

S T E F A N E L

GRUPPO STEFANEL

**DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI
CARATTERE NON FINANZIARIO 2017
ai sensi del D. Lgs. 254/2016**

STEFANEL S.P.A. VIA POSTUMIA 85 31047 PONTE DI PIAVE (TV) ITALY T +39 0422 8191 F +39 0422 819342

CAP. SOC. EURO 19,296,437,95 I.V. CODICE FISCALE E NUMERO DI ISCRIZIONE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE
DI TREVISO 01413940261 R.E.A. DI TREVISO N. 154803 - P.IVA 01413940261

INDICE

Messaggio del Presidente agli stakeholder.....	4
Il Gruppo Stefanel	5
La storia.....	5
Il Profilo	6
I prodotti e i marchi.....	9
I valori e la filosofia.....	12
La strategia.....	13
Creazione di valore economico	14
Governance e Sostenibilità.....	16
La Governance del Gruppo	16
Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi	17
Integrità del business e contrasto alla corruzione	19
Politiche e governance della sostenibilità.....	21
Policy e Linee Guida di Stefanel in ambito Socio-Ambientale.....	22
Le priorità sociali e ambientali per il Gruppo Stefanel: analisi di materialità.....	24
Coinvolgimento degli stakeholder	26
Prodotto e catena di fornitura.....	28
Profilo e presidio della catena di fornitura	28
Qualità e sicurezza del prodotto.....	30
Clienti	32
Centralità del Cliente ed eccellenza del servizio	32
Comunicazione con il cliente e reputazione del <i>brand</i>	34
Sicurezza e protezione dei dati	35
Persone.....	37
Composizione del personale	37
Diversità e pari opportunità	42
Tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori.....	43
Dialogo e comunicazione interna	44
Relazioni industriali	45
Ambiente.....	46
L'impegno per la tutela dell'ambiente.....	46
Gestione delle risorse.....	47
Consumi energetici e emissioni.....	47
Approvvigionamento di materiali	48
Acqua	49

Rifiuti	49
Nota Metodologica	51
Standard di rendicontazione applicati	51
Perimetro di reporting.....	51
Processo di rendicontazione	51
Principi di rendicontazione	52
GRI Content Index.....	54

MESSAGGIO DEL PRESIDENTE AGLI STAKEHOLDER

«Stefanel ha una storia da cui partiremo per crescere» - Cristiano Portas, Amministratore Delegato

La nostra storia vede nella maglieria di qualità il successo del Gruppo Stefanel e rappresenta le radici del Gruppo. Un indispensabile presupposto per la crescita futura.

Negli ultimi anni il Gruppo Stefanel ha attraversato dei momenti difficili ma, grazie alla recente operazione di ristrutturazione patrimoniale e finanziaria, vogliamo rinascere e rilanciare il marchio Stefanel quale marchio storico della moda simbolo dell'italianità nel mondo.

Il Gruppo è orientato a cogliere le opportunità per intraprendere un nuovo percorso di crescita aziendale finalizzato sia alla creazione di valore economico-finanziario, prerequisito necessario per operare, sia al raggiungimento degli obiettivi strategici e di business nel lungo periodo, accompagnati da una rinnovata attenzione alla responsabilità sociale e ambientale.

Il Gruppo si impegnerà affinché le persone che hanno dedicato pochi o molti anni della propria vita professionale a Stefanel possano lavorare con serenità e senza preoccupazioni per il proprio futuro e quello delle proprie famiglie. Il Gruppo Stefanel intende pienamente onorare le importanti responsabilità che ha nei confronti dei propri dipendenti, collaboratori, partner finanziari e commerciali localizzati in ogni angolo del mondo, nonché verso gli azionisti, la collettività e il territorio in cui opera. Da questo dipende, infatti, in misura significativa il successo nelle proprie attività e la buona reputazione del Gruppo Stefanel.

Oggi più che mai i temi riguardanti lo sviluppo sostenibile rappresentano questioni attuali al centro del dibattito e di iniziative concrete promosse dal legislatore, dal mondo della cultura e dall'economia per il futuro del territorio e delle comunità in cui opera anche il Gruppo Stefanel. Questa attenzione si è concretizzata nel recente recepimento nell'ordinamento italiano della Direttiva Europea relativa alle "Non-financial Information" che prevede l'obbligo per gli Enti di Interesse Pubblico che rispondono a specifici parametri dimensionali di redigere, a partire dall'esercizio 2017, un documento informativo sulle tematiche di carattere non finanziario.

La prima Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario del Gruppo Stefanel costituisce quindi l'occasione per compiere un ulteriore passo avanti nella consapevolezza circa la centralità di queste tematiche e per condividere il nostro impegno volto a valorizzare e rafforzare una cultura aziendale basata sulla responsabilità, sulle buone relazioni con il cliente, sulla sicurezza e qualità del prodotto, sulla tutela dell'ambiente e sulla costante attenzione verso il capitale umano.

Per qualsiasi attività che guardi al futuro, in un mondo in rapida evoluzione e per un consumatore sempre più attento e consapevole, la qualità non può più prescindere dalla sostenibilità.

*Il Presidente
Giuseppe Stefanel*

IL GRUPPO STEFANEL

La storia



Carlo, Giuseppe and Eleonora Stefanel.

La storia dell'azienda comincia nel 1959 quando Carlo Stefanel inizia a produrre maglieria presso il "Maglificio Piave", l'azienda da lui fondata a Ponte di Piave, vicino a Treviso. Lo stabilimento operava sul mercato in maniera tradizionale commercializzando in tutta Italia la maglieria in lana attraverso il canale dei grossisti. Intorno alla metà degli anni settanta, in coincidenza con il progressivo rafforzarsi del ruolo in azienda di Giuseppe, il figlio di Carlo, il "Maglificio Piave" compì una prima svolta commerciale con la vendita al dettaglio attraverso la propria rete di agenti. Fu un momento di grande espansione caratterizzato dall'adozione di tecnologie moderne e nuove formule di mercato, compreso il *franchising*: nel 1980 venne aperto a Siena il primo negozio con insegna "Stefanel" e due anni dopo a Parigi. Nel 1984 il nome Stefanel, da semplice marchio di prodotto, divenne la denominazione ufficiale al posto dell'originario "Maglificio Piave". Tra gli anni ottanta e novanta il successo dello strumento del *franchising* e le attente politiche produttive garantirono all'azienda una rapida crescita sui mercati nazionali e internazionali. Nel 2015 il Gruppo Stefanel raggiunse un fatturato di 156,6 milioni di euro con più di 1.100 dipendenti in tutto il mondo.

Il Gruppo ha una dimensione internazionale e opera attualmente attraverso due *business unit* che differiscono per prodotto e posizionamento sul mercato: Stefanel e Interfashion (marchi HIGH). Stefanel S.p.A. si è quotata presso la Borsa Italiana nel 1987.

Il Profilo

366 punti vendita
monobrand
nel mondo

Di cui 107
in Italia

Marchi
HIGH dal
2008

marchio
Stefanel dal
1982 come
brand storico
della moda

152 milioni di
€ il valore
economico
distribuito

Oltre 125
milioni di ricavi
netti nel 2017

**2 business
unit.**
Stefanel e
Interfashion

2 marchi
propri:
Stefanel e
HIGH

**test di
conformità
REACH sul
100% delle
categorie di
prodotti Stefanel**

Nessuna non
conformità per
qualità e
sicurezza dei
prodotti nel
2017

Oltre 850
dipendenti in
tutto il mondo

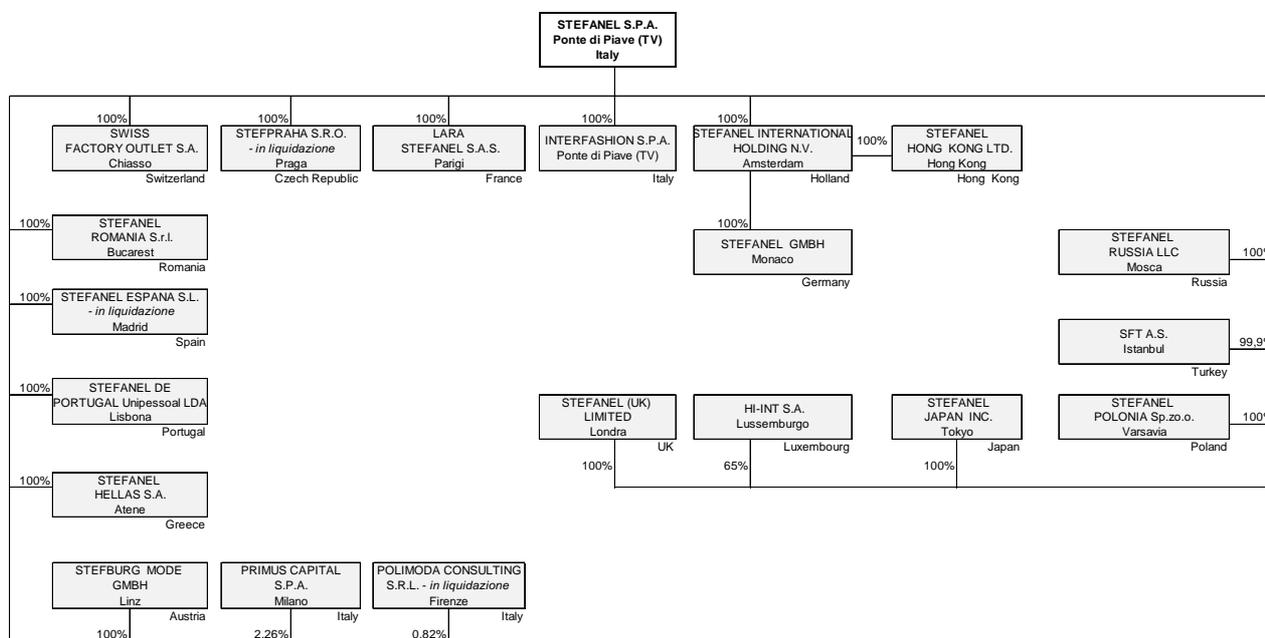
37 anni età
media dei
dipendenti
del Gruppo

Più di 9
persone su 10
sono donne

Il Gruppo Stefanel (di seguito anche “il Gruppo” o “Stefanel”), disegna, cura la produzione, la distribuzione e la vendita a livello internazionale di capi di abbigliamento e accessori con marchi propri e in licenza.

Il Gruppo, che opera attraverso il marchio Stefanel dal 1982 come *brand* storico della moda, è presente oggi a livello nazionale e internazionale nel settore dell’abbigliamento attraverso due diverse *business unit*: Stefanel e Interfashion. Il mercato di riferimento del Gruppo è quello dell’abbigliamento donna nel segmento denominato *bridge* per il marchio Stefanel e del segmento denominato *affordable luxury* per i marchi HIGH. L’Italia, insieme a Germania, Austria e Turchia, rappresenta uno dei principali mercati del Gruppo a livello europeo. Sono comunque presenti società commerciali che gestiscono punti vendita anche nei seguenti mercati: Polonia, Portogallo, Romania, Regno Unito, Grecia, Svizzera, Francia. Sotto il profilo dimensionale il mercato dell’abbigliamento è previsto stabile nel 2018, tuttavia il segmento denominato *bridge* è previsto in crescita del 6%. Negli anni recenti, inoltre, si è modificato dal punto di vista distributivo, con fenomeni di polarizzazione dei consumi, crescita delle catene *retail fast fashion* e degli *outlet center*, oltre che dallo sviluppo del canale *on line* a fronte del cambiamento delle abitudini dei consumatori, sempre più propensi agli acquisti *on line* in luogo degli acquisti nello *store* fisico.

STRUTTURA DEL GRUPPO al 31 dicembre 2017



La rete di distribuzione della *business unit* Stefanel è incentrata su punti vendita prevalentemente monomarca che consentono una distribuzione capillare e assumono altresì una valenza comunicativa a supporto del posizionamento del marchio e della sua percezione da parte del consumatore. I canali di vendita sono:

- il canale *monobrand* consiste di 349 negozi, di cui 127 in gestione diretta (*Directly Operated Store*, D.O.S.) situati prevalentemente in posizioni ritenute strategiche sia da un punto di vista dell’immagine che da un punto di vista commerciale, nonché di 222 negozi gestiti indirettamente in regime di affiliazione commerciale e in *franchising*.
- il canale *multibrand*, in cui sono ricomprese le vendite di prodotti a marchio Stefanel effettuate per il tramite di negozi multimarca, sia in Italia che all’estero, e che rappresentano una quota percentualmente minoritaria.

Il Gruppo ritiene fondamentale nel settore di appartenenza il controllo della rete distributiva e per questo mantiene ove possibile la titolarità del contratto di locazione dei negozi considerati strategici, alcuni dei quali vengono peraltro dati in gestione ad imprenditori locali.

Nel corso dell’esercizio 2017, in linea con quanto previsto dal Piano 2016-2022, sono state poste in essere le azioni tese alla chiusura di un numero significativo di punti vendita non performanti sia in gestione diretta (n.

54 chiusure) che indiretta (n. 46 chiusure). Sono inoltre state effettuate 30 nuove aperture di punti vendita gestiti indirettamente in regime di affiliazione commerciale e/o *franchising*.

La distribuzione dei prodotti della *business unit* Interfashion, a differenza di quelli della *business unit* Stefanel, avviene principalmente per il tramite del canale *wholesale* e, in particolare, attraverso *boutique* multimarca, che vengono selezionate sulla base della loro coerenza con il posizionamento dei marchi, dell'importanza della loro ubicazione, del livello di servizio garantito al consumatore finale, della visibilità che sono in grado di assicurare ai prodotti e della solidità patrimoniale e finanziaria del gestore. Inoltre, a partire dalla stagione autunno-inverno 2013 la *business unit* Interfashion ha avviato un piano di aperture selezionate di negozi *monobrand* (17 negozi al 31 dicembre 2017, di cui 3 in Italia), prevalentemente all'estero, gestiti indirettamente in regime di affiliazione commerciale. A partire invece dalla stagione primavera-estate 2016 la *business unit* Interfashion ha avviato un piano di aperture di negozi *monobrand* e/o in condivisione con il marchio Stefanel (5 negozi al 31 dicembre 2017) in gestione diretta.

I prodotti e i marchi



La *business unit* **Stefanel** disegna, cura la produzione e la distribuzione internazionale di collezioni di abbigliamento donna/uomo e accessori a marchio Stefanel. I prodotti si caratterizzano per qualità e creatività, forti di uno specifico *know-how* dato dalla lunga tradizione del Gruppo nella produzione e commercializzazione della maglieria e nella confezione. Per la *business unit* Stefanel è in atto da alcuni anni un processo di riposizionamento che mira a collocare il marchio Stefanel in un segmento di fascia più elevata di mercato, recuperando e rivisitando quei valori che lo hanno contraddistinto nel corso degli anni quali, ad esempio, l'artigianalità del prodotto e l'immagine di italianità. Stefanel punta, così, ad essere riconosciuta come una "*boutique*" che si rinnova, in grado di offrire un prodotto di *design* accessibile nel segmento *bridge* del mercato dell'abbigliamento, contemporaneo e dinamico, supportato da una forte esperienza nella maglieria.

La *business unit* **Interfashion** disegna, cura la produzione e distribuisce a livello internazionale capi di abbigliamento femminili dei marchi HIGH, la cui proprietà è detenuta in maggioranza dal Gruppo, garantendo ai marchi HIGH uno sviluppo autonomo e indipendente, pur avvalendosi di un sistema di produzione e distribuzione integrato. Tale *business unit* è gestita da Interfashion S.p.A., società interamente posseduta dal Gruppo. Caratteristica distintiva della *business unit* Interfashion è la consolidata esperienza nel settore del *jeans & casual* di alto posizionamento e il *know-how* maturato nella gestione di rapporti commerciali di lungo periodo con i migliori distributori (*retailers*) a livello internazionale, tutti caratterizzati da una grande esperienza nel settore ed una rilevante penetrazione nei propri mercati di riferimento.

Brand STEFANEL.

Il DNA del *brand* Stefanel è rappresentato dalla maglieria. L'abilità degli artigiani rappresenta il cuore del *brand*, la qualità del prodotto ne è invece la mente.

Le collezioni di Stefanel racchiudono i valori del *brand*, e le origini italiane del marchio, trasmettendo ai clienti l'amore per la maglieria, l'attenzione all'*heritage* del marchio coniugato all'esperienza di oltre 50 anni nell'ambito della maglieria, ma anche all'evoluzione dei prodotti nel tempo.



L'offerta del *brand* è data da capi classici con un *design* senza tempo, utilizzando i filati più pregiati, come il cashmere e la lana merino extra fine, inoltre viene rivolta grandissima attenzione ai dettagli ed alla qualità, per un prodotto sofisticato. Le linee dei capi sono caratterizzate da un'eleganza moderna, femminile, capace di aggiornarsi e reinventarsi continuamente, ma allo stesso tempo rispettare e valorizzare la personalità di chi li indossa.

Il marchio Stefanel è sinonimo anche di: affidabilità e disinvoltura. Affidabile perché è una garanzia di qualità, un filo conduttore che accompagna l'evoluzione del *brand* assecondando le esigenze del consumatore, dimostrandosi sempre in grado di soddisfarlo. Dinamico per la versatilità delle sue collezioni, per quella continua, riuscita alchimia che genera uno stile sempre riconoscibile eppure capace di rinnovarsi costantemente.

Tutto questo non sarebbe possibile senza un fortissimo orientamento alla qualità, che si applica senza compromessi, in ogni fase della realizzazione di un prodotto: dalla selezione dei filati e dei tessuti ai processi produttivi, fino al controllo finale.

Brand HIGH.

I valori alla base dei prodotti sviluppati e commercializzati con i marchi HIGH sono:

- *UNIQUENESS*
- *UTILITY*
- *FUNCTIONALITY*
- *COMFORT*
- *EASYWEAR*
- *TIMELESS*
- *DESIGN*
- *SARTORIAL QUALITY*
- *EVERYDAY COUTURE*

Il cliente di riferimento è il lavoratore e, più in generale, tutti coloro che vivono una vita dinamica. La praticità, il comfort, la semplicità di utilizzo dei capi sono caratteristiche fondamentali del processo di progettazione degli stessi. Tutto ciò viene valorizzato da un *design* unico e inconfondibile, ricco di dettagli, costruzioni sartoriali e accessori che rendono il prodotto fortemente riconoscibile.

Il *Brand* HIGH non segue la “moda” ma è attento alle “tendenze”, di cui tiene conto nel processo di progettazione e di evoluzione del prodotto. Ogni ciclo di progettazione prevede infatti la reinterpretazione di capi *Carry over* e di capi studiati *ex-novo*.

La modellistica e la realizzazione dei prototipi, data l'alta specializzazione del prodotto, viene quasi totalmente sviluppata internamente.

L'offerta di prodotti marchiati HIGH è organizzata come segue:

- HIGH: rappresenta la parte di più alta classe, con capi che si distinguono per la qualità particolarmente pregiata dei materiali (sete, cachemire, ecc.) o per un *design* particolarmente prezioso;
- HIGH USE: un abbigliamento urbano con particolare attenzione alla praticità, al facile utilizzo, al comfort e alla naturalezza. I materiali utilizzati per la realizzazione sono prevalentemente naturali;
- HIGH BLUE: si compone prevalentemente di capi in denim, ma anche di capi di ispirazione “*Worker Wear*”;
- HIGH KNIT: capi realizzati in maglia e in Jersey. Non solo maglie ma un total look completo di capospalla, pantaloni, gonne, abiti, ecc.;
- HIGH TECH: pensata per essere funzionale e dinamica. Capi versatili ed ergonomici, realizzati in tessuti prevalentemente sintetici ad alta prestazione, per soddisfare la domanda di uno stile di vita in continuo movimento. Lava e indossa. Non si stira. Il capo ideale da viaggio: non si stropicchia, è antimacchia. Capi essenziali. “*Must have*” perfetti per ogni occasione. Multiuso. Multifunzione.

I valori e la filosofia

Il Gruppo Stefanel è, e vuole sempre essere, un interlocutore affidabile nei confronti di chiunque entri in rapporto con lo stesso nella gestione del business. Il Gruppo Stefanel riconosce di avere, e intende pienamente onorare, le importanti responsabilità che ha nei confronti dei propri dipendenti, collaboratori, partner finanziari e commerciali localizzati in ogni angolo del mondo, nonché verso gli azionisti, la collettività e il territorio in cui opera. In generale, e nei loro confronti in particolare, tutte le attività del Gruppo Stefanel devono essere svolte nell'osservanza delle leggi e dei regolamenti del Paese in cui si opera, con onestà, integrità, correttezza buona fede ed imparzialità, nonché con lealtà e trasparenza e nel pieno rispetto dei loro diritti e interessi legittimi.

In particolare, nel raggiungimento dei propri obiettivi, il Gruppo Stefanel si ispira ai seguenti valori:



Legalità

Legalità per Stefanel è il pieno rispetto di tutte le norme vigenti, nazionali ed internazionali in vigore nei paesi in cui il Gruppo Stefanel opera, nonché nel pieno rispetto del Codice Etico e delle procedure aziendali.

Integrità



Integrità per Stefanel è assicurare che un comportamento sia caratterizzato da onestà, moralità, correttezza e buona fede, valori fondamentali per una condotta professionale e responsabile.



Trasparenza

Trasparenza per Stefanel è impegnarsi, nei rapporti con i propri stakeholder, alla massima trasparenza e lealtà, fornendo informazioni chiare, complete, tempestive e veritiere.

Imparzialità



Imparzialità per Stefanel è operare nel pieno rispetto delle caratteristiche personali di ognuno, incentivando e premiando l'integrità ed il senso di responsabilità, rispettando le diversità e ripudiando ogni possibile discriminazione in base ad età, stato di salute, genere, religione, etnia, opinioni politiche e culturali, nonché condizione personale o sociale.

La strategia



L'attuale strategia del Gruppo prevede in sintesi: per Stefanel il proseguimento del progetto di riposizionamento nel segmento *bridge* del mercato dell'abbigliamento del *brand* Stefanel, con l'obiettivo di disporre di un'offerta distintiva, in particolare di maglieria, ma comunque fruibile e con un ottimo rapporto qualità-prezzo; per la *business unit* Interfashion, il proseguimento dello sviluppo dei *brand* HIGH, con particolare *focus* sui mercati esteri, anche tramite una rete selezionata di punti vendita *monobrand* gestiti da partner terzi e a partire dalla primavera-estate 2016 anche direttamente, oltre che sul canale *on line*.

La strategia aziendale, che trova i suoi fondamenti nel Piano 2016-2022, approvato nella sua versione finale in data 20 luglio 2017, è supportata dall'ottenimento di nuove risorse finanziarie dall'esterno nell'ambito dell'accordo di ristrutturazione dei debiti ai sensi dell'art. 182-bis della L.F., siglato nel mese di luglio 2017 e omologato dal Tribunale di Treviso nel mese di ottobre 2017 e tiene in considerazione lo stadio di avanzamento del progetto di rilancio aziendale, con particolare riferimento a:

- il completamento del processo di rilancio del *brand* Stefanel, agendo principalmente sulle leve del prodotto e della comunicazione attraverso un maggior focus sulla maglieria, il potenziamento della linea stilistica, l'incremento della spesa pubblicitaria e il *refurbishment* dei punti vendita;
- l'ulteriore razionalizzazione dello *shop network* diretto, tramite la definizione di un piano di chiusure di punti vendita non performanti;
- lo sviluppo del canale indiretto (*wholesale*), con l'obiettivo di riequilibrare il mix dei ricavi tra canale diretto e indiretto a favore di quest'ultimo; continuo rafforzamento della presenza all'estero in aree euro e non euro, focalizzandosi su bacini geografici in crescita;
- l'incremento delle vendite *like-for-like* che, rispetto alle previsioni di crescita del mercato "abbigliamento donna", includono elementi peculiari dell'azienda e del *brand* quali, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, la dimensione della quota di mercato detenuta, le azioni identificate ai fini del riposizionamento del marchio, la performance relativa delle vendite negli ultimi esercizi;
- l'implementazione di un nuovo approccio nel merchandising con l'obiettivo di migliorare il *sell-through* nel periodo di vendite regolari;
- l'implementazione di una nuova strategia di *sourcing* attraverso l'incremento delle produzioni in Italia e nell'area mediterranea rispetto a quelle nel *Far East*;

- il mantenimento del margine industriale lordo grazie ad un rafforzamento delle politiche di *sourcing* e di *initial mark-up*, oltre che all'implementazione di una politica di *mark down* sulle vendite *retail* più coerente al nuovo posizionamento del prodotto.

Creazione di valore economico

I ricavi dell'esercizio 2017 evidenziano un decremento pari al 6,5%, a fronte di chiusure di 100 punti vendita sia a gestione diretta che indiretta, corrispondenti a circa euro 8 milioni di ricavi e di vendite *like-for-like* in diminuzione per circa il 3,6% (-1,3% a cambi costanti), in particolare per l'andamento dei saldi della collezione autunno-inverno 2016, nonostante vendite delle collezioni primavera-estate e autunno inverno 2017 in crescita del 3,7%. L'EBITDA *adjusted* del 2017 si attesta su valori negativi pari a euro 8.934 migliaia, in miglioramento rispetto all'esercizio 2016 di euro 1.605 migliaia. Il margine lordo industriale si attesta al 55%, in miglioramento dell'1% rispetto all'esercizio precedente. L'EBITDA del 2017 è negativo per euro 19.840 migliaia, dopo aver registrato oneri netti non ricorrenti per euro 10.906 migliaia. Il risultato d'esercizio 2017 è positivo per euro 13.715 migliaia, dopo aver registrato proventi finanziari netti non ricorrenti per euro 52.714 migliaia, riconducibili agli effetti contabili dell'Accordo di Ristrutturazione ("stralci" dei debiti verso fornitori e società di factoring, rilevazione al *fair value* dei debiti bancari oggetto di consolido, al netto dei relativi costi di transazione, e dei debiti riscadenzati oltre i 12 mesi, rispetto al valore nominale degli stessi).

Il patrimonio netto del Gruppo al 31 dicembre 2017 è positivo per euro 13.189 migliaia (negativo per euro 23.700 migliaia al 31 dicembre 2016) per effetto dell'aumento di capitale e dell'emissione degli strumenti finanziari partecipativi per complessivi euro 25.000 e del risultato positivo dell'esercizio 2017. L'indebitamento finanziario netto consolidato al 31 dicembre 2017 è pari a euro 40.303 migliaia, in netta diminuzione rispetto al 31 dicembre 2016 (euro 84.700 migliaia), per gli effetti derivanti dall'Accordo di Ristrutturazione corrispondenti a: (i) euro 25.000 migliaia di conversione di debito bancario in capitale, (ii) a euro 23.763 migliaia di erogazione di nuove risorse finanziarie, al netto di oneri di transazione per euro 1.296 migliaia e (iii) euro 32.863 migliaia per la valutazione al *fair value* del debito bancario oggetto di consolido.

Il valore economico generato e distribuito rappresenta la capacità di creare ricchezza e di ripartire la stessa tra i propri stakeholder. Nel corso del 2017 il Gruppo Stefanel ha generato un valore economico pari a euro 170.939 grazie anche all'esito positivo dell'operazione di ristrutturazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo. Il valore economico distribuito dal Gruppo è stato pari a euro 151.981. L'89% del valore economico prodotto dal Gruppo è stato distribuito agli stakeholder, sia interni che esterni, e il restante 11% è stato trattenuto all'interno dell'azienda.

Valore economico diretto generato e distribuito

(valori espressi in migliaia di €)	2017
Valore economico generato dal gruppo	170.939
Ricavi	125.117
Altri proventi	212
Proventi finanziari	457
Proventi finanziari netti non ricorrenti	52.714
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(400)
Svalutazione crediti	(3.622)
Differenze di cambio	(20)
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	1.064
Rettifiche di valore di attività materiale ed immateriali	(4.583)
Valore economico distribuito dal Gruppo	(151.981)
Costi operativi	(113.988)
Remunerazione dei collaboratori	(28.623)
Remunerazione dei finanziatori	(4.660)
Remunerazione degli investitori	(34)

Remunerazione della pubblica amministrazione	(4.676)
Liberalità esterne	-
Valore economico trattenuto dal Gruppo	18.958
Ammortamenti	5.243
Altre riserve	13.715

Per ulteriori approfondimenti relativi all'andamento economico del Gruppo e alla situazione patrimoniale e finanziaria dello stesso si rimanda alla Relazione sulla Gestione.

GOVERNANCE E SOSTENIBILITÀ

La Governance del Gruppo

Stefanel S.p.A. (di seguito anche “Società” o “Emittente”), capogruppo del Gruppo Stefanel con sede legale in Ponte di Piave (TV), è una società per azioni quotata presso la Borsa Italiana MTA e controllata indirettamente – tramite River Tre S.p.A. - da Trinity Investments Designated Activity Company, con sede in Irlanda.

Stefanel S.p.A. adotta il sistema tradizionale di governo societario in virtù del quale l'organo di gestione dell'impresa è il Consiglio di Amministrazione, l'organo di vigilanza in ordine al rispetto, tra l'altro, della legge, dello statuto e dei principi di corretta amministrazione è il Collegio Sindacale.

Il **Consiglio di Amministrazione** è composto da nove membri, di cui uno esecutivo e otto non esecutivi, tra i quali quattro sono indipendenti. Esso è investito dei più ampi poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione per la gestione della Società e ha la facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per l'attuazione e il raggiungimento degli scopi sociali, esclusi quegli atti che la legge o lo statuto riservano all'Assemblea degli Azionisti.

È stato nominato un **Amministratore Delegato** (Cristiano Portas) al quale sono stati attribuiti poteri di ordinaria amministrazione; l'Amministratore Delegato rende conto periodicamente al Consiglio delle attività svolte nell'esercizio delle deleghe allo stesso attribuite.

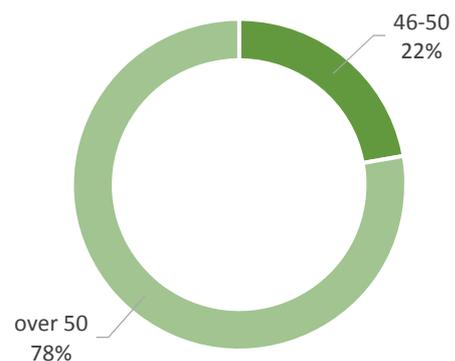
La nomina del Consiglio di Amministrazione avviene nel rispetto delle normative sulla parità di genere e con un meccanismo di “voto di lista”, ai sensi dell'art. 9 dello statuto sociale, che consente la nomina di Consiglieri indicati dalle minoranze. Tale nomina avviene in modo da garantire un numero di soggetti indipendenti nel rispetto della normativa e del Codice di Autodisciplina delle Società quotate.

Di prassi, all'interno del Consiglio di Amministrazione sono rappresentate professionalità con competenze diversificate. In occasione dell'approvazione del bilancio, il Consiglio esegue un'autovalutazione rispetto alla propria composizione e alle proprie competenze professionali.

Composizione del CdA per genere



Composizione del CdA per fascia d'età



Consiglio di Amministrazione al 31.12.2017:

Giuseppe Stefanel	<i>Non indipendente</i>	<i>Presidente, Amministratore non esecutivo</i>
Cristiano Portas	<i>Non indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo dal 21.12.2017 al 17.01.2018, Amministratore delegato dal 17.01.2018</i>
Tito Berna	<i>Non indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo</i>
Paola Bonomo	<i>Indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo</i>
Michaela Castelli	<i>Indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo</i>
Leonardo Pagni	<i>Indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo</i>
Stefano Romanengo	<i>Non indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo</i>
Stefania Saviolo	<i>Indipendente</i>	<i>Amministratore non esecutivo</i>
Stefano Visalli	<i>Non indipendente</i>	<i>Amministratore delegato dal 21.12.2017 al 17.01.2018, Amministratore non esecutivo dal 17.01.2018</i>

All'interno del Consiglio sono stati istituiti il "**Comitato Controllo e Rischi**", composto da tre membri, di cui due indipendenti, attribuendogli le funzioni previste dal Codice di Autodisciplina, e il "**Comitato per le operazioni con Parti Correlate**", composto di tre membri indipendenti, al quale sono stati attribuiti i compiti e i poteri istruttori, propositivi e consultivi nelle valutazioni e decisioni relative alle operazioni con parti correlate previsti dal Regolamento Consob adottato con la delibera n. 17221 del 12 marzo 2010, e successive modifiche, e dalla "Procedura per la disciplina delle Operazioni con Parti Correlate" approvata dal Consiglio di Amministrazione il 26 novembre 2010. Inoltre è presente il "**Comitato per le Nomine e la Remunerazione**", composto anch'esso da tre membri, di cui due indipendenti e uno non esecutivo. I Comitati sopra indicati sono di supporto, per le materie di loro competenza, alle decisioni del Consiglio di Amministrazione.

Il **Collegio Sindacale** è l'organo cui spetta la vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e in particolare sull'efficacia del sistema di controllo interno e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile, nonché sulle modalità di concreta attuazione delle regole di governo societario cui la Società dichiara di attenersi; è inoltre chiamato ad esprimere una proposta motivata all'Assemblea degli Azionisti in sede di conferimento dell'incarico di revisione legale dei conti.

Il Collegio Sindacale è composto da tre membri effettivi e due supplenti. Attribuzioni, doveri e durata del Collegio sono quelli stabiliti per legge. Ciascuno dei componenti del Collegio Sindacale deve possedere i requisiti di onorabilità, professionalità e indipendenza previsti dalla legge e dallo statuto (art. 18), nonché i requisiti di indipendenza previsti dal Codice di Autodisciplina delle società quotate.

Ai sensi dello statuto (art. 18) la nomina dei sindaci avviene con un meccanismo di "voto di lista" e la procedura assicura alla minoranza la nomina di un sindaco effettivo e di un sindaco supplente; al sindaco espresso dalla minoranza spetta la Presidenza del Collegio Sindacale. Tale nomina avviene nel rispetto della disciplina *pro tempore* vigente sulla parità di genere.

L'**Assemblea** degli Azionisti è l'organo che rappresenta l'universalità degli Azionisti e a cui compete deliberare, in via ordinaria, in merito all'approvazione del bilancio annuale, alla nomina e revoca dei componenti il Consiglio di Amministrazione, alla nomina dei componenti il Collegio Sindacale e del loro Presidente, alla determinazione dei compensi di Amministratori e Sindaci, al conferimento dell'incarico di revisione legale, alla responsabilità degli Amministratori e dei Sindaci; in via straordinaria, in merito alle modificazioni dello statuto e alle operazioni di carattere straordinario quali aumenti di capitale, fusioni, ecc..

Per ulteriori approfondimenti in materia di *Governance* si rimanda alla Relazione Sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari predisposta ai sensi dell'articolo 123-bis del TUF.

Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi

La Società si è dotata di un sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi predisposto tenendo in considerazione i modelli di riferimento e le *best practice* esistenti in ambito nazionale e internazionale. Sono state definite le linee di indirizzo di tale sistema in modo che i principali rischi afferenti all'Emittente e alle sue controllate risultino correttamente identificati, gestiti e monitorati, in maniera compatibile con una sana e corretta gestione dell'impresa, e altresì coerente con gli obiettivi strategici individuati.

Il Gruppo Stefanel ha, infatti, posto in essere procedure per la gestione dei rischi nelle aree maggiormente esposte, individuabili a livello strategico, operativo, finanziario e di conformità alla normativa in vigore. Inoltre, nell'ambito della definizione dei piani strategici, industriali e finanziari, il Consiglio di Amministrazione definisce la natura e il livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici della Società, includendo nelle proprie valutazioni tutti i rischi che possono assumere rilievo nell'ottica della sostenibilità nel medio-lungo periodo dell'attività dell'Emittente. Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi di Stefanel S.p.A. è quindi un processo finalizzato a fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi relativi a: efficacia ed efficienza delle attività operative; attendibilità dell'informazione finanziaria; conformità a leggi e regolamenti in vigore.

Gli **attori principali** del Sistema di Controllo e di Gestione dei Rischi sono:

a) il Consiglio di Amministrazione, che svolge un ruolo di indirizzo e di valutazione dell'adeguatezza del sistema e individua al suo interno:

(i) l'“Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi”;

(ii) il Comitato Controllo e Rischi, avente le caratteristiche indicate nel Codice di Autodisciplina con il compito di supportare, con un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché quelle relative all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche;

b) il Responsabile della funzione di Internal Audit, incaricato di verificare che il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi sia funzionante e adeguato;

c) il Collegio Sindacale, che vigila sull'efficacia del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;

d) i responsabili di funzioni aziendali cui sono affidati i controlli volti a monitorare e gestire i rischi tipici aziendali (quali il rischio operativo, il rischio finanziario, il rischio di mercato e il rischio di non conformità) in riferimento alle aree di competenza.

Il Consiglio di Amministrazione ha condiviso con il Comitato Controllo e Rischi e l'Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi l'identificazione e analisi dei principali rischi societari: dopo aver analizzato i fattori di rischio che possono interessare la generalità delle aziende, sono stati individuati i rischi che più verosimilmente possono riguardare le società del Gruppo Stefanel. Nell'espletamento delle attività di individuazione, valutazione e gestione dei rischi sono stati considerati i seguenti aspetti:

- la natura ed il livello di rischio compatibili con gli obiettivi strategici dell'emittente, come formalizzati anche in relazione al nuovo piano industriale 2016-2022 elaborato dalla Società;

- la struttura organizzativa in essere;
- la mappatura delle aree di rischio ex D.lgs. 231/2001;
- la mappatura dei rischi censiti dalla società di revisione;
- l'esperienza professionale maturata dai soggetti coinvolti nella gestione del rischio aziendale.

Le aree di rischio cui è maggiormente esposto il Gruppo Stefanel sono di seguito riportate:

- **Rischi strategici**

Tra i rischi strategici vengono compresi i fattori che influenzano le opportunità e le minacce relative al business del Gruppo. In particolare, il Gruppo si pone degli obiettivi, tra i quali: cogliere nuove opportunità di business in termini di aree geografiche e segmenti di business; operare nel mondo alla ricerca di competenze specifiche e di distretti industriali in cui investire il proprio *know-how* per garantire la qualità dei prodotti e dei processi.

- **Rischi di mercato**

I rischi di mercato includono gli effetti che cambiamenti nel mercato potrebbero avere sull'attività delle diverse *business unit*. In particolare, per il settore in cui opera il Gruppo è particolarmente rilevante il rischio riconducibile ai cambiamenti nelle scelte di spesa del consumatore. Inoltre il business dell'abbigliamento è in qualche misura sensibile alle condizioni climatiche.

- **Rischi operativi**

Per rischi operativi si intendono possibili conseguenze avverse legate a processi, organizzazione o sistemi interni e ad eventi esterni connessi alla gestione corrente delle attività. Nello specifico, il Gruppo è esposto, tra gli altri, ai rischi connessi allo sviluppo commerciale e al rafforzamento/riposizionamento dei propri marchi. In particolare, la strategia di espansione e crescita adottata negli ultimi anni dal Gruppo ha fatto aumentare i costi fissi operativi, e ha comportato importanti investimenti sullo *shop network*. Tali investimenti espongono il Gruppo al rischio che alcune

location scelte possano poi rivelarsi inadatte, a causa di cambiamenti demografici o di cambiamenti di altre caratteristiche delle aree commerciali ed inoltre comportano il rischio di conseguire significative perdite operative.

- **Rischi finanziari**

Nei rischi finanziari vengono inclusi rischi legati ai cambi, ai tassi di interesse, alla liquidità e ai crediti.

- **Rischio Paese**

Il Gruppo è esposto ai rischi associati alla internazionalizzazione delle proprie attività e, quindi, all'instabilità politica ed economica in alcuni Paesi in cui opera, a cambiamenti nelle disposizioni di legge, a dazi o barriere commerciali, a controlli dei prezzi o dei tassi di cambio, come ai rischi connessi a ritardi nei pagamenti dei clienti in alcuni Paesi.

- **Rischi di compliance**

Tra i rischi di compliance vi sono i rischi in relazione al processo di informativa finanziaria, i rischi in materia di salute e sicurezza dei lavoratori, i rischi in materia ambientale, i rischi legati alla responsabilità amministrativa degli enti ex D. Lgs. 231/2001, ecc.

Peraltro, le attività di *risk self-assessment* condotte dalla Società con il supporto della funzione Internal Audit e con il coordinamento dell'Amministratore Incaricato del Sistema di Controllo e Gestione dei Rischi, hanno permesso di identificare e valutare i rischi associati a 5 macro processi caratterizzanti l'operatività aziendale, per ciascuno dei quali sono stati mappati e valutati i rischi specifici secondo criteri qualitativi di probabilità e impatto. L'esito di tale attività di *risk self-assessment* ha permesso di identificare complessivamente 60 rischi aziendali alcuni dei quali sono riconducibili alle cinque categorie del Decreto. A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, sono di seguito riportati alcune delle aree di rischio identificate:

- gestione della normativa in materia di responsabilità amministrativa degli enti ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231;
- gestione delle risorse aziendali con riferimento alla possibile perdita di risorse professionali (anche ad elevato contenuto tecnico);
- gestione della formazione delle risorse aziendali;
- gestione delle relazioni industriali;
- gestione delle relazioni con le comunità locali;
- gestione della normativa in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro ai sensi Decreto Legislativo 9 aprile 2008, n.81;
- gestione della qualità nella realizzazione delle collezioni (ivi incluso il rispetto della normativa sulla sicurezza del prodotto);
- gestione dei rapporti con i fornitori e della *supply chain* (e.g. selezione, qualificazione, monitoraggio, ecc.);
- gestione della normativa in materia di tutela dell'ambiente;
- gestione della logistica.

Si evidenzia che il Gruppo Stefanel ha trattato alcuni rischi ritenuti significativi quali ad esempio quelli relativi alla salute e sicurezza dei lavoratori, alla salute e sicurezza del cliente e alla sicurezza del prodotto nelle successive sezioni del presente documento cui si fa riferimento per approfondimenti.

Per ulteriori approfondimenti in materia di Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei rischi si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari del Gruppo Stefanel predisposta ai sensi dell'articolo 123-bis del TUF e alla Relazione sulla Gestione.

Integrità del business e contrasto alla corruzione

Il Gruppo Stefanel ha adottato il **Codice Etico**, documento di sintesi dei valori e dei principi fondamentali cui tutti coloro che operano in nome e per conto del Gruppo sono tenuti ad uniformarsi nella conduzione delle attività di business. In particolare, all'interno del Codice Etico, il Gruppo afferma il proprio impegno a far sì che tutte le attività dello stesso siano svolte nell'osservanza delle leggi e dei regolamenti del Paese in cui si opera, con onestà, integrità, correttezza buona fede ed imparzialità, nonché con lealtà e trasparenza e nel pieno rispetto dei loro diritti e interessi legittimi. Si precisa anche che il Codice Etico è stato predisposto per rafforzare

all'interno del Gruppo Stefanel l'applicazione e il rispetto di tali principi etici e responsabilità, sia verso l'interno che l'esterno, da sempre caratterizzanti le attività del Gruppo Stefanel. Da ciò dipende, infatti, in misura significativa il successo nelle proprie attività e la reputazione del Gruppo Stefanel.

Il Codice Etico costituisce componente fondamentale del **Modello di Gestione, Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01** (di seguito anche "Modello"), altro strumento di cui si è dotato il Gruppo al fine di assicurare il rispetto dei principi di integrità e di eticità nella gestione aziendale per le società italiane del Gruppo e che può costituire eventualmente buona prassi anche per le altre società del Gruppo. In particolare, lo stesso rappresenta il primo presidio per la mitigazione del rischio di corruzione sia nei confronti della Pubblica Amministrazione sia fra privati. Esso costituisce, infatti, un insieme di regole e principi di comportamento, procedure operative e sanzioni disciplinari, finalizzati a prevenire la commissione di illeciti e a garantire un comportamento etico da parte di coloro che operano per conto della Società. Il Modello del Gruppo Stefanel è stato aggiornato da ultimo nel gennaio 2016.

L'adeguatezza, il rispetto e il corretto funzionamento del Modello sono presidiati da un Organismo di Vigilanza (di seguito anche "OdV") che, nell'esercizio 2017, era composto da due membri e, in particolare, da un soggetto avente specifiche competenze nell'area legale e dal Presidente del Collegio Sindacale. L'OdV verifica costantemente l'osservanza dei presidi di controllo previsti dal Modello in relazione ai diversi rischi di reato cui è potenzialmente esposta la Società, avvalendosi anche del supporto della funzione Internal Audit. L'Organismo di Vigilanza è altresì destinatario di eventuali richieste di informativa e di segnalazioni di violazioni del Modello.

Un ulteriore presidio per la prevenzione e la lotta alla corruzione è costituito dalla **Politica Anticorruzione**, adottata dal Consiglio di Amministrazione, che stabilisce i principi e le regole di comportamento da seguire allo scopo di mitigare il rischio di violazioni di norme in materia di corruzione in tutti i Paesi nei quali opera. Con tale politica il Gruppo Stefanel ha affermato il proprio impegno ad operare nel rispetto di dichiarazioni, convenzioni, standard, principi, linee guida e raccomandazioni generalmente accettate a livello nazionale e internazionale. Tra questi vi sono: il D. Lgs. 231/2001, la Legge Anticorruzione n. 190 del 2012, le Linee guida ANAC in materia, lo standard ISO 37001: 2016 "*Anti-bribery management systems*", il "*Global Compact delle Nazioni Unite*", lo US-FCPA e lo UK-ABAC.

Attraverso tale politica il Gruppo afferma il proprio impegno a ripudiare qualsiasi forma di corruzione (sia nei confronti di controparti pubbliche che private) e a rispettare le leggi in materia di anticorruzione.

Al fine di evitare comportamenti che possono essere intesi come forme di corruzione, il Gruppo Stefanel, all'interno della Politica Anticorruzione, prevede una serie di regole di comportamento che sono tenuti ad adottare tutti coloro che direttamente o indirettamente entrano in contatto con lo stesso. Tali regole di comportamento riguardano i seguenti aspetti: *facilitation payments*, omaggi, liberalità e sponsorizzazioni, viaggi di lavoro, finanziamento di partiti politici e sindacati, contributi e liberalità, gestione dei rapporti con terze parti, scritture contabili e selezione e assunzione del personale.

Per assicurare la massima efficacia dei presidi di cui sopra, il Gruppo si impegna in iniziative di formazione e informazione dei sopracitati documenti e controlla che gli stessi siano rispettati.

Il personale a cui si applicano i presidi sopra descritti ha la possibilità, nonché il dovere, di segnalare i presunti casi di violazione dei principi comportamentali delineati nella stessa di cui sono a conoscenza, ovvero di segnalare qualsiasi atteggiamento o situazione di potenziale criticità agli Organi di Riferimento (il Responsabile delle Risorse Umane della capogruppo, il Responsabile dell'Internal Auditing, il Comitato per il Controllo Interno della capogruppo e l'Organismo di Vigilanza di Stefanel S.p.A.).

Dall'analisi delle attività di business del Gruppo, dato l'ambito in cui esso opera e i limitati contatti con pubbliche autorità e pubblici ufficiali, il rischio di reati di corruzione è da considerarsi poco rilevante. A conferma di questo, nell'esercizio 2017 non si sono verificati all'interno del Gruppo episodi di corruzione.

L'etica e l'integrità nella gestione del business del Gruppo Stefanel è testimoniata anche dall'assenza nel corso del 2017 di multe significative e sanzioni non monetarie per mancato rispetto di leggi e regolamenti.

Politiche e governance della sostenibilità

Ai fini di perseguire una crescita sostenibile, il Gruppo Stefanel si è dotato di un sistema di presidi (Modello di Organizzazione, gestione e controllo ex D. Lgs. 231/01, Codice Etico, Politica Anticorruzione, Politica Ambientale, Politica sulla diversità, Politica sui diritti umani) con l'obiettivo di definire i principi di riferimento sulle tematiche sociali ed ambientali e fornire alle società del Gruppo una linea di comportamento da seguire nelle attività operative sugli ambiti riportati. Il fine principale è quello di consolidare all'interno del Gruppo la diffusione di principi trasversali, che tengano conto dei diversi contesti socio-culturali e geografici in cui opera, ma fermamente ispirati ai valori del Gruppo quali legalità, integrità, trasparenza e imparzialità.

In ambito di sostenibilità, l'indirizzo e il coordinamento delle relative attività sono affidati alla funzione Amministrazione, Finanza e Controllo. La funzione Amministrazione, Finanza e Controllo è inoltre responsabile della redazione annuale della Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario (nel rispetto della recente normativa in materia di *Non Financial Information* ai sensi D. Lgs. 254/2016) e di tutte le attività ad essa correlate (e. g. raccolta, analisi e validazione dei dati, aggiornamento e coordinamento del processo di reporting, condivisione e invio al Consiglio di Amministrazione per approvazione della bozza di Dichiarazione).

Il compito di esaminare e approvare la predisposizione della Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario è rimesso al Consiglio di Amministrazione di Gruppo. La società di revisione rilascia un'attestazione circa la conformità delle informazioni fornite dalla Società nella Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario rispetto a quanto richiesto dal relativo Decreto Legislativo e rispetto ai principi, alle metodologie e alle modalità di redazione previste dallo stesso.

Policy e Linee Guida di Stefanel in ambito Socio-Ambientale

Il Codice Etico di Gruppo e il Codice di condotta Fornitori sono due documenti mediante i quali il Gruppo Stefanel rende noto il proprio impegno, su base volontaria, ad implementare processi aziendali ispirati ai principi etici di riferimento sulle tematiche inerenti la gestione del personale, la salute e la sicurezza, la diversità, la prevenzione della corruzione, i diritti umani, l'ambiente, ecc. Tali documenti infatti, forniscono a tutti i lavoratori del Gruppo la linea di indirizzo, i valori e i principi di comportamento cui ispirarsi al fine di promuovere un approccio responsabile e proattivo verso tematiche sopra citate, che costituiscono i principali ambiti definiti dal D. Lgs. 254/2016. Le prassi operative adottate dal Gruppo sono poste in essere in osservanza di quanto indicato in tali documenti.

Al fine di evidenziare l'impegno del Gruppo al rispetto dei più elevati standard di sostenibilità sociale, Stefanel ha sintetizzato le prassi operative in essere nelle quattro Policy seguenti: Politica Anticorruzione, Politica sulla Diversità, Politica sui Diritti Umani, Politica Ambientale. Tali Policy sono state predisposte ed elaborate nel corso dell'esercizio 2017 e formalmente approvate dal Consiglio di Amministrazione a febbraio 2018.

Tali politiche si ispirano alle principali linee guida e standard internazionali in materia di gestione responsabile del business. Le politiche sono portate a conoscenza di tutti i Destinatari mediante idonee attività di formazione e informazione.

Di seguito si riporta una sintesi dei principali documenti di indirizzo del Gruppo relativi ai temi socio-ambientali definiti dal D. Lgs. 254/2016. Nei capitoli seguenti è fornita adeguata *disclosure* delle politiche, degli impegni e delle pratiche in esse contenute.

Persone, salute e sicurezza	Prodotto, qualità e sicurezza
<i>Documento: Codice Etico</i>	<i>Documento: Codice Etico</i>
<p>Il Gruppo Stefanel si impegna a:</p> <ul style="list-style-type: none">• diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori ed operando per preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei lavoratori;• diffondere il rispetto delle procedure aziendali a presidio della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, come parte essenziale della qualità della prestazione di lavoro da loro fornita;• assicurare che le attività del Gruppo Stefanel si svolgano nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione, perseguendo il continuo miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza sul lavoro.	<p>Il Gruppo Stefanel si impegna a:</p> <ul style="list-style-type: none">• soddisfare le esigenze dei propri clienti fornendo prodotti e servizi di qualità;• fornire informazioni esaurienti ed accurate sui prodotti ed i servizi forniti, in modo da favorire scelte consapevoli.
Diversità	
<i>Documento: Politica sulla Diversità</i>	
<p>Il Gruppo Stefanel si impegna a:</p> <ul style="list-style-type: none">• evitare prassi discriminatorie garantendo un ambiente di lavoro privo di qualsiasi forma di molestia, prevaricazione o altro condizionamento che possa rendere l'ambiente di lavoro ostile, intimidatorio e offensivo;• garantire pari opportunità in tutti gli aspetti dell'occupazione all'interno del Gruppo;• favorire l'inclusione e adottare azioni, pratiche, processi e servizi affinché non si verifichi alcun tipo di limitazione implicita o esplicita riferita a qualsiasi tipo di diversità;• rispettare l'equilibrio tra vita professionale e vita privata.	

Anticorruzione

Documento: Politica Anticorruzione

Il Gruppo Stefanel si impegna a:

- non dare, promettere, ricevere o richiedere direttamente o indirettamente elargizioni o altra utilità, al fine di ottenere un indebito vantaggio sia nei rapporti con soggetti della Pubblica Amministrazione, che con soggetti di diritto privato;
- non ammettere *facilitation payment*, ovvero di corrispondere o offrire denaro o altra utilità ad un Funzionario Pubblico per ottenere o mantenere un indebito vantaggio a favore del Gruppo;
- non consentire di corrispondere né di offrire, direttamente o indirettamente omaggi, liberalità o sponsorizzazioni a terzi, Funzionari Pubblici o privati, per influenzare o compensare un atto del loro ufficio;
- non pagare le spese, ivi incluse quelle relative a viaggi di lavoro ad un Funzionario Pubblico;
- non erogare contributi, diretti o indiretti, a partiti, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, a loro rappresentati e candidati;
- assicurare che i contributi e le liberalità finalizzate al sostegno e allo sviluppo della collettività siano in linea con il budget annuale approvato, siano indirizzate ad enti caritatevoli e organizzazioni no profit, siano tracciabili e documentate per iscritto, siano indirizzate a beneficiari rispettabili e con una buona reputazione;
- nell'ambito della gestione dei rapporti con terze parti, condurre verifiche al fine di ottenere informazioni relative al loro background e alla loro reputazione;
- garantire che le scritture contabili siano accurate e affidabili e che non riportino informazioni false o fuorvianti;
- condurre le attività di selezione e assunzione del personale in modo coerente e nel rispetto della normativa vigente, senza promettere o effettuare assunzioni, o cessazioni del rapporto di lavoro volte a generare un favore o influenzare il giudizio della Pubblica Amministrazione o suoi funzionari, al solo fine di indurli ad assicurare qualsivoglia vantaggio per il Gruppo.

Diritti Umani

Documento: Politica sui Diritti Umani

Il Gruppo Stefanel si impegna a:

- non impiegare lavoro minorile;
- rifiutare il lavoro forzato ed ogni forma di coercizione;
- tutelare la dignità personale vietando ogni forma di molestia;
- evitare prassi discriminatorie in tutti gli ambiti del rapporto lavorativo;
- favorire la libertà di associazione e di contrattazione collettiva;
- tutelare la salute e sicurezza dei lavoratori;
- sostenere le comunità locali tenendo in considerazione le aspettative delle stesse, contribuendo al loro sviluppo, rispettando la loro cultura e il loro patrimonio;
- rispettare la privacy e le informazioni riservate di tutti gli stakeholder;
- offrire condizioni lavorative dignitose promuovendo un ambiente lavorativo basato su valori quali la fiducia, il dialogo, il rispetto reciproco, il benessere dei lavoratori e garantendo condizioni economiche e orari di lavoro dignitosi.

Ambiente

Documento: Politica Ambientale

Il Gruppo Stefanel si impegna a:

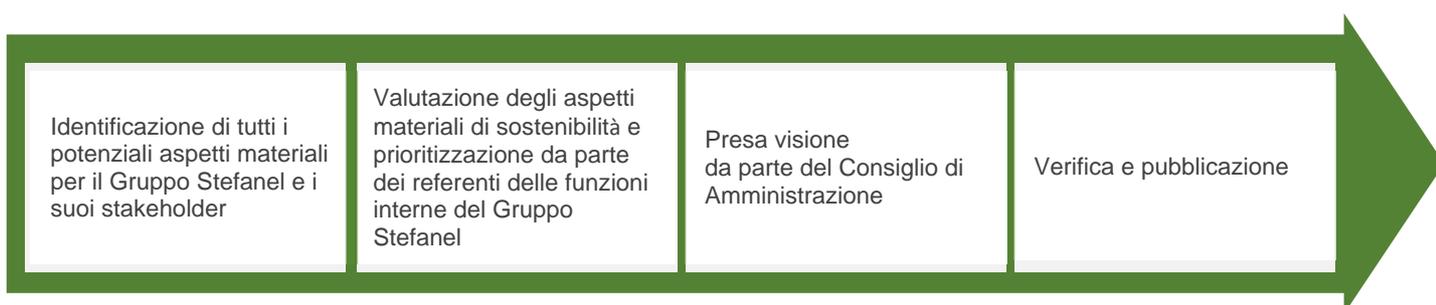
- rispettare le disposizioni e le norme tecniche e legislative;
- gestire responsabilmente gli impatti ambientali;
- prevenire e gestire situazioni di emergenza ambientale;
- ridurre le emissioni di CO₂ e di gas ad effetto serra;
- promuovere l'utilizzo di materiali riciclati;
- gestire con approccio sostenibile le risorse naturali;
- ridurre l'utilizzo di sostanze e materiali pericolosi;
- ridurre la produzione di rifiuti;
- tutelare l'ambiente naturale, l'ecosistema e la biodiversità coinvolgendo e sensibilizzando gli stakeholder, i lavoratori e gli enti esterni accrescendo la loro consapevolezza.

Le priorità sociali e ambientali per il Gruppo Stefanel: analisi di materialità

Nel 2017, il Gruppo Stefanel ha avviato un processo di analisi di materialità per identificare i temi non finanziari più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder, sui quali da un lato porre particolare attenzione e impegnarsi in maniera costante, e dall'altro definire i contenuti del presente documento in linea con i *GRI Sustainability Reporting Standards*.

Attraverso tale processo è stata definita una matrice di materialità che individua gli aspetti più significativi che possono generare impatti economici, sociali e ambientali e che, influenzando aspettative, decisioni, valutazioni e azioni degli stakeholder costituiscono le priorità in termini di gestione e rendicontazione in ambito sociale e ambientale.

L'analisi è stata coordinata dalla funzione Amministrazione, Finanza e Controllo, con il supporto di una società specializzata esterna, attraverso un processo strutturato di valutazione che ha coinvolto il management del Gruppo responsabile dei temi non finanziari potenzialmente rilevanti. Il processo di analisi di materialità è stato strutturato in quattro fasi:



Durante la **fase di identificazione** sono stati selezionati i potenziali aspetti materiali con l'analisi di diverse fonti. Le principali sono state:

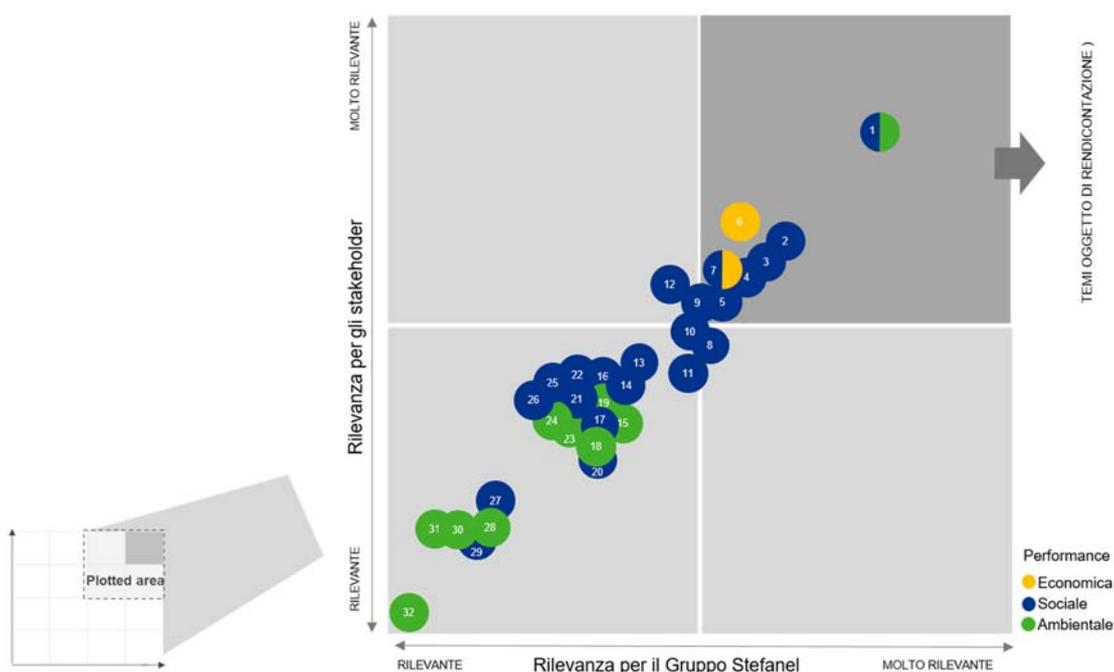
- le linee guida per la rendicontazione di sostenibilità *GRI Standards* e quanto previsto dalla normativa e in ambito *Non Financial Information* (D. Lgs. 254/2016 che recepisce la Direttiva 2014/95/UE, orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario della Commissione Europea);
- i documenti aziendali quali, ad esempio, il Codice Etico e gli impegni pubblici assunti;
- gli standard/iniziativa multi-stakeholder internazionali, fra cui il Global Compact;
- i documenti esterni quali report di analisi dei cambiamenti di scenario, elaborati fra gli altri dal World Economic Forum, il Manifesto della sostenibilità per la moda italiana, report e studi internazionali relativi alle tematiche e trend di sostenibilità nel settore moda, questionari di valutazione delle società di *rating* per l'ammissione a indici per l'investimento responsabile;
- analisi di *benchmarking* svolta sui principali competitor;
- attività di *media search*.

Durante la fase di **valutazione e prioritizzazione** i referenti delle funzioni interne all'organizzazione hanno verificato, analizzato e attribuito rilevanza e priorità alle singole tematiche. I referenti, quali portavoce della visione globale sui processi e sulle attività del Gruppo Stefanel, hanno valutato le singole tematiche dal lato aziendale e dal punto di vista degli stakeholder. Infatti, in questa prima analisi di materialità, i referenti che quotidianamente si interfacciano con i diversi stakeholder, hanno rappresentato anche la prospettiva delle parti interessate. Gli aspetti sono stati valutati, per entrambe le dimensioni, secondo diversi criteri: l'allineamento con la strategia aziendale, l'impatto economico e ambientale, il rischio e gli impatti reputazionali, la coerenza con le politiche interne, gli impegni assunti ed il Codice Etico.

Dall'analisi e valutazione sono emerse 32 tematiche, di cui 8 maggiormente rilevanti, che sono state posizionate nella matrice di materialità identificando tre pre-condizioni alla base del modello di sostenibilità:

- la creazione di valore economico sostenibile nel tempo;
- l'adozione di un sistema di governance efficace e trasparente a supporto del business;
- l'attenzione costante ai temi di compliance normativa e regolamentare.

La matrice è stata portata all'attenzione del Consiglio di Amministrazione.



Nella tabella sottostante sono evidenziati i temi materiali individuati per Stefanel e i suoi stakeholder oggetto di rendicontazione nella presente Dichiarazione. Con riferimento alle altre tematiche riportate nella matrice, riconoscendone la rilevanza e la valenza sociale, nel documento sono riportati anche sinteticamente cenni rispetto agli approcci adottati dal Gruppo. Per ulteriori approfondimenti circa le tematiche oggetto di rendicontazione si rimanda alla tabella di raccordo tra i temi materiali del Gruppo Stefanel, gli ambiti del D. Lgs. 254/16 e i *GRI Standards* riportata in Nota Metodologica.

#	Tema rilevante
1	Selezione dei fornitori/imprese terziste e loro controllo rispetto alla capacità di tutelare e gestire i diritti umani, la salute e sicurezza dei lavoratori e la corretta gestione ambientale
2	Rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori
3	Coinvolgimento, ascolto, soddisfazione del cliente ed eccellenza del servizio
4	Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
5	Tracciabilità e informazioni sul prodotto e etichettatura
6	Tutela e rafforzamento della reputazione del brand
7	Qualità e sicurezza del prodotto
8	Costruzione di relazioni commerciali stabili ed equa remunerazione dei fornitori
9	Diversità, pari opportunità e inclusione
10	Sicurezza e protezione dei dati
11	Coinvolgimento, dialogo, trasferimento di competenze e formazione fornitori
12	Ricorso e valorizzazione dei fornitori locali
13	Comunicazione interna chiara, trasparente ed efficace
14	Creazione e tutela dell'occupazione
15	Attenzione al ciclo di vita del prodotto
16	Attrazione e sviluppo dei talenti

#	Tema rilevante
17	Contrasto alla corruzione
18	Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas a effetto serra
19	Riduzione dei rifiuti prodotti e ricorso a metodi di smaltimento responsabili
20	Soddisfazione dei dipendenti
21	Tutela e valorizzazione dell'artigianalità
22	Conciliazione vita-lavoro (Well-being e work-life balance)
23	Approvvigionamento e consumo responsabile di materiali (utilizzo carta riciclata o proveniente da foreste gestite in maniera responsabile)
24	Animal welfare
25	Formazione e sviluppo delle competenze
26	Remunerazione, sistemi di incentivazione e benefit
27	Lotta alla contraffazione
28	Prodotti e processi sostenibili
29	Sostegno allo sviluppo della Comunità
30	Eco-progettazione dei punti vendita
31	Riduzione dei consumi di acqua e monitoraggio degli scarichi
32	Promozione del consumo sostenibile, dei cambiamenti nelle abitudini di consumo ed educazione del consumatore

(in verde sono evidenziate le tematiche maggiormente rilevanti per il Gruppo Stefanel e quindi oggetto di rendicontazione)

Coinvolgimento degli stakeholder

L'attenzione di Stefanel nel coinvolgimento dei propri stakeholder, interni ed esterni, trova fondamenti nel Codice Etico, il quale definisce le linee guida da adottare nella relazione verso ciascun interlocutore, stabilendo priorità, principi e modalità di comportamento per ognuno di essi. Un rapporto basato sul costante dialogo e sul coinvolgimento attivo dei propri stakeholder è espressione delle responsabilità che il Gruppo ha nei confronti del contesto con cui interagisce quotidianamente. Gli stakeholder del Gruppo Stefanel sono, infatti, la risorsa decisiva per il successo dei suoi marchi e delle sue attività e rappresentano altresì una fonte di competenze professionali ampie e differenziate.

Ascoltare i punti di vista, le aspettative e i bisogni dei propri stakeholder interni ed esterni è un'azione indispensabile per fornire agli stessi risposte all'altezza delle tradizioni e delle ambizioni del Gruppo. Per questo motivo, il monitoraggio delle dinamiche in cui è coinvolto il Gruppo, costituendo un'occasione di reciproca crescita e arricchimento, è un'attività fondamentale per cogliere le opportunità di business, anche nell'ambito della sostenibilità, e creare valore nel lungo periodo.

Nel corso del 2017 il Gruppo Stefanel ha provveduto ad aggiornare la mappa dei propri stakeholder, sulla base di un'analisi interna e di *benchmark*, al fine di considerare tutti quei soggetti, siano esse persone fisiche o giuridiche, che sono maggiormente influenzate dallo stesso.

Di seguito si riporta una sintesi degli strumenti e canali fondamentali di interazione identificati per i principali stakeholder:

STAKEHOLDER	STRUMENTI E CANALI DI INTERAZIONE
Investitori e analisti	Assemblea degli Azionisti Conference Call Dialogo quotidiano Sito web istituzionale Incontri e conferenze di settore Informativa finanziaria al mercato
Istituzioni finanziarie	Informativa finanziaria al mercato Incontri periodici per gli istituti di credito
Clienti finali e <i>wholesale</i>	Interazione con il personale di vendita nei negozi o con i rappresentanti di area Programma di fidelizzazione <i>Join the Club</i> e <i>Join the Club Young</i> Sito web istituzionale, social media, e-mail e posta elettronica Newsletter informativa <i>Customer Service</i>
Persone	Dialogo e feedback continuo con la Direzione HR e Servizi Generali Analisi generale dei fabbisogni di risorse e formativi Intranet aziendale
Organizzazioni sindacali, rappresentanti dei lavoratori	Incontri periodici di confronto con le rappresentanze sindacali
Fornitori e partner commerciali	Dialogo continuo e trasferimento di buone prassi e competenze Definizione e condivisione di standard contrattuali (es. Codice Condotta Fornitori, Manuale di Controllo qualità) Visite periodiche negli stabilimenti produttivi Interazione con il personale del Controllo Qualità

	Software per la gestione degli ordini (PDM)
Media	Interviste con i vertici aziendali Conferenze stampa Eventi Press Area del Sito Web Istituzionale <i>Press Day</i>
Enti e Istituzioni (Enti locali, pubblica amministrazione, enti regolatori, associazioni di categoria)	Incontri con rappresentanti delle istituzioni locali
Collettività e Generazioni Future (Comunità locali e ONG, Scuole e Università)	Collaborazione in interventi o progetti sociali Sostegno o supporto di iniziative sociali Interazione con il mondo accademico e scolastico

Il Gruppo Stefanel aderisce e partecipa alle attività organizzate da diversi enti/associazioni a livello nazionale. In particolare, Stefanel S.p.A. è associata a **Confindustria**, **Confcommercio** e **Assonime**, senza ricoprire incarichi negli organi di governo e/o nei comitati. Analogamente, Interfashion è associata ad **Confindustria** e **Sistema Moda Italiana**.

- **Confindustria** è la principale associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia, con una base, ad adesione volontaria, che conta oltre 150 mila imprese di tutte le dimensioni;
- **Confcommercio**, Confederazione Generale Italiana delle Imprese, delle Attività Professionali e del Lavoro Autonomo, è la più grande rappresentanza d'impresa in Italia, associando oltre 700.000 imprese;
- **Assonime** è l'associazione fra le società italiane per azioni. Secondo il suo statuto, ha per oggetto lo studio e la trattazione dei problemi che riguardano direttamente o indirettamente gli interessi e lo sviluppo dell'economia italiana;
- **Sistema Moda Italia** è una delle più grandi organizzazioni mondiali di rappresentanza degli industriali del tessile e moda del mondo occidentale. Aderisce a Confindustria ed è il socio fondatore più rappresentativo di Euratex, Organizzazione europea del Tessile Abbigliamento.

PRODOTTO E CATENA DI FORNITURA

Profilo e presidio della catena di fornitura

Il Gruppo Stefanel riconosce l'importanza delle relazioni con i propri fornitori. È infatti radicata nell'azienda la consapevolezza di quanto la gestione dei rapporti di fornitura sia vitale per la continua creazione di valore nei confronti del cliente e per la costante offerta di prodotti sicuri e di alta qualità che garantiscano la salute e sicurezza dei clienti e di tutti i lavoratori che operano lungo la filiera produttiva.

Il sistema produttivo delle *business unit* Stefanel e Interfashion si caratterizza per un'elevata flessibilità ed elasticità pur con il mantenimento di un importante presidio produttivo dal forte *know how* nel campo della maglieria, che rappresenta il tratto distintivo dei prodotti commercializzati dal Gruppo.

La filosofia produttiva adottata dal Gruppo Stefanel è del tipo c.d. "commercializzato". Nello specifico, per quanto riguarda la *business unit* Stefanel, il modello produttivo è del tipo commercializzato puro per tutti i capi in tessuto confezionati e per una larga parte della maglieria, con l'obiettivo di arrivare entro la fine dell'esercizio 2018 ad acquistare l'intera collezione di prodotti di maglieria da fornitori terzi, completando così il percorso evolutivo verso il commercializzato puro. Per quanto riguarda la restante parte di maglieria, si segnala che nel corso dell'esercizio 2017 Stefanel ha svolto ancora attività di acquisto di filati, che sono quindi stati inviati in conto lavorazione ai façonisti, e di coordinamento per alcune fasi di produzione (e.g. smacchinatura, lavaggio, stiratura, ecc.). In ragione della ricercatezza dei prodotti marchiati HIGH, la *business unit* Interfashion svolge attività di produzione interna esclusivamente con riferimento al campionario, oltre ad acquistare tessuti e filati che successivamente sono inviati ai terzisti in conto lavorazione per il confezionamento del prodotto finito.

In particolare, l'approvvigionamento della *business unit* Stefanel consta essenzialmente di tre tipologie di prodotti: filati, capi in tessuto e maglieria. La spesa di fornitura totale annuale della stessa è pari a circa **27 milioni di Euro**, di cui circa 6 milioni per i filati e i rimanenti 21 milioni per la maglieria e i capi in tessuto.

Nel corso delle ultime stagioni il Gruppo ha modificato le aree di approvvigionamento dei propri prodotti attraverso la selezione di fornitori localizzati nell'area mediterranea, tra cui l'Italia, e l'Est Europa a scapito di produzioni provenienti dal *Far East*. A conferma dell'attenzione del Gruppo nel ricorrere ai fornitori locali, l'area principale di approvvigionamento è costituita dall'Italia (36%) assieme alla regione Mediterranea (30%), mentre il *Far East*, trainato dalla Cina, contribuisce per il restante 34% della spesa totale. I fornitori italiani contribuiscono primariamente alla produzione di filati e maglieria; i capi in tessuto sono invece principalmente realizzati nelle regioni Mediterranee e Asiatiche.

La catena di fornitura di Stefanel è altamente concentrata, con una decina di fornitori che costituiscono più del 50% della spesa di approvvigionamento e una ventina di fornitori che costituiscono circa il 40%. I rimanenti fornitori hanno una rilevanza molto bassa, costituendo circa il restante 10%.

La *supply chain* di Interfashion consta di circa: 245 fornitori di materie prime (accessori e tessuti), di cui 39 esteri (Francia, Giappone, Inghilterra, Portogallo, Spagna, Svizzera); 30 fornitori di prodotto finito, di cui 11 esteri (Cina, India, Moldavia, Portogallo, Turchia); 87 fornitori di mano d'opera, industria ed artigiani per le lavorazioni, di cui 11 esteri (Marocco, Romania, Slovenia).

Il prodotto HIGH è orientato allo sviluppo e all'approvvigionamento di materie prime ed elementi caratterizzati da una qualità elevata che principalmente trova le sue fonti produttive in Italia. Più in generale, la ricerca e la scelta delle fonti produttive sono funzionali alla proposta commerciale o alla natura del prodotto. Nel corso del 2017, il 77% della spesa di fornitura è avvenuta nei confronti di fornitori italiani, il 4% presso fornitori esteri europei e il restante 19% nel resto del mondo.

La **scelta dei fornitori** si ispira a principi di obiettività, imparzialità, competenza, concorrenza ed economicità, oltre ai principi di trasparenza, correttezza ed eccellenza nel rispetto dei più elevati standard qualitativi. Ogni rapporto di fornitura è vincolato al rispetto delle leggi e dei regolamenti in materia di lavoro, diritti umani, salute e sicurezza, ambiente, anticorruzione vigenti nel proprio Paese e all'applicazione dei principi enunciati dal Codice Etico e dal Codice di Condotta dei Fornitori. E' inoltre richiesto a ciascun fornitore di garantire il rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo, dei principi di parità di trattamento e di non discriminazione, nonché la tutela del lavoro minorile e forzato.

La selezione dei fornitori è effettuata dal Gruppo tenendo conto anche delle competenze tecniche dell'azienda partner, dei suoi standard qualitativi e delle sue capacità di far fronte alle produzioni che le vengono assegnate

nei tempi richiesti. Ai propri fornitori Stefanel chiede quindi elevate performance in termini di costi, qualità, servizio e sostenibilità. Per alcune tipologie di fornitori, in particolare ai fornitori di prodotto finito nonché *façonisti*, è richiesta la sottoscrizione di uno specifico contratto definito “Contratto Quadro di Fornitura”.

Il Codice Etico di Gruppo, che delinea l'**approccio di Stefanel al business**, e il Codice di Condotta Fornitori, entrambi inseriti all'interno del Contratto Quadro di Fornitura costituiscono i capisaldi della relazione con i fornitori. Tali documenti vengono condivisi con i fornitori al momento della firma di ogni contratto e rimangono comunque a disposizione sul sito internet aziendale con lo scopo di diffondere le *best practice* e allineare le pratiche dei fornitori ai valori e agli impegni etici assunti dal Gruppo. Lo scopo di tali codici è quello di stabilire e assicurare che tutti i fornitori del Gruppo rispettino i principi e le regole di comportamento in essi stabilite per garantire i requisiti minimi in materia di conformità alla legge, etica e integrità nella gestione del *business*, diritti umani e dei lavoratori, salute e sicurezza dei lavoratori, tutela dell'ambiente e impatti sociali in tutte le strutture in cui operano i fornitori del Gruppo Stefanel.

All'interno del Contratto Quadro di Fornitura sono dettagliate anche le responsabilità, le risorse e i meccanismi di gestione formale dei reclami. Tali contenuti sono approvati dalla Direzione che affida al Direttore Operations il compito di gestirne la comunicazione e le sottoscrizioni.

Ogni nuovo fornitore viene selezionato in base alla propria rispondenza ai requisiti espressi nel Contratto Quadro e riportati nello strumento denominato “*Supplier Ranking Matrix*” che include tutti gli indicatori per la valutazione dei fornitori. Non esiste un vero e proprio capitolato di parametrizzazione per la selezione. Essa si basa sulla sensibilità delle figure adibite alla selezione e sul periodico controllo da parte di personale aziendale nelle strutture coinvolte.

Per il Gruppo Stefanel, che realizza i propri prodotti secondo la filosofia produttiva del “commercializzato”, diviene di fondamentale importanza attivare ed alimentare un continuo dialogo e trasferimento di buone prassi e competenze con i propri fornitori. Il contatto tra i fornitori e il Gruppo è costante per tutta la durata del rapporto, sin dalla fase di sviluppo del progetto in cui attraverso la condivisione di apposita documentazione (e.g. schede tecniche, documentazione fotografica, ecc.), si mira a garantire il rispetto delle specifiche tecniche fornite. Vi è inoltre un continuo controllo dei siti produttivi svolto attraverso addetti della funzione Operation che, oltre a trasferire il *know how* necessario per la realizzazione del prodotto, presidiano gli ambienti di lavoro. Il Gruppo si avvale anche di un portale web per una costante gestione e aggiornamento delle comunicazioni relative agli ordini in essere con i fornitori.

Una catena di fornitura articolata come quella del Gruppo Stefanel, costituita da operatori nazionali e internazionali deve essere costantemente monitorata e aggiornata dati i significativi rischi sociali e ambientali insiti nella stessa. Uno dei maggiori rischi è, infatti, la scarsa velocità di adeguamento alle normative in materia di sicurezza e conformità dei prodotti, alle direttive doganali e alle normative che regolano lo scambio commerciale con i Paesi terzi. Ulteriori rischi sono riconducibili alla tutela dell'ambiente, dei diritti umani e della salute e sicurezza dei lavoratori.

Gli unici strumenti attualmente adottati dal Gruppo Stefanel per gestire tali rischi sono la selezione dei fornitori e la preliminare verifica delle loro strutture tramite visite conoscitive allo scopo di verificarne la compatibilità con gli standard del Gruppo. La verifica prevede, tra le altre, uno screening tecnico delle attrezzature e degli impianti e una panoramica dell'ambiente di lavoro.

Oltre a quanto descritto, rispetto al tema della selezione dei fornitori/imprese terziste e loro controllo rispetto alla capacità di tutelare e gestire i diritti umani, la salute e sicurezza dei lavoratori e la corretta gestione ambientale, si rileva che nessun fornitore è valutato secondo criteri ambientali o sociali attraverso un processo formalizzato e documentato.

Il Gruppo si impegna a mantenere nella propria filiera il massimo rispetto dei diritti umani, della salute e sicurezza dei lavoratori e dell'ambiente. A tale scopo Stefanel si impegna nel corso dei prossimi 24 mesi ad organizzare ispezioni sui primi 10 fornitori per volume di spesa con l'obiettivo di tracciare il processo organizzativo degli stessi in riferimento ai temi soprarichiamati. Qualora da tali ispezioni emergessero aspetti non conformi agli standard richiesti, il Gruppo si impegna a porre in essere, in collaborazione con gli stessi, tutte le azioni correttive necessarie per risolvere le eventuali non conformità riscontrate in sede di audit.

Nell'ambito della responsabilizzazione della catena di fornitura, qualora ritenuto necessario, è comunque prevista la possibilità che venga interrotto il rapporto con il fornitore.

Qualità e sicurezza del prodotto

Il Gruppo Stefanel, per garantire elevanti standard qualitativi per i suoi prodotti, così come per assicurare il rispetto delle proprie specifiche tecniche, in fase di selezione dei fornitori presta particolare attenzione alle loro capacità di fornire prodotti di qualità, elemento essenziale per offrire al consumatore finale un prodotto che gli dia garanzia in termini di estetica, funzionalità e sicurezza.

In particolare, all'interno del Contratto Quadro di Fornitura, il Gruppo richiede ai propri fornitori di instaurare un rapporto di collaborazione basato su principi socio-ecologici al fine di assicurare una produzione ecologicamente e socialmente responsabile. I requisiti ecologici dei prodotti definiti nel Contratto Quadro di Fornitura sono basati su normative internazionali, standard industriali e principi di ecologia umana e la Miglior Pratica Ecologica.

L'obiettivo è quello di instaurare un rapporto armonico sia con l'ambiente sia con le persone, puntando ad eliminare sostanze tossiche dal prodotto e dalla filiera produttiva, migliorando anche la salute del lavoratore e quella del consumatore. Il raggiungimento di tali risultati è infatti di fondamentale importanza per la soddisfazione del cliente e la reputazione del *brand*.

Con riferimento alla qualità dei prodotti il Gruppo Stefanel ha sviluppato il "Manuale di Controllo Qualità", strumento nel quale i fornitori, sia di capi in tessuto che di maglieria, possono trovare tutti i dettagli necessari per soddisfare i requisiti di qualità Stefanel. Anche tale documento è inserito all'interno del Contratto Quadro di Fornitura. In particolare, la relativa sezione del Contratto Quadro riporta gli standard chimici (REACH European Regulation e GB 18401 Chinese Regulation) che i fornitori devono seguire al fine di ottenere un prodotto adeguato. Di regola sono verificati il valore del PH e la presenza di formaldeide, metalli pesanti, nickel, pesticidi, fenoli clorurati, ammine aromatiche, allergeni e sostanze cancerogene, sostanze organiche clorurate, ftalati, paraffine clorurate, TBT, PFOS, biocidi e, su richiesta l'indice di ossigeno.

Attraverso la funzione di Controllo Qualità interna sono fornite precise indicazioni sulle modalità con le quali devono essere condotte le attività di testing che devono essere successivamente rendicontate a Stefanel tramite report rilasciati da laboratori certificati esterni. Internamente, sono inoltre svolte ulteriori attività di verifica al fine di poter garantire le caratteristiche funzionali del prodotto al cliente finale e la correttezza e accuratezza delle informazioni fornite all'interno dell'etichettatura dei prodotti, assicurando al contempo la conformità alla normativa sul "made in". In caso di mancato superamento dei test condotti dal fornitore, ovvero internamente sui prodotti ricevuti dal fornitore, è richiesto il re-testing del prodotto. Qualora il prodotto non risultasse conforme ai parametri fissati all'interno del Contratto Quadro, questo verrà restituito al fornitore, fatto salvo il risarcimento dell'eventuale danno.

Nel corso del 2017 sono stati effettuati test su tutte le categorie di prodotti della *business unit* Stefanel. Delle 25 categorie di prodotti della *business unit* Interfashion, 5 categorie di prodotti (pelle, pellicce, piumini, accessori, cinture), ovvero il 20% delle stesse, sono particolarmente monitorate attraverso le suddette attività di testing.

Nell'ambito della gestione della catena di fornitura, il Gruppo Stefanel intende mantenere costante il proprio impegno nel perseguire i più alti standard di qualità e di sicurezza dei propri prodotti proseguendo su questa linea d'azione nel futuro e richiedendo la collaborazione ai propri fornitori al fine di garantire la massima trasparenza e tracciabilità della filiera produttiva. Essa è infatti funzionale ad assicurare che i clienti ricevano informazioni esaurienti ed accurate sui prodotti e i servizi forniti, in modo da favorire scelte consapevoli e la massima soddisfazione delle loro esigenze ed aspettative.

Per la *business unit* Stefanel, la tracciabilità del prodotto è assicurata per lotto di produzione. In relazione a ciascuno di essi sono definiti: le tempistiche di produzione, i fornitori e, per ogni fornitore nominato coinvolto, la storia e la provenienza delle materie prime utilizzate. Le informazioni riportate su ciascuna etichetta sono verificate dal Gruppo che ne garantisce la completezza e correttezza tramite l'utilizzo di un software di prodotto che genera un file non modificabile che riporta l'esatto contenuto delle stesse. Tali etichette sono inviate a ciascun fornitore che ne cura la stampa e l'applicazione sui capi. In sede di controllo qualità finale sui capi, è verificata la correttezza delle informazioni riportate sulle etichette degli stessi.

Per la *business unit* Interfashion, la tracciabilità del prodotto avviene a partire dalla richiesta delle dichiarazioni di origine delle materie prime che sono sistematicamente archiviate. Per ogni capo è richiesta inoltre la scheda tecnica completa di informazioni relative alla composizione merceologica e alle istruzioni di manutenzione. Tali contenuti sono inseriti all'interno di un software di prodotto dall'ufficio acquisti e dall'ufficio tecnico giungendo alla elaborazione dell'etichetta finale. Queste ultime sono stampate direttamente dall'azienda su etichette di servizio applicate ai singoli capi. La correttezza delle informazioni riportate sulle etichette dei capi sono verificate anche in sede di controllo finale. Sulle medesime etichette sono inoltre stampigliati i codici relativi alla commessa di lavorazione che consente di recuperare il *work flow* produttivo e di risalire ai produttori del prodotto finito.

Nel corso dell'esercizio 2017 non si sono verificate non conformità relative alla salute e sicurezza dei prodotti e alle informazioni/etichettature degli stessi.

CLIENTI

Centralità del Cliente ed eccellenza del servizio



L'importanza e la centralità del cliente per il Gruppo Stefanel trova i suoi fondamenti nel Codice Etico del Gruppo. Nell'ambito dei rapporti con i clienti, infatti, è espresso l'impegno di agire secondo i principi di integrità, trasparenza, legalità ed imparzialità, fornendo informazioni esaurienti ed accurate sui prodotti e i servizi forniti, in modo tale da favorire scelte consapevoli e la massima soddisfazione delle esigenze e aspettative dei clienti stessi.

A seconda dei mercati in cui opera, il Gruppo Stefanel approccia diversi tipi di interlocutori e potenziali clienti, che possono essere: singoli proprietari di negozi, che si relazionano direttamente con l'azienda; agenti o rappresentanti che aiutano il Gruppo a segnalare e acquisire clienti nelle proprie aree di competenza; distributori che diventano l'unico interlocutore di un determinato mercato al quale viene affidato lo sviluppo e la distribuzione del marchio; i clienti finali per tramite dei negozi Stefanel a gestione diretta o del sito di e-commerce.

L'organizzazione commerciale del Gruppo prevede due canali di vendita, *Retail* e *Wholesale*. In un mercato in cui la competizione è sempre maggiore, le diverse suddivisioni dei canali di vendita si riflettono in due diversi approcci gestionali, entrambi mirati a coinvolgere il cliente sia a livello geografico, sia a livello personale, costruendo relazioni commerciali durature nel tempo, e a cogliere con prontezza nuove opportunità per le diverse tipologie di clienti Stefanel.

Il primo è relativo alle vendite di prodotti o merce gestite direttamente dal Gruppo tramite i propri negozi monomarca a gestione diretta (DOS), tramite negozi multimarca o tramite il proprio sito di e-commerce; il canale *Wholesale*, è invece il canale distributivo relativo alle vendite di prodotti o merce verso terzi (soggetti industriali, commerciali, istituzionali o di altri enti aziendali professionali) attraverso il quale il Gruppo commercializza i propri prodotti. Tale canale può essere costituito sia da punti vendita monomarca che multimarca.

L'organizzazione *Retail* ha lo scopo di assicurare il fatturato dei punti vendita attraverso la gestione del prodotto, delle risorse e di tutto ciò che concerne l'esperienza di acquisto da parte del cliente. Tale gestione avviene in stretta collaborazione tra le varie funzioni aziendali. Elemento chiave per il successo è la selezione delle boutique, le quali vengono scelte principalmente sulla base della loro coerenza con il posizionamento dei marchi, dell'importanza della loro ubicazione e del livello di servizio garantito al consumatore finale.

Nel corso degli anni l'approccio alla vendita è stato rivisto e adattato alle sempre nuove esigenze della clientela, anche al fine di mitigare i possibili rischi dovuti all'insoddisfazione nei confronti del cliente. Infatti, il cliente potrebbe esprimere la propria insoddisfazione relativa alla propria esperienza di acquisto in termini di qualità del servizio offerto, qualità del prodotto o mancanza del prodotto desiderato. Potrebbe inoltre essere deluso dall'ambiente fisico del punto vendita, non adeguato alle aspettative (struttura del negozio, illuminazione, presentazione del prodotto) o dalle modalità di contatto (strumenti di marketing e comunicazione).

Una volta a stagione la forza vendita partecipa ad un intervento formativo sulle caratteristiche della collezione che sarà venduta nei negozi in modo da poter padroneggiare tutte le conoscenze tecniche sui filati, sui tessuti e sul confezionamento dei capi. Oltre alle iniziative di formazione, finalizzate a dare la massima professionalità al personale addetto alla vendita, esiste una *sales guide*, ovvero uno strumento finalizzato alla condivisione con la rete vendita delle buone pratiche nella gestione commerciale del cliente.

Il venditore è considerato il principale elemento di trasmissione di informazioni, consigli, percezioni sul marchio, sui prodotti e sul servizio offerto. Tutti i punti vendita diretti, nel mondo, seguono queste linee guida, ed è compito della struttura commerciale, insieme alla funzione Risorse Umane, assicurarne la condivisione e applicazione. Per fornire un servizio sempre migliore al consumatore, durante il 2018, verrà rilasciata una nuova versione aggiornata della *sales guide*, la quale sarà seguita da un programma di formazione che includerà un "training on the job" e degli incontri periodici. Inizialmente questo nuovo processo riguarderà i mercati Italia, Austria e Germania, per poi essere esteso agli altri Paesi.

Il Programma Join The Club Stefanel

La relazione con il cliente ha un ruolo cardine nella gestione dei punti vendita. Per offrire un servizio esclusivo e per poter coinvolgere maggiormente la clientela, Stefanel comunica con i propri clienti attraverso il punto vendita, i principali social media, DEM e SMS. Parte integrante dell'esperienza di acquisto del cliente è infatti rappresentata dalla fidelizzazione: in tutti i Paesi in cui il Gruppo opera, ad eccezione della Turchia, è attivo il programma *Join the Club* (JCT). Tale programma consiste nell'emissione di una Card contestualmente all'acquisto e subordinatamente alla comunicazione di un indirizzo e-mail al quale viene inviata l'informativa relativa alla privacy, nel rispetto della normativa vigente in materia. Con la sottoscrizione della Card il titolare ha diritto a privilegi esclusivi riservati ai membri, di volta in volta comunicati via posta, email o sms. In particolare, per coinvolgere anche i più giovani, il marchio rilascia anche una carta fedeltà *Young*, per i clienti fino ai 31 anni di età. Entrambe le carte prevedono di accumulare punti attraverso gli acquisti di capi di abbigliamento e/o accessori moda a marchio Stefanel, sia *online* che in negozio, e danno diritto ad uno sconto percentuale, al superamento di una certa soglia. La carta *Young* prevede una soglia di spesa inferiore e uno sconto maggiore rispetto a quella standard. In prossimità del compimento del trentunesimo anno il sottoscrittore verrà avvisato tramite e-mail della scadenza della JCT *Young* e verrà invitato a recarsi in un negozio aderente per la sottoscrizione della nuova Card.

L'elenco dei negozi aderenti e maggiori informazioni relative al programma *Join the Club* sono disponibili sul sito www.stefanel.com nella sezione dedicata alla carta fedeltà.



Al fine di incrementare le vendite vengono periodicamente condivisi i dati qualitativi e quantitativi sulle performance dei punti vendita, elaborati a partire da strumenti di business intelligence che analizzano i principali KPI in modo da valutare le vendite (analisi di *sell-through*), le performance di prodotto, lo stock e la *redemption* delle varie azioni commerciali e di marketing attuate sul territorio. Sulla base dei risultati, la direzione *Retail* insieme alla struttura commerciale elabora piani e azioni al fine di migliorare le performance dei punti vendita. Grazie a tale strumento, nel corso del 2017, è stato possibile individuare quali punti vendita chiudere in quanto meno performanti.

Infine, con lo scopo di migliorare e standardizzare la prima allocazione di merce sui negozi, a partire dalla stagione FW 2017 è stato reso operativo un software che gestisce in maniera informatizzata i riassortimenti, la gestione degli stock, i trasferimenti di merce tra i punti vendita, e i flussi dalla sede verso i punti vendita, i quali sono stati ottimizzati garantendo un servizio più attento e puntuale al cliente.

Il modello organizzativo per il canale *Wholesale* prevede un team di Area Manager e di rappresentanti (agenti o distributori) sul territorio che si occupano della ricerca di nuovi clienti nei vari mercati e della gestione dei clienti attivi durante la stagione, provvedendo alla raccolta ordini durante le campagne vendita. A questo team si affianca quello del *Customer Service* che gestisce l'inserimento e la manutenzione degli ordini nel sistema (eventuali annulli o cambiamenti), occupandosi inoltre della gestione delle richieste dei clienti relative a contestazioni di prodotto, richieste di riassortimento o cambio merce. Anche in questo ambito viene svolta un'adeguata formazione, a supporto dell'organizzazione delle attività di *Trade Marketing* o *training* sul prodotto, volta a migliorare le performance di vendita. Atteso che Stefanel si interfaccia con diverse tipologie di clientela, il rapporto che si instaura è di grande rilevanza. Per questo motivo il Gruppo cura le proprie relazioni con i clienti attraverso frequenti contatti telefonici sia da parte del team commerciale che da parte dei rappresentanti di area. Tali rapporti sono volti ad acquisire informazioni sulle eventuali criticità e necessità.

Nella fase di raccolta ordini *wholesale*, l'ammontare degli ordini previsti come budget, anche quando preventivamente condivisi con i clienti, sono soggetti alla variabile della performance della stagione appena conclusa. I periodi di vendita delle collezioni (gennaio/febbraio per la collezione autunno inverno e luglio/agosto/settembre per la collezione primavera estate) coincidono con la fine della corrispondente stagione precedente e i risultati post-saldi di queste vendite, influenzano gli acquisti della successiva.

Anche nella fase che intercorre dalla raccolta ordini fino alla fatturazione e consegna dei prodotti in negozio, le performance di vendita ed eventuali problemi creditizi dei clienti possono comportare annullamenti di ordini già confermati e in produzione, parziali o totali.

Dal punto di vista interno, il ritardo nella produzione di alcuni articoli può rappresentare il rischio di minor fatturato, nel caso in cui il cliente si rifiuti di ricevere la merce in ritardo rispetto a quanto confermato precedentemente da Stefanel, o nel caso in cui si concedano sconti commerciali per far accettare merce in ritardo.

Altro elemento di rischio nella raccolta degli ordini può essere rappresentato dall'inefficacia delle azioni di marketing. È dunque di grande importanza instaurare rapporti basati sulla fiducia, in quanto i clienti *Wholesale* rappresentano l'unico interlocutore di un determinato mercato, al quale vengono affidate la diffusione e la comunicazione della reputazione del *brand* e la distribuzione operativa del marchio.

Tra gli obiettivi strategici del Gruppo è prevista, in ambito *Wholesale*, la standardizzazione delle piattaforme contrattuali di *franchising*, agenzia e distribuzione. Entro 24 mesi sarà completata la rinegoziazione di tutti i contratti attualmente in essere, avvalendosi della collaborazione di uno studio legale esterno.

Comunicazione con il cliente e reputazione del *brand*

Nelle relazioni con i propri clienti, il Gruppo Stefanel si impegna costantemente nel fornire informazioni esaurienti ed accurate sui prodotti ed i servizi loro forniti, in modo da favorire scelte consapevoli e la massima soddisfazione delle loro esigenze specifiche.

Nel 2017 l'approccio di comunicazione del Gruppo è stato abbastanza conservativo e ha usufruito di strumenti quali un tradizionale catalogo cartaceo con relative declinazioni specifiche in vari canali digitali come il sito internet e i social network. In particolare Stefanel, con i programmi di fidelizzazione clienti ha effettuato anche comunicazioni dirette e dedicate ai clienti registrati. La registrazione del cliente, che può avvenire sia fisicamente che attraverso il web, è gestita da alcuni applicativi (e.g. Master Data Manager e SSO) che consentono al Gruppo di personalizzare l'offerta al cliente in termini di sconti e promozioni.

Sulla base dei dati elaborati e delle preferenze espresse, i clienti fidelizzati possono quindi essere contattati, via e-mail o sms, riguardo a:

- lancio delle nuove collezioni,
- sconti e promozioni dedicate, come ad esempio un *personal shopper* o saldi anticipati,
- sconti (solitamente del 15%) ottenuti grazie all'ultimo acquisto effettuato.

Il cliente fidelizzato può ricevere una promozione personalizzata anche sulla base dell'ammontare delle ultime spese effettuate.

Tra i rischi che si possono correre in materia di relazione e comunicazione con il cliente, vi è quello di inviare erroneamente, ad alcune tipologie di clienti, informazioni riguardanti promozioni dedicate specificatamente ad altri clienti; in questi casi perverrebbero al Gruppo richieste di inclusione in tali programmi promozionali che non possono essere accontentate, generando dunque insoddisfazione nel cliente.

In generale, nelle quotidiane attività di comunicazione, assistenza e servizio al cliente:

- le richieste vengono principalmente gestite dai negozi, con un flusso di approvazione gestito dal reparto commerciale;
- i reclami post-vendita, riguardanti gli ordini *online*, sono gestiti completamente in outsourcing; tutte le richieste vengono ricevute e inviate attraverso un format standardizzato, e coinvolgono, quando necessario, il responsabile dell'e-commerce;
- i social media sono gestiti da un professionista su base giornaliera/settimanale; in casi particolari è previsto l'intervento diretto con azioni ad hoc.

Con il nuovo piano strategico, il Gruppo Stefanel vuole ridefinire la strategia di comunicazione, contatto e relazione coinvolgendo la clientela con un approccio a 360° attraverso tutti i canali disponibili: stampa, sito web istituzionale e/o siti pubblicitari, social network, con l'obiettivo di instaurare un rapporto costante con tutte le diverse tipologie di clienti. Ogni comunicazione, campagna o lancio saranno diffusi attraverso i media così da migliorare l'esperienza di acquisto del cliente.

Agire e comunicare col cliente in modo etico e responsabile, sia verso l'interno e che verso l'esterno, sono valori sui cui da sempre si basa l'attività del Gruppo Stefanel, da ciò dipende, infatti, in misura significativa il successo nelle proprie attività e la reputazione. A testimonianza di questo costante impegno e attenzione, nel corso del 2017 le attività di marketing e comunicazione non hanno dato luogo a casi di non conformità con i regolamenti in essere.

La PressArea, ovvero l'ufficio stampa virtuale di Stefanel vanta pubblicazioni nelle più diffuse riviste patinate italiane, ma anche europee, con una vasta gamma di prodotti d'abbigliamento, maglieria ed accessori. Attraverso tali pubblicazioni, il marchio Stefanel rafforza la sua posizione e percezione che i consumatori hanno del *brand*, trasmettendo alla clientela target l'esperienza di acquisto dei loro capi.

Il marchio Stefanel deve la sua reputazione alla costante focalizzazione sul prodotto, caratterizzato dalla conciliazione tra heritage artigianale e innovazione, che si traduce in capi versatili per la donna elegante ma che cammina di pari passo con le tendenze del momento, contraddistinta da uno stile tutto italiano. Il target *bridge* del *brand* è mantenuto grazie alla dualità delle sue collezioni, nelle quali l'eleganza della maglieria di lusso, valorizzata dalla creatività ed esperienza dei maestri filatisti italiani, sono arricchite dal tocco contemporaneo di stilisti dal background interazionale.

Stefanel punta, così, a riposizionarsi in un segmento di fascia più elevata di mercato, ad essere riconosciuta come una "boutique" che si rinnova, in grado di offrire un prodotto di *design* accessibile nel segmento *bridge* del mercato dell'abbigliamento, contemporaneo e dinamico, supportato da una forte esperienza nella maglieria.

Sicurezza e protezione dei dati

Il patrimonio di dati raccolto attraverso l'iscrizione dei clienti ai programmi fedeltà, alle Newsletter o ai siti internet del Gruppo non costituisce solo un capitale informativo da analizzare per un'appropriata gestione del rapporto con il cliente e per la definizione di iniziative per il coinvolgimento dello stesso (invio, tramite newsletter o sms, di comunicazioni promozionali, materiale pubblicitario, omaggi, inviti a manifestazioni,

concorsi a premio, ecc.), ma anche un insieme di informazioni riservate che deve essere gestito garantendo la protezione dell'identità degli aderenti e il rispetto della privacy conformemente alle autorizzazioni ricevute dal proprietario dei dati nonché nei limiti dell'incarico ricevuto dal responsabile del trattamento dei dati.

Per il Gruppo Stefanel la riservatezza è una regola di condotta fondamentale nelle relazioni con i propri stakeholder. Pertanto, il Gruppo assicura la riservatezza delle informazioni in suo possesso e si astiene dall'utilizzare i dati raccolti, senza consapevole ed espressa autorizzazione, per qualsiasi diversa finalità, nella più rigorosa osservanza della legislazione vigente in materia di privacy.

In caso di diffusione, su specifico incarico, di informazioni riservate, il Gruppo si impegna, comunque, ad agire nel rispetto dei criteri di correttezza, chiarezza e parità di accesso all'informazione, nonché secondo le modalità stabilite dalle procedure aziendali.

Il Gruppo ha implementato uno specifico sistema gestionale per registrare il cliente, che permette di gestire il profilo, i diritti e la privacy in maniera consistente attraverso i diversi canali (cartaceo e digitale). Unitamente all'introduzione del software gestionale è stato implementato uno strumento di e-mailing che prevede un set completo di strumenti a disposizione del cliente per la gestione dei propri diritti (tra i quali i diritti di aggiornamento, rettifica ed integrazione dei dati, nonché di cancellazione e di trasformazione in forma anonima, e di opporsi al trattamento dei sui dati personali).

In particolare, i dati raccolti nell'ambito del programma fedeltà Stefanel Join The Club, siano essi digitali o cartacei, sono dunque custoditi all'interno di banche dati particolarmente sicure e protette da accessi indesiderati. Tali dati vengono inseriti solo a seguito della compilazione da parte del cliente di uno specifico modulo per l'adesione al suddetto programma. In particolare, il cliente che intenda aderire a Join The Club è tenuto a completare il modulo di iscrizione fornendo obbligatoriamente i propri dati anagrafici e scegliendo se rilasciare alcuni dati facoltativi, nonché dando il proprio consenso per il trattamento dei dati stessi per le specifiche finalità descritte all'interno del modulo informativo stesso. Qualora un cliente decida di negare il consenso al trattamento dei propri dati per le ulteriori finalità indicate, i vantaggi legati al programma di fidelizzazione gli vengono ugualmente riconosciuti.

In tale modulo si precisa anche che i dati forniti dal cliente, che vengono comunicati al personale incaricato (appartenente agli uffici amministrazione, marketing, commerciale, post-vendita e reclami, nonché all'estero), potranno essere messi a conoscenza di soggetti terzi, nominati da Stefanel responsabili esterni del trattamento, sempre e comunque nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di privacy.

Nel corso del 2017 non sono pervenuti reclami e/o segnalazioni inerenti alla privacy.

PERSONE

Come sancisce il Codice Etico, le persone del Gruppo Stefanel sono la risorsa decisiva per il successo dei suoi marchi e delle sue attività. Rappresentano un patrimonio di competenze professionali ampio e differenziato. Diverse per ruoli, responsabilità e *skill*, queste persone hanno tutte un denominatore comune ben riconoscibile: un alto grado di qualificazione che il Gruppo giudica indispensabile per dare, a ogni specifica esigenza, risposte all'altezza delle sue tradizioni e delle sue ambizioni.

In ragione del proprio ruolo e responsabilità, le persone che operano per o per conto del Gruppo, devono realizzare in qualsiasi Paese in cui si trovino ad operare, un ambiente di lavoro che favorisca il raggiungimento degli obiettivi aziendali mediante:

- la promozione della cultura della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, nonché il pieno rispetto della normativa in materia applicabile nei Paesi in cui il Gruppo opera e dei più elevati standard di riferimento e misure di prevenzione e protezione;
- l'osservanza dei diritti previsti dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, unitamente al rifiuto dello sfruttamento del lavoro minorile e alla piena tutela dei diritti del lavoratore, delle libertà sindacali e dei diritti di associazione;
- lo sviluppo delle capacità e delle competenze di ciascun dipendente;
- l'adozione di criteri di merito, di competenza o comunque di carattere professionale;
- il rispetto della personalità, dell'integrità psico-fisica, della sensibilità e della dignità di ciascuno, senza pregiudizi, discriminazioni o atteggiamenti comunque lesivi.

Composizione del personale

Il processo di selezione e l'assunzione delle risorse umane da inserire nell'ambito della Società è regolato da una procedura di *recruiting* aziendale. Tale processo aziendale si fonda sul rispetto della rilevante normativa di legge ed aziendale, comprese le disposizioni sulla privacy ed il rispetto dei principi e delle regole di trasparenza previsti nel D.lgs.231/01. Gli elementi fondanti della procedura sono la chiara definizione dei ruoli e delle responsabilità dei soggetti partecipanti al processo di selezione e reclutamento, la tracciabilità degli eventi ad esso sottesi e la compartecipazione al processo stesso da parte di più soggetti e funzioni aziendali. La procedura in oggetto si applica alle risorse che saranno inserite nell'ambito delle strutture organizzative della Società, ovvero presso la sede e nella rete dei Negozi Diretti Italia, sia "regolari" che "outlet". In particolare la procedura disciplina le seguenti macro fasi:

1. **Reperimento:** questa fase iniziale include la pianificazione delle esigenze di personale, l'attivazione della ricerca e analisi dei profili e l'individuazione delle fonti di reclutamento;
2. **Selezione:** la fase di selezione include la convocazione dei candidati per i colloqui, seguita dalla scelta del candidato e dalla formulazione del pacchetto retributivo al candidato;
3. **Assunzione:** la fase conclusiva è dedicata alle attività di sottoscrizione del contratto di lavoro e alla gestione del periodo di prova.

La pianificazione delle esigenze di personale avviene nell'ambito del processo di *budgeting* aziendale che decorre, indicativamente, dal mese di settembre di ciascun anno e termina nel corso del mese di dicembre. Viene quindi elaborata la prima bozza del budget delle risorse umane di cui rimane traccia negli elaborati informatici appositamente stampati. Una volta approvato dall'Amministratore Delegato, il budget viene trasmesso per iscritto dalla Direzione Risorse Umane alla funzione controllo di gestione. Tale processo si applica per le realtà italiane, mentre con riferimento alle consociate estere la formulazione del budget in relazione alla forza vendite avviene a livello locale e successivamente trasmessa alla funzione controllo di gestione.

La Direzione Risorse Umane individua i profili in linea con la *job description*, attraverso una ricerca diretta tramite banca dati CV / linkedin o con l'attivazione di un contratto con una società esterna di selezione del personale. In ogni caso, i *curricula* reperiti vengono vagliati dalla funzione Sviluppo Risorse Umane e, per l'analisi degli stessi, viene coinvolto il direttore/responsabile di funzione al fine di selezionare i candidati che appaiano più idonei per la posizione. La selezione si articola quindi nei colloqui ai candidati ritenuti idonei, fino ad ottenere la "rosa" finale dei candidati da sottoporre al colloquio finale. Gli step successivi all'individuazione del candidato prevedono la formulazione della proposta economica, la stipulazione del contratto e l'inserimento effettivo in azienda, dopo il superamento del periodo di prova.

Il processo organizzativo di selezione delle risorse si differenzia per il personale della rete dei negozi diretti e per il personale con sede di lavoro presso la sede della Società a Ponte di Piave.

La selezione del personale di negozio riferito alle figure con ruoli di responsabilità che vengono inserite come *Store Manager* o *Vice Store Manager* (con livelli III, II, I del CCNL terziario) viene gestita direttamente dalla funzione Risorse Umane, mentre per il personale di negozio riferito alle figure di *shop assistant* il processo viene gestito direttamente dalle *Store Manager* in condivisione con i *Retail Supporter*. Nella pianificazione delle risorse la Direzione Risorse Umane si confronta con la Direzione *Retail* a cui invia i consuntivi del costo lavoro e la composizione degli organici per punto vendita, richiedendo le proposte di incremento o decremento delle diverse unità locali. Nel processo di definizione del budget vengono coinvolti anche i *Retail Supporter* (i.e. *Regional Retail manager*), mentre le assunzioni extrabudget devono essere approvate su richiesta della Direzione *Retail* dalla Direzione Risorse Umane. La bozza del budget viene sottoposta all'analisi della funzione controllo di gestione e, in seguito, all'Amministratore Delegato per approvazione.

La Direzione *Retail* che necessita di attivare una ricerca di personale, deve attivare la ricerca informando la funzione Sviluppo Risorse Umane. Quest'ultima, sulla base del budget e delle tempistiche di inserimento definite, analizza con il Direttore *Retail* le eventuali specificità delle competenze richieste per la copertura della posizione. Nei colloqui di selezione è coinvolto il *Retail Supporter*. La "rosa" di candidati quindi è visionata dalla Direzione *Retail*, e infine la scelta finale viene effettuata in collaborazione con la funzione Risorse Umane.

Nella pianificazione del personale di sede la Direzione Risorse Umane invia a ciascuna direzione aziendale la composizione degli organici e il costo consuntivo delle risorse, richiedendo le proposte di intervento retributivo delle posizioni aziendali gestite. Tali proposte sono analizzate da ciascun direttore di funzione e il Direttore Risorse Umane. La bozza viene sottoposta all'analisi della funzione controllo di gestione e, in seguito, al CFO e all'Amministratore Delegato. Le assunzioni extrabudget vengono approvate previa compilazione dell'apposita modulistica, esclusivamente dalla Direzione Risorse Umane, previa verifica con l'Amministratore Delegato.

La Direzione che ritiene di attivare una ricerca di personale deve compilare l'apposita modulistica di richiesta di personale firmata dal Direttore della Funzione e dal Direttore Risorse Umane. L'inserimento di personale dirigente è di competenza dell'Amministratore Delegato. La funzione Sviluppo Risorse Umane sulla base del budget e delle tempistiche di inserimento definite, analizza con i direttori/responsabili di funzione le *job description* e le competenze richieste, che andranno incluse anche nel modulo di cui sopra.

La funzione Sviluppo Risorse Umane effettua i colloqui per il personale operaio, impiegatizio e quadro ed affianca il Direttore Risorse Umane per i colloqui attinenti a posizioni dirigenziali. La "rosa" di candidati quindi è visionata dai responsabili di funzione assieme agli specialisti delle risorse umane; mentre i colloqui con la "rosa" finale dei dirigenti vengono effettuati dall'Amministratore Delegato assieme al Direttore Risorse Umane, il quale effettua la scelta finale.

I dipendenti del Gruppo al 31 Dicembre 2017 sono complessivamente 858¹. Le categorie professionali di maggiore rappresentanza sono costituite da personale di negozio (70%), seguiti da impiegati (22%), e il 91% delle risorse sono donne.

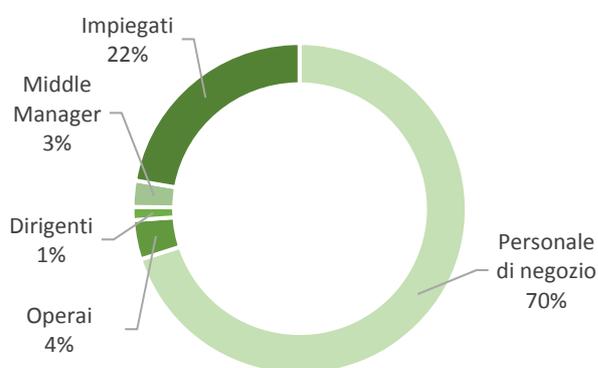
Nel corso del 2017, si è verificata una significativa ristrutturazione del personale del Gruppo, che ha interessato sia la rete dei negozi gestita direttamente, che ha subito un significativo ridimensionamento a fronte di un numero significativo di chiusure di punti vendita non performanti in tutti i paesi in cui il Gruppo opera, sia la sede centrale del Gruppo in Italia, con l'avvio e la chiusura nei mesi di settembre e ottobre 2017 di una procedura di licenziamento collettivo con coinvolgimento delle principali rappresentanze sindacali presenti in azienda, che ha interessato 28 persone. Vi sono state inoltre diverse uscite su base volontaria e anche dei nuovi ingressi in posizione strategica e/o in ruoli con nuove competenze specifiche di settore a supporto del rilancio del Gruppo. A fronte di tali eventi, tuttavia, la società si impegna a mettere in atto ogni sforzo possibile per intraprendere un nuovo percorso di crescita aziendale che dia stabilità a lungo termine ai propri dipendenti, in modo da creare un ambiente di lavoro sereno, dove poter lavorare senza preoccupazioni per il loro futuro e quello delle loro famiglie.

¹ Le controllate estere operative localizzate in Russia, Svizzera, Olanda, Francia, Grecia e Lussemburgo sono prive di personale.

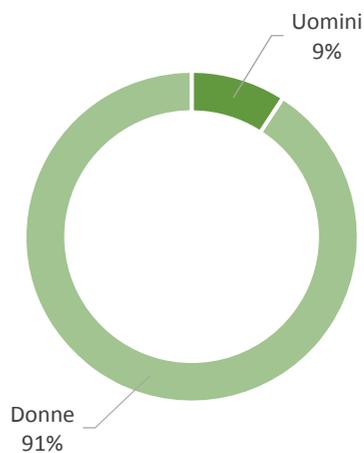
Numero dipendenti per categoria professionale e per genere

	2017		Totale
	Uomini	Donne	
Dirigenti	4	7	11
Middle Manager	11	11	22
Personale di negozio	10	591	601
Impiegati	45	146	191
Operai	9	24	33
Totale	79	779	858

Composizione del Gruppo per categoria professionale



Composizione del Gruppo per genere



Percentuale dipendenti per categoria professionale e per genere

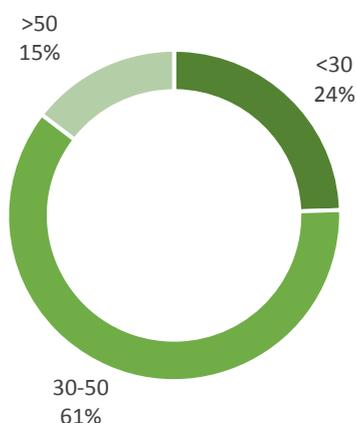
	2017	
	Totale	%
Dirigenti	11	1
Middle Manager	22	3
Personale di negozio	601	70
Impiegati	191	22
Operai	33	4
Totale	858	100

La maggioranza dei dipendenti del Gruppo Stefanel (circa il 61%) si colloca nella fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni, l'età media dei dipendenti a livello di Gruppo è 37 anni, in particolare l'età media è di 31 anni per gli uomini e 43 anni per le donne.

Numero dipendenti per fascia d'età

	2017		
	<30	30-50	>50
Dirigenti	-	8	3
Middle Manager	-	17	5
Personale di negozio	196	346	59
Impiegati	14	133	44
Operai	-	19	14
Totale	210	523	125

Dipendenti per fascia d'età

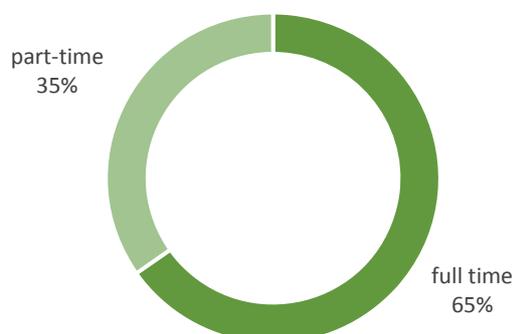


L'impegno del Gruppo ad instaurare **rapporti stabili e duraturi** è confermato dall'elevata percentuale dei dipendenti assunti con un contratto di lavoro a tempo indeterminato (83% del totale) e dall'anzianità di servizio degli stessi. Infatti, oltre il 20% del totale dei dipendenti è presente in azienda da un periodo compreso "tra i 6 e i 10 anni". Ridotto è invece il ricorso a lavoratori interinali e contratti di collaborazione, infatti nel corso del 2017 il Gruppo ha impiegato 7 lavoratori con contratto di collaborazione coordinata e contributiva (Co.Co.Co) per Stefanel e Interfashion.

Numero dipendenti per area geografica, contratto e genere

	Contratto a tempo indeterminato (C.T. IND.)			Contratto a tempo determinato (C.T. DET.)			Totale		
	U	D	Tot	U	D	Tot	C.T. IND.	C.T. DET.	Tot
Italia	56	257	313	7	66	73	313	73	386
Resto d'Europa	10	302	312	2	70	72	312	72	384
Resto del mondo	4	84	88	-	-	-	88	-	88
Totale	70	643	713	9	136	145	713	145	858

Dipendenti per tipologia di impiego



Numero dipendenti per tipologia di impiego e genere

	2017		Totale
	Uomini	Donne	
Full-time	71	489	560
Part-time	8	290	298
Totale	79	779	858

Stefanel S.p.A. mantiene costante collaborazione con istituti di formazione (e.g. università, scuole superiori, master) per l'attivazione di stage curriculari ed extra curriculari. L'impegno nel coinvolgimento dei giovani è confermato dall'adesione al programma di alternanza scuola-lavoro, una modalità didattica innovativa, che riprende le *best practice* europee, coniugandole con le specificità del tessuto produttivo ed il contesto socio-culturale italiano. Nel corso del 2017 sono stati attivati 6 stage.

La funzione Sviluppo Risorse Umane del Gruppo Stefanel si occupa della ricerca, formazione e sviluppo del personale. Il ruolo che svolge è fondamentale in quanto il Gruppo ha all'interno della propria organizzazione figure difficilmente reperibili sul mercato perché trattasi di profili altamente specializzati e con competenze specifiche di settore. Infatti, nell'ambito della maglieria, è difficile reperire candidati con un *know-how* tecnico coniugato all'esperienza in tale settore. Anche per questo motivo è presente una procedura per la ricerca e selezione del personale.

Il Gruppo punta a ridurre il tasso di *turnover*, pianificando percorsi di carriera o formazione specifica finalizzati a consolidare i processi di crescita professionale. Inoltre, entrambe le *business unit* prevedono un sistema variabile ad obiettivo (MBO) per alcune posizioni aziendali apicali, oltre a prevedere per figure definite *key people* dei percorsi di crescita.

Nel corso del 2017 le assunzioni hanno riguardato per il 95% personale di genere femminile. Il personale assunto è stato complessivamente pari a 322 unità, di cui 306 donne e 16 uomini. Il 48% dei neo-assunti si colloca nella fascia di età inferiore ai 30 anni: tale dinamica afferma l'impegno e l'investimento di Stefanel sulle nuove generazioni. Tra il personale assunto, 155 unità sono di età inferiore ai 30 anni, 136 di età compresa tra i 30 e i 50 anni e 31 di età superiore ai 50 anni. Per quanto attiene alla distribuzione geografica: il 38% dei nuovi ingressi ha interessato l'Italia (121 unità), il 53% l'Europa (170 unità), suddivisi tra Romania, Polonia, Austria, Germania e Portogallo e il restante 10% per il resto del mondo (31 unità), nello specifico Turchia.

Dalla tabella sottostante si evince che il *turnover* in Italia non è particolarmente alto: in alcuni casi la risorsa che lascia l'azienda non viene sostituita, in altri invece si procede aprendo il processo di selezione, valutando caso per caso.

Percentuale di *turnover* dei dipendenti per genere e fascia d'età

	Genere			Fasce d'età		
	U	D	Tot	<30	30-50	>50
Tasso di assunzione	20,25	39,28	37,53	73,81	26,00	24,80
Tasso di cessazione	39,24	69,45	66,67	99,52	58,51	45,60

Percentuale di *turnover* dei dipendenti per area geografica

	Italia	Resto d'Europa	Resto del Mondo
Tasso di assunzione	31,35	44,27	35,23
Tasso di cessazione	68,13	55,99	106,82

Complessivamente, il *turnover* del personale si attesta al 37,53% per il personale che è entrato a far parte del Gruppo e al 66,67% per il personale che ha abbandonato il Gruppo. Le cessazioni sono state complessivamente pari a 572 di cui 541 donne e 31 uomini. Con riferimento alla distribuzione per area geografica, hanno abbandonato il Gruppo 263 persone in Italia, 215 in Europa e 94 nel resto del mondo. Per quanto attiene alla distribuzione per fascia di età: il 37% ha interessato il personale di età inferiore ai 30 anni (209 unità), il 53% il personale di età compresa tra i 30 e i 50 anni (306 unità) e il restante 10% il personale di età superiore ai 50 anni (57unità).

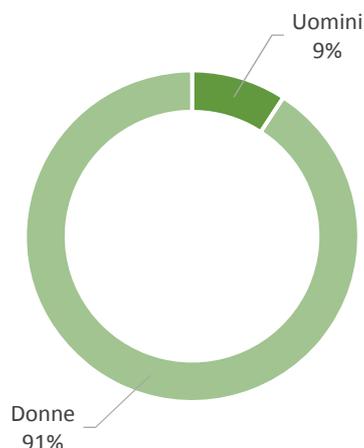
Diversità e pari opportunità

Il Gruppo, come esplicitato all'interno del Codice Etico, ripudia ogni possibile discriminazione in base ad età, stato di salute, genere, religione, etnia, opinioni politiche e culturali, nonché condizione personale o sociale in tutte le attività aziendali.

Nel corso del 2017 non si sono verificati episodi di discriminazione.

Come sancito nel Codice Etico, il Gruppo prevede l'osservanza dei diritti previsti dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, rifiuta lo sfruttamento del lavoro minorile e si impegna piena tutela dei diritti del lavoratore, delle libertà sindacali e dei diritti di associazione. Inoltre, il Gruppo Stefanel ha adottato una politica sui diritti Umani, attraverso la quale impronta la cultura e la strategia aziendale nel rispetto dei diritti della persona in qualsiasi attività: dalla gestione dei collaboratori, alla relazione con gli azionisti, investitori clienti, fornitori e le comunità in cui opera. Le disposizioni contenute in tali documenti si traducono in iniziative concrete: Stefanel S.p.A. e Interfashion S.p.A. rispettano gli obblighi di legge in materia di assunzione di personale iscritto alle categorie protette. In relazione all'adempimento degli obblighi occupazionali di persone con disabilità o appartenenti alle categorie protette, previsti dalla legge 68/1999, recante le norme di diritto al lavoro dei disabili, il Gruppo Stefanel presenta periodicamente il Prospetto Pegaso all'ufficio di collocamento provinciale competente, i posti di lavoro e le mansioni disponibili per essi. In questo modo, l'Ufficio Collocamento possiede le informazioni utili al fine di fare da tramite per la collocazione occupazionale di tali risorse. Nel corso del 2017 il numero di dipendenti con disabilità o appartenenti a categorie protette del Gruppo Stefanel è pari a 16, di cui 10 donne e 6 uomini.

Composizione del Gruppo per genere



Il Gruppo ha adottato una politica sulla diversità, mediante la quale si impegna a garantire un ambiente di lavoro privo di qualsiasi forma di molestia, prevaricazione, violenza e qualsiasi altro comportamento che possa compromettere la partecipazione di un individuo nell'ambito lavorativo contribuendo a creare un ambiente di lavoro ostile, intimidatorio e offensivo, promuovendo invece l'inclusione e la diversità come valore aggiunto.

Inoltre, il Gruppo Stefanel considera la diversità come elemento capace di arricchire il lavoro, rappresentato in particolare da esperienze di vita diversificate, conoscenza, inventiva, innovazione, autoespressione, capacità e talento che i collaboratori possono mettere a disposizione di tutto il Gruppo in modo trasversale. Sono pertanto garantiti l'equo trattamento e le pari opportunità di fronte a qualsiasi tipo di diversità nelle varie fasi del percorso lavorativo. Nel Gruppo, **più di 9 risorse su 10 sono donne**: ammonta infatti al 91% la quota di risorse femminili rispetto all'intero organico. La percentuale di donne è alta in tutte le aree geografiche e in tutte le categorie professionali. In particolare, nella fascia manageriale (dirigenti e middle manager) a livello di Gruppo è pari al 55%.

Tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori

Il Codice Etico del Gruppo Stefanel sancisce come fondamentale il rispetto della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro in cui si trovino ad operare dipendenti, collaboratori e stakeholder del Gruppo. Il Gruppo Stefanel, in accordo con quanto previsto nella politica sui Diritti Umani tutela e promuove la salute e la sicurezza adottando misure preventive e diffondendo una cultura aziendale orientata a standard elevati al fine di ridurre al minimo le malattie professionali e gli infortuni sul lavoro.

Il Gruppo promuove inoltre il pieno rispetto della normativa in materia vigente nei Paesi in cui opera e mette in atto misure di prevenzione e protezione nella conduzione quotidiana delle proprie attività. Le tematiche di salute e sicurezza sono considerate parte integrante del business, in quanto costituiscono parte essenziale della qualità della prestazione di lavoro fornita dal Gruppo.

Nello specifico, il Gruppo si impegna a diffondere la cultura della sicurezza, promuovendo comportamenti responsabili, dai vertici a ciascun lavoratore, ciascuno per il proprio livello di competenza e responsabilità, e per il continuo miglioramento dei livelli di sicurezza e salubrità dei luoghi di lavoro. Inoltre, per le *business unit* italiane è presente un team composto da figure specializzate quali RSPP, RLS, medico competente e addetti alle emergenze che hanno la responsabilità di garantire un ambiente di lavoro sicuro e conforme alle normative vigenti, secondo quanto previsto dal Decreto Legislativo del 9 aprile 2008, n. 81. Attraverso il coinvolgimento di tali figure, è possibile sviluppare una piena consapevolezza dei rischi e l'adempimento agli obblighi di legge (e.g. prova di evacuazione annuale, visite mediche periodiche, formazione e relativi aggiornamenti).

Il Gruppo, in un approccio inclusivo al benessere del dipendente e di tutti quelli che operano nella sua sfera di influenza, realizza e mantiene aggiornato il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR). Relativamente ai

rischi, occorre considerare che il Gruppo, escludendo la catena di fornitura, è caratterizzato principalmente da addetti alle vendite e lavoratori utilizzatori di videoterminale, da cui ne deriva un profilo di rischio basso.

Numero di infortuni suddivisi per genere e area geografica

	Uomini	Donne	Totale
Sul luogo di lavoro	1	6	7
Italia	1	5	6
Resto d'Europa	-	1	1
Resto del Mondo	-	-	-
In itinere	3	7	10
Italia	3	7	10
Resto d'Europa	-	-	-
Resto del Mondo	-	-	-
Totale	4	13	17

Giorni di assenza per infortuni

	Uomini	Donne	Totale
sul luogo di lavoro	2	27	29
in itinere	46	149	195
Totale	48	176	224

Indici infortunistici per genere²

	Uomini	Donne	Totale
Indice di gravità degli infortuni ³	0,54	0,20	0,24
Indice di frequenza degli infortuni ⁴	45,10	15,06	17,86

Nel corso del 2017 si sono registrati 17 infortuni di cui il 76% ha coinvolto donne e il 24% uomini. Gli infortuni nei luoghi di lavoro sono stati oltre un terzo degli infortuni totali. L'indice di gravità risulta pari a 0,24 per il Gruppo nel suo complesso. L'indice di frequenza degli infortuni verificatisi nel 2017 è di 17,86. Il tasso di assenteismo, calcolato come il numero totale di ore di assenza sul numero di ore lavorate, risulta paria a 5,4%; in particolare, si attesta al 7,0% l'assenteismo maschile e al 5,3% quello femminile. Con riferimento alla distribuzione per area geografica delle assenze, in Italia il valore è pari all'11% del totale, seguito da Europa 4% e il resto del mondo (Turchia) 3%. Nel periodo di rendicontazione non è stato registrato **alcun incidente mortale** e alcun caso di malattia professionale.

Dialogo e comunicazione interna

Stefanel S.p.A. ha pubblicato tramite l'intranet aziendale i documenti relativi alle policy aziendali, quali sistema di rilevazione presenze, uso dispositivi informatici, Codice Etico e comportamentale. Le altre comunicazioni (organizzative o direttive) vengono inviate tramite posta elettronica a tutti i dipendenti.

Interfashion S.p.A. ha pubblicato su una cartella comune a tutti i dipendenti e collaboratori la *mission* aziendale e un manuale di istruzioni, dove sono descritte regole, procedure e benefici di cui ogni dipendente può usufruire, nella convinzione che, per raggiungere gli obiettivi prefissati a livello aziendale, è necessario porre particolare attenzione alla crescita e allo sviluppo di tutte le persone attraverso un elemento fondamentale

² I dati relativi agli indici infortunistici sono calcolati sulla base delle ore lavorate, le quali, per alcuni paesi, sono state oggetto di stima.

³ Indice di gravità: (numero di giornate perse per infortuni sul lavoro/numero totale di ore lavorate) x 1.000.

⁴ Indice di frequenza: (numero di infortuni/numero totale di ore lavorate) x 1.000.000.

quale la comunicazione. Per questa ragione ritiene sia importante far conoscere la propria politica aziendale sia in termini di doveri e responsabilità che di vantaggi ed opportunità.

Relazioni industriali

Il Gruppo garantisce la piena tutela dei diritti dei lavoratori, ivi compresa la libertà di associazione in organizzazioni sindacali e di contrattazione collettiva, nel pieno rispetto delle norme stabilite dalla legislazione vigente, dalla contrattazione collettiva di settore nazionale e locale, ove presente, e dalla contrattazione individuale, e comunque sempre nel rispetto delle politiche e degli indirizzi generali di riferimento della Capogruppo.

In particolare, il Gruppo prevede e mette in atto tutte le disposizioni previste dal CCNL industria tessile, commercio e dirigenti industria. Generalmente stipula, con le rappresentanze sindacali interne, anche accordi inerenti la pianificazione delle ferie e la gestione della flessibilità d'orario.

Dipendenti coperti da contratto collettivo nazionale

Numero di dipendenti coperti dalla contrattazione collettiva nazionale	484
Percentuale sul totale dei dipendenti	56% ⁵

I dipendenti sono coperti dal CCNL Abbigliamento-confezioni industria, mentre i Dirigenti dal CCNL industria-terziario confcommercio.

Per le relazioni industriali/sindacali sono presenti dei referenti interni (RSU) e dei riferimenti esterni (OO.SS.) che comprendono: FILCTEM CGIL, FEMCA CISL e UILTEC UIL.

Stefanel S.p.A. incontra le organizzazioni sindacali esterne e le RSU aziendali sulla base di specifiche richieste.

Interfashion S.p.A. incontra periodicamente la RSU aziendale e/o le OO.SS. esterne per presentare l'aggiornamento della situazione aziendale o per discutere di argomenti specifici.

⁵ In alcuni Paesi in cui opera il Gruppo Stefanel non è presente il CCNL.

AMBIENTE

L'impegno per la tutela dell'ambiente

Il Gruppo Stefanel ritiene importante creare un legame con il territorio e salvaguardare l'ambiente in cui opera. Consapevole che le proprie attività incidono sullo sviluppo economico-sociale e sulla qualità della vita del territorio stesso, si impegna a migliorare il proprio impatto presente e futuro sull'ambiente adottando pratiche di gestione che permettano di condurre la propria attività nel rispetto degli standard in materia ambientale e investendo in innovazione per la tutela delle risorse naturali e la sostenibilità delle fonti energetiche. Ispirandosi alle linee guida nazionali e internazionali in materia, il Gruppo Stefanel si impegna pertanto a rispettare le normative applicabili in tema di salvaguardia ambientale sulla base del principio di prevenzione e di mitigazione dei rischi. Presta inoltre grande attenzione alla promozione di processi e prodotti sicuri e rispettosi dell'ambiente, in particolare mediante l'impiego di criteri ambientali, seppur attraverso un processo non formalizzato e documentato, in sede di valutazione dei fornitori e di rigorosi processi di verifica della composizione chimica dei prodotti di cui si rifornisce.

Riservandosi il diritto di interrompere qualsiasi rapporto commerciale con chiunque violi tali principi, il Gruppo Stefanel si impegna in particolare a:

- **Gestire responsabilmente gli impatti ambientali** derivanti dalle attività del Gruppo garantendo la qualità del prodotto offerto al cliente;
- **Prevenire e gestire situazioni di emergenza ambientale**, identificando in anticipo i potenziali rischi e minimizzando i loro impatti potenziali;
- **Ridurre le emissioni di CO₂ e di gas ad effetto serra**, adottando sistemi di abbattimento delle emissioni secondo le *Best Available Techniques* (BAT), oppure adottando sistemi più sostenibili, promuovendo l'uso di fonti rinnovabili per l'approvvigionamento energetico e adottando soluzioni logistiche che ottimizzino la capacità di trasporto e le emissioni dei mezzi;
- **Promuovere l'utilizzo di materiali riciclati** al fine di preservare le risorse vergini e ridurre gli sprechi;
- **Gestire con approccio sostenibile** l'energia, l'acqua e le altre risorse naturali impiegate, cercando di ottimizzarne l'uso, limitandone gli sprechi e adottando e incoraggiando lo sviluppo e la diffusione delle tecnologie più efficienti disponibili (BAT) e che contribuiscano alla mitigazione dei rischi legati al cambiamento climatico;
- **Ridurre l'utilizzo di sostanze e materiali pericolosi**, sostituendoli ove possibile, e promuovendo quindi la sostenibilità nella catena del valore, dalla catena di fornitura alla produzione ed erogazione del servizio;
- **Ridurre la produzione di rifiuti** con particolare attenzione ai rifiuti pericolosi, favorendo anche il ricorso a metodi di smaltimento responsabili;
- **Tutelare l'ambiente naturale, l'ecosistema e la biodiversità** nelle aree in cui sono attualmente situate le strutture esistenti del Gruppo e in quelle destinate alla creazione di nuove strutture, al fine di limitare gli impatti sul territorio e sulle risorse naturali;
- **Collaborare con enti esterni** (e.g., pubblica amministrazione, fornitori) e **coinvolgere e responsabilizzare gli stakeholder**, mirando ad un dialogo attivo, per promuovere l'integrazione delle loro legittime istanze influenzando positivamente il loro comportamento nei confronti dell'ambiente;
- **Sensibilizzare e accrescere la consapevolezza** di tutti i collaboratori e promuovere conseguentemente azioni e comportamenti utili alla realizzazione di comportamenti ecocompatibili come parte integrante dei Valori del Gruppo Stefanel;
- **Coinvolgere i lavoratori e i loro rappresentanti** riguardo al rispetto delle norme e delle

regole in materia di tutela dell'ambiente, per valorizzare il loro contributo nelle strategie e nella *mission* aziendale.

All'interno del Modello di Gestione, Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01, il Gruppo Stefanel ha inoltre indicato i seguenti presidi posti al fine di evitare il rischio di commissione dei reati presupposto indicati nel Modello e assicurare il corretto adempimento degli obblighi connessi alla normativa di riferimento:

- l'investimento adeguate risorse al fine di ridurre il rischio di commissione al proprio interno dei Reati Ambientali e la predisposizione di strumenti idonei ad identificare gli investimenti effettuati in materia ambientale;
- l'adozione di presidi di controllo adeguati per prevenire o comunque contenere nei limiti stabiliti dalla legge i potenziali eventi inquinanti delle acque, del suolo, del sottosuolo e dell'aria;
- la promozione di programmi di formazione e sensibilizzazione dei propri Dipendenti e degli Organi Societari affinché gli stessi abbiano una conoscenza adeguata della normativa rilevante in materia ambientale e siano consapevoli degli eventuali rischi ambientali legati alla propria attività nonché delle interazioni di quest'ultima con l'ambiente.

Al fine di dare concretezza a tali principi, il Gruppo Stefanel sta definendo un regolamento aziendale in ambito di tutela dell'ambiente e una procedura di gestione dei rifiuti per descrivere i relativi comportamenti richiesti a tutto il personale del Gruppo.

L'attenzione del Gruppo nei confronti dell'ambiente è testimoniata dall'assenza per l'esercizio 2017 di multe e sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale, nonché l'assenza di reclami relativi agli impatti ambientali.

Gestione delle risorse

Posto che il Gruppo Stefanel ha esternalizzato ormai quasi esclusivamente la produzione dei propri prodotti, le sue attività non comportano particolari riflessi diretti sull'ambiente, se non quelli relativi al consumo energetico e quelli derivanti dall'attività di acquisto di filati e tessuti da inviare ai fornitori che si occupano del confezionamento del prodotto finito, nonché conseguenti all'attività di produzione del campionario per la sola *business unit* Interfashion. A questi vanno ad aggiungersi gli impatti ambientali indiretti della catena di fornitura. Per la descrizione del relativo presidio si rimanda al paragrafo "Profilo e presidio della catena di fornitura" del presente documento. Il Gruppo Stefanel, ai fini di ridurre il proprio impatto ambientale e nell'ottica di perseguire la creazione di un business sempre più sostenibile, si impegna a ridurre i consumi delle sedi centrali e/o dei negozi attraverso iniziative quali ad esempio: interventi di *relamping* dei corpi illuminanti a tecnologia classica con quelli a tecnologia LED, la riduzione della quantità di imballaggi utilizzati, l'adozione di pratiche di riciclo e l'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili (e.g. ricorso esclusivo a *shoppers* di carta riciclata) e il rinnovo del parco auto aziendale.

Consumi energetici e emissioni

I consumi energetici del Gruppo Stefanel derivano principalmente dall'illuminazione, dal riscaldamento e dal raffrescamento degli ambienti di lavoro.

I consumi energetici complessivi nell'esercizio 2017 sono stati pari a circa **44.622 GJ**. In particolare, i consumi diretti di energia (gas naturale per riscaldamento), pari a circa **19.280 GJ**, hanno generato l'emissione di circa **986 t** di CO₂ e, mentre i consumi indiretti di energia sono stati pari a circa **25.342 GJ** e hanno generato l'emissione di circa **2.467 t** di CO₂ e.

Le emissioni di CO₂ relative ai consumi energetici complessivi sono state pari a circa **3.453 t** di CO₂ e.

Per dare una visione sintetica rispetto all'utilizzo di energia, il Gruppo ha calcolato il proprio indice di intensità energetica rispetto alla superficie lorda degli immobili di suo utilizzo. Esso è pari a **0,69 GJ/m²** e corrispondente all'emissione di circa **0,05 t di CO₂e/m²** relativamente alla superficie degli immobili.

Consumi energetici diretti e indiretti (GJ)

	2017
Consumi energetici diretti	19.280
Da fonti non rinnovabili:	19.280
Gas naturale ⁶	19.280
Consumi energetici indiretti	25.342
Elettricità da fonti non rinnovabili	25.342
Consumi energetici totali	44.622
Intensità Energetica (consumi tot/superficie lorda)	0,69

Emissioni di CO₂ dirette e indirette (t di CO₂e)

	2017
Emissioni dirette (scope 1)	986
Da fonti non rinnovabili:	986
Gas naturale ⁶	986
Emissioni indirette (scope 2)	2.467
Elettricità da fonti non rinnovabili	2.467
Emissioni totali⁷	3.453
Intensità di emissione (emissioni tot/superficie lorda)	0,05

Per quanto attiene specificatamente alla gestione degli apparecchi e degli impianti contenenti sostanze lesive dell'ozono stratosferico, occorre osservare che il Gruppo sta progressivamente adottando, tenendo conto delle disposizioni normative vigenti, tutti i presidi necessari al fine di attuare una corretta gestione e la progressiva riduzione, fino alla definitiva cessazione, del consumo di sostanze lesive dell'ozono stratosferico.

Approvvigionamento di materiali

I consumi relativi ai filati acquistati da Stefanel S.p.A. e Interfashion S.p.A. ed ai tessuti acquistati dalla *business unit* Interfashion inviati ai fornitori che si occupano della realizzazione del prodotto finito, sono influenzati e dipendenti dalla complessità del prodotto industrializzato (non prodotto finito). Per la *business unit* Stefanel il consumo di filato è complessivamente pari a Kg 211.307, di cui il 64% per la FW 17 e il 36% per la SS 17. Per quanto attiene alla *business unit* Interfashion i consumi di filato per l'anno 2017 sono stati pari a 150 Kg. I tessuti acquistati da Interfashion per la manifattura diretta del prodotto sono stati pari a 363.968 m, ai quali vanno aggiunti 679.912 m di mercerie in nastro, 127.550 cerniere, 575.614 applicazioni metalliche oltre ad altri accessori in altri materiali.

L'acquisto di materia prima accessoria viene calcolato attraverso un sistema di Business Intelligence, che confronta i fabbisogni su base settimanale al fine di ottimizzare gli ordini. In questo ambito il Gruppo Stefanel collabora con i propri fornitori e richiede che i processi produttivi siano strutturati in modo tale da massimizzare l'uso e il taglio e minimizzare quindi gli sprechi.

⁶ Sono esclusi i consumi di gas delle consociate estere presenti in Germania, Austria, Francia, Portogallo e Gran Bretagna in quanto la fatturazione avviene indirettamente tramite il canone di affitto e non sono disponibili i dati di consumo poiché rientrano nel consumo del condominio per i negozi su strada e/o del centro commerciale. Tuttavia, l'ammontare di tali consumi non risulta essere materiale.

⁷ I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono stati pubblicati dal *Department for Environment, Food & Rural Affairs* (DEFRA) nel 2017. Per il fattore di emissione relativo all'energia elettrica da fonti non rinnovabili si fa riferimento al DEFRA 2015.

Materiali utilizzati⁸

	u.m.	2017
Filati	Kg	211.457
Tessuti	m	363.968

Tra i consumi di materiali del Gruppo Stefanel vi sono inoltre i consumi legati alla carta da stampa per la normale attività svolta negli uffici e nei negozi, e al cartone da imballaggio per le attività legate alla distribuzione e alla vendita dei prodotti.

Nel corso del 2017, il consumo totale di carta è stato complessivamente pari a **5,24 t**, mentre il consumo di cartone è stato di **147,04 t**, per un totale di **152,28 t** di materiale cartaceo. Il **17%** della carta e del cartone utilizzati dal Gruppo proviene da fonti di approvvigionamento responsabile (FSC).

Materiali utilizzati⁹ (t)

	2017
Carta	5,24
Cartone da imballaggio	147,04
Totale	152,28

Acqua

Il consumo di acqua per Stefanel è principalmente legato ai consumi di acqua potabile degli uffici e dei negozi. Nel 2017 il consumo di acqua totale¹⁰ del Gruppo è stato pari a **32.715 m³**.

Rifiuti

Nella gestione quotidiana delle proprie attività, il Gruppo Stefanel, avvalendosi sia del sistema di raccolta urbana che di smaltitori specializzati per le singole categorie di rifiuto prodotte, assicura che la gestione dei rifiuti prodotti avvenga nel pieno rispetto delle prescrizioni normative, adottando pratiche volte anche alla diminuzione della produzione dei rifiuti e procedure che contengano le indicazioni necessarie alla corretta gestione dei rifiuti prodotti.

Il Gruppo assicura inoltre che la stipulazione dei contratti con fornitori addetti alla raccolta, al trasporto, smaltimento o recupero dei rifiuti avvenga esclusivamente con soggetti qualificati nonché in possesso di tutte le necessarie autorizzazioni aventi validità per tutta la durata del rapporto e richiede, tramite apposite clausole contrattuali, pena la risoluzione del contratto stesso, il pieno rispetto della normativa ambientale applicabile a tutti i suoi fornitori.

I rifiuti generati dalle attività del Gruppo derivano principalmente da carta, cartone da imballaggio, scarti di produzione (fibre tessili) e da scarti di arredamenti o mobilio dei negozi. L'aggiornamento della strumentazione degli uffici ha comportato la produzione di rifiuti pericolosi costituiti essenzialmente da dispositivi elettronici, monitor e lampade al neon. Le principali fonti produttive di rifiuti del Gruppo sono la Sede di Stefanel S.p.A. di Ponte di Piave e la sede di Interfashion S.p.A. di Rimini.

I rifiuti totali prodotti dal Gruppo Stefanel nel 2017¹¹ sono pari a circa **174,64 t**, di cui **1,37 t** sono classificati come rifiuti pericolosi in quanto composti da dispositivi elettronici dismessi, batterie e lampade al neon.

Per quanto attiene alle modalità di smaltimento, la quasi totalità della carta e del cartone prodotti dai punti vendita vengono smaltiti attraverso il sistema di raccolta urbana, mentre la carta prodotta dalla sede del gruppo viene smaltita da un operatore specializzato e costituisce il 9% del totale. Sono smaltiti come rifiuti speciali gli

⁸ I filati e i tessuti acquistati si riferiscono a Stefanel S.p.A. e Interfashion S.p.A.

⁹ Sono esclusi i consumi di carta/cartone delle consociate estere.

¹⁰ Sono esclusi i consumi di acqua delle consociate estere presenti in Germania, Austria, Svizzera in quanto la fatturazione avviene indirettamente tramite il canone di affitto e non sono disponibili i dati di consumo poiché rientrano nel consumo del condominio per i negozi su strada e/o del centro commerciale. Tuttavia, l'ammontare di tali consumi non risulta essere materiale.

ingombranti/mobili e arredi di legno (88% del totale). I restanti rifiuti sono avviati in discarica (1%) o alla termovalorizzazione (2%).

Rifiuti prodotti ¹¹ (t)	2017
Rifiuti pericolosi	1,37
Dispositivi elettronici	1,29
Batterie e dispositivi di memorizzazione	0,01
Monitor PC e lampade al neon	0,07
Rifiuti non pericolosi	173,27
Carta / Cartone da imballaggio	15,64
Fibre tessili lavorate	3,26
Ingombranti/Mobili e arredi di legno	154,37
Totale	174,64

¹¹ Sono esclusi i rifiuti prodotti dalle consociate estere. Si segnala che per Interfashion S.p.A. la quasi totalità della carta e la totalità della plastica vengono smaltite con la raccolta differenziata e pertanto i quantitativi non sono documentati.

NOTA METODOLOGICA

Standard di rendicontazione applicati

La Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario del Gruppo Stefanel (nel seguito anche "Dichiarazione"), predisposta ai sensi dell'art. 4 del D. Lgs. 254/2016 (nel seguito anche "Decreto"), contiene informazioni relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte dal Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto dalle stesse.

La presente Dichiarazione, che sarà pubblicata con periodicità annuale, è predisposta ai sensi del D. Lgs. 254/2016 e secondo i *GRI Standards* (opzione in *accordance "Core option"*), lo standard utilizzato quale riferimento, pubblicati nel 2016 dal *Global Reporting Initiative*, che costituiscono ad oggi lo standard più diffuso e riconosciuto a livello internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria. Al fine di agevolare il lettore nel rintracciare le informazioni all'interno del documento alle pagine 54-59 è riportato il *GRI Content Index*.

La rendicontazione non finanziaria presentata nella Dichiarazione riflette il principio di materialità o rilevanza, elemento previsto dalla normativa di riferimento e caratterizzante i *GRI Standards*: i temi trattati all'interno della Dichiarazione sono quelli che, a seguito di un'analisi e valutazione di materialità, descritta alle pagine 24-25 del presente documento, sono stati considerati rilevanti in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività del Gruppo o di influenzare le decisioni dei suoi stakeholder. Per il primo anno di reporting, il confronto con gli anni precedenti non è stato rappresentato, ma è stato fornito un raffronto sommario e qualitativo rispetto agli esercizi precedenti riguardo ad eventuali cambiamenti organizzativi intercorsi.

Perimetro di reporting

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenuti nella Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario del Gruppo Stefanel si riferiscono alla performance del Gruppo Stefanel per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2017. Come previsto dal D. Lgs. 254/2016, art. 4, la presente Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario comprende i dati della capogruppo (Stefanel S.p.A.) e delle sue società controllate consolidate integralmente. Eventuali limitazioni a tale perimetro sono opportunamente indicate all'interno del documento e in calce alla tabella di raccordo tra i temi materiali del Gruppo Stefanel, gli ambiti del D. Lgs. 254/16 e i *GRI Standards*.

Processo di rendicontazione

La predisposizione della Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Stefanel per il 2017 si è basata su un processo di reporting strutturato che ha previsto:

- il coinvolgimento di tutte strutture/direzioni aziendali responsabili degli ambiti rilevanti e dei relativi dati e informazioni oggetto della rendicontazione non finanziaria del Gruppo. E' stato richiesto loro un contributo nell'individuazione e valutazione dei temi materiali, dei progetti/iniziative significativi da descrivere nel documento e nella fase di raccolta, analisi e consolidamento dei dati, con il ruolo di verificare e validare tutte le informazioni riportate nella Dichiarazione, ciascuno per la propria area di competenza. In particolare, i dati e le informazioni inclusi nella presente Dichiarazione derivano dal sistema informativo aziendale utilizzato per la gestione e la contabilità del Gruppo e da un sistema di reporting non finanziario (schede raccolta dati) appositamente implementato per soddisfare i requisiti del D. Lgs. 254/2016 e dei *GRI Standards*. I dati sono stati elaborati mediante estrazioni e calcoli puntuali e, laddove specificatamente indicato, mediante stime. I dati e le informazioni di natura economico-finanziaria derivano dal Bilancio 2017;
- l'approvazione della Dichiarazione da parte del Consiglio di Amministrazione, convocato per l'approvazione del Bilancio 2017 in data 19/03/2018;
- il rilascio di un giudizio di conformità sulla Dichiarazione da parte di EY S.p.A. nella forma di un esame limitato;
- la pubblicazione della Dichiarazione sul sito internet corporate al fine di renderla disponibile in maniera trasparente a tutti gli stakeholder.

Principi di rendicontazione

L'identificazione e rendicontazione dei contenuti della Dichiarazione di carattere non Finanziario ha tenuto in considerazione i principi GRI di rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità e completezza. Per la definizione dei criteri di qualità informativa e del perimetro di rendicontazione sono stati altresì applicati i principi GRI di equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità.

Tabella di raccordo tra i temi materiali del Gruppo Stefanel, gli ambiti del D. Lgs. 254/16 e i GRI Standards

TEMI MATERIALI IDENTIFICATI DA STEFANEL	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI		I cinque ambiti del Decreto				
				Ambiente	Società	Persone	Diritti Umani	Anti-Corruzione
		IMPATTI INTERNI AL GRUPPO	IMPATTI ESTERNI AL GRUPPO					
Selezione dei fornitori/imprese terziste e loro controllo rispetto alla capacità di tutelare e gestire i diritti umani, la salute e sicurezza dei lavoratori e la corretta gestione ambientale	Supplier Environmental Assessment (GRI 308) Supplier Social Assessment (GRI 414)	Tutto il Gruppo	Fornitori	✓			✓	
Rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori	Non discrimination (GRI 406)	Tutto il Gruppo	Fornitori			✓	✓	
Coinvolgimento, ascolto, soddisfazione del cliente ed eccellenza del servizio	General Disclosure (GRI 102-43) Customer Privacy (GRI 418)	Tutto il Gruppo	Rete distributiva in franchising		✓			
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori	Occupational Health and Safety (GRI 403)	Tutto il Gruppo	Fornitori			✓		
Tracciabilità e informazioni sul prodotto e etichettatura	Marketing and Labeling (GRI 417)	Tutto il Gruppo	Fornitori		✓			
Tutela e rafforzamento della reputazione del brand	Anti-corruption (GRI 205) Socioeconomic Compliance (GRI 419)	Tutto il Gruppo			✓	✓	✓	✓
Qualità e sicurezza del prodotto	Customer Health and Safety (GRI 416)	Tutto il Gruppo	Fornitori		✓			
Diversità, pari opportunità ed inclusione	Employment (GRI 401) Diversity and Equal Opportunities (GRI 405)	Tutto il Gruppo				✓	✓	

(*)	Materials (GRI 301) Energy (GRI 302) Water (GRI 303) Emissions (GRI 305) Effluents and Waste (GRI 306) Environmental Compliance (GRI 307) Economic Performance (GRI 201) Procurement Practices (GRI 204)	Tutto il Gruppo	Fornitori	✓				
-----	---	-----------------	-----------	---	--	--	--	--

(*) Le tematiche relative all'ambiente non sono risultate come materiali alla luce dell'analisi di materialità, tuttavia in considerazione della rilevanza di tali tematiche ai sensi del D. Lgs. 254/2016, Stefanel riporta nel documento l'approccio di gestione adottato e i relativi indicatori. Inoltre, si segnala che gli aspetti *Procurement Practices* e *Economic Performance* sono stati rendicontati sebbene non correlati ad alcun tema materiale specifico.

Le esclusioni di perimetro interno riguardano:

- i dati relativi ai consumi di gas delle consociate estere presenti in Germania, Austria, Francia, Portogallo e Gran Bretagna in quanto la fatturazione avviene indirettamente tramite il canone di affitto e non sono disponibili i dati di consumo poiché rientrano nel consumo del condominio per i negozi su strada e/o del centro commerciale. Tuttavia, l'ammontare di tali consumi non risulta essere materiale;
- i dati relativi ai consumi di carta/cartone e ai rifiuti prodotti delle consociate estere;
- i dati relativi ai consumi di acqua delle consociate estere presenti in Germania, Austria, Svizzera in quanto la fatturazione avviene indirettamente tramite il canone di affitto e non sono disponibili i dati di consumo poiché rientrano nel consumo del condominio per i negozi su strada e/o del centro commerciale. Tuttavia, l'ammontare di tali consumi non risulta essere materiale.

La rendicontazione non è estesa al perimetro esterno.

GRI CONTENT INDEX

GRI CONTENT INDEX			
Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Numero di pagina/Note	Omissioni
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016			
ORGANIZATIONAL PROFILE			
102-1	Nome dell'organizzazione	Pag. 16	
102-2	Attività, principali marchi, prodotti e/o servizi	Pag. 7; 9-11	
102-3	Sede principale	Pag. 60	
102-4	Paesi di operatività	Pag. 7	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Pag. 16	
102-6	Mercati serviti	Pag. 7	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 6	
102-8	Dipendenti per tipologia di contratto, regione e genere	Pag. 40-41	
102-9	Descrizione della catena di fornitura	Pag. 28-30	
102-10	Modifiche significative durante il periodo di rendicontazione riguardanti le dimensioni del Gruppo, la struttura, la proprietà o la catena dei fornitori	Non sono intervenuti cambiamenti significativi.	
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Pag. 17-19	
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Il Gruppo non aderisce a codici e principi esterni all'organizzazione.	
102-13	Appartenenza ad associazioni e organizzazioni di sostegno nazionale o internazionale	Pag. 27	
STRATEGY			
102-14	Dichiarazione del Presidente e dell'Amministratore Delegato	Pag. 4	
ETHICS AND INTEGRITY			

102-16	Valori, principi, standard, codici di condotta e codici etici	Pag. 12; 19-20; 22-23
--------	---	-----------------------

GOVERNANCE

102-18	Struttura di Governance aziendale	Pag. 16-17
--------	-----------------------------------	------------

102-23	Indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo	Pag. 17
--------	--	---------

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

102-40	Elenco degli stakeholder coinvolti	Pag. 26-27
--------	------------------------------------	------------

102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Pag. 45
--------	--	---------

102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	Pag. 26
--------	--	---------

102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 26
--------	---	---------

102-44	Aspetti chiave e critiche emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni (stakeholder engagement)	Pag. 26-27
--------	--	------------

REPORTING PRACTICE

102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato e indicazione delle società non comprese nel report	Pag. 51
--------	---	---------

102-46	Processo di definizione dei contenuti del report	Pag. 24-25; 51
--------	--	----------------

102-47	Elenco degli aspetti identificati come materiali	Pag. 25
--------	--	---------

102-48	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti e motivazioni di tali modifiche	Si tratta della prima Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario.
--------	---	---

102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Si tratta della prima Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario.
--------	---	---

102-50	Periodo di rendicontazione	Pag. 51
--------	----------------------------	---------

102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente	Si tratta della prima Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario.
102-52	Periodicità di rendicontazione	Pag. 51
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti	Pag. 60
102-54 / 102-55	GRI content index e scelta dell'opzione "in accordance"	Pag. 51; 54-59
102-56	Attestazione esterna	Pag. 61-63

PERFORMANCE ECONOMICA: TOPIC SPECIFIC STANDARDS

GRI 201: ECONOMIC PERFORMANCE 2016 (*aspetto non materiale*)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 14-15
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	Pag. 14-15

GRI 204: PROCUREMENT PRACTICES 2016 (*aspetto non materiale*)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 28
204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	Pag. 28

GRI 205: ANTI-CORRUPTION 2016

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 19-20
205-3	Eventuali episodi di corruzione riscontrati e attività correttive implementate	Pag. 20

PERFORMANCE AMBIENTALE: TOPIC SPECIFIC STANDARDS

GRI 301: MATERIALS 2016 (*aspetto non materiale*)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 46; 48-49
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume	Pag. 48-49

GRI 302: ENERGY 2016 (*aspetto non materiale*)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 46-48
302-1	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	Pag. 47-48
302-3	Energy Intensity	Pag. 48

GRI 303: WATER 2016 (*aspetto non materiale*)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 46; 49
---------	--------------------------	-------------

303-1	Acqua totale prelevata per fonte di approvvigionamento	Pag. 49
-------	--	---------

GRI 305: EMISSIONS 2016 (aspetto non materiale)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 46-48
---------	--------------------------	------------

305-1	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	Pag. 47-48
-------	--	------------

305-2	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (Scope 2)	Pag. 47-48
-------	---	------------

305-4	Greenhouse gas (GHG) emissions intensity	Pag. 48
-------	--	---------

GRI 306: EFFLUENTS AND WASTE 2016 (aspetto non materiale)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 46; 49
---------	--------------------------	-------------

306-2	Rifiuti prodotti per tipologia e modalità di smaltimento	Pag. 49-50
-------	--	------------

GRI 307: ENVIRONMENTAL COMPLIANCE 2016 (aspetto non materiale)

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 46-47
---------	--------------------------	------------

307-1	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	Pag. 47
-------	--	---------

GRI 308: SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT 2016

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 28-30
---------	--------------------------	------------

308-1	Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base di criteri ambientali	Pag. 29
-------	---	---------

PERFORMANCE SOCIALE: TOPIC SPECIFIC STANDARDS

GRI 401: EMPLOYMENT 2016

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 41-42
---------	--------------------------	------------

401-1	Numeri totali e tassi di nuove assunzioni e di turnover del personale per età, genere e area geografica	Pag. 41-42
-------	---	------------

GRI 403: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY 2016

GRI 103	Management approach 2016	Pag. 43-44
---------	--------------------------	------------

403-2	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero	Pag. 44
-------	--	---------

di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere

GRI 405: DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 37-40; 42-43

405-1 Composizione degli organi di governo e suddivisione dei dipendenti per categoria rispetto al genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità Pag. 16; 38-40; 43

GRI 406: NON-DISCRIMINATION 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 37; 42-43

406-1 Eventuali episodi di discriminazione riscontrati e azioni correttive implementate Pag. 42

GRI 414: SUPPLIER SOCIAL ASSESSMENT 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 28-30

414-1 Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base di criteri riguardanti gli impatti sulla società Pag. 29

GRI 416: CUSTOMER HEALTH AND SAFETY 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 30-31

416-1 Percentuale di categorie di prodotti e servizi per i quali sono valutati gli impatti sulla salute e sicurezza dei clienti Pag. 30

416-2 Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita Pag. 31

GRI 417: MARKETING AND LABELING 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 30; 34-35

417-2 Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi Pag. 31

417-3 Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti o Pag. 35

codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione

GRI 418: CUSTOMER PRIVACY 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 35-36

418-1 Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori Pag. 36

GRI 419: SOCIOECONOMIC COMPLIANCE 2016

GRI 103 Management approach 2016 Pag. 19-20

419-1 Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti Pag. 20

Stefanel S.p.A.
Via Postumia, 85
31047 Ponte di Piave (TV)
Tel. +39 04228191- Fax +39 0422819782
stefanel.com

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'articolo 3, comma 10 del D. Lgs. 254/2016 e dell'articolo 5 del Regolamento Consob n. 20267

Al Consiglio di Amministrazione della
Stefanel S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10 del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento Consob n. 20267, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della Stefanel S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017, predisposta ex articolo 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 19 marzo 2018 (di seguito "DNF").

Responsabilità degli amministratori e del collegio sindacale per la DNF

Gli amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto ed ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il collegio sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo

qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di 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.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche dell'impresa rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'articolo 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comprensione dei seguenti aspetti:
 - o modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'articolo 3 del Decreto;
 - o politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'articolo 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - o principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'articolo 3 del Decreto.Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 4, lett. a).
4. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Stefanel S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di Gruppo:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, ed in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate ed ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per il sito di Rimini della società Interfashion S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base della sua attività e del suo contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato, abbiamo effettuato una visita in loco nel corso della quale ci siamo confrontati con i responsabili ed abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Stefanel relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

Altri aspetti

Le informazioni comparative presentate nella DNF in relazione all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2016 non sono state sottoposte a verifica.

Treviso, 5 aprile 2018

EY S.p.A.



Claudio Passelli
(Socio)