

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016

# UN FUTURO PIÙ BELLO, PER TUTTI.



OVS | #wecare

# UN FUTURO PIÙ BELLO, PER TUTTI.

*Con questo primo bilancio di sostenibilità,  
OVS inizia un percorso di condivisione  
importante.*

*Ha molta strada davanti a sé, ma conferma  
oggi un impegno preciso, avviato da tempo.  
Lo fa per contribuire a creare un futuro  
migliore per i nostri figli. Lo fa perché  
ha una visione chiara di questo futuro  
e di come poterlo raggiungere.*

*Sarà un futuro bello e accessibile a tutti.  
Come la moda OVS.*

	<b>INTRODUZIONE</b>	<b>004</b>
	Intervista a Stefano Beraldo	004
	Nota metodologica	007
	Il 2016 in breve	008
	#wecare Manifesto	009
	Colpo d'occhio su OVS SpA - Breve storia di un successo	010
	La struttura del gruppo	012
	I nostri marchi	014
	Mission e valori	016
	Disegniamo una moda sostenibile	018
	Programma #wecare	020
	I nostri stakeholder	022
	Analisi di materialità	024
<b>1</b>	<b>PRODOTTI DI VALORE</b>	<b>027</b>
	Key Facts	028
	Obiettivi	029
	Design sostenibile	030
	Materiali	030
	Cotone sostenibile	032
	Qualità e sicurezza	033
	Rispetto per gli animali	035
	Approccio circolare	036
<b>2</b>	<b>PRODUZIONE RESPONSABILE</b>	<b>039</b>
	Key Facts	040
	Obiettivi	041
	Gestione Supply Chain	042
	Associazioni di settore	045
	Fornitori	046
<b>3</b>	<b>PERSONE E CULTURA</b>	<b>049</b>
	Key Facts	050
	Obiettivi	051
	Le nostre persone	052
	Iniziative #wecare	059

<b>4</b>	<b>STAKEHOLDER</b>	<b>061</b>
	Key Facts	062
	Obiettivi	063
	Creazione di valore	064
	Comunità	066
	Comunicazione	071
<b>5</b>	<b>NEGOZI SOSTENIBILI</b>	<b>073</b>
	Key Facts	074
	Obiettivi	075
	Standard Profile	076
	Il progetto Relamping	078
	Certificazione Breeam	079
<b>6</b>	<b>RISORSE NATURALI</b>	<b>081</b>
	Key Facts	082
	Obiettivi	083
	Energia	084
	Emissioni	086
	Acqua	087
	Rifiuti	088
<b>7</b>	<b>GOVERNANCE E CREAZIONE DI VALORE</b>	<b>091</b>
	Key Facts	092
	Obiettivi	093
	Governance aziendale	094
	Governance della sostenibilità	096
	L'integrità del business	097
	Valutazione del rischio	098
	<b>TABELLA DEGLI STANDARD GRI</b>	<b>100</b>
	<b>RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE</b>	<b>110</b>

## 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

**Sostenibilità coincide con la capacità di creare sistematicamente valore per tutti gli stakeholder**

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

**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**

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 a 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

**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**

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).

**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**

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



**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**

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



Periodo di riferimento del presente Bilancio  
**1 febbraio 2016**  
 → **31 gennaio 2017**

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 e 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 presente documento fa riferimento a OVS SpA, 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 SpA  
 Via Terraglio n.17  
 30174  
 Venezia – Mestre

### Contatti

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

## IL 2016 IN BREVE

1.469

negozi in 39 paesi

33,4

milioni di capi certificati OEKO-TEX

7756

persone in Italia

8

milioni di capi in cotone biologico

1°

negozio in Italia certificato BREEAM Refurbishment & Fit-Out

100%

dell'energia utilizzata per la sede proveniente da fonti rinnovabili

1°

brand Italiano ad aderire alla Better Cotton Initiative

100%

dei nuovi fornitori valutati rispetto alle performance sociali

1°

azienda italiana a far parte della Sustainable Apparel Coalition

1.400.000

bambini coinvolti nella quinta edizione del Kids Creative Lab

13,6%

riduzione delle emissioni dirette di CO<sub>2</sub> e 3,5% di riduzione delle emissioni indirette rispetto al 2015

15

sustainability Ambassadors per diffondere la strategia di sostenibilità all'interno di tutta l'organizzazione

## #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.

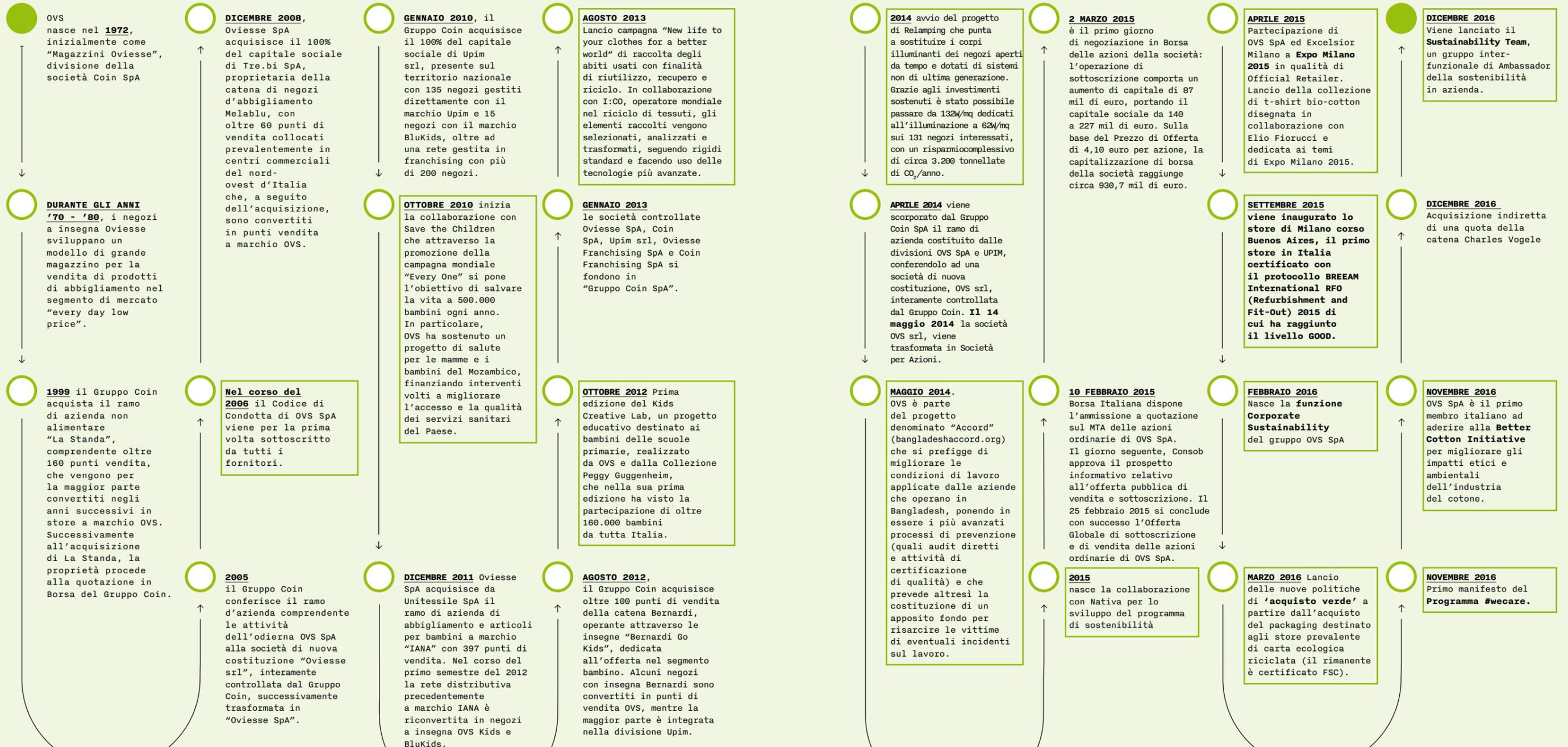
Sappiamo di avere di fronte un **LUNGO PERCORSO** e ci impegniamo a migliorare ad **OGNI PASSO**.

Ci domandiamo ogni giorno cosa sia **PIÙ GIUSTO** e ripensiamo quello che facciamo per **DISEGNARE UNA MODA** dove **BELLO** sia necessariamente anche **BUONO**.

# COLPO D'OCCHIO SU OVS SPA

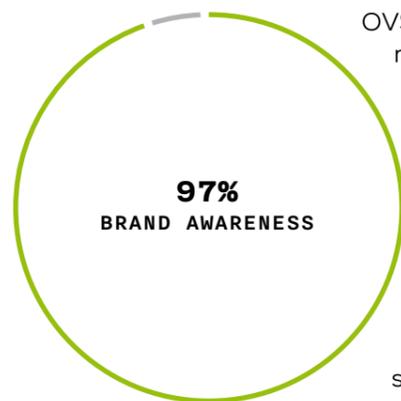
## BREVE STORIA DI UN GRUPPO DI SUCCESSO

→ Dall'inizio della nostra storia, abbiamo sempre guardato al futuro



→ Crediamo che gli eventi indicati con i riquadri verdi siano tappe importanti e le vogliamo fin da oggi mettere in evidenza, non per sentirci arrivati, ma perché marcano il nostro impegno verso un futuro più bello.

## 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 e 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 aspettative di tutti gli stakeholder 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 e 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 stakeholder e l'ambiente.

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

## DISEGNIAMO UNA MODA SOSTENIBILE

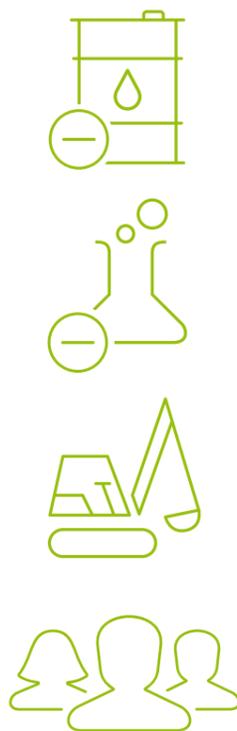
### Strategia di sostenibilità

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, associazione non governativa nata in Svezia nel 1989 e che opera in Italia con la società benefit Nativa, che ci affianca nel programma di Innovazione Sostenibile #wecare.

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

In una società sostenibile:



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



*"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

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. 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.

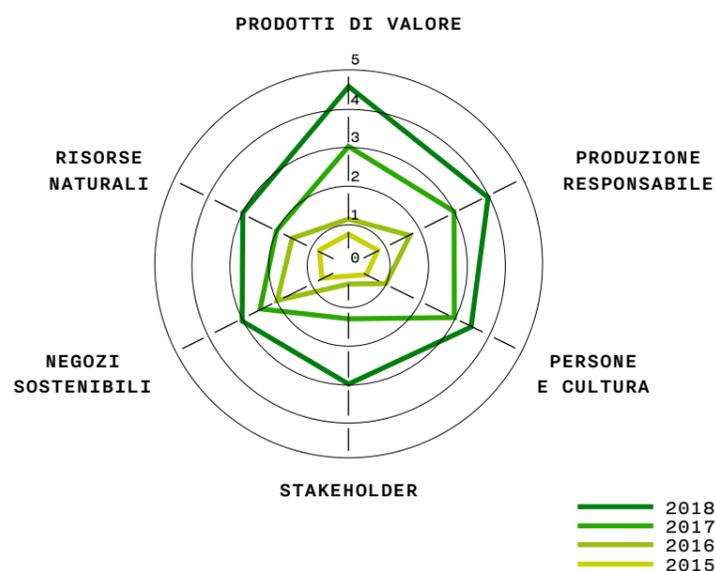
Con il programma #wecare, ci impegniamo a migliorare gli attuali paradigmi di business nel mondo del fashion utilizzando strumenti e competenze che si sono rese disponibili anche grazie a movimenti, come quello delle Benefit Corporation, che mirano alla ridefinizione del successo nel business. Le Benefit 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

### Programma OVS WE Care



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 stakeholder.

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.

Comunichiamo 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.

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.

TABELLA 1

## DESCRIZIONE SUSTAINABILITY MATURITY MODEL

	1	2 3	4 5
<b>PRODOTTI DI VALORE</b>	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.
<b>PRODUZIONE RESPONSABILE</b>	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.
<b>PERSONE E CULTURA</b>	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.
<b>STAKEHOLDER</b>	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.
<b>NEGOZI SOSTENIBILI</b>	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.
<b>RISORSE NATURALI</b>	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.

## 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.

TABELLA 2  
MAPPATURA STAKEHOLDER

Stakeholder	Interesse dello stakeholder	Interesse OVS SpA - verso lo stakeholder
<b>CLIENTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Soddisfare il proprio bisogno di acquisto</li> <li>→ Vestiti accessibili e sicuri per la propria famiglia</li> <li>→ Esprimere la propria personalità con brand che visibilmente si allineino ai propri valori</li> <li>→ Apparire alla moda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Soddisfare il cliente</li> <li>→ Aumentare la propensione all'acquisto e il valore del Brand OVS SpA</li> </ul>
<b>PERSONE SEDE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Realizzarsi professionalmente</li> <li>→ Accrescere il senso e lo scopo del proprio ruolo</li> <li>→ Accrescere le proprie competenze</li> <li>→ Accrescere il benessere durante la giornata lavorativa (concentrazione, alimentazione, livello di stress,..)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aumentare la produttività dei dipendenti</li> <li>→ Aumentare il senso di appartenenza all'azienda</li> <li>→ Ridurre il tasso di turn-over</li> <li>→ Fare del dipendente un ambassador dei valori OVS SpA</li> </ul>
<b>COMPETITOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Acquisire quote del mercato attraverso leve distintive</li> <li>→ Interesse comune di migliorare la reputazione del fast fashion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Mantenere leadership nel Fast Fashion in Italia</li> <li>→ Usare leve distintive per incrementare la brand reputation</li> <li>→ Interesse comune di migliorare la reputazione del fast fashion</li> </ul>
<b>FORNITORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Consolidare nel tempo la relazione con OVS SpA ed incrementare il valore della relazione</li> <li>→ Migliorare le proprie pratiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Migliorare sistematicamente le pratiche ambientali e sociali del fornitore</li> <li>→ Promuoverne lo sviluppo economico</li> </ul>
<b>COMUNITÀ LOCALI PAESI DI PRODUZIONE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Supporto dall'impresa al pari delle istituzioni in paesi in via di sviluppo</li> <li>→ Promozione del lavoro e diritti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Stringere rapporti proficui per generare valore condiviso</li> <li>→ Aumentare il livello di accettazione dell'impresa</li> </ul>
<b>COMUNITÀ LOCALI PUNTI VENDITA (ITALIA)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Supporto dall'impresa al pari delle istituzioni per un beneficio comune</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Stringere rapporti proficui per generare valore condiviso</li> <li>→ Aumentare il livello di accettazione dell'impresa</li> </ul>
<b>PRESSURE GROUPS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Far in modo che OVS SpA sia parte della soluzione nella risoluzione di problemi ambientali globali riducendo gli impatti della industry del Fashion</li> <li>→ Accrescere la trasparenza e l'informazione dei consumatori per guidare scelte più consapevoli</li> <li>→ Far emergere i brand sostenibili rispetto ai "Green washer"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Essere riconosciuto come Brand serio con una chiara strategia in termini di sostenibilità ambientale e sociale</li> </ul>

Stakeholder	Interesse dello stakeholder	Interesse OVS SpA - verso lo stakeholder
<b>ISTITUZIONI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Far rispettare le norme</li> <li>→ Incentivare l'azienda se virtuosa nel migliorare l'accesso e la disponibilità di risorse per i cittadini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Far leva sulle istituzioni per creare un impatto positivo</li> </ul>
<b>OPINION LEADER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Far emergere nuove tendenze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Essere percepito come brand Cool</li> </ul>
<b>PERSONE STORE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promuovere il benessere all'interno dello store (temperatura, livello di stress,..)</li> <li>→ Facilitare l'interazione con il cliente con argomenti distintivi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aumentare la produttività dei dipendenti</li> <li>→ Facilitare l'interazione con il cliente con argomenti distintivi</li> <li>→ Ridurre il tasso di turn-over</li> </ul>
<b>INVESTOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aumentare il valore delle azioni</li> <li>→ Ridurre il rischio associato all'investimento</li> <li>→ Per fondi: Target su environmental, social and governance due diligence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Comunicare la sostenibilità come strategia di minimizzazione del rischio e creazione di valore di lungo periodo per gli investor</li> </ul>
<b>FRANCHISEE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Migliorare le proprie performance</li> <li>→ Accrescere l'attrattività del brand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Instaurare Partnership di lungo periodo in linea con valori OVS SpA</li> </ul>
<b>INDUSTRY COALITIONS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Acquisire nuovi affiliati</li> <li>→ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aderire a coalizioni in maniera strategica al fine di incrementare visibilità di OVS SpA e massimizzare l'impatto positivo, facendo leva su economie di scala generate dalla Industry Collaboration</li> </ul>

FIGURA 3  
RISULTATI SURVEY

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'influencare la tua scelta?

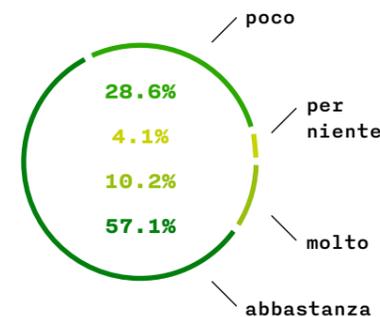
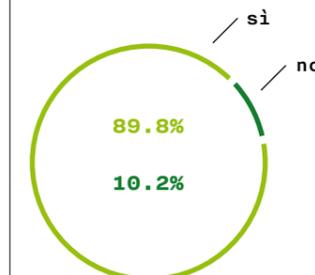


FIGURA 4  
RISULTATI SURVEY

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



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.

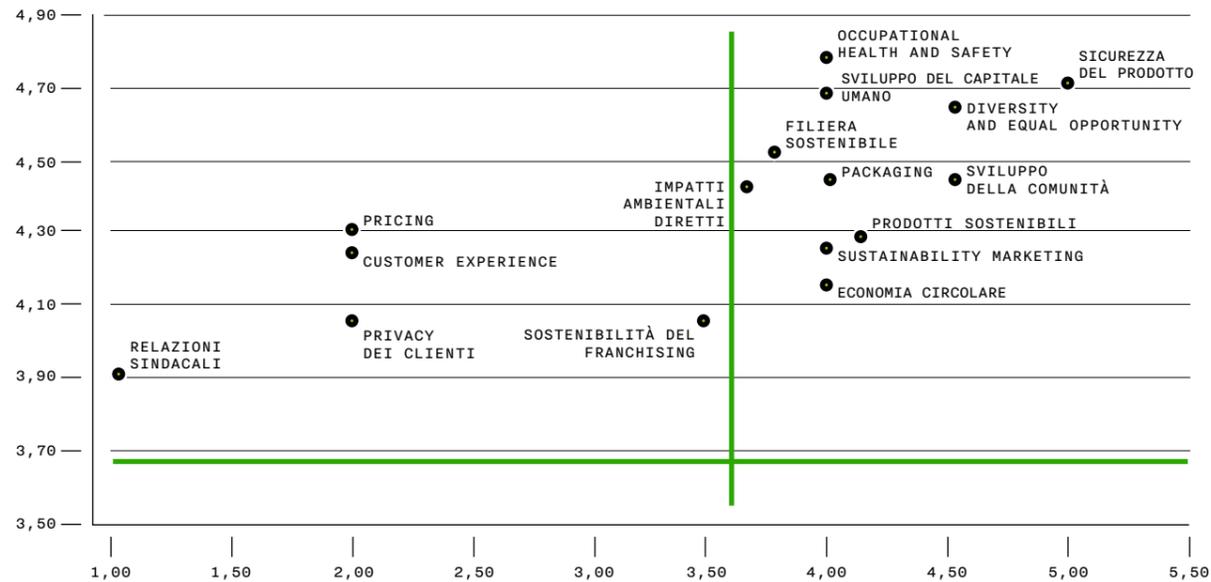
Più del 67% degli intervistati afferma che le caratteristiche di sostenibilità del prodotto influenzano le proprie scelte di acquisto di capi d'abbigliamento. Circa il 90% degli intervistati è molto interessato a conoscere le caratteristiche di sostenibilità dei prodotti OVS SpA e questo influenzerebbe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

## 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.

TABELLA 3  
RACCORDO TEMI MATERIALI E INDICE BILANCIO

Temi #wecare	Temi di interesse per stakeholder
<b>PRODOTTI DI VALORE</b>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Prodotti Sostenibili</li> <li>Sicurezza del prodotto</li> <li>Economia Circolare</li> </ul>
<b>PRODUZIONE RESPONSABILE</b>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Filiera sostenibile</li> <li>Sviluppo delle comunità</li> <li>Occupational Health &amp; Safety</li> </ul>
<b>PERSONE E CULTURA</b>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo del Capitale Umano</li> <li>Diversity &amp; Equal Opportunity</li> </ul>
<b>STAKEHOLDER</b>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainability Marketing</li> <li>Sviluppo delle comunità</li> </ul>
<b>NEGOZI SOSTENIBILI</b>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Impatti ambientali diretti</li> </ul>
<b>RISORSE NATURALI</b>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Impatti ambientali diretti</li> <li>Packaging</li> </ul>

1

PRODOTTI  
DI VALORE

---

LA NOSTRA  
PIÙ GRANDE ISPIRAZIONE  
È LA QUALITÀ,  
ANCHE DELLA VITA  
CHE VIVREMO.

---

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 quest'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

→ 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

→ 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.

→ OVS SpA ha acquistato 210 ton di cotone proveniente da coltivazioni biologiche certificate per la realizzazione di più di 8 milioni di capi

# 100%

**Il 100% delle nostre referenze di prodotto sono testate per garantirne la qualità e la sicurezza**

## OBIETTIVI

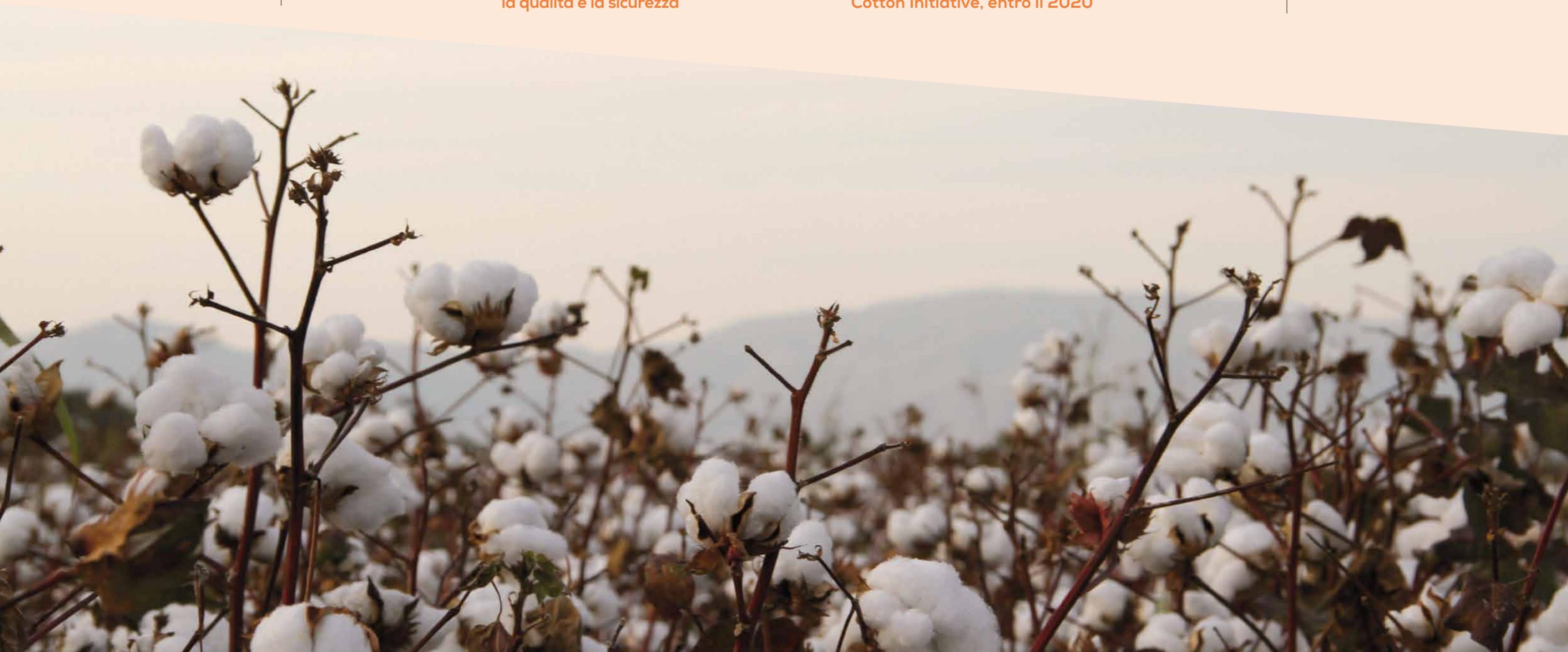
→ Valutare attraverso un rating di sostenibilità il 100% delle referenze di prodotto abbigliamento

→ 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

# 100%

**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**



## Design sostenibile



Gli interventi migliorativi che si identificano analizzando i potenziali impatti di un capo di abbigliamento sull'ambiente e 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.



Ci siamo dotati di una guida per disegnare prodotti più sostenibili

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.

**Abbiamo fornito ai designer OVS SpA un training specifico e linee guida mirate a migliorare la loro conoscenza sugli impatti associati ai materiali**

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. 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.

TABELLA 4  
BREAKDOWN MATERIALI

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

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**

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 fino al 90%, viene migliorata la qualità e la resa 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, 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.

90%

di risparmio d'acqua



### BETTER COTTON INITIATIVE

**BCI (Better Cotton Initiative, <http://bettercotton.org>) 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 si basa su 6 punti:**

- 1 sviluppo e 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 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 ton 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 prodotto sono 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 sabbatura per il finissaggio dei capi in denim**

La tecnica della sabbatura 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 il benessere animale 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



Nei nostri negozi raccogliamo e ricicliamo gli abiti usati

La terra è un sistema chiuso per materia e 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.

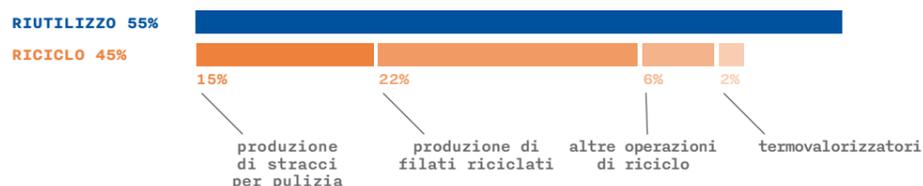
In Italia nel 2014 sono state raccolte in maniera differenziata 99.900 tonnellate di rifiuti tessili, circa 1,6 kg/persona annui, una frazione del solo 12% rispetto al totale riciclabile. Il dato è molto basso soprattutto se si considera che il consumo di prodotti tessili si assesta sui 14 kg/persona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

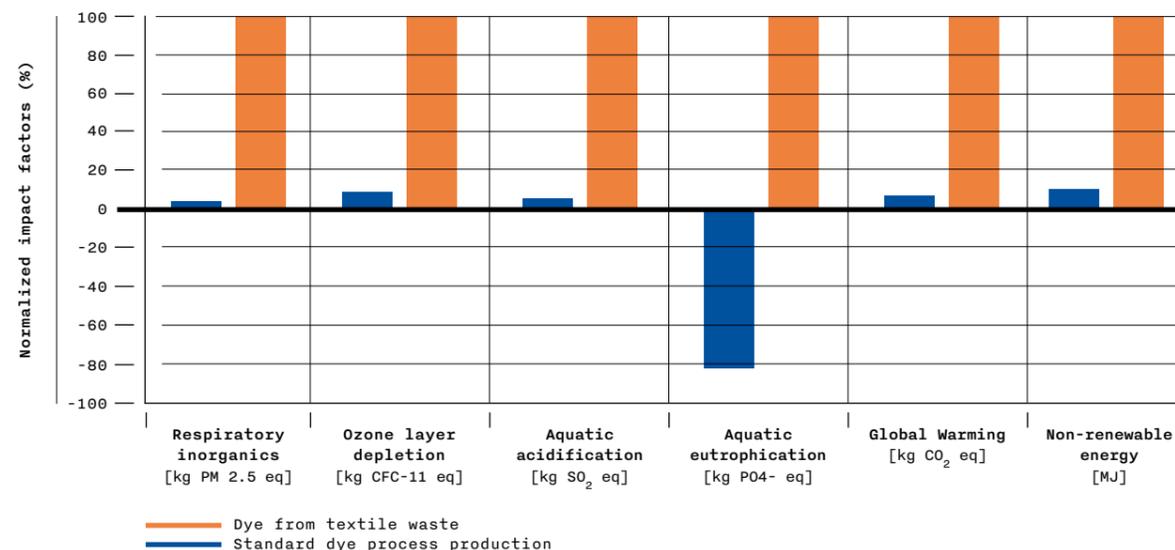
Nel 2016 i capi raccolti sono stati indirizzati alle seguenti destinazioni



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 scarto o 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. 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%.



## Il Filo dell'Amore



OVS SpA attraverso il progetto sociale 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 (dal 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.

2

PRODUZIONE  
RESPONSABILE

A photograph of two men standing on a rocky coastline. The man on the left is wearing a white t-shirt and dark shorts, with a backpack. The man on the right is wearing a black t-shirt and light blue shorts, with sunglasses. In the background, there is a large roll of fabric, possibly a textile product, and a view of the sea and sky. The text 'CONTIAMO SU MIGLIAIA DI PERSONE CHE CONTANO SU DI NOI.' is overlaid on the right side of the image.

## CONTIAMO SU MIGLIAIA DI PERSONE CHE CONTANO SU DI NOI.

Una moda sostenibile non può prescindere da un modello responsabile di co-evoluzione partecipato da tutti gli attori della catena del valore che generi vantaggi per tutti.

La produzione dei nostri capi coinvolge migliaia di persone dislocate in paesi dove proprio l'industria tessile è il più grande motore di crescita offrendo stabili opportunità d'impiego.

Ci impegniamo perché le nostre attività generino un vero impatto socio-economico positivo diffuso cercando di superare le barriere culturali e le diverse capacità di gestire l'attività d'impresa nella piena tutela dell'ambiente, dei lavoratori e delle comunità locali.

## KEY FACTS

→ Abbiamo rilasciato e fatto sottoscrivere a tutti i fornitori che collaborano con noi il nuovo Codice di Condotta che introduce linee guida vincolanti in materia di prestazioni ambientali e sociali per un continuo miglioramento dei livelli di trasparenza e sostenibilità

→ 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

# 100%

Abbiamo completato l'audit sociale sul 100% dei nuovi fornitori

## OBIETTIVI

→ Portare a regime il programma di Audit periodico sul Codice di Condotta

→ Integrare la valutazione di sostenibilità dei fornitori attraverso il ricorso al HIGG index della Sustainable Apparel Coalition

→ Coinvolgere i Key supplier in un piano di miglioramento condiviso di adozione di buone pratiche per il miglioramento delle performance ambientali e sociali

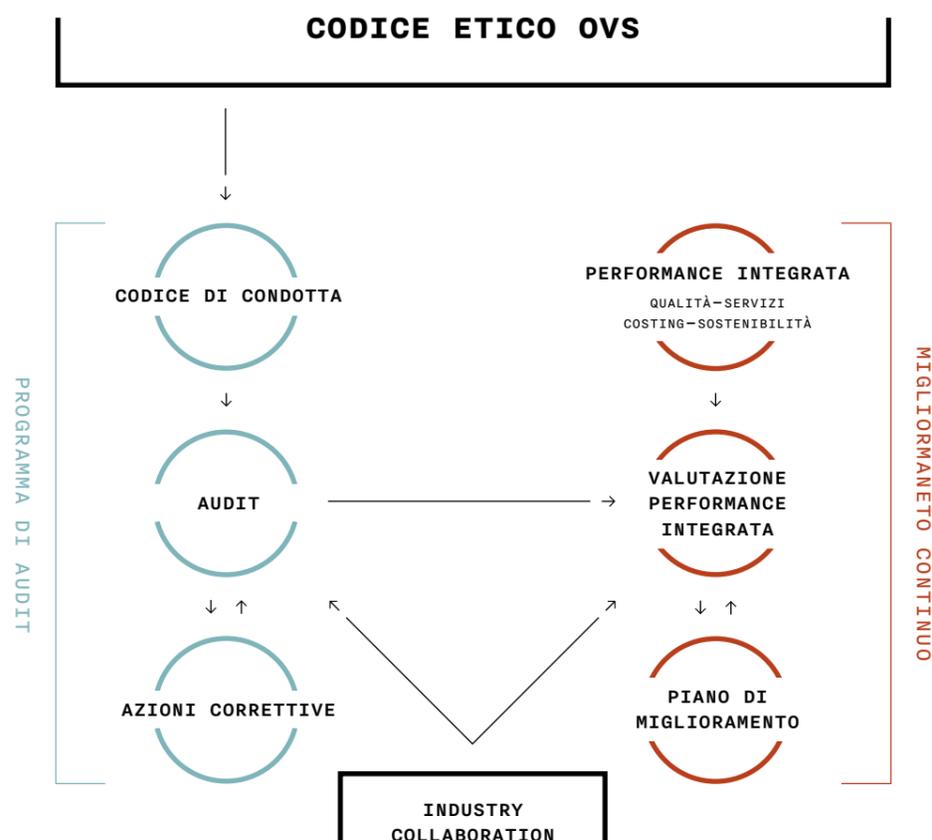
# 100%

Adottare l'indice sintetico di valutazione di sostenibilità ambientale e sociale nei processi di vendor rating per il 100% dei fornitori di abbigliamento



## Gestione Supply Chain

Le nostre attività e le relazioni con i fornitori che collaborano con noi sono organizzate secondo un framework operativo strutturato per assicurarci che le pratiche adottate e le condizioni di lavoro rispettino i nostri valori fondanti e contribuiscano a diffondere un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente.



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 fondamentali sono stati declinati operativamente nel Codice di Condotta per definire le linee guida vincolanti in materia di prestazioni ambientali e sociali che i nostri fornitori sono chiamati a rispettare.

Per noi non rappresenta 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.

Gli standard comportamentali descritti riguardano le aree relative a persone, ambiente, conformità e trasparenza, e sono stati ispirati alle disposizioni normative internazionali di riferimento, quali la Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia, la Dichiarazione universale dei diritti umani e dalle Convenzioni ILO oltre che ad altre best practice di settore.



Ci assicuriamo che i nostri fornitori rispettino il Codice di Condotta

Accettando di lavorare con noi, ciascun fornitore è tenuto a farsi da garante dei principi descritti nel Codice per il proprio comportamento. Lavoriamo insieme ai nostri fornitori per assicurarci che questo non sia solo un impegno formale, ma si traduca in una presa di coscienza e in un coinvolgimento dell'intera catena di fornitura al fine di instaurare rapporti diretti e continuativi.

Infatti siamo presenti in tutti i paesi in cui operiamo con più di 40 nostre persone dedicate a verificare in loco le reali situazioni dei siti produttivi. Oltre a questo, per assicurarci l'aderenza ai principi sanciti dal Codice e misurare le effettive performance ambientali e sociali della nostra supply chain, seguiamo un piano di audit periodici. Il protocollo che applichiamo per queste verifiche è stato rivisto nel corso del 2016 per tenere meglio sotto controllo le pratiche ambientali oltre che sociali dei fornitori. Nel corso del 2017 stiamo lavorando per rendere pienamente operativo questo nuovo strumento.

L'attività di controllo viene eseguita dal personale di OVS Sourcing, una nostra società controllata con sedi a Hong Kong, in Bangladesh, Turchia e India che svolge, in esclusiva per OVS SpA, servizi di sourcing, quality assurance e controllo. In aggiunta ci avvaliamo anche di controlli svolti sui fornitori da terze parti e aderiamo a iniziative di Industry Collaboration. In Bangladesh, dove sviluppiamo oltre il 40% dei nostri volumi, siamo uno dei sottoscrittori del programma Accord. Grazie a questa iniziativa riusciamo a controllare tutta la produzione dei nostri fornitori diretti in loco dal punto di vista della sicurezza delle condizioni di lavoro (dettagli nel box di approfondimento nel paragrafo seguente).

TABELLA 5

### NUMERO FORNITORI VALUTATI RISPETTO A PARAMETRI SOCIALI

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%

Siamo consapevoli del fatto che per migliorare la nostra performance dobbiamo necessariamente farlo collaborando strettamente con i nostri fornitori. Per questo, nel corso del 2016 abbiamo ridefinito il nostro framework operativo, pianificando un processo di miglioramento continuo.

### Abbiamo definito un nuovo concetto di qualità del servizio che include la sostenibilità tra gli altri criteri di valutazione

Per valutare in modo integrato la performance complessiva dei fornitori e la loro capacità di gestire in modo efficace il proprio business anche in considerazione della 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 (Qualità, Servizio e Costing). In particolare, adottiamo un sistema di rating che esprime sinteticamente il profilo di sostenibilità di ciascun fornitore basandosi sulle informazioni raccolte attraverso un processo di self-assessment, verificato successivamente con il programma di audit, 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. Questo dato viene poi integrato con altri KPIs nelle aree standard di valutazione della performance aziendale per ottenere una valutazione integrata su tutti gli aspetti rilevanti per il business.

Nel 2016 abbiamo utilizzato il nuovo sistema di rating su 382 fornitori che sviluppano l'80% della produzione di abbigliamento.

Nel 2017 completeremo l'attribuzione di un rating a tutti i fornitori che collaborano con noi, applicando il processo di valutazione integrato con considerazioni di tipo sociale e ambientale (queste ultime, fino al 2016, non coperte). In un'ottica di trasparenza e collaborazione, condividiamo apertamente i risultati della valutazione con le fabbriche per l'identificazione delle aree su cui attivare azioni di miglioramento reciproche.

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

## Associazioni di settore

Per sviluppare una catena di fornitura che crei reali opportunità di sviluppo per le comunità locali in cui è insediata, aderiamo a iniziative internazionali per il miglioramento della sostenibilità in tutta l'industria del fashion:



### Sustainable Apparel Coalition (SAC)

Si occupa di sviluppare pratiche sostenibili nel settore dell'abbigliamento per evitare danni ambientali 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

<http://bettercotton.org> - Dettagli nel capitolo 'Prodotti di valore'.



### 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). Vedere il riquadro di approfondimento a pagina seguente.



### 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.

## ACCORD ON FIRE AND BUILDING SAFETY

L'Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh è un'iniziativa indipendente a cui aderiscono 215 aziende operanti nel campo dell'abbigliamento in tutto il mondo, che coinvolge più di 3000 fabbriche e raggiunge più di due milioni di lavoratori. L'Accord, è nato a seguito dell'incidente del Rana Plaza, dove nel 2013 un intero edificio in cui venivano confezionati degli abiti è collassato causando la morte di più di 1100 lavoratori. L'accordo ha l'obiettivo di stimolare la collaborazione nell'intera industria per rendere sicuri tutti gli stabilimenti di produzione di abbigliamento in Bangladesh. L'accordo prevede anche dei piani di training per la promozione di buone pratiche in termini di prevenzione e sicurezza.

Grazie alla nostra adesione all'Accord on Fire and Building Safety, tutte le fabbriche con cui lavoriamo in Bangladesh sono periodicamente controllate per garantirne la sicurezza. Grazie alla partecipazione all'accordo, tutte le fabbriche di OVS in Bangladesh sono sottoposte a ispezioni indipendenti periodiche, per verificarne la sicurezza relativamente alla stabilità degli edifici e al rischio di incendi ed elettrico. Gli audit non sono annunciati e sono condotti secondo il protocollo Accord Building Standard basato largamente sul Bangladesh National Building Code e il risultato di continui aggiornamenti supervisionati da ILO e frutto delle discussioni fra Accord, il National

Tripartite Plan of Action e l'Alliance for Bangladesh Worker Safety. I risultati delle ispezioni corredati da foto sono resi pubblici sul sito, così come i progressi di correzione in corso.

Le ispezioni iniziali sono condotte da enti di ingegneria internazionali per identificare le eventuali azioni correttive e strutturarle in un piano su 5 anni d'intervento. Nel caso vengano identificate delle debolezze strutturali che richiedono intervento immediato, viene applicato un piano di intervento d'emergenza per l'evacuazione e messa in sicurezza dell'edificio, con sospensione della produzione fino a risoluzione della situazione di pericolo.

Per tutti i fornitori con cui lavoriamo direttamente nel paese ci prendiamo quindi carico degli audit e degli eventuali piani di risanamento che si siano resi necessari nel corso degli ultimi anni, con un tasso di progresso superiore alla media delle altre aziende coinvolte (dal 2014 abbiamo definito e seguiamo 84 piani di piani di miglioramento).

Inoltre, un altro pilastro importante del programma riguarda l'azione di formazione del personale per sensibilizzare alle situazioni di rischio e diffondere capillarmente l'adozione di buone pratiche in tema di sicurezza e prevenzione (OSHC trainings), con priorità sulle fabbriche prive di rappresentanza sindacale.

## 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 e spesso localizzati in Paesi emergenti, con diverse sensibilità culturali e diverse capacità di gestire l'attività d'impresa nella piena tutela dell'ambiente, dei lavoratori e delle comunità locali.

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.

TABELLA 6  
ORDINATO PER MADE-IN

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

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.

3

PERSONE  
E CULTURA

---

## NELLA NOSTRA AZIENDA, IL RISPETTO È SEMPRE DI MODA.

---

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 accresca il benessere delle persone perché confortevole e collaborativo.



## KEY FACTS

→ 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

→ 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

# 4487

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

## OBIETTIVI

→ Attivare un percorso per le mamme e papà OVS di accompagnamento alla genitorialità, che valorizzi le competenze naturalmente sviluppate quando si diventa genitori

→ 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

→ 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

# 100%

Estendere la formazione sui temi di sostenibilità, capillarmente al 100% del 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.

TABELLA 7  
DISTRIBUZIONE ORGANICO INTERNAZIONALE (PERSONALE PERMANENTE)

Dipendenti	2016			2015		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>ITALIA</b>	1.311	4.917	6.228	1.292	4.827	6.119
<b>BANGLADESH</b>	90	2	92	88	2	90
<b>CHINA</b>	12	10	22	13	10	23
<b>HONG KONG</b>	7	85	92	7	82	89
<b>INDIA</b>	41	12	53	42	11	53
<b>TURCHIA</b>	1	8	9	1	8	9
<b>TOTALE</b>	<b>1.462</b>	<b>5.034</b>	<b>6.496</b>	<b>1.443</b>	<b>4.940</b>	<b>6.383</b>

### 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.

TABELLA 8  
ORGANICO ITALIA

Dipendenti per categoria e genere	2016		
	Uomini	Donne	Totale
<b>MANAGERS DIRIGENTI</b>	51	14	65
<b>PROFESSIONALS QUADRI</b>	187	85	272
<b>EMPLOYEES IMPIEGATI</b>	1.014	4.768	5.782
<b>WORKERS OPERAI</b>	59	50	109
<b>TOTALE</b>	<b>1.311</b>	<b>4.917</b>	<b>6.228</b>

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%.

TABELLA 9  
RIPARTIZIONE ORGANICO PERMANENTE IN ITALIA PER TITOLO DI STUDIO

Titolo di studio	2016		
	Uomini	Donne	Totale
<b>LAUREA O EQUIVALENTE</b>	250	470	720
<b>DIPLOMA SCUOLA SUPERIORE</b>	772	2.903	3.675
<b>SCUOLE DELL'OBBLIGO</b>	248	1.137	1.385
<b>NON TRACCIATO</b>	41	407	448
<b>TOTALE</b>	<b>1.311</b>	<b>4.917</b>	<b>6.228</b>

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.

TABELLA 10  
ORGANICO PERMANENTE IN ITALIA PER FASCIA D'ETÀ

Fascia d'età	2016		
	Uomini	Donne	Totale
<b>&lt;29</b>	167	525	692
<b>30-39</b>	444	1837	2281
<b>40-49</b>	328	1667	1995
<b>&gt;50</b>	372	888	1260
<b>TOTALE</b>	<b>1.311</b>	<b>4.917</b>	<b>6.228</b>

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.

TABELLA 11  
ORGANICO PER AREA GEOGRAFICA IN ITALIA

Dipendenti per Area Geografica	2016		
	Permanenti	Temporanei	Totale
ITALIA-NORD EST	1.906	397	2.303
ITALIA-NORD OVEST	1.803	509	2.312
CENTRO ITALIA	1.350	359	1.709
SUD ITALIA ED ISOLE	1.168	264	1.432
<b>TOTALE</b>	<b>6.227</b>	<b>1.529</b>	<b>7.756</b>

#### 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, genere, orientamento sessuale, 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.

4 su 5

4 lavoratori su 5 sono donne. La quota di personale femminile si attesta al 79% dell'organico

Questo impegno nasce anche da una constatazione importante: nella nostra rete vendita e presso la sede centrale 4 lavoratori su 5 sono donne, per cui la quota di personale femminile si attesta 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.



Abbiamo riconvertito un padiglione dell'Expo 2015 in un asilo per 45 bambini

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 bambini 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 all'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

TABELLA 12  
ORE DI FORMAZIONE PER TIPOLOGIA

Tipologia di Formazione	Ore 2016
<b>MANAGERIAL TRAINING</b>	9.418
<b>PROFESSIONAL TRAINING</b>	24.692
<b>LINGUISTIC TRAINING</b>	5.100
<b>TRAINING ON CODE OF ETHICS (231 ORGANIZATIONAL MODEL, ETC.)</b>	400
<b>HEALTH &amp; SAFETY TRAINING</b>	11.240
<b>OPERATION</b>	3.600
<b>SOFT SKILLS</b>	1.820
<b>TOTAL</b>	<b>56.270</b>

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%).

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. 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.

### Al personale di OVS SpA è offerto un fondo pensionistico integrativo a libera adesione e un programma di assistenza sanitaria

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.

## Iniziativa #wecare

79.775

Km risparmiati

7

Ton di CO<sub>2</sub> evitate

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 CO<sub>2</sub>, 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 CO<sub>2</sub>.

TABELLA 13  
RIFIUTI SEDE PER TIPOLOGIA

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
<b>TOTALE</b>	<b>49.623</b>

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.

---

CREDIAMO CHE  
LA SOSTENIBILITÀ  
SIA SOSTENERE QUELLO  
IN CUI SI CREDE.

---

Con le nostre attività miriamo a creare valore non solamente economico a tutti i nostri stakeholder.

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 i nostri 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.



## KEY FACTS

→ Abbiamo coordinato attività di fundraising da parte dei consumatori per un totale di oltre 400.000 a sostegno di progetti con Save The Children e altre associazioni benefiche

→ Abbiamo coinvolto dipendenti e consumatori fidelizzati nella valutazione dei temi materiali per la redazione del nostro primo bilancio di sostenibilità

→ Nel 2016 abbiamo erogato circa 70.000 euro a organizzazioni di promozione sociale, culturale e ambientale nel territorio

# 1.400.000

Abbiamo coinvolto 1.400.000 bambini nel Kids Creative Lab dedicato alla sostenibilità dell'ambiente marino

## 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 stakeholder 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.

TABELLA 14  
VALORE ECONOMICO GENERATO

### VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (EUR/1.000)

	2016	2015
<b>VALORE ECONOMICO GENERATO DAL GRUPPO</b>	<b>1.455.516</b>	<b>1.413.798</b>
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 MATERIALI ED IMMATERIALI	40	355
<b>VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO DAL GRUPPO</b>	<b>1.351.100</b>	<b>1.305.969</b>
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 <sup>1</sup>	34.050
REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE*	37.615	22.183
LIBERALITÀ ESTERNE	71	53

### VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (EUR/1.000)

	2016	2015
<b>VALORE ECONOMICO TRATTENUTO DAL GRUPPO</b>	<b>104.416</b>	<b>107.829</b>
AMMORTAMENTI	56.796	53.783
ACCANTONAMENTI	1.200	1.910
RISERVE	46.420	52.136

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

TABELLA 15  
VALORE DISTRIBUITO PER PAESE

Paese	Percentuale
ITALIA	54%
BANGLADESH	20%
CINA	11%
HONG KONG	5%
INDIA	4%
PAKISTAN	1%
ALTRI 43 PAESI	5%

## Comunità

Contribuiamo a sostenere attivamente 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**

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 e altre associazioni benefiche.



**Save the Children**

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.

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

## 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 quinta 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, ignare 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.



#### 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 a 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. È 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.

#### BullisNO

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 ([www.ovsekids.it/solidarieta/decalogo-bullisno-chi-bulla-perde](http://www.ovsekids.it/solidarieta/decalogo-bullisno-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.



#### 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.

## Convivio

### 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. All'edizione del 2016 hanno partecipato 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.

### 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.



## 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.

# 2,3 mil

Di carte fedeltà attive

Oggi sono attive circa 3,2 mil (sottoscritte) - 2,3 mil (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.

5

## NEGOZI SOSTENIBILI

UN PUNTO VENDITA  
È UN PUNTO D'INIZIO  
PER UN MONDO MIGLIORE.

Una delle nostre priorità è la progettazione e la gestione ottimale degli spazi per ridurre i nostri impatti e allo stesso tempo migliorare il comfort interno delle persone che li frequentano.

Per questo, consideriamo il profilo di sostenibilità dei nostri negozi per valutare l'impatto delle nostre scelte progettuali sulle persone e sull'ambiente avendo in mente l'intero ciclo di vita.



## KEY FACTS

→ 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

# 11.177.285 kWh

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 CO<sub>2</sub>

## OBIETTIVI

→ Applicare i criteri di eco-progettazione dello Standard Profile OVS a tutte le nuove aperture

# 100%

Approvvigionare il 100% dei punti vendita in Italia con energia rinnovabile certificata.



## Standard Profile



Progettiamo negozi sostenibili

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:

11.177.285  
kWh

→ **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**

9.600t

→ **Circa 9.600 tonnellate di CO<sub>2</sub> risparmiate complessivamente dall'avvio del progetto pari alle emissioni generate viaggiando in automobile circa 1200 volte attorno all'equatore**



## Certificazione Bream

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<sub>2</sub> 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

---

PER COSTRUIRE  
UN FUTURO PIÙ BELLO,  
NESSUNA OCCASIONE  
È SPRECATA.

---

Ogni attività determina un impatto ambientale legato al consumo di risorse naturali limitate, al degrado degli ecosistemi e della relativa biodiversità, alle emissioni di CO<sub>2</sub> 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 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 ridotto i consumi elettrici complessivi del 1,1% e i consumi a mq del 6%

→ Abbiamo riutilizzato quasi il 70% degli imballi logistici

→ L'energia della nostra sede proviene al 100% da fonti rinnovabili

# 1000

Abbiamo piantato una foresta di più di 1000 alberi in Camerun

## OBIETTIVI

→ Avviare un programma di sensibilizzazione dei consumatori alla riduzione degli imballi

→ Ridurre in valore assoluto la quantità di rifiuti prodotta

→ Migliorare ulteriormente il riutilizzo degli imballi

→ Definire un sistema di calcolo dei consumi di acqua più accurato per avviare iniziative di riduzione

# 100%

Approvvigionare il 100% dei punti vendita in Italia con energia rinnovabile certificata



## Energia



L'energia elettrica dei nostri negozi proviene da fonti rinnovabili

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.

TABELLA 16  
CONSUMI IN ITALIA DI COMBUSTIBILE FOSSILE

	Consumi Metano (mc)			Gasolio (L)			GPL		
	2016	2015	VAR	2016	2015	VAR	2016	2015	VAR
<b>SEDE</b>	73.527	79.600	-8%	-	-	-	-	-	-
<b>MAGAZZINI</b>	93.116	95.162	-2%	-	-	-	-	-	-
<b>PUNTI VENDITA</b>	930.465	801.501	16%	647.465	964.781	-33%	5.270	7.490	-30%
<b>TOTALE</b>	<b>1.097.108</b>	<b>976.263</b>	<b>12%</b>	<b>647.465</b>	<b>964.781</b>	<b>-33%</b>	<b>5.270</b>	<b>7.490</b>	<b>-30%</b>

TABELLA 17  
CONSUMI IN ITALIA DI ELETTRICITÀ

	Elettricità (kWh)		
	2016	2015	VAR
<b>SEDE</b>	3.266.960	3.183.347	+2,6%
<b>MAGAZZINI</b>	5.121.274	4.474.583	+14,5%
<b>PUNTI VENDITA</b>	170.799.717	173.516.946	-1,6%
<b>TOTALE</b>	<b>179.187.951</b>	<b>181.174.876</b>	<b>-1,1%</b>

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

TABELLA 18  
CONSUMI AL MQ IN ITALIA

Consumi per metro quadro (kWh/mq)		
2016	2015	VAR
265	282	-6%

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 a 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 CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> equivalgono a 59.720 ton equivalenti derivanti soprattutto dal consumo di energia elettrica nella rete di Punti Vendita (95% delle emissioni scope 2).

TABELLA 19  
EMISSIONI SCOPE 1 IN ITALIA

Fonte	Unità di misura	2016		2015	
		Consumo	Emissioni (Kg CO <sub>2</sub> )	Consumo	Emissioni (Kg CO <sub>2</sub> )
<b>GAS NATURALE</b>	mc	1.097.108	2.145.045,55	976.263	1.908.771,61
<b>GASOLIO</b>	l	647.465	1.713.736,26	964.781	2.553.620,94
<b>GPL</b>	l	5.270	9.004,11	7.490	12797,11
<b>TOTALE</b>	-	-	<b>3.867.785,92</b>	-	<b>4.475.189,67</b>

Nel solo anno 2016, abbiamo ridotto le emissioni dirette (scope 1) di CO<sub>2</sub> - 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.

TABELLA 20  
EMISSIONI SCOPE 2

	Unità di misura	Consumo		Emissioni (Kg CO <sub>2</sub> )	
		Consumo	Emissioni (Kg CO <sub>2</sub> )	Consumo	Emissioni (Kg CO <sub>2</sub> )
<b>ENERGIA ELETTRICA</b>	kWh	179.188.981	57.824.899,33	181.174.876	59.896.414,01
ACQUISTATA	kWh	179.187.951		181.174.876	-
DI CUI VERDE					
CERTIFICATA	-	4.279.000		0	-
PRODOTTA	kWh	1.030		0	-
<b>TELERISCALDAMENTO</b>	kWh	2.712.477	976.491,72	2.898.801	1.043.568,36
<b>TOTALE</b>	-	<b>181.901.458</b>	<b>58.801.391,05</b>	<b>184.073.677</b>	<b>60.939.982,37</b>

## Acqua

In relazione alle emissioni indirette (scope 2) 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.

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

TABELLA 21  
CONSUMI D'ACQUA

	2016	2015
<b>SEDE</b>	24.482	31.925
<b>MAGAZZINI</b>	15.821	19.051
<b>NEGOZI ACTUAL</b>	677.887	598.712
<b>NEGOZI STIMA</b>	129.148	120.932
<b>TOTALE</b>	<b>847.338</b>	<b>770.620</b>

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 e 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 ton 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)

TABELLA 22

### QUANTITÀ RIFIUTI PER TIPOLOGIA

Rifiuti	Quantità Kg		
	Depositi	Sede	Rete Negozi
<b>RIFIUTI NON PERICOLOSI</b>	<b>3.974.051</b>	<b>49.578</b>	<b>9.570.330</b>
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	Quantità Kg		
	Depositi	Sede	Rete Negozi
<b>RIFIUTI PERICOLOSI</b>	<b>1.908</b>	<b>45</b>	<b>91.302</b>
BATTERIE PERICOLOSE	-	20	75.798
TUBI FLUORESCENTI	-	25	12.028
VETRO	980	-	-
ESTINTORI	928	-	-
IMBALLAGGI CONTENENTI SOSTANZE PERICOLOSE	-	-	3.476
<b>TOTALE</b>	<b>3.975.959</b>	<b>49.623</b>	<b>9.661.632</b>

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



Abbiamo piantato una foresta di più di 1.000 alberi

ottenuti dalla raccolta differenziata in sede, abbiamo piantato una foresta di più di 1.000 alberi in Camerun in collaborazione con Treadm 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 CO<sub>2</sub>, contrasta la deforestazione in corso nella zona e stabilizza l'assetto idrogeologico dell'area ([www.treadm.net/it/projects/cameroon](http://www.treadm.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  
189.599

→ 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.

7

## GOVERNANCE E CREAZIONE DI VALORE

---

CI SENTIAMO  
TUTTI COINVOLTI,  
PERCHÉ LO SIAMO  
DAVVERO.

---



Le nostre attività aziendali che sostengono la massimizzazione del valore economico e del ritorno per gli azionisti sono improntate alla correttezza, alla trasparenza e alla riduzione dei rischi derivanti dalle ricadute che la nostra attività d'impresa può generare sull'ambiente e sulle persone che si relazionano con noi.

## KEY FACTS

→ È 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

# 15

È stata sviluppata una rete di 15 referenti presenti in tutte le funzioni aziendali, i Sustainability Ambassador, per diffondere la strategia di sostenibilità all'interno di tutta l'organizzazione

## OBIETTIVI

→ Integrare principi di parità di genere nella composizione del Consiglio di Amministrazione

→ Integrare la sostenibilità tra i valori e i comportamenti fondamentali dell'azienda

## B Impact Assessment

Valutare sistematicamente le performance di sostenibilità aziendale attraverso il B Impact Assessment



## Governance Aziendale

La struttura di governance e di controllo di OVS SpA<sup>[1]</sup> 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.

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

[1] Per maggiori informazioni: sito web della Società: [www.ovscorporate.it](http://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.

TABELLA 23  
COMPOSIZIONE CDA

Composizione Consiglio di Amministrazione	UOMINI	DONNE	31-40 ANNI	41-50 ANNI	OVER 50 ANNI	ESECUTIVI	NON-ESECUTIVI	INDIPENDENTE	NON-INDIPENDENTE	N° DI ANNI NEL CONSIGLIO	NAZIONALITÀ	FORMAZIONE
<b>NICHOLAS STATHOPOULOS</b>	•			•			•		•	3	Greca	Laurea in Economia Aziendale
<b>STEFANO BERALDO</b>	•				•	•			•	3	Italiana	Laurea in Economia e Commercio
<b>STEFANO FERRARESI</b>	•			•			•		•	3	Italiana	Laurea in Economia e Commercio
<b>JÉRÔME PIERRE LOSSON</b>	•			•			•		•	3	Francese	Laurea in Fisica + MBA
<b>MARVIN TEUBNER</b>	•			•			•		•	3	Tedesca	Laurea in Economics and Operations Research
<b>GABRIELE DEL TORCHIO</b>	•				•		•	•		3	Italiana	Laurea in Scienze Economiche e Bancarie
<b>HEINZ JÜRGEN KROGNER KORNALIK</b>	•				•		•	•		3	Tedesca	Laurea in Economia Aziendale ed in Ingegneria Industriale

e 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 predisporre 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:



## 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.  
([www.ovscorporate.it/it/governance/modello-231-e-codice-etico](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 [www.ovscorporate.it/it/governance/regolamenti-e-procedure](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**

### IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

**Quello che state leggendo è il primo bilancio pubblico di sostenibilità per OVS SpA – frutto del lavoro intrapreso dallo Steering Committee e da tutto il Sustainability Team – che anticipa volontariamente la comunicazione della nostra strategia, ancora prima che venga reso un requisito di legge, e inizia a condividere i risultati del nostro programma d'innovazione sostenibile #wecare. Perché un futuro più bello per tutti, si costruisce nel presente.**

# Tabella degli standard GRI

## GENERAL STANDARD DISCLOSURE

STANDARD		PAGINA / NOTE
<b>Profilo dell'Organizzazione</b>		
<b>GRI 102-1</b>	Nome dell'organizzazione	7
<b>GRI 102-2</b>	Principali marchi, prodotti e/o servizi	14
<b>GRI 102-3</b>	Sede principale	7
<b>GRI 102-4</b>	Paesi di operatività	13
<b>GRI 102-5</b>	Assetto proprietario e forma legale	12
<b>GRI 102-6</b>	Mercati serviti	13
<b>GRI 102-7</b>	Dimensione dell'organizzazione	8;64
<b>GRI 102-8</b>	Caratteristiche della forza lavoro	52
<b>GRI 102-9</b>	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	40;46
<b>GRI 102-10</b>	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
<b>GRI 102-11</b>	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
<b>GRI 102-12</b>	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	33;46;66
<b>GRI 102-13</b>	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

STANDARD		PAGINA / NOTE
<b>Strategia</b>		
<b>GRI 102-14</b>	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	4
<b>Etica e Integrità</b>		
<b>GRI 102-16</b>	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	9;16
<b>Governance</b>		
<b>GRI 102-18</b>	Struttura di governo dell'organizzazione	94
<b>GRI 102-21</b>	Consultazione degli stakeholder	22;24
<b>GRI 102-22</b>	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	94
<b>GRI 102-32</b>	Ruolo del più alto organo di governo nella reporting di sostenibilità	94;96
<b>Stakeholder Engagement</b>		
<b>GRI 102-40</b>	Categorie e gruppi di stakeholder	22
<b>GRI 102-41</b>	Accordi di contrattazione collettiva	OVS adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento
<b>GRI 102-42</b>	Processo di identificazione degli stakeholder	22
<b>GRI 102-43</b>	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	22;24
<b>GRI 102-44</b>	Aspetti chiave emersi	24

STANDARD		PAGINA / NOTE
<b>Reporting practice</b>		
<b>GRI 102-45</b>	Entità incluse nel Bilancio	7
<b>GRI 102-46</b>	Definizione del perimetro dei contenuti	7
<b>GRI 102-47</b>	Lista dei topic materiali	24
<b>GRI 102-48</b>	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS
<b>GRI 102-49</b>	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS
<b>GRI 102-50</b>	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	7
<b>GRI 102-51</b>	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS
<b>GRI 102-52</b>	Ciclo di rendicontazione	Il presente è il primo Bilancio di Sostenibilità di OVS, al quale seguiranno annualmente altri rapporti
<b>GRI 102-53</b>	Contatti e indirizzi	7
<b>GRI 102-54</b>	Dichiarazione di conformità agli Standard GRI	7
<b>GRI 102-55</b>	Indice dei contenuti GRI	101
<b>GRI 102-56</b>	Politiche e pratiche di assurance esterna	11

## TOPIC SPECIFIC STANDARD / STANDARD ECONOMICI

STANDARD		PAGINA / NOTE
<b>Aspetto non materiale - Performance economica</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	64
<b>GRI 201-1</b>	Valore economico direttamente generato e distribuito	64
<b>GRI 201-3</b>	Copertura dei piani pensionistici definiti dall'organizzazione	59
<b>GRI 201-4</b>	Finanziamenti ricevuti dagli enti pubblici	OVS non ha ottenuto finanziamenti da enti pubblici nel corso del 2016
<b>Aspetto non materiale - Presenza sul mercato</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	59
<b>GRI 202-1</b>	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	59
<b>Aspetto non materiale - Impatti economici indiretti</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	66
<b>GRI 203-1</b>	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità"	66
<b>Aspetto materiale - Pratiche di approvvigionamento</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	42
<b>GRI 204-1</b>	Percentuale di spesa concentrata sui fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	42

STANDARD		PAGINA / NOTE
<b>Aspetto materiale - Anti corruzione</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	62
<b>GRI 205-2</b>	Comunicazione e formazione relative alle policy e procedure anti-corruzione	62
<b>GRI 205-3</b>	Numero di casi di corruzione e azioni intraprese	Nel corso del 2016 non sono state registrati casi di corruzione
<b>Aspetto non materiale - Comportamento anti competitivo</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	91
<b>GRI 206-1</b>	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
<b>TOPIC SPECIFIC STANDARD / STANDARD AMBIENTALI</b>		
<b>Aspetto materiale - Materiali</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	30
<b>GRI 301-1</b>	Materiali utilizzati	30
<b>GRI 301-3</b>	Reclami relativi a prodotti e packaging	33
<b>Aspetto materiale - Energia</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	84
<b>GRI 302-1</b>	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	84
<b>GRI 302-4</b>	Riduzione dei consumi energetici	84
<b>Aspetto materiale - Acqua</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	87
<b>GRI 303-1</b>	Prelievo di acqua per fonte di approvvigionamento	87

STANDARD	PAGINA / NOTE	
<b>Aspetto materiale - Emissioni</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	86
<b>GRI 305-1</b>	Emissioni di gas serra dirette (scope 1)	86
<b>GRI 305-2</b>	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (scope 2)	86
<b>GRI 305-5</b>	Riduzione delle emissioni di gas serra	86
<b>GRI 305-6</b>	Emissioni di ODS (Ozone-depleting substances)	86
<b>Aspetto materiale - Scarichi e rifiuti</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	88
<b>GRI 306-2</b>	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodo di smaltimento	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019
<b>Aspetto non materiale - Conformità</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	81;91;73
<b>GRI 307-1</b>	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
<b>Aspetto materiale - Valutazione ambientale dei fornitori</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	46
<b>GRI 308-1</b>	Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base dei criteri ambientali	46
<b>GRI 308-2</b>	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	46

STANDARD	PAGINA / NOTE	
<b>TOPIC SPECIFIC STANDARD / STANDARD SOCIALI</b>		
<b>Aspetto materiale - Occupazione</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	49
<b>GRI 401-1</b>	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
<b>GRI 401-3</b>	Ritorno al lavoro e tasso di rientro a seguito di congedo parentale	52
<b>Aspetto materiale - Salute e sicurezza sul luogo di lavoro</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	54;33
<b>GRI 403-2</b>	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
<b>Aspetto materiale - Formazione e istruzione</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	52
<b>GRI 404-1</b>	Formazione del personale	52
<b>GRI 404-2</b>	Formazione per il miglioramento delle competenze del personale	52
<b>GRI 404-3</b>	Percentuale di dipendenti valutati sulla performance e sullo sviluppo della carriera	52
<b>Aspetto materiale - Diversità e pari opportunità</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	52
<b>GRI 405-1</b>	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per genere, età, appartenenza alle categorie protette e altri indicatori di diversità	94

STANDARD	PAGINA / NOTE	
<b>Aspetto materiale – Non discriminazione</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	52
<b>GRI 406-1</b>	Numero di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi legati a pratiche discriminatorie
<b>Aspetto materiale – Lavoro minorile</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	42;49
<b>GRI 408-1</b>	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
<b>Aspetto materiale – Lavoro forzato</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	42;49
<b>GRI 409-1</b>	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
<b>Aspetto materiale – Diritti della comunità locale</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	66
<b>GRI 411-1</b>	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	Nel corso del 2016 OVS non ha registrato episodi di violazioni dei diritti umani
<b>Aspetto materiale – Valutazione sui diritti umani</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	42;49
<b>GRI 412-1</b>	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
<b>Aspetto materiale – Comunità locale</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	49
<b>GRI 413-2</b>	Attività con attuali o potenziali impatti negativi sulla comunità locale	OVS si impegna ad estendere la rendicontazione delle informazioni mancanti entro il 2019

STANDARD	PAGINA / NOTE	
<b>Aspetto materiale – Valutazione dei fornitori sulla base di criteri sociali</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	42
<b>GRI 414-1</b>	Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione sulla base di criteri sociali	42
<b>Aspetto non materiale – Politiche pubbliche</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	91
<b>GRI 415-1</b>	Contributi politici	Nel corso del 2016 OVS non ha ricevuto contributi politici
<b>Aspetto materiale – Salute e sicurezza dei clienti</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	27;33
<b>GRI 416-1</b>	Valutazione degli impatti dei prodotti e servizi sulla salute e sicurezza dei clienti	27;33
<b>GRI 416-2</b>	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
<b>Aspetto materiale – Marketing e etichettatura</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	71
<b>GRI 417-2</b>	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
<b>GRI 417-3</b>	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
<b>Aspetto – Compliance socio-economica</b>		
<b>GRI 103-1;</b> <b>103-2; 103-3</b>	Informativa generica sulle modalità di gestione	91
<b>GRI 419-1</b>	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

# Deloitte.

Deloitte & Touche S.p.A.  
Via Tortona, 25  
20144 Milano  
Italia

Tel: +39 02 83322111  
Fax: +39 02 83322112  
www.deloitte.it

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL "BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016"

### Al Consiglio di Amministrazione di OVS S.p.A.

Abbiamo svolto un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio di Sostenibilità di OVS S.p.A. (di seguito la "Società") per l'esercizio chiuso al 31 gennaio 2017.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), indicati nel capitolo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi della Società in relazione alla performance del valore e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Responsabilità del revisore

È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Bilancio di Sostenibilità, nei quali si articolano i "GRI Sustainability Reporting Standards", e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo "Creazione di valore" del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nella Relazione e Bilancio al 31 gennaio 2017 di OVS S.p.A., sul quale altro revisore ha emesso la relazione della società di revisione (ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39), in data 9 maggio 2017;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile, inerenti la strategia e l'operatività del Società;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.328.220,00 i.v.

Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 03049560166 - R.E.A. Milano n. 1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

© Deloitte & Touche S.p.A.

- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto:
  - interviste e discussioni con il personale della Direzione di OVS S.p.A., al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio di Sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio di Sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dall'Amministratore Delegato di OVS S.p.A. e dal Direttore della Corporate Sustainability responsabile della redazione del Bilancio di Sostenibilità, sulla conformità del Bilancio di Sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo della presente relazione "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un'estensione del lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

## Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità di OVS S.p.A. al 31 gennaio 2017 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), indicati nel capitolo "Nota metodologia" del Bilancio di Sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



**Franco Amelio**

Socio

Milano, 15 maggio 2017

---

## Contatti

**Simone Colombo**

*head of corporate sustainability*

sustainability@ovs.it

**Nicola Perin**

*chief financial officer*

investor.relations@ovs.it



NATIVA™

**Arkage**  
ARTATTACK GROUP

Una pubblicazione  
**Nativa e Arkage**  
per **OVS SpA**.



Scarica l'app **OVS #wecare** per consultare  
gli highlights del Bilancio di Sostenibilità 2016  
direttamente dal tuo smartphone.

Disponibile per Android e iOS.