

GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO  
BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2019

DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA CONSOLIDATA  
AI SENSI DEL DECRETO LEGISLATIVO 254/2016



## LETTERA DEL PRESIDENTE

Salvatore Ferragamo  
RESPONSIBLE PASSION

La nostra società si trova oggi più che mai ad affrontare fenomeni che minano la salute e la sicurezza delle persone e degli ecosistemi: è nostro compito come azienda ispirare il nostro operato ai principi della solidarietà e generare valore positivo, con l'obiettivo di proteggere le persone, tutelare l'ambiente e valorizzare le comunità.

Per la nostra Azienda, sostenibilità e strategia sono elementi integrati, guidati dal senso di responsabilità. Per questo motivo, nel 2019 abbiamo aggiornato il nostro Piano di Sostenibilità, che vede un orizzonte temporale al 2022, in linea con il Piano Strategico, per favorire una sempre maggiore integrazione tra obiettivi strategici e di sostenibilità.

Il Bilancio di Sostenibilità 2019 si propone di raccontare un anno pieno di importanti traguardi raggiunti ed altrettanti impegni assunti.

Nel 2019 abbiamo lanciato il progetto Sustainable Thinking, che, partendo dalla mostra al Museo Salvatore Ferragamo, ha investito tutta l'Azienda con contest, workshop, collaborazioni e conferenze, coinvolgendo ogni nostra persona e divenendo un vero e proprio acceleratore della cultura della sostenibilità.

Mia madre diceva: "Nelle persone che lavorano in Azienda risiede l'energia vitale per la nostra attività". È questa visione che ci spinge a valorizzare le persone che collaborano con noi e a migliorare sempre di più i luoghi dove lavorano. Quest'anno abbiamo adottato una Inclusion Policy, che formalizza il nostro impegno a favore della promozione e della tutela dei valori di inclusione, uguaglianza e diversità. Inoltre, con lo scopo di raggiungere i più elevati standard etici e di sviluppo sostenibile del business, abbiamo ottenuto la certificazione di responsabilità sociale SAB000 per il perimetro italiano.

È per noi fondamentale che la cultura della sostenibilità coinvolga l'intera catena del valore, e quindi anche la filiera. Quest'anno abbiamo diffuso il Codice di Condotta Fornitori, che pone i principi etici e di sostenibilità al centro della nostra relazione con la catena di fornitura, spingendoci a lavorare insieme per ridurre gli impatti e adottare una visione comune del modo di fare impresa. A testimonianza di come la collaborazione sia fondamentale quando si parla di sostenibilità, abbiamo firmato il Fashion Pact insieme a numerosi altri brand della moda e del tessile, uniti per stabilire obiettivi pratici e concreti per ridurre l'impatto ambientale del nostro settore. Ci impegneremo nei prossimi anni a raggiungere gli obiettivi prefissati, cercando di migliorare la nostra performance e creando sinergie positive per il nostro settore. Il commitment verso la tutela ambientale sancito dal Fashion Pact si sommerà alle numerose iniziative che quotidianamente intraprendiamo per ottimizzare l'efficienza energetica e ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>, rilasciate in atmosfera. Tra queste, nel 2019, abbiamo ottenuto la certificazione ISO 140001 per tutte le sedi e gli store italiani e la certificazione LEED Platinum per il nuovo Polo Logistico.

Tutto senza mai dimenticarci della nostra città: Firenze. Nel 2019 abbiamo siglato un accordo triennale con il Comune per sostenere gli interventi di restauro del complesso statuario di Piazza della Signoria, e del monumento del David di Michelangelo al Piazzale Michelangelo a Firenze. Inoltre, è per me motivo di orgoglio aver siglato una partnership triennale con la Fondazione Meyer, per supportare l'attività di screening neonatale e il piano di ampliamento dell'ospedale Meyer, un'eccellenza fiorentina che fa onore alla città.

Ci impegniamo ogni giorno con convinzione ed entusiasmo, e con la consapevolezza che la qualità non risiede solo nell'eccellenza artigianale dei nostri prodotti, ma anche nella capacità di gestire la nostra azienda responsabilmente, nel rispetto delle persone, dell'ambiente e della comunità.

Ferruccio Ferragamo

# INDICE

## 1

PASSIONE RESPONSABILE 6

Commitment  
Piano di Sostenibilità e SDGs  
Stakeholder e materialità

## 2

GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO 16

Numeri  
Storia e mercato  
Gestione responsabile

## 3

QUALITÀ MADE IN ITALY 28

Tradizione e innovazione  
Fornitori e lavoratori  
Attenzione al cliente

METODOLOGIA  
ALLEGATI  
PERIMETRO DEGLI ASPETTI MATERIALI DEL GRUPPO  
TABELLA DEGLI INDICATORI GRI  
RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

## 4

UNA STORIA CONDIVISA 46

Inclusione e pari opportunità  
Attrazione e sviluppo dei talenti  
Benessere delle persone

## 5

CULTURA E PARTECIPAZIONE 60

Legame con la comunità e il territorio  
Museo Salvatore Ferragamo  
Fondazione Ferragamo

## 6

TUTELA AMBIENTALE 80

Consumi responsabili  
Monitoraggio delle emissioni  
Iniziative green







## PASSIONE RESPONSABILE

---

Commitment  
Piano di Sostenibilità e SDGs  
Stakeholder e materialità

“Anche mio padre pensava alla sostenibilità.  
Solo che allora si chiamava rispetto.”

Ferruccio Ferragamo

# PASSIONE RESPONSABILE

## COMMITMENT

'Creatività, innovazione ed eccellenza artigianale sono stati - sin dalle origini del marchio - valori fondamentali del Gruppo Salvatore Ferragamo e hanno trovato una concreta applicazione nell'ideazione e nella realizzazione di ogni creazione. Il legame profondo con il territorio, la sua cultura e la sua comunità ha maturato nel Gruppo Salvatore Ferragamo una sempre maggiore consapevolezza della necessità di un forte impegno nel tutelare i luoghi dove opera e le persone che lavorano per il Gruppo, andando oltre quanto è previsto dalle leggi, dalle norme e dai regolamenti nazionali e internazionali'.

Investire nello sviluppo sostenibile significa, per la Salvatore Ferragamo, rispettare i valori trasmessi dal Fondatore e credere che l'utilizzo di materiali innovativi, il legame con il territorio, il rispetto dell'ambiente e delle proprie persone siano elementi essenziali per il successo, non solo aziendale, ma di tutti gli stakeholder.

La sostenibilità è una sfida positiva che la Salvatore Ferragamo ha deciso di adottare e interpretare a favore delle generazioni future, impegnandosi a porre la responsabilità sociale al centro del proprio processo decisionale e perseguendo obiettivi di crescita economica che tengano al contempo in considerazione anche gli impatti, positivi e negativi, delle proprie attività all'interno della sfera sociale e ambientale.

L'impegno verso la sostenibilità, intesa come modello comportamentale da seguire senza compromessi, si è strutturato negli anni e trae ispirazione dai valori alla base della storia della Salvatore Ferragamo: passione per l'eccellenza artigianale, creatività e innovazione. La comprensione e il rispetto di questi valori si traducono in comportamenti eticamente corretti sia nei rapporti interni che in quelli esterni, e contribuiscono a sostenere il Gruppo in termini di crescita economica e di credibilità.



## I TRAGUARDI DEL GRUPPO - 2019

### FASHION PACT

SOTTOSCRITTO AL G7 DI BIARRITZ INSIEME AI PRINCIPALI PLAYER DEL MONDO DELLA MODA E DEL LUSSO

### SUSTAINABLE THINKING

MOSTRA INAUGURATA PRESSO IL MUSEO SALVATORE FERRAGAMO

### SA8000

CERTIFICAZIONE DI RESPONSABILITÀ SOCIALE OTTENUTA DALLA SALVATORE FERRAGAMO

### INCLUSION POLICY

ADOTTATA DAL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO

### CODICE DI CONDOTTA FORNITORI

CONDIVISO CON I FORNITORI DI MATERIE PRIME, SERVIZI DI LAVORAZIONE E PRODOTTI FINITI DEL GRUPPO

### ISO 14001

CERTIFICAZIONE SUL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE OTTENUTA PER TUTTE LE SEDI E GLI STORE ITALIANI



L'impegno aziendale verso il tema della sostenibilità è culminato nel 2019 con il lancio del progetto **Sustainable Thinking**, che ha previsto, a partire dal mese di aprile, mostre ed iniziative collaterali che hanno coinvolto il Museo Salvatore Ferragamo, l'Azienda e altre istituzioni pubbliche della città, con l'obiettivo di proporre uno spunto di riflessione su un tema così importante per il futuro e offrire suggerimenti per un cambiamento di paradigma nel mondo della moda, dell'arte e dell'architettura. Il progetto ha incluso una mostra presso il Museo Salvatore Ferragamo e in altre sedi prestigiose della città come Palazzo Vecchio, sede del Comune, e il Museo Novecento, oltre a conferenze, workshop e laboratori tenuti da artisti, designer e studi di architettura. Il giorno antecedente l'inaugurazione delle mostre è stato organizzato presso il Salone dei Cinquecento in Palazzo Vecchio, un importante **Symposium**, tenuto da alcuni fra i principali esponenti in tema di sostenibilità: un'occasione unica per conoscere in concreto il significato della parola sostenibilità, come stiano cambiando i modelli di business delle imprese e quale sia lo stato della ricerca per migliorare il nostro ambiente.

L'obiettivo della trasparenza rispetto al proprio operato ha fatto sì che il Gruppo si impegnasse in un processo di rendicontazione delle iniziative legate alla responsabilità sociale. Dal 2014 la Salvatore Ferragamo redige il **Bilancio di Sostenibilità** secondo linee guida internazionali, al fine di illustrare i progetti portati avanti dal Gruppo in ambito di responsabilità sociale di impresa. Il Bilancio di Sostenibilità ha ottenuto negli anni numerosi riconoscimenti: l'edizione 2016 ha conseguito la Menzione Speciale nella categoria "Identità e Visione" di Biblioteca Bilancio Sociale (BBS) e il premio Business International Finance Award nella categoria "Bilancio, Integrated

Reporting, Comunicazione Finanziaria". Il Bilancio di Sostenibilità 2018 è risultato finalista per la categoria aziende di medio-grandi dimensioni del "Premio Report di Sostenibilità", evento indetto dall'Università di Pavia per premiare le aziende italiane sulla base delle loro dichiarazioni non finanziarie. Il Bilancio di Sostenibilità 2018 ha inoltre ottenuto il Premio Speciale "Impegno Sociale", assegnato da Biblioteca Bilancio Sociale, in virtù del racconto relativo alle iniziative che legano la Salvatore Ferragamo al mondo dell'arte, alla cultura, alla comunità e al territorio.

A livello organizzativo, al fine di garantire una gestione integrata delle tematiche di sostenibilità, dal 2014 è stato istituito un gruppo di lavoro inter-funzionale denominato **Green Team**, dedicato all'ideazione e allo sviluppo di iniziative di responsabilità sociale. La struttura del team, che riunisce al proprio interno diverse funzioni aziendali, permette il confronto tra competenze trasversali in un'ottica di sviluppo a 360° gradi della sostenibilità. Lo scopo principale del Green Team consiste nel migliorare la qualità dell'ambiente lavorativo e l'impatto interno ed esterno delle attività svolte, nonché nel facilitare un rapporto diretto con il territorio, in tutte le sue valenze ambientali e umane. La peculiare struttura del Green Team permette lo sviluppo di iniziative di sostenibilità in ambito di ricerca e sviluppo materiali, comunicazione, packaging, sistemi informativi, logistica, operations, ambiente e sicurezza, community & charity, acquisto materie prime, risorse umane, mobilità, store planning e merchandising. Nel 2019, sono entrate a far parte del Green Team anche le funzioni eCommerce, Sistemi Informativi e una rappresentante della Ferragamo Parfums S.p.A., affinché, in linea con lo spirito creativo del Brand, possano essere promossi progetti di sostenibilità anche legati al mondo delle fragranze. Dal

2016 inoltre, il Comitato Controllo e Rischi, nell'ambito delle sue attività di supporto al consiglio di amministrazione, è preposto alla supervisione delle questioni di sostenibilità, con l'obiettivo di monitorare l'integrazione di comportamenti responsabili nelle strategie di business e di supervisionare le dinamiche dell'Azienda con i suoi stakeholder.

Al fine di diffondere i principi guida e l'impegno del Gruppo, nel 2017 è stata pubblicata la **Policy di Sostenibilità**, con l'obiettivo di stabilire una cultura aziendale orientata all'equità e alla professionalità, promuovere l'onestà, l'integrità e la trasparenza, incentivare uno sviluppo sostenibile, favorire il dialogo relativo all'etica aziendale e aumentare la responsabilità degli stakeholder. Redatta in linea con i principi e le regole contenute nel Codice Etico del Gruppo e nel quadro di riferimento dettato dalle Nazioni Unite relativo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), la Policy vuole invitare gli organi sociali, i dipendenti e i collaboratori del Gruppo a proporre idee e suggerimenti che possano facilitare l'applicazione della sostenibilità nelle attività quotidiane.

Il commitment aziendale in ambito di sostenibilità si è caratterizzato negli anni con l'adesione ad associazioni e network in un'ottica di condivisione di esperienze e best practice.

Ad agosto 2019, la Salvatore Ferragamo ha aderito al **Fashion Pact**, che vede un totale di 250 brand della moda e del tessile uniti per stabilire obiettivi pratici e concreti per ridurre l'impatto ambientale di questo importante settore industriale. Gli obiettivi del Fashion Pact si basano su quelli dell'iniziativa Science Based Target (SBT) e, in particolare, prevedono di rivedere i processi produttivi e diminuire gli impatti del settore, focalizzandosi su tre temi chiave:

- fermare il riscaldamento globale con la creazione e l'implementazione di azioni per raggiungere l'obiettivo zero emissioni di gas serra entro il 2050;
- ripristinare la biodiversità salvaguardando gli ecosistemi naturali;
- ridurre gli impatti negativi dell'industria della moda sugli oceani attraverso iniziative pratiche quali, ad esempio, la riduzione graduale dell'utilizzo di materie plastiche monouso.

E ancora, nel 2019, la Salvatore Ferragamo, a fronte del suo impegno in ambito di sostenibilità, è stata scelta da Blackrock, il più grande fondo di investimento al mondo, per ospitare la tappa di Firenze del roadshow italiano dedicato all'innovazione sostenibile. Durante l'evento, tenutosi presso la sede storica di Palazzo Feroni, il Presidente e l'Amministratore Delegato sono intervenuti per raccontare il percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo e il commitment verso temi quali la tutela dell'ambiente, l'inclusione ed il legame con il territorio.

Al fine di implementare i principi universali di sostenibilità e di supportare gli obiettivi delle Nazioni Unite, nel dicembre 2018, la Salvatore Ferragamo ha aderito al **Global Compact delle Nazioni Unite**, l'iniziativa strategica di cittadinanza d'impresa più ampia al mondo. Il Global Compact delle Nazioni Unite fornisce un linguaggio universale per la responsabilità sociale ed un framework per le imprese di ogni dimensione, complessità e sede. Inoltre, l'iniziativa supporta le aziende nel lavorare in modo responsabile e nel prendere decisioni strategiche per promuovere obiettivi sociali più ampi.

Nel dicembre 2018, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha aderito all'iniziativa Make Fashion Circular della Ellen MacArthur Foundation. Fondata nel 2010 con lo scopo di accelerare la transizione verso l'eco-

nomia circolare, la Ellen MacArthur Foundation, ha portato la circolarità nell'agenda dei più importanti decision maker di aziende, governi e realtà universitarie, estendendo i principi di circolarità anche all'industria della moda. L'iniziativa **Make Fashion Circular** è stata infatti istituita con l'obiettivo di stimolare la collaborazione e l'innovazione necessaria per creare una nuova industria della moda, allineata con i principi dell'Economia Circolare. L'adesione della Salvatore Ferragamo rimarca ulteriormente l'impegno adottato dall'Azienda verso il modello virtuoso di economia circolare.

A novembre 2017, è stato firmato il **Manifesto per l'Economia Circolare**, che sancisce un'Alleanza volta alla promozione di progetti innovativi e sostenibili. L'Alleanza, promossa da Enel e Intesa San Paolo, vede la partecipazione di imprese di diversi settori attive nel Made in Italy riconosciute a livello internazionale. La collaborazione è volta allo sviluppo di modelli di business basati sulla condivisione, l'estensione della vita utile dei prodotti, il riuso e l'utilizzo di energia e risorse rinnovabili. Nel novembre 2018 l'Alleanza ha presentato un Position Paper con il fine di portare il tema dell'economia circolare al centro dell'agenda politica e di avanzare proposte che possano essere base di interlocuzione nell'andare a sviluppare un approccio italiano su questo tema.

Dal 2011 la Salvatore Ferragamo fa inoltre parte del **Tavolo sulla Sostenibilità**, promosso da Camera Nazionale della Moda Italiana con l'obiettivo di tracciare una via italiana alla moda responsabile e sostenibile e di favorire l'adozione di modelli di gestione responsabili lungo tutta la catena del valore della moda.

Al fine di favorire il contatto con il mondo Ferragamo e valorizzare il legame tra i portatori di interesse

e il Brand, il Gruppo ha adottato una strategia che prevede per le tematiche inerenti alla sostenibilità una connessione tra i mondi online e offline. Dal 2016 è disponibile sul sito Internet del Gruppo Salvatore Ferragamo una **sezione interamente dedicata alla corporate responsibility**, che illustra i principali progetti di sostenibilità sociale di cui il Gruppo si è reso promotore nel corso degli anni. Sul sito sono disponibili anche le versioni digitali sfogliabili del Bilancio di Sostenibilità, che permettono una navigazione user friendly ottimizzata per la visualizzazione sui dispositivi mobile, e la Policy di Sostenibilità. Nel 2019 il sito è stato arricchito di nuovi contenuti con l'obiettivo di coinvolgere ulteriormente gli utenti. Le iniziative di sostenibilità intraprese dal Brand continuano ad essere promosse sui canali social: ad agosto 2019 la notizia relativa all'adesione al Fashion Pact sul profilo LinkedIn del Brand ha registrato circa 90.000 visualizzazioni.

## PIANO DI SOSTENIBILITÀ E SDGs

A partire dal 2016 la Salvatore Ferragamo ha avviato un iter di definizione dei propri obiettivi in ambito di sostenibilità, partendo dall'analisi degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) fissati dalle Nazioni Unite e declinandoli in azioni concrete da sviluppare internamente. Tale processo si è concluso con l'individuazione dei principali obiettivi ai quali ispirare il proprio operato e con l'adozione nel 2017 del primo **Piano di Sostenibilità del Gruppo**.

A seguito della sottoscrizione del Fashion Pact, nel 2019 il Gruppo ha rafforzato ulteriormente il proprio commitment in ambito di tutela ambientale integrando tre ulteriori Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite all'interno del Piano di Sostenibilità: Lotta contro il cambiamento climatico, Vita sott'acqua e Vita sulla terra.

Il Piano di Sostenibilità, aggiornato nel 2019, vede un orizzonte temporale al 2022 in linea con il Piano Strategico, per favorire una sempre maggiore integrazione tra obiettivi strategici e di sostenibilità. Si propone, inoltre, di mappare il rag-

giungimento degli obiettivi prefissati, integrando nuove sfide per lo sviluppo futuro. Il Piano di Sostenibilità, condiviso con i vertici aziendali e con il Comitato Controllo e Rischi, è aggiornato annualmente e ha l'obiettivo di creare una visione condivisa a livello Gruppo della direzione intrapresa e di promuovere una cultura della sostenibilità che sia all'insegna del rispetto, della tutela e della promozione dell'eccellenza. Il documento identifica i principali obiettivi da raggiungere relativamente a strategia e governance, persone e principi, tutela ambientale e cultura e partecipazione, e individua iniziative specifiche da implementare in un arco temporale di tre anni volte al raggiungimento dei seguenti **obiettivi**:

- integrazione della sostenibilità nelle strategie aziendali e aumento della trasparenza nelle relazioni con gli stakeholder interni ed esterni;
- aumento nella frequenza della comunicazione interna relativa ai temi legati alla sostenibilità e promozione di iniziative di coinvolgimento degli stakeholder;
- promozione della strategia di sostenibilità del Gruppo all'esterno;

- valorizzazione del capitale umano a livello Gruppo;
- attenzione continua alla salubrità nei luoghi di lavoro;
- promozione di iniziative di Welfare Aziendale e rafforzamento della comunicazione interna;
- monitoraggio della filiera produttiva e collaborazione con i fornitori per lo sviluppo di progetti di valore condiviso;
- aumento continuo dei livelli di efficienza energetica ed ambientale;
- diminuzione del consumo di risorse nei processi di produzione e consumo;
- monitoraggio delle sostanze chimiche all'interno di materie prime e prodotti;
- promozione e riutilizzo di materiali sostenibili e di materiali di scarto;
- valorizzazione del know-how e dell'heritage aziendale in ambito di artigianalità e Made in Italy e promozione della formazione in tali ambiti (attività promosse dal Museo Salvatore Ferragamo e dalla Fondazione Ferragamo);
- pianificazione e realizzazione di attività di Charity legate alla salute di donne e bambini e a favore della cultura italiana nel mondo.



### Buona salute

In linea con la propria Charity Policy, il Gruppo si impegna nella promozione e nel sostegno di iniziative volte a tutelare la salute di donne e bambini.



### Buona occupazione e crescita economica

Il Gruppo focalizza il proprio impegno sul favorire e valorizzare lo sviluppo professionale delle persone, nel rispetto dei valori storici di appartenenza, al fine di incentivare innovazione e creatività, garantendo altresì la salubrità dei luoghi di lavoro.



### Lotta contro il cambiamento climatico

In un'ottica di lotta al cambiamento climatico, il Gruppo si impegna a contribuire positivamente alla salvaguardia dell'ambiente attraverso lo sviluppo di strategie e iniziative volte a favorire la minimizzazione degli impatti ambientali connessi allo svolgimento delle attività aziendali.



### Educazione di qualità

Il Gruppo, in collaborazione con la Fondazione Ferragamo, si impegna allo scopo di investire nell'istruzione e nella formazione di coloro che intendono operare nel mondo della moda, del design e delle forme più alte e artistiche di artigianato italiano, in linea con i valori e i canoni stilistici espressi nell'opera del suo Fondatore.



### Città e comunità sostenibili

Il Gruppo si impegna a dedicare grande attenzione e risorse alle iniziative in ambito artistico e culturale, al fine di garantire una gestione maggiormente responsabile della realtà urbana e promuovere la cultura in tutte le sue forme e manifestazioni.



### Vita sott'acqua

Il Gruppo si impegna a proteggere gli oceani, i mari e le risorse marine mediante iniziative concrete, quali la riduzione dell'utilizzo di plastica monouso.



### Energia rinnovabile

Il Gruppo si impegna nella protezione e nella salvaguardia dell'ambiente attraverso un miglioramento continuo dei livelli di efficienza energetica dei consumi e promuovendo l'utilizzo di fonti rinnovabili.



### Consumo responsabile

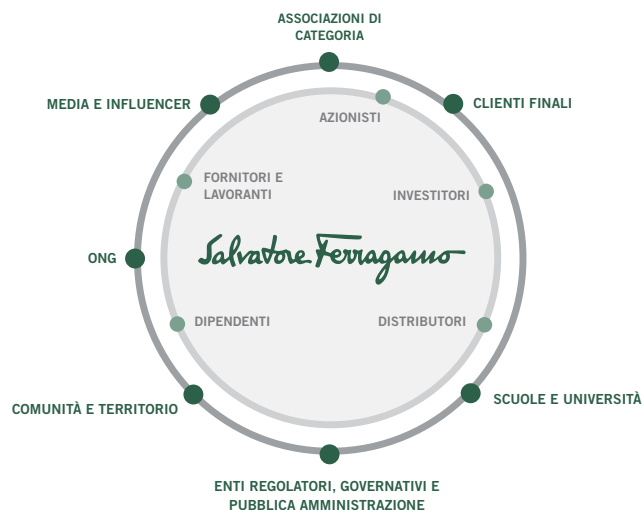
Il Gruppo si impegna al fine di garantire una gestione responsabile nei processi di produzione e consumo di risorse, materie prime e materiali di imballaggio, investendo in qualità per ridurre l'impatto ambientale ed allungare il ciclo di vita dei propri prodotti, e rendicontando il proprio operato in base al principio di trasparenza.



### Vita sulla terra

Al fine di ripristinare la biodiversità, il Gruppo si impegna a sviluppare azioni concrete per proteggere le specie e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre.

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO



STAKEHOLDER E MATERIALITÀ

Le numerose declinazioni del percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo Salvatore Ferragamo si basano su un approccio incentrato su trasparenza, integrità e serietà, con lo scopo di rendere partecipi gli stakeholder degli obiettivi economici, sociali e ambientali del proprio operato. Il Gruppo non si limita a promuovere iniziative di responsabilità sociale, ma riconosce il valore della sostenibilità all'interno della propria strategia aziendale e formula proposte innovative per i propri stakeholder.

La Salvatore Ferragamo ha identificato e selezionato i propri stakeholder sulla base della consapevolezza del proprio ruolo sociale e del forte radicamento territoriale, necessariamente connesso allo svolgimento delle attività aziendali, al fine di individuarne le aspettative e declinarle in obiettivi da raggiungere. Sono stati identificati

quali stakeholder interni: dipendenti, azionisti, investitori, distributori, fornitori e lavoratori. Sono stati individuati quali stakeholder esterni: clienti finali, scuole e università, enti regolatori, governativi e pubblica amministrazione, comunità e territorio, Organizzazioni Non Governative (ONG), media e influencer e associazioni di categoria. Gli stakeholder interni ed esterni al Gruppo non hanno subito variazioni rispetto a quanto già indicato nel Bilancio di Sostenibilità 2018.

L'analisi di materialità del Gruppo Salvatore Ferragamo rispecchia sia gli aspetti rilevanti per il Gruppo che le considerazioni e le aspettative dei propri stakeholder. Elaborata per la prima volta nel 2014 con il coinvolgimento del Green Team e del top management, l'analisi di materialità è stata aggiornata nel 2016 e, successivamente, nel

2018 secondo le indicazioni delle Linee Guida del Global Reporting Initiative (GRI STANDARDS) e in base alle Linee Guida AA1000 Stakeholder Engagement Standard per le fasi relative all'identificazione, mappatura e definizione delle aspettative degli stakeholder e all'elaborazione dei risultati emersi dal loro coinvolgimento e alla loro prioritizzazione. Oltre alle considerazioni del Green Team e del top management del Gruppo, l'aggiornamento dell'analisi di materialità ha previsto anche il coinvolgimento di diverse categorie di stakeholder, sia interni che esterni al Gruppo, chiamati ad esprimere il loro parere nel processo di definizione, valutazione e prioritizzazione degli aspetti materiali.

A tal fine è stato predisposto un questionario con l'obiettivo di identificare, attraverso l'attribuzione di punteggi alle diverse tematiche,

ANALISI DI MATERIALITÀ DEL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO



quelle che, per la loro significatività e rilevanza, dovessero essere incluse all'interno della Dichiarazione Non Finanziaria. Tale questionario è stato sottoposto al Green Team, ai Regional Director del Gruppo e all'Amministratore Delegato della Ferragamo Parfums. Il risultato dell'analisi è rappresentato nella matrice di materialità. Al fine di individuare le esigenze e le aspettative dei propri stakeholder, nel 2018. Grazie a un approccio digitale e interattivo, gli oltre 100 partecipanti hanno potuto fornire indicazioni circa la rilevanza di alcune tematiche di sostenibilità per i loro business e per il Gruppo. I risultati

emersi hanno ribadito l'alta importanza di tematiche quali: Qualità e Made in Italy, Rispetto dei diritti umani, Salute e sicurezza, Responsabilità ambientale e Cultura di sostenibilità, Governance e Business etico. Tale attività si aggiunge all'iniziativa di stakeholder engagement organizzata dal Gruppo nel 2018 con tutti i fornitori coinvolti nella catena del valore della scarpa Rainbow Future, al fine di identificare quali fossero, dal loro punto di vista di stakeholder del Gruppo, le tematiche di sostenibilità più rilevanti. Sempre nel 2018, il Gruppo ha lanciato una piattaforma digitale fruibile dai dipendenti corporate della Salvatore Ferragamo S.p.A. e dai dipendenti americani ed europei del Gruppo per esplorare progetti, risultati e obiettivi presenti e futuri in campo di responsabilità sociale ed esprimere le proprie opinioni in

merito a questi ultimi. Negli anni, le attività di stakeholder engagement hanno visto, inoltre, il coinvolgimento di importanti realtà accademiche, Store Manager e Assistant Store manager di boutique europee e dipendenti del Gruppo appartenenti alla fascia di età più giovane. Gli aspetti rilevanti, oggetto di rendicontazione nel presente documento, sono stati identificati nell'ambito dell'analisi di materialità sopra descritta e confermati nel 2019, a valle di un'analisi dei trend e del contesto a livello italiano e globale.





## GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO

Numeri  
Storia e mercato  
Gestione responsabile

"Molto prima che il cambiamento climatico avviasse una spinta globale alla sostenibilità nel settore moda, un calzolaio italiano era già un passo avanti".

T Magazine Singapore



# GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO

## NUMERI

Il Gruppo Salvatore Ferragamo, da sempre sinonimo di altissima qualità e Made in Italy, è uno dei principali player del settore lusso e le sue origini possono essere fatte risalire al 1927. Il Gruppo è attivo principalmente nella creazione, produzione e vendita di calzature, pelletteria, abbigliamento, prodotti in seta e altri accessori, nonché profumi, per uomo e donna. La gamma dei prodotti si completa con occhiali e orologi, realizzati su licenza da terzi in Italia e all'estero, con l'obiettivo di sfruttare le eccellenze locali.

Il Gruppo Salvatore Ferragamo include la Salvatore Ferragamo S.p.A. in qualità di Capogruppo e le società controllate<sup>1</sup> consolidate integralmente nelle quali la Capogruppo detiene, direttamente o indirettamente, la maggioranza dei diritti di voto e sulle quali esercita il controllo. Le società controllate sono raggruppate in cinque aree geografiche: Europa, Nord America, Centro e Sud America, Asia Pacifico e Giappone.

Il Gruppo lavora in modo costante per consolidare e incrementare nel tempo il valore identificativo del marchio e mantenere gli elevati standard qualitativi dei prodotti e dei processi di distribuzione attraverso investimenti nella ricerca, nell'innovazione di prodotto e nelle tecnologie informatiche a supporto del business.



## I TRAGUARDI DEL GRUPPO - 2019

≈ 90

PAESI NEI QUALI È PRESENTE

OLTRE 650

STORE NEL MONDO

OLTRE 4.200

DIPENDENTI NEL MONDO

1.377,3

MILIONI DI EURO DI RICAVI

335,5

MILIONI DI EURO DI EBITDA

87,3

MILIONI DI EURO DI UTILE NETTO DI PERTINENZA DEL GRUPPO

<sup>1</sup> Per maggiori informazioni in merito alle società del Gruppo, è possibile consultare la Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2019 del Gruppo Salvatore Ferragamo disponibile al seguente link: [group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari](http://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari)

STORIA E MERCATO



1898

Nasce Salvatore Ferragamo a Bonito in provincia di Avellino.



1923

Dopo aver raggiunto i suoi fratelli in America, Salvatore Ferragamo apre l'Hollywood Boot Shop segnando l'inizio della sua carriera di "calzolaio delle stelle".



1927

Nasce la Salvatore Ferragamo Italia, che produce scarpe donna. Apre il primo laboratorio a Firenze.



1936

Salvatore Ferragamo trasferisce il laboratorio di calzature a Palazzo Spini Feroni, poi acquistato nel 1938 e tuttora sede legale del Gruppo.



1938

Salvatore Ferragamo realizza il celebre modello Rainbow per Judy Garland, l'anno dopo aver inventato il brevetto della zeppa in sughero.



1947

Salvatore Ferragamo riceve a Dallas il Premio Neiman Marcus per il suo sandalo "Invisible".



1950s

Nascono le linee Pelletteria donna e Ready-to-Wear donna. Il successo è ormai internazionale e il negozio di Firenze è meta di personaggi come Audrey Hepburn e i Duchi di Windsor.



1960s

Dopo la scomparsa del Fondatore, la moglie Wanda prende le redini dell'Azienda. Nel 1965 inizia la produzione delle borse.



1970s

Lancio delle prime collezioni di Ready-to-Wear uomo, scarpe uomo, seta e accessori.



1978

Creazione della Vara, una delle scarpe più famose della Salvatore Ferragamo.



1986

Apertura del primo DOS in Asia (Hong Kong) e avvio della penetrazione nel mercato asiatico.



1990

Creazione della borsa con il famoso simbolo decorativo Gancini.



1995

Viene inaugurato il Museo Salvatore Ferragamo a Palazzo Spini Feroni, dedicato alle scarpe e alla storia dell'Azienda.



1998

Lancio delle linee Profumi e Occhiali della Salvatore Ferragamo.



2003

Realizzazione dei primi orologi Salvatore Ferragamo.



2006

Inizia la collezione Ferragamo's Creations, produzione in serie limitata di alcuni dei più famosi modelli di scarpe di Salvatore.



2011

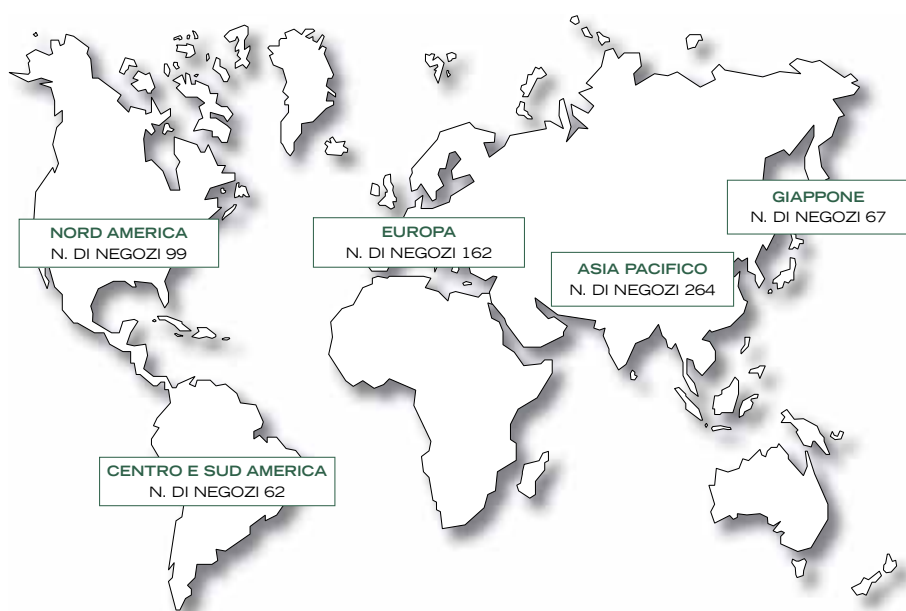
Salvatore Ferragamo S.p.A. si quota sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.



2019

Paul Andrew diventa Direttore Creativo della Salvatore Ferragamo.





Considerando l'intera struttura distributiva, la presenza del Gruppo Salvatore Ferragamo si estende in **circa 90 Paesi nel mondo**.

Al 31 dicembre 2019 la rete distributiva del Gruppo, composta da un totale di **654 negozi**, poteva contare su 393 punti vendita diretti (DOS) e 261 punti vendita monomarca operati da terzi (TPOS) nel canale Wholesale e Travel Retail, nonché sulla presenza nei principali Department Store e Specialty Store multimarca di alto livello.

Nel corso del 2019, la rete distributiva del Gruppo ha visto numerosi rinnovamenti e inaugurazioni: ad aprile 2019, la Salvatore Ferragamo ha inaugurato a Portofino il terzo negozio al mondo, dopo quelli di Firenze e Capri, dedicato esclusivamente alla linea Ferragamo's Creations, che ripropone

alcuni modelli iconici di calzature della Maison, realizzati secondo l'estro geniale del suo Fondatore. Inoltre, ad ottobre 2019 ha riaperto la boutique Salvatore Ferragamo Uomo di Roma. In occasione della riapertura, è stata realizzata una caleidoscopica opera digitale a cura dell'artista James Dawe, che ha firmato in esclusiva una serie di video installazioni con protagonisti frammenti fotografici della città eterna e simboli del mondo Ferragamo.

Sempre nel 2019, sono state presentate una serie di iniziative in store con partner internazionali in occasione del lancio del progetto Gancini Monogram. Per celebrare la collezione, a partire da gennaio con il pop-up store Gancini a Tokyo Omotesando, sono stati inaugurati diversi pop-up store nel mondo

in collaborazione con una selezione di laboratori artigiani, ristoranti e boutique innovative a New York, Milano, Londra, Parigi e Shanghai.



## GESTIONE RESPONSABILE

Il sistema di Corporate Governance adottato dalla Salvatore Ferragamo S.p.A. è conforme ai principi previsti dal Codice di Autodisciplina delle Società quotate predisposto da Borsa Italiana S.p.A. Il principale organo di governo societario è il Consiglio di Amministrazione che ha la responsabilità primaria di determinare e perseguire gli obiettivi strategici dell'Azienda e del Gruppo a cui essa fa capo. Il Consiglio di Amministrazione attualmente in carica è stato nominato dall'Assemblea degli Azionisti in data 20 aprile 2018 sulla base dell'unica lista presentata dall'azionista di controllo Ferragamo Finanziaria S.p.A., ad eccezione del Consigliere Micaela le Divelec Lemmi che è stata cooptata dal Consiglio di Amministrazione ai sensi dell'art.2386 del Codice Civile in data 31 luglio 2018 e rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2020. Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre istituito al suo interno tre comitati con funzioni consultive e propositive: il Comitato per le Remunerazioni e Nomine, il Comitato Strategia di Brand e di Prodotto, e il Comitato Controllo e Rischi.

A seguito della modifica del Codice di Autodisciplina delle società quotate, il Consiglio di Amministrazione della Salvatore Ferragamo S.p.A. ha deliberato di assegnare al **Comitato Controllo e Rischi** del Gruppo l'esercizio dei seguenti poteri:

- supportare, con un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative alla gestione di rischi derivanti da fatti pregiudizievoli di cui il Consiglio sia venuto a conoscenza, ivi inclusi i rischi che possano assumere rilievo nell'ottica della sostenibilità (es. rischi reputazionali e legati al climate change) nel medio-lungo periodo dell'attività dell'Azienda;
- supervisionare le questioni di sostenibilità connesse all'esercizio dell'attività svolta dall'Azienda e

alle sue dinamiche di interazione con tutti gli stakeholder.

In relazione alla tematica dei rischi il Gruppo Salvatore Ferragamo adotta un modello di **Enterprise Risk Management (ERM)** diretto a supportare l'alta direzione nell'individuazione dei principali rischi aziendali e delle modalità attraverso cui essi sono gestiti, nonché a organizzare il sistema per il loro presidio e trattamento. Il sistema adottato prevede: l'aggiornamento della mappatura dei rischi, l'identificazione e valutazione dei rischi e dei presidi adottati per il loro contenimento e la definizione delle opportune strategie di monitoraggio e gestione. Inoltre, nel corso del 2019, in linea con le raccomandazioni fornite dalla Commissione Europea (Guidelines on reporting climate-related information) nell'ambito dell'Action Plan sulla Finanza Sostenibile, il Gruppo ha intrapreso un percorso di integrazione dei fattori di rischio legati al clima all'interno della propria mappatura dei rischi. Tale attività ha previsto un'analisi sia degli impatti generati dall'organizzazione sul clima sia degli impatti che saranno prodotti dal clima sulla catena del valore del Gruppo, al fine di verificare le modalità di integrazione e mitigazione dei rischi fisici e transitori del climate change all'interno del sistema ERM del Gruppo. Il percorso ha permesso di aumentare il livello di consapevolezza, comprensione e monitoraggio dei rischi e delle opportunità connessi al clima. Di seguito sono descritte le macrotipologie di rischio e i principali impatti in ambito di sostenibilità:

- rischi di mercato e strategici, ovvero rischi interni ed esterni relativi ai trend macroeconomici generali e/o specifici nei mercati in cui opera il Gruppo. All'interno di tale categoria, le principali ricadute in ambito di sostenibilità sono connesse agli eventi, sia interni sia esterni, che potrebbero avere impatti sull'immagine e sulla reputazione del Brand. Tra i fattori di rischio vi sono, a titolo esemplificativo,

l'attrattività del prodotto verso la clientela anche in un'ottica di trasparenza e sostenibilità del prodotto e il mancato passaggio ad una «lower carbon economy», in quanto aumenterebbe l'impatto dell'azienda sul clima e, a sua volta, l'impatto del clima sull'azienda. Ulteriori fattori sono rappresentati dalla mancata adozione di nuove tecnologie maggiormente innovative e a basso impatto ambientale, la diffusione di informazioni o notizie e i possibili reati connessi alla catena produttiva (ad es. gestione delle emissioni di gas a effetto serra) che, sebbene affidata a lavoratori esterni, potrebbero avere una ricaduta indiretta sul Brand.

- Rischi operativi connessi ai processi caratteristici, che includono sia i rischi esterni, quali quelli relativi all'abuso dei diritti di proprietà intellettuale, sia i rischi interni, connessi alla struttura organizzativa, ai processi e ai sistemi adottati dal Gruppo. Le principali ricadute in ambito di sostenibilità sono connesse principalmente alla safety e customer satisfaction, inclusa la qualità dei prodotti, alla salute, alla sicurezza e al livello della vita professionale dei lavoratori e alla catena del valore.

- Rischi finanziari, ovvero quei rischi che hanno riflessi diretti sul risultato economico e sul valore del patrimonio aziendale. Le ricadute in ambito di sostenibilità sono riconducibili alla performance economico-patrimoniale e ai sistemi adottati per l'affidabilità, la tempestività e la completezza del financial reporting, nonché al coinvolgimento e alla trasparenza dell'informativa nei confronti degli stakeholder e del mercato in generale.

- Rischi di compliance, interna ed esterna, connessi al mancato rispetto di norme e regolamenti cui il Gruppo Salvatore Ferragamo è soggetto. Nella categoria, in ambito di sostenibilità, sono da segnalare, tra gli altri, i seguenti presidi: l'adozione di un Codice Etico, l'implementazione di una Policy Anticorruzione, l'adozione di un Mo-

dello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001 e la predisposizione e diffusione di un Codice di Condotta Fornitori.

Attraverso il Codice Etico, aggiornato nel 2016, il Gruppo richiama i principi etici e di comportamento, fra cui la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori, la tutela dell'ambiente, la tutela del Made in Italy, il valore sociale dell'impresa e la centralità delle risorse umane. Il Gruppo da un lato auspica la spontanea condivisione, adesione e diffusione del Codice Etico e, dall'altro, ne esige l'osservanza e l'applicazione da parte di chiunque operi per conto del Gruppo Salvatore Ferragamo o venga in contatto con lo stesso, prevedendo altresì l'applicazione di sanzioni disciplinari contrattuali in caso di violazione.

Nel corso del 2018, la **Policy Anticorruzione**, già adottata dalla Capogruppo, è stata recepita da tutte le società controllate, attraverso l'approvazione da parte dei singoli Board, la traduzione nelle lingue locali e la diffusione a tutto il personale. Ispirata alle best practice e in conformità con le norme più restrittive operanti a livello globale, tale Policy formalizza l'impegno concreto a contrastare la corruzione, rifiutando in ogni contesto e in qualsiasi forma. Essa, infatti, contiene i principi, le regole di comportamento e i presidi da mettere in atto per assicurare la prevenzione dei fenomeni corruttivi, in ogni loro possibile manifestazione. Il Gruppo ritiene di fondamentale importanza combattere ogni comportamento non in linea con i valori e i principi contenuti nel proprio Codice Etico o in violazione delle leggi. A conferma di ciò, nel corso del 2019 è stato erogato un corso e-learning destinato a tutti i dipendenti del Gruppo.

La Capogruppo ha, inoltre, adottato un Sistema di Gestione della Sicurezza e Salute sui luoghi di lavoro OHSAS 18001, valido per tutte le sedi amministrative e gli store italiani dell'Azienda. La Salvatore Ferragamo ha poi adottato un

**Modello di organizzazione, gestione e controllo** ai sensi del D. Lgs. 231/2001, che definisce il regime di responsabilità amministrativa a carico delle aziende. Il Modello, il cui ultimo aggiornamento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione nel marzo 2017, è stato adottato, con le opportune specificità, anche dalla controllata Ferragamo Parfums S.p.A. Esso mira ad assicurare la prevenzione dei reati contemplati nel Decreto, commessi nell'interesse o a vantaggio dell'Azienda, da parte di soggetti che rivestono posizioni di vertice o di persone sottoposte alla direzione o alla vigilanza di questi. Un apposito Organismo di Vigilanza, dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo, è stato istituito con il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello, promuovendone il costante aggiornamento. Al fine di diffondere la conoscenza del Modello e dei principi guida in esso contenuti, la Capogruppo organizza periodicamente sessioni formative nei confronti di tutti i dipendenti.

Inoltre, la Salvatore Ferragamo ha voluto formalizzare la cura ed attenzione verso le proprie persone tramite la redazione di una Normativa Aziendale, che include i criteri alla base del rapporto lavorativo, oltre ai principali diritti dei lavoratori Ferragamo.

Con particolare riferimento alla **sfera sociale**, il Gruppo monitora i rischi legati alla catena di fornitura, al territorio e alle tematiche di salute e sicurezza sul luogo di lavoro. L'adeguatezza del modello di approvvigionamento e filiera produttiva, il rispetto dei requisiti di identificazione del Made in Italy e della normativa SSL, sono infatti aspetti costantemente monitorati e periodicamente valutati in termini di impatto e probabilità di accadimento. Con riferimento, invece, ai rischi di **natura ambientale**, il Gruppo osserva costantemente il rispetto della normativa ambientale e i rischi originati da attività, prodotti o servizi su cui l'organizza-

zione ha potere di controllo diretto, come per esempio relativamente a emissioni in atmosfera, consumi di risorse energetiche e idriche, o sui quali ha solo potere di influenza. Nell'ambito del più ampio rischio legato alla Compliance di Gruppo, la lotta contro la corruzione attiva e passiva costituisce un impegno concreto per il Gruppo. Lo stesso vale per la sfera legata al personale e ai diritti umani: il Gruppo attribuisce fondamentale importanza al proprio capitale umano e si impegna a valorizzare le persone ad ogni stadio della filiera produttiva monitorando costantemente gli elementi di rischio.

Al fine di mitigare la probabilità e l'impatto del manifestarsi di tali rischi, il Gruppo pone in atto numerosi presidi legati alla valorizzazione del territorio, alla comunicazione e al marketing responsabile, al rispetto dei diritti umani nella supply chain e alla promozione dell'integrità e dell'etica nel business. In particolare, il Gruppo dispone di una specifica procedura di qualifica dei lavoratori e dei fornitori di materie prime e prodotti finiti, conduce audit sulla filiera produttiva e, nel corso del 2019, il Gruppo ha diffuso ai fornitori di materie prime, servizi di lavorazione e prodotti finiti, il proprio **Codice di Condotta Fornitori**, adottato nel 2018. Sviluppato in un'ottica di integrazione della responsabilità sociale e collaborazione con la propria supply chain, il Codice di Condotta Fornitori contiene i principi etici e le regole di comportamento che si aggiungono alle disposizioni legali, regolamentari e procedurali che caratterizzano le relazioni commerciali con la catena di fornitura. I principi e le regole di comportamento si estendono all'etica e l'integrità nel business, il lavoro e i diritti umani, il rispetto degli ecosistemi e la responsabilità di prodotto.

La mancata osservanza del Codice Etico e delle procedure interne, incluso il Modello 231 e la Policy Anticorruzione, così come delle leggi e regolamenti applicabili, può essere segnalata tramite canali dedicati, tra i quali, il sistema di **whistleblowing**, che opera per l'intero Gruppo. Tramite questo strumento, ogni dipendente può inviare una segnalazione, anonima o nominativa a sua scelta, nel massimo rispetto della riservatezza e della privacy. Un Comitato Etico è preposto alla valutazione delle segnalazioni pervenute, dando luogo a tutti gli accertamenti necessari al fine di verificarne la fondatezza e promuovere le iniziative ritenute necessarie. Dal 2018 è stata adottata la Group Whistleblowing Policy finalizzata a disciplinare le modalità di invio e gestione delle segnalazioni di violazioni del Codice Etico, delle leggi e di ogni altra procedura all'interno del Gruppo, in linea con le best practice in materia e con la recente legge 179/2017, che ha introdotto in Italia il whistleblowing per il settore privato. Essa è stata comunicata a tutti i destinatari - dipendenti, Organi Sociali e collaboratori che operano in nome

e per conto del Gruppo - e adeguate istruzioni per garantirne la sua conoscenza sono state diffuse a tutte le società controllate. Inoltre, nel 2019 è stato erogato a tutti i dipendenti del Gruppo uno specifico corso e-learning sullo strumento del whistleblowing.

Nel corso del 2019 la Salvatore Ferragamo ha ottenuto la **certificazione SA8000:2014** per il proprio sistema di gestione in ambito di responsabilità sociale. A tal fine, è stato costituito un comitato composto in misura equilibrata da rappresentanti dei lavoratori e della direzione, il Social Performance Team (SPT), preposto all'attuazione e corretta applicazione dello standard SA8000. Inoltre, in linea con le disposizioni del Codice Etico del Gruppo, la Salvatore Ferragamo ha adottato la politica SA8000 ad ulteriore conferma dell'impegno societario a raggiungere i più elevati standard etici e di sviluppo sostenibile del business, rispettando e declinando nel contesto societario i principi dello Standard SA8000, nel rispetto delle disposizioni di legge applicabili e delle principali convenzioni internaziona-

li in materia di diritti umani e diritti dei lavoratori. Sempre nel 2019 l'Azienda ha adottato la **Politica per il contrasto al lavoro minorile**, che ha l'obiettivo di formalizzare l'impegno societario in tale ambito e di evitare che minori di età possano essere esposti a situazioni rischiose o nocive per il loro sviluppo e la loro salute fisica e mentale. Infine, come ulteriore conferma della vitale importanza attribuita da parte del Gruppo al proprio capitale umano, nel corso del 2019, in linea con il Codice Etico, è stata adottata una **Inclusion Policy** che sancisce l'impegno del Gruppo nella promozione e la tutela dei valori di inclusione nello svolgimento di tutte le attività aziendali.



#### COMPONENTI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DELLA CAPOGRUPPO - 31 DICEMBRE 2019

	30 - 50		> 50		Tot	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
MEMBRI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	15%	15%	47%	23%	62%	38%
• DI CUI ESECUTIVI					25%	40%
• DI CUI INDIPENDENTI					25%	40%



## QUALITÀ MADE IN ITALY

---

Tradizione e innovazione  
Fornitori e lavoratori  
Attenzione al cliente

"Benvenuti nell'economia circolare: anche in questo caso Salvatore Ferragamo ne fu precursore".

Io Donna

# QUALITÀ MADE IN ITALY

## TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Salvatore Ferragamo è stato un pioniere dell'esportazione della qualità **Made in Italy**. Fin dal 1927 l'artigianalità italiana è un valore essenziale alla base di ogni creazione del Brand: non solo pura abilità manuale ma anche esperienza, estrema cura e attenzione al dettaglio, continua ricerca di materiali e di tecnologie, da incorporare in un prodotto artigianale e al contempo innovativo, in linea con i principi creativi del Fondatore. La costante ricerca dell'innovazione è un valore chiave per il Gruppo, che affonda la sua origine nella storica capacità creativa di Salvatore Ferragamo. L'Archivio brevettuale del Fondatore conta oltre 350 tra brevetti e marchi d'impresa, recuperati agli inizi degli anni 2000 nel fondo brevetti dell'Archivio Centrale dello Stato, racchiudendo così una conoscenza tecnico-scientifica dal valore inestimabile. La vivacità creativa del Fondatore si esprime nell'estensiva quantità di idee da lui brevettate nel corso degli anni, tra le quali, la suola a conchiglia, il tacco ortopedico o zeppa, il tacco scolpito, la tomaia invisibile, il tacco a gabbia e la suola metallica. L'Archivio è ancora oggi fonte di innovazione e ispirazione per le nuove generazioni di talenti creativi.

La passione per i materiali ha accompagnato il lavoro di Salvatore Ferragamo sin dai suoi esordi negli Stati Uniti negli anni Venti del Novecento. Il materiale, al pari della forma e della lavorazione da cui dipendono la bellezza, la comodità e la durata di una calzatura, veniva valorizzato da Salvatore Ferragamo in ogni modello, in modo tale da mantenere intatte le sue caratteristiche e, al tempo stesso, adattarsi alla funzionalità della scarpa. Questo interesse e continua sperimentazione riguardano non solo i pellami e le tomaie ricamate, eredi di una tradizione artigianale italiana di secoli, ma anche materiali più poveri e mai utilizzati per le scarpe al tempo di Ferragamo: la carta, la corteccia d'albero, la rafia, la pelle di pesce, il cellofan.



## I TRAGUARDI DEL GRUPPO - 2019

### OLTRE 90%

DI FORNITORI DI MATERIA PRIMA ITALIANI

### ≈ 50%

DI LAVORANTI PRODOTTO FINITO IN TOSCANA

### OLTRE 280.000

PRODOTTI CONTRAFFATTI SEQUESTRATI DALLE AUTORITÀ

### OLTRE 350

BREVETTI E MARCHI D'IMPRESA

### CODICE DI CONDOTTA FORNITORI

CONDIVISO CON I FORNITORI DI MATERIE PRIME, SERVIZI DI LAVORAZIONE E PRODOTTI FINITI DEL GRUPPO

### SPECIAL SUSTAINABILITY AWARD

CONFERITO ALLA RAINBOW FUTURE DA BORN AWARDS

Molte delle creazioni più celebri del Fondatore sono il frutto creativo del suo tempo e manifestano un'evidente sensibilità ai mutamenti economici e produttivi avvenuti nell'Italia del Novecento. Per rinforzare le suole delle sue calzature durante il periodo di autarchia degli anni Trenta, Salvatore Ferragamo ebbe la straordinaria intuizione di ricorrere al sughero, creando così la zeppa, una delle più rivoluzionarie e intramontabili invenzioni della moda. Il cambiamento di visione, prodotto da contingenze non favorevoli, diventa per il vero creativo un potente stimolo ad affinare la ricerca, a trovare soluzioni alternative che non vengano meno agli obiettivi principali della moda, glamour e innovazione. Questo è l'insegnamento che Ferragamo ha lasciato con il suo operato: ogni materiale, anche il più modesto e apparentemente inadatto ad un'industria del lusso, può essere modificato in maniera brillante e creativa quando le idee, che si legano ai materiali, sono mosse da un'illimitata capacità tecnica e innovativa. Dopo la morte del Fondatore, il Gruppo ha consolidato la tradizione di sperimentazione sui materiali sostenibili e alternativi, predisponendo una funzione dedicata, con l'obiettivo di assicurare un costante aggiornamento di quanto utilizzato.

Da sempre il Gruppo dialoga con realtà dedite alla ricerca e alla sperimentazione e riconosce l'importanza della sensibilizzazione dei propri team creativi verso l'utilizzo di materiali sostenibili, innovativi e di qualità. Per questo motivo, nel 2019 è stato proposto ai team di stile, produzione e ricerca materiali un seminario dal titolo "Metal free: aspetti eco-tossicologici e mediatici", tenuto dal professor Gustavo Defeo, uno fra i maggiori esponenti della chimica mondiale in campo conciario. Durante il seminario sono stati illustrati i risultati della sua ricerca sull'impatto ambientale delle conche e sulle conseguenze dell'utilizzo di specifici metalli.

Nel corso del 2019, l'Azienda ha partecipato attivamente a numerosi convegni e accademie nate per stimolare una conversazione sul tema della sostenibilità tra i maggiori rappresentanti del sistema moda italiani e internazionali. Tra le altre, la Salvatore Ferragamo partecipa alla Make Fashion Circular Initiative promossa dalle Ellen MacArthur Foundation con l'obiettivo di ingaggiare le aziende sul tema dell'economia circolare nel mondo della moda a partire dalle fasi di progettazione e design.

In un'ottica di celebrazione del legame tra tradizione del Made in Italy e impegno del brand per uno sviluppo sostenibile, nel 2019, è stata presentata la capsule collection **42 DEGREES**, concepita da due giovani designer della Salvatore Ferragamo, Flavia Corridori e Luciano Dimotta. La capsule è il risultato di un concorso interno che ha visto la partecipazione di giovanissimi creativi della Salvatore Ferragamo, il cui brief recitava: "creare accessori con materiali sostenibili e coerenti con lo stile iconico del marchio". Il risultato è stato giudicato da una giuria internazionale di esperti, giornalisti e influencer. La capsule, costituita da due sneakers uomo e donna, uno zaino e una shopping bag, ha trovato la sua ispirazione nel sandalo di archivio "Rainbow", modello del 1938, che presenta i colori dell'arcobaleno. La collezione infatti prende il nome dal 42esimo grado: l'altezza del sole che permette la visione di questo straordinario fenomeno ottico. Tutti i componenti della collezione sono stati realizzati in materiali italiani da aziende che producono in Italia e sono presenti da anni sul mercato, coniugando la tradizione con l'innovazione e garantendo una catena produttiva trasparente e tracciabile. I pellami impiegati per le borse e le scarpe sono stati sviluppati in esclusiva per Salvatore Ferragamo con conca wet white chrome and metal free. Per le sneakers, le suole contengono un'alta

percentuale di gomma naturale, tinta con colori ottenuti da piante coltivate sul suolo italiano. Il riempitivo della suola in sughero è sviluppato in Sardegna e il sottopiede in fustbet è realizzato al 100% in fibre organiche quali mais, kenaf e lana, prive di leganti chimici. Le fodere sono rifinite all'acqua e non in solvente. Il nastro, elemento di raccordo della collezione, è in tessuto a navetta, tinto in filo con un sistema che permette di ridurre i consumi di acqua, combustibile fossile e prodotti chimici. Il nastro è realizzato con un filato ottenuto da un esclusivo polimero ad alta tecnologia, che grazie a un processo meccanico e non chimico, trasforma il 100% di bottiglie di plastica, risparmiando acqua ed energia e con minori emissioni di anidride carbonica rispetto ad un poliestere convenzionale. Con lo stesso materiale è stato realizzato anche lo zaino. La capsule collection è stata lanciata nei negozi ad aprile 2019, in contemporanea all'inaugurazione della mostra "Sustainable Thinking" presso il Museo Salvatore Ferragamo. Il lancio del contest è stato anche l'occasione per fare ulteriormente formazione circa i materiali sostenibili attualmente presenti nel mercato ad un'audience allargata di stilisti e responsabili dell'area prodotto.

Nel 2019, sempre in occasione della mostra Sustainable Thinking, Ferragamo's Creations, linea nata nel 2006 per riproporre i modelli più innovativi e significativi creati da Salvatore Ferragamo lungo la sua carriera artistica, ha lanciato **cinque modelli da donna** che riproducono fedelmente gli originali creati da Salvatore Ferragamo dagli anni Trenta agli anni cinquanta e che oggi sono conservati nell'archivio del Brand. Dal tacco in sughero al feltro, dal cellofan alla rafia, alle tomaie in patchwork, i modelli di questa capsule testimoniano la capacità inventiva di Salvatore Ferragamo: materiali e tecniche che all'epoca rispecchiavano l'espressione creativa di quel

particolare periodo storico e che oggi abbracciano il mondo della sostenibilità.

Nel 2019 il sandalo **Rainbow Future**, presentato in edizione limitata nella collezione Ferragamo's Creation, ha ottenuto il premio "Special Sustainability" in occasione dei Born Awards 2019 - Italia. Organizzati da BORN, la piattaforma digitale che raccoglie e sostiene la creatività delle migliori realtà nazionali ed internazionali, in partnership con Land Rover, i BORN Awards premiano ogni anno la declinazione dell'intelligenza creativa in sei categorie: architettura, interni, sport, moda, mobilità e tecnologia. Il sandalo Rainbow Future, celebra il legame fra la tradizione del Made in Italy e il commitment del Brand verso la sostenibilità. Il

modello, ispirato ai principi di sostenibilità è stato presentato in edizione limitata di 100 esemplari. Realizzato con materiali e tecniche responsabili, il sandalo nasce dal leggendario Rainbow una delle creazioni simbolo di Salvatore Ferragamo, realizzato in camoscio nel 1938 per l'attrice Judy Garland. Rainbow Future è una zeppa in vero legno rifinita a mano, realizzata artigianalmente in cotone organico (certificato secondo i rigorosi criteri ambientali e sociali GOTS - Global Organic Textile Standard) lavorato a mano all'uncinetto, con fodera in pelle rifinita senza alcuna emissione di anidride carbonica o consumo di acqua (tecnologia Layertech). Rainbow Future ha ottenuto la certificazione ISO 14067, in virtù della quale è stato possibile quantificare le emissioni dovute

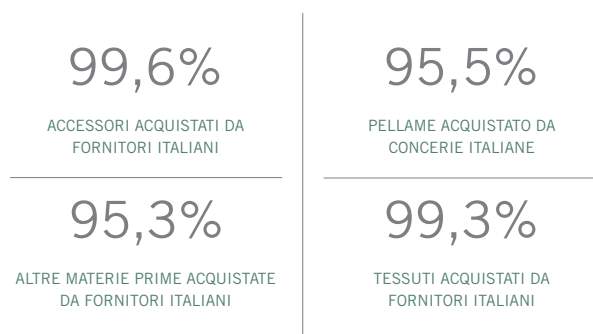
alla sua realizzazione e compensarle tramite progetti di riforestazione, rendendo il sandalo "carbon neutral". A tal fine, la Salvatore Ferragamo si è avvalsa del supporto di Treedom, azienda fiorentina che promuove la realizzazione di progetti agroforestali e la compensazione di CO<sub>2</sub>. Treedom ha piantato 100 aranci nelle campagne nei dintorni di Catania, nel contesto di una produzione sostenibile di prodotti di alta qualità, effettuata con metodi rispettosi dell'ambiente. Un codice riportato nel certificato di accompagnamento ha legato indissolubilmente ogni albero ad un paio di Rainbow Future: un prezioso regalo simbolico da parte della Salvatore Ferragamo agli acquirenti della calzatura.





## FORNITORI E LAVORANTI<sup>2</sup>

### I NUMERI DEI FORNITORI - 2019



Nel rispetto dei valori di qualità e Made in Italy, il Gruppo si è sempre impegnato a contribuire allo sviluppo del territorio, promuovendo le eccellenze manifatturiere italiane e selezionando accuratamente servizi e prodotti distribuiti quasi esclusivamente da fornitori italiani. La filosofia del Fondatore, fortemente legato alle sue origini, persiste ancora oggi nella strategia del Gruppo, che si affida infatti ad un'ampia rete di lavoratori attentamente selezionati e qualificati, dotati di grande competenza artigianale e fidelizzati spesso da anni di collaborazione continuativa.

Al fine di garantire la qualità del prodotto e di rendere allo stesso tempo più efficienti e flessibili i cicli di produzione e distribuzione, il Gruppo Salvatore Ferragamo segue con attenzione le fasi di maggior rilievo della catena di fornitura, richiedendo ai propri collaboratori di affidarsi a un solo livello

di subfornitura, così da garantire maggiore controllo qualitativo lungo la filiera. Allo stesso modo, il Gruppo cura direttamente le fasi di sviluppo e industrializzazione del prodotto, effettuando il controllo di qualità e sicurezza, sia a monte che a valle del processo produttivo, sull'intera produzione.

Nella selezione delle realtà di fornitura adatte a collaborare con il Gruppo, è di particolare rilevanza la valutazione tecnica delle materie prime, dei prodotti semilavorati e finiti, così come l'acquisizione di documentazione relativa agli impianti di produzione, in alcuni casi seguita da una visita di verifica alle strutture stesse. Al fine di garantire l'imprescindibile qualità dei prodotti del Brand, il Gruppo Salvatore Ferragamo si avvale di un processo di selezione dei fornitori e dei lavoratori, atto a valutare se i potenziali nuovi partner dispongano dei requisiti tecnici e qualitativi,

dei requisiti economici e finanziari e di tutte le documentazioni e certificazioni richieste per avviare una collaborazione. Ai potenziali nuovi partner sono richiesti appositi adempimenti ai fini della qualifica come fornitori e lavoratori di materie prime o prodotto finito per il Gruppo, quali: l'accettazione del Codice di Condotta Fornitori, l'Informativa Privacy, l'autocertificazione dell'avvenuta verifica dei requisiti tecnico professionali, ai sensi del D.Lgs. 81/08, la Dichiarazione Unica di Regolarità Contributiva (DURC), la sottoscrizione della Restricted Substances List (RSL), la dichiarazione di conformità di applicazione delle norme previdenziali, assistenziali e di sicurezza sul lavoro, la dichiarazione di accettazione della policy di sub-fornitura, l'elenco dei sub-lavoranti e la sottoscrizione dell'impegno al rispetto della tutela del marchio.

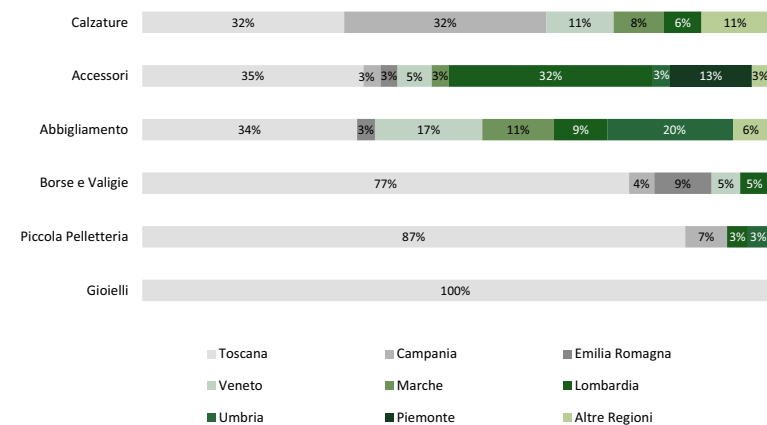
Il Gruppo riconosce l'importanza di produrre e commercializzare prodotti che risultino conformi, dal punto di vista della sicurezza chimica, alle normative presenti nei mercati globali, allo scopo di garantire la salute dei lavoratori e dei consumatori, nonché la diminuzione dell'impatto ambientale sia nei processi produttivi che nell'intero ciclo di vita dei prodotti. La legislazione comunitaria relativa alla sicurezza chimica si basa sul regolamento REACH, che norma la restrizione dell'impiego di sostanze chimiche. A tale scopo, vengono effettuate prove eco-tossicologiche su numerose componenti e prodotti finiti, quali accessori, strutture della calzatura, pelli, tessuti, pelletteria,

Ready-to-Wear, scarpe in PVC e suole in gomma, e l'Azienda seleziona i propri collaboratori tra i soli fornitori di materie prime certificati. Dal 2016, la tematica delle sostanze chimiche viene affrontata anche tramite la presentazione delle **Restricted Substances List (RSL)** del Gruppo Salvatore Ferragamo. Le liste, redatte volontariamente al fine di eliminare o restringere l'uso di alcune sostanze chimiche durante le fasi di produzione, sono state aggiornate nel 2018 e sono state condivise con tutti i fornitori e lavoratori e sottoscritte dagli stessi. Nel corso del 2019, è stata completata la sottoscrizione della RSL del Gruppo anche da parte dei fornitori di strutture e di lavoro-

razioni speciali, sia con rapporto diretto, sia indiretto con la Salvatore Ferragamo.

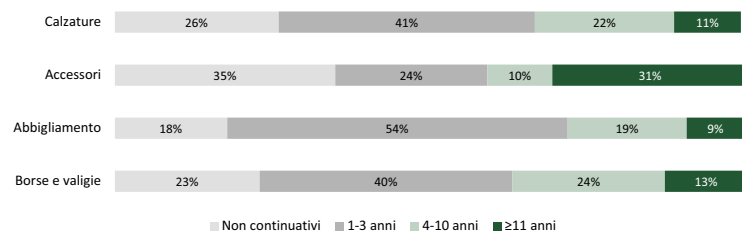
Il Gruppo si affida a una struttura di approvvigionamento dall'elevata preparazione tecnica e lavora con aziende storiche, con le quali ha instaurato un rapporto di collaborazione continuativa. In questa cornice resta evidente il forte attaccamento al territorio del Gruppo che, considerata la distribuzione geografica, presenta un'alta percentuale di fornitori di materie prime italiani, pari a circa il 98% del fatturato fornitori nel 2019.

### DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI LAVORANTI ITALIANI PER SETTORE - 2019



<sup>2</sup> I dati e le informazioni presentati fanno riferimento esclusivamente ai fornitori legati alla produzione.

CONTINUITÀ DI COLLABORAZIONE CON I FORNITORI PER SETTORE - 2019

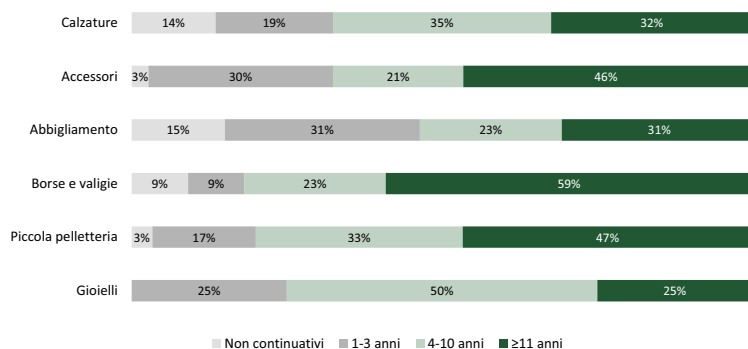


Per quanto riguarda i lavoratori, il Gruppo Salvatore Ferragamo si avvale esclusivamente di aziende manifatturiere ad alta specializzazione e dagli elevati standard qualitativi, situate per la quasi totalità in Italia. La selezione e la fidelizzazione dei lavoratori esterni costituisce un elemento chiave per il Brand, principalmente allo scopo di mantenere l'elevato standard qualitativo dei prodotti e preservare al contempo il vasto patrimonio di know-how Ferragamo, costruitosi in anni di attività. La **fidelizzazione delle strutture produttive esterne** è stata storicamente garantita dalla continuità della collaborazione, dall'elevato livello di interscambio di informazioni e di competenze tra il Gruppo

Salvatore Ferragamo e i lavoratori e da una forte specializzazione di prodotto e di lavorazione. Circa il 60% dei lavoratori di borse e valigie collabora con la Salvatore Ferragamo da oltre 11 anni e il 67% dei lavoratori delle calzature intrattiene un rapporto con il Gruppo da oltre 4 anni. Tale integrazione è supportata da un sistema informatico che collega i principali laboratori con il Gruppo, consentendo la condivisione delle fasi di avanzamento produttivo e logistico, la verifica della disponibilità di materie prime presso il magazzino dei lavoratori e l'ottimale pianificazione delle diverse fasi di produzione e di approvvigionamento di materie prime e componenti.

Inoltre, attraverso la sottoscrizione dell'impegno al rispetto della tutela del marchio, il Gruppo Salvatore Ferragamo vieta che i laboratori esterni possano vendere a terzi i prodotti del Brand. Gli stessi lavoratori sono chiamati a dichiarare eventuali sub-fornitori, ai quali possono essere affidate varie fasi produttive, nel rispetto della policy che prevede un singolo livello di sub-fornitura. Il Gruppo, inoltre, svolge una continua attività di controllo attraverso tecnici e personale impiegatizio addetto alla produzione presso i laboratori.

CONTINUITÀ DI COLLABORAZIONE CON I LAVORANTI PER SETTORE - 2019



Il Gruppo ritiene la collaborazione con la catena di fornitura fondamentale per il raggiungimento dei più elevati standard etici e di sviluppo sostenibile del business: per questo motivo promuove iniziative di monitoraggio e sensibilizzazione lungo la propria filiera produttiva.

Nel 2019 l'Azienda ha formalmente diffuso il **Codice di Condotta Fornitori**, contenente i principi etici e le regole di comportamento che si aggiungono alle disposizioni legali, regolamentari e procedurali che devono caratterizzare le relazioni commerciali tra il Gruppo e i suoi partner. Il Codice racchiude regole e principi di comportamento inerenti l'etica e l'integrità nel business, il lavoro e i diritti umani, il rispetto degli ecosistemi, tra cui il rispetto degli animali e la salvaguardia dell'ambiente, e la responsabilità di prodotto. I destinatari del Codice sono i fornitori di materie prime, servizi di lavorazione e prodotti finiti del Gruppo, che hanno la responsabilità di assicurare la propria conformità al Codice, così come diffonderlo e richiederne il rispetto ai propri dipendenti, fornitori e collaboratori esterni. Nel corso del 2019 sono state organizzate due giornate formative rivolte ai principali lavoratori di prodotto finito del Gruppo, con lo scopo di condividere i principi espressi nel Codice di Condotta Fornitori. Gli oltre 100 partecipanti ai workshop hanno avuto modo di approfondire le disposizioni del Codice di Condotta Fornitori e la strategia di sostenibilità della Salvatore Ferragamo. Il Codice, che è stato inserito nella lista dei documenti da sottoscrivere per la qualifica di fornitori e lavoratori, prevede la richiesta di un impegno formale al rispetto dei principi e delle regole in esso contenute, il monitoraggio per la verifica della loro adesione tramite un piano di audit, nonché l'eventuale supporto per il raggiungimento della piena conformità ad esso. Al fine di facilitare il processo di qualifica della propria supply

chain, inclusa la sottoscrizione del Codice di Condotta Fornitori, nel 2019 è stata inoltre lanciata la piattaforma Ferragamo Link, che permette scambi immediati ed efficienti di documenti e informazioni tra l'azienda e i fornitori.

Il Gruppo Salvatore Ferragamo pone da sempre particolare attenzione agli impatti sociali, ambientali ed economici che genera e ritiene la collaborazione con la catena di fornitura fondamentale per il raggiungimento dei più elevati standard etici e di sviluppo sostenibile del business. In tale ambito, assume particolare rilievo l'approvvigionamento responsabile dei materiali di derivazione animale, che vengono utilizzati nei processi produttivi, per ciascuna categoria merceologica. Il Gruppo ritiene essenziale l'approccio alla tematica del benessere animale lungo la catena di fornitura, nella consapevolezza che i prodotti possano essere valorizzati solo nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità. Per formalizzare il proprio impegno nei confronti del benessere animale, nel corso del 2019 il Gruppo ha deciso di redigere una **Animal Welfare Policy** al fine di assicurare che l'intera catena di fornitura adotti comportamenti corretti nei confronti del benessere animale. La Policy definisce i requisiti minimi, le certificazioni, gli standard, le collaborazioni, le strategie e le fonti di approvvigionamento da prediligere al fine di assicurare il benessere animale.

Inoltre, al fine di verificare il rispetto dei principi disposti nel Codice di Condotta Fornitori, l'Azienda sta avviando un piano di audit ad hoc su lavoratori e fornitori, ai quali è stato richiesto in un primo momento di compilare un questionario di self-assessment. Tale attività di audit si aggiunge al monitoraggio sulle realtà di sub-fornitura che il Gruppo porta avanti dal 2014, al fine di verificare il rispetto degli

standard etico-sociali. Gli audit sul secondo livello della filiera sono organizzati secondo un piano pluriennale e gestiti da una società esterna specializzata, al fine di verificare il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori, oltre all'osservanza degli standard previsti dalle normative in materia di salute, sicurezza e igiene nei luoghi di lavoro. Il processo di audit si articola in più fasi, prevedendo inizialmente la compilazione di un pre-assessment da parte del sub-lavorante e successivamente un audit on site, con interviste ai lavoratori e al management. In base ai risultati dell'audit, viene redatto, insieme al sub-lavorante, un piano di miglioramento, che può essere volto a prevenire, mitigare o porre rimedio alle eventuali non conformità rilevate. Il piano prevede azioni specifiche da implementare entro precise scadenze temporali concordate tra le parti, oltre a una chiara identificazione di un responsabile presso l'azienda fornitrice. Dal 2014, il Gruppo ha svolto oltre **300 audit e circa 120 follow-up**. Nel corso del 2019 il ciclo di valutazioni ha coinvolto principalmente le categorie scarpa donna, scarpa uomo e pelletteria. Anche nel 2020, il Gruppo Salvatore Ferragamo si impegnerà a proseguire questa attività di monitoraggio, al fine di garantire una gestione responsabile della propria catena di fornitura nel rispetto delle normative vigenti.

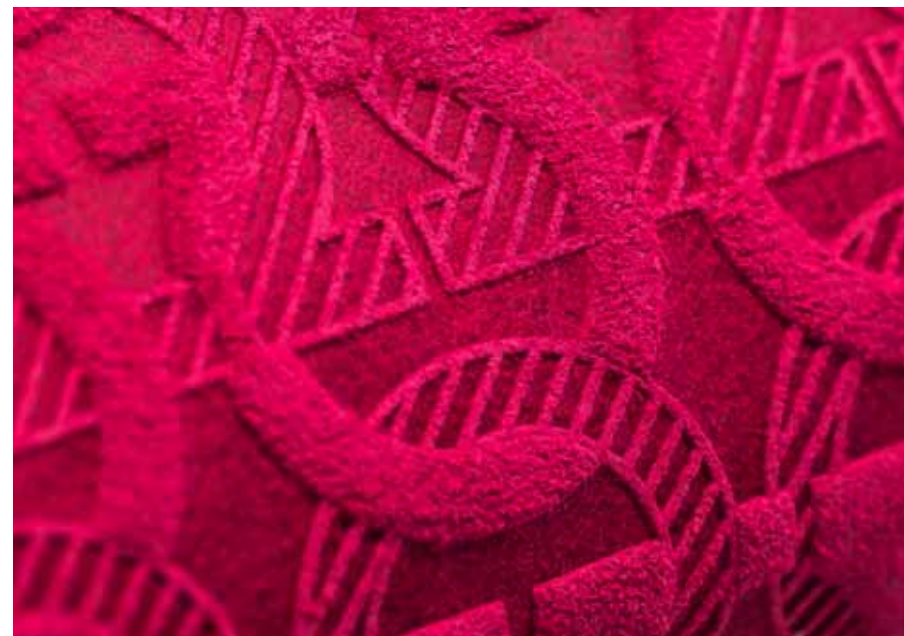
Sempre in ottica di responsabilità sociale e diritti umani nella filiera, la Salvatore Ferragamo ha preso parte nel 2019 alla Commissione Sostenibilità Sociale di Camera Nazionale della Moda Italiana, che ha lanciato in collaborazione con Fair Wage un'analisi per valutare i salari della filiera moda italiana, al fine di individuare le possibili problematiche e fornire come buon esempio pratiche virtuose del Made in Italy.

Con riferimento alla produzione di calzature, nel 2019 presso la sede di Osmannoro, è stata inaugurata la nuova **Manovia**, storico reparto di prototipia e produzione composto da tagliatori di materiali, aggiuntatrici e montatori. Nata nel 1967, la Manovia realizza principalmente campionari, prototipi e messa a punto delle strutture (intese come forme, tacchi, sottopiedi e suole) per i nuovi modelli e risulta composta da circa 20 persone, prevalentemente giovani, che ogni giorno producono dalle 30 alle 40 paia di calzature. Inoltre, la Manovia svolge una attività di produzione di altissimo pregio in relazione ai modelli della collezione Ferragamo's Creations. I modelli, realizzati in quantitativi limitati e numerati,

sono prodotti interamente a mano, secondo le tecniche di produzione, i materiali e le finiture usate dal Fondatore. Tutte le scarpe Ferragamo's Creations sono marcate con lo storico logo del Brand disegnato da Lucio Venna nel 1930 e offrono l'opportunità di esplorare la tradizione creativa di Salvatore Ferragamo, esaltandone la visione pionieristica e l'innato know-how.

Da novembre 2017, è operativa la **Modelleria** per la Pelletteria Uomo e Donna, un laboratorio di circa 1.200 metri quadrati dove si incontrano artigianalità e ricerca, progettato per la trasmissione del know-how dai maestri pelletteri verso i nuovi talenti. Con tale investimento l'Azienda ha voluto

creare un laboratorio artigianale all'avanguardia, un luogo di confronto dove si potrà celebrare l'eccellenza tecnica e la creatività di chi ricerca i materiali, crea lo stile e realizza il prodotto Ferragamo. Nel rispetto della tradizione e dell'artigianalità, si intende celebrare "la mano Ferragamo" nella pelletteria, con infinite possibilità di testare pelli e materiali innovativi durante la lavorazione, oltre che migliorare la qualità e l'efficienza nei vari processi di sviluppo. Insieme, Manovia e Modelleria sono di fondamentale importanza per la preservazione del patrimonio conoscitivo, trasmesso dal Fondatore e portato avanti dal lavoro degli esperti artigiani del Gruppo Salvatore Ferragamo.









## ATTENZIONE AL CLIENTE

Per la Salvatore Ferragamo la soddisfazione del cliente è sempre stata l'obiettivo primario nella definizione delle proprie strategie, dall'ideazione del prodotto al servizio offerto presso i punti vendita. Il rispetto è alla base dei rapporti con i clienti e per questo motivo sono numerose le iniziative che il Gruppo porta avanti al fine di garantire un'esperienza di acquisto soddisfacente e gratificante assecondando i desideri della clientela.

In occasione del Reputation Awards 2019, evento realizzato da Reputation Institute in collaborazione con Borsa Italiana, è stato presentato Italy RepTrak®2019, uno studio sulla reputazione delle aziende italiane in cui la Salvatore Ferragamo si è classificata all'11° posto, posizionandosi come primo brand del settore fashion and luxury. Gestire e proteggere la propria reputazione oggi è una responsabilità di tutte le funzioni aziendali e tale riconoscimento ha sottolineato la coesione e il lavoro di squadra interno, e ha rafforzato la percezione esterna del Brand da parte di tutti gli stakeholder.

Il Gruppo adotta una **strategia di customer centricity**, che permette di anticipare i bisogni dei clienti attuali e prospettici con l'obiettivo di creare valore nel lungo periodo. In quest'ottica, nel corso del 2019 il Brand ha promosso lo sviluppo di collezioni più focalizzate alle esigenze della clientela, che rispondessero alla logica di "Buy-now/Wear-now", ovvero di prodotti che il cliente acquista oggi e può immediatamente indossare. Un ulteriore passo in avanti nell'ambito della Customer Centricity è stato implementato attraverso la creazione di un nuovo processo di buying che tiene in considerazione, a partire dallo store, la location, lo storico delle vendite e i clienti. Nel corso del 2019, inoltre, il team Merchandising e di Customer Experience hanno lavorato con un approccio sempre più integrato permettendo

una maggiore comprensione dei clienti attuali e potenziali così da proporre collezioni sempre più in linea con il mercato.

Lo store è uno dei principali punti di contatto per comunicare e far vivere l'esperienza di brand e prodotto attraverso un coinvolgimento emozionale. In quest'ottica, nel corso del 2019, le funzioni di Customer Relationship Management (CRM), Client Engagement e Customer Care sono state integrate sotto la funzione di Customer Experience, con l'obiettivo di sviluppare sinergia e consistenza fra conoscenza del cliente, coinvolgimento dello stesso e cura della relazione. Tale integrazione permette al Gruppo non solo di rafforzare la relazione con i clienti esistenti e conquistarne di nuovi, ma anche di monitorare periodicamente la performance. Al fine di coinvolgere e appassionare maggiormente i clienti, nel 2019 sono state sviluppate numerose iniziative a supporto del lancio di nuovi prodotti e collezioni, tra le quali: il coinvolgimento di uno stylist per la presentazione della collezione e la creazione di look dedicati ai clienti, la collaborazione con la Ferragamo Parfums per la personalizzazione delle boccette di profumo, il servizio di Gifting a disposizione della clientela più affezionata e la campagna "collecting moments", con il coinvolgimento dei clienti e del personale di vendita che, attraverso lo scatto di una polaroid, hanno potuto catturare momenti unici in store.

Per assicurare la massima comprensione e soddisfazione dei clienti, il Gruppo si impegna affinché il proprio personale di vendita sia in grado di trasmettere la stessa passione per l'artigianalità e la qualità che caratterizzavano Salvatore Ferragamo. A tale proposito, nel 2019, è stato sviluppato il nuovo piano formativo "**Stardust**", il quale dal nome richiama l'epiteto "Shoemaker to the stars" del

Fondatore, ed è incentrato sull'importanza del rapporto con il cliente e della formazione degli store manager e sales assistant. Il modello è stato sviluppato con l'obiettivo della Customer Centricity, seguendo il modello delle 4C: Consistenza, Collaborazione, Community e Comunicazione, posizionando al centro il Cliente. Il progetto "Stardust" mira a rivalorizzare il ruolo di store manager e sales assistant tramite workshop focalizzati sul rispondere alle esigenze del cliente del futuro. Il percorso di apprendimento si è sviluppato inizialmente attraverso focus group e interviste per individuare le necessità formative degli store manager e del personale di vendita, e in seguito ha visto l'organizzazione di workshop negli Stati Uniti, in Europa e in Cina, dopo una fase test. Il fulcro della strategia retail del piano "Stardust" è collegato direttamente all'esperienza del cliente, al fine di fargli vivere le "emozioni Salvatore Ferragamo", quali l'energia, la magia e l'autenticità. La metodologia di apprendimento dei corsi di formazione si basa dunque su un'esperienza multi-sfaccettata e multisensoriale che fa leva sia sulle competenze e conoscenze pregresse sia sui valori del Brand, sviluppando il senso di appartenenza all'Azienda e alla global training community attraverso un linguaggio coerente a livello sia corporate sia locale. I risultati hanno raggiunto un impatto molto positivo sulla Client Experience e sul coinvolgimento dello staff.

Per la Salvatore Ferragamo la fase di **formazione del personale retail** assume quindi un ruolo cruciale nel decretare l'esclusività e l'engagement verso il Brand, con l'obiettivo di rendere ogni risorsa consapevole della realtà aziendale, fatta di tradizioni e di valori forti e distintivi. La **piattaforma iLearn**, disponibile per tutto il personale di vendita, continua ad essere lo strumento utilizzato per la formazione relativa all'orientamento dei nuovi assunti e al seasonal

training. Tale piattaforma, accessibile da pc, tablet e telefono, è basata su una tecnologia adattiva che permette una perfetta visualizzazione da qualsiasi dispositivo. I contenuti includono un'introduzione generale alla storia e alla legacy di Salvatore Ferragamo, informazioni sullo storytelling dei prodotti e sulla cerimonia di vendita, oltre che a contenuti più specifici e professionalizzanti, legati alla specifica area merceologica. Sempre tramite piattaforma iLearn sono distribuiti i seasonal training, ampliati e ottimizzati nella forma e nella fruibilità, oltre che nei contenuti, con un focus maggiore sui key selling point e lo storytelling. Al termine di ogni modulo formativo sono presenti dei test di verifica dell'apprendimento e i risultati dei test sono tracciati dalla piattaforma digitale; ogni persona può scaricare l'attestato di frequenza e il proprio digital passport, che contiene un registro di tutti i corsi digitali frequentati. Su iLearn sono stati pubblicati circa 60 corsi digitali in 9 lingue sulle collezioni in store. Nell'ambito del seasonal training, nel corso del 2019 si è continuato a dare risalto ai key selling points del prodotto, cercando di offrire spunti di storytelling volti a migliorare la Client Experience.

Sempre nell'ambito delle iniziative promosse a favore della clientela, il Gruppo si avvale del sistema di "**Authenticity Tag**", che tutela il consumatore nell'acquisto di un prodotto Salvatore Ferragamo autentico e Made in Italy, prevenendo e limitando la contraffazione della merce. Questo innovativo progetto di tracciabilità consiste nell'implementazione e nell'adozione di una soluzione basata sulla tecnologia NFC (Near Field Communication), volto all'identificazione univoca dei prodotti della Salvatore Ferragamo. NFC è una tecnologia a radiofrequenza basata su un chip, che memorizza i dati, e un'antenna, in grado di inviare i segnali sfruttando le onde radio; insieme, chip

e antenna formano il cosiddetto Tag. Un apparecchio denominato reader è poi in grado di leggere i segnali radio inviati dal **Tag RFID (Radio Frequency Identification)**. Inserito all'interno del prodotto al termine della fase di produzione e attivato dopo il controllo di qualità, il Tag NFC non può essere contraffatto, in quanto si basa su un numero identificativo univoco certificato e assegnato da un produttore; permette di criptare o proteggere mediante password i dati scritti sopra e consente una lettura degli stessi a pochi centimetri di distanza, attraverso uno smartphone di nuova generazione. Per i soli addetti ai lavori, è disponibile anche un'applicazione in grado di leggere alcuni dati presenti nella memoria del Tag, ossia il codice della serie produttiva, il codice del produttore e la collezione di appartenenza. Ad oggi, grazie agli ampliamenti del progetto promossi negli scorsi anni, il Tag si trova, ad eccezione di alcuni modelli, in tutti i prodotti pelle Ferragamo. Inoltre, per le cravatte e foulard il progetto è in produzione per le prossime collezioni.

Il Gruppo Salvatore Ferragamo negli anni ha implementato una serie di **attività anticontraffazione**, sia offline che online, volte a tutelare i propri clienti e il valore dei propri marchi. Le attività di monitoraggio online permettono di raggiungere ogni anno importanti risultati. Nel corso del 2019 sono stati rimossi 18.422.922 contenuti e profili illeciti dalle principali piattaforme social e sono state intercettate, bloccate e rimosse dai siti di aste online complessivamente 128.878 inserzioni di prodotti contraffatti. Inoltre, sono stati anche contestati 74 siti web illeciti tramite azioni "quasi in rem" di fronte al tribunale di New York. Sempre nel 2019 il Gruppo ha svolto costanti controlli sui mercati fisici attraverso numerose iniziative giudiziali, stragiudiziali, amministrative e penali, concentrando i propri sforzi su uno

dei territori maggiormente colpiti dal fenomeno della contraffazione, ovvero la Cina. In questo Paese, anche grazie alla sempre maggiore collaborazione con le autorità locali, nel 2019 sono stati sequestrati 194.010 prodotti contraffatti a fronte di un numero complessivo di 282.434 a livello mondiale. La lotta alla contraffazione portata avanti dal Gruppo ha consentito di ottenere risultati particolarmente soddisfacenti, anche in termini di risarcimento dei danni, e garantito una costante ed efficiente tutela dei propri diritti di proprietà industriale e intellettuale. Tali attività saranno mantenute con reiterato impegno anche nel corso del 2020.

**L'integrazione del mondo digitale** nelle modalità di comunicazione completa la brand experience del Gruppo, offrendo la possibilità di arricchire in modo efficace ed esperienziale la conoscenza del Brand. Nel 2019 si è vista una maggiore connessione tra la clientela e il mondo Salvatore Ferragamo tramite l'ottimizzazione a livello di Gruppo della visualizzazione dei prodotti e dell'engagement. Tra le novità introdotte, il sito e la piattaforma eCommerce in Messico; inoltre è stata aumentata la varietà della categoria Ready-to-Wear negli store online in Europa e negli Stati Uniti, garantendo ai clienti online l'accesso ad un catalogo in linea con quello in store. Nella stessa direzione, nel mercato cinese è stato implementato il Visual Merchandising di WeChat Mini-Program, e il mercato giapponese ha visto l'introduzione dell'ERP SAP, al fine di offrire un servizio sempre più innovativo orientato verso l'utente asiatico. Per poter controllare la disponibilità dei vari prodotti e poter prenotare un appuntamento, è stato esteso il servizio omnicanale *Reserve in Store* in alcuni store europei e nello store coreano. Invece, nel mercato statunitense è stato introdotto un altro servizio omnicanale, lo *Ship from Store*, il quale consente a varie boutique di

spedire gli ordini eCommerce direttamente dallo store, riducendo costi e tempi di consegna. Il miglioramento più significativo è stato l'attivazione del nuovo customer care TFour, volto ad offrire agli utenti online un servizio orientato a eccellenza e tempestività. Durante il 2019, TFour ha iniziato ad operare in Europa, Stati Uniti, Canada e Messico e verrà introdotto a livello mondiale gradualmente. Per poter offrire un servizio sempre più customer-oriented, sono state rilasciate nuove ottimizzazioni riguardanti la User Experience Mobile, garantendo una navigabilità più fluida ed intuitiva. Si segnala, inoltre, lo sviluppo e l'introduzione del progetto MyVara, un servizio online che permette agli utenti di personalizzare l'iconica décolleté Vara, scegliendo tra diversi colori, lettere e caratteri speciali per dar vita a modelli unici.

Le iniziative digitali hanno coinvolto anche i **social media**, il cui utilizzo permette un ulteriore coinvolgimento della clientela e garantisce un'esperienza completa del Brand. L'anno è iniziato con il lancio del progetto Gancini, accompagnato dalla campagna digitale diretta dal blogger Bryanboy. Amplificato da diverse collaborazioni con artigiani, il progetto è stato condiviso sui so-

cial media nella serie digitale Gancini Chronicles.

Nel corso del 2019, il mondo digitale della Salvatore Ferragamo è stato anche catalizzatore di messaggi legati alla sostenibilità, dall'inaugurazione della mostra Sustainable Thinking al lancio della 42 Degrees Capsule Collection i social media hanno sensibilizzato il pubblico alla responsabilità ambientale, mentre l'inaugurazione della Fontana del Nettuno, restaurata grazie al supporto della Salvatore Ferragamo, è stata condivisa sui social media celebrando il legame dell'Azienda con il territorio. La Fontana del Nettuno, inoltre, ha fatto da sfondo nel 2019 alla sfilata della collezione maschile Primavera-Estate 2020, che si è tenuta in Piazza della Signoria a Firenze durante Pitti Immagine Uomo e che è stata condivisa sulle piattaforme digitali del Brand.

Sempre nel 2019 i social media hanno raccontato il debutto della Salvatore Ferragamo al Met Gala, uno dei più grandi eventi di raccolta fondi del mondo della moda, che ha posto il Brand sotto i riflettori globali e ha avuto un significativo impatto sui social.

Nel 2019 le campagne digitali lanciate dalla Salvatore Ferragamo hanno anche celebrato le donne, come il progetto BOXYZ Bag,

che ha promosso la diversità femminile, riunendo donne di tutte le generazioni e culture, e la campagna #FollowVara, realizzata per celebrare i 40 anni delle iconiche pumps.

Infine, le piattaforme social hanno toccato anche il mondo dei profumi, con il lancio di Gilio, reinterpretazione della fragranza nata nel 1960 dall'estro del Fondatore, e del profumo Signorina Ribelle.

Tutte le campagne pubblicitarie social media sono state ideate in linea con la filosofia *Patchwork of Characters* promossa dal Direttore Creativo del Brand, Paul Andrew, la cui visione celebra lo "stare insieme" e l'"inclusione" raffigurando modelli di tutte le età, culture e background.

#### LA PRESENZA DEL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO SUI SOCIAL MEDIA CRESCITA DEI FOLLOWER (2018 vs 2019)

INSTAGRAM	+30,3%
PINTEREST	+14,8%
LINKEDIN	+26,1%
WEIBO	+23,4%
WECHAT	+53,9%
FACEBOOK	+3,6%







## UNA STORIA CONDIVISA

---

Inclusione e pari opportunità  
Attrazione e sviluppo dei talenti  
Benessere delle persone

“Un’immersione nel tema della sostenibilità,  
non solo in ambito produttivo, ma anche dell’ambiente e  
della persona nella sua diversità”.

MF Fashion

# UNA STORIA CONDIVISA

Sono le persone che, ogni giorno, con passione e dedizione, contribuiscono al successo del Brand, svolgendo le attività del Gruppo nel rispetto dell'heritage e dei valori che hanno sempre contraddistinto il Fondatore e la sua famiglia. È per questo motivo che il Gruppo Salvatore Ferragamo attribuisce vitale importanza alle oltre 4.200 persone con le quali collabora e si impegna a garantirne una gestione basata sui principi di correttezza, integrità e rispetto.

La valorizzazione del capitale umano ad ogni stadio della filiera produttiva si traduce per il Gruppo nello sviluppo professionale delle proprie persone, nell'attrazione di nuovi talenti e nel favorire l'equilibrio tra vita privata e vita lavorativa, garantendo a tutti il rispetto degli standard di salute e sicurezza nel luogo di lavoro.

Nel corso del 2019 il Gruppo ha ulteriormente rafforzato il proprio impegno tramite l'adozione di una Inclusion Policy e la Salvatore Ferragamo ha adottato una Politica SA8000 e una Politica per il contrasto al lavoro minorile. Tali iniziative integrano il Codice Etico, la Policy di Sostenibilità del Gruppo e la Normativa Aziendale che già definivano i valori e principi alla base dei rapporti lavorativi.

In particolare, la Inclusion Policy sancisce l'impegno del Gruppo nella promozione e tutela dei valori di inclusione nello svolgimento delle attività aziendali. La Politica SA8000 della Salvatore Ferragamo conferma invece l'impegno societario a raggiungere i più elevati standard etici e di sviluppo sostenibile del business nel rispetto delle disposizioni di legge applicabili e delle principali convenzioni internazionali in materia di diritti umani e di diritti dei lavoratori. La Politica per il contrasto al lavoro minorile ha invece l'obiettivo di formalizzare ulteriormente l'impegno societario in tale ambito ed evitare che minori di età possano essere esposti a situazioni rischiose e nocive per il loro sviluppo e per la loro salute fisica e mentale.



I TRAGUARDI DEL GRUPPO - 2019

≈ 70%

DIPENDENTI DONNE

OLTRE 50%

DI UNDER 30 TRA I NUOVI ASSUNTI

OLTRE 90%

DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO

SA8000

CERTIFICAZIONE DI RESPONSABILITÀ SOCIALE OTTENUTA DALLA SALVATORE FERRAGAMO

INCLUSION POLICY

ADOTTATA DAL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO

WOMEN EMPOWERMENT PRINCIPLES

ADOTTATI DAL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO E PROMOSSI DALLO UN GLOBAL COMPACT E DA UN WOMEN



## INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ

Garantire alle proprie persone la possibilità di crescere in un ambiente lavorativo dove la diversità è considerata un valore aggiunto, è un obiettivo prioritario per il Gruppo, che nel corso del 2019 ha avviato numerose iniziative in questa direzione.

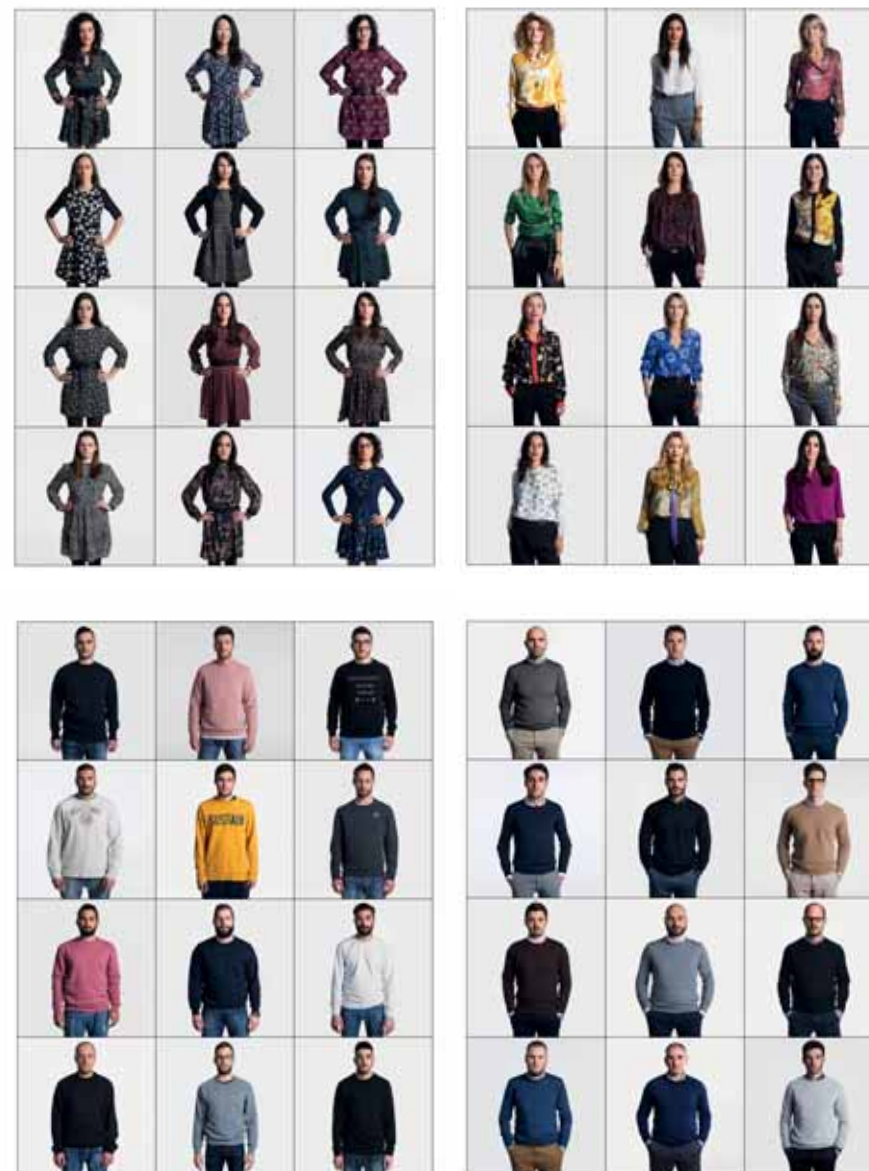
La **Inclusion Policy**, formalmente adottata nel 2019, rientra tra i principali progetti portati avanti in tal senso. La Policy si propone di sostenere il multiculturalismo, da ritenersi fondamentale per lo sviluppo di elementi innovativi e distintivi in grado di accrescere la competitività del Brand, e promuovere l'uguaglianza e le pari opportunità, contrastando ogni tipo di discriminazione e condannando qualsiasi forma di molestia. Inoltre, la Policy si pone l'obiettivo di promuovere la meritocrazia e l'equità di trattamento a tutti i livelli professionali, favorendo lo sviluppo, l'espressione e la valorizzazione delle potenzialità delle singole persone. Ad ulteriore conferma dell'impegno assunto in termini di inclusione e diversità, l'Azienda nel corso del 2020 aderirà a **Valore D**, prima associazione di imprese in Italia impegnata a costruire un mondo professionale senza discriminazioni, in cui l'uguaglianza di genere e la cultura dell'inclusione supportano la crescita dell'organizzazione stessa. Il tema della diversità sarà al centro di un percorso formativo che vedrà il coinvolgimento dei dipendenti del Gruppo nel corso del 2020, con l'intento di promuovere e sensibilizzare alla cultura dell'inclusione. Il coinvolgimento dei collaboratori su questi temi ha preso avvio nel 2019, quando i dipendenti del Gruppo sono stati al centro di un progetto sulla cultura della diversità, realizzato dalla profiler Ellie Uyttenbroek e dal fotografo Ari Versluis, ed esposto nella mostra Sustainable Thinking presso il Museo Salvatore Ferragamo. I due artisti hanno fotografato più dipendenti del Gruppo e li hanno raggruppati in serie, sottolineando

come in Azienda le persone possono esprimere liberamente la loro individualità.

Particolare attenzione è riservata anche al rispetto delle pari opportunità, assicurando le stesse condizioni lavorative ai dipendenti di ambo i sessi e promuovendo iniziative concrete per agevolare la gestione del rapporto tra vita familiare e vita professionale, tramite un'offerta lavorativa che prevede varie tipologie contrattuali. In particolare, al 31 dicembre 2019, i dipendenti che hanno usufruito del contratto part-time sono stati 89 uomini e 336 donne. Queste ultime hanno sempre ricoperto un ruolo fondamentale nel Gruppo Salvatore Ferragamo e il talento femminile è alla base del successo del Brand, costituendo circa il 70% della popolazione aziendale e occupando circa il 65% dei livelli organizzativi più elevati. La presenza femminile risulta rilevante anche nel Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, dove si attesta al 38%, oltre le previsioni di legge. In linea con questa visione e al fine di rafforzare il proprio impegno in ambito di diritti umani e pari opportunità, nel 2019 l'Azienda ha adottato gli **Women's Empowerment Principles** promossi da UN Women e dal Global Compact delle Nazioni Unite. I Women's Empowerment Principles sono 7 principi che intendono fornire alle aziende una guida su come promuovere la parità di genere e l'empowerment femminile sul luogo di lavoro e nelle comunità in generale. In linea con quanto espresso all'interno del Codice Etico e della Group Inclusion Policy, adottando tali principi, la Salvatore Ferragamo intende riconfermare il proprio impegno in termini di inclusione e rispetto dei principi di uguaglianza e dignità.

Il Gruppo adotta politiche di remunerazione orientate al riconoscimento del contributo personale del dipendente, secondo i principi di equità di genere e di merito. Da

molto tempo, infatti, è stato implementato un sistema di remunerazione differenziato per le diverse categorie/inquadramenti aziendali, che include, oltre alla componente retributiva, anche incentivi economici legati sia a obiettivi individuali che aziendali al fine di favorire lo spirito di appartenenza e di team. Con riferimento alle relazioni industriali, infine, si evidenzia che oltre il 50% dei dipendenti del Gruppo è coperto da accordi di contrattazione collettiva, ove prevista dalle leggi e dalle normative in vigore nei Paesi in cui il Gruppo opera. Inoltre, tali accordi, unitamente alle leggi in vigore nei Paesi dove il Gruppo opera, sanciscono altresì gli aspetti retributivi nonché i periodi minimi di preavviso per modifiche operative significative. Con riferimento alla Capogruppo nel 2019 è stato sottoscritto il nuovo accordo integrativo per la stipula del contratto aziendale e per il premio di risultato relativo al triennio 2019-2021, che ha visto importanti novità nella struttura del Premio di Risultato, costruendo un sistema di incentivazione innovativo che mira a premiare l'eccellenza nel lavoro.





## ATTRAZIONE E SVILUPPO DEI TALENTI

Passione e rispetto sono valori che caratterizzano il modo di fare impresa della Salvatore Ferragamo, che si impegna ad attirare talenti che credano in questi principi e a creare un ambiente favorevole alla loro diffusione.

Nel corso del 2019 sono entrati a far parte del Gruppo Salvatore Ferragamo 1.590 dipendenti, di cui circa il 52,3% composto da under 30 e circa il 66% rappresentato da donne, registrando un turnover complessivo in entrata pari a circa il 27%. Inoltre, l'offerta di un rapporto di lavoro stabile e duraturo nel tempo è considerata un requisito indispensabile per favorire la crescita aziendale, oltre che un importante elemento motivazionale. In tal senso, l'impegno del Gruppo si concretizza nell'alta percentuale di dipendenti con contratto a tempo indeterminato, pari al 92,4% nel 2019.

Il Gruppo promuove numerose iniziative volte ad attrarre dipendenti talentuosi e valorizzarli nel loro percorso di crescita professionale. Per quanto riguarda i giovani, con l'obiettivo di selezionare i più meritevoli, la Capogruppo collabora con numerosi Atenei, Business School e Accademie di Design, organizzando presentazioni, field project e career day. Nel corso del 2019 sono state organizzate 23 iniziative di **employer branding** con università nazionali ed internazionali, durante le quali la Salvatore Ferragamo ha potuto incontrare 974 candidati, di cui 42 hanno intrapreso percorsi formativi e collaborazioni lavorative in azienda, il doppio rispetto agli ingressi registrati l'anno precedente. Per quanto riguarda invece **gli accordi specifici con le università**, il 2019 ha visto l'avvio della prima edizione del Master in "Shoe Design" in partnership con l'Istituto Polimoda di Firenze, progetto pensato con l'obiettivo di formare la nuova generazione di designer in grado di unire l'eredità creativa e il saper fare Ferragamo con una

visione innovativa e in linea con le nuove tendenze di mercato. La partnership, che nel 2020 vedrà una seconda edizione del Master con focus sul tema della sostenibilità, ha portato all'inserimento di due giovani risorse straniere nei team creativi calzature uomo e donna. Nel 2019 l'Azienda ha, inoltre, supportato il "Sustainability Management track" del Master in Brand & Business Management del Milano Fashion Institute, consorzio interuniversitario per l'alta formazione nel campo della moda fondato da Università Bocconi, Università Cattolica e Politecnico di Milano. Obiettivo del corso, svolto in collaborazione con Cittadellarte Fashion B.E.S.T. e Fashion Technology Accelerator, insegnare come gestire la sostenibilità con un approccio olistico pianificando strategie di business di successo e imparare a gestire la responsabile innovation accogliendo i nuovi trend che stanno influenzando il settore moda. La collaborazione ha previsto il lancio di un field project con il coinvolgimento degli studenti del Sustainability Management Track, volto ad indagare l'approccio della Salvatore Ferragamo all'economia circolare, che ha portato all'inserimento di una giovane partecipante all'interno del team aziendale dedicato alle iniziative di sostenibilità. Inoltre, la Salvatore Ferragamo ha offerto un'esperienza di stage allo studente vincitore del Contest di Vogue Talents per il corso "New Sustainable Fashion 2019 - Crafting innovative business models through sustainability" del Milano Fashion Institute. Infine, nel 2019, l'Azienda ha avviato una collaborazione nell'ambito della Sostenibilità con Domus Academy per il lancio di una competition per l'assegnazione di alcune borse di studio per due Master in Fashion Management. L'Azienda ha pertanto definito il brief per la competition e supportato Domus Academy nella selezione dei vincitori.

I field project nel 2019 hanno interessato anche altre realtà universi-

tarie e il 20% dei giovani inseriti in stage è provenuto da questo canale. In partnership con Accademia Costume e Moda di Roma è stato lanciato il progetto "Hands-free Bags", che ha coinvolto gli studenti del Master dell'Accessorio nello sviluppo di una capsule collection di pelletteria uomo con focus sui carry over, sulle personalizzazioni e su alcune proposte di visual merchandising. Inoltre, in collaborazione con MAFED, Master in Fashion, Experience & Design Management della SDA Bocconi, è stato finalizzato un progetto focalizzato sulla Customer Experience con l'obiettivo di sviluppare un'esperienza omnicanales e multisensoriale volta ad attrarre e trattenerne una clientela giovanile.

L'Azienda ha infine stretto una collaborazione con l'Università Cattolica di Milano nell'ambito del Master EMLUX, Executive Master in Luxury Goods Management, caratterizzata da alcune lezioni in aula tenute dal top management aziendale sul tema Digital & Innovation, preparatorie al lancio di una competition in cui è stato chiesto ai 35 studenti internazionali di sviluppare materiale media che avesse come finalità quella di comunicare i valori e la cultura aziendale alla Generazione Z.

Per la Salvatore Ferragamo è importante che cultura aziendale e senso di appartenenza vengano trasmessi fin dall'inizio del rapporto lavorativo, per questo motivo per tutti i neoassunti in Italia è previsto un programma di Induction intitolato "**Discovering Ferragamo**". Il corso Classic Induction, svolto in tre giornate, prevede una sessione formativa per introdurre i neoassunti al Brand, alla storia del Fondatore e ai valori del Gruppo, oltre a visite guidate presso il nuovo Polo Logistico, la Manovia, gli spazi museali e il ricco Archivio Storico, realizzate con la collaborazione della Fondazione Ferragamo e del Museo Salvatore Ferragamo. Inoltre, nel 2019 tale percorso di gruppo è stato arricchito con un

workshop sui valori e sulle competenze aziendali. La Customised Induction, riservata a dirigenti e manager, è invece organizzata in maniera personalizzata in funzione del ruolo che la risorsa in entrata è chiamata a ricoprire ed ha interessato nel 2019 anche colleghi delle region estere.

In un'ottica di promozione della crescita aziendale delle risorse, nel 2019 sono proseguite le attività di formazione e sviluppo dei talenti ed è stato avviato un progetto per disegnare un sistema di Talent Management a livello globale. All'interno del proprio **Modello di Eccellenza Ferragamo**, la Capogruppo identifica nove competenze fondamentali, suddivise in Competenze Core e Competenze Manageriali, da potenziare in ciascuna risorsa. Le prime, di fondamentale importanza per tutti i dipendenti, invitano a ricercare elevati livelli di prestazioni e di qualità, ad affrontare prontamente le situazioni e le problematiche che si presentano, valorizzando il lavoro in team e favorendo la generazione di nuove idee e soluzioni. Per le risorse che operano a livello direttivo e manageriale sono state individuate ulteriori competenze che mirano alla conoscenza degli elementi determinanti nella creazione di valore aziendale e al miglioramento della competitività nel tempo, ispirando negli altri l'entusiasmo e la passione per il lavoro e l'eccellenza. Nel 2019 la metodologia "Nine Box Grid", adottata dalla Capogruppo, è stata estesa ad un maggior numero di funzioni aziendali, al fine di rafforzare la cultura della gestione del talento e al fine di ottenere una mappatura delle risorse sulla base degli indicatori di performance e potenziale. Nei prossimi anni, il sistema di Talent Management sarà progressivamente ampliato, così da raggiungere tutti i dipendenti, indipendentemente dall'area geografica in cui operano, e valorizzare le risorse chiave dell'intero Gruppo Salvatore Ferragamo. Sempre nell'ottica di incrementa-

re il senso di appartenenza identificando e premiando i colleghi che meglio rappresentano i valori aziendali di passione e rispetto, nel 2019 è stata lanciata su scala globale "**Ferragamo's Finest**", un'importante iniziativa di coinvolgimento interno rivolta sia alla popolazione corporate che a quella retail. Tutti i dipendenti del Gruppo sono stati invitati a esprimere una preferenza votando il collega che meglio incarnasse i valori del Brand nell'agire quotidiano. Agli 11 vincitori, Brand Values Ambassadors, è stata data l'opportunità di vivere un'esperienza emozionante attraverso un viaggio a Firenze alla scoperta della casa madre, del Museo Ferragamo e di Palazzo Spini Feroni. I vincitori hanno, inoltre, potuto partecipare al Fashion Show Pitti Uomo tenutosi in Piazza della Signoria e ad altri importanti eventi legati al mondo della moda.

Nel 2019 è stato intensificato al livello di Gruppo lo strumento dell'**Internal Job Posting**, che permette il costante aggiornamento delle posizioni aperte disponibili, informando prontamente i dipendenti su potenziali percorsi di crescita interna. Il progetto sarà costantemente rinforzato nei prossimi anni così da permettere una maggiore integrazione in tutte le aree in cui il Gruppo Salvatore Ferragamo opera.

Molte delle iniziative portate avanti internamente sono state facilmente veicolate grazie all'utilizzo del digital workplace **Ferragamo Together**, divenuto centrale in termini di engagement dei dipendenti. L'innovativa piattaforma, fruibile anche tramite un'applicazione mobile, è stata infatti pensata per favorire il livello di collaborazione e di condivisione di idee, informazioni e progetti tra tutti i dipendenti del Gruppo, incrementando così il senso di appartenenza e lo spirito di squadra. Grazie a Ferragamo Together, nel 2019 sono stati coinvolti tutti i dipendenti del Gruppo in un contest lanciato in occasione della

mostra Sustainable Thinking presso il Museo Salvatore Ferragamo. I dipendenti sono stati infatti invitati a esprimere la loro creatività inventando uno slogan su Salvatore Ferragamo e sostenibilità. Il vincitore del contest è stato eletto dalle preferenze espresse sulla piattaforma e da una giuria composta da millennial del Gruppo. Ferragamo Together permette anche la diffusione di contenuti legati ai progetti di sostenibilità promossi dal Gruppo con una sezione ad hoc accessibile da tutti i dipendenti.

Il processo di digitalizzazione che l'Azienda sta perseguendo, ha portato anche all'implementazione della nuova piattaforma **eLearning** che, con l'obiettivo di estendere l'erogazione di contenuti formativi, contribuisce a promuovere una maggiore interazione fra i dipendenti e favorisce la diffusione di contenuti trasversali anche in materia di compliance e certificazioni conseguite. In ottica di condivisione di best practice, nel 2019, inoltre, sono continuati gli incontri di Knowledge Sharing aperti a tutti i dipendenti del Brand. In particolare, nel corso dell'anno, questi incontri hanno avuto l'obiettivo di diffondere la conoscenza del mondo delle fragranze.







Per favorire il potenziamento delle proprie persone, il Gruppo ha implementato, in continuità con gli anni precedenti, alcuni programmi di valutazione della performance, tra cui il **Sistema di Performance Appraisal**, al fine di individuare i punti di forza e le eventuali aree di potenziamento. Il sistema è concepito non soltanto come sistema di incentivazione monetaria ma anche come strumento di sviluppo: la valutazione della prestazione è infatti collegata ad un profilo di ruolo e a specifiche skill tecniche.

Nel corso del 2019, oltre il 97% dei manager del Gruppo è stato sottoposto a questo tipo di analisi, così come circa l'80% di tutto il personale del Gruppo. In Italia, il nuovo accordo integrativo sottoscritto per il triennio 2019-2021 ha previsto, tra le altre cose, l'estensione del processo di valutazione della prestazione a tutti i dipendenti e per tutti i livelli organizzativi, al fine di creare maggiore coinvolgimento e far sentire tutti partecipi degli obiettivi e dei risultati aziendali. In particolare, è stata introdotta una modalità di valutazione basata su tre delle competenze distintive del Brand: iniziativa, orientamento al risultato e al cliente. Il risultato di questa valutazione permetterà di aumentare ulteriormente il valore del premio per il singolo, premiando anche le performance individuali. Inoltre, per potenziare e diffondere la cultura del feedback e della valutazione in tutte le aree aziendali e per supportare l'applicazione della valutazione prevista dal nuovo Premio di Risultato, è stato introdotto in Italia il contenuto formativo "Pillole di Valutazione e Autovalutazione", che ha visto il coinvolgimento di oltre 350 dipendenti.

Al fine di valorizzare le risorse in ambito retail ed incentivare il costante miglioramento dell'esperienza offerta al cliente in store, nel 2019 è proseguito il programma **Stitching Together**, che ha permesso al personale retail di ottenere un aumento della retribuzione

variabile focalizzando le proprie energie sulla vendita di specifici item e sul raggiungimento di obiettivi di performance individuale. Inoltre, sempre in ambito retail, è stato portato avanti uno specifico programma di sviluppo del personale, con l'obiettivo di definire percorsi di carriera strutturati e agevolare la mobilità interna.

Infine, nell'ambito delle iniziative di coinvolgimento dei dipendenti e promozione della cultura del team, nel 2019 per la prima volta è stata organizzata una giornata di **volontariato aziendale** che ha coinvolto più regioni del Gruppo. In Italia, l'iniziativa ha previsto attività di manutenzione, pulizia e giardinaggio presso il Giardino dell'Orticoltura di Firenze, in collaborazione con la Fondazione Angeli del Bello, impegnata nella valorizzazione della bellezza e nel recupero del decoro di molte aree cittadine. La Salvatore Ferragamo Cina ha svolto attività di giardinaggio e piantumazione alberi presso il parco di Changfeng, mentre i colleghi di Hong Kong hanno organizzato attività ricreative presso un centro per anziani. La Salvatore Ferragamo Corea ha preparato saponi fatti a mano utilizzando oli naturali per combattere l'inquinamento dei corsi d'acqua dagli agenti chimici, mentre i dipendenti della Ferragamo Taiwan hanno contribuito a ripulire alcune spiagge.





## BENESSERE DELLE PERSONE

Il Gruppo Salvatore Ferragamo considera il benessere delle proprie persone e il clima interno, elementi fondamentali per il proprio successo e implementa numerose iniziative in ambito di welfare aziendale volte a favorire il bilanciamento della vita professionale e privata di ciascun collaboratore.

A partire dal 2014 in Italia è stato attivato un **Piano di Flexible Benefit** la cui finalità è quella di supportare i lavoratori e le loro famiglie nelle attività sociali e culturali, nello sviluppo formativo e nelle spese scolastiche dei propri figli. Il piano consiste nella possibilità di sostituire o integrare una quota della retribuzione accessoria con benefici sotto forma di servizi per far fronte ad esigenze personali e familiari. Nello specifico i dipendenti possono selezionare il proprio benefit da un vasto paniere, comprensivo di aree di intervento, quali, istruzione, attività sportive, cultura e ricreazione, viaggi e previdenza complementare. In Italia, il nuovo accordo integrativo sottoscritto per il triennio 2019-2021, ha previsto, tra le altre cose, l'aumento del valore economico del Premio di Risultato, prevedendo la possibilità di trasformare, in tutto o in parte, il valore monetario del Premio in servizi Welfare per i dipendenti aventi diritto a tempo indeterminato. I dipendenti che operano per la conversione del premio accederanno ad un ulteriore importo netto spendibile in beni e servizi, usufruibili attraverso il portale di gestione dei Flexible Benefit.

Sempre in ambito di welfare aziendale, l'Azienda ha stipulato negli anni numerose **agevolazioni** rivolte ai propri dipendenti tramite convenzioni con aziende operanti in altri settori, come ad esempio salute e benessere, banche, assicurazioni, turismo e sport. In merito all'assistenza sanitaria integrativa offerta ai dipendenti della Salvatore Ferragamo, nel 2019 sono stati attuati una serie di interventi di

miglioramento volti ad una estensione delle prestazioni sanitarie riconosciute, come ad esempio l'inclusione dell'intero nucleo familiare senza oneri a carico del dipendente per quadri, impiegati e operai. Inoltre, nel 2019 è stato avviato un progetto, che proseguirà nel corso del 2020, volto a implementare un piano di gestione globale dei programmi Benefits del Gruppo, finalizzato a supportare l'Azienda nel raggiungimento di importanti obiettivi di compliance alle normative locali, di controllo delle coperture assicurative nonché di ottimizzazione dei costi e gestione uniforme ed efficiente dei piani di Employee benefit.

Nell'ambito delle iniziative di miglioramento del work-life balance, è proseguita per tutto il 2019 una fase sperimentale volta a garantire una maggiore **flessibilità oraria** in ingresso e uscita per i dipendenti italiani. Nel corso del 2019 è stato, inoltre, esteso ad altre funzioni aziendali il progetto pilota dedicato allo **smart working** ed è stato introdotto un nuovo sistema di workflow per la gestione delle presenze dotato di un'interfaccia più innovativa e user friendly. Infine, per ottimizzare lo spostamento casa-lavoro dei dipendenti, a settembre 2019, in Italia, è stato attivato un servizio di **Navetta Aziendale**, pensato per migliorare la qualità degli spostamenti e promuovere un approccio sostenibile alla mobilità.

Per la Salvatore Ferragamo la protezione e la salvaguardia delle risorse umane si concretizza anche nel garantire elevati standard di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. Per questa ragione nel 2019 l'Azienda ha rinnovato la certificazione **OHSAS 18001:2007**, relativa alla gestione della salute e sicurezza, valida per tutte le sedi amministrative e gli store italiani. Il risultato ottenuto rafforza l'efficacia del già adottato sistema di responsabilità amministrativa, in

linea con le previsioni del Modello 231/2001, assicurando la corretta applicabilità dei principi della politica in ogni ambiente di lavoro. Inoltre, nel 2019 la Salvatore Ferragamo ha ottenuto la certificazione di responsabilità sociale **SAB000** per il perimetro delle attività italiane, il principale standard di certificazione sociale basato sulla Dichiarazione Universale dei diritti umani, sulle convenzioni dell'ILO, sulle norme internazionali sui diritti umani e sulle leggi nazionali del lavoro. Lo standard incoraggia le organizzazioni a sviluppare, mantenere e applicare pratiche che prevedano il rispetto dei diritti umani, dei lavoratori, la tutela contro lo sfruttamento dei minori e le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro.

L'attenzione verso le persone si concretizza anche nella realizzazione di spazi aziendali funzionali e piacevoli allo stesso tempo. Dal 2016, l'Azienda collabora con la Fondazione Ferragamo alla **riqualificazione, decorazione e abbellimento degli spazi aziendali**. Nel 2019, ha visto la luce la nuova Manovia e, nel 2020, sarà inaugurato il Nuovo Archivio Storico presso la sede di Osmannoro. Infine, sempre in ottica di benessere sul luogo di lavoro, nel 2019 è stata avviata una collaborazione con l'Università degli Studi di Firenze, che proseguirà anche nel 2020, per intraprendere un percorso virtuoso circa la valutazione dello stress lavoro correlato. Oltre alla valutazione prevista da normativa sono state organizzate delle giornate di approfondimento, team building e face to face che hanno coinvolto diverse funzioni aziendali. Inoltre, sempre con l'Università degli Studi di Firenze, è stata lanciata una collaborazione per approfondire metodi di valutazione e progettazione ergonomica integrata delle postazioni di lavoro e dei macchinari industriali ad alta manualità nell'industria manifatturiera del settore moda e pelletteria.





## CULTURA E PARTECIPAZIONE

---

Legame con la comunità e il territorio  
Museo Salvatore Ferragamo  
Fondazione Ferragamo

"Ad oggi molti supportano il trend della moda sostenibile,  
ma non tutti vi dedicano un'intera mostra".

Vogue Russia

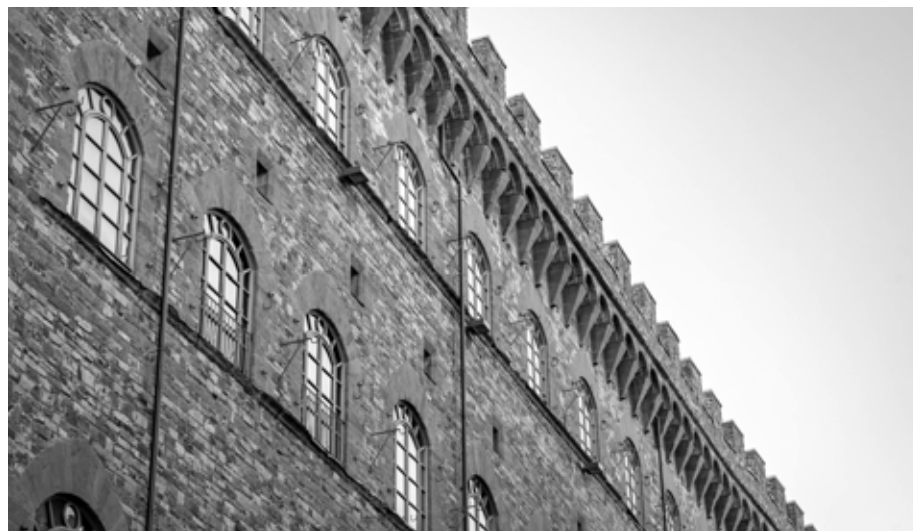


# CULTURA E PARTECIPAZIONE

Nel 1927 Salvatore Ferragamo ritornò in Italia dopo dodici anni trascorsi negli Stati Uniti e decise di stabilire a Firenze la propria attività, affascinato dalla maestria degli artigiani locali e dalla bellezza della città, ricca d'arte e di storia. Negli anni il legame con la città di Firenze non si è mai interrotto ed è stato rafforzato attraverso il supporto dell'Azienda a favore di importanti interventi di restauro e a molteplici iniziative benefiche rivolte a realtà locali.

A seguito della ridefinizione, avvenuta nel 2014, della Group Charity Policy adottata da tutte le controllate, il Gruppo ha deciso di destinare gran parte delle proprie donazioni ad iniziative benefiche a favore della cultura italiana nel mondo e della salute di donne e bambini. Lo scopo di tale politica è quello di fornire un framework di riferimento, per tutte le sussidiarie del Gruppo, da seguire nella definizione di donazioni, regali ed eventuali partecipazioni in associazioni benefiche, fondazioni e organizzazioni no-profit. Questo processo favorisce una governance più forte e un nuovo iter di approvazione, al fine di coordinare in maniera più efficace le azioni benefiche a livello internazionale. Il Gruppo Salvatore Ferragamo nel 2019 ha quindi supportato le comunità, gli enti benefici e le organizzazioni no-profit che operano a favore delle cause individuate dalla Charity Policy, circa l'85% delle quali a favore della cultura italiana nel mondo.

Dal 2017, il Gruppo ha rafforzato l'impegno verso la cultura e il territorio, formalizzando, all'interno della Policy di Sostenibilità, la volontà di diffondere la cultura italiana nel mondo, con particolare riguardo alla sponsorizzazione di iniziative che omaggiano arte, cinema e musica, e di promuovere attivamente iniziative di carattere sociale, con particolare riguardo verso progetti a supporto di donne e bambini.



I TRAGUARDI DEL GRUPPO - 2019

## OLTRE 1 MILIONE

DI EURO DA ELARGIRE A FAVORE DEL RESTAURO DEI GRANDI GRUPPI SCULTOREI IN PIAZZA DELLA SIGNORIA E DEL DAVID AL PIAZZALE MICHELANGELO DI FIRENZE NEL TRIENNIO 2019-2021

## OLTRE 35.000

MAGLIETTE REALIZZATE PER CORRI LA VITA

## FONDAZIONE MEYER

AVVIO DI UNA PARTNERSHIP TRIENNALE A SUPPORTO DELLE ATTIVITA' DI SCREENING NEONATALE E DEI PIANI DI AMPLIAMENTO DELL'OSPEDALE PEDIATRICO MEYER DI FIRENZE

## COMUNITÀ DI SAN PATRIGNANO

SOSTEGNO AL REPARTO DI TESSITURA E PELLETTERIA

## OLTRE 41.000

VISITATORI PRESSO IL MUSEO SALVATORE FERRAGAMO NEL 2019

## SUSTAINABLE THINKING

MOSTRA INAUGURATA PRESSO IL MUSEO SALVATORE FERRAGAMO



## LEGAME CON LA COMUNITÀ E IL TERRITORIO

Fin dalle sue origini la Salvatore Ferragamo ha avuto un costante dialogo con il mondo dell'arte e della cultura. Una relazione alimentata nel tempo anche attraverso un'intensa attività di mecenatismo, volta alla promozione culturale e alla salvaguardia del patrimonio artistico italiano e fiorentino in particolare. In quest'ottica si inserisce il nuovo **accordo stipulato con il Comune di Firenze**, che prevede il restauro della statua equestre di Cosimo I de' Medici del Giambologna in Piazza della Signoria, di Ercole e Caco di Baccio Bandinelli e della copia del David di Michelangelo poste all'ingresso di Palazzo Vecchio, della copia di Giuditta e Oloferne sull'Arengario di Palazzo Vecchio e della copia bronzea del David al Piazzale Michelangelo.

Il supporto, che ha preso avvio nel 2019, continuerà nel corso del biennio 2020-2021, a testimonianza di come il rapporto con l'arte, con la città di Firenze e con tutto il suo territorio sia parte integrante del DNA del Brand.

Sempre grazie alla Salvatore Ferragamo, nel 2019 è stata inaugurata la **Fontana del Nettuno - il 'Biancone'** di Piazza della Signoria a Firenze, riportata all'antico splendore da un accurato e complesso restauro che ha restituito alla città la sua fontana più famosa, resa nuovamente trionfale grazie alla riattivazione dell'impianto idrico che alimenta i maestosi giochi d'acqua e che, per la prima volta nella storia, ricalca gli scenari immaginati e voluti dal progettista Bartolomeo Ammannati. Il restauro di uno dei monumenti più noti e amati della città, presentato nell'anno in cui si celebrano i 500 anni dalla nascita di Cosimo I, committente dell'opera, e Caterina de' Medici, è stato sostenuto grazie a 1,5 milioni di euro, erogati dalla Salvatore Ferragamo tramite Art Bonus. I lavori, suddivisi in tre lotti, sono iniziati nel febbraio 2017 e inizialmente hanno celato alla vista la statua del 'Biancone', consentendo tuttavia

visite guidate al cantiere in un percorso protetto che ha permesso a circa 2.000 persone di 90 nazionalità di apprezzare le varie fasi di lavoro. L'attività di restauro ha richiesto oltre 1.250 ore per la pulizia dei marmi tramite laser e 3.200 ore di restauro per i bronzi, per un totale di 764 giorni di lavoro. In occasione dei festeggiamenti per il termine dei lavori della Fontana del Nettuno, tutti i dipendenti dell'Azienda sono stati invitati a partecipare all'evento organizzato dal Comune di Firenze: per l'inaugurazione della restaurata Fontana, il Teatro del Maggio Musicale Fiorentino ha proposto all'ingresso di Palazzo Vecchio, nel bronzo mise acqua e fuoco', rievocando lo spirito delle feste rinascimentali e barocche attraverso un gusto contemporaneo con l'uso di moderne tecnologie quali proiezioni, luci e suoni.

Negli anni le elargizioni liberali della Salvatore Ferragamo hanno permesso la riapertura di 8 sale della Galleria degli Uffizi, contenenti una cinquantina fra le più preziose opere del '400 fiorentino, oltre al restauro della Colonna della Giustizia di Piazza di Santa Trinita e dell'omonimo ponte a Firenze e all'allestimento della mostra della Sant'Anna di Leonardo, opera custodita al Louvre di Parigi. L'Azienda ha contribuito inoltre, a preservare il patrimonio culturale, partecipando alla campagna di fundraising organizzata dal British Institute of Florence per il restauro della Biblioteca Harold Acton di Lungarno Guicciardini ed ha sostenuto il restauro di Torre e Casa Campatelli, prezioso gioiello architettonico di San Gimignano di proprietà del Fondo Ambiente Italiano (FAI), risalente alla metà del XII secolo.

Nel mese di luglio 2019, alla presenza della Famiglia Ferragamo e delle autorità cittadine, tra Ponte Vecchio, via dei Bardi e via Guicciardini, proprio nel cuore di Firenze, sono stati onorati Salvatore e

Wanda Ferragamo con l'inaugurazione della **'Piazzetta Salvatore e Wanda Ferragamo'**. Il Sindaco Dario Nardella, insieme alla giunta di Palazzo Vecchio, ha voluto così onorare il Fondatore del Brand e sua moglie, figure imprenditoriali che hanno contribuito allo sviluppo economico e culturale di Firenze instaurando un forte e continuativo legame con la città.

Il supporto alla cultura italiana nel mondo si declina in ulteriori progetti e donazioni, portati avanti in tutte le aree in cui il Gruppo è presente. Nel 2019, ad esempio, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha sostenuto l'Italian National Ball in Australia e la Dante Alighieri Society di Hong Kong, oltre all'associazione Save Venice negli Stati Uniti. Inoltre, a maggio 2019 a New York, è stato inaugurato il nuovo Museo della Statua della Libertà, che ne racconta la storia e gli ideali che incarna. All'entrata del museo, compaiono 50 stelle, tante quante quelle della bandiera americana. Ogni stella è una dedica lasciata da parte dei patroni del progetto e la Famiglia Ferragamo, che sostiene questa realtà, ha deciso di dedicare la propria stella a Salvatore e Wanda Ferragamo, affinché ne rimanga vivo il ricordo e la storia accanto a quello stesso monumento che accolse il Fondatore e molti altri all'arrivo negli Stati Uniti.

Avendo a cuore il tema della salute di donne e bambini, la Salvatore Ferragamo ha avviato nel 2019 un'importante collaborazione triennale (2020-2022) con **Fondazione Meyer**, la fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer ONLUS di Firenze, eccellenza fiorentina per la ricerca e la cura in ambito pediatrico. La collaborazione prevede il supporto dell'Azienda alle attività di screening neonatale dell'Ospedale, attraverso l'acquisto di un nuovo macchinario da utilizzare per le procedure di diagnosi neonatale di malattie rare e la ricerca scientifica su nuove patologie.



Inoltre, la Salvatore Ferragamo contribuirà a sostenere il piano di ampliamento dell'Ospedale, in particolare allo sviluppo del Parco della Salute, dove sarà costruita un'importante struttura dedicata alla gestione delle attività diurne e alla neuropsichiatria infantile.

Un'altra iniziativa a sostegno delle eccellenze ospedaliere italiane ha visto, nel 2019, il supporto mediante erogazione liberale all'attività clinica e di ricerca dell'Unità Linfomi dell'IRCCS **Ospedale San Raffaele di Milano**. La Salvatore Ferragamo ha sostenuto economicamente il lavoro di due giovani ricercatrici specialiste in Oncologia Medica ed Ematologia, particolarmente impegnate nel trattamento e nella caratterizzazione biologica dei linfomi primitivi e secondari del sistema nervoso centrale e dei linfomi indolenti extra-nodali. L'Unità Linfomi è costituita da un team dinamico e multidisciplinare all'interno dell'Area Onco-Ematologica dell'Istituto Scientifico San Raffaele composto da medici di diverse unità. Questo gruppo di ricerca clinica ha già dato contributi rilevanti in diversi ambiti di linfomi aggressivi e indolenti, e ha stabilito alcuni dei trattamenti specifici per queste malattie che sono stati incorporati nella maggior parte delle linee guida internazionali.

A settembre 2019 la Salvatore Ferragamo è stata ancora una volta tra gli sponsor principali della manifestazione sportiva a scopo benefico **Corri la Vita**, che ha raggiunto in questa edizione il record assoluto di oltre 37.000 iscritti. Corri la Vita sostiene progetti no-profit a supporto di strutture sanitarie pubbliche specializzate nella lotta contro il tumore al seno, attraverso cure psicologiche, riabilitazione fisica e sociale, prevenzione, formazione e cure palliative. I fondi raccolti nel 2019 sono stati destinati a sostenere il progetto EVA, che interessa l'intera Area Vasta Fiorentina (Firenze, Prato,

Empoli, Pistoia) nella lotta contro il tumore al seno e l'assistenza ai malati oncologici; a ciò si aggiunge il sostegno, in collaborazione con LILT, (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori Firenze), al Ce.Ri. On. (Centro Riabilitazione Oncologica ISPRO-LILT di Villa delle Rose), a FILE (Fondazione Italiana di Leniterapia Onlus), e a Seno-Network Italia Onlus, portale che riunisce le Breast Unit italiane. Al fine di garantire massima visibilità all'evento, la Salvatore Ferragamo ha realizzato oltre 35.000 t-shirt per i partecipanti alla gara e ha offerto l'ingresso gratuito presso il Museo Salvatore Ferragamo per l'intera giornata, arrivando a registrare oltre 2.600 ingressi. Inoltre, nel corso del 2019, il Gruppo ha donato alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori una somma pari al 10% dell'incasso di una giornata di marzo 2019 nei negozi Milano Donna e Milano Uomo.

Sempre nel 2019 è proseguito il supporto della Salvatore Ferragamo alla **Comunità di San Patrignano**, realtà da anni impegnata nel recupero di ragazzi e ragazze tossicodipendenti in Italia. I fondi derivanti dalla mancata stampa dei biglietti natalizi 2018 sono stati destinati a favore di quattro borse lavoro, affinché due ragazze del reparto tessitura e due del settore pelletteria potessero continuare la propria esperienza lavorativa nella Comunità, una volta terminato il percorso di recupero. Inoltre, in occasione dell'inaugurazione della mostra Sustainable Thinking, le ragazze del reparto tessitura della Comunità hanno collaborato ad un allestimento speciale delle vetrine dello store Salvatore Ferragamo a Firenze, realizzando undici grandi arazzi dalle diverse texture, uno per vetrina, utilizzando come trama e ordito i materiali di scarto dell'Azienda, altrimenti destinati alla distruzione. Le ragazze hanno realizzato undici combinazioni che testimoniano perizia artigianale, ricerca tecnica, dedizione e

attitudine al bello. L'Azienda, inoltre, collabora con il reparto grafico della Comunità di San Patrignano affidando la stampa del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo del 2018 e 2019.

Dal 2019 l'Azienda sostiene **Flo Concept**, cooperativa sociale fiorentina che promuove un nuovo modello di fashion business per restituire fiducia e potenziare l'autonomia e le capacità di chi si trova in condizioni di fragilità economica, sociale o psicologica, attraverso numerose iniziative. La Salvatore Ferragamo ha infatti destinato i fondi derivanti dalla mancata stampa dei biglietti natalizi 2019 a favore di una borsa lavoro per un giovane ragazzo pakistano dipendente della cooperativa. Inoltre, l'Azienda ha donato a Flo Concept oltre 1.000 metri di materiali a lenta movimentazione, destinati allo smaltimento, per la realizzazione di gadget e altri prodotti.

In linea con la propria Charity Policy a favore della salute di donne e bambini, nel corso dell'anno la Salvatore Ferragamo ha sostenuto Trisomia 21 Onlus, l'associazione no-profit nata per aumentare le capacità relazionali e le competenze individuali dei bambini affetti dalla Sindrome di Down. Tra le altre attività, l'associazione ha potuto contare sul supporto dei dipendenti dell'Azienda, offerto grazie a un'iniziativa di raccolta fondi. Assieme a Trisomia 21 Onlus, sono numerose le realtà che la Salvatore Ferragamo ha ospitato, nel corso dell'anno, all'interno degli spazi aziendali per iniziative di raccolta fondi, tra le quali: l'associazione Onlus Faèdesfa, che opera a favore dei bambini affetti da patologia genetica rara, l'Associazione Italiana Sclerosi Multipla, l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro e l'Associazione Tumori Toscana.

In un'ottica di salvaguardia dei più bisognosi e di riduzione degli sprechi, a partire dal 2014 la Salvatore Ferragamo ha scelto di donare tramite l'**Associazione Banco Alimentare ONLUS** le eccedenze di cibo quotidianamente generate presso il ristorante aziendale al "CEIS - Centro di Solidarietà" di Firenze, dove è attiva una mensa sia a pranzo che a cena. L'Associazione Banco Alimentare ONLUS, che si occupa di ritirare gli alimenti e verificare il loro stato di integrità e conservazione, ha ricevuto dall'Azienda circa 1.300 primi piatti, 1.280 secondi piatti e più di 1.000 contorni.

Sempre nell'ambito delle iniziative di charity, è proseguito il sostegno della Salvatore Ferragamo alle iniziative **Charity Star e Charity Buzz**, mettendo all'asta alcuni biglietti per la sfilata di settembre. Il ricavato ottenuto dalla vendita è stato devoluto a favore di associazioni che operano nel campo della ricerca, della salute e dell'integrazione sociale. Nello specifico, Charity Star ha raccolto i fondi per l'associazione Made in Carcere, cooperativa sociale che aiuta le detenute a reinserirsi in società e promuove il riciclo e il riutilizzo dei tessuti. Charity Buzz, invece, ha raccolto i fondi per sostenere le attività di ricerca e assistenza dell'Associazione Nazionale per la Lotta contro l'AIDS (ANLAIDS).

L'impegno verso il sociale è portato avanti non solo in Italia, ma anche in tutte le altre aree in cui il Gruppo Salvatore Ferragamo opera. In Messico, il Gruppo ha donato una percentuale del ricavato della vendita di un modello in edizione limitata della borsa Boxyz, sviluppato da Paul Andrew assieme alle artiste Frida Escobedo, Luna Paiva e Milena Muzquiz, alla Fondazione Origen, che si occupa di donne e bambini, e alla Fondazione Vergel Arte in Argentina, che insegna arte ai bambini che affrontano periodi di ospedalizzazione.

A Taiwan, invece, il Gruppo dal 2018 ha avviato un'importante attività di gifting natalizi per i bambini meno fortunati che vivono in aree remote, coinvolgendo i dipendenti che hanno potuto riempire 100 scatole di scarpe Ferragamo con doni di vario genere. Inoltre, in linea con la Charity Policy del Gruppo, ulteriori donazioni sono state effettuate al fine di sostenere realtà locali, tra cui: The Trillium Health Partners Foundation in Canada, Girls supporting Girls, Champions for Charity e Leukemia & Lymphoma Society negli Stati Uniti, The Korea Breast Cancer Foundation e Arumjigi Culture Keeper Foundation in Corea, The British School of Tokyo in Giappone, The Food for Good Charity Event e Hong Kong Ballet The Nutcracker Benefit a Hong Kong, The Pearl S. Buck foundation a Taiwan.

Inoltre, anche all'estero, l'Azienda si adopera per supportare le comunità locali favorendone lo sviluppo. A novembre 2019, in occasione del Montepoleone Gala Night a Shanghai, la Salvatore Ferragamo ha ricevuto il premio **2019 Cultural & Sustainable Award**, assegnato per il contributo dell'Azienda alla crescita del distretto di Jing'An di Shanghai. Il premio è stato consegnato alle 5 aziende che hanno influito maggiormente sulla crescita del distretto in termini sociali ed economici degli ultimi anni.

Come si vince dalle molteplici attività che annualmente il Gruppo mette in atto, il supporto e lo sviluppo delle comunità locali sono obiettivi di fondamentale importanza: a testimonianza di tale impegno, si segnala che negli anni il Gruppo si è sempre adoperato al fine di limitare il rischio di generare impatti negativi, attuali o potenziali, sulla comunità.







MUSEO SALVATORE FERRAGAMO

I NUMERI DEL MUSEO SALVATORE FERRAGAMO

oltre 290

MOSTRE E PROGETTI REALIZZATI

oltre 41.000

VISITATORI PRESSO IL MUSEO FERRAGAMO  
NEL 2019

oltre 400

CONTATTI CON SCUOLE E UNIVERSITÀ

500

CONTATTI CON MUSEI E ISTITUZIONI

La testimonianza più evidente dell'impegno a favore della cultura è rappresentata dall'istituzione del Museo Salvatore Ferragamo, nato nel 1995 nella sede storica del Gruppo per volontà della Signora Wanda Miletto Ferragamo e dei sei figli. Le attività del Museo non comprendono soltanto la realizzazione di mostre temporanee e workshop per bambini, quest'ultimi in collaborazione con la Fondazione Ferragamo, ma si estendono al di là della propria sede espositiva. In particolare, il Museo Salvatore Ferragamo intende rappresentare il Gruppo mostrandone i contenuti più importanti e più significativi, ovvero tramandare la cultura all'interno del Gruppo nel rispetto dell'identità del marchio, creare il senso di appartenenza, formare e inserire la cultura dell'impresa nel territorio e nella comunità in cui opera e infine interagire con le altre istituzioni.

Ad aprile 2019 al Museo Salvatore Ferragamo è stato inaugurato **Sustainable Thinking**, un percorso narrativo che si snoda tra le pionieristiche intuizioni del Fondatore Salvatore Ferragamo nella ricerca sui materiali naturali, di riciclo e innovativi, e le più recenti sperimen-

tazioni in ambito green. Il progetto espositivo ha voluto indagare il tema cruciale della sostenibilità, attraverso un percorso artistico culturale che ne racconta evoluzioni e interpretazioni. La mostra ha ospitato opere di artisti e fashion designer internazionali che hanno presentato la propria chiave di lettura sul recupero di un rapporto più meditato con la natura e la sua profonda relazione con la tecnica, l'impiego di materie organiche e il riuso creativo, fino a sottolineare l'importanza di un impegno collettivo, di un modo di pensare consapevole e condiviso. Gli artisti, le aziende produttrici di tessuti e di filati e i fashion designer invitati hanno infatti proposto una pluralità di sguardi che, pur nella propria singolarità, si focalizzano su processi di produzione alternativi, offrendo spunti per una progettualità in grado di valorizzare la differenza, impiegare le nuove tecnologie senza subirle, declinare il locale con il globale, salvaguardare il nostro ecosistema. Nel percorso espositivo sono presentati materiali, opere e abiti recenti talvolta appositamente realizzati per l'occasione, e progetti rivolti a semplificare e articolare le molteplici e indispensabili forme di "un'etica e

di un'estetica della sostenibilità", in un format di facile comprensione alle diverse tipologie di pubblico, a cui viene offerta la possibilità non solo di conoscere ma di interagire con i temi trattati. La mostra, che ha ospitato oltre 35.400 visitatori da aprile a dicembre 2019, trae ispirazione dalla ricerca sui materiali condotta dal Fondatore Salvatore Ferragamo sin dagli anni Venti del Novecento. Tra canapa, cellofan e pelle di pesce, la mostra esplora poi le storie di materie di pregio che, giunte al termine della loro vita, vengono trasformate in prodotti di qualità, a rappresentazione concreta del concetto di economia circolare.

Avvalendosi di un comitato scientifico di specialisti, studiosi e storici dell'arte con ampia conoscenza delle tematiche legate alla sostenibilità e di curatori diversificati per le varie sedi, il progetto Sustainable Thinking ha previsto percorsi espositivi anche in altri prestigiosi siti della città: Palazzo Vecchio, sede del Comune, che rappresenta uno degli edifici artistici più importanti della città, e il Museo Novecento.

In linea con il principale messaggio trasmesso, la mostra Sustainable Thinking ha ottenuto la certificazione **ISO 20121:2012**, che definisce i requisiti di un Sistema di Gestione per l'organizzazione sostenibile degli eventi. Tra gli obiettivi del sistema di gestione vi è quello di condividere il percorso di sostenibilità della Salvatore Ferragamo nella sua interezza, ponendo particolare attenzione alle fasi di progettazione ed allestimento, alla scelta di fornitori locali, all'integrazione dei concetti di sostenibilità ambientale, recupero e riutilizzo.

La mostra è stata anticipata dal **Sustainable Thinking Symposium**, un convegno internazionale sulla sostenibilità e sul futuro della moda, tenutosi nel Salone dei Cinquecento presso Palazzo Vecchio, patrocinato dal Comune di Firenze e reso possibile grazie al supporto di Intesa Sanpaolo. Al Symposium sono intervenute personalità di spicco del mondo della moda, dell'architettura e dell'arte per portare il proprio punto di

vista e il racconto della propria esperienza legata alla sostenibilità e hanno preso parte alcune delle maggiori università e scuole di moda e di design. L'evento, moderato da Camila Raznovich, si è aperto con l'intervento del Presidente Ferruccio Ferragamo e del Sindaco di Firenze Dario Nardella, e si è concentrato sul significato della parola sostenibilità, su come stiano cambiando i modelli di business delle imprese, e su quale sia lo stato della ricerca per migliorare il nostro ambiente. Il Symposium è stato trasmesso in streaming sulla sezione CSR del sito del Gruppo e sulla pagina Facebook del Brand.

Nel 2019 si è conclusa, inoltre, presso il Museo Salvatore Ferragamo, "L'Italia a Hollywood", mostra che ha analizzato la presenza degli italiani in California nei primi decenni del Novecento e l'influenza che essi esercitarono in svariati settori: dall'architettura all'arte, dall'artigianato alla nascente industria cinematografica. Sullo sfondo del fenomeno migratorio italiano in quelle terre, che costituisce il

fil rouge di tutto il progetto, e della Hollywood che si avvia a diventare la capitale mondiale della nascente industria cinematografica, si è narrato di personaggi che già ai loro tempi erano circondati dall'aura del mito, di film epocali e di grandissimi registi. La mostra ha raccontato, inoltre, del ruolo importante che i musicisti italiani ebbero nella nascita della musica jazz, e dei moltissimi italiani che, lavorando "dietro le quinte", diedero un contributo essenziale alla creazione del mito di Hollywood. In occasione della mostra "L'Italia a Hollywood", la Fondazione Ferragamo, in collaborazione con il Museo Salvatore Ferragamo, ha ideato nuovi percorsi educativi e workshop per bambini della scuola primaria e secondaria di 1° grado e per famiglie. Grazie alla pubblicazione didattica "L'Italia a Hollywood. Ispirazione e saper fare", i giovani visitatori hanno potuto conoscere ed esplorare la California degli anni Venti in cui visse Salvatore Ferragamo tra cinema, arte e artigianato.





Il Museo collabora costantemente con numerose **istituzioni, scuole e università** presenti sul territorio italiano, offrendo in alcuni casi una riduzione del biglietto d'ingresso al Museo e organizzando visite speciali. Si segnalano in particolare le seguenti iniziative:

- rinnovata collaborazione con France Odeon, il festival di cinema francese entrato a far parte dei più importanti appuntamenti culturali del capoluogo toscano, giunto alla XI edizione. In occasione del festival, le attrici Benedetta Porcaroli e Zita Hanrot hanno ricevuto il premio "L'essenza del Talento", messo in palio dalla Ferragamo Parfums, main sponsor dell'evento;
- rinnovata collaborazione con il River to River Florence Indian Film Festival, giunto alla XIX edizione, svoltosi a dicembre 2019 presso la Sala Grande del cinema La Compagnia e Patrocinato dell'Ambasciata dell'India. River to River è il primo festival nel mondo interamente dedicato al cinema indiano e a film sull'India;
- rinnovata collaborazione con Lo schermo dell'Arte Film Festival, in occasione della sua XII edizione. Il progetto, unico nel panorama italiano dedicato alle molteplici interazioni tra cinema e arte contemporanea, ha presentato un ricco programma di film d'artista e documentari con molte anteprime italiane e mondiali;
- rinnovata collaborazione con il festival Strings City, una maratona musicale con 80 momenti di musica a corda per 50 ore in oltre 50 luoghi. Il Museo Salvatore Ferragamo, con un evento ad ingresso libero, ha offerto la possibilità ai visitatori di partecipare al concerto dell'orchestra della Toscana all'interno di una sala del museo. Al fine di offrire un'esperienza unica e, al tempo stesso far conoscere l'importante progetto espositivo Sustainable Thinking, il momento musicale è stato seguito da una visita guidata alla mostra;
- tra maggio e giugno 2019 si è

svolto il Festival dello Sviluppo Sostenibile, principale contributo italiano alla Settimana Europea dello Sviluppo Sostenibile. Per 17 giorni, si sono svolti eventi quali: convegni, seminari, workshop, mostre e spettacoli, per richiamare l'attenzione sui 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. In questa occasione il Museo Salvatore Ferragamo, in collaborazione con la Fondazione Ferragamo, ha preso parte al progetto offrendo la possibilità di visitare la mostra Sustainable Thinking a tariffa ridotta.

Anche nel 2019, sono proseguite le collaborazioni con importanti istituzioni del panorama culturale italiano, quali Museimpresa, l'associazione dei musei e degli archivi d'impresa, il Portale degli archivi della moda del Novecento, presso l'Archivio di Stato a Roma, ANAI - Associazione Nazionale Archivistica Italiana ed Europea Fashion, biblioteca digitale europea cui la Salvatore Ferragamo ha contribuito con oltre 1.000 schede di calzature storiche. Il Museo Salvatore Ferragamo fa inoltre parte di **ICOM (International Council of Museums)**, la più importante e prestigiosa organizzazione internazionale dei musei e dei professionisti museali.

Come membro dell'associazione Italiana Archivi e Musei D'impresa, il Museo Salvatore Ferragamo ha partecipato alla Settimana della Cultura d'Impresa, la rassegna di eventi promossa da Confindustria che, con incontri, workshop, proiezioni cinematografiche e visite guidate, hanno raccontato ai visitatori l'immenso patrimonio culturale custodito all'interno dei musei e degli archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane. Il tema: "A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile". In questo scenario stimolante e culturalmente vasto, il Museo ha messo a disposizione, per quattro giorni, visite guidate a titolo gratuito per

adulti e bambini. Inoltre, nel 2019 il Museo Salvatore Ferragamo è stato inserito sulla piattaforma Google About in qualità di caso italiano di successo: la presenza sulla piattaforma internazionale Google Arts & Culture ha determinato un incremento della presenza di giovani nelle sale del Museo permettendo la visita virtuale del percorso espositivo in mostra.



## FONDAZIONE FERRAGAMO

### I NUMERI DELLA FONDAZIONE FERRAGAMO

≈ 30.000

PEZZI E MODELLI CATALOGATI  
NELL'ARCHIVIO STORICO

8

SCUOLE NAZIONALI E INTERNAZIONALI  
COINVOLTE NEL PROGETTO YOUNG TALENTS  
NEL 2019

≈ 600

ADULTI IN WORKSHOP NEL 2019

oltre 6.700

BAMBINI IN WORKSHOP  
DAL 2013 AL 2019

La Fondazione Ferragamo è stata istituita a Firenze il 15 marzo 2013 per volontà della Famiglia Ferragamo, allo scopo di promuovere i valori dell'artigianato e del Made in Italy e di investire nell'istruzione e nella formazione di coloro che intendono operare nel mondo della moda, del design e delle forme più alte e artistiche di artigianato italiano, in linea con i valori e i canoni stilistici concepiti ed espressi nel lavoro di Salvatore Ferragamo. La Fondazione intende, in particolare, promuovere la conoscenza e la memoria dell'opera e della personalità di Salvatore Ferragamo al fine della loro valorizzazione e diffusione e di far conoscere al pubblico di tutto il mondo le qualità artistiche di Salvatore Ferragamo e il ruolo che ha ricoperto nella storia non solo della calzatura, ma anche della moda internazionale.

Per raggiungere tali obiettivi, la Fondazione intende tutelare e valorizzare l'**Archivio Storico Ferragamo**, che comprende capi di abbigliamento, accessori, documenti e materiale fotografico, organizzando corsi formativi nell'ambito della moda, istituendo premi e borse di studio e collaborando con il Museo Salvatore Ferragamo. La Fondazione organizza periodicamente

conferenze e incontri diretti al pubblico fiorentino e non, laboratori didattici per i bambini e iniziative di vario genere indirizzate ai giovani, beneficiari principali di un'istituzione che vede nella trasmissione del saper fare e nell'educazione alla sperimentazione contemporanea uno dei suoi principali obiettivi.

La Fondazione Ferragamo è all'avanguardia nella gestione e tutela del materiale d'archivio, composto da fondi eterogenei che si implementano ogni giorno. L'Archivio permette di salvaguardare e conferire valore al patrimonio storico-artistico del Gruppo Salvatore Ferragamo, che rappresenta la memoria di un'intera cultura industriale, sociale e culturale. Esso costituisce una continua fonte di ispirazione nel totale rispetto dell'identità del Brand, perché ne custodisce la storia e ne influenza la comunicazione e l'attività dei designer e dei responsabili marketing impegnati nello sviluppo di nuovi prodotti. L'organizzazione, l'elaborazione e la condivisione delle informazioni è resa possibile grazie all'utilizzo del software di catalogazione Samira, in grado di rispondere alle più diverse esigenze di gestione e divulgazione di archivi e musei. A conferma della sua efficienza e della

sua funzionalità, il sistema di catalogazione utilizzato nell'Archivio Storico è stato preso come case history per il progetto del Portale degli Archivi della Moda del Novecento e per il portale di Europea Fashion.

Nel 2019 è stato portato a termine il trasferimento di tutto l'Archivio Storico del Gruppo, dedicato a Fiamma Ferragamo di San Giuliano, in uno spazio presso la sede di Osmannoro, a Firenze. La riunificazione fisica dei diversi fondi in un'unica sede ha permesso il miglioramento della sicurezza del patrimonio culturale in termini di conservazione, salvaguardia e controllo. L'istituzione di un vero e proprio spazio di consultazione consente, inoltre, di valorizzare e divulgare in maniera più efficace i contenuti dell'archivio e facilita il processo di ricerca.

Nel 2019 il lavoro, iniziato nel 2017, di gestione, scarto e digitalizzazione sulla rassegna stampa storica del Gruppo, si è concentrato sulla digitalizzazione degli articoli con citazione "Ferragamo". In tutto, sono 5.134 gli articoli digitalizzati nel corso dell'anno. Inoltre, grazie al processo di catalogazione massiva, sviluppato in collaborazione





con la Funzione Sistemi Informativi e dei fornitori esterni specializzati, è stata caricata sul software la rassegna stampa dell'anno e quella risalente all'arco temporale 2003-2018, permettendo così la catalogazione di 112.590 articoli. L'interfaccia creata permetterà di archiviare e acquisire file digitali di rassegna stampa per tutti gli anni a venire, consentendo un grande risparmio in termini di gestione spazi e materiale fisico. Dall'ingente numero di riviste iniziali sono state conservate quelle storiche e quelle di particolare interesse per l'Azienda. Delle restanti, sono state effettuate periodiche donazioni alla Biblioteca del Polimoda e dell'Istituto Marangoni di Firenze, che hanno raccolto circa 600 riviste.

Istruzione e formazione sono alcuni obiettivi fondamentali attorno ai quali la Fondazione pianifica il proprio operato. Tra le altre attività, la Fondazione Ferragamo organizza i "Laboratori di idee e creatività", workshop didattici incentrati sull'artigianalità e il mondo della moda e del design, destinati a bambini, adolescenti e adulti. In occasione di festività o eventi legati al mondo dell'infanzia, sono organizzate, presso il Museo, attività didattiche o visite guidate per tutta la famiglia, finalizzate a far collaborare adulti e bambini. La Fondazione persegue, inoltre, lo sviluppo del progetto "Musei da favola", un programma iniziato nel 2013 in collaborazione con il Dipartimento Scuola e Giovani delle Gallerie degli Uffizi, che prevede itinerari didattici in lingua italiana e inglese pensati per le famiglie e volti alla scoperta dei principali complessi museali e mete culturali fiorentine, tra cui il Museo Salvatore Ferragamo.

In ottica di supporto alle scuole fiorentine, dal 2017 la Fondazione ha intrapreso il progetto ministeriale dell'Alternanza Scuola-Lavoro, impegnandosi ad ospitare studenti delle scuole secondarie di II° grado,

che hanno avuto la possibilità di conoscere dall'interno la gestione di un archivio aziendale e di contribuire alla sua implementazione. Nel 2019 sono state attivate due convenzioni denominate "Archivio d'impresa" con istituti superiori fiorentini: con il Liceo Classico Michelangiolo, i cui studenti si sono dedicati all'archiviazione e al ricondizionamento del materiale fotografico, cartaceo e digitale, relativo ai cataloghi, alle sfilate e alle campagne pubblicitarie degli anni 1990-1993, e con l'Istituto Benvenuto Cellini, indirizzo tessile e moda, i cui studenti hanno contribuito all'implementazione analitica delle schede di catalogazione di una parte dell'archivio abbigliamento.

La Fondazione Ferragamo, dal 2016, ospita il seminario biennale di catalogazione organizzato in collaborazione con la Scuola di Archivistica, Paleografia e Diplomatica «Anna Maria Enriques Agnoletti» dell'Archivio di Stato di Firenze. Gli studenti si stanno occupando del riordino e della schedatura analitica dei Libri Decorativi, ovvero album di campionario disegni e motivi decorativi, usati storicamente in azienda come ispirazione per la creazione degli accessori in seta.

La Fondazione, in collaborazione con il Museo Salvatore Ferragamo, ha partecipato ad aprile 2019 al grande evento "Firenze dei Bambini. Come Leonardo": tre giorni di eventi speciali, promossi dal Comune di Firenze in collaborazione con MUSE. Per l'occasione, la Fondazione Ferragamo ha ideato il format Sustainable Genius, proponendo 6 workshop collegati alla mostra Sustainable Thinking e dedicati alla creatività sostenibile. Bambini e ragazzi hanno realizzato originali opere d'arte utilizzando plastiche e altri materiali di riciclo, hanno imparato il funzionamento di un telaio e realizzato un tessuto grazie a scarti di lavorazione industriale. Inoltre, hanno potuto riflettere e confrontarsi con coe-

anei ed educatori su tematiche di sostenibilità ambientale e sociale, importanti per il loro futuro e per quello del pianeta.

Per il quinto anno consecutivo, la Fondazione ha collaborato al concorso "Blogs & Crafts" per giovani artigiani e blogger, promosso dalla manifestazione fiorentina "Artigianato e Palazzo" e giunto nel 2019 alla sua sesta edizione. L'iniziativa sostiene le nuove generazioni di artigiani e ne aumenta la visibilità sul web e sui social media, per un connubio produttivo tra "saper fare" e "saper comunicare". A maggio 2019, una selezione di 10 artigiani under 35 ha esposto gratuitamente i propri prodotti in un'area dedicata nella suggestiva cornice del Giardino Corsini a Firenze, in occasione della XXV edizione di "Artigianato e Palazzo". I dieci giovani talenti selezionati dal concorso sono stati inoltre invitati a visitare il Museo e l'Archivio Storico dell'Azienda.

Nel corso del 2019 la Fondazione Ferragamo ha collaborato con il Museo Salvatore Ferragamo e con l'Azienda alla realizzazione di numerosi progetti legati alla mostra Sustainable Thinking.

Primo fra tutti il progetto "Young Talents For Sustainable Thinking": un contest rivolto a otto scuole di moda nazionali e internazionali sul tema della sostenibilità e del riciclo. Le scuole chiamate a prendere parte al progetto sono state: Aalto University di Helsinki, Accademia Costume & Moda di Roma, Cocconogacco di Tokyo, IED di Milano, London College of Fashion di Londra, Parsons School of Fashion di New York, Polimoda di Firenze, Donghua University di Shanghai. Gli studenti sono stati invitati alla realizzazione di progetti sul tema della sostenibilità e del riciclo utilizzando materiali, altrimenti destinati alla distruzione, che la Salvatore Ferragamo ha donato alle singole scuole. Tali materiali sono stati integrati con altri di riciclo, in un'otti-

ca di creatività circolare. Ciascun partecipante ha realizzato un prodotto tra una scarpa, una borsa e un capo di abbigliamento da donna, seguendo i criteri del brief dettato da Paul Andrew, Direttore Creativo della Salvatore Ferragamo. Il brief ha richiesto l'utilizzo della tecnica del patchwork, che permette di esprimere liberamente la creatività e risponde ai criteri di sostenibilità nella moda in quanto consente di dare nuova vita a materiali di scarto, che sarebbero altrimenti distrutti. Rappresenta, inoltre, uno dei codici stilistici di Salvatore Ferragamo che, sin dagli anni Venti del Novecento, creò tonde patchwork affascinanti dalle possibilità di combinare all'infinito colori e materiali diversi. I modelli proposti sono stati oggetto di valutazione da una giuria composta da James Ferragamo e Paul Andrew, rispettivamente Vicepresidente e Direttore Creativo della Salvatore Ferragamo, e da giornalisti di moda, influencer ed esperti di nuove tendenze. Gli elaborati finali sono stati esposti in una mostra temporanea che ha avuto luogo presso Pitti Filati, prestigiosa manifestazione organizzata a Firenze a giugno 2019. Alla studentessa vincitrice è stata offerta l'opportunità di svolgere un internship presso i reparti creativi dell'Azienda.

Sempre in occasione della mostra Sustainable Thinking, in collaborazione con il Museo Salvatore Ferragamo, la Fondazione Ferragamo ha ideato nuovi percorsi educativi e workshop per bambini della scuola primaria e secondaria di 1° grado e per famiglie. Grazie alla pubblicazione didattica "Sustainable Thinking. Pensare sostenibile per cambiare il mondo", i giovani visitatori sono stati invitati ad esplorare il mondo della sostenibilità attraverso il linguaggio dell'arte e della moda, affrontando tematiche legate all'ambiente e alla società, interagendo con diverse tipologie di materiali e riflettendo sul futuro del pianeta grazie alle opere

di artisti e designer internazionali. Quest'anno, per la prima volta, la pubblicazione è stata resa disponibile anche in lingua inglese. Il percorso è stato inserito dal Comune di Firenze, come progetto della Fondazione Ferragamo, nel calendario di "Le Chiavi della Città", per l'anno scolastico 2019-2020 e tra le proposte di FAMU, Giornata Nazionale delle Famiglie al Museo, tenutasi il 13 ottobre 2019.

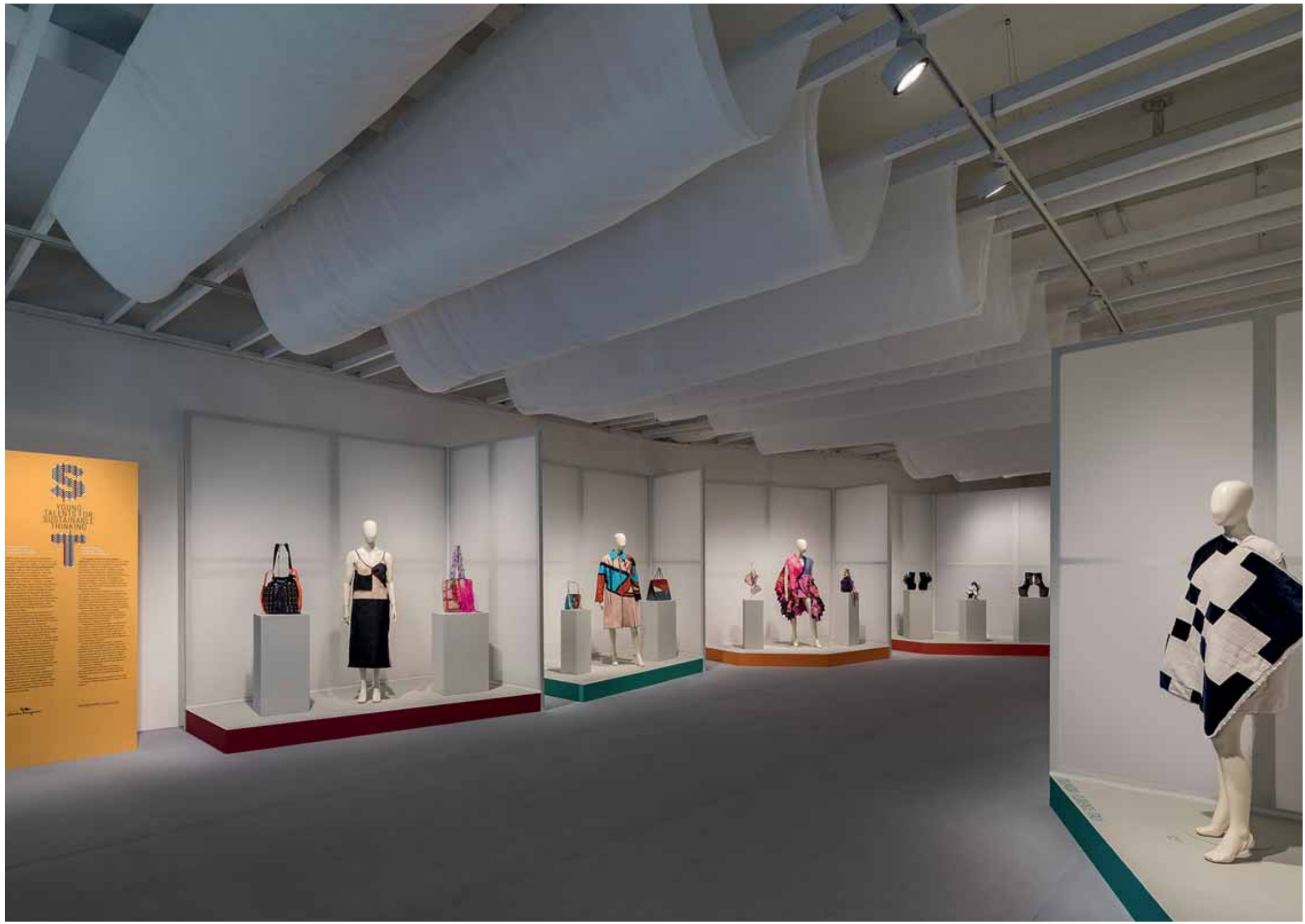
Infine, nell'ambito delle attività di partenariato e di esperienze formative dell'Alternanza Scuola-Lavoro, nel 2019, la Fondazione ha realizzato un progetto con il Liceo Classico Michelangiolo di Firenze, legato alla mostra Sustainable Thinking, che ha affrontato tematiche quali sostenibilità, difesa dell'ambiente, responsabilità sociale nel campo della moda e non, presentate dal punto di vista di giovani liceali. Gli studenti, dopo aver preso parte ad un corso formativo, hanno elaborato e recitato brevi testi che esprimessero liberamente le loro riflessioni sul tema. In tale occasione è stato redatto il video "Sustainable Thinking secondo i giovani", a cura del videomaker Rocco Gurrieri, che è stato poi inserito a conclusione del percorso della mostra del Museo Salvatore Ferragamo.

Le attività promosse dalla Fondazione sono anche rivolte ai dipendenti dell'Azienda e alle loro famiglie. Nel corso del 2019, in collaborazione con il team Sostenibilità, sono stati organizzati quattro appuntamenti specifici rivolti ai figli dei dipendenti della Salvatore Ferragamo, che hanno potuto conoscere più da vicino l'ambiente di lavoro dei propri genitori e apprendere i valori che caratterizzano la storia del Brand.

Inoltre, la Fondazione Ferragamo organizza giornate di induction dedicate ai nuovi assunti e ai reparti creativi del Gruppo, nelle quali viene presentato il Brand Heritage

della Salvatore Ferragamo. Data l'alta valenza formativa dell'attività, è stato creato un format strutturato in modo da poter essere utilizzato in tutte le presentazioni generali per i nuovi assunti e implementato con approfondimenti ad hoc in base alle aree di interesse dei destinatari. Dopo una presentazione dedicata al Brand Heritage, a cura del Direttore del Museo e della Fondazione, è prevista una visita guidata della mostra in corso al Museo Salvatore Ferragamo e una visita alla Fondazione e all'Archivio Storico.

Infine, dal 2016 la Fondazione collabora con la Salvatore Ferragamo nel progetto di riqualificazione, decorazione e abbellimento degli spazi aziendali attraverso la selezione di materiali di allestimento già esistenti e l'ideazione di nuovi, e attraverso la valutazione degli spazi e la redazione di progetti ad hoc.







## TUTELA AMBIENTALE

---

Consumi responsabili  
Monitoraggio delle emissioni  
Iniziative green

“La maison Ferragamo compie un passo strategico sulla strada della sostenibilità ambientale, e lo fa mettendo in campo una varietà di progetti culturali, artistici e industriali”.

Il Sole 24 ore - Moda 24

# TUTELA AMBIENTALE

La Salvatore Ferragamo da sempre pone al centro delle proprie politiche di sviluppo il tema della sostenibilità. Al fine di tutelare l'ambiente, il Gruppo persegue l'obiettivo di contribuire in modo positivo alla sua protezione e salvaguardia, attraverso lo sviluppo di strategie e iniziative volte a favorire la minimizzazione degli impatti ambientali connessi allo svolgimento delle attività aziendali.

Nel 2019, la Salvatore Ferragamo ha ottenuto la certificazione ISO 14001:2015, che definisce un Sistema di Gestione Ambientale, per tutte le sedi e gli store italiani. Nella Politica Ambientale, legata all'ottenimento della certificazione, l'Azienda identifica il rispetto verso l'ambiente come una variabile fondamentale nelle proprie strategie di crescita. Per questo, il Gruppo, come impegno primario, mette a disposizione risorse umane, strumentali, ed economiche, necessarie al raggiungimento degli obiettivi di miglioramento in materia ambientale.

L'impegno assunto con l'ottenimento della certificazione ISO 14001 si somma ai molteplici Sistemi di Gestione, legati al monitoraggio delle emissioni e a un uso responsabile delle risorse energetiche, che l'Azienda ha adottato negli anni. Nel 2019 la Salvatore Ferragamo ha esteso la certificazione ISO 14064:2012 a tutti gli store italiani, dopo il conseguimento negli anni precedenti per le sedi italiane e per il Museo Salvatore Ferragamo. Inoltre, nel 2019, è stata mantenuta la certificazione ISO 50001:2011 per il sito di Osmannoro.

Con l'adozione nel 2017 della Group Sustainability Policy, che definisce l'impegno a favore dell'ambiente e degli ecosistemi, il Gruppo ha formalizzato la volontà di operare al fine di ridurre i consumi di materiali quali carta e plastica, favorendo l'utilizzo di fonti alternative certificate e tracciabili, e di monitorare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse energetiche ed idriche, misurando e valutando le emissioni di gas serra, in ottica di riduzione degli impatti ambientali.

Per la Salvatore Ferragamo la tutela ambientale si traduce, inoltre, nella promozione di iniziative di mobilità sostenibile a favore dei propri dipendenti e nell'attenzione ai consumi e agli impatti dell'area retail, per un miglioramento continuo dei livelli di eco-efficienza.



I TRAGUARDI DEL GRUPPO - 2019

## OLTRE 3.200

PANNELLI FOTOVOLTAICI ATTIVATI SUL NUOVO POLO LOGISTICO

## LEED PLATINUM

CERTIFICAZIONE SULLA PROGETTAZIONE SOSTENIBILE OTTENUTA PER IL NUOVO POLO LOGISTICO

## ≈ 8.000 MQ

DEDICATI A UNA NUOVA AREA VERDE NEL SITO DI OSMANNORO

## ISO 14001

CERTIFICAZIONE SUL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE OTTENUTA PER TUTTE LE SEDI E GLI STORE ITALIANI

## ISO 14064

CERTIFICAZIONE SUL MONITORAGGIO DELLE EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA ESTESA A TUTTI GLI STORE ITALIANI

## ISO 20121

CERTIFICAZIONE SULLA GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI OTTENUTA PER LA MOSTRA SUSTAINABLE THINKING



## CONSUMI RESPONSABILI<sup>3</sup>

In un'ottica di tutela ambientale, il Gruppo Salvatore Ferragamo pone particolare attenzione ai propri consumi, promuovendo numerose iniziative di efficientamento. Nel corso del 2019, la Salvatore Ferragamo ha redatto le Management System Guidelines - HSE & Energy, con l'obiettivo di diffondere in tutto il Gruppo una forte consapevolezza dal punto di vista di salute e sicurezza, salvaguardia ambientale ed efficientamento energetico. Tali standard e principi, che definiscono anche ruoli e responsabilità dei principali stakeholder coinvolti, verranno condivisi nel 2020 con tutte le Region estere.

Nel 2019, i consumi di gas naturale del Gruppo Salvatore Ferragamo sono stati di 14.640 GJ. Il consumo di energia elettrica si è attestato invece a 113.898 GJ. Relativamente ai consumi di combustibili non rinnovabili, gasolio e benzina, questi si sono attestati a 10.682 GJ nel 2019. Per quanto riguarda il perimetro italiano, il **100% dell'energia utilizzata proviene da fonti rinnovabili** grazie all'acquisto di energia certificata tramite garanzia d'origine. L'impianto solare presso la sede di Osmannoro, nel 2019 ha visto l'installazione di altri campi fotovoltaici che hanno aumentato la potenza installata complessiva a 1.307 kWp: grazie ai pannelli fotovoltaici, l'energia elettrica autoprodotta dall'Azienda è pari a 1.673 GJ, ossia circa il 6% dei consumi totali della Capogruppo. In un'ottica di efficienza energetica particolare rilevanza assume la presenza in più edifici presso Osmannoro di un sistema di gestione computerizzato, il **Building Management System (BMS)**, che consente il controllo e il monitoraggio degli impianti meccanici ed elettrici, quali ad esempio il microclima e l'illuminazione, in funzione della quantità di luce naturale proveniente dall'esterno. Al fine di migliorare il comfort microclimatico in tutti gli ambienti di lavoro,

assicurando il benessere termico e la riduzione dell'utilizzo delle fonti combustibili e delle emissioni di CO<sub>2</sub>, è stata adottata una procedura operativa di gestione delle temperature all'interno degli ambienti di lavoro del sito di Osmannoro. Rispettando i parametri indicati all'interno della procedura in un anno è possibile ottenere una riduzione di 34 tonnellate di CO<sub>2</sub>. La procedura, inerente la gestione delle temperature sia nella stagione invernale che estiva, si colloca tra le iniziative implementate dall'Azienda in ottica di efficientamento energetico e rispetto degli standard di sostenibilità ambientale, a questa si aggiunge la presenza di multimetri presso lo stabilimento di Osmannoro al fine di monitorare costantemente i consumi.

Il Gruppo promuove l'utilizzo responsabile e consapevole dell'acqua, destinata principalmente all'utilizzo igienico-sanitario da parte dei dipendenti. Nel corso del 2019 i consumi di acqua relativamente ai soli uffici del Gruppo sono stati pari a 47.453 m<sup>3</sup> (di cui il 51,8% da acquedotto e il 48,2% da acque di superficie)<sup>4</sup>.

Inoltre, il Gruppo si impegna a favore della riduzione della produzione di rifiuti derivanti dallo svolgimento delle proprie attività, e sensibilizza i propri dipendenti alla corretta gestione e smaltimento dei rifiuti, promuovendo il riutilizzo e il recupero dei materiali, nonché la minimizzazione degli scarti. La produzione di rifiuti nel 2019 si è attestata a 1.386 tonnellate (di cui il 99,6% di rifiuti non pericolosi e il restante 0,4% di rifiuti pericolosi)<sup>5</sup>. Dei rifiuti prodotti nel corso dell'anno, il 10,4% è stato riciclato e il 46,3% è stato riutilizzato, lo 0,2% è stato incenerito, il 40,7% è stato trattato nelle discariche e il restante 2,4% attraverso altri metodi di smaltimento.

L'Azienda è attiva anche nella formazione e responsabilizzazione

dei propri dipendenti e, nel 2019, ha diffuso internamente un video con l'obiettivo di sensibilizzare le proprie persone al tema del contenimento dei consumi, fornendo dei consigli di buone pratiche in ambito di smaltimento dei rifiuti, risparmio energetico e riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>. Inoltre, presso il sito di Osmannoro è stata rinnovata la modalità di raccolta dei rifiuti, con l'installazione di nuovi contenitori e nuove etichette identificative.

## I NUMERI DEL GRUPPO SALVATORE FERRAGAMO

	2019	2018
CONSUMI DI GAS NATURALE (GJ) <sup>6</sup>	14.640	10.787
CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA (GJ) <sup>7</sup>	113.898	108.511
CONSUMI DI COMBUSTIBILI NON RINNOVABILI (GJ)	10.682	9.058
CONSUMI ENERGETICI TOTALI (GJ)	139.220	128.356

<sup>3</sup> Sulla base della loro reperibilità e materialità, i dati 2018 e 2019 presentano le seguenti limitazioni:

- per i consumi energetici, sulla base del perimetro considerato, pari a circa 3.000 headcount sia nel 2018 che nel 2019;
  - i consumi di gas naturale coprono, per il 2018 e il 2019, rispettivamente l'83% e l'81% del perimetro considerato;
  - i consumi di energia elettrica coprono, per il 2018 e il 2019, rispettivamente il 91% e il 92% del perimetro considerato;
  - i consumi di combustibili non rinnovabili coprono, per il 2018 e il 2019, rispettivamente l'83% e l'81% del perimetro considerato.
- per i consumi idrici e per la produzione di rifiuti, sulla base del perimetro considerato ed esplicitato all'interno della sezione "Metodologia", pari a circa 1.300 headcount sia nel 2018 che nel 2019;
- i consumi idrici coprono, per il 2018 e il 2019, rispettivamente l'80% e l'81% del perimetro considerato;
  - la produzione di rifiuti copre, per il 2018 e il 2019, rispettivamente il 77% e il 79% del perimetro considerato.

I dati 2018 e 2019 sono ottenuti direttamente dalle società che si occupano dello smaltimento dei rifiuti.

<sup>4</sup> I consumi idrici nel 2018, sono stati pari a 39.544 m<sup>3</sup> (di cui il 56% da acquedotto, il 2% da falda e il 42% da acque di superficie).

<sup>5</sup> La produzione di rifiuti nel 2018, si attestava a 1.051 tonnellate (di cui il 99,4% di rifiuti non pericolosi e il restante 0,6% di rifiuti pericolosi). Di questi, l'8,6% è stato riciclato, lo 0,2% è stato incenerito, il 22,2% è stato trattato nelle discariche e il restante 69% attraverso altri metodi di smaltimento.

<sup>6</sup> L'aumento dei consumi di gas naturale registrati nel 2019 è imputabile al normale svolgimento delle attività di business.

<sup>7</sup> L'aumento dei consumi di energia elettrica registrati nel 2019 è imputabile al affinamento del processo di raccolta dei dati e alle relative metodologie di stima.

Per alcuni store del Gruppo, i dati relativi ai consumi riportati nel presente capitolo risultano di difficile reperibilità in considerazione dell'ubicazione degli store, della natura delle loro attività e della gestione non diretta di tali tipologie di dati. Infine, alcuni dati possono essere frutto di stima o calcolo.



Il Gruppo Salvatore Ferragamo, in linea con la gestione responsabile del proprio business, si impegna fortemente nella riduzione dei consumi di materiali quali carta e plastica. In merito al packaging in carta per le attività retail, il Gruppo Salvatore Ferragamo predilige la carta certificata **Forest Stewardship Council (FSC)** che attesta la corretta gestione forestale e la tracciabilità dei prodotti derivati. Il logo FSC garantisce che il prodotto sia stato realizzato con materie prime derivanti da foreste gestite secondo i principi di sostenibilità. L'iconico packaging rosso, oltre ad essere Made in Italy e completamente riciclabile e biodegradabile è anche **post-consumer**, ovvero composto fino al 40% da fibre riciclate e per la restante parte da cellulosa ECF (Elementary Chlorine Free), trattata con processi ecologici. Queste caratteristiche permettono di contrassegnare con i relativi simboli il packaging Corporate, Outlet e le shopping bag Museo.

Nel 2019, il Gruppo ha rafforzato l'utilizzo della carta FSC e post-consumer e si è impegnata, all'interno del proprio Piano di Sostenibilità, ad estendere l'utilizzo di tale carta anche ad altre categorie merceologiche.

Nel 2019, per il packaging e il materiale stampato della capsule collection "Gilio" della linea Ferragamo's Creations, è stata utilizzata una carta realizzata con sottopro-

dotti di lavorazioni agro-industriali quali residui di agrumi, uva, ciliegie, lavanda, mais, olive, caffè, nocciole e mandorle, che, salvati dalla discarica, vanno a sostituire fino al 15% della cellulosa proveniente da albero. Tale carta, inoltre, è FSC, riciclabile, compostabile al 100% e prodotta con il 100% di energia verde autoprodotta.

I sacchetti utilizzati per i prodotti quali calzature, borse e accessori, così come la maggior parte dei copri abiti utilizzati per l'abbigliamento, sono Made in Italy, realizzati in tessuto 100% cotone. Inoltre, l'Azienda ha intrapreso un processo di valutazione di alcuni materiali sostenibili, nell'ottica di sostituire i materiali a maggior impatto ambientale attualmente impiegati nel packaging quali la plastica. A questo proposito, a seguito dell'uscita della Direttiva Europea "Single use Plastics", che ha come scopo quello di prevenire e ridurre l'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente e promuovere la transizione verso un'economia circolare, l'Azienda ha condotto un assessment sull'utilizzo della plastica monouso in azienda, con l'obiettivo di mappare i quantitativi di plastica monouso e individuare soluzioni concrete per eliminarne e/o diminuirne il consumo. La mappatura ha previsto sopralluoghi fisici nelle sedi e nei negozi, e, come output, la redazione di linee guida per sostituire la plastica monouso per ogni tipologia individuata.

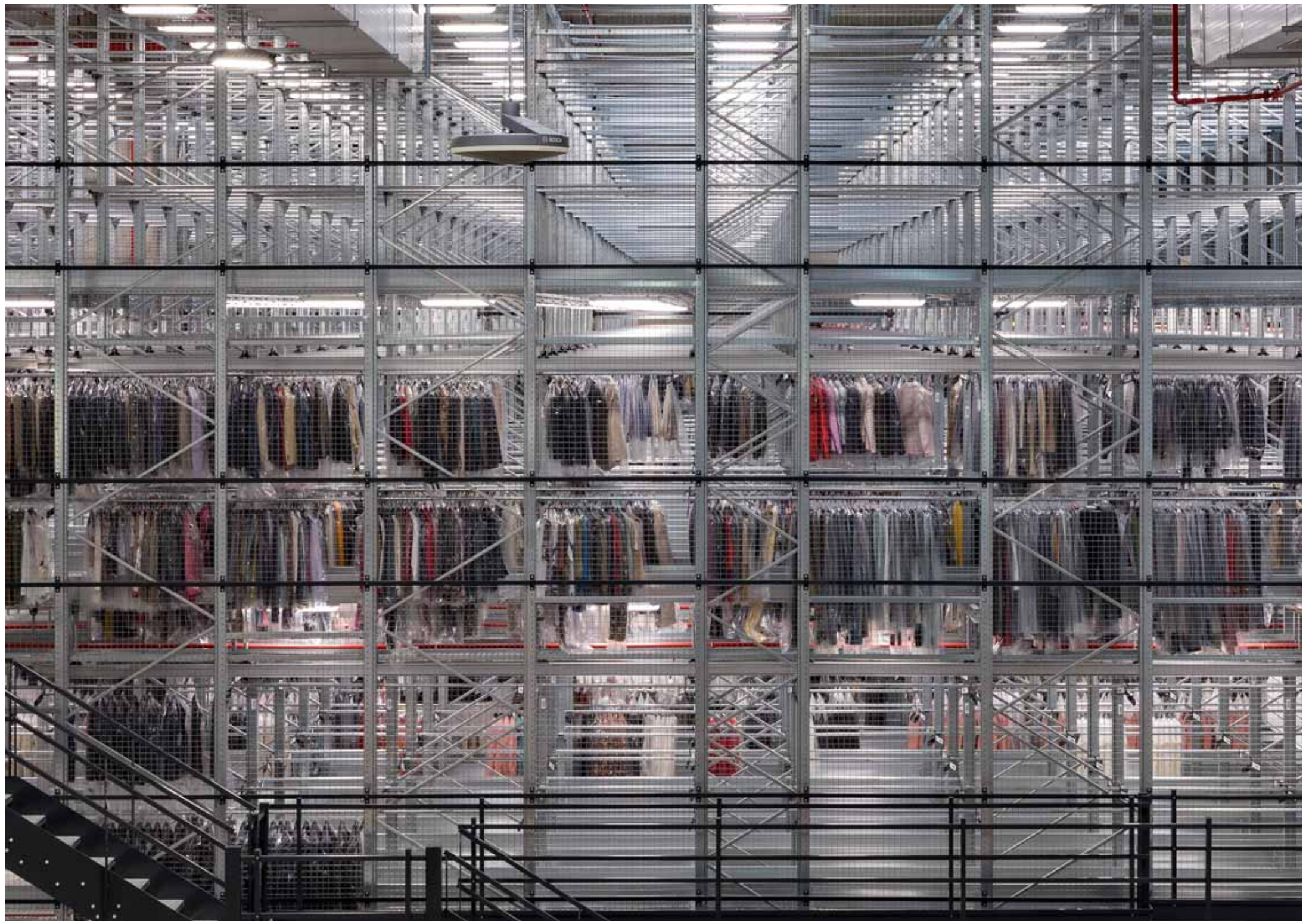
Nella selezione dei propri fornitori per il packaging, la Salvatore Ferragamo pone particolare attenzione non solo alla provenienza locale, principale garanzia del Made in Italy, ma anche al possesso di importanti certificazioni, quali ad esempio ISO 9001, ISO 14001, SA8000, OHSAS 18001, GOTS, OEKO-TEX e BCI.

Inoltre, per quanto concerne il packaging di alcune spedizioni eCommerce, l'Azienda utilizza un riempitivo a bolle d'aria realizzato con fonti vegetali rinnovabili, che può essere smaltito come residuo organico nella raccolta differenziata insieme agli scarti alimentari di origine animale e vegetale, in quanto compostabile e biodegradabile.

In merito agli strumenti che non rientrano nel packaging, quali cataloghi, inviti, leaflet, stationery e stampati in genere, il Gruppo sta ponendo sempre maggiore attenzione affinché vengano realizzati con carte certificate FSC, inchiodi e lavorazioni che non abbiano impatti nocivi sull'ambiente, e ha inserito tale obiettivo all'interno del proprio Piano di Sostenibilità. Infine, in modo da ridurre ulteriormente l'utilizzo dei supporti cartacei, nel 2019 è stata avviata l'adozione della procedura informatica di conservazione sostitutiva per la riduzione degli archivi cartacei.

CONSUMO DI MATERIALI (Kg)	2019	2018
CARTA A3	3.350	2.725
CARTA A4	27.818	32.980
BUSTE PORTA INDUMENTI IN PLASTICA	3.819	5.078
COPRIABITI IN NYLON	1.057	3.218
COPRIABITI IN COTONE	16.455	2.326







## MONITORAGGIO DELLE EMISSIONI<sup>9</sup>

CARBON FOOTPRINT	2019	2018
SCOPE 1 - Emissioni dirette (t CO <sub>2</sub> eq)	1.308	1.034
SCOPE 2 - Emissioni indirette associate alla generazione dell'energia elettrica (t CO <sub>2</sub> ) (location based)	13.268	12.517
SCOPE 3 - Emissioni indirette attribuibili al prodotto (t CO <sub>2</sub> eq)	41.250	n.d.
SCOPE 3 - Emissioni indirette non attribuibili al prodotto e, in particolare, legate ai viaggi di lavoro (t CO <sub>2</sub> eq)	3.498	2.832

La sottoscrizione del Fashion Pact, avvenuta nell'agosto 2019, ha ulteriormente rafforzato l'impegno assunto dal Gruppo verso la riduzione dell'impatto ambientale in termini di cambiamento climatico. L'abbattimento e la compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> rientrano dunque nelle priorità che il Gruppo ha definito all'interno del proprio Piano di Sostenibilità.

La riduzione delle emissioni di gas a effetto serra e il calcolo della carbon footprint ricoprono un ruolo centrale nell'impegno del Gruppo verso la tutela ambientale. In questo contesto, nel 2019, è stato avviato un progetto relativo al calcolo delle emissioni attribuibili alla categoria "Logistica" dello Scope 3. Sono stati calcolati il numero di

spostamenti, il peso trasportato e la distanza percorsa della quasi totalità<sup>9</sup> delle spedizioni upstream e downstream del Gruppo. Nello specifico, per la fase upstream, sono state raccolte le informazioni relative allo spostamento dai fornitori delle materie prime verso il Magazzino Materie Prime di Osmannoro, dal Magazzino Materie Prime verso i lavoranti e da questi ultimi verso il Magazzino Prodotti Finiti di Osmannoro. Per quanto riguarda la fase downstream, la raccolta delle informazioni ha interessato gli spostamenti dal Magazzino Prodotti Finiti di Osmannoro verso i customer/store europei e verso altri magazzini/customer/store nel mondo e le spedizioni dai Magazzini Locali (extra UE) verso customer/store nel mondo. Le emissioni

GHG totali afferenti alla logistica del Gruppo sono risultate pari a 41.250 tonnellate CO<sub>2</sub> eq.

Al fine di facilitare lo sviluppo e l'attuazione di piani di gestione dei gas a effetto serra da parte dell'organizzazione stessa, nel 2019 la Salvatore Ferragamo ha esteso la certificazione ISO 14064:2012 agli store italiani. La certificazione, già ottenuta nel 2018 per lo stabilimento di Osmannoro e gli Uffici di Milano, nel 2017 per Palazzo Spini Feroni e a maggio 2016 per il Museo Salvatore Ferragamo, primo museo aziendale green d'Italia, ha lo scopo di quantificare le emissioni di gas a effetto serra connesse alle attività svolte. L'ottenimento della certificazione ISO 14064, come specificato all'interno della

relativa Politica, consente di attestare le migliori pratiche internazionali nella gestione, conteggio e verifica di dati e informazioni riferiti alle emissioni di gas serra, e la sua estensione a tutte le sedi italiane del Gruppo ha rappresentato un importante avanzamento nel percorso di continuo miglioramento verso standard di sostenibilità sempre più alti.

Dal 2017, a testimonianza dell'impegno adottato nella riduzione degli impatti ambientali, la Salvatore Ferragamo partecipa volontariamente al **Carbon Disclosure Project (CDP)**, per la rendicontazione delle emissioni di CO<sub>2</sub>. Il CDP nasce con l'obiettivo di favorire la trasparenza relativa alle emissioni di aziende, città, stati e regioni e permettere a chiunque di informarsi sugli impatti ambientali emessi da ciascuno di questi enti. L'assessment è stato completato per la sezione "Climate Change" tramite un questionario dettagliato relativo a emissioni e consumi. La Salvatore Ferragamo ha ottenuto, anche nel 2019, lo score B, punteggio che risulta più alto della media generale del settore apparel design e più alto rispetto alla media generale. In tale ottica, l'Azienda si sta impegnando nello sviluppo di nuove iniziative che possano ulteriormente migliorare la performance in termini di trasparenza e rendicontazione.

La riduzione dell'impatto ambientale e delle emissioni di CO<sub>2</sub> rilasciate in atmosfera è centrale anche all'interno della **Politica Ambientale** formalizzata dalla Salvatore Ferragamo S.p.A., in linea con le richieste del Sistema di Gestione Ambientale **ISO 14001:2015**, adottato per tutte le sedi Italia e gli store. La politica prevede, infatti, un intervento da parte dell'Azienda sui propri processi e prodotti per tenere sotto controllo le emissioni in atmosfera, al fine di individuare e tenere sotto monitoraggio gli indicatori ambientali.

Nel corso dell'anno la Salvatore Ferragamo ha portato avanti numerose iniziative in ottica di riduzione dell'impatto ambientale. Nel 2019 è stato prorogato l'accordo con UPS per la compensazione di tutte le emissioni causate dalle spedizioni in Europa e Stati Uniti dei prodotti ordinati tramite eCommerce. Tale compensazione avviene mediante l'**adesione a progetti carbon neutral**, e, nel 2019, ha visto la compensazione di oltre 31,53 tonnellate di CO<sub>2</sub> eq. I programmi di offset sono stati, inoltre, estesi dal mese di luglio 2019 grazie alla partnership con il corriere DHL Express, che prevede la compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> causate dalle spedizioni giornaliere di replenishment verso gli store europei pari a circa 13 tonnellate di CO<sub>2</sub> eq.

Al fine di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dalla consegna di merci e prodotti su breve distanza, è continuata nel 2019 la collaborazione con UBM corrieri in bici per le consegne degli ordini effettuati dai clienti agli store di Milano. Sempre con lo stesso fine, è stata avviata la collaborazione con EcoPony, servizio di corriere espresso in bicicletta che permette al negozio di Firenze di consegnare in città senza che vengano rilasciate emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera.

Inoltre, in un'ottica di riduzione dell'impatto ambientale legato alla catena di fornitura, è proseguita l'iniziativa che promuove il riutilizzo dei cartoni da imballaggio da parte dei calzaturifici al fine di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> legate alla produzione del cartone. Il progetto pilota, partito nel 2016 ed esteso a 6 tra i principali lavoranti del Gruppo, ha portato ad un risparmio di oltre 20 tonnellate di CO<sub>2</sub> nel 2019 grazie alle mancate emissioni per la produzione di nuovi cartoni.

Rientra in un'ottica di tutela ambientale anche il progetto di finanziamento e realizzazione del **Parco**

**delle Idee**, nei terreni dell'Università di Firenze, presso il Polo Scientifico di Sesto Fiorentino. La piantumazione nel 2017 di circa 230 alberi autoctoni, cui hanno preso parte anche alcuni dipendenti della Capogruppo, è stata resa possibile grazie alla collaborazione con istituzioni e realtà locali, quali LifeGate, Carbonsink e il Dipartimento di Scienze delle Produzioni Agroalimentari e dell'Ambiente. Il progetto apporta numerosi vantaggi sociali ed ambientali: dal miglioramento della qualità dell'aria con considerevoli benefici per la salute, alla fruizione di una nuova area verde che contribuirà a valorizzare la biodiversità locale e a migliorare il paesaggio urbano, offrendo al contempo alle scuole del territorio l'opportunità di realizzare attività ludico-didattiche nel campo della biologia, dell'ecologia e della conservazione della natura. Attraverso la metodologia approvata e riconosciuta dal UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change), a partire dalla biomassa delle specie, è stato possibile stimare la quantità di anidride carbonica assorbita ad oggi dal patrimonio arboreo del Parco delle Idee, pari a circa 1.771,04 Kg di CO<sub>2</sub> assorbita. Tale stima è stata ricavata attraverso metodi non distruttivi, equazioni allometriche, che permettono di determinare la biomassa in funzione del diametro. La Salvatore Ferragamo ha sostenuto i costi per il mantenimento del Parco delle Idee dal 2017 al 2019.

Anche la ricerca di soluzioni di **mobilità sostenibile** è parte integrante della visione di sostenibilità del Gruppo, che si è dotato, in Italia, di un mobility manager con lo scopo di ottimizzare gli spostamenti dei dipendenti e promuovere soluzioni che consentano la riduzione degli impatti ambientali. Nel 2019 è continuata la collaborazione con JoJob, l'innovativo servizio di carpooling aziendale che permette di condividere l'auto con i propri colleghi di lavoro o con i dipendenti di

<sup>9</sup>Sulla base della reperibilità e della materialità dei dati, il perimetro considerato, pari a circa 3.000 headcount sia nel 2018 che nel 2019, presenta le seguenti limitazioni:

- le emissioni derivanti dai consumi di gas naturale e dai consumi di combustibili non rinnovabili (SCOPE 1) ed energia elettrica (SCOPE 2) coprono i medesimi perimetri esplicitati nella nota presente a pag. 85;
- le emissioni derivanti dai chilometri percorsi in treno per i viaggi di lavoro (SCOPE 3) coprono per il 2018 e per il 2019, rispettivamente l'82% e l'81% del perimetro considerato;
- le emissioni derivanti dai chilometri percorsi in aereo per i viaggi di lavoro (SCOPE 3) coprono, per il 2018 e per il 2019, l'81% del perimetro considerato.

Le emissioni di SCOPE 2 market-based ammontano nel 2018 e nel 2019 rispettivamente a 9.687 e 10.154 tonnellate di CO<sub>2</sub>. Per il calcolo delle emissioni di SCOPE 1 e SCOPE 3, i fattori utilizzati, rispettivamente per gli anni 2018 e 2019, sono quelli pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy nel 2018 e 2019.

Per il calcolo delle emissioni di SCOPE 2 location-based, i fattori utilizzati, rispettivamente per gli anni 2018 e 2019, sono quelli pubblicati da Terna riferiti agli anni 2016 e 2017. Per il calcolo delle emissioni di SCOPE 2 market-based, i fattori utilizzati, rispettivamente per gli anni 2018 e 2019, sono quelli pubblicati da AIB (Association of Issuing Bodies) nel 2018 e nel 2019, mentre per i paesi non Europei e l'Austria sono stati utilizzati quelli pubblicati da Terna riferiti all'anno 2016 e all'anno 2017.

Le emissioni di SCOPE 2 sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, tuttavia si specifica che la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO<sub>2</sub> equivalenti), come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

<sup>9</sup>Il tratto tra i fornitori delle materie prime e i lavoranti è stato escluso in quanto incide per meno del 10% delle spedizioni totali delle materie prime acquistate.

L'aumento delle emissioni di CO<sub>2</sub> di scope 1 e scope 2 generate dal Gruppo nel 2019 rispetto al 2018 è connesso all'aumento dei consumi di energia elettrica, imputabile al raffinamento del processo di raccolta dei dati e alle relative metodologie di stima, e all'aumento dei consumi di gas naturale, imputabile al normale svolgimento delle attività di business.



aziende limitrofe. L'iniziativa, oltre al risparmio economico, comporta la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> causate dallo spostamento casa-lavoro e ha visto nel 2019 un aumento del 10% dei dipendenti iscritti. Dal 2018, al servizio di carpooling è stata affiancata l'attività Bici&Piedi, che consente a chi si reca al lavoro a piedi o in bici di partecipare all'iniziativa e di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>. Inoltre, con l'obiettivo di incentivare la mobilità sostenibile e l'utilizzo di JoJob sono stati effettuati concorsi a premi, sia per l'attività di carpooling che per quella Bici&Piedi. Nel 2019, in totale, con il solo car pooling sono stati percorsi oltre 124.000 km, il doppio rispetto all'anno precedente, in oltre 5.600 viaggi, mentre il programma Bici&Piedi ha raggiun-

to quasi 15.900 km percorsi in circa 3.700 viaggi. I due programmi insieme hanno permesso un risparmio pari a circa 10.600 kg di CO<sub>2</sub>. Sempre nel 2019, in occasione della Settimana Europea della Mobilità Sostenibile, l'Azienda ha sostenuto alcune iniziative come il bike to work, durante il quale è stato mostrato ai partecipanti il percorso più sicuro e agevole per raggiungere la sede di Osmannoro in bicicletta, una pedalata per la città di Firenze, che ha visto il coinvolgimento di più di 400 persone, e il sostegno ad una conferenza sulla sicurezza stradale tenutasi presso Palazzo Vecchio, a Firenze.

A settembre 2019, a seguito di un questionario erogato ai dipendenti di Osmannoro relativo alle prefe-

renze orarie nei percorsi casa-lavoro, ha preso avvio un servizio di **navetta aziendale**, che collega la sede di Osmannoro alla fermata della tramvia T2 di Firenze. Il servizio, erogato a titolo completamente gratuito, è stato pensato per migliorare la qualità degli spostamenti e promuovere un approccio sostenibile alla mobilità dei dipendenti.

Nel 2019, infine, sono state confermate le convenzioni a favore dei dipendenti con alcune case produttrici di auto e motoveicoli nei cui listini sono presenti mezzi ibridi e elettrici e con servizi di car sharing.

## INIZIATIVE GREEN

Negli anni il Gruppo si è attivato al fine di ottenere le principali certificazioni ambientali per le proprie sedi, estendendo tale commitment anche all'area retail.

Nel 2019, il **Polo Logistico** della Salvatore Ferragamo, edificio di circa 20.000 mq inaugurato nel 2018, ha ottenuto la **certificazione LEED** al suo livello più alto, il Platinum, già ottenuto nel 2016 dall'edificio Q del sito di Osmannoro. Nel 2019, nell'ambito della riqualificazione dell'intera area è stata inaugurata l'**area verde**, uno spazio di circa 8.000 mq. La vegetazione e il percorso dei viali ricompongono visivamente il Gancini, simbolo del Brand, valorizzato da un'illuminazione d'accento, realizzata per renderlo ben visibile anche dall'alto per chi sorvola la zona in arrivo e partenza dall'aeroporto di Firenze. Il progetto del Polo ha previsto la revisione del sistema di accessi e viabilità interna allo stabilimento secondo logiche di semplificazione e razionalizzazione dei percorsi. Oltre ai 475 posti auto previsti nell'autorimessa coperta, per incentivare l'utilizzo di trasporti alternativi sono stati previsti 25 posti auto riservati per auto a bassa emissione. Inoltre, grazie a numerosi accorgimenti negli impianti, i consumi d'acqua sono stati ottimizzati, portando alla riduzione del 50% dei consumi totali di acqua per irrigazione e alla riduzione del 100% del consumo di acqua potabile. Gli impianti elettrici e meccanici sono stati progettati per ridurre al minimo l'inquinamento luminoso e nell'edificio è presente un impianto di supervisione BMS (Building Management System) che permette la regolazione degli impianti meccanici e la supervisione e gestione degli impianti elettrici. In copertura è presente un impianto fotovoltaico con una potenza massima di picco di 863,50 kWp attraverso l'installazione di oltre **3.200 pannelli fotovoltaici**, pari a una superficie netta installata di 5.350 mq.

Inoltre, sono stati implementati accorgimenti coerenti con lo standard LEED, sia per gli impianti meccanici che per quelli elettrici, come l'utilizzo di lampade che riducono al minimo l'inquinamento luminoso. L'intervento di costruzione è stato, inoltre, reso maggiormente sostenibile mediante, tra gli altri, l'uso di prodotti in legno certificato FSC e l'uso di prodotti con contenuto riciclato e/o prodotti localmente, sempre in linea con gli standard LEED.

Nel corso del 2019, inoltre, si è svolto l'intervento di riqualificazione che ha interessato il primo piano e il piano terra dell'edificio M, nel sito di Osmannoro, dove è stata trasferita la **Nuova Manovia** e dove, nel 2020, inaugurerà il nuovo Archivio Storico. Il progetto, ideato nel rispetto dei principali standard ambientali, ha intrapreso il percorso, già adottato per il Polo Logistico, di certificazione LEED, e ha portato alla definizione di una procedura per il risparmio energetico con l'installazione di un impianto di supervisione BMS (Building Management System) e di multimetri.

L'impegno per l'ottenimento delle certificazioni ha coinvolto anche l'area retail: nel 2019 il Gruppo ha ottenuto la certificazione LEED Gold per lo store di Beijing China World e LEED Silver per lo store di Seasons Place Beijing e per lo store di Pacific Place a Hong Kong. Questi ultimi si sommano alla certificazione LEED Gold ottenuta a ottobre 2017 per lo storico store di Canton Road ad Hong Kong, seguito a dicembre dello stesso anno dalla certificazione LEED Silver dello store di Troy nel Michigan e del flagship store di Ginza e ad aprile 2018 dalla certificazione LEED Gold dello store di Copley Place a Boston. Il Gruppo si è impegnato, come confermato all'interno del Piano di Sostenibilità, a certificare anche altri store nei prossimi anni. Inoltre, lo store Pacific Place di Hong Kong ha ottenuto, nel 2019, un riconoscimento

to al Green Shop Alliance Award 2019, che ha classificato lo store Ferragamo come 2nd runner up nell'ambito del premio "Best Green Practice in Shops (Retail Sector)".

Già ottenuta nel 2018 per il sito di Osmannoro, nel 2019 è stata mantenuta la certificazione **ISO 50001:2011**, che specifica i requisiti per stabilire, attuare, mantenere e migliorare un sistema di gestione più efficiente e sostenibile dell'energia. Mediante un approccio sistemico, la certificazione mira a favorire il raggiungimento di obiettivi definiti all'interno della Politica, quali l'affermazione del proprio impegno a favore di interventi di miglioramento delle prestazioni energetiche, la diffusione all'interno dell'azienda degli obiettivi del Sistema di Gestione dell'Energia ed i relativi programmi di attuazione, l'ottimizzazione dell'uso delle risorse energetiche e l'incremento dell'utilizzo di fonti di energia alternative e rinnovabili. La certificazione verrà estesa in futuro anche ad alcuni store dell'area retail.

Nel 2019, l'ottenimento di certificazioni relative alla performance ambientale ha riguardato, per la prima volta, anche la gestione degli eventi. L'Azienda ha infatti conseguito, per la mostra Sustainable Thinking inaugurata presso il Museo Salvatore Ferragamo, la certificazione **ISO 20121:2013**, che definisce i requisiti di un Sistema di Gestione per l'organizzazione sostenibile di eventi. La norma si rivolge alle organizzazioni che intendono implementare o migliorare l'organizzazione dei propri eventi aziendali in modo sostenibile e richiede di definire procedure e modalità operative relative alla loro progettazione, pianificazione, attuazione, monitoraggio e rendicontazione, nell'ottica di un miglioramento continuo.







# METODOLOGIA

Il presente documento rappresenta la terza Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario (di seguito anche "DNF" o "Bilancio di Sostenibilità") ex D.Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 di attuazione della Direttiva 2014/95/UE delle società appartenenti al gruppo costituito dalla Salvatore Ferragamo S.p.A. e dalle sue controllate (di seguito anche "Gruppo" o "Gruppo Salvatore Ferragamo") e fa riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2019.

Come previsto dall'Art. 5 del D.Lgs. 254/16 il presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla DNF prevista dalla normativa.

La DNF è stata redatta nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotto, coprendo i temi ritenuti rilevanti e previsti dagli Art. 3 e 4 del D.Lgs. 254/16.

I contenuti oggetto di rendicontazione del presente documento sono stati selezionati sulla base di una strutturata analisi di materialità, aggiornata nel 2018 e confermata nel 2019 a valle di un'analisi dei trend e del contesto a livello italiano e globale, che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder, di cui è data descrizione nel paragrafo "Stakeholder e materialità". Inoltre, per la definizione dei contenuti è stato tenuto conto anche degli orientamenti delle Linee Guida della Commissione Europea "Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario".

Il perimetro dei dati economici risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato 2019 del Gruppo, mentre il perimetro dei dati e delle informazioni sociali e ambientali risulta essere composto dalle sole società figlie consolidate integralmente.

Tuttavia si segnala che con riferimento alle informazioni e ai dati

relativi agli aspetti ambientali, in linea con il 2018, anche nel corso del 2019 è stata effettuata un'analisi al fine di identificare gli store considerati rilevanti per assicurare la necessaria comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotto dal punto di vista ambientale. Tale perimetro di rendicontazione rappresenta oltre il 70% degli headcount del Gruppo. Inoltre, si segnala che in linea con il 2018, con riferimento agli store, i dati relativi ai consumi idrici e alla produzione di rifiuti per l'esercizio 2019 non sono stati rendicontati in quanto ritenuti non materiali.

Nel capitolo "Cultura e partecipazione" sono inclusi dati e informazioni relativi alla Fondazione Ferragamo, entità che, pur non consolidata del Gruppo Salvatore Ferragamo, rappresenta un importante mezzo attraverso cui il Gruppo genera i propri impatti sulla società. Eventuali modalità di rappresentazione dei dati quantitativi che dovessero differire da quanto sopra esposto in relazione al perimetro sono espressamente indicate attraverso apposite note. Inoltre, ai fini di una corretta rappresentazione delle performance e di garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili, oltre che opportunamente segnalate. Ove possibile, le informazioni presenti all'interno della DNF sono state fornite con un raffronto in relazione all'esercizio 2018. Al fine di agevolare la comprensione delle informazioni presenti all'interno del documento, si segnala infine che sono utilizzate le seguenti dizioni:

- "il Gruppo" con riferimento al Gruppo Salvatore Ferragamo (con Gruppo si intendono la Capogruppo Salvatore Ferragamo S.p.A. e le società figlie consolidate integralmente);
- "la Salvatore Ferragamo", "L'Azienda", "La Capogruppo" con riferimento alla Salvatore Ferragamo S.p.A.;

- "Italia" con riferimento all'area dove si svolgono principalmente le attività della Salvatore Ferragamo S.p.A. e della Ferragamo Parfums S.p.A., salvo dove diversamente indicato;

- "Ferragamo" con riferimento al Brand Salvatore Ferragamo.

La DNF è stata redatta in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards", definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance - Core". In fondo al documento è presente la tabella degli indicatori GRI rendicontati, che fornisce un riepilogo degli indicatori e delle relative pagine di riferimento.

La periodicità di questa pubblicazione è impostata secondo una frequenza annuale, ai sensi delle disposizioni del D.Lgs. 254/2016. Per ogni informazione relativa alla Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è possibile scrivere a [csr@ferragamo.com](mailto:csr@ferragamo.com). Il presente Bilancio di Sostenibilità è disponibile anche sulla sezione del sito del Gruppo dedicata alla sostenibilità (<https://csr.ferragamo.com/it>). Il documento è stato presentato all'esame e alla valutazione del Comitato Controllo e Rischi e successivamente approvato dal Consiglio di Amministrazione della Salvatore Ferragamo S.p.A. in data 10 marzo 2020.

Il processo di raccolta ed elaborazione dei dati e delle informazioni è stato gestito dal gruppo di lavoro interfunzionale dedicato alla sostenibilità della Salvatore Ferragamo S.p.A., mediante la predisposizione di schede di raccolta dati inviate ai responsabili delle funzioni del Gruppo coinvolte e rientranti nel perimetro di riferimento.

Il soggetto designato abilitato allo svolgimento della revisione legale della presente DNF è Deloitte & Touche S.p.A., che esprime con apposita relazione distinta un'attestazione circa la conformità delle informazioni fornite ai sensi dell'art.3, comma 10, del D.Lgs. 254/2016. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate

nella sezione del presente documento "Relazione della Società di Revisione".

Il Gruppo Salvatore Ferragamo sin dalle origini ha fatto della sostenibilità un modello comportamentale da seguire senza compromessi e ha raggiunto nel corso degli anni importanti obiettivi in tale ambito. Al fine di avvalorare in misura ancora maggiore il proprio commitment, il Gruppo ha elaborato nel corso del 2017 una Policy di Sostenibilità e ha previsto un percorso di miglioramento continuo attraverso un Piano di Sostenibilità al 2022, il cui ultimo aggiornamento è stato realizzato nel 2019. In particolare, il Piano di Sostenibilità, sviluppato in quattro macro aree e molteplici obiettivi, definisce la visione strategica in ambito di sostenibilità del Gruppo e rappresenta uno strumento operativo che guiderà le azioni di breve e medio termine del Gruppo Salvatore Ferragamo.

Come ulteriore testimonianza dell'impegno profuso da parte del Gruppo nell'integrare la sostenibilità nella conduzione delle proprie attività aziendali, si segnalano due importanti eventi registrati nel corso del 2019. Ad agosto 2019, la Salvatore Ferragamo ha aderito al Fashion Pact, che vede un totale di 250 brand della moda e del tessile uniti per stabilire obiettivi pratici e concreti per ridurre l'impatto ambientale del settore.

Inoltre, sempre nel corso del 2019, con l'obiettivo di aumentare il livello di consapevolezza, comprensione e monitoraggio dei rischi e delle opportunità connessi al clima, in linea con le raccomandazioni fornite dalla Commissione Europea (Guidelines on reporting climate-related information) nell'ambito dell'Action Plan sulla Finanza Sostenibile, il Gruppo ha intrapreso un percorso di integrazione dei fattori di rischio legati al clima

all'interno della propria mappatura dei rischi.

In conclusione, si riporta nel seguito un prospetto degli obiettivi raggiunti e di quelli prefissati con riferimento ai vari temi ritenuti rilevanti:

## Ambiente

Il Gruppo considera di fondamentale importanza la tutela dell'ambiente in cui opera: nel 2019, la Salvatore Ferragamo ha ottenuto la certificazione ISO 14001:2015 per tutte le sedi e gli store italiani, questi ultimi sono stati inoltre certificati ISO 14064. Il Polo Logistico della Salvatore Ferragamo, inaugurato nel 2018, ha ottenuto nel 2019 la certificazione LEED Platinum, il livello più alto. Sempre nel 2019, l'ottenimento di certificazioni ha riguardato anche eventi: la mostra Sustainable Thinking ha ottenuto la certificazione ISO 20121:2013, che definisce i requisiti di un Sistema di Gestione per l'organizzazione sostenibile di eventi. Il Gruppo intende portare avanti il proprio impegno nel rispetto dell'ambiente, attraverso l'ottimizzazione e l'efficientamento dei consumi e delle emissioni di gas serra per uffici e store, e la prosecuzione dell'iter di ottenimento delle certificazioni.

## Aspetti sociali e rispetto dei diritti umani

Al fine di offrire ai propri clienti prodotti rispondenti ai più stringenti requisiti di sicurezza in vigore a livello internazionale, il Gruppo ha in essere Restricted Substances Lists per le diverse categorie merceologiche e conduce da diversi anni prove eco-tossicologiche su numerosi componenti e prodotti finiti. A livello di cultura e territorio, il Gruppo dedica grande attenzione e risorse allo sviluppo di iniziative in ambito artistico e culturale, in linea con quanto stabilito dalla

Charity Policy. Anche dal punto di vista della salute e della sicurezza, si segnala che le sedi amministrative e i punti vendita italiani della Salvatore Ferragamo S.p.A. sono certificati OHSAS 18001. Tale aspetto è significativo anche lungo la catena di fornitura: nel corso del 2019, il Gruppo ha infatti ulteriormente rafforzato l'attività di audit condotta sui propri fornitori in materia. Infine, il Gruppo opera costantemente per assicurare il rispetto dei diritti umani, sia internamente che lungo l'intera catena di fornitura. Nel 2019 la Capogruppo ha ottenuto la certificazione di responsabilità sociale SA8000 per il perimetro delle attività italiane e ha adottato la Politica per il contrasto al lavoro minorile, che ha l'obiettivo di formalizzare ulteriormente l'impegno societario in tale ambito.

## Attinenti al personale

Il Gruppo da sempre focalizza il proprio impegno sul favorire e valorizzare il proprio capitale umano e offrire un ambiente di lavoro stimolante nel rispetto del welfare aziendale. L'attenzione e la cura per i dipendenti trovano espressione non solo nella Policy di Sostenibilità del Gruppo, ma anche nella Normativa Aziendale disponibile a livello di Capogruppo. Inoltre, a conferma dell'importanza rivestita dai principi di diversità e inclusione, nel corso del 2019 il Gruppo ha adottato una Inclusion Policy.

## Lotta contro la corruzione attiva e passiva

Al fine di garantire massima trasparenza nello svolgimento delle proprie operazioni, il Gruppo ha finalizzato nel corso del 2017 una Policy Anticorruzione. Inoltre, il Gruppo ha in essere un sistema di whistleblowing e ha implementato, nel corso del 2018, una Group Whistleblowing Policy.

Per maggiori informazioni in merito alle iniziative condotte dal Gruppo Salvatore Ferragamo, ai principali rischi generati o subiti, ivi incluse le loro modalità di gestione, e agli obiettivi prefissati in tali ambiti, si rimanda alle relative sezioni contenute nel presente documento.

## TOTALE DIPENDENTI

	2019			2018		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dipendenti	1.419	2.858	4.277	1.371	2.857	4.228

## SCOMPOSIZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE, GENERE E AREA GEOGRAFICA

N. persone	2019					
	TEMPO DETERMINATO			TEMPO INDETERMINATO		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Capogruppo	33	41	74	394	547	941
Europa	29	55	84	123	222	345
Nord America	15	42	57	261	285	546
Centro e Sud America	5	7	12	114	87	201
Asia Pacifico	12	64	76	342	1.201	1.543
Giappone	4	17	21	87	290	377
Totale	98	226	324	1.321	2.632	3.953

N. persone	2018					
	TEMPO DETERMINATO			TEMPO INDETERMINATO		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Capogruppo	37	45	82	374	518	892
Europa	25	60	85	115	217	332
Nord America	26	52	78	263	295	558
Centro e Sud America	12	1	13	107	92	199
Asia Pacifico	9	44	53	312	1.216	1.528
Giappone	7	15	22	84	302	386
Totale	116	217	333	1.255	2.640	3.895

## SCOMPOSIZIONE DEI DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E FASCE D'ETÀ

	2019						2018					
	<30		30-50		>50		<30		30-50		>50	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Manager	14	0,3	606	14,2	151	3,5	19	0,5	574	13,6	136	3,2
Impiegati	922	21,6	2.014	47,1	271	6,3	1.052	24,9	1.885	44,6	260	6,1
Operai	61	1,4	175	4,1	63	1,5	57	1,3	184	4,4	61	1,4

## SCOMPOSIZIONE DEI DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE

	2019				2018			
	Uomini		Donne		Uomini		Donne	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Manager	291	6,8	480	11,2	258	6,1	471	11,1
Impiegati	937	21,9	2.270	53,1	924	21,8	2.273	53,8
Operai	191	4,5	108	2,5	189	4,5	113	2,7

## SCOMPOSIZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA PROFESSIONALE E GENERE

N. persone	2019			2018		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Full Time	1.330	2.522	3.852	1.312	2.610	3.922
Part Time	89	336	425	59	247	306
Totale	1.419	2.858	4.277	1.371	2.857	4.228

## SCOMPOSIZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA (HEADQUARTER E RETAIL), FASCE D'ETÀ E GENERE

N. persone	2019							
	<30		30-50		>50		Tot	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Headquarter	46	122	365	565	123	122	534	809
Retail	293	536	514	1.351	78	162	885	2.049
Totale	339	658	879	1.916	201	284	1.419	2.858

## DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE, SUDDIVISI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE

	2019			2018		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Manager	97,3%	97,9%	97,7%	91,5%	93,4%	92,7%
Impiegati	76,7%	81,5%	80,1%	62,7%	69,1%	67,2%
Operai	49,7%	20,4%	39,1%	39,7%	17,7%	31,5%
Totale	77,3%	82,0%	80,4%	64,9%	71,1%	69,1%



TURNOVER IN ENTRATA E IN USCITA PER AREA GEOGRAFICA, GENERE E FASCE D'ETÀ

Dipendenti entrati - 2019										
N. persone	<30		30-50		>50		Tot		Turnover	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Capogruppo	36	59	39	31	5	2	80	92	18,7%	15,6%
Europa	53	74	41	75	0	1	94	150	61,8%	54,2%
Nord America	55	71	31	60	5	11	91	142	33,0%	43,4%
Centro e Sud America	22	17	18	14	2	0	42	31	35,3%	33,0%
Asia Pacifico	131	295	84	255	1	13	216	563	61,0%	44,5%
Giappone	6	12	13	46	2	10	21	68	23,1%	22,1%
Totale	303	528	226	481	15	37	544	1.046	38,3%	36,6%

Dipendenti usciti - 2019										
N. persone	<30		30-50		>50		Tot		Turnover	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Capogruppo	22	36	28	25	14	6	64	67	15,0%	11,4%
Europa	40	69	36	76	6	5	82	150	53,9%	54,2%
Nord America	53	76	43	69	8	17	104	162	37,7%	49,5%
Centro e Sud America	20	15	21	14	1	1	42	30	35,3%	31,9%
Asia Pacifico	111	254	72	286	0	18	183	558	51,7%	44,1%
Giappone	2	12	14	56	5	10	21	78	23,1%	25,4%
Totale	248	462	214	526	34	57	496	1.045	35,0%	36,6%

Dipendenti entrati - 2018										
N. persone	<30		30-50		>50		Tot		Turnover	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Capogruppo	29	62	40	41	3	6	72	109	17,5%	19,4%
Europa	36	65	35	70	1	1	72	136	51,4%	49,1%
Nord America	59	90	27	53	2	12	88	155	30,4%	44,7%
Centro e Sud America	20	7	20	8	1	0	41	15	34,5%	16,1%
Asia Pacifico	129	290	85	260	2	6	216	556	67,3%	44,1%
Giappone	6	9	26	48	0	4	32	61	35,2%	19,2%
Totale	279	523	233	480	9	29	521	1.032	38,0%	36,1%

Dipendenti usciti - 2018										
N. persone	<30		30-50		>50		Tot		Turnover	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Capogruppo	22	41	31	46	10	8	63	95	15,3%	16,9%
Europa	33	51	37	57	0	6	70	114	50,0%	41,2%
Nord America	45	71	53	55	10	12	108	138	37,4%	39,8%
Centro e Sud America	7	6	16	16	0	0	23	22	19,3%	23,7%
Asia Pacifico	109	279	80	278	1	10	190	567	59,2%	45,0%
Giappone	3	11	16	71	4	13	23	95	25,3%	30,0%
Totale	219	459	233	523	25	49	477	1.031	34,8%	36,1%

INFORTUNI

	2019	2018
N. casi		
Infortunati	55 (23 per gli uomini; 32 per le donne)	57 (24 per gli uomini; 33 per le donne)
Malattie professionali	0	2 (1 per gli uomini; 1 per le donne)

INDICATORI DI SALUTE E SICUREZZA<sup>10</sup> - 2019

Tassi	Capogruppo <sup>11</sup>			Europa			Nord America		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Tasso di gravità degli infortuni	20,0	36,8	29,7	28,1	11,2	17,2	104,1	3,7	49,7
Tasso di malattia professionale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tasso d'infortunio	1,6	1,9	1,8	4,4	3,6	3,9	6,6	3,7	5,0
	Centro e Sud America			Asia Pacifico			Giappone		
Tassi	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Tasso di gravità degli infortuni	40,1	72,4	54,4	0,0	7,9	6,1	33,9	39,1	37,9
Tasso di malattia professionale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tasso d'infortunio	1,7	3,2	2,4	0,0	0,1	0,1	0,0	0,7	0,6

INDICATORI DI SALUTE E SICUREZZA<sup>10</sup> - 2018

Tassi	Capogruppo			Europa			Nord America		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Tasso di gravità degli infortuni	7,1	13,0	10,5	1,6	211,5	141,0	5,6	55,4	33,8
Tasso di malattia professionale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tasso d'infortunio	1,1	1,0	1,1	2,4	5,6	4,5	11,9	4,7	8,0
	Centro e Sud America			Asia Pacifico			Giappone		
Tassi	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Tasso di gravità degli infortuni	0,0	16,4	7,2	96,7	8,7	26,8	197,4	11,1	52,7
Tasso di malattia professionale	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Tasso d'infortunio	0,0	2,2	1,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,3

<sup>10</sup> Il tasso di gravità degli infortuni è calcolato come il rapporto tra il totale dei giorni persi per infortuni e malattie professionali e il totale delle ore lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000. Il tasso di malattia professionale è calcolato come il rapporto tra il totale dei casi di malattia professionale e il totale delle ore lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000. Il tasso di infortunio è calcolato come rapporto tra il totale dei casi di infortunio e il totale delle ore lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000. Il tasso di assenteismo non è attualmente rendicontato.

<sup>11</sup> Nell'ambito dell'analisi realizzata nel corso del 2019 in relazione alla significatività dei dati e delle informazioni degli altri lavoratori non dipendenti, in particolare agency staff, stagisti e consultant, il Gruppo ha registrato per un totale di 71 lavoratori presenti all'interno del perimetro Italia, di cui 26 uomini e 45 donne, il seguente tasso d'infortunio: Uomini - 0,0; Donne - 2,5; Totale - 1,6.





CODICI	INDICATORE	PAGINA/NOTE
<b>STAKEHOLDER ENGAGEMENT</b>		
GRI 102-40	Categorie e gruppi di stakeholder dell'organizzazione	Pagg. 14-15
GRI 102-41	Accordi collettivi di contrattazione	Pag. 50
GRI 102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder	Pagg. 14-15
GRI 102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder	Pagg. 14-15
GRI 102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder	Pagg. 14-15

#### REPORTING PRACTICE

GRI 102-45	Entità incluse nel Bilancio di Sostenibilità	Pagg. 96-97
GRI 102-46	Processo per la definizione dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità	Pagg. 14-15; 96-97
GRI 102-47	Aspetti materiali identificati	Pagg. 14-15; 96-97; 102
GRI 102-48	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio	Pagg. 96-97
GRI 102-49	Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e il loro perimetro	Pagg. 96-97
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	Pagg. 96-97
GRI 102-51	Data di pubblicazione del Bilancio più recente	Pagg. 96-97
GRI 102-52	Periodicità di rendicontazione	Pagg. 96-97
GRI 102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti	Pagg. 96-97
GRI 102-54	Indicazione dell'opzione "in accordance" scelta	Pagg. 96-97
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	Pagg. 103-109
GRI 102-56	Assurance esterna	Pagg. 96-97; 110-112

#### MATERIAL TOPICS

##### INDICATORI ECONOMICI

###### Performance Economica

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 18-19; 24-26
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 18-19; 24-26
GRI 201-4	Finanziamenti ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	Nel corso del 2019, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha ricevuto finanziamenti dalla Pubblica Amministrazione per un totale di oltre Euro 26.000 per la formazione, a fronte di Euro 50.000 nel 2018. Per entrambi gli anni i finanziamenti sono relativi alla sola Salvatore Ferragamo S.p.A.

###### Pratiche di approvvigionamento

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 34-39

CODICI	INDICATORE	PAGINA/NOTE
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 34-39
GRI 204-1	Percentuale di spesa su fornitori locali	Pag. 34

##### Anti-Corruzione

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26
GRI 205-3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2019 e del 2018 non si sono verificati casi di corruzione.

##### Comportamento anticompetitivo

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26
GRI 206-1	Azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel corso del 2019 e del 2018 non vi sono state azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche.

##### INDICATORI AMBIENTALI

###### Energia

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Pagg. 84-85

###### Acqua

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 303-1	Prelievi idrici	Pagg. 84-85

###### Emissioni

GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 305-1	Emissioni dirette di gas serra - Scope 1	Pagg. 90-91
GRI 305-2	Emissioni indirette di gas serra - Scope 2	Pagg. 90-91
GRI 305-6	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono in peso	Considerata la natura delle proprie attività, il Gruppo Salvatore Ferragamo non ha identificato altre emissioni significative di sostanze nocive per l'ozono nel 2019 e nel 2018.

CODICI	INDICATORE	PAGINA/NOTE
GRI 305-7	NOx, SOx e altre emissioni significative	Considerata la natura delle proprie attività, il Gruppo Salvatore Ferragamo non ha identificato emissioni significative di NOx, SOx o di altri gas nel 2019 e nel 2018.
<b>Scarichi e Rifiuti</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 82-93
GRI 306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	Pagg. 84-85
<b>Aspetto materiale: Compliance Ambientale</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 82-83
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 82-83
GRI 307-1	Non compliance con leggi e regolamenti ambientali	Nel corso del 2019 e 2018 non vi sono stati casi di non compliance a leggi e regolamenti ambientali.
<b>INDICATORI SOCIALI</b>		
<b>Aspetto materiale: Occupazione</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 48-59
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 48-59
GRI 401-1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce d'età, genere e area geografica dei dipendenti	Pagg. 49; 52; 100
GRI 401-2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno ma non per i lavoratori part-time e a termine	Pag. 58 I benefit per i dipendenti full time del Gruppo variano a seconda delle normative e pratiche locali.
<b>Aspetto materiale: Salute e sicurezza</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 58
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 58
GRI 403-2	Tipologia di infortuni e tasso di infortuni, malattie professionali, gravità e assenteismo e numero totale di incidenti mortali legati al lavoro, per regione e genere dei dipendenti	Pagg. 101-102 Nel 2019 e nel 2018 non si sono registrati infortuni con esiti mortali.
<b>Aspetto materiale: Formazione e sviluppo</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 42-43; 52-56
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 42-43; 52-56

CODICI	INDICATORE	PAGINA/NOTE
GRI 404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono rapporti regolari sui risultati e sullo sviluppo della carriera, per genere e categoria di dipendente	Pagg. 56; 99
<b>Aspetto materiale: Diversità e pari opportunità</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 49-51
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 49-51
GRI 405-1	Composizione degli organi di governo dell'organizzazione e ripartizione dei dipendenti per genere, età e altri indicatori di diversità	Pagg. 26; 48-50; 98-99
<b>Aspetto materiale: Non discriminazione</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 50-51
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 50-51
GRI 406-1	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese*	
<b>Aspetto materiale: Lavoro Minorile</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 38; 96-97
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 38; 96-97
GRI 408-1	Attività e fornitori a rischio significativo per incidenti di lavoro minorile**	
<b>Aspetto materiale: Lavoro forzato o obbligatorio</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 38; 96-97
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 38; 96-97
GRI 409-1	Attività e fornitori a rischio significativo per incidenti di lavoro forzato**	
<b>Aspetto materiale: Comunità locali</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 62-77
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 62-77
GRI 413-2	Operazioni che generano e potrebbero generare significativi impatti negativi sulle comunità locali	Pag. 62; 67

\*Vincolo di riservatezza per 406-1, in quanto i dati non possono essere diffusi all'esterno del Gruppo.

\*\*Informazioni non disponibili per 408-1 e 409-1. le informazioni saranno disponibili a partire dai successivi esercizi di rendicontazione, quando la società avvierà un piano di audit per verificare l'aderenza dei propri fornitori ai principi del Codice di Condotta Fornitori, tra cui rientrano il lavoro forzato e il lavoro minorile.



CODICI	INDICATORE	PAGINA/NOTE
<b>Aspetto materiale: Salute e sicurezza dei consumatori</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 34-35; 42-44
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 34-35; 42-44
GRI 416-2	Casi di non-conformità relativi agli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi	Nel corso del 2019 e 2018 non sono stati registrati casi di non conformità a regolamenti in materia di salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita.
<b>Aspetto materiale: Privacy dei consumatori</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 42-44
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 42-44
GRI 418-1	Reclami fondati relativi a violazioni della privacy dei clienti e perdite dei dati dei clienti	Nel corso del 2019 il Gruppo ha registrato due casi di fughe di dati entrambi categorizzati secondo un profilo di rischio basso, di questi uno solo ha interessato dati dei clienti.
<b>Tematica materiale: Animal Welfare</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pag. 38
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pag. 38
<b>Tematica materiale: Economia circolare e innovazione responsabile</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 8-13; 30-33; 82-87
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 8-13; 30-33; 82-87
<b>Tematica materiale: Immagine e reputazione del Brand</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 30-45
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 24-26; 30-45
<b>Tematica materiale: Omnichannel experience e customer satisfaction</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 42-44
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 42-44

CODICI	INDICATORE	PAGINA/NOTE
<b>Tematica materiale: Packaging e imballaggi sostenibili</b>		
GRI 103-1	Materialità e perimetro	Pagg. 14-15; 102
GRI 103-2	Approccio alla gestione della tematica	Pagg. 84-92
GRI 103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	Pagg. 84-92

#### CORRISPONDENZA TRA PRINCIPI DELLO UN GLOBAL COMPACT E INDICATORI GRI STANDARDS

Per il Gruppo Salvatore Ferragamo il Bilancio di Sostenibilità è anche Communication On Progress (COP), ovvero il documento annuale che offre agli stakeholder un'informazione circa i progressi compiuti nell'applicazione dei Dieci Principi promossi dallo UN Global Compact nello svolgimento delle proprie attività. In tale ottica, la tabella riportata di seguito fornisce una corrispondenza puntuale tra gli indicatori GRI Standards e i Principi.

CATEGORIE	PRINCIPI DELLO UN GLOBAL COMPACT	INDICATORI GRI STANDARDS
DIRITTI UMANI	PRINCIPIO 1 Le aziende devono sostenere e rispettare le disposizioni internazionali in materia di diritti umani	408-1; 409-1; 413-1; 413-2
	PRINCIPIO 2 Le aziende si devono assicurare di non essere corresponsabili nell'abuso delle norme in materia di diritti umani	412-1; 412-3
LAVORO	PRINCIPIO 3 Le aziende devono sostenere la libertà di associazione e l'efficace riconoscimento dei diritti di contrattazione collettiva	102-41; 402-1; 407-1
	PRINCIPIO 4 Le aziende devono sostenere l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio	409-1
	PRINCIPIO 5 Le aziende devono sostenere l'efficace abolizione del lavoro minorile	408-1
AMBIENTE	PRINCIPIO 6 Le aziende devono sostenere l'eliminazione delle discriminazioni in materia di lavoro e occupazione	102-8; 202-1; 202-2; 401-1; 401-3; 404-1; 404-3; 405-1; 405-2; 406-1
	PRINCIPIO 7 Le aziende devono sostenere un approccio preventivo alle sfide ambientali	301-1; 302-1; 303-1; 305-1; 305-2; 305-3; 305-6; 305-7
	PRINCIPIO 8 Le aziende devono intraprendere iniziative per la promozione della responsabilità ambientale	301-1; 301-2; 301-3; 302-1; 302-2; 302-3; 302-4; 302-5; 303-1; 303-2; 303-3; 304-1; 304-2; 304-3; 304-4; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5; 305-6; 305-7; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5; 307-1; 308-1; 308-2
ANTI-CORRUZIONE	PRINCIPIO 9 Le aziende devono incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie ecocompatibili	302-4; 302-5; 305-5; 102-16; 102-17
	PRINCIPIO 10 Le aziende devono lottare contro la corruzione in tutte le sue forme, incluse l'estorsione e la concussione	205-1; 205-2; 205-3; 415-1

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE  
SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI  
DELL'ART. 3, C. 10, DEL D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 DEL REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO  
CON DELIBERA N. 20257 DEL GENNAIO 2018**

**Al Consiglio di Amministrazione della  
Salvatore Ferragamo 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. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("limited assurance engagement") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della Salvatore Ferragamo S.p.A. e sue controllate (di seguito "Gruppo Salvatore Ferragamo" o "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 predisposta ex art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 10 marzo 2020 (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 e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standards"), da essi individuati 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 delle 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 sui 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.

Member firm of the global network of member firms of the Deloitte network of independent member firms affiliated with the Deloitte network of member firms, each of which is a separate legal entity. The Deloitte network of member firms is a global organization of member firms, each of which is a separate legal entity. The Deloitte network of member firms is a global organization of member firms, each of which is a separate legal entity.

Il nome Deloitte o Rivista è una o più delle seguenti parole: Deloitte, Touche, Tomes, Limited, una società a responsabilità limitata ("DITL"), le parole formative di cui costituiscono la parte o una parola: ("PT") e il nome della sua società di gestione e di gestione in loco ("PT") (documentato nella "Deloitte Group") con l'elenco delle società, di cui il nome informativo sarebbe stato alla disposizione della direzione legale di Deloitte, Touche, Tomes Limited o della sua società di gestione.

© Deloitte & Touche S.p.A.

**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 ai 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 Audit 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, ricolli 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 e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 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. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo Salvatore Ferragamo;
  4. comprensione dei seguenti aspetti:
    - modello aziendale di gestione e organizzazione delle attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
    - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
    - principali rischi, generati o subiti, connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.
- Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a);
5. 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 Salvatore Ferragamo S.p.A. e con il personale delle principali società del Gruppo 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 capogruppo e società controllate:
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e 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 le seguenti società, Salvatore Ferragamo S.p.A. e Ferragamo Hong Kong Ltd., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e 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 vostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Salvatore Ferragamo relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai GRI Standards.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



**Franco Amelio**  
Socio

Milano, 26 marzo 2020