



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
2018

*“Ci siamo impegnati nella sfida
di valorizzare la nostra impronta
insieme a voi”*

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	04
IL PERCORSO PER LA REDAZIONE DEL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	05
1 CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA	
1.1 La nostra storia	10
1.2 La nostra organizzazione	12
1.3 Il nostro DNA e il nostro impegno	15
2 DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA	
2.1 Attraverso la scelta dei materiali	18
2.2 Contribuendo alla lotta al cambiamento climatico	26
2.3 Lungo la nostra catena di fornitura	29
3 INSIEME A VOI	
3.1 Le nostre persone	33
3.2 I nostri clienti	36
3.3 I nostri partner	38
NOTA METODOLOGICA	41
CONTENT INDEX	43



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari lettori,

ho il piacere di presentarvi il primo Bilancio di Sostenibilità di Save The Duck, con l'obiettivo di condividere con voi in maniera attenta e trasparente gli obiettivi e i traguardi raggiunti dalla nostra organizzazione e le sfide che ancora l'attendono.

Come saprete, o come scoprirete nelle prossime pagine, la nostra filosofia aziendale è nata dalla responsabilità e dalla volontà di creare un'impresa unica, che avesse come principio ispiratore il rispetto per gli animali e per l'ambiente e che rendesse le persone orgogliose di indossare i nostri capi. Si tratta di valori indissolubilmente legati all'ambiziosa sfida della sostenibilità, che abbiamo colto e alla quale dedichiamo ogni giorno **il nostro impegno**, in quanto elemento integrante dell'Azienda sin dalle origini. Non è un caso che l'importanza che diamo alla salvaguardia degli animali è stata fondante anche per la scelta del nome della società, il nostro primo biglietto da visita.

Siamo tuttavia consapevoli che la sostenibilità è un obiettivo complesso, che racchiude diverse sfaccettature e, talvolta, contraddizioni e che tocca ogni singolo aspetto dell'attività aziendale, dalla selezione dei fornitori all'innovazione del prodotto, dalla scelta delle materie

prime alla sicurezza dei nostri capi, dal benessere delle nostre persone al supporto del territorio in cui operiamo, e molto altro. In questo senso, come parte di un ecosistema, riteniamo di avere la responsabilità di **valorizzare la nostra impronta**, oggi e domani, ponderando ogni scelta aziendale nell'ottica di potenziare le esternalità positive e minimizzare quelle negative. Perseguiamo questo obiettivo principalmente attraverso i nostri prodotti, che sono espressione dei nostri principi e del nostro impegno. A pochi anni dalla nascita della società, infatti, abbiamo lanciato la nostra prima collezione realizzata interamente con materiali riciclati al 100% e nel 2019, con nostro grande entusiasmo, abbiamo realizzato la prima collezione di capi riciclabili al 100%. Siamo altrettanto consapevoli che **"insieme"** si possano raggiungere traguardi ambiziosi e percorrere sentieri inesplorati. Per questo motivo, oggi, con lo sguardo rivolto al futuro, cerchiamo ogni giorno di trasmettere il nostro entusiasmo e i nostri valori ai nostri clienti, ai nostri partner e a tutti gli interlocutori con cui entriamo in contatto, con lo scopo di cooperare per un obiettivo comune: la salvaguardia del nostro pianeta. Un impegno che ci ha portati lontano, anzi **"in alto"**: nel 2018 e nel 2019, infatti, insieme

all'alpinista Kuntal A. Joisher abbiamo conquistato le vette più alte al mondo. Per rendere il nostro impegno ancora più concreto, siamo diventati una Benefit Corporation, con l'obiettivo di dare la stessa importanza alle performance economico-finanziarie e a quelle di carattere sociale e ambientale: un vero cambio di paradigma rispetto al modello di business tradizionale focalizzato sul solo profitto. Nel 2019 abbiamo fatto già un primo passo in questa direzione, attraverso l'ottenimento della certificazione B Corp, che distingue le organizzazioni che volontariamente rispettano i più alti standard di responsabilità e trasparenza in ambito sociale e ambientale.

Come avrete inteso, essere stati il primo marchio di piumini **100% animal free** non è bastato a soddisfare le ambizioni di Save The Duck. Seguiteci e le sorprese non mancheranno!

CEO
Nicolas Bargi



IL PERCORSO PER LA REDAZIONE DEL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Nell'ottica di instaurare una comunicazione sempre più trasparente verso i propri portatori di interesse, Save The Duck (di seguito anche "l'Azienda" o "la Società"¹) ha deciso di realizzare il suo primo Bilancio di Sostenibilità (di seguito anche "Bilancio"), nel quale sono messe in luce le principali informazioni relative agli aspetti ambientali, sociali ed economici che caratterizzano la realtà aziendale.

Il percorso intrapreso per la redazione del Bilancio di Sostenibilità, sotto il coordinamento di un gruppo di lavoro, ha coinvolto il top management e le diverse funzioni aziendali, che hanno contribuito attivamente alla realizzazione delle attività di selezione dei temi rilevanti, di impostazione del documento e di raccolta dei dati e delle informazioni necessari per la redazione dello stesso.

Il Bilancio di Sostenibilità di Save The Duck è stato redatto secondo i GRI (*Global Reporting Initiative*) Global Reporting Standards, lo standard di rendicontazione di sostenibilità più diffuso e applicato.

In linea con quanto previsto da tale standard, le fasi iniziali per la redazione del Bilancio di Sostenibilità sono state l'individuazione e la prioritizzazione dei portatori di interesse di Save The Duck e l'analisi dei temi materiali per l'Azienda

(*analisi di materialità*), descritte di seguito nel dettaglio.

I NOSTRI PORTATORI DI INTERESSE:

Identificare e prioritizzare i portatori di interesse dell'Azienda sono passaggi fondamentali per la successiva selezione degli aspetti di sostenibilità più rilevanti su cui concentrare i contenuti del Bilancio di Sostenibilità.

Sulla base dell'analisi della struttura aziendale, delle attività di business, della catena del valore e della rete di relazioni attorno all'Azienda, sono stati mappati i diversi portatori di interesse di Save The Duck, i quali, mediante il coinvolgimento del management, sono stati classificati secondo i criteri di:

Influenza su Save The Duck: capacità dello stakeholder di influire sulle decisioni strategiche o operative dell'Azienda;

Dipendenza da Save The Duck: livello di dipendenza dello stakeholder dalle scelte, dai prodotti e dalle attività dell'organizzazione.

¹ Il Bilancio di Sostenibilità 2018 di Save The Duck si riferisce a Save The Duck S.p.A.. La Società, nata come Forest srl, nel 2018 ha cambiato denominazione in Save The Duck srl e, successivamente, nel 2019 si è trasformata in società per azioni.



IL PERCORSO PER LA REDAZIONE DEL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



Questa analisi ha permesso di attribuire un livello di priorità alle diverse categorie di stakeholder, con le quali Save The Duck, nello svolgimento delle proprie attività, promuove diverse iniziative di comunicazione e dialogo con lo scopo di consolidare il rapporto di fiducia reciproca e il confronto continuo.

Nella seguente tabella sono riportati i principali canali di comunicazione attivi nel 2018 con le categorie di stakeholder individuate come prioritarie e le principali tematiche su cui è instaurato il confronto con l'azienda.

STAKEHOLDER	TEMI/ASPETTATIVE MANIFESTATI DAGLI STAKEHOLDER	TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO
Dipendenti	Le tematiche su cui maggiormente si instaura il confronto con i dipendenti sono legate alla cura e alla gestione del rapporto di lavoro e allo sviluppo del brand.	Il coinvolgimento dei dipendenti avviene in maniera costante tramite la condivisione di informazioni sull'andamento della Società, l'instaurazione di un dialogo continuo e lo svolgimento di riunioni e consultazioni tra le diverse funzioni aziendali.
Media	Le tematiche di confronto sono principalmente legate all'approccio dell'Azienda rispetto ai trend di sostenibilità del settore e alla misurazione degli impatti ambientali lungo il processo produttivo.	La relazione con i media è mantenuta tramite momenti di confronto periodici e comunicati stampa, in cui l'Azienda espone le proprie soluzioni sostenibili, l'utilizzo di materiali innovativi e le informazioni relative alla produzione di indumenti 100% animal-free.
Clienti finali	Le tematiche su cui i clienti finali richiedono maggiori approfondimenti sono principalmente legate all'utilizzo e agli impatti delle microfibre e alle caratteristiche innovative delle collezioni Save the Duck (es. materiali riciclati).	Il coinvolgimento dei clienti finali avviene principalmente tramite attività di customer service sui principali social network (i.e. Facebook, Instagram).
Online community/ Influencer	---	Comunicazioni periodiche.

IL PERCORSO PER LA REDAZIONE DEL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



STAKEHOLDER	TEMI/ASPETTATIVE MANIFESTATI DAGLI STAKEHOLDER	TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO
Enti di controllo e legislatore	Le aspettative manifestate si riferiscono principalmente alla conformità delle attività di Save The Duck alla normativa vigente e ai regolamenti di settore.	In un'ottica di trasparenza, la Società ha instaurato canali di dialogo continuo e di scambio di informazioni con gli enti di controllo e il legislatore, al fine di adattare costantemente le proprie pratiche alla normativa vigente, seguendo le best practice applicabili.
Azionisti	Le aspettative degli azionisti riguardano l'assetto di governance e la gestione della Società, oltre ai risultati finanziari.	Oltre ai canali istituzionali e alle comunicazioni scritte, la Società ha stabilito dei momenti di confronto e di scambio di informazioni sulla gestione e sulle prestazioni della Società con i propri azionisti.
Investitori	I temi più rilevanti per gli investitori riguardano la gestione finanziaria della Società e la sua redditività.	Con i propri investitori la Società ha istituito canali di dialogo continuo e di scambio di informazioni, come ad esempio l'organizzazione di riunioni e la diffusione di report periodici, al fine di fornire aggiornamenti sulla situazione finanziaria e sui trend economici del settore e della Società.
Fornitori di capitale	Il tema più rilevante per i fornitori di capitale risulta essere la gestione finanziaria della Società.	La Società ha instaurato canali di dialogo continuo e di scambio di informazioni con i propri fornitori di capitale, come ad esempio l'organizzazione di riunioni e la diffusione di report periodici, al fine di fornire aggiornamenti sulla situazione finanziaria e sui trend economici del settore e della Società.

IL PERCORSO PER LA REDAZIONE DEL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

I TEMI MATERIALI

L'individuazione dei temi di sostenibilità materiali su cui concentrare la rendicontazione è un passaggio fondamentale per la redazione del Bilancio di Sostenibilità secondo i "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" (in breve "GRI Standards").

Per tale ragione, Save The Duck ha effettuato una prima mappatura dei temi di sostenibilità potenzialmente rilevanti per l'Azienda sulla base di una serie di attività preliminari (benchmark, analisi media, analisi dei trend di settore), dei contributi ricevuti dalle diverse divisioni aziendali e degli aspetti proposti dai GRI Standards. Successivamente, con lo scopo di identificare i temi materiali tra i temi potenzialmente rilevanti, la Società ha condotto l'analisi di materialità, ovvero ha valutato le diverse tematiche di sostenibilità secondo la rilevanza che queste ricoprono per l'Azienda e per i suoi portatori di interesse, così come previsto dallo standard di rendicontazione scelto.

In particolare, è stato svolto un workshop con il top management durante il quale i componenti dello stesso hanno ordinato i temi di sostenibilità sulla base della rilevanza per Save The Duck, tenendo in

considerazione non solo la propria percezione, ma anche l'impegno formale della Società rispetto alle tematiche sottoposte ad analisi, le priorità aziendali e le principali aree di impatto ambientale, economico e sociale dell'organizzazione.

Per la determinazione della rilevanza dei temi di sostenibilità secondo la prospettiva degli stakeholder, invece, sono stati presi in considerazione i risultati delle analisi preliminari svolte, in particolare:

_ l'analisi di **benchmark** rispetto ad aziende comparabili, italiane e internazionali, operanti nel settore dell'abbigliamento, che ha permesso di comprendere quali siano i temi di sostenibilità maggiormente trattati dalle stesse all'interno dei documenti da queste resi pubblici;

_ l'analisi della **rilevanza dei media e dell'opinione pubblica** nei confronti delle tematiche di sostenibilità attraverso la ricognizione dei principali avvenimenti che hanno riguardato Save The Duck, considerando gli articoli di testate giornalistiche sia locali che internazionali;

_ l'analisi dei **trend di sostenibilità a livello globale**, attraverso una mappatura delle tematiche di sostenibilità maggiormente considerate dalle principali borse valori, dalle agenzie di rating di sostenibilità (DJSI, MSCI, ecc.), dalle organizzazioni

internazionali (GRI, World Economic Forum, ecc.) e dalle istituzioni governative (UE, UN, ecc.);

_ l'analisi delle **pressioni in ambito di sostenibilità per il settore** del tessile e dell'abbigliamento, attraverso la ricognizione delle tematiche maggiormente trattate nelle pubblicazioni delle principali associazioni di settore e di categoria (The Ellen MacArthur Foundation, European Clothing Action Plan, Camera nazionale della Moda, ecc.) e di alcune organizzazioni internazionali (RobecoSam, SASB, ecc.).

Il risultato di tale analisi è rappresentato attraverso la **Matrice di Materialità**.

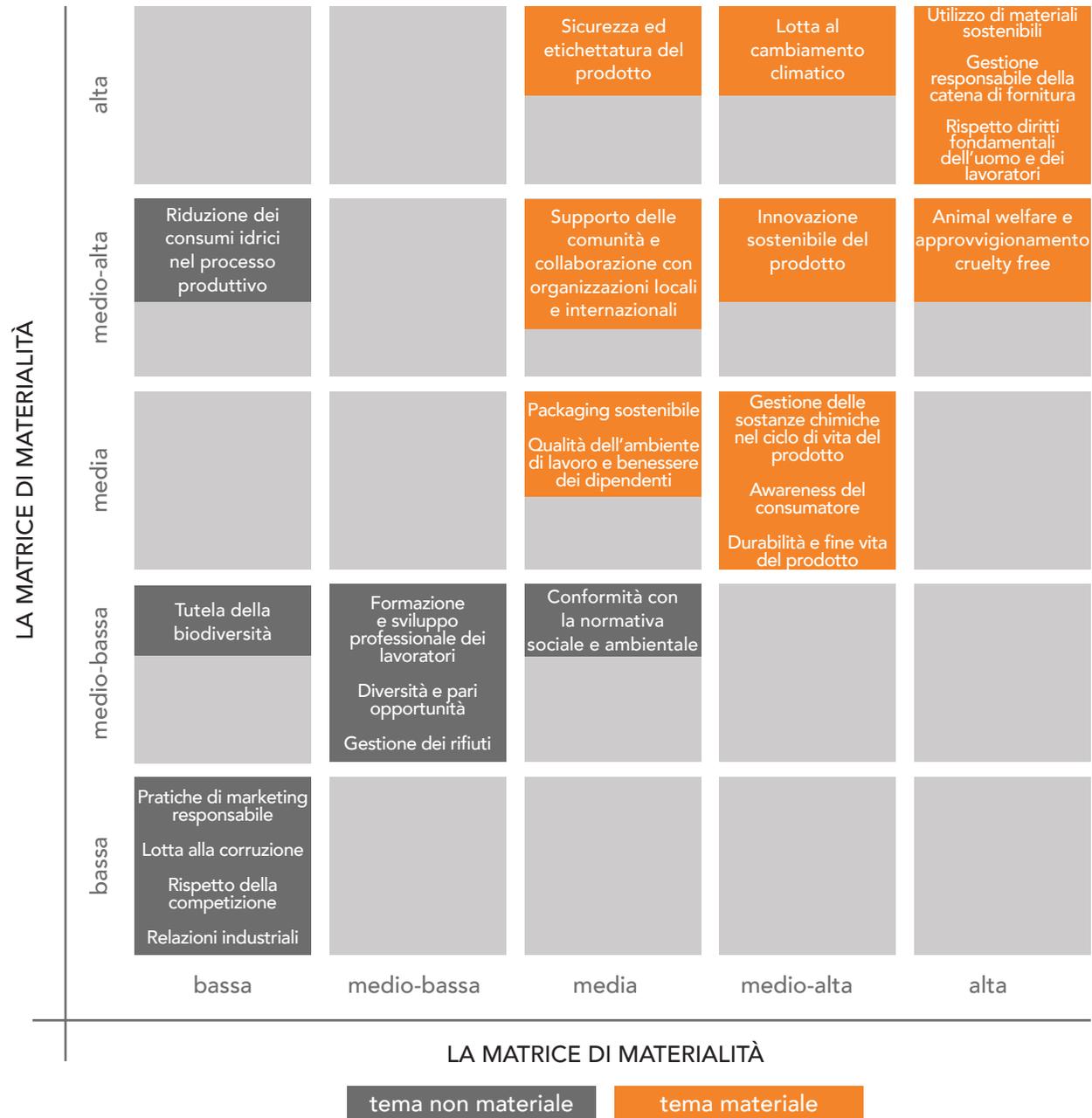


IL PERCORSO PER LA REDAZIONE DEL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

Come riportato nella figura, gli aspetti materiali su cui saranno focalizzati i contenuti del Bilancio di Sostenibilità, ovvero le tematiche che sono contemporaneamente rilevanti per Save The Duck e per i suoi stakeholder, sono:

- _ i **temi ambientali** associati ai processi produttivi, così come ai prodotti e al loro utilizzo: innovazione sostenibile del prodotto; utilizzo di materiali sostenibili; animal welfare e approvvigionamento cruelty free; gestione delle sostanze chimiche nel ciclo di vita del prodotto; durabilità e fine vita del prodotto; packaging sostenibile; lotta al cambiamento climatico;
- _ i temi maggiormente legati a **clienti e consumatori finali**: awareness del consumatore; sicurezza ed etichettatura del prodotto;
- _ i temi relativi ai rapporti di Save The Duck con i propri **collaboratori** e con la **comunità**: supporto delle comunità e collaborazione con organizzazioni locali e internazionali; qualità dell'ambiente di lavoro e benessere dei dipendenti;
- _ i temi legati alla **catena di fornitura** di Save The Duck e al **rispetto dei diritti umani e dei lavoratori**: gestione responsabile della catena di fornitura; rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo e dei lavoratori.



I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

1.1 LA NOSTRA STORIA

LE ORIGINI



1914: Dallo spirito imprenditoriale di Foresto Bargi, nasce a Pisa Forest S.r.l., piccolo laboratorio di capi confezionati con un particolare tessuto repellente all'acqua. Negli anni successivi l'Azienda divenne una delle più grandi fabbriche di abbigliamento italiane.

Anni '60: viene fondata una nuova branch, denominata "Forest Mec", dal figlio Cirano, che, con l'obiettivo di rispecchiare il nuovo stato d'animo collettivo, proponeva maglie, jeans e giubbotti ispirati all'abbigliamento degli operai americani.

Fine anni '90: viene aperta una sede degli uffici di Forest S.r.l. in Cina, scelta strategica per la gestione e il controllo dei propri fornitori.

I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

1.1 LA NOSTRA STORIA

GLI ANNI PIU' RECENTI



Anni 2010: Nicolas Bargi passa alla guida della Società.

2012: la Società registra il marchio Save The Duck, che si afferma come marchio di alta qualità in grado di offrire un'ampia gamma di indumenti da esterno 100% animal-free, impegnandosi quotidianamente a migliorare la sostenibilità del marchio nel pieno rispetto degli animali, dell'ambiente in cui vivono e delle persone che lo abitano.

2014: La Società registra il marchio PLUMTECH® e commercializza il primo capospalla con questo tipo di imbottitura.

2014: il Gruppo Alchimia acquisisce una quota di Forest S.r.l., contribuendo alla fortificazione dell'Azienda sotto il profilo amministrativo, finanziario e logistico.

2014: Save The Duck vince il VEGAN FASHION AWARD attribuito da PETA Deutschland (People for Ethical Treatment of Animals), organizzazione no-profit a sostegno dei diritti degli animali.

2015: Save The Duck aderisce alla LAV (Lega Anti Vivisezione) ottenendo la certificazione "Animal Free Fashion".

2016: Save The Duck inizia a usare materie prime riciclate di origine certificata Global Recycled Standard (GRS) e lancia la prima collezione fatta con poliestere 100% riciclato, proveniente dal riciclo delle bottiglie usate (RECYCLED PLUMTECH®).

2016: Save The Duck riceve il premio "PETA Innovator for Animals" grazie alla sua speciale tecnologia PLUMTECH®.

2017: Save The Duck introduce nelle proprie collezioni materie prime certificate Bluesign® e OEKO-TEX®.

2017: Save The Duck vince il premio Mario Unnia – Talento & Impresa, promosso da BDO Italia, nella categoria «Innovazione sostenibile», dedicato alle imprese che investono nello sviluppo di prodotti o servizi volti a ridurre l'impatto ambientale e a migliorare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse naturali.

Dicembre 2017: Save The Duck riceve un premio dell'organizzazione no-profit PETA UK per la collezione "Recycle" di Christopher Raeburn, la luxury capsule Fall/Winter 2017-2018 firmata dallo stilista inglese.

Marzo 2018: Progressio SGR acquisisce la maggioranza di Forest S.r.l., mentre Gruppo Alchimia esce dall'azionariato.

Giugno 2018: Save The Duck, con l'alpinista Kuntal A. Joisher, conquista il monte Lhotse, ossia la quarta vetta più alta al mondo (8.516 metri s.l.m.).

Settembre 2018: Save The Duck apre il primo negozio monomarca a Milano in Via Solferino 12, realizzato principalmente con materiali innovativi e sostenibili, e lancia il piano di aperture per il futuro.

Novembre 2018: Forest S.r.l. cambia denominazione in Save The Duck S.r.l..

Maggio 2019: Save The Duck S.r.l. cambia forma societaria in Save The Duck S.p.A. e, in particolare, assume la forma di Società Benefit.

Maggio 2019: a quasi un anno di distanza dalla scalata del monte Lhotse, Save The Duck conquista l'Everest, ossia la vetta più alta al mondo con i suoi 8.848 metri d'altitudine.

Luglio 2019: Save The Duck lancia la prima collezione di capi riciclabili in 100% poliammide.

Luglio 2019: Save The Duck ottiene la certificazione B Corp con un punteggio pari a 95.

Agosto/settembre 2019: La Società apre due nuovi negozi monomarca a Venezia e Hong Kong.

Settembre 2019: Save The Duck è premiata con una menzione speciale per la categoria Crescita e Sostenibilità al Premio Eccellenze d'Impresa (GEA).

I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

1.2 LA NOSTRA ORGANIZZAZIONE

Oggi Save The Duck, con ricavi superiori a 30 milioni di euro e una produzione di oltre 600.000 capi di abbigliamento con i marchi Save The Duck e Ganesh, si è affermata come marchio di alta qualità in grado di offrire un'ampia gamma di indumenti riconosciuti a livello globale per essere interamente prodotti senza alcun materiale di origine animale.

Save The Duck è un'azienda etica e smart, con lo sguardo rivolto al futuro, non solo per intercettare i nuovi trend del mercato e trasformarli in collezioni all'avanguardia, ma soprattutto per viaggiare verso l'obiettivo comune di "vivere in un mondo completamente animal cruelty free". Il suo impegno quotidiano è migliorare la sostenibilità dell'Azienda nel pieno rispetto degli animali, dell'ambiente in cui vivono e delle persone che lo abitano. In quest'ottica l'Azienda continua a migliorare e sviluppare nuove tecnologie e soluzioni eco-sostenibili con l'obiettivo di creare un processo produttivo con impatti ridotti per il pianeta.

Ogni collezione è accuratamente studiata per garantire la creazione di capi di abbigliamento rispettosi dell'ambiente e degli animali: i prodotti a marchio Save The Duck, infatti, sono 100% animal-free,

ovvero sono realizzati senza il ricorso ad alcun materiale di origine animale; la piuma d'oca è infatti sostituita con l'evoluta tecnologia PLUMTECH®, ossia un'ovatta sintetica costituita da fibre di poliestere (si veda paragrafo §2.1. attraverso la scelta dei materiali per ulteriori informazioni). In particolare, grazie alla scelta di rinunciare a materiali di origine animale, dal 2015 a oggi Save The Duck è riuscita a evitare l'utilizzo delle piume di più di 17 milioni di oche.

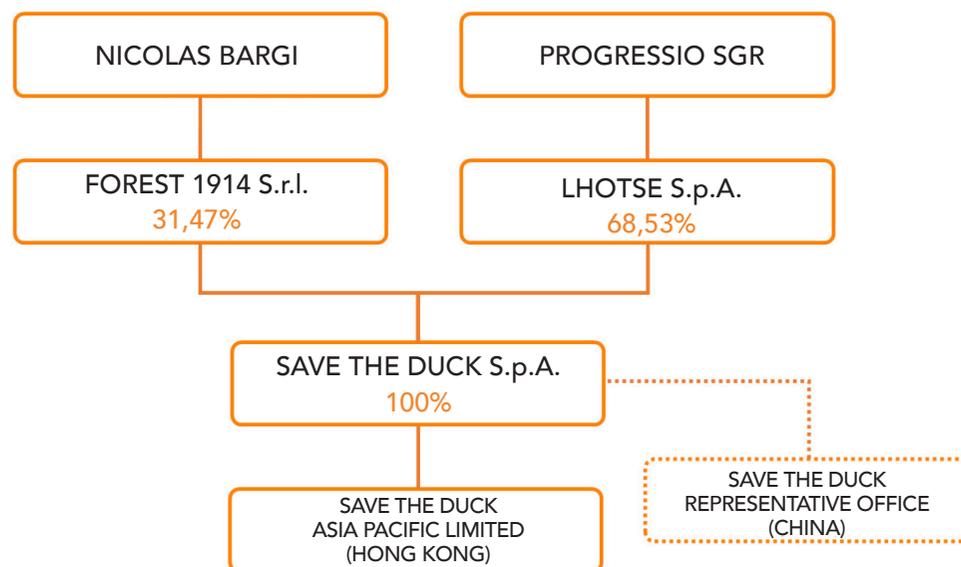
Per quanto riguarda l'attività produttiva vera e propria, inoltre, Save The Duck ha strutturato il proprio modello di business affidando questa fase a una cerchia molto ristretta di fornitori che sono sottoposti a controlli di qualità molto rigidi e valutati secondo criteri di responsabilità sociale.

In termini di espansione geografica, con una quota di esportazioni che ha raggiunto il 50% delle vendite e un network selezionato di negozi wholesale,

Save The Duck è presente in 30 Paesi nel mondo: tra i principali mercati serviti, oltre l'Italia, sono presenti gli Stati Uniti, la Germania, l'area Benelux e l'area della Scandinavia. Inoltre, a settembre 2018, nel centro di Milano è stato inaugurato il primo negozio monomarca Save The Duck, realizzato principalmente con materiali innovativi e sostenibili, al quale si aggiungeranno nei prossimi mesi altri flagship store in altre aree geografiche. A livello organizzativo, Save The Duck S.p.A. è detenuta al 31,47% da Forest 1914 S.r.l., a sua volta detenuta in piena proprietà dal Sig. Nicolas Bargi, e al 68,53% da Lhotse S.p.A., che fa capo a Progressio SGR S.p.A..

La Società ha stabilito la propria sede legale e operativa a Milano, in Via Arcivescovo Calabiana 6 e dispone inoltre di un ufficio strategico di rappresentanza in Cina, punto di contatto tra l'Azienda e i fornitori locali, in grado di assicurare la produzione dei propri capi, garantendo il mantenimento degli standard di produzione europei.

Al 31 dicembre 2018 Save The Duck conta 41 dipendenti, il 76% dei quali lavora in Italia negli uffici direttivi e nello store di Milano, mentre la restante parte in Cina.



IL PROSPETTO DELL'ORGANIZZAZIONE
È AGGIORNATO A SETTEMBRE 2019

I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

GOVERNANCE E CONTROLLI INTERNI

Save The Duck ha adottato la prima edizione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231 del 8 giugno 2001 (di seguito anche Modello 231) con delibera del Consiglio di Amministrazione del 20 dicembre 2018. L'adozione del Modello 231 ha l'obiettivo di rendere consapevoli tutti coloro che lavorano in nome e per conto della Società - con particolare riferimento a coloro che operano nelle c.d. "aree sensibili" - che i comportamenti illeciti sono condannati con forza dalla stessa. Inoltre, consente alla Società di intervenire tempestivamente per prevenire o contrastare la commissione di reati o quanto meno di ridurre sensibilmente il danno dagli stessi arrecato e di migliorare la governance societaria e l'immagine della Società.

Le segnalazioni relative a eventuali violazioni del Modello 231 o conseguenti a comportamenti difforni alle regole di condotta adottate dalla Società avvengono secondo le disposizioni normative previste in materia di *wistleblowing*. Le segnalazioni possono essere effettuate sia a mezzo di posta fisica o tramite posta elettronica e indirizzate all'Organismo di Vigilanza di Save The Duck.

Di seguito si riportano i principali sistemi di organizzazione e controllo interno adottati dalla Società:

_ **lo Statuto** che contempla diverse previsioni relative al governo societario volte ad assicurare il corretto svolgimento dell'attività di gestione;

_ **il Sistema organizzativo** che è composto dalle strutture/posizioni organizzative e aree di responsabilità;

_ **il Codice Etico**, costituito da un insieme di regole di comportamento e principi di carattere generale, che tutti i soggetti interni ed esterni, che hanno direttamente o indirettamente una relazione con Save The Duck, devono rispettare;

_ **il Codice di Condotta per la Supply Chain** che definisce i requisiti minimi che ogni Fornitore deve rispettare in materia di sostenibilità ambientale, sostenibilità sociale e diritti dei lavoratori, tutela della sicurezza e della salute negli ambienti di lavoro, rispetto delle leggi e nell'etica degli affari.

Infine, Save The Duck ha adottato una struttura organizzativa di tipo tradizionale che si articola in:

_ **Consiglio di Amministrazione**: composto da 7 membri, che riveste un ruolo centrale nel sistema di governo societario,

deliberando in merito alle operazioni che assumono un significativo rilievo strategico, economico o finanziario. Nell'ambito del Consiglio di Amministrazione sono nominati il Presidente e l'Amministratore Delegato. Il Consiglio è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria e ha la facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per l'attuazione e il raggiungimento degli scopi sociali, esclusi soltanto quelli che la legge o lo statuto riservano in modo tassativo all'Assemblea;

_ **Collegio Sindacale**: cui spetta il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo contabile, è composto da 3 membri effettivi e 2 supplenti;

_ **Organismo di vigilanza (OdV)**: attualmente composto da due membri esterni all'Azienda e uno interno, che si impegnano a rispettare le caratteristiche di professionalità, continuità di azione, autonomia e indipendenza, cui spettano le funzioni di supervisione previste dal decreto legislativo italiano 231/2001.



I. CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

HEADQUARTER MILAN



I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

1.3 IL NOSTRO DNA E IL NOSTRO IMPEGNO

Ispirata dal concetto "*pensare globale, agire locale*", Save The Duck ha raccolto la sfida di contribuire con il proprio business alla risoluzione delle problematiche globali, scegliendo di produrre capi di qualità senza fare ricorso a materiali di origine animale e al contempo impegnandosi nello sviluppo di un prodotto il più possibile sostenibile. Una sfida che nasce dapprima dalla volontà di "*salvare le anatre*", ma che oggi si estende e si sostanzia nell'impegno quotidiano di promuovere i valori della sostenibilità e del rispetto dell'ambiente e del pianeta, delle persone che lo abitano e degli ecosistemi che lo compongono. Save The Duck riconosce che la sostenibilità è un concetto complesso, che racchiude diverse sfaccettature e talvolta contraddizioni, per questa ragione la scelta di non utilizzare materiali di origine animale non può prescindere da una serie di considerazioni e valutazioni di carattere sociale e ambientale sulla produzione di capi di abbigliamento originati da materiali alternativi a quelli animali. Un approccio etico e innovativo, con lo sguardo rivolto al futuro verso l'obiettivo comune di "*vivere in un mondo completamente *animal cruelty free**", la strategia di Save the Duck si basa quindi sui seguenti elementi fondamentali:



WE RESPECT ANIMALS

Save The Duck si impegna nella realizzazione di prodotti cruelty-free (che non comportano, cioè, lo sfruttamento degli animali), grazie a tecnologie all'avanguardia che permettono la creazione di materiali sostenibili.



WE COMMIT FOR FUTURE

La crescita dell'attività di Save The Duck è lo strumento per raggiungere un obiettivo più grande: creare un impatto positivo per le persone e per l'ambiente in cui l'azienda opera. I principi etici guidano Save The Duck nella creazione di valore a lungo termine.



WE LOVE & PROTECT NATURE

Il rispetto dell'ambiente è la missione di Save The Duck. L'obiettivo è fornire ai nostri clienti una gamma di prodotti realizzati seguendo i principi della "*circolarità*", ovvero preservando le risorse naturali e utilizzando materie prime riciclate e provenienti da fonti qualificate.



WE CARE FOR PEOPLE

In quanto marchio di moda, Save The Duck ha la responsabilità di tutelare i diritti umani e di garantire la salute, la sicurezza e il trattamento equo di tutte le persone che partecipano alla catena del valore, dai produttori ai dipendenti, fino ai clienti.

I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

A partire da questa riflessione, Save The Duck ha avviato un percorso per l'integrazione della sostenibilità negli aspetti ambientali e sociali del proprio modello di business, che trova forma nel rispetto delle seguenti linee guida:

_ l'applicazione di principi e prassi di sostenibilità ed economia circolare, la progettazione di prodotti interamente riciclabili, il riciclo di materiali e componenti derivanti da fonti qualificate, con basso impatto ambientale e rispettosi degli aspetti sociali ed etici;

_ il consolidamento di un modello di business responsabile e solidale, in cui tutte le parti coinvolte nella supply chain offrano il loro contributo e accedano ai vantaggi dell'attività economica;

_ la creazione di prodotti animal-free con un ciclo di vita virtuoso da un punto di vista ambientale e sociale, che soddisfino le esigenze dei clienti;

_ la riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra lungo tutto ciclo di vita dei prodotti, con l'obiettivo futuro di azzerarle;

_ la riduzione dell'uso di risorse naturali grazie, ad esempio, all'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e alla riduzione del

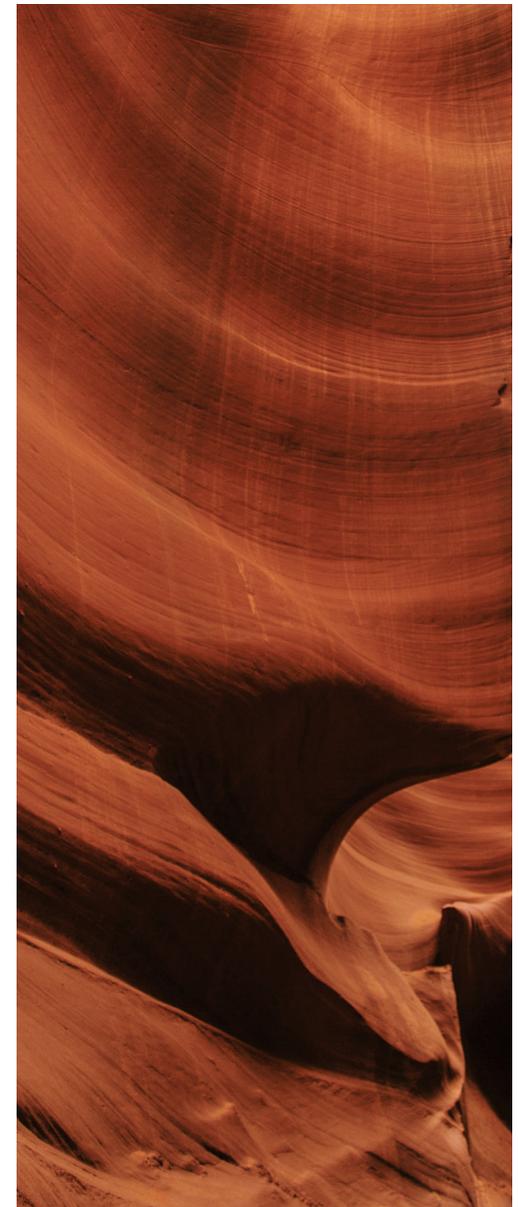
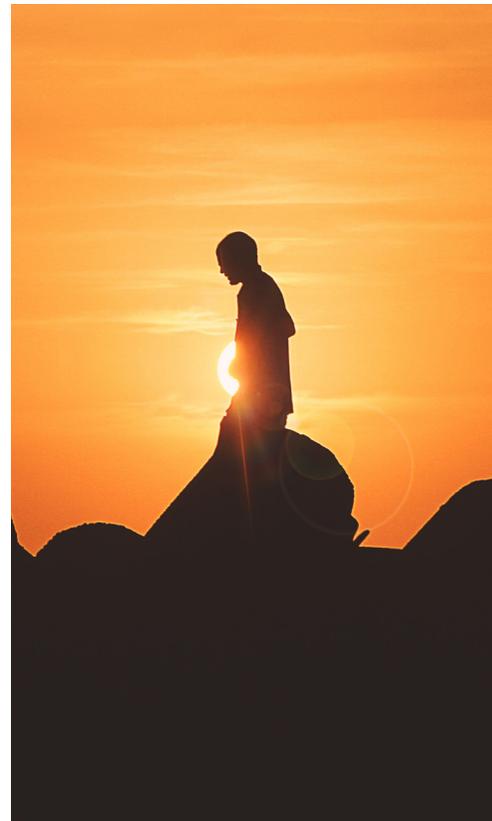
consumo energetico e dell'impatto ambientale delle acque di scarico derivanti dal ciclo produttivo;

_ la promozione e il rafforzamento di catene produttive che rispettano i diritti e il benessere dei lavoratori, garantendo ambienti di produzione virtuosi, in cui ciascun essere umano possa trovare realizzazione professionale nell'esercizio della propria attività.

In quest'ottica Save The Duck continua a migliorare e sviluppare nuove tecnologie e soluzioni eco-sostenibili con l'obiettivo di creare un processo produttivo che non danneggi l'ambiente, ripensando continuamente le modalità di fabbricazione dei prodotti da un punto di vista circolare e trovando soluzioni innovative che rispondano alle sfide del mercato. È lo spirito del tempo, ma è anche un modo per intercettare una concreta domanda dei consumatori più attenti, che vogliono fare scelte consapevoli e responsabili di consumo, e trasformarla in collezioni all'avanguardia, proprio in una logica "glocal".

Inoltre, al fine di integrare ancora più a fondo i propri valori all'interno della propria strategia di business e delle proprie operazioni, Save The Duck si è dotata di un Piano di Sostenibilità

triennale che mira a realizzare concretamente l'impegno di offrire prodotti sostenibili tramite una conduzione responsabile delle attività. Il piano identifica obiettivi specifici e permette di monitorare lo stato di avanzamento dei progetti in corso e di aggiornare gli obiettivi della Società in modo da garantire un processo di miglioramento continuo e costante.

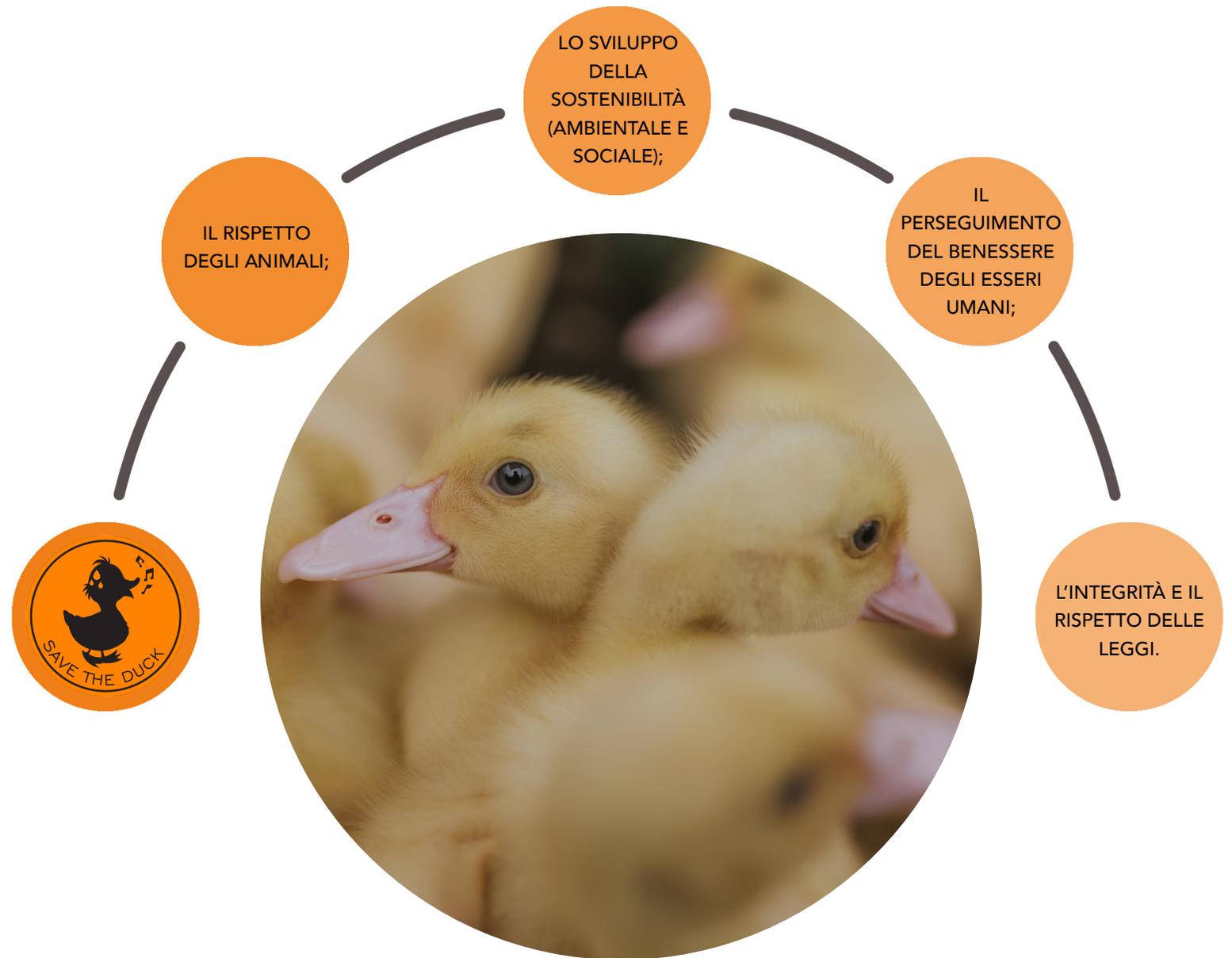


I . CI SIAMO IMPEGNATI NELLA SFIDA

IL CODICE ETICO DI SAVE THE DUCK

A supporto della filosofia aziendale, nel 2018 Save The Duck ha definito e approvato il proprio Codice Etico, in cui sono declinati i valori generali di natura etica e i principi di condotta negli affari ai quali la Società ha inteso e intende ispirare costantemente la propria attività.

Il Codice Etico di Save The Duck tratteggia diritti, doveri e responsabilità dell'Azienda nei confronti dei propri stakeholder, sotto i profili economici, sociali e ambientali, ed esprime un insieme di regole comportamentali che tutti coloro che operano in nome e per conto della stessa si impegnano a rispettare. In particolare, i valori chiave alla base del Codice Etico sono:



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

2.1 ATTRAVERSO LA SCELTA DEI MATERIALI

Anno dopo anno Save The Duck rinnova il proprio obiettivo di sviluppare prodotti in grado di intercettare le richieste di una clientela sempre più esigente. L'Azienda è infatti impegnata nella ricerca di creazioni esclusive, risultato di una perfetta simbiosi tra utilizzo di materiali innovativi e ricerca stilistica. Il ricco know-how e la professionalità di dipendenti e collaboratori rendono possibile la realizzazione di prodotti dalle alte caratteristiche estetiche e tecniche, grazie alle quali la Società ha consolidato nel tempo il proprio marchio nel mondo dell'abbigliamento. Grazie agli investimenti di capitali e di conoscenze e alla proficua collaborazione con i propri fornitori, la Società è costantemente alla ricerca di soluzioni innovative di prodotto (come design, colori, funzionalità e materiali) e di processo (come nuove tecnologie di lavorazione e automazione), che le consentano di proporre prodotti originali e di qualità rispetto al mercato di riferimento.

Il processo di sviluppo di un nuovo prodotto ha sempre origine da un'indagine e da un'analisi dei bisogni e delle richieste del mercato o di specifici clienti in termini di stile ed estetica.

Le informazioni e le necessità raccolte sul campo servono per definire una strategia commerciale, che guiderà le scelte in ambito produttivo. Questa fase è affidata a stilisti e tecnici i quali spesso lavorano a stretto contatto, da un lato con il management aziendale che vanta un'esperienza pluriennale nel settore abbigliamento, dall'altro con l'ufficio commerciale che costituisce l'interfaccia con i clienti e ha un ruolo determinante nella misurazione del livello di gradimento della collezione. Una volta definito lo stile della collezione è necessario sviluppare lo schizzo, che rappresenta l'input per dare il via al processo di creazione prototipale che si concretizza nelle fasi della scelta e dell'approvvigionamento del tessuto e dei materiali dell'imbottitura, della creazione del modello a partire dallo schizzo e della definizione del processo di trasformazione. Questi passaggi conducono alla realizzazione dei capi e alla conseguente presentazione e distribuzione del campionario ai clienti. Infine, il processo si conclude con la reingegnerizzazione delle soluzioni estetiche sulla base delle richieste e dei feedback del mercato. Una volta realizzata la nuova collezione, questa è presentata al pubblico durante l'anno nell'ambito di specifiche fiere di settore. Le attività di ricerca e sviluppo che hanno impegnato maggiormente Save The Duck

nel corso del 2018 hanno riguardato la ricerca industriale di soluzioni estetiche e stilistiche innovative, lo sviluppo della progettazione dei capi e della successiva prototipazione, la creazione dei campioni dimostrativi e l'eventuale reingegnerizzazione delle soluzioni proposte.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

PLUMTECH®

PLUMTECH® è un'ovatta che nasce dall'esigenza di ricreare la sofficietà della vera piuma, conservando i vantaggi di un'imbottitura termica tecnologica. Questo materiale viene ottenuto dalla lavorazione del poliestere in filamenti per imitare la struttura delle imbottiture tradizionali in piuma. Tutte le imbottiture in PLUMTECH® sono certificate Bluesign®, ossia un sistema che impegna tutti i soggetti della catena di fornitura di un prodotto a impegnarsi nel raggiungimento dei più elevati standard di sostenibilità. Nata come prodotto in poliestere vergine, ora è disponibile anche in poliestere riciclato 100% proveniente da bottiglie di PET usate (RECYCLED PLUMTECH®), contrassegnata dalla certificazione Global Recycled Standard (GRS), che certifica e valorizza i prodotti ottenuti da materiali da riciclo, nel rispetto di criteri ambientali e sociali estesi a tutte le fasi della filiera produttiva.

L'alta densità delle sue fibre consente di intrappolare nella struttura una grande quantità di aria (il migliore isolante termico), mantenendo la temperatura del corpo al suo naturale calore e garantendo un comfort ottimale. Le performance di PLUMTECH® in termini di filling power,

ossia un indicatore della capacità del materiale di intrappolare l'aria espressa come il rapporto peso/volume del fiocco, sono pari a 500-550, quindi comparabili a quelle medie della piuma. Rispetto alle imbottiture in piuma, che perdono la capacità di isolare termicamente se bagnate, questo materiale è in grado di assorbire livelli elevati di umidità e di mantenere le sue proprietà isolanti, oltre a essere in grado di asciugare molto rapidamente.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA



Le diverse linee di prodotto commercializzate sono il principale veicolo attraverso il quale l'Azienda esprime la propria visione e i propri valori: l'applicazione di badge colorati sui capi di abbigliamento, infatti, indicano le caratteristiche principali del prodotto e il messaggio che la Società vuole trasmettere.

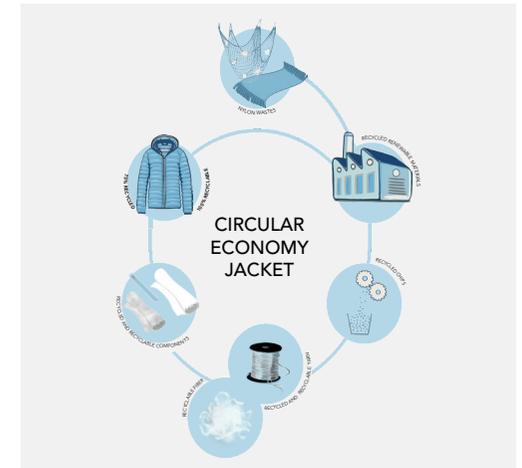
WE RESPECT ANIMALS – La collezione Orange Badge identifica i capi Save The Duck prodotti evitando l'impiego di materiali di origine animale e utilizzando l'imbottitura sintetica PLUMTECH®. Con la collezione Orange Badge, Save The Duck offre ai clienti uno strumento per esprimere la loro personalità e per condividere il senso di appartenenza a una comunità che rispetta gli animali e il pianeta.



WE RECYCLE – Messa sul mercato nel 2018, la collezione Green Badge è prodotta con materie prime riciclate e certificate TEXTILE EXCHANGE® GRS, provenienti dal riciclo di bottiglie usate. Dal 2017 a oggi sono state riciclate più di 1,5 milioni di bottiglie di plastica. Questa collezione rispecchia il forte impegno della Società a minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti e ridurre in consumo di materie prime.



WE CLEAN THE OCEAN – L'innovativa gamma Ocean Is My Home è creata con tessuti prodotti dalle reti da pesca recuperate e riciclate. I capi della collezione Ocean Is My Home sono prodotti con lo speciale tessuto realizzato in nylon 100% Econyl® da Aquafil®. Il filato Econyl® è una fibra ottenuta dalla rigenerazione delle reti da pesca recuperate nei mari e negli oceani e dal riciclo di nylon post-consumer.



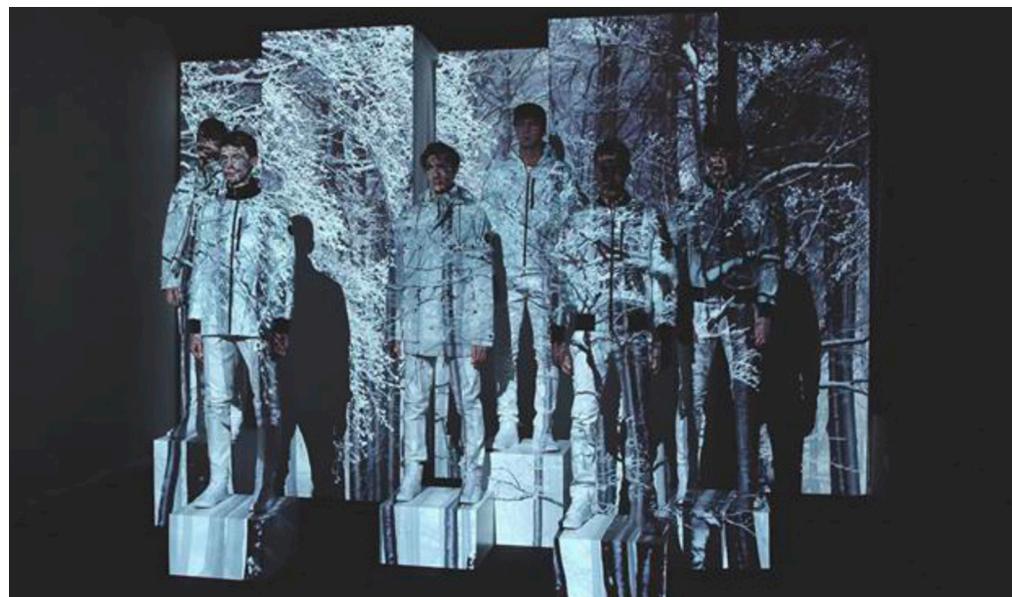
2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

Oltre ai prodotti, Save The Duck condivide e comunica i propri valori anche attraverso la costituzione di rapporti di collaborazione con altre organizzazioni o soggetti privati che siano rappresentativi della propria filosofia aziendale. Ad esempio, a giugno 2018, l'alpinista Kuntal A. Joisher ha conquistato il monte Lhotse, ossia la quarta vetta più alta al mondo (8.516 metri s.l.m.), indossando capi d'abbigliamento Save The Duck. Mai fino ad allora un capospalla senza imbottitura in piuma d'oca era arrivato così in alto.



A segnare un ulteriore record nella storia dell'abbigliamento tecnico-sportivo, a distanza di quasi un anno l'alpinista conquista anche l'Everest, ossia la vetta più alta al mondo con i suoi 8.848 metri d'altitudine. È stato proprio l'alpinista Kuntal A. Joisher a chiedere a Save The Duck di realizzare per lui una tuta in linea con le sue convinzioni etiche. Il team di ricerca di Save The Duck ha raccolto la sfida, dimostrando sul campo che la tecnologia PLUMTECH® insieme alla performante tecnologia del tessuto esterno Gore-Tex®, sono in grado di riparare anche dalle intemperie più estreme.

Un altro caso di innovazione di prodotto nasce dalla collaborazione con Christopher Raeburn, con il quale è stata creata una "capsule collection" dove il poliestere utilizzato è per il 30% costituito da materiale bio, cioè di origine vegetale, ovvero ottenuto dalla polimerizzazione della melassa della canna da zucchero. Durante il 2018 è stata inoltre attivata la collaborazione con lo stilista Christopher Bevans, che ha portato alla creazione di "capsule" di capi con una vestibilità decisamente più ampia "OVER" e "A- gender" (ovvero unisex), sempre realizzati con imbottitura PLUMTECH®, in parte utilizzando poliestere riciclato da bottiglie di plastica e in parte utilizzando tessuti tecnici altamente performanti.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

Riguardo alla scelta dei materiali, la gran parte delle materie prime utilizzate nei prodotti con marchio Save The Duck sono certificate secondo specifici standard (per ulteriori informazioni su tali certificazioni si rimanda al paragrafo §3.2 I nostri clienti) in particolare:

_ Il 24% dei capi è realizzato con materiali **OEKO-TEX® STANDARD 100**, ovvero testato per verificare la presenza di sostanze pericolose lungo l'intera filiera produttiva;

_ Il 48% dei capi è realizzato con materiali certificati **BLUESIGN®**, certificazione che garantisce il più alto livello di sicurezza per il consumatore finale, l'uso responsabile delle risorse e la produzione con il minor impatto possibile sulle persone e sull'ambiente;

_ Il 6% dei capi prevede l'utilizzo di materiali certificati secondo il **GRS (Global Recycle Standard)**, ovvero materiali riciclati prodotti secondo processi rispettosi dell'ambiente, delle persone e della sicurezza dei consumatori. Ad esempio, il tessuto denominato GRIN è costituito da 100% poliestere riciclato da bottiglie di plastica post consumer. Per i prodotti delle collezioni primavera-estate e autunno-inverno 2018, nel 2017 sono stati utilizzati più di 76 mila

metri di tessuti riciclati e certificati GRS. Per le collezioni primavera-estate e autunno-inverno del 2019, nel 2018 i metri di tessuto riciclato utilizzati per la realizzazione dei prodotti Save The Duck è di circa 43 mila metri.

Per quanto riguarda i materiali e i semilavorati utilizzati per la realizzazione dei capi di abbigliamento, Save The Duck si approvvigiona principalmente di:

- _ **fibre sintetiche**, come poliammide e poliestere, per le fodere e i tessuti esterni;
- _ **imbottiture (PLUMTECH®)**, principalmente realizzate in poliestere;
- _ **zip in plastica**;
- _ **accessori** come i badge applicati ai capi e i bottoni;
- _ **cotone**, utilizzato per una piccola produzione di capi (polo e t-shirt) in fibra naturale avviata nel 2018.

Per la realizzazione delle collezioni 2019 prodotte nel 2018, Save The Duck ha utilizzato più di 1,6 milioni di metri di fibre sintetiche, di cui circa il 5% realizzato da materiali riciclati. Per quanto riguarda invece i materiali isolanti, l'Azienda ha utilizzato circa 141 mila kg di piuma sintetica, di cui il 4% circa è realizzata con materiali riciclati, e oltre 29 mila metri di imbottiture a pannello, realizzate principalmente con materiali riciclati (circa il 92%).



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

I materiali utilizzati per gli iconici piumini
basici per donna e uomo

Al fine di offrire una informativa sui
materiali utilizzati per i propri prodotti, è
stato realizzato un esercizio di misurazione
sui capispalla più rappresentativi delle
collezioni Save The Duck: gli iconici e
intramontabili piumini basici per donna
e uomo realizzati in tessuto GIGA. Per
produrre circa 44.400 piumini basici delle
collezioni 2019, nel 2018 l'Azienda ha
utilizzato 11,7 tonnellate di Plumtech®
per le imbottiture e 149,5 mila metri di
tessuti per le fodere e le parti esterne.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

L'attenzione verso l'utilizzo di materiali sostenibili non si ferma ai soli capi di abbigliamento, ma include anche i materiali utilizzati per il confezionamento del prodotto. Infatti, per la distribuzione dei capi di abbigliamento al cliente finale, i prodotti sono spediti dal magazzino centrale in scatole di cartone certificate Forest Stewardship Council (FSC).

Nel 2018, Save The Duck ha utilizzato 81 tonnellate di cartone per il confezionamento dei prodotti da spedire in tutto il mondo, di cui circa 58 tonnellate (certificate FSC) per la spedizione dei propri capi verso i destinatari e 23 tonnellate per la spedizione dei prodotti verso il polo logistico di Save The Duck, tramite i fornitori di primo livello.

Per quanto riguarda il packaging utilizzato per la vendita dei prodotti online, tramite piattaforme e-commerce, la Società si è posta l'obiettivo per il 2019 di riprogettare il confezionamento dei prodotti venduti aumentando ulteriormente l'eco-sostenibilità dei materiali utilizzati. Inoltre, per la collezione 2019 i prodotti Save The Duck saranno confezionati singolarmente in sacchetti di bioplastica compostabile o in sacchetti di plastica riciclata al 90%, nel caso in cui i capi necessitino di essere ricondizionati prima dell'invio al cliente finale.



MATERIALI ²		UNITÀ DI MISURA	COLLEZIONI 2019 PRODOTTE NEL 2019	% MATERIALI RICICLATI
Fibre sintetiche		m	1.696.135	5%
Isolanti termici	Imbottitura a pannello	m	29.893	92%
	Piuma sintetica	kg	140.834	4%

² Si segnala che le informazioni riportate non includono le attività relative al marchio Ganesh, che rappresenta circa il 6% del fatturato di Save The Duck S.p.A..

2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

IL PRIMO NEGOZIO SAVE THE DUCK: UN CONCEPT BASATO SUI CRITERI DELL'ECO-SOSTENIBILITÀ

Nella progettazione e realizzazione dei suoi negozi diretti, tra i quali il primo a Milano, in Via Solferino, Save The Duck ha seguito la propria filosofia nel rispettare quanto più possibile le risorse naturali e i principi di sostenibilità. Riguardo ai materiali utilizzati, infatti, la Società ha selezionato ove possibile materiali naturali o riciclati e riciclabili, come ad esempio grucce e ganci in plastica riciclata o legno. In merito ai risparmi energetici, si è fatto ricorso a tecnologie a ridotto contenuto energetico, quali le luci a LED.

L'obiettivo di Save The Duck nei prossimi anni è di riprogettare alcuni elementi dei propri negozi aumentando ulteriormente l'applicazione di materiali sostenibili. Ad esempio, riducendo l'utilizzo della plastica tramite la sostituzione di grucce di plastica con grucce in legno e utilizzando manichini prodotti con cartone o carta pesta, un'alternativa più sostenibile ai manichini in vetroresina.

La progettazione dei nuovi negozi che apriranno ad Hong Kong, Barcellona e Venezia durante il 2019 fa tesoro dell'esperienza del primo negozio italiano e prevede l'applicazione di un concept

basato sui criteri dell'eco-sostenibilità. Caratteristica che rende i negozi Save The Duck, i luoghi perfetti per rappresentare gli ideali e lo spirito dell'Azienda.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

2.2 CONTRIBUENDO ALLA LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

La crescita delle proprie attività è per Save The Duck uno strumento per raggiungere un obiettivo più grande: creare un impatto positivo per le persone e per l'ambiente in cui opera. In linea con la propria filosofia, l'Azienda mira a promuovere comportamenti virtuosi che contribuiscano allo sviluppo sostenibile e alla tutela dell'ambiente. In un'ottica di sviluppo sostenibile del business, Save The Duck pianifica le proprie attività garantendo il miglior equilibrio possibile tra iniziative economiche e tutela ambientale. Nell'ambito di questo impegno, l'Azienda ritiene di fondamentale importanza contribuire anche alla lotta al cambiamento climatico.

A livello globale, in occasione della conferenza sul clima di Parigi (COP21) del dicembre 2015, 195 paesi hanno adottato il primo accordo universale e giuridicamente vincolante sul clima. L'accordo definisce un piano d'azione globale per limitare l'aumento medio della temperatura mondiale ben al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali, con l'obiettivo sfidante di limitare l'aumento a 1,5°C. Questo permetterebbe di ridurre significativamente i rischi e gli impatti causati dai cambiamenti climatici.

Nell'ambito delle azioni definite dall'accordo di Parigi, nel 2018 l'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC ³) ha pubblicato lo "Special Report on the impacts of Global Warming of 1.5°C", nel quale si riportano informazioni relative all'avvenuto aumento delle temperature globali di 1°C rispetto al periodo preindustriale, con effetti visibili come l'intensificarsi di eventi meteorologici estremi, l'innalzamento del livello del mare, la diminuzione della biodiversità e l'assottigliamento dei ghiacciai. Risulta dunque di fondamentale importanza l'impegno di tutti nella riduzione delle emissioni di CO₂ globali prodotte dalle attività umane.

Consapevole del contesto globale e forte della convinzione che ciascuno oggi è chiamato a contribuire alla risoluzione di problemi globali, Save The Duck ha intrapreso un percorso volto al monitoraggio dei consumi energetici e delle emissioni di gas ad effetto serra (o emissioni GHG – Greenhouse Gases), al fine di individuare e attivare tutte le possibili opportunità di riduzione delle emissioni di gas climalteranti. In considerazione della maggiore rilevanza degli impatti generati lungo la propria catena di fornitura, Save The Duck si è posta l'obiettivo di estendere il monitoraggio anche alle emissioni

climalteranti derivanti dal processo di realizzazione e distribuzione dei propri prodotti.

In relazione ai consumi energetici, nel 2018 il consumo di carburante diesel per la flotta aziendale di Save The Duck è pari a circa 202 GJ, in leggero aumento rispetto al 2017 (+2%). Nel 2018 l'Azienda ha registrato consumi di energia elettrica per gli uffici e per il nuovo negozio di Milano pari a circa 241 GJ, in aumento rispetto al 2017 (+40%). Si segnala che l'Azienda non consuma gas naturale per lo svolgimento delle proprie attività.

³ L'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) è l'organismo delle Nazioni Unite per la valutazione del cambiamento climatico e dei suoi impatti.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

Dai consumi energetici derivano parte degli impatti in termini di emissioni GHG generate dalle attività della Società. Infatti, le emissioni climalteranti possono essere categorizzate in differenti tipologie, in relazione alla natura della sorgente che le genera:

– Emissione diretta di gas serra

- Scopo 1: emissione di GHG da sorgenti di gas serra di proprietà o controllate dall'organizzazione;

– Emissione indiretta di gas serra da consumo energetico

- Scopo 2: emissione di GHG derivante dalla produzione di elettricità, di calore o vapore importati e consumati dall'organizzazione;

– Altra emissione indiretta di gas serra

- Scopo 3: emissione di GHG, diversa dalle emissioni indirette di GHG da consumo energetico, che è conseguenza delle attività di un'organizzazione, ma che scaturisce da sorgenti di gas serra di proprietà o controllate da altre organizzazioni.

Le emissioni indirette energetiche (Scopo 2) possono essere calcolate utilizzando due differenti metodologie: Market Based e Location Based. Con l'approccio Location Based, le emissioni Scopo 2 sono calcolate utilizzando il fattore medio di emissione associato al mix energetico nazionale. L'approccio Market Based, invece, considera l'approvvigionamento

elettrico tenendo conto degli eventuali certificati RECS (Renewable Energy Certificate System) acquistati dalla Società, che attestano l'eventuale approvvigionamento da parte dell'Azienda di energia elettrica da fonti rinnovabili – che quindi non comportano emissioni. Se l'organizzazione non copre completamente il proprio fabbisogno elettrico con tali certificati, per la restante parte è utilizzato un fattore di emissione associato alla produzione di energia da impianti termoelettrici.

Nel 2018, le emissioni dirette di CO₂ sono legate solo al consumo di diesel delle auto della flotta aziendale (26,3 tonnellate di CO₂). Nel periodo di riferimento non sono state riscontrate perdite di gas refrigeranti del sistema di condizionamento dell'aria. Le emissioni di CO₂ corrispondenti ai consumi di energia elettrica, ossia le emissioni di Scopo 2, sono pari a 25,4 tonnellate di CO₂, in aumento del 31% rispetto al 2017. Per quanto riguarda le emissioni indirettamente generate dall'attività aziendale, Save The Duck monitora quelle relative alla distribuzione dei prodotti dalla Cina al magazzino centrale in Italia e ai clienti finali. Questi trasporti generano circa 754 tonnellate di CO₂, un ammontare che rappresenta la quasi totalità delle emissioni di Save The Duck.



CONSUMI ENERGETICI	UNITÀ DI MISURA	2017	2018
CARBURANTE (DIESEL) PER LA FLOTTA AZIENDALE *	GJ	197,7	202,1
ENERGIA ELETTRICA	GJ	172,2	241,5
UFFICI	GJ	172,2	209,6
NEGOZI **	GJ	-	31,9
TOTALE CONSUMI ENERGETICI	GJ	370,0	443,6

* la flotta aziendale di Save The Duck è composta da due mezzi di proprietà e due mezzi in leasing

** il negozio di Milano è stato aperto a settembre 2018

2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

EMISSIONI CO ₂	UNITÀ DI MISURA	2017	2018
Emissioni dirette (scopo 1)	ton CO _{2eq}	26,7	26,3
- emissioni legate al consumo di diesel per le auto aziendali	ton CO _{2eq}	26,7	26,3
- emissioni legate al perdite di gas refrigeranti del sistema di condizionamento dell'aria	ton CO _{2eq}	0	0
Emissioni indirette energetiche (Scopo 2) - Location based	ton CO ₂	19,3	25,4
- emissioni legate all'acquisto di energia elettrica dalla rete nazionale	ton CO ₂	19,3	25,4
Emissioni indirette energetiche (Scopo 2) - Market based	ton CO ₂	23,7	33,3
- emissioni legate all'acquisto di energia elettrica dalla rete nazionale	ton CO ₂	23,7	33,3
Altre emissioni indirette (Scopo 3)	ton CO _{2eq}	n.d.	753,60
- emissioni legate al trasporto di prodotti via terra	ton CO _{2eq}	n.d.	112,8
- emissioni legate al trasporto di prodotti via nave	ton CO _{2eq}	n.d.	68,3
- emissioni legate al trasporto di prodotti via aereo	ton CO _{2eq}	n.d.	572,4
Totale emissioni	ton CO _{2eq}	46,0	805,2

2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

2.3 LUNGO LA NOSTRA CATENA DI FORNITURA

Save The Duck ha strutturato il proprio business affidando la produzione dei propri capi di abbigliamento a fornitori esterni (*Tier 1*), i quali a loro volta si approvvigionano autonomamente di componenti, semilavorati e materiali da circa 20 fornitori (*Tier 2*), per la maggior parte selezionati e nominati da Save The Duck. Nel tempo, con lo scopo di ottenere un sempre maggiore controllo sul primo livello della propria filiera produttiva, Save The Duck ha concentrato l'approvvigionamento su una cerchia ristretta di produttori (13 nel 2018), situati principalmente nell'area di Hangzhou nella regione Zhejiang della Cina.



Fornitori di
materie prime di
terzo e quarto
livello



Fornitori
"nominated" di
tessuti, imbottiture,
accessori e
lavorazione di
secondo livello



Fornitori di
prodotto finito di
primo livello



Magazzino e centro
di smistamento



Distributori e
logistica verso i
negozi e i clienti

Una volta realizzati i capi di abbigliamento, questi sono spediti per la maggior parte (circa il 67%) presso un polo logistico in Italia (a Treviso), dal quale sono successivamente distribuiti, tramite il ricorso a corrieri locali, presso i punti vendita europei. Diversamente, la restante parte di prodotti (circa il 33%) è spedita direttamente agli altri punti vendita in Cina, Stati Uniti e Canada. Il trasporto per la movimentazione *in-bound* dei prodotti avviene prevalentemente via nave (circa il 90%) e per la restante parte per via aerea.

2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

Con lo scopo di condividere i propri valori e di creare una filiera produttiva in cui siano rispettate le regole di condotta e promossi comportamenti equi, liberi e collaborativi, nel 2018 la Società si è dotata di un **"Codice di Condotta per la Supply Chain"** (di seguito anche "Codice di Condotta") che definisce i requisiti minimi che ogni fornitore deve rispettare in materia di sostenibilità ambientale, sostenibilità sociale e diritti dei lavoratori, tutela della sicurezza e della salute negli ambienti di lavoro, rispetto delle leggi ed etica degli affari. Il Codice di Condotta è stato integrato all'interno dei contratti con i fornitori di primo livello e ne è stata richiesta la sottoscrizione da parte degli stessi e dei fornitori di secondo livello (nominated), che comporta il rispetto dei principi in esso contenuti.

In considerazione delle caratteristiche specifiche della filiera produttiva attivata da Save The Duck, oltre al processo di qualifica dei fornitori secondo criteri economici e di qualità, i fornitori di primo livello sono valutati anche rispetto a criteri di natura sociale. Infatti, dal 2017 l'Azienda è entrata a far parte di Amfori BSCI (*Business Social Compliance Initiative*), un'associazione leader mondiale che supporta le aziende nello sviluppo di un commercio aperto e sostenibile, riunendo oltre 2.000 rivenditori,

importatori, brands e associazioni da più di 40 paesi, i cui valori sono sintetizzati nello slogan **"TRADE WITH PURPOSE"**.

Save The Duck si avvale della piattaforma online di Amfori BSCI (*"Amfori BSCI platform"*) per la valutazione dei propri fornitori di primo livello: attraverso la piattaforma, infatti, l'Azienda si impegna a promuovere e garantire il rispetto di principi di responsabilità sociale presso i propri fornitori e attiva annualmente audit di terza parte sulla base del codice di condotta BSCI (si veda box "I principi di Amfori BSCI") per approfondimenti). Gli audit Amfori BSCI sono progettati per valutare le performance sociali dei fornitori in base ai valori e ai principi del Codice di Condotta amfori BSCI, i quali vengono tradotti in tredici aree di performance interconnesse tra loro:



Sistema di gestione sociale ed effetto cascata

Partecipazione e protezione dei lavoratori

Diritto alla libertà sindacale e Diritto alla contrattazione collettiva

Divieto di discriminazione

Equa remunerazione

Orari di lavoro dignitosi

Salute e sicurezza sul lavoro

Divieto di lavoro infantile

Protezione particolare dei giovani lavoratori

Divieto di occupazione precaria

Divieto di lavoro coatto

Tutela ambientale e commercio etico

2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

A seconda dell'esito degli audit, la Società propone e supporta l'implementazione di piani di miglioramento presso i propri fornitori, volti a risolvere le situazioni più problematiche sotto il profilo di responsabilità sociale.

Nel corso nel 2018 Save The Duck ha realizzato nel complesso audit sociali ⁴ di terza parte su 12 fornitori di primo livello (92% del totale e rappresentativi del 99,7% della spesa), mentre nel 2017 su 7 fornitori di primo livello (100% della spesa). Sia nel 2018 che nel 2017 tutti i fornitori sottoposti ad audit sono stati valutati con un livello "acceptable" rispetto alle tredici aree di valutazione. Inoltre, durante gli audit, non sono mai state riscontrate situazioni problematiche legate alla sicurezza sul lavoro o casi di lavoro forzato e nessuno degli audit ha condotto all'identificazione di fornitori "a rischio". In generale, gli spunti di miglioramento riscontrati con più frequenza sono relativi alle ore di straordinario e all'assenza di un'assicurazione sociale, ossia in caso di infortunio, malattia, invalidità, vecchiaia e disoccupazione involontaria.

Oltre agli audit di terza parte, Save The Duck svolge visite periodiche presso i fornitori, in un'ottica di collaborazione e miglioramento continuo delle loro pratiche. Qualora a seguito degli audit

di terza parte o delle visite periodiche emergano elementi di miglioramento rilevanti, la Società sollecita i fornitori ad adottare un piano correttivo. Non essendo stata riscontrata alcuna situazione critica, nel 2018 e nel 2017 non è stato interrotto alcun rapporto con i fornitori della Società.

Riguardo ai fornitori di secondo livello, attualmente la Società non ha avviato una valutazione di tipo sociale o ambientale sugli stessi. In ogni caso, al fine di garantire la sicurezza del prodotto finale, Save The Duck effettua test chimici periodici sui materiali utilizzati nei processi produttivi (per approfondimenti si veda il paragrafo §3.2 I nostri clienti). A questo proposito, i dipendenti della sede cinese si occupano di effettuare controlli di qualità e di sicurezza del prodotto sui capi lungo la catena di fornitura.

⁴ Si segnala che uno degli audit nel 2018 è stato svolto secondo metodologia Sedex. Inoltre, si segnala che l'unico fornitore non sottoposto ad audit di tipo sociale è una stamperia italiana. Si segnala infine che le informazioni riportate non includono le attività relative al marchio Ganesh, che rappresenta circa il 6% del fatturato di Save The Duck S.p.A.



2. DI VALORIZZARE LA NOSTRA IMPRONTA

I PRINCIPI DI AMFORI BSCI

Il Codice di Condotta Amfori BSCI stabilisce 11 "core labour rights" che i partecipanti all'iniziativa e i loro partner di business si impegnano a rispettare lungo le proprie catene di fornitura. Tali principi fanno riferimento agli standard fondamentali sui diritti dei lavoratori, incluse le Dichiarazioni e Convenzioni dell'ILO (International Labour Organization), i "Guiding Principles on Business and Human Rights" delle Nazioni Unite e le linee guida per le imprese multinazionali dell'OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development).



Diritti alla libertà sindacale e alla contrattazione collettiva

La nostra azienda rispetta il diritto dei lavoratori a costituirsi in sindacati o in altre forme di associazione dei lavoratori e partecipare a contrattazioni collettive.



Equa remunerazione

La nostra azienda rispetta il diritto dei lavoratori a ricevere un'equa remunerazione.



Salute e sicurezza sul lavoro

La nostra azienda garantisce un ambiente di lavoro salubre e sicuro, valuta i rischi e adotta tutti i provvedimenti necessari a eliminarli o ridurli.



Protezione particolare dei giovani sul lavoro

La nostra azienda fornisce tutele particolari a tutti i lavoratori che non hanno ancora raggiunto la maggiore età.



Divieto di lavoro forzato

La nostra azienda non assume lavoratori in regime di schiavitù, lavoro forzato o lavoro involontario.



Commercio etico

La nostra azienda non tollera alcun atto di corruzione, estorsione e appropriazione indebita.



Divieto di discriminazione

La nostra azienda offre pari opportunità e non discrimina i lavoratori.



Orari di lavoro dignitosi

La nostra azienda rispetta la legge sugli orari di lavoro.



Divieto di lavoro infantile

La nostra azienda non assume alcun individuo che non abbia raggiunto l'età minima legale per lavorare.



Divieto di occupazione precaria

La nostra azienda assume lavoratori in base a contratti scritti ai sensi di legge.



Tutela ambientale

La nostra azienda adotta i provvedimenti necessari per evitare danni ambientali.

3. INSIEME A VOI

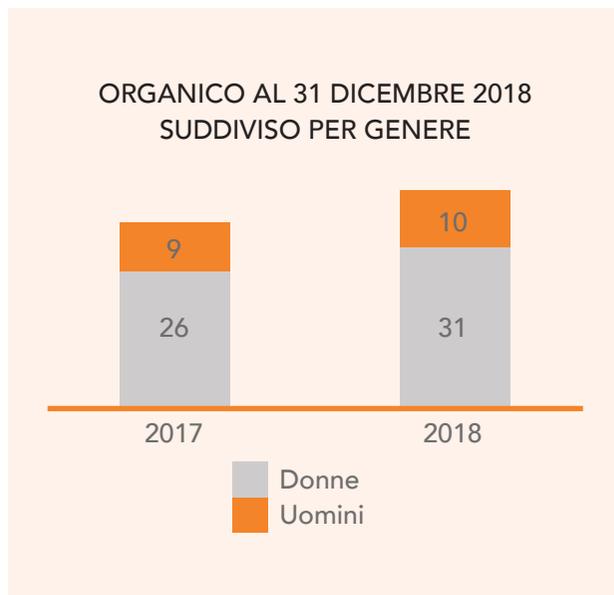
3.1 LE NOSTRE PERSONE

Save The Duck riconosce la centralità del contributo umano, professionale e creativo delle proprie persone nello svolgimento delle attività quotidiane. Spirito di squadra, trasparenza e mutuo rispetto sono considerati alla base delle relazioni con tutte le persone "Save The Duck". La gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione è volta a sviluppare le capacità e le competenze di ciascuno, secondo una politica di meriti orientata alle pari opportunità sul lavoro e nell'avanzamento professionale.

Al 31 dicembre 2018 i dipendenti della Società sono 41 (in crescita del 17% rispetto all'anno precedente), di cui il 76% sono donne (+24% rispetto al 2017). A livello di inquadramento contrattuale, il 90% dell'organico è assunto a tempo indeterminato, a conferma dell'impegno dell'Azienda ad investire nel lungo termine sulle proprie risorse e a garantire stabilità nelle relazioni di lavoro. I dipendenti assunti con contratti di tipo full-time rappresentano l'88% del totale (di cui il 75% sono donne); la restante parte ha un contratto part-time (di cui l'80% sono donne).



3. INSIEME A VOI



TIPOLOGIA DI CONTRATTO	GENERE	2017			2018		
		ITALIA	CINA	TOTALE	ITALIA	CINA	TOTALE
TEMPO INDETERMINATO	UOMO	17	8	25	19	8	27
	DONNA	6	2	8	8	2	10
TEMPO DETERMINATO	UOMO	1	0	1	4	0	4
	DONNA	1	0	1	0	0	0
TOTALE		25	10	35	31	10	41

3. INSIEME A VOI

Al fine di creare un ambiente di lavoro in cui sia garantito un buon bilanciamento tra vita privata e vita lavorativa, lo sviluppo delle competenze e la crescita del senso di appartenenza, nel 2018 Save The Duck ha adottato un piano di welfare aziendale comprensivo di un insieme di iniziative volte ad incrementare il benessere dei dipendenti e delle loro famiglie. Tramite una piattaforma online tutti i dipendenti in Italia hanno accesso ad un articolato pacchetto di beni, servizi e convenzioni per la salute, l'istruzione, la cultura, il tempo libero e altro. Nel 2018 non ci sono state differenze in termini di benefit concessi ai dipendenti con contratto full-time rispetto a quelli con contratto part-time. Inoltre, con l'obiettivo di comprendere maggiormente le esigenze delle proprie persone, nel 2019 Save The Duck ha realizzato una prima survey sul clima aziendale che ha coinvolto tutti i dipendenti della sede italiana e cinese. Il questionario ha incluso elementi di valutazione come le opportunità di crescita in azienda, le condizioni di lavoro e i rapporti di fiducia con i colleghi e con i propri manager.

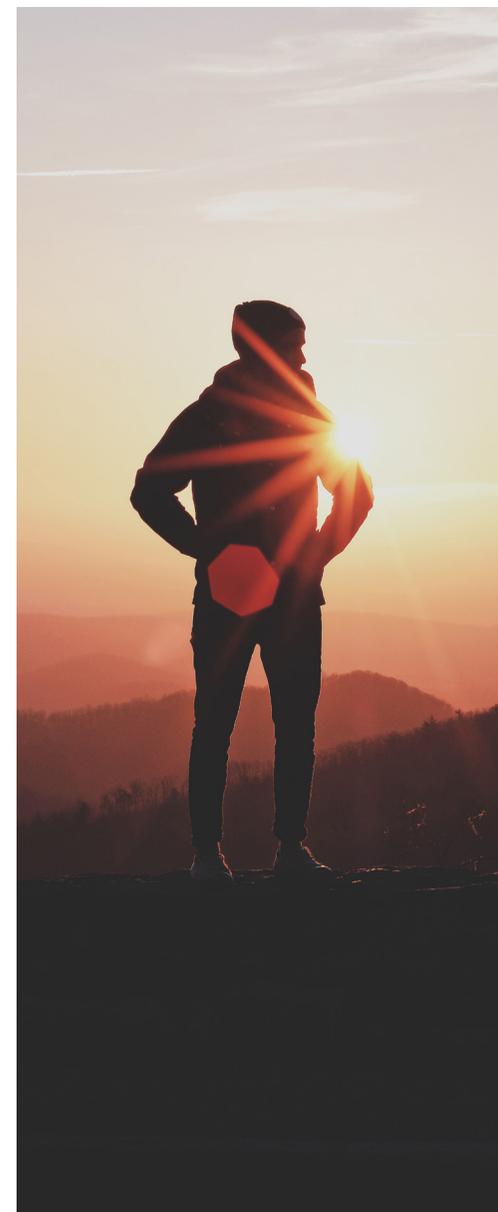
Con l'obiettivo di orientare le prestazioni dei dipendenti verso il raggiungimento degli obiettivi aziendali e al contempo di valorizzarne le performance, nel 2019 Save The Duck introdurrà un processo di

valutazione annuale rivolto a tutti i dipendenti. In particolare, ciascun dipendente sarà valutato sulla base del rendimento, ossia il raggiungimento degli obiettivi personali pianificati e il contributo alle performance dell'azienda, e sulla base delle competenze e dell'attitudine. La valutazione del personale sarà effettuata dal capo ufficio a cui ogni dipendente riporta tramite una scheda di valutazione.

Nonostante la Società non svolga attività con un elevata componente di rischio per la salute e la sicurezza delle proprie persone, Save The Duck si impegna a diffondere e consolidare una cultura aziendale orientata a garantire la salubrità dell'ambiente di lavoro, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili, organizzando piani formativi e realizzando azioni preventive e verifiche periodiche. L'Azienda si impegna costantemente al rispetto e all'applicazione della normativa nazionale per la gestione degli aspetti di salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. In particolare, in Italia la Società rispetta quanto previsto dal Decreto Legislativo del 9 aprile 2008, n. 81 (T.U. in materia di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro) e successive modifiche e integrazioni, mentre in Cina rispetta la legislazione locale applicabile. Come richiesto dalla normativa italiana, l'Azienda attua una periodica

analisi di valutazione dei rischi legati alle proprie attività e delle misure di prevenzione e/o protezione implementate. Inoltre, la Società provvede alla stesura di un Documento di Valutazione dei Rischi, periodicamente rivisitato e aggiornato. Durante il 2018, l'Azienda ha registrato in Italia un infortunio sul lavoro, dovuto a una distorsione, e un infortunio in itinere (con un indice di frequenza pari a 15,6⁵); mentre, durante il 2017 non si sono registrati infortuni sul lavoro.

⁵ Le ore lavorate dai dipendenti Save The Duck nel 2018 sono pari a 63.977.



3. INSIEME A VOI

3.2 I NOSTRI CLIENTI

L'attenzione di Save The Duck verso i propri consumatori si manifesta in prima istanza attraverso l'applicazione dei più rigorosi standard in tema di sicurezza del prodotto. La Società, infatti, esegue test chimici sui materiali che utilizza sulla base della Restricted Substances List (RSL), un documento fatto predisporre da parte terza con riferimento ai mercati dove sono distribuiti i prodotti Save The Duck, in cui sono riportate le sostanze chimiche soggette a restrizione e i limiti da rispettare a seconda del target considerato (e.g. adulto, bambino). La lista, predisposta dalla Società e sottoscritta dai produttori, regola l'utilizzo di specifiche sostanze lungo tutta la catena produttiva. Le analisi di controllo sono eseguite nel momento in cui i materiali sono resi disponibili dai fornitori e prevedono test chimici realizzati secondo il limite più restrittivo previsto dalla legislazione vigente nei mercati di riferimento. L'esecuzione di questi test garantisce che i prodotti Save The Duck possano soddisfare gli standard normativi come la Direttiva RoHS e il Regolamento REACH, oltre ai requisiti richiesti dai singoli paesi in cui sono commercializzati (ad esempio la California Proposition 65). In aggiunta alle verifiche sui parametri chimici, vengono testati anche alcuni parametri fisico-meccanici.

Grazie all'attenzione e ai solidi processi di controllo predisposti dall'Azienda, negli ultimi due anni non si sono registrati casi di non conformità relativi alla sicurezza dei prodotti.

Il rapporto con il consumatore non si limita però al mero rispetto dei parametri essenziali legati alla sicurezza del prodotto, ma si sostanzia in un reciproco interesse verso la sostenibilità della produzione, l'efficienza nell'uso delle risorse e l'instancabile ricerca di soluzioni all'avanguardia legate alla scelta dei materiali e alla gestione della catena di fornitura. Per questa ragione, attraverso le certificazioni dei materiali dei propri prodotti e l'appropriata etichettatura dei capi, Save The Duck instaura un dialogo con i propri consumatori volto a renderli partecipi delle scelte sociali e ambientali che essa stessa effettua. A questo proposito, Save The Duck offre un'informativa nei cartellini dei propri capi di abbigliamento riguardo le certificazioni relative ai materiali utilizzati, come elencato di seguito.

CERTIFICAZIONE BLUESIGN® APPROVED

Lo standard **BLUESIGN®** certifica i materiali dei prodotti tessili, prendendo in considerazione l'intero processo

produttivo. Invece di concentrarsi sul prodotto finito, il sistema **BLUESIGN®** verifica tutti i flussi in ingresso, dalle materie prime ai componenti chimici, fino all'acqua e alle risorse energetiche. Ogni componente dei prodotti tessili viene quindi testato ancora prima che inizi la produzione, consentendo così di verificare le sostanze potenzialmente nocive presenti nell'intero ciclo produttivo.

Lo standard si fonda su alcuni principi in termini di sostenibilità ambientale e sociale, in particolare per quanto concerne: l'efficienza nell'utilizzo delle risorse; la sicurezza dei consumatori; gli scarichi idrici; le emissioni atmosferiche; la salute e sicurezza sul lavoro.

OEKO-TEX® Standard 100

E' un sistema di controllo e certificazione applicabile a tutto il mondo tessile, volto a garantire che i materiali dei prodotti tessili e i loro accessori non contengano o rilascino sostanze nocive per l'ambiente e per la salute dell'uomo.

TEXTILE EXCHANGE® GLOBAL RECYCLED STANDARD

Fondata nel 2002 come Organic Exchange, **TEXTILE EXCHANGE®** è un'organizzazione

un'organizzazione globale no-profit che collabora strettamente con tutti i settori della rete di fornitura del settore tessile. **TEXTILE EXCHANGE®** identifica e condivide le prassi ottimali in materia di coltivazione, materiali, trattamenti, tracciabilità e fine vita dei prodotti, per fare in modo che il settore tessile eserciti un impatto positivo sull'acqua, sul suolo, sull'aria, sugli animali e sulla popolazione umana. **TEXTILE EXCHANGE®** mette a disposizione le conoscenze e gli strumenti di cui l'industria ha bisogno per ottenere miglioramenti significativi in tre aree principali: rete logistica, fibre e materiali, integrità e norme. Tra i numerosi e importanti standard di settore, sviluppati da **TEXTILE EXCHANGE®**, vi è il Global Recycled Standard (GRS), che certifica e valorizza i prodotti ottenuti da materiali da riciclo, nel rispetto di criteri ambientali e sociali estesi a tutte le fasi della filiera produttiva.

Alle informazioni legate alle certificazioni, si aggiungono quelle circa l'origine e la composizione dei prodotti, che per legge devono essere riportate in etichetta, e le informazioni che rappresentano in concreto i valori aziendali che la Società vuole trasmettere ai propri consumatori finali, come la protezione degli animali, la protezione degli oceani e la riciclabilità dei prodotti.

3. INSIEME A VOI

Inoltre, da anni la Società collabora con Certilogo per contrastare il problema della contraffazione dei propri capi. Certilogo rappresenta attualmente uno dei sistemi più efficaci, sicuri e semplici per verificare l'autenticità di un prodotto. In particolare, all'interno di ogni capo Save The Duck è presente un Codice Certilogo (o Codice CLG). Scansionando il QR-Code abbinato a ciascun modello, tramite lettore QR Code o l'applicazione Certilogo Authenticator, oppure digitando il codice sulla pagina www.certilogo.com, tutti i clienti che acquistano un prodotto Save The Duck hanno la possibilità di autenticare il proprio prodotto.



3. INSIEME A VOI

3.3 I NOSTRI PARTNER

Negli anni Save The Duck ha creato numerose partnership con associazioni e organizzazioni italiane e internazionali, con le quali condivide l'obiettivo comune di sensibilizzazione su tematiche animaliste, sociali e ambientali.

A questo proposito, nel 2018 Save The Duck del valore generato (circa 33 milioni di euro), ha distribuito circa il 70% ai propri fornitori, il 6% ai propri dipendenti e il 4% ai propri fornitori di capitale. Inoltre, una somma equivalente a circa l'1% del fatturato è stata donata sotto forma di liberalità (in denaro e in natura ⁶) alle numerose organizzazioni e associazioni che l'Azienda supporta. Nessun dividendo è stato distribuito agli azionisti nel 2018.

Di seguito sono descritte le partnership più significative che l'Azienda ha intrapreso e supportato nel tempo, con lo scopo di rafforzare e perseguire gli obiettivi espressi dai valori e dai principi rappresentati dal brand:

PARTNERSHIP PER LA PROTEZIONE DEGLI ANIMALI:



PETA – Dal 2014, con la vendita di una collezione esclusiva di cappotti, Save The Duck si impegna a supportare la People for the Ethical Treatment of Animals (PETA), la più importante organizzazione per i diritti degli animali, con oltre 6,5 milioni di membri e sostenitori. PETA concentra la sua attenzione sulle quattro aree dove un grande numero di animali soffre molto intensamente e per periodi di tempo prolungati: nei laboratori, nel settore alimentare, nell'industria dell'abbigliamento e nell'intrattenimento.



LAV – Sin dal 2015, Save The Duck ha aderito al progetto "Animal Free Fashion" lanciato dalla Lav (Lega Anti Vivisezione), sottoscrivendo il massimo livello del rating etico previsto, VVV+, ovvero impegnandosi a non utilizzare alcun materiale di origine animale nelle proprie collezioni.

La LAV è stata fondata nel 1977 e da allora, ogni giorno, si batte per fermare ogni forma di sfruttamento degli animali e promuovere i loro diritti. La sua missione consiste nel praticare e promuovere il cambiamento culturale nel rapporto con gli altri animali, favorendo stili di vita e scelte politiche fondati sul rispetto e la solidarietà verso gli esseri viventi, senza distinzione di specie.



WWF® – Nel 2016, per celebrare i 50 anni di WWF®, Save The Duck ha realizzato una collezione limited edition, con modelli uomo, donna e junior microtrapuntati in PLUMTECH®, in una gamma di 50 colori per 50 animali in via d'estinzione.

La missione del WWF® è la costruzione di un futuro in cui l'uomo possa vivere in armonia con la natura. L'associazione lavora per salvaguardare il mondo naturale, favorendo stili di vita più sostenibili e battendosi per contrastare il cambiamento climatico.

⁶ Ai fini del calcolo del valore economico distribuito, le donazioni in natura sono state valutate al costo di listino al netto del costo di produzione.

3. INSIEME A VOI

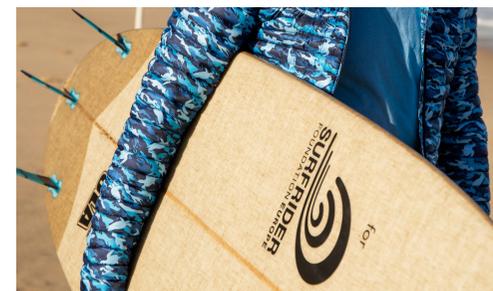
PARTNERSHIP PER LA SALVAGUARDIA DELLE RISORSE NATURALI E DEL PIANETA:



THE FIFTH ELEMENT E ALEX BELLINI – A partire dal 2019, Save The Duck supporta l'impresa dell'esploratore Alex Bellini chiamata "10 Rivers 1 Ocean", che ha l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sulle gravi conseguenze dell'inquinamento ambientale e in particolare sugli effetti dei rifiuti plastici sull'ambiente marino. Alex Bellini, a bordo di imbarcazioni create con materiali riciclati, percorrerà i fiumi più inquinati di plastica al mondo fino a raggiungere e documentare l'accumulo di plastica nel Great Pacific Garbage Patch.



SEA SHEPHERD ITALY – Costituita nel 1977, Sea Shepherd è un'organizzazione internazionale senza fini di lucro la cui missione è quella di fermare la distruzione dell'habitat naturale e il massacro delle specie selvatiche negli oceani del mondo intero al fine di conservare e proteggere l'ecosistema e le differenti specie. Nel 2019 Save The Duck in collaborazione con Sea Shepherd Italy ha sviluppato una collezione limitata co-branding che verrà utilizzata dagli equipaggi dell'organizzazione, oltre ad essere venduta per finanziare le campagne e i progetti di Sea Shepherd nel mondo.



SURFRIDER FOUNDATION EUROPE – Surfrider Foundation è un'organizzazione mondiale non a fini di lucro dedicata alla protezione e alla valorizzazione di laghi, fiumi, oceani e litorali. Fondata nel 1990 da un gruppo di appassionati di surf, oggi conta oltre 12.000 membri in tutta Europa ed è rappresentata in 9 paesi, grazie ai volontari delle sedi locali. Nel 2018 Save The Duck con l'innovativa gamma Ocean Is My Home, creata con tessuti prodotti dalle reti da pesca recuperate e riciclate, collabora e supporta di Surfrider Foundation Europe. Per ogni capo Ocean Is My Home, infatti, Save The Duck devolverà parte del ricavato all'associazione, con l'obiettivo di ripulire 300.000 mq di spiagge e liberare i mari da 6.000 kg di rifiuti.

3. INSIEME A VOI

PARTNERSHIP PER I DIRITTI DELL'UOMO:



SAVE THE CHILDREN – Save the Children è presente sul campo in 120 paesi, i suoi operatori lavorano per aiutare i bambini attraverso programmi internazionali dedicati alla salute, all'istruzione, alla protezione e al soccorso in caso di disastri. Save The Duck ha scelto di collaborare con Save the Children per supportare il progetto con cui l'ONG sostiene i bambini e le comunità afgane colpite dal conflitto. Save The Duck supporta quest'iniziativa attraverso una donazione, grazie alla quale sarà garantito l'accesso a scuola e istruzione di base ai più piccoli, in uno dei distretti di Kabul più bisognosi di aiuto e sostegno. Inoltre, l'Azienda produrrà 700 piumini dedicati al progetto: piccole giacche blu con interno rosso, rese speciali dal logo del centenario di Save the Children posto sul retro e all'interno del capo. 500 capi giungeranno ai bambini supportati dai Save the Children in Afghanistan, per accompagnarli nel corso del freddo inverno. Altri 200 saranno riservati da Save The Duck alla vendita nel suo store di via Solferino, a Venezia e on-line. Il ricavato ottenuto sarà completamente devoluto al progetto.



SUNSAR MAYA – Nel 2018 Save The Duck ha sponsorizzato la scalata dell'alpinista Kuntal A. Joisher sul monte Lhotse, la quarta vetta più alta al mondo. In occasione dell'impresa dell'alpinista sono stati donati fondi a Sunsar Maya, un'associazione impegnata ad offrire opportunità educative volte a migliorare le vite dei bambini orfani e vulnerabili del Nepal.



COMETA – COMETA è una organizzazione no profit costituita da una realtà di famiglie impegnate nell'accoglienza, nell'educazione e formazione di bambini e ragazzi e nel sostegno delle loro famiglie. Ogni giorno dopo la scuola un centinaio di bambini e ragazzi del territorio trovano in COMETA un'equipe di educatori ed insegnanti, che tramite l'aiuto allo studio, le attività espressive, ricreative e sportive instaurano un rapporto educativo quotidiano con i ragazzi.

Save The Duck nel giugno 2019 ha donato 412 giacche ai ragazzi di COMETA per un valore di circa 11mila Euro.

NOTA METODOLOGICA

Il primo Bilancio di Sostenibilità di Save The Duck è relativo all'esercizio 2018 (dal 1° gennaio al 31 dicembre) e contiene, laddove disponibili, i trend di performance sul biennio 2017-2018 a fini comparativi. Alla data di pubblicazione del presente Bilancio, non si riportano eventi significativi avvenuti nel 2019, salvo quanto già riportato nel testo. Il Bilancio è stato redatto in conformità ai GRI Sustainability Reporting Standards definiti nel 2016 dalla Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione Core, come previsto dallo Standard 101: Foundation, paragrafo 3. Il presente Bilancio rendiconta i principali aspetti ambientali, sociali ed economici che caratterizzano la realtà aziendale. Il perimetro di reporting è Save The Duck, salvo laddove diversamente indicato. L'Azienda ha sede legale e amministrativa a Milano, in Via Arcivescovo Calabiana 6.

Il primo Bilancio di Sostenibilità di Save The Duck non è stato sottoposto a verifica da parte di una società terza indipendente.

I TEMI MATERIALI

Secondo quanto riportato nel capitolo introduttivo, le tematiche trattate nel Bilancio e il loro livello di approfondimento si basano sui risultati dell'analisi di materialità condotta dall'Azienda. La tabella seguente riporta l'elenco degli aspetti GRI (GRI Topics)

materiali per Save The Duck e per i suoi stakeholder, il corrispondente perimetro in termini di impatto ed eventuali limitazioni alla rendicontazione dovuti all'indisponibilità di dati sul perimetro esterno all'organizzazione.

* Il perimetro di rendicontazione di tale tema materiale non include le informazioni relative al marchio Ganesh, che rappresenta circa il 6% del fatturato di Save The Duck S.p.A..

TemI GRI materiali	Perimetro di rendicontazione dell' aspetto materiale		Limitazioni di rendicontazione sul perimetro	
	INTERNO	ESTERNO	INTERNO	ESTERNO
Materiali	Save The Duck*	Fornitori di lavorazioni e materie prime	----	Rendicontazione parzialmente estesa ai fornitori di lavorazioni e materie prime
Energia	Save The Duck	Fornitori	----	Rendicontazione non estesa ai fornitori
Emissioni	Save The Duck	Fornitori	----	Rendicontazione parzialmente estesa ai fornitori
Acqua ed effluenti	----	Fornitori di lavorazioni e materie prime	----	Rendicontazione non estesa ai fornitori di lavorazioni e materie prime
Valutazione sociale dei fornitori	Save The Duck*	----	----	----
Valutazione ambientale dei fornitori	Save The Duck*	----	----	----
Lavoro forzato o obbligatorio	Save The Duck*	Fornitori di lavorazioni e materie prime	----	----
Salute e sicurezza sul lavoro	Save The Duck	Fornitori di lavorazioni e materie prime	----	Rendicontazione non estesa ai fornitori di lavorazioni e materie prime
Occupazione	Save The Duck	----	----	----
Marketing ed etichettature	Save The Duck*	----	----	----
Salute e sicurezza dei consumatori	Save The Duck*	----	----	----
Performance economica	Save The Duck	----	----	----

NOTA METODOLOGICA

I PRINCIPI PER LA DEFINIZIONE DEI CONTENUTI E PER LA GARANZIA DELLA QUALITÀ DEL BILANCIO

Coerentemente con quanto previsto dai GRI Standards, i principi utilizzati per la definizione dei contenuti del presente Bilancio sono i seguenti:

_ **Completezza:** il Bilancio intende coprire le principali tematiche sociali, economiche e ambientali, consentendo agli stakeholder una valutazione il più completa possibile circa le performance di sostenibilità di Save The Duck;

_ **Contesto di sostenibilità:** le performance qui rendicontate sono inquadrare nel più ampio contesto di sostenibilità del business di Save The Duck;

_ **Inclusività degli stakeholder:** nel capitolo introduttivo sono indicati i principali portatori di interesse dell'Azienda e le modalità di engagement implementate;

_ **Materialità:** i contenuti del Bilancio, come sopra riportato, si basano sul concetto di materialità e includono pertanto i topic (così come definiti dai GRI Standards) più rilevanti per l'Azienda e per i suoi stakeholder.

Sempre in coerenza con lo standard di

rendicontazione, inoltre, sono stati applicati i seguenti principi per garantire la qualità dei contenuti: accuratezza, affidabilità, chiarezza, comparabilità, equilibrio, tempestività.

IL PROCESSO DI RENDICONTAZIONE E LE METODOLOGIE DI CALCOLO

Le informazioni quali-quantitative di carattere sociale, ambientale ed economico-finanziario contenute in questa prima edizione del Bilancio di Sostenibilità sono state raccolte tramite interviste dirette con i responsabili delle diverse funzioni aziendali e attraverso l'invio di apposite schede di raccolta dei dati, secondo un processo di rendicontazione impostato su base annuale di seguito si riportano le principali metodologie di calcolo e assunzioni per gli indicatori di performance riportati, in aggiunta a quanto già indicato all'interno del Bilancio:

_ Per il calcolo degli indici relativi alla salute e sicurezza si considerano gli infortuni che hanno comportato almeno un giorno di assenza, escludendo gli infortuni in itinere. In particolare, l'indice di frequenza degli infortuni è stato calcolato come riportato di seguito:
Indice di frequenza = numero di giornate perse per infortunio/ore

lavorate*1.000.000;

_ Per i dati ambientali, qualora non disponibili, sono stati utilizzati approcci di stima conservativi che hanno portato a scegliere le ipotesi associabili alle performance ambientali meno positive per l'Azienda;

_ Il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra è stato effettuato tramite la seguente formula: dato di attività (kWh di energia elettrica) moltiplicato per il rispettivo fattore di emissione;

_ I fattori di emissione e i GWP utilizzati per il calcolo delle emissioni GHG sono i seguenti:

• Per il calcolo delle emissioni dirette di gas a effetto serra (Scopo 1) sono stati stimati i km percorsi nell'anno dalle auto della flotta aziendale seguendo un approccio di stima conservativo e utilizzando i fattori di conversione ricavati dal database "Defra - Department for Environment, Food and Rural Affairs" (2017-2018);

• Per il calcolo delle emissioni indirette di gas a effetto serra (Scopo 2) sono stati utilizzati i fattori di emissione pubblicati da Terna group nel documento "Confronti internazionali" (2015-2016) e

dall'Association of Issuing Bodies all'interno dell'"European Residual Mixes" (2017-2018);

• Per il calcolo delle altre emissioni indirette di gas serra (Scopo 3), qualora non direttamente fornite dalla società di trasporto, sono stati utilizzati i fattori di conversione ricavati dal database "Defra - Department for Environment, Food and Rural Affairs" (2017-2018);

Per informazioni e approfondimenti sul presente documento, si prega di contattare:

Save The Duck
info@savetheduck.com

CONTENT INDEX

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	RIFERIMENTO PAGINA	OMISSIONI
GENERAL DISCLOSURES			
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016	PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE		
	102-1 Nome dell'organizzazione	5	
	102-2 Principali attività, marchi, prodotti e/o servizi	12	
	102-3 Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	12	
	102-4 Paesi nei quali opera l'organizzazione	12	
	102-5 Assetto proprietario e forma legale	12	
	102-6 Mercati serviti	12	
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	12	
	102-8 Informazioni sui dipendenti e su altre tipologie di lavoratori	12-34	
	102-9 Descrizione della catena di fornitura	29-31	
	102-10 Cambiamenti significativi all'interno dell'organizzazione e della sua catena di fornitura	41-42	
	102-11 Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio precauzionale	41-42	
	102-12 Iniziative esterne	38-40	
102-13 Partecipazione ad associazioni nazionali e/o internazionali	30		

CONTENT INDEX

STRATEGIA

102-14 Dichiarazione da parte della più alta autorità decisionale

4

ETICA E INTEGRITÀ

102-16 Valori, mission, principi rilevanti e codici di condotta

15-17

GOVERNANCE

102-18 Struttura di governance

13

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

102-40 Lista dei gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento

5-7

102-41 Accordi di contrattazione collettiva

Nel 2018 tutti i dipendenti in Italia sono coperti da Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro; in Cina il rapporto di lavoro è regolato secondo quanto previsto dalla legislazione cinese.

102-42 Principi per l'identificazione e selezione degli stakeholder

5-7

102-43 Approccio allo stakeholder engagement

5-7

CONTENT INDEX

102-44 Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder

6-7

PRATICHE DI REPORTING

102-45 Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato

41

102-46 Definizione dei contenuti del report e del perimetro di applicazione dei temi

8-9; 41

102-47 Lista dei temi rilevanti

9; 41

102-48 Descrizione delle modifiche effettuate sulle informazioni riportate nelle relazioni precedenti

41-42

102-49 Cambiamenti significati di obiettivo e perimetro

41-42

102-50 Periodo a cui si riferisce il Bilancio di Sostenibilità

41

102-51 Data di pubblicazione del Bilancio Sociale più recente

41

102-52 Periodicità di rendicontazione

41

102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il Bilancio di Sostenibilità

42

102-54 Scelta dell'opzione "in accordance" con i GRI Standards

41

102-55 GRI Content Index

43-54

102-56 Assurance esterna

41

CONTENT INDEX

TEMI MATERIALI

GRI 200 - INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA

PERFORMANCE ECONOMICA

GRI 103:
MANAGEMENT
APPROACH
2016

GRI 201:
PERFORMANCE
ECONOMICA
2016

103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini

103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche

103-3 Valutazione sull'approccio di gestione

201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito

8-9; 41

38

38

38

CONTENT INDEX

GRI 300 - INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

MATERIALI

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 301: MATERIALI 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>301-1 Materiali utilizzati per peso o volume</p> <p>301-2 Materiali riciclati utilizzati</p> <p>301-3 Prodotti ritirati a fine vita e relativi materiali di packaging</p>	<p>8-9; 41</p> <p>18-25</p> <p>18-25</p> <p>22-24</p> <p>22-24</p> <p>Negli ultimi due anni Save The Duck non ha attivato alcuna pratica di recupero dei prodotti dopo l'utilizzo.</p>	
---	---	--	--

ENERGIA

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 302: ENERGIA 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>302-1 Consumi di energia all'interno dell'organizzazione</p>	<p>8-9; 41</p> <p>26</p> <p>26</p> <p>26-27</p>	
---	--	---	--

CONTENT INDEX

ACQUA ED EFFLUENTI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016	103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	8-9; 41	
	103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	41-42	
	103-3 Valutazione sull'approccio di gestione	41-42	
GRI 303: ACQUA ED EFFLUENTI 2018, MANAGEMENT APPROACH	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa comune	41-42	
	303-2 Gestione degli impatti collegati agli scarichi dell'acqua	41-42	
GRI 303: ACQUA ED EFFLUENTI 2018	303-4 Scarichi idrici	41-42	

CONTENT INDEX

EMISSIONI

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 305: EMISSIONI 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>305-1 Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)</p> <p>305-2 Emissioni di gas serra indirette energetiche (Scope 2)</p>	<p>8-9; 41</p> <p>26-28</p> <p>26-28</p> <p>27-28</p> <p>27-28</p>	
---	--	--	--

VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di approvvigionamento e azioni intraprese</p>	<p>8-9; 41</p> <p>29-31</p> <p>29-31</p> <p>29-31</p>	
--	--	---	--

CONTENT INDEX

GRI 400 - INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

OCCUPAZIONE

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 401: OCCUPAZIONE 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>401-2 Benefit forniti ai dipendenti full-time che non sono forniti ai dipendenti a tempo determinato o part-time</p>	<p>8-9; 41</p> <p>33-35</p> <p>33-35</p> <p>35</p>	
---	--	--	--

CONTENT INDEX

GRI 400 - INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p>	<p>8-9; 41</p> <p>35</p> <p>35</p>	
<p>GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018, MANAGEMENT APPROACH</p>	<p>403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro</p> <p>403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagine sugli incidenti</p> <p>403-3 Servizi di medicina del lavoro</p> <p>403-4 Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza sul lavoro</p> <p>403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro</p> <p>403-6 Promozione della salute dei lavoratori</p> <p>403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti sulla salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati alle relazioni commerciali</p>	<p>35</p> <p>35</p> <p>35</p> <p>35</p> <p>35</p> <p>35</p> <p>35</p>	
<p>GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018</p>	<p>403-9 Infortuni legati al lavoro</p>	<p>35</p>	

CONTENT INDEX

LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 409: LAVORO FORZATO O OBBLIGATO- RIO 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>409-1 Operazioni o fornitori a rischio significativo di incidenti di lavoro forzato o obbligatorio.</p>	<p>8-9; 41</p> <p>29-32</p> <p>29-32</p> <p>31</p>	
---	---	--	--

VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 414: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>414-2 Impatti sociali negativi nella catena di approvvigionamento e azioni intraprese</p>	<p>8-9; 41</p> <p>29-32</p> <p>29-32</p> <p>29-31</p>	
---	---	---	--

CONTENT INDEX

SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>416-2 Incidenti di non-compliance legati agli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi</p>	<p>8-9; 41</p> <p>36-37</p> <p>36-37</p> <p>36</p>	
--	---	--	--

MARKETING ED ETICHETTATURA

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p> <p>GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p> <p>417-1 Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti</p>	<p>8-9; 41</p> <p>36-37</p> <p>36-37</p> <p>36-37</p>	
--	--	---	--

CONTENT INDEX

ASPETTI NON COPERTI DA INDICATORI GRI

INNOVAZIONE SOSTENIBILE DEL PRODOTTO

<p>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</p>	<p>103-1 Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini</p> <p>103-2 Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche</p> <p>103-3 Valutazione sull'approccio di gestione</p>	<p>8-9; 41</p> <p>18-24</p> <p>18-24</p>	
--	--	--	--



WWW.SAVETHEDUCK.COM