lavora a tempo parziale (1.856 persone).

La presenza femminile è elevata e le donne costituiscono il 79% del personale. A livello manageriale l'incidenza della presenza femminile si riduce e rappresenta il 29%.

Titolo di studio	2016		
	Uomini	Donne	Totale
Laurea o equivalente	250	470	720
Diploma scuola superiore	772	2903	3675
Scuole dell'obbligo	248	1137	1385
Non tracciato	41	407	448
Totale	1311	4917	6228

Tabella 9 - Ripartizione organico permanente in Italia per titolo di studio

La maggior parte del personale di OVS Spa con contratto a tempo indeterminato si colloca nella fascia di età compresa fra i 31 e i 40 anni. Sono numerosi anche i giovani sotto i 30 anni, registrando un totale di quasi 700 unità. L'età media è di 40,8 anni. Con riferimento all'anzianità aziendale, circa la metà della popolazione aziendale lavora per il Gruppo da oltre 10 anni.

Fascia d'età	2016		
	Uomini	Donne	Totale
<29	167	525	692
30-39	444	1837	2281
40-49	328	1667	1995
>50	372	888	1260
Total	1311	4917	6228

Tabella 10 - Organico permanente in Italia per fascia d'età

Come la rete di vendita del Gruppo è presente in tutta Italia, così anche il personale si distribuisce in tutto il territorio nazionale: il 60% è impiegato al Nord; il 22% lavora in Italia centrale, il 18% in quella meridionale e nelle isole.

Dipendenti per Area Geografica	2016		
	Permanenti	Temporan ei	Totali
Italia - Nord Est	1906	397	2303
Italia - Nord Ovest	1803	509	2312
Centro Italia	1350	359	1709
Sud Italia ed Isole	1168	264	1432
Totali	6227	1529	7756

Tabella II - Organico per area geografica in Italia

Tutelare la salute e la sicurezza

In ottemperanza agli obblighi previsti dalla normativa in materia di tutela dell'ambiente e di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, OVS Spa pone in essere gli investimenti necessari a garantire una gestione sicura e responsabile delle produzioni e un ambiente sicuro per i lavoratori.

Gli infortuni sul lavoro (compresi quelli in itinere), nel 2016 sono stati 194 (54 in più rispetto al 2015).

OVS Spa ha erogato 11.240 ore di formazione sulla gestione della Sicurezza e della salute sul posto di lavoro.

Valore alla diversità

Come indicato nel Codice Etico, in OVS Spa riconosciamo il valore delle persone e ci impegniamo a offrire pari opportunità di lavoro senza distinzioni basate su etnia, religione, opinioni, nazionalità, sesso, condizioni fisiche, età, status sociale, valutando positivamente le situazioni di "diversità", ancora più importanti alla luce del processo di internazionalizzazione che il gruppo sta portando avanti.

L'impegno va oltre alla **condanna e alla sanzione di qualsiasi forma di discriminazione** o di limitazione delle occasioni di crescita professionale o umana dovuta a pregiudizi o atteggiamenti ostili alla diversità: il Gruppo infatti intende valorizzare e promuovere proattivamente un ambiente inclusivo a misura delle esigenze di ognuno, dove tutti possano esprimere al meglio le proprie potenzialità, valorizzando l'espressione di diversi punti di vista e il contributo personale di ognuno come elemento di arricchimento e sviluppo.

Questo impegno nasce anche da una constatazione importante: nella nostra rete vendita e presso la sede centrale **su 5 lavoratori 4 sono donne**, la quota di personale femminile si attesta infatti al 79% dell'organico. Anche per questo motivo, riteniamo di dover prestare particolare attenzione alle nostre **politiche sul congedo parentale e di work-life balance**, ricercando un miglioramento continuo della loro efficacia anche per ridurre il rischio di interruzione della collaborazione per difficoltà a conciliare l'attività professionale con gli impegni familiari.

In quest'ottica OVS Spa consente alle proprie lavoratrici e lavoratori di avvalersi di una riduzione dell'orario di lavoro, beneficiando della formula **part-time**. Con riferimento ai collaboratori con contratto di lavoro a tempo indeterminato, nel 2016, 1856 persone OVS Spa, di cui il 98% donne hanno beneficiato dell'orario lavorativo ridotto.

Grazie anche a questo strumento, nel 2016 su 213 persone OVS Spa che hanno beneficiato del congedo parentale, di cui 4% uomini, la quasi totalità – 210 – alla conclusione del periodo di congedo ha scelto di proseguire l'attività lavorativa.

Infine, tra le iniziative condotte dal Gruppo per facilitare la conciliazione del ruolo di genitori con l'impegno del lavoro, merita menzione la decisione di riconvertire in **asilo aziendale** il *temporary store* di OVS Spa installato a Milano nel sito dell'Esposizione Universale EXPO 2015. L'iniziativa, attualmente in corso di realizzazione, prevede il trasferimento della struttura presso la sede centrale di OVS Spa a Mestre e ospiterà 45 figli in età prescolare di collaboratori di OVS Spa e di altre famiglie veneziane.

L'edificio sarà progettato per rispondere ai requisiti della certificazione LEED a livello almeno pari a Gold.

Formazione

Il programma di sostenibilità #WeCare ha come principio fondante la partecipazione di tutti. Per questo abbiamo attivato un percorso di formazione capillare per fornire a tutti gli strumenti utili a diventare protagonisti del cambiamento, con le proprie piccole e grandi scelte di ogni giorno in ogni ambito aziendale. Il programma di training #WeCare sui principi di innovazione sostenibile alla base del nostro approccio ha raggiunto nel corso del 2016 più del 50% del personale di sede (468 dipendenti) e pianifichiamo di estendere la formazione capillarmente a tutto il personale di sede e a parte del personale degli store nel corso del 2017.

In generale OVS Spa riveste molta attenzione allo sviluppo delle competenze dei dipendenti per valorizzare al meglio il talento e supportare la crescita personale e professionale di ciascuno.

Si tratta di iniziative formative strutturate in **attività d'aula, training on the job, project work e social learning**. I principali percorsi di sviluppo delle competenze sono:

Induction program: fornisce tutte le competenze trasversali al ruolo ricoperto in OVS Spa (relazioni organizzative, efficiente utilizzo degli strumenti informatici, lingua inglese).

Product and purchasing school: pensata per rafforzare tutte le competenze distintive di stile, di prodotto e di gestione, che contraddistinguono ogni professionista della moda democratica.

Academy: consente di affrontare con successo le nuove sfide manageriali.

OVS Retail School: rappresenta oggi la principale scuola aziendale italiana dedicata alla formazione di nuovi Store Manager, offrendo le competenze distintive per operare con efficacia nella rete vendita OVS Spa come venditore e visual merchandiser.

UPIM Retail School: è il percorso di aggiornamento costante per venditori e visual merchandiser che operano nella rete di punti vendita UPIM.

OVS Store Management School: percorso di formazione all'avanguardia per il conseguimento dello Store Manager Diploma, puntando al continuo sviluppo delle competenze per eccellere in questo ruolo.

I training sono prevalentemente offerti con modalità on-line oltre che di persona, per coprire le esigenze di legge, ma anche per rinforzare le competenze e le capacità di ciascuno.

Tutti programmi di formazioni prevedono un test finale di valutazione del livello di apprendimento per definire l'efficacia e il gradimento del corso e per permettere un continuo miglioramento dell'offerta formativa.

Nel corso del 2016 il Gruppo ha attuato un piano integrato diretto alla valorizzazione delle proprie persone, sia agendo sul fronte delle competenze, sia intervenendo sull'ottimizzazione degli assetti organizzativi e di funzionamento.

Lo scopo fondamentale è stato quello di assicurare la presenza di persone in grado di supportare i programmi di costante espansione in Italia e all'estero e l'avvio di nuovi progetti in ambito di creazione dell'offerta e di ottimizzazione delle operations.

Le principali azioni attivate per la crescita delle competenze e del coinvolgimento dei collaboratori hanno riguardato:

il riassetto e rinforzo dell'insieme dei programmi formativi aziendali, allargando fortemente l'utilizzo delle opportunità offerte dell'e-learning;

- il rafforzamento della cooperazione con il mondo universitario, sviluppando programmi finalizzati alla integrazione fra capacità distintive aziendali e apertura alla ricerca e alla innovazione, in particolare per i percorsi di digitalizzazione e di data mining;
- l'avvio di nuovi programmi di talent management per meglio valorizzare il potenziale delle risorse interne, esponendole a progetti mirati alla crescita e innovando il percorso di performance management;
- l'inserimento di figure specializzate, per assicurare nuove competenze, in particolare nel mondo dello stile e prodotto
- particolare attenzione alla formazione linguistica a supporto dell'internazionalizzazione dell'organizzazione

Nel 2016 sono stati investiti in formazione circa 315.000 euro.

Le attività formative erogate hanno coinvolto un totale di 4487 persone (il 34% in più rispetto al 2015) di cui il 54% donne.

Le attività formative hanno riguardato principalmente la formazione professionale (44%), seguita dalla formazione in materia di Salute e Sicurezza sul luogo di lavoro (20%).

Tipologia di formazione	Ore 2016
Managerial training	9.418
Professional training	24.692
Linguistic training	5100
Training on Code of Ethics (231 Organizational Model, etc.)	400
Health&Safety training	11240
Operation	3600
Soft Skills	1820
Total	56.270

Tabella 12 - Ore di formazione per tipologia

Nel corso del 2016 sono state erogate una media di 9 ore di training a dipendente, con una crescita del 18% rispetto all'anno precedente, di cui una parte significativa dedicata ai temi di innovazione sostenibile.

Mediamente le donne usufruiscono meno della formazione con circa 6,2 ore pro-capite, rispetto ai colleghi uomini che totalizzano 19,5 ore pro-capite.

Infine, per migliorare il benessere delle persone in azienda abbiamo fatto partire il programma "**Percorso Salute & Benessere**", un percorso per arricchire le conoscenze sulla cura e il benessere della persona, incentrato sulle seguenti tematiche: Primo Soccorso in ambito domestico, nutrizione e benessere, gli impatti sulla salute del fumo e metodologie per smettere, esercizi di concentrazione, prevenzione sanitaria per vacanze all'estero.

Sviluppo e compensation

Attraverso piani di partecipazione al capitale sotto forma di stock option "*equity-settled*", al raggiungimento di determinati obiettivi di performance, OVS Spa offre alle figure manageriali e alle persone chiave del Gruppo un sistema di remunerazione che prevede l'assegnazione gratuita di azioni ordinarie OVS Spa S.p.A.. In questo modo la parte variabile della remunerazione del personale chiave si lega all'effettivo andamento della Società e alla creazione di valore per gli azionisti nel lungo periodo, andando così a costruire un sistema di incentivazione fortemente competitivo capace sia di attrarre e fidelizzare figure altamente qualificate sia di sostenere lo sviluppo della Società.

Coerentemente con questa politica di incentivazione è stato sviluppato un sistema strutturato per valutare periodicamente in modo puntuale la prestazione lavorativa delle Persone OVS Spa attraverso momenti formali di confronto per analizzare il grado di raggiungimento degli obiettivi attesi e il percorso di crescita di carriera.

Il sistema di regolare valutazione delle performance individuali nel 2016 ha coperto il 100% delle persone di sede e di magazzino e il 13% delle Persone OVS Spa che lavorano presso la rete di punti vendita (prevalentemente Store Manager). Il sistema prevede degli incontri periodici formali con il manager, delle valutazioni individuali o di gruppo e delle osservazioni sul campo da parte dei capi diretti o dal personale della funzione risorse umane.

Remunerazione

Ogni anno il processo di definizione dei piani di retribuzione considera diverse variabili come: il budget retributivo, i risultati individuali, il benchmark con altre realtà attraverso studi di mercato. Questo processo include la definizione dei bonus ad eccezione di quelli definiti attraverso i piani di incentivazione che seguono regole diverse. In generale lo stipendio delle figure manageriali comprende anche una parte variabile (fino al 20%) che si basa sui risultati annuali individuali con una soglia comune a tutti. Per alcuni ruoli di spicco possono essere previsti degli incentivi di assunzione basati sui risultati ottenuti nel corso di definiti periodi di tempo (tipicamente 6-12 mesi). Alcuni dipendenti di talento possono essere inclusi in percorsi di carriera speciali che determinano una crescita di carriera e stipendio più veloce della media, a seconda del loro ruolo e della loro performance.

A complemento del trattamento retributivo, al personale di OVS Spa è offerto un fondo pensionistico integrativo a libera adesione e un programma di assistenza sanitaria garantito a tutti i collaboratori indipendente dalla formula contrattuale (tempo determinato/ indeterminato e part time / full time).

A tutti i collaboratori è altresì offerta la possibilità di rateizzazione senza interessi gli acquisti nei negozi dell'azienda, nonché un'ampia gamma di convenzioni con palestre, centri fitness e altre opportunità rese disponibili attraverso un portale web dedicato.

Iniziative #WeCare

Oltre al programma di sensibilizzazione del personale di sede su tematiche legate all'innovazione sostenibile, abbiamo attivato delle attività per rendere concreto il contributo di tutti anche nelle azioni quotidiane.

Abbiamo messo a disposizione dei dipendenti una piattaforma di car pooling per ridurre l'emissione di gas a effetto serra associata allo spostamento casa-lavoro del personale - nel corso del 2016 sono stati risparmiati indicativamente 79.775 km ed è stata evitata l'emissione di più di 7 ton di CO₂, corrispondenti alla piantumazione di un piccolo bosco di 140 alberi all'anno.

Per ridurre l'uso di bottiglie di plastica usa e getta, sono stati installati erogatori di acqua microfiltrata e tutti i dipendenti hanno ricevuto in regalo una borraccia, riducendo così del 60% l'utilizzo di bottigliette di plastica con un risparmio di più di una tonnellata di CO₂.

La borraccia scelta è prodotta da Dopper, una Benefit Corporation olandese. La borraccia è realizzata con materiali sostenibili, privi di BPA e altri additivi nocivi, anti corrosiva e resistente al caldo, certificata Cradle-to-Cradle e contribuisce a finanziare progetti di potabilizzazione dell'acqua in Nepal.

Grazie a questa iniziativa i dipendenti OVS Spa hanno complessivamente risparmiato circa 30.000 Euro per l'acquisto di bottiglie d'acqua e si è ridotto considerevolmente anche il consumo di soft drink.

Sono state allestite delle isole per la separazione ed il riciclo dei rifiuti prodotti in sede grazie alle quali ricicliamo l'88% dei nostri rifiuti di sede.

TIPOLOGIA DI RIFIUTI	Quantità (Kg)
Toner per stampa esaurito	358
Imballaggi in carta e cartone	19.280
Imballaggi in più materiali	5.790
Pile alcaline	50
Altre pile e accumulatori	20
Carta e cartone	24.100
Tubi fluorescenti contenenti mercurio	25
Totale	49.623

Tabella 13 - Rifiuti sede per tipologia

Stakeholder

Key Facts

- Nel 2016 abbiamo erogato circa 70.000 Euro a organizzazioni di promozione sociale, culturale e ambientale nel territorio
- Abbiamo coinvolto 1.400.000 bambini nel Kids Creative Lab dedicato alla sostenibilità dell'ambiente marino.
- Abbiamo coordinato attività di fundraising da parte dei consumatori per un totale di oltre 400.000 a sostegno di progetti con Save The Children ed altre associazioni benefiche.
- Abbiamo coinvolto dipendenti e consumatori fidelizzati nella valutazione dei temi materiali per la redazione del nostro primo bilancio di sostenibilità.

Obiettivi

- Rilascio di un sito web dedicato all'informazione sul programma di sostenibilità di OVS Spa.
- Introduzione di elementi di comunicazione in negozio relativi al programma #WeCare.
- Estensione della valutazione dei temi materiali per il bilancio ad altre categorie di stakeholders prioritari.

Creazione di valore

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

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (eur/1000)		
	2016	2015
Valore economico generato dal Gruppo	1.455.516	1.413.798
Vendite Nette	1.357.883	1.314.089
Altri proventi	65.910	60.243
Proventi finanziari	20.668	18.977
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(1.480)	(828)
Svalutazione crediti	1.200	1.800
Differenze di cambio	11.579	20.769
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	(204)	(897)
Rettifiche di valore di attività materiale ed immateriali	(40)	(355)
Valore economico distribuito dal Gruppo	1.351.100	1.305.969
Costi operativi	990.390	964.125
Remunerazione dei collaboratori	273.911	259.271
Remunerazione dei finanziatori	15.063	26.287
Remunerazione degli investitori	34.050 ²	34.050
Remunerazione della pubblica amministrazione*	37.615	22.183
Liberalità esterne	71	53
Valore economico trattenuto dal Gruppo	104.416	107.829
Ammortamenti	56.796	53.783
Accantonamenti	1.200	1.910
Riserve	46.420	52.136

Tabella 14 - Valore economico generato

² Dato non definitivo, subordinato ad approvazione del CdA

L'Italia rimane il paese in cui si concentra la maggior parte del valore distribuito.

Paese	Percentuale
Italia	54%
Bangladesh	20%
Cina	11%
Hong Kong	5%
India	4%
Pakistan	1%
Other 43 countries	5%

Tabella 15 - Valore distribuito per Paese

Comunità

Siamo fortemente legati al territorio e alle comunità locali che fanno parte del nostro quotidiano e consideriamo fondamentale, anche per la crescita stessa del nostro business, che i nostri clienti, i nostri colleghi e collaboratori, come i nostri fornitori e tutti i nostri stakeholder possano vivere e contare su comunità coese, animate da senso condiviso di responsabilità verso gli altri e da una diffusa cultura della legalità e della tutela del bene comune.

Contribuiamo per questo attivamente a sostenere le persone e le organizzazioni che promuovono la crescita sociale dei territori che ci ospitano con l'ambizione di voler creare valore condiviso, di cui possano beneficiare anche le generazioni future.

Anche considerata la rilevanza del mondo del bambino per le attività aziendali, sosteniamo in particolare cause e progetti a favore dei più giovani, valorizzando l'espressione della loro creatività e la diffusione di uno stile di vita sano e attivo.

Andando avanti, il nostro obiettivo è di rendere questi progetti ad impatto positivo sempre più integrati nella nostra strategia di business, rinforzando negli anni la nostra presenza attiva nel sociale attraverso solide partnership con alcune delle più importanti organizzazioni italiane e internazionali di promozione sociale.

Nel 2016 abbiamo investito 468.507 Euro in attività di promozione sociale, culturale e ambientale nel territorio, tra cui il sostegno al progetto Kids Creative Lab e donazioni a Università ed enti a scopo benefico. Oltre a questo, abbiamo coordinato attività di fund-raising da parte dei consumatori per un totale di circa 400.000 euro a sostegno di progetti con Save The Children per il terremoto ed altre associazioni benefiche.

Nel 2016 OVS Spa ha registrato erogazioni liberali verso associazioni senza fine di lucro per un valore pari a 70.892 euro.

Dal 2010, OVS Spa collabora con Save The Children, organizzazione indipendente per la difesa e la promozione dei diritti dei bambini tra le principali a livello internazionale, coordinando campagne di raccolta fondi attraverso la propria rete di negozi.

Kids Creative Labs

OVS Spa dimostra la sua volontà di rafforzare il legame con i più piccoli e di prendersi cura della loro crescita attraverso un ambizioso progetto educativo - il Kids Creative Lab - realizzato in collaborazione con la prestigiosa Collezione Peggy Guggenheim.

L'edizione conclusa nel 2016 si intitola C-ARTE e ha visto la partecipazione di Rashid Rana, l'artista pachistano di fama mondiale che ha realizzato un'opera esclusiva, una grande stampa fotografica digitale, in copia unica, utilizzando le immagini di paesaggi inviate dai partecipanti. L'edizione si è svolta a Venezia, da dove tutto è partito, coinvolgendo 1 milione bambini, 35.000 classi, 4.000 scuole e si è concluso con una mostra organizzata in collaborazione con l'Università Cà Foscari e il patrocinio del Comune di Venezia.

Nel 2016 è stata avviata anche la 5° edizione del progetto che possiamo definire una vera e propria edizione dei record, all'insegna del connubio Arte & Sostenibilità. Oltre 1.400.000 bambini, 50.000 classi, 6.000 scuole, uniti ancora una volta grazie al progetto educativo che nasce dalla collaborazione tra la Collezione Peggy Guggenheim e OVS Spa, quest'anno all'insegna della sostenibilità e della salvaguardia dell'ecosistema marino. Questa volta gli "ospiti" di eccezione e di fama internazionale sono gli artisti Lucy + Jorge Orta. Dopo aver trattato, nel corso degli anni, tematiche come il rapporto tra arte e moda, ecologia, natura, agricoltura, alimentazione e biodiversità, questa quinta edizione di Kids Creative Lab si lega a un progetto multidisciplinare incentrato sull'attuale e urgente tema della sostenibilità, delle sue implicazioni legate da un lato all'ecologia e al rispetto dell'ambiente, dall'altro all'educazione e allo sviluppo delle generazioni future in relazione a queste tematiche.

Lucy + Jorge Orta, sono artisti noti internazionalmente per il loro impegno in progetti che sensibilizzano l'opinione pubblica verso lo sviluppo sostenibile del pianeta e che hanno fatto della modalità partecipativa i fondamenti della propria produzione artistica. Lucy + Jorge Orta, insieme al Dipartimento di Educazione della Collezione Peggy Guggenheim, hanno ideato e sviluppato il laboratorio creativo, da condurre in classe, incentrato sul tema dell'acqua e dell'equilibrio, sempre più vulnerabile, dell'ecosistema marino, grazie all'ausilio del Kit d'Artista "SostenART".

SostenART è una riflessione attorno al riutilizzo sostenibile, oltre che artistico, della plastica, e, al contempo, un invito a inviare un SOS per la salvaguardia della vita degli oceani tramite un metaforico messaggio in bottiglia. Il laboratorio invita i partecipanti a scrivere un testo a più mani grazie alla tecnica del "Cadavre exquis", gioco amato da André Breton, teorico del Surrealismo, e dagli artisti surrealisti stessi, che consiste nel comporre un messaggio grazie al contributo di più persone, ignorare dell'intervento degli altri. Il testo scritto con questa tecnica viene poi tradotto secondo un codice colore e inserito in una bottiglia di plastica. Tutte le bottiglie contenenti i coloratissimi messaggi criptati composti dai bambini daranno vita a un'unica grande installazione, un suggestivo paesaggio marino, curata proprio da Lucy + Jorge Orta.

Convivio

OVS Spa è stato partner ufficiale della tredicesima edizione di Convivio, la più importante mostra mercato di beneficenza italiana che si è tenuta a Milano dall'8 al 12 giugno 2016.

Una cinque giorni di shopping solidale per continuare ad affrontare il problema dell'Aids in maniera concreta.

OVS Spa ha realizzato le 3000 t-shirt ufficiali dell'edizione 2016 che sono state indossate dai numerosi testimonial di Convivio, dai volontari e dal personale di vendita.

Bimbi in ufficio

OVS Spa partecipa da anni all'iniziativa Bimbi in Ufficio, aprendo le porte dell'azienda per accogliere i figli dei dipendenti e le loro famiglie, nell'ambito delle attività promosse per migliorare la work & life integration. Hanno partecipato all'edizione del 2016 181 bambini per passare un giorno speciale con mamma e papà. I bimbi hanno potuto compiere un giro aziendale e conoscere come i loro genitori passano il tempo quando sono lontani da casa e sono stati coinvolti in diversi laboratori educativi e attività ricreative.

Bullis-no

Nel corso del 2016 è partito 'BullisNO' – Chi bulla perde, un progetto sociale contro bullismo e cyberbullismo in collaborazione con Fare x Bene Onlus, associazione che sostiene, promuove e tutela i diritti inviolabili della persona. Il progetto si rivolge ai docenti e ai genitori per fornire loro gli strumenti utili ad affrontare il complesso compito educativo e a contrastare gli effetti di bullismo e cyberbullismo.

Il progetto ha previsto delle attività di formazione a distanza a cui hanno partecipato 90 docenti in cui esperti professionisti come psicologi, educatori, insegnanti e professori, magistrati, avvocati e polizia postale sono stati protagonisti di video tutorial di formazione.

Il progetto ha previsto la creazione di un decalogo per i genitori scaricabile on line (<http://www.OVSeKids.it/solidarieta/decalogo-bullismo-chi-bulla-perde/>) e consegnato in estratto cartaceo negli store OVS Spa (1.200.000 cartoline) con l'intento di fornire uno strumento utile per affrontare le situazioni di difficoltà.

Infine, un contest creativo ha coinvolto direttamente i ragazzi per la selezione dei testimonial delle campagne future attraverso la realizzazione di video sul tema.

Corretta Nutrizione

In occasione del lancio del nuovo spazio OVS Spa&KIDS dedicato a consigli, spunti, idee per genitori e bimbi all'interno del sito, OVS Spa ha ospitato Marco Bianchi nel flagship store di Corso Buenos Aires a Milano.

Il divulgatore scientifico della Fondazione Umberto Veronesi ha affrontato i temi dell'alimentazione equilibrata e gustosa per i più piccoli.

Una classe di tutto rispetto

Oltre 240 classi e 6000 bambini hanno aderito alla seconda edizione di "Una classe di tutto rispetto", il progetto didattico dedicato al valore del rispetto, della gentilezza e della solidarietà realizzato da Upim, il punto di riferimento dello shopping di servizio e democratico, e Giunti Progetti Educativi.

La campagna educativa "Una classe di tutto rispetto" ha l'obiettivo di sensibilizzare i bambini sul rispetto delle differenze - interculturali, caratteriali o legate a disabilità - sul riconoscimento e la prevenzione di atti di bullismo o prevaricazione, sull'attenzione e la cura per le persone e i luoghi che si frequentano, nonché di introdurli all'importanza della solidarietà, dell'accoglienza e della condivisione.

Le classi III e IV delle scuole primarie dei comuni coinvolti hanno ricevuto gratuitamente il kit di "Una classe di tutto rispetto" composto da libri per bambini e guide per insegnanti creati con l'ausilio di pedagogisti ed esperti di didattica. Ciascuna classe ha individuato e realizzato con l'aiuto dell'insegnante una buona azione e l'ha illustrata su speciali sagome a forma di rondine. Queste buone azioni si sono tradotte in visite a centri anziani, ospedali, centri di raccolta per famiglie bisognose, ma anche in uscite dedicate alla pulizia di giardini, piazze e strade, evidenziando come tanto la solidarietà quanto la protezione dell'ambiente siano fattori fondamentali di una società civile.

Gli elaborati realizzati dai bambini hanno concorso a "La gentilezza vola lontano!", il contest a premi collegato all'iniziativa: le rondini selezionate da una giuria di esperti, tra quelle create dagli oltre 6000 bambini, sono state esposte in alcuni negozi Upim. Le classi prime classificate per ciascuna città sono state premiate con una lavagna interattiva, mentre tanti libri sono andati ad arricchire la biblioteca delle seconde e terze in classifica.

Arts of Italy

Ideato e voluto da OVS Spa, Arts of Italy è l'innovativo progetto che si propone di **sensibilizzare alla tutela e alla valorizzazione delle bellezze artistiche del nostro paese**. È un viaggio nel tempo alla scoperta dell'immenso patrimonio artistico e culturale italiano con l'obiettivo di accrescere l'immaginario culturale ed estetico del grande pubblico, stimolando una rinnovata coscienza del gusto. Un obiettivo ambizioso che consente ad OVS Spa di rendere omaggio all'arte italiana meno conosciuta con una collezione in edizione limitata e di devolvere risorse finanziarie per ridare nuova vita a monumenti dall'inestimabile valore storico.

E' nata quindi **una capsule collection in limited edition dal forte impatto visivo**, realizzata dal team creativo di OVS Spa prendendo ispirazione da alcuni importanti tesori dell'arte italiana. OVS Arts of Italy è un progetto ambizioso e coraggioso che si pone un obiettivo importante: accrescere l'immaginario culturale ed estetico del grande pubblico, stimolando una rinnovata coscienza del gusto. Il progetto è stato promosso attraverso una campagna a cui hanno partecipato importanti testimonial italiani (la stilista **Marta Ferri**, la scrittrice **Chiara Gamberale**, le attrici **Eleonora Giovanardi** e **Margareth Madé**, gli attori **Silvio Muccino** e **Alessandro Preziosi**, il critico d'arte **Achille Bonito Oliva** e il compositore **Giovanni Allevi**). OVS Arts of Italy si è sviluppato anche attraverso un percorso parallelo che ha coinvolto il pubblico in un **videocontest** in collaborazione con la **Fondazione Ente dello Spettacolo**.

Comunicazione

Strategia di marketing e comunicazione

Il marchio OVS nasce all'interno del Gruppo Coin nel 1972 e con una progressiva espansione del proprio network e significativi investimenti in campagne di marketing e advertising è divenuto un marchio di riferimento sempre più conosciuto e apprezzato dalla clientela, raggiungendo una brand awareness nel mercato italiano pari al 97% già nel 2013, tanto da risultare il rivenditore di abbigliamento preferito dal 38% dei clienti italiani (fonte Doxa, 2013).

Risultati importanti, conseguiti anche grazie a una complessa operazione di rebranding avviata nel 2007 che ha trasformato la value proposition di OVS da un marchio incentrato sulla convenienza del prezzo di vendita a un brand riconosciuto anche per i contenuti di stile e d'immagine. Il marchio stesso è stato modificato, passando da Oviesse a OVS Industry fino ad approdare all'odierno marchio OVS nel 2012.

Il costante supporto pubblicitario e promozionale continua a costituire un elemento per lo sviluppo e la crescita del marchio e per la riconoscibilità dello stesso. I canali di comunicazione tradizionali (radio, televisione, stampa e affissioni) e le attività di promozione su internet e sui social network sono potenziati con strategie di marketing below the line. Il Gruppo OVS Spa, ad esempio, è attivo nei principali eventi del mondo della moda sul territorio nazionale, come a Milano durante la Fashion Week e il Salone del Mobile o a Firenze per Pitti Immagine. In queste occasioni il Gruppo celebra gli eventi con allestimenti speciali nei principali punti di vendita locali, richiamando e valorizzando gli appuntamenti in città.

Il legame con la clientela, insieme alla capacità del Gruppo di capirne e interpretarne i gusti, si è rafforzato anche grazie un vasto programma di fidelizzazione, avviato nel 2009, fornendo la possibilità di richiedere due diverse tipologie di carte fedeltà: la OVS Card e la OVS Student Card.

Oggi sono attive circa 3,2m (sottoscritte)- 2,3m (attive) di carte fedeltà dei marchi OVS, UPIM e BlueKids e negli ultimi due anni il marchio OVS è diventato il maggior marchio non appartenente alla grande distribuzione di prodotti alimentari per numero di carte fedeltà emesse e utilizzate.

Ogni carta fedeltà in formato elettronico fornisce l'accesso ad una serie di servizi e tramite un programma fedeltà riconosce il diritto a vantaggi esclusivi ai titolari.

Negozi Sostenibili

Key Facts

- Attraverso la seconda fase del progetto Relamping abbiamo risparmiato 11.177.285 kWh per un valore di circa 2,6 milioni di Euro passando da 132W/mq dedicati all'illuminazione a 62W/mq, risparmiando l'equivalente di circa 4.400 ton di CO₂.
- Lo store di Milano corso Buenos Aires ha raggiunto l'importante traguardo delle certificazioni BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), risultando il primo store in Italia certificato con il protocollo BREEAM International RFO (Refurbishment and Fit-Out) ed è alimentato al 100% da energie rinnovabili certificate.

Obiettivi

- Applicare i criteri di eco-progettazione dello Standard Profile OVS a tutte le nuove aperture.
- Approvvigionare il 100% dei punti vendita in Italia con energia rinnovabile certificata.

Standard Profile

Una priorità di miglioramento per il Gruppo è innalzare il profilo di sostenibilità della rete dei negozi, a cominciare dalle nuove aperture. Con questo obiettivo è stato sviluppato uno standard OVS specifico per gli store che definisce i criteri di progettazione da adottare per tutte le nuove aperture mirando a minimizzare gli impatti sull'ambiente considerando l'intero ciclo di vita dell'edificio: dalle fasi di progettazione integrata, alla costruzione fino alla comunicazione ai visitatori del negozio.

Gli obiettivi proposti dalle linee guida adottate sono:

- ridurre i costi operativi attraverso un approccio integrato che incorpori criteri di sostenibilità durante le fasi di progettazione, costruzione e gestione del negozio;
- minimizzare il dispendio energetico e le emissioni inquinanti;
- aumentare in modo sistematico la qualità dell'ambiente e il comfort percepito all'interno del negozio a partire dalla climatizzazione e dalla qualità dell'aria fino all'illuminazione, ai materiali impiegati e alla pulizia;
- avere un impatto positivo sulla produttività e sulla retention del personale;

Lo store OVS – luogo cardine della nostra attività e spazio di contatto diretto con il cliente – è sempre più un punto d'incontro e di condivisione dell'impegno concreto per una moda sostenibile. L'ambiente stesso è stato creato rispettando questi valori: un negozio accessibile a tutti, adatto alle famiglie e accogliente, costruito impiegando materiali eco-compatibili e applicando soluzioni per l'efficienza energetica e il benessere climatico.

Il profilo Standard degli Store OVS si ispira ai principali standard internazionali di bioedilizia (es: LEED, BREEAM, ecc).

Le linee guida forniscono indicazioni su come migliorare la sostenibilità dell'immobile curando i seguenti ambiti:

- **management:** inerente agli aspetti legati alla gestione del cantiere e alla minimizzazione degli impatti sulle aree circostanti, promuovendo l'introduzione di nuove figure *ad hoc* all'interno del Gruppo di lavoro, come la figura del commissioning
- **salute e benessere:** afferente a tutti gli accorgimenti idonei a garantire ambienti salubri e salutaris per gli occupanti. Alcuni indicatori della qualità interna sono legati all'illuminazione naturale e artificiale, alla connessione visiva degli spazi regolarmente occupati con le aree esterne, al comfort termico degli occupanti, alle prestazioni acustiche e più in generale alla qualità dell'aria interna
- **energia:** ambito che copre la misurazione, il controllo e l'ottimizzazione dei consumi attraverso l'utilizzo di sistemi di contabilizzazione e monitoraggio dei consumi
- **trasporti:** inerente alla valorizzazione della mobilità alternativa e alla connessione del negozio con i sistemi di trasporto pubblico, valutando la localizzazione degli store in aree urbanizzate e la vicinanza a servizi pubblici aperti alla comunità
- **acqua:** area di presidio che intende ridurre e ottimizzare l'utilizzo della risorsa idrica attraverso strategie di minimizzazione delle possibili perdite dell'impianto, utilizzo di apparecchiature sanitarie e rubinetteria efficiente e il maggiore impiego di risorse non potabili
- **materiali:** inerente all'analisi dei materiali utilizzati per la realizzazione con l'obiettivo di indirizzare le scelte su materiali a basso impatto ambientale. In particolare, è premiata la presenza di certificazioni di prodotto, il riutilizzo di risorse, l'analisi del ciclo di vita
- **rifiuti:** ambito afferente alla riduzione della produzione di rifiuti sia in fase costruttiva che durante l'esercizio, attraverso la creazione di aree dedicate per la raccolta differenziata, il compostaggio, l'utilizzo di materiali o componenti di recupero in fase realizzativa e l'utilizzo di macchinari in grado di ridurre i volumi di rifiuti prodotti
- **inquinamento:** inerente alla riduzione dell'inquinamento sotto tutti gli aspetti ambientali: energetico, acustico, illuminotecnico, etc.

Il progetto Relamping

Utilizziamo luci a LED per l'impianto illuminotecnico in ogni nuova apertura di OVS Spa e nel 2014 abbiamo avviato il progetto Relamping che punta a sostituire i corpi illuminanti dei negozi aperti da tempo e dotati di sistemi non di ultima generazione.

Grazie agli investimenti sostenuti negli anni precedenti, nel 2016 è stato possibile registrare importanti risultati sul fronte del risparmio energetico:

- Risparmio di 11.177.285 kWh per un valore di circa 2,6 milioni di Euro passando da 132W/mq dedicati all'illuminazione a 62W/mq sui 131 negozi interessati
- Circa 9.600 tonnellate di CO₂ risparmiate complessivamente dall'avvio del progetto pari alle emissioni generate viaggiando in automobile circa 1200 volte attorno all'equatore

Certificazione Brecam

Lo store di Milano corso Buenos Aires rappresenta un primo traguardo visibile nella direzione della riduzione dell'impatto ambientale dei nostri edifici. Il building è stato progettato applicando i più avanzati concetti di sostenibilità ed ha raggiunto l'importante attestazione GOOD nella certificazione BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), risultando il primo store in Italia certificato con il protocollo BREEAM International RFO (Refurbishment and Fit-Out) 2015.

Sono stati introdotti requisiti di tracciabilità dei materiali adottati, di controllo del ciclo di vita dell'intero negozio, di riduzione dei consumi elettrici (-30% rispetto a un negozio convenzionale) e di quelli idrici (-40%) e infine di miglioramento del comfort interno.

Rifiuti	L'intero ciclo di rifiuti generati durante le attività di cantiere è stato studiato per ottimizzare il recupero delle materie prime e la tracciabilità della componente indifferenziata.
Fornitori	Abbiamo utilizzato solo imprese certificate ISO14001 o equivalenti.
Ventilazione	Abbiamo installato sensori di CO ₂ negli spazi densamente popolati, integrandoli con il sistema di ventilazione per ottimizzare i flussi d'aria in funzione delle reali esigenze.
Trasporto	Rastrelliere dedicate e docce per i dipendenti che usano la bicicletta come mezzo di trasporto.
Energia	Sistema di illuminazione interamente a LED, locali dotati di sensori di presenza e scale mobili con rallentamento automatico della velocità. Energia rinnovabile.

Risorse Naturali

Ogni attività determina un impatto ambientale legato al consumo di risorse naturali limitate, al degrado degli ecosistemi e della relativa biodiversità, alle emissioni di CO₂ e di altri gas a effetto serra che contribuiscono al riscaldamento globale.

In OVS, riteniamo che la salvaguardia dell'ambiente sia uno dei nostri principi guida e un dovere nei confronti delle generazioni future.

Key Facts

- Abbiamo ridotto i consumi elettrici complessivi del 1,1% e i consumi a mq del 6%.
- L'energia della nostra sede proviene al 100% da fonti rinnovabili.
- Abbiamo focalizzato l'attenzione ai rifiuti della nostra sede migliorando il sistema di raccolta differenziata presso la sede, evitando il conferimento di discarica di oltre 45 ton di rifiuti e riducendo le bottiglie di plastica del 60%.
- Abbiamo riutilizzato quasi il 70% degli imballi logistici.

Obiettivi

- Definire un sistema di calcolo dei consumi di acqua più accurato per avviare iniziative di riduzione.
- Ridurre in valore assoluto la quantità di rifiuti prodotta.
- Migliorare ulteriormente il riutilizzo degli imballi.
- Avviare un programma di sensibilizzazione dei consumatori alla riduzione degli imballi.
- Approvvigionare il 100% dei punti vendita in Italia con energia rinnovabile certificata.

Energia

Con l'obiettivo di ridurre i consumi energetici è stato avviato un programma specifico di contenimento del fabbisogno energetico con ricadute positive per l'ambiente e per il Gruppo in termini di riduzione dei costi operativi.

Fattore chiave di successo dell'energy saving program è stata la responsabilizzazione e la ricerca del coinvolgimento attivo dei team dei Punti Vendita, attraverso la condivisione di buone pratiche, la formazione specifica in questo ambito degli store manager correlata a meccanismi d'incentivazione e di riconoscimento dell'impegno, nonché la comunicazione trimestrale dell'andamento dei consumi energetici a ciascun negozio e l'indicazione dei punti di intervento.

L'attuazione di questo programma si è resa possibile grazie al contestuale avvio di un sistema di controllo centralizzato dei consumi e dei costi energetici che consente il loro monitoraggio giornaliero per singolo punto vendita. Grazie alla partnership con il consorzio Centomilacandele, controllato dal Gruppo, è stato infatti messa a punto una piattaforma web-based in grado di tracciare i dati dei consumi energetici orari, confrontandoli con i valori registrati nell'anno precedente e rilevare così picchi di consumo anomalo.

La facilità e la rapidità con cui possono essere analizzati i dati, consente la pronta segnalazione di anomalie al Punto Vendita e il conseguente intervento del responsabile di negozio o del manutentore.

	Consumi metano (mc)			Gasolio (L)			GPL		
	2016	2015	Var	2016	2015	Var	2016	2015	Var
Sede	73.527	79.600	-8%	-	-	-	-	-	-
Magazzini	93.116	95162	-2%	-	-	-	-	-	-
Punti vendita	930.465	801.501	16%	647.465	964.781	-33%	5.270	7.490	-30%
Totale	1.097.108	976.263	12%	647.465	964.781	-33%	5.270	7.490	-30%

Tabella 16 - Consumi in Italia di combustibile fossile

	Elettricità (kWh)		
	2016	2015	Var
SEDE	3.266.960	3.183.347	+2,6%
MAGAZZINI	5.121.274	4.474.583	+14,5%
PUNTI VENDITA	170.799.717	173.516.946	-1,6%
Totale	179.187.951	181.174.876	-1,1%

Tabella 17 - Consumi in Italia di elettricità

Grazie alle iniziative di energy efficiency abbiamo ridotto nei negozi i consumi per metro quadro del 6%.

Consumi per metro quadro (Kwh/mq)		
2016	2015	Var
265	282	-6%

Tabella 18 - Consumi al mq in Italia

Nel 2016 abbiamo prodotto 1.030 KWh da pannelli fotovoltaici che hanno coperto i consumi della nostra filiale di Villanova Castelnaso.

Nel 2016 la nostra sede è stata alimentata il 100% a energia certificata, proveniente da fonti rinnovabili (per lo più idroelettrica) per un consumo totale pari a circa 85.600 KWh.

Allo stesso modo anche il Flagship di Milano Corso Buenos Aires ha funzionato interamente ad energia rinnovabile.

Nel 2017 il nostro fabbisogno energetico per la sede e i punti vendita sarà interamente alimentato ad energia da fonti rinnovabili.

Emissioni

Le emissioni di CO₂ di OVS spa consistono in circa **3.800 Ton di emissioni dirette**, derivanti soprattutto dalla combustione di gasolio, gas naturale e GPL per il riscaldamento della rete di Punti Vendita (74% delle emissioni scope 1). Le emissioni indirette di CO₂ equivalgono a **59.720 Ton equivalenti** derivanti soprattutto dal consumo di energia elettrica nella rete di Punti Vendita (95% delle emissioni scope 2).

Fonte	Unità di misura	2016		2015	
		Consumo	Emissioni (Kg CO ₂)	Consumo	Emissioni (Kg CO ₂)
Gas Naturale	mc	1.097.108	2.145.045,55	976.263	1.908.771,61
Gasolio	l	647.465	1.713.736,26	964.781	2.553.620,94
GPL	l	5.270	9004,11	7.490	12797,11
Totale	-		3.867.785,92		4.475.189,67

Tabella 19 - Emissioni Scope 1 in Italia

Nel solo anno 2016, abbiamo ridotto le emissioni dirette (Scope1) di CO₂ - per le fonti indicate nella tabella precedente - del 13,6%

Oltre alle emissioni descritte vi sono anche 5,49 Ton dovute alle fuoriuscite di gas fluorurati utilizzati negli impianti di condizionamento d'aria.

		2016		2015	
	Unità di misura	Consumo	Emissioni (Kg CO ₂)	Consumo	Emissioni (Kg CO ₂)
Energia elettrica	kWh	179.188.981	57.824.899,33	181.174.876	59.896.414,01
acquistata	kWh	179.187.951		181.174.876	
<i>di cui verde certificata</i>		4.279.000		0	
prodotta	kWh	1.030		0	
Teleriscaldamento	kWh	2.712.477	976.491,72	2.898.801	1.043.568,36
Totale		181.901.458	58.801.391,05	184.073.677	60.939.982,37

Tabella 20 - Emissioni Scope 2

In relazione alle emissioni indirette (Scope2) si evidenzia che nel solo 2016 abbiamo ridotto tali emissioni di circa il 3,5%, grazie a interventi di efficienza energetica e di acquisto di energia rinnovabile.

Acqua

Nel 2016 il consumo d'acqua di OVS Spa è 847.338 mc così come di seguito suddivisa.

	2016	2015
Sede	24.482	31.925
Magazzini	15.821	19.051
Negozi Actual	677.887	598.712
Negozi Stima	129.148	120.932
TOTALE	847.338	770.620

Tabella 21 - Consumi d'acqua

I dati relativi all'acqua sono stati calcolati a partire dalle letture dei relativi contatori per circa 718mila metri cubi. Per la restante parte abbiamo stimato il consumo utilizzando una media al metro quadro che esclude i negozi aventi caratteristiche particolari (torri di evaporazione, sistemi a condensazione, ecc).

Il raffronto tra i due periodi evidenzia una maggior efficienza idrica per sede e magazzini e un consumo in aumento per la rete vendita dovuta al maggior perimetro.

L'acqua utilizzata è prevalentemente prelevata da reti idriche municipali.

Per quanto attiene ai consumi idrici, è necessario evidenziare come il dato rilevato presso i punti vendita sia costituito dalla somma di consumi direttamente imputabili a OVS Spa ed altri consumi, non di competenza, che non sono al momento misurabili.

Tale circostanza si viene a determinare nei casi in cui OVS Spa conceda a terzi in sublocazione parte dei locali ad essa locati, senza che sia prevista l'installazione di un contatore dedicato alla misura dei consumi della terza parte. OVS Spa provvede al riaddebito dei predetti consumi con modalità non necessariamente correlate all'effettivo consumo.

Rifiuti

Negli ultimi anni, OVS Spa ha riversato una crescente attenzione al contenimento dei rifiuti prodotti nell'intero ciclo produttivo, in particolare abbiamo intrapreso alcune importanti azioni:

- abbiamo attivato sin dal 2013 la raccolta di abiti usati che nel 2016 ha permesso la raccolta di 600 Tonnellate di capi evitando il loro conferimento in discarica (vedi sezione dedicata)
- abbiamo installato delle nuove isole per il riciclo in azienda grazie alle quali evitiamo il conferimento in discarica di circa 180 ton di rifiuti l'anno
- abbiamo ottimizzato il ciclo di vita degli imballaggi attraverso l'utilizzo di poly bag riutilizzabili e una più efficiente gestione degli appendini per abiti per ridurre la produzione di rifiuti (vedi box di approfondimento)
- la nostra logistica impiega imballaggi secondari che sono riutilizzati più volte nei processi distributivi; inoltre, il loro disegno è ottimizzata per ridurre lo spreco di carta in fase di produzione
- adottiamo politiche di 'acquisto verde' a partire dall'acquisto prevalente di carta ecologica riciclata (il rimanente è certificato FSC).

RIFIUTI	Quantità (Kg)		
	DEPOSITI	SEDE	RETE NEGOZI
Rifiuti non pericolosi	3.974.051	49.578	9.570.330
carta e cartone	3.235.650	43.380	290.178
imballaggi misti	620.426	5.790	6.957.319
legno	70.490	-	982.903
metallo	-	-	-
plastica	-	-	219.751
ferro e acciaio	47.470	-	186.973
batterie non pericolose	-	50	3.810
toner	-	358	5.369
rifiuti ingombranti	-	-	898.234
apparecchiature fuori uso	-	-	25.788
Rifiuti pericolosi	1.908	45	91.302
batterie pericolose	-	20	75.798
tubi fluorescenti	-	25	12.028
vetro	980	-	-
estintori	928	-	-
imballaggi contenenti sostanze pericolose	-	-	3.476
Totale	3.975.959	49.623	9.661.632

Tabella 22 - Quantità rifiuti per tipologia

Le informazioni riportate nella precedente Tabella 22, sono state determinate sulla base di dati consuntivi per quanto riguarda la sede, i depositi e parte della rete negozi. Per la restante parte abbiamo stimato la produzione di rifiuti utilizzando una media al metro quadro per tipologia.

Inoltre, grazie ai ricavi ottenuti dalla raccolta differenziata in sede, abbiamo piantato una foresta di più di 1.000 alberi in Camerun in collaborazione con Treedom e IRAD. Le foreste del bacino del fiume Congo stanno subendo un tracollo ecologico disastroso a causa del taglio illegale del legname. Il progetto di piantumazione che supportiamo coinvolge circa 1.300 persone e aiuta lo sviluppo economico rurale, contribuisce a ridurre le emissioni di CO₂, contrasta la deforestazione in corso nella zona e stabilizza l'assetto idrogeologico dell'area (<https://www.treedom.net/it/projects/cameroon>)

Riduzione imballaggi

OVS Spa monitora costantemente l'utilizzo degli imballi logistici riutilizzandone il più possibile. Già da qualche anno ha dato il via al progetto RIUTILIZZAMI per il recupero e riutilizzo degli imballi impiegati nel centro logistico e dei colli inviati agli store.

Nel corso del 2016, il Programma RIUTILIZZAMI, ha consentito di riutilizzare:

- 1.813.193 cartoni provenienti da fornitori, pari al 67% di quelli ricevuti;
- 189.599 cartoni provenienti dai negozi, pari al 6% del totale di colli distribuiti

Ciò ha consentito di contenere il numero di cartoni nuovi acquistati a 2.582.320 unità, risparmiando oltre 1.600 Ton di carta.

Presso il deposito di Pontenure, abbiamo attivato anche un processo di ricondizionamento dei bancali da trasporto in legno. Un addetto procede alla riparazione dei bancali danneggiati evitandone così lo smaltimento tra i rifiuti.

Ci prendiamo carico del corretto smaltimento degli appendini. Infatti, non li consegniamo ai nostri clienti per poterli riutilizzare nelle normali operazioni di negozio. Gli appendini che non sono più utilizzabili, perché rotti o obsoleti, sono avviati a riciclo grazie ad una partnership con un nostro fornitore che li utilizza per produrre nuovi appendini. Nel 2016 abbiamo riciclato appendini per 11.440 Kg di plastica.

Governance e creazione di valore

Key Facts

- E' stato redatto il primo bilancio di sostenibilità conformemente allo standard GRI.
- È stato istituito lo **Steering Committee per la sostenibilità**, un organo di coordinamento di alto livello con il compito di analizzare gli aspetti di maggiore impatto o criticità per lo sviluppo del business e la definizione di una strategia di sviluppo sostenibile condivisa da tutta l'organizzazione.
- È stata sviluppata una rete di referenti presenti in tutte le funzioni aziendali, i **Sustainability Ambassador**, per diffondere la strategia di sostenibilità all'interno di tutta l'organizzazione.

Obiettivi

- Valutare sistematicamente le performance di sostenibilità aziendale attraverso il B Impact Assessment.
- Integrare principi di parità di genere nella composizione del Consiglio di Amministrazione.
- Integrare la sostenibilità tra i valori e i comportamenti fondamentali dell'azienda.

Governance Aziendale

La struttura di governance e di controllo di OVS Spa³ è tipo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- **L'Assemblea degli Azionisti:** composta dagli azionisti di OVS Spa, esprime la volontà sociale, deliberando con le modalità e sugli argomenti previsti dalla Legge e dallo Statuto, in forma ordinaria e straordinaria;
- **Il Consiglio di Amministrazione:** insieme al Collegio sindacale, è l'organo posto al vertice della governance del Gruppo. È investito di tutti i poteri per l'ordinaria e straordinaria amministrazione, salvo quelli che la legge espressamente attribuisce all'Assemblea dei Soci;
- **Il Collegio sindacale:** ha il compito di vigilare sull'osservanza della Legge, dello Statuto e dei principi di corretta amministrazione della Società;
- **Il Comitato Controllo e Rischi:** supporta le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- **Il Comitato Remunerazione:** ha il compito di assistere il Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni e nelle decisioni relative alla composizione del CdA e alla remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche;
- **Il Dirigente Preposto:** ha il compito di redigere i documenti contabili societari.

Board of Directors composition	gender		age			Role		Independent		Tenure	Nationality	Academic background
	M	F	31-40 years old	41-50 years old	over 50 years old	executive	non-executive	Y	N	N.* of year in Board		
Nicholas Stathopoulos	X			X			X		X	3	Greek	Laurea in economia aziendale
Stefano Beraldo	X				X	X			X	3	Italian	Laurea in economia e commercio
Stefano Ferraresi	X			X			X		X	3	Italian	Laurea in economia e commercio
Jérôme Pierre Losson	X			X			X		X	3	French	Laurea in fisica + MBA
Marvin Teubner	X			X			X		X	3	German	Laurea in Economics and Operations Research
Gabriele Del Torchio	X				X		X	X		3	Italian	Laurea in Scienze Economiche e Bancarie
Heinz Jürgen Krogner Kornalik	X				X		X	X		3	German	Laurea in economia aziendale ed ingegneria industriale

Tabella 23 - Composizione CdA

³ Per maggiori informazioni: sito web della Società: www.OVScorporate.it, nella sezione Governance dove è disponibile la "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari" che descrive anche il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

La nomina e la sostituzione degli Amministratori sono regolate dalla normativa vigente, così come recepita ed integrata, nei limiti consentiti, dalle previsioni dello Statuto in conformità alle previsioni del Codice.

L'assunzione della carica di Amministratore è subordinata al possesso dei requisiti stabiliti dalla legge, dallo Statuto e dalle altre disposizioni applicabili.

Le disposizioni dello Statuto che regolano la composizione e la nomina del Consiglio di Amministrazione sono idonee a garantire il rispetto delle disposizioni di legge di cui agli art. 147-ter e del TUF e alle relative norme di attuazione.

Ai sensi dell'art. 19.3 dello Statuto e in adesione alle best practice, l'Amministratore Delegato riferisce tempestivamente al Consiglio ed al Collegio Sindacale con periodicità almeno trimestrale e comunque in occasione delle riunioni del Consiglio stesso, sull'attività svolta, sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione nonché sulle operazioni di maggior rilievo economico, finanziario e patrimoniale, o comunque di maggior rilievo per le loro dimensioni o caratteristiche, effettuate dalla Società e dalle società controllate; in particolare riferisce sulle operazioni nelle quali essi abbiano un interesse per conto proprio o di terzi o che siano influenzate dal soggetto che esercita l'attività di direzione e coordinamento, ove esistente.

Per ulteriori informazioni in relazione al funzionamento e alla nomina degli organi societari, fare riferimento alla Relazione sulla Corporate Governance.

La predisposizione e l'approvazione della Politica di Remunerazione di OVS Spa coinvolge il Consiglio di Amministrazione (il "Consiglio" o anche "Consiglio di Amministrazione"), il Comitato per le Nomine e la Remunerazione (il "Comitato Nomine e Remunerazione") e l'Assemblea ordinaria degli Azionisti della Società (l'"Assemblea").

Al Consiglio è riservata in via esclusiva non delegabile la competenza a definire la Politica di Remunerazione sulla base della proposta formulata dal Comitato Nomine e Remunerazione costituito al suo interno

Il Consiglio dà poi attuazione alla Politica di Remunerazione, determinando coerentemente con essa, la remunerazione degli Amministratori investiti di particolari cariche, su proposta del Comitato Nomine e Remunerazione e sentito il Collegio Sindacale, nei limiti del compenso complessivo eventualmente determinato dall'Assemblea ai sensi dell'art. 2389, comma 3, cod. civ. e dell'art. 22 dello statuto sociale.

Il Consiglio predispone e approva annualmente la relazione sulla remunerazione prevista dall'art. 123-ter del TUF e dall'art. 84-quater del Regolamento Emittenti, alla quale si rinvia per ogni ulteriore approfondimento.

Governance della sostenibilità

Lo **Steering Committee per la sostenibilità**: è un organo di coordinamento di alto livello a cui partecipano l'Amministratore Delegato, i Direttori Generali e i responsabili delle funzioni Corporate Sustainability, Business Innovation and Change Management, Amministrazione, Finanza e Controllo, Risorse Umane e Organizzazione nonché Legale Societario e Internal Auditing, con il compito di analizzare gli aspetti di maggiore impatto o criticità per lo sviluppo del business nel pieno rispetto dell'ambiente e della soddisfazione delle aspettative degli stakeholder, assicurando la definizione di una strategia di sviluppo sostenibile condivisa da tutta l'organizzazione, individuando tutte le possibili sinergie e le modalità di coordinamento più efficaci, monitorandone infine l'efficace attuazione.

Sustainability Ambassador

Per la gestione e la promozione del programma di innovazione sostenibile #WeCare, OVS Spa ha identificato e formato un Sustainability Team di 15 esperti interni che supportano le direzioni OVS Spa per l'implementazione del programma nelle diverse aree aziendali.

Gli ambassador sono stati identificati sulla base di queste caratteristiche chiave:

Willing : fairly happy about doing things

Envisioner : who use creativity and the power of imagination

Curious : marked by desire to investigate and learn

Activist : who campaigns about a positive change

Responsive : quick to react appropriately

Engaging : collaborative and catalyst of interest and attention

L'integrità del business

In materia di conflitto di interessi, OVS Spa si è dotata di un Modello organizzativo e di gestione ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 8 giugno 2011 n. 231 (il "Modello").

Il Modello di OVS Spa, approvato nella nuova versione aggiornata in data 14 dicembre 2017, si compone di due parti. La prima, di carattere generale, illustra le finalità, i destinatari, le componenti del sistema di controllo preventivo del Modello stesso e, sempre in linea con le prescrizioni contenute nel D.Lgs. 231/2001, la struttura, il funzionamento ed i compiti dell'Organismo di Vigilanza, che, ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs. 231/2001, ha il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello.

La prima parte del Modello prevede, altresì, le attività di formazione ed informazione del personale della Società in merito al contenuto del Modello ed il sistema disciplinare in caso di violazioni delle disposizioni del Modello stesso.

La seconda parte del Modello, a carattere speciale, contiene la descrizione delle fattispecie di reato previste dal D.Lgs. 231/2001 e le relative sanzioni con riferimento alle aree di rischio di commissione dei suddetti reati identificate nel Modello.

Il Sistema di controllo interno delineato dal Modello è completato dal Codice Etico della Società, in cui sono individuati i valori aziendali di riferimento per tutte le società del gruppo, evidenziando l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità di tutti coloro che, a qualsiasi titolo, operano al loro interno o collaborano con le stesse, siano essi dipendenti, interlocutori, partner, pubblica amministrazione, pubblici dipendenti, azionisti e più in generale, ogni altro soggetto con il quale sia instaurato un contatto. L'Organismo di Vigilanza è composto dal dott. Roberto Cortellazzo Wiel (in qualità di Presidente), dal dott. Michele Furlanetto e dall'avv. Marco Pessi.

Per una piena aderenza al D.Lgs. 231/2001, l'Organismo di Vigilanza riporta direttamente ai vertici della Società e non è legato all'operatività aziendale da nessun vincolo gerarchico, in modo da garantire la sua piena autonomia ed indipendenza nell'espletamento delle proprie funzioni. (<http://www.ovscorporate.it/it/governance/modello-231-e-codice-etico>)

L'analisi dell'esposizione al rischio dell'azienda a fenomeni di corruzione è stata effettuata nell'ambito delle attività derivanti dal decr. lgs. 231 e ss. e indirizzata nel modello di gestione, organizzazione e controllo. Policy e procedure parti integrante del Modello sono orientate a mitigare il rischio di corruzione nell'esercizio delle ordinarie attività; il monitoraggio dell'efficacia ed efficienza della regolamentazione interna è effettuato periodicamente nell'ambito dei piani di verifica dalla funzione Internal Audit ed in generale dall'Organismo di Vigilanza. L'azienda rende inoltre disponibili canali confidenziali a chi voglia segnalare attività di corruzione o comunque comportamenti non in linea con quanto definito nel codice etico, dalle leggi e dai regolamenti.

Per la gestione delle operazioni con parti correlate fare riferimento al sito <http://www.ovscorporate.it/it/governance/regolamenti-e-procedure>

Valutazione del rischio

L'analisi dei rischi è effettuata nell'ambito del periodico processo di Risk assessment gestito dal management.

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile dell'adeguatezza del processo di risk management in termini di analisi dei rischi, predisposizione delle contromisure per mitigarli e del monitoraggio dell'efficacia del processo. Si rinvia alla Relazione sulla Corporate Governance per ulteriori dettagli.

In generale, l'andamento del settore retail è correlato al regolare andamento delle stagioni. Alterazioni o cambiamenti significativi alle temperature stagionali comportano l'imprevedibilità nella pianificazione delle vendite e rischi nel raggiungimento dei target definiti. Nel tempo sono state sviluppate strategie di prodotto volte a destagionalizzare l'offerta riducendo il rischio a cui tuttavia l'azienda rimane esposta per natura delle collezioni proposte. L'azienda risulta inoltre esposta ai cambiamenti climatici e a eventi naturali catastrofici collegati nei paesi di approvvigionamento e di vendita (es. alluvioni, terremoti). Da un lato sono stati avviati programmi di riduzione dell'impatto ambientale nell'ambito del progetto sostenibilità, dall'altro sono state predisposte potenziali fonti alternative o forme assicurative volte a mitigare il rischio e/o l'impatto.

Gli impatti collegati ai rischi rilevati sono i seguenti:

- Immagine e reputazione
- Riduzione delle vendite
- Riduzione dei margini
- Multe
- Procedimenti legali

Tabella degli standard GRI

Standard		Pagina/Note
GENERAL STANDARD DISCLOSURE		
Profilo dell'organizzazione		
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	8
GRI 102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	12
GRI 102-3	Sede principale	8
GRI 102-4	Paesi di operatività	11
GRI 102-5	Assetto proprietario e forma legale	11
GRI 102-6	Mercati serviti	11
GRI 102-7	Dimensione dell'organizzazione	9;45
GRI 102-8	Caratteristiche della forza lavoro	37
GRI 102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	32;33
GRI 102-10	Cambiamenti significativi della dimensione, struttura, assetto proprietario o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS.
GRI 102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	OVS adotta l'approccio prudenziale per la riduzione degli impatti ambientali dei processi produttivi e dei prodotti, secondo il principio n.15 della Dichiarazione ONU di Rio de Janeiro
GRI 102-12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	28;33;46
GRI 102-13	Partecipazione ad Associazioni di categoria nazionali e/o internazionali in cui l'organizzazione detiene una posizione presso gli organi di governo	OVS non detiene una posizione presso gli organi di governo di alcuna Associazione di categoria nazionale o internazionale.
Strategia		
GRI 102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	5
Etica e Integrità		
GRI 102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	13;15
Governance		
GRI 102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	60
GRI 102-21	Consultazione degli stakeholder	19
GRI 102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	60
GRI 102-32	Ruolo del più alto organo di governo nella reporting di sostenibilità	60; 61
Stakeholder engagement		
GRI 102-40	Categorie e gruppi di stakeholder	19
GRI 102-41	Accordi di contrattazione collettiva	OVS adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento.

Standard		Pagina/Note
GRI 102-42	Processo di identificazione degli stakeholder	19
GRI 102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	19; 23
GRI 102-44	Aspetti chiave emersi	23
Reporting practice		
GRI 102-45	Entità incluse nel Bilancio	8
GRI 102-46	Definizione del perimetro dei contenuti	8
GRI 102-47	Lista dei topic materiali	23
GRI 102-48	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS.
GRI 102-49	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS.
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	8
GRI 102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS.
GRI 102-52	Ciclo di rendicontazione	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS, al quale seguiranno annualmente altri rapporti.
GRI 102-53	Contatti e indirizzi	8
GRI 102-54	Dichiarazione di conformità agli Standard GRI	8
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	64
GRI 102-56	Politiche e pratiche di assurance esterna	69
TOPIC SPECIFIC STANDARD		
STANDARD ECONOMICI		
Aspetto non materiale - Performance economica		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	45
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	45
GRI 201-3	Copertura dei piani pensionistici definiti dall'organizzazione	42
GRI 201-4	Finanziamenti ricevuti dal enti pubblici	OVS non ha ottenuto finanziamenti da enti pubblici nel corso del 2016
Aspetto non materiale - Presenza sul mercato		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	42
GRI 202-1	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	42
Aspetto non materiale - Impatti economici indiretti		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	46
GRI 203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità"	46
Aspetto materiale - Pratiche di approvvigionamento		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	33
GRI 204-1	Percentuale di spesa concentrata sui fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	33
Aspetto materiale - Anti corruzione		

Standard		Pagina/Note
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	62
GRI 205-2	Comunicazione e formazione relative alle policy e procedure anti-corruzione	62
GRI 205-3	Numero di casi di corruzione e azioni intraprese	Nel corso del 2016 non sono state registrati casi di corruzione
Aspetto non materiale – Comportamento anti competitivo		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	59
GRI 206-1	Azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e rispettivi esiti	Nel corso del 2016 non sono state registrate azioni legali riferite a concorrenza sleale e antitrust
STANDARD AMBIENTALI		
Aspetto materiale – Materiali		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	26
GRI 301-1	Materiali utilizzati	26
GRI 301-3	Reclami relativi a prodotti e packaging	28
Aspetto materiale – Energia		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	54
GRI 302-1	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	54
GRI 302-4	Riduzione dei consumi energetici	54
Aspetto materiale – Acqua		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	56
GRI 303-1	Prelievo di acqua per fonte di approvvigionamento	56
Aspetto materiale – Emissioni		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	55
GRI 305-1	Emissioni di gas serra dirette (scope 1)	55
GRI 305-2	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (scope 2)	55
GRI 305-5	Riduzione delle emissioni di gas serra	55
GRI 305-6	Emissioni di ODS (Ozone-depleting substances)	55
Aspetto materiale – Scarichi e rifiuti		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	57
GRI 306-2	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodo di smaltimento	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
Aspetto non materiale – Conformità		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	53; 59; 50
GRI 307-1	Valore monetario delle multe significative e numero totale di sanzioni non monetarie per il non rispetto di leggi e regolamenti ambientali	Nel corso del 2016 OVS non ha ricevuto multe o sanzioni per il non rispetto di leggi e regolamenti ambientali
Aspetto materiale – Valutazione ambientale dei fornitori		

Standard		Pagina/Note
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	33
GRI 308-1	Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base dei criteri ambientali	33
GRI 308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	33
STANDARD SOCIALI		
Aspetto materiale – Occupazione		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	36
GRI 401-1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, genere e aree geografiche	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
GRI 401-3	Ritorno al lavoro e tasso di rientro a seguito di congedo parentale	37
Aspetto materiale – Salute e sicurezza sul luogo di lavoro		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	28
GRI 403-2	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni persi, tasso di assenteismo e numero totale di infortuni mortali suddivisi per categoria di dipendente	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
Aspetto materiale – Formazione e istruzione		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	37
GRI 404-1	Formazione del personale	37
GRI 404-2	Formazione per il miglioramento delle competenze del personale	37
GRI 404-3	Percentuale di dipendenti valutati sulla performance e sullo sviluppo della carriera	37
Aspetto materiale – Diversità e pari opportunità		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	37
GRI 405-1	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per genere, età, appartenenza alle categorie protette e altri indicatori di diversità	60
Aspetto materiale – Non discriminazione		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	37
GRI 406-1	Numero di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi legati a pratiche discriminatorie
Aspetto materiale – Lavoro minorile		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	33; 36
GRI 408-1	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure intraprese	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
Aspetto materiale – Lavoro forzato		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	33; 36
GRI 409-1	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro forzato e delle misure intraprese	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
Aspetto materiale – Diritti della comunità locale		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	46
GRI 411-1	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi di

Standard		Pagina/Note
		violazioni dei diritti umani
Aspetto materiale – Valutazione sui diritti umani		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	33; 46
GRI 412-1	Percentuale e numero totale di attività sottoposte a controllo e/o valutazioni di impatto relativi ai diritti umani	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
Aspetto materiale – Comunità locale		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	46
GRI 413-2	Attività con attuali o potenziali impatti negativi sulla comunità locale	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
Aspetto materiale – Valutazione dei fornitori sulla base di criteri sociale		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	33
GRI 414-1	Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione sulla base di criteri sociali	33
Aspetto non materiale – Politiche pubbliche		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	59
GRI 415-1	Contributi politici	Nel corso del 2016 OVS non ha ricevuto contributi politici
Aspetto materiale- Salute e sicurezza dei clienti		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	25
GRI 416-1	Valutazione degli impatti dei prodotti e servizi sulla salute e sicurezza dei clienti	25
GRI 416-2	Casi di non conformità a regolamenti in materia di salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi di non conformità in materia di salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita
Aspetto materiale- Marketing e etichettatura		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	49
GRI 417-2	Casi di non conformità in relazione a informazione e etichettatura dei prodotti	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi di non conformità in relazione a informazione e etichettatura dei prodotti
GRI 417-3	Casi di non conformità in relazione a comunicazione di marketing	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi di non conformità in relazione a comunicazione di marketing
Aspetto – Compliance socio-economica		
GRI 103-1; 103-2; 103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	59
GRI 419-1	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi di non conformità a leggi o regolamenti

Relazione della società di revisione

<TBD>