

Indice

Messaggio del Presidente agli stakeholder	4
Il Gruppo Geox	7
La storia	9
L'obiettivo di Geox	11
Geox posizionamento strategico	13
I fattori distintivi di Geox	14
Marchio ad alta visibilità	16
Il profilo del Gruppo	26
Highlights 2021	28
Performance economica: la creazione di valore per gli stakeholder	32
Una governance responsabile	39
La Governance del Gruppo	41
Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi	48
Rischi non finanziari	51
Politiche e impegni in ambito sostenibilità	54
Integrità del business e contrasto alla corruzione	57
Il percorso verso la sostenibilità	62
Gli ambiti prioritari di Geox per la sostenibilità	64
Coinvolgimento degli stakeholder	67
Prodotto	73
Attenzione alla tecnologia ed innovazione del prodotto	75
Qualità e sicurezza del prodotto	83
La catena di fornitura	95
Il profilo della filiera	97
Lo sviluppo di una filiera responsabile	100
Coinvolgimento, ascolto e stabilità delle relazioni commerciali con i fornitori	109
Persone	115
Composizione del personale	118
Diversità, pari opportunità e tutela dei diritti umani e dei lavoratori	124
Remunerazione, sistemi di incentivazione e benefit	126
Conciliazione vita privata-lavoro	129
Formazione e sviluppo del personale	130
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori	136
Dialogo e comunicazione interna	145
Relazioni industriali	146
Stabilimento produttivo in Serbia	147

Clienti	151
Centralità del cliente ed eccellenza del servizio	154
Sicurezza e protezione dei dati	162
Tutela del brand e lotta alla contraffazione	164
Strategia di marketing e comunicazione e informativa di prodotto	167
Ambiente	175
Impegno per la tutela dell'ambiente	178
Consumi energetici ed emissioni	180
Approvvigionamento di materiali	184
Rifiuti	186
Acqua	188
Logistica	191
Eco-progettazione dei punti vendita	196
La Tassonomia europea	197
Comunità	203
Sostegno allo sviluppo della comunità	206
Grafici e Tabelle	211
Nota metodologica	219
Tabella di raccordo tra i temi materiali Geox e i GRI Standards	221
GRI Content Index	222
Contatti Sede legale	231

Messaggio del Presidente agli stakeholder

Il nome GEOX è nato pensando a GEO, la Terra, e a come creare benessere per le persone attraverso l'innovazione, la X nel nostro nome. Geox è per questo guidata, sin dalla sua costituzione, da un mindset fatto di rispetto ed attenzione per l'ambiente, la società e le persone.

Il miglioramento del benessere delle persone nella loro quotidianità, guida ogni cosa che facciamo in Geox. In un anno ancora impattato dalla pandemia, abbiamo messo in atto tutte le iniziative necessarie a salvaguardare la salute del nostro personale, principale patrimonio dell'azienda. Abbiamo, inoltre, sostenuto rilevanti investimenti sulla formazione dei dipendenti, sulla sostenibilità, anche attraverso la creazione di prodotti sempre più attenti all'ambiente.

In Geox, siamo fermamente convinti che l'applicazione di principi di equità e rispetto, di solidarietà, di tutela della persona e di inclusività siano indispensabili sia per sostenere il mondo in cui viviamo sia per continuare nel percorso che abbiamo intrapreso di sviluppo ed evoluzione duratura della nostra azienda e del nostro modello di business sostenibile.

Crediamo che sia imperativo, per ogni impresa, evolvere e porre il benessere del pianeta e della società al vertice delle priorità proprie e della collettività in un contesto in cui è fondamentale preservare gli equilibri ambientali e il costante miglioramento della qualità di vita delle persone.

Nel 2021 le attività del Gruppo, volte alla costituzione di un business sempre più sostenibile, hanno pertanto trovato un ulteriore slancio. Queste attività sono totalmente coerenti sia con il DNA del Gruppo sia con le linee strategiche contenute nel nostro Piano Industriale 2022-2024, dove la sostenibilità rimane, come logico, un pillar imprescindibile per lo sviluppo di Geox.

All'interno della nostra Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario, in un'ottica di totale trasparenza nei confronti di tutti i nostri stakeholder, si riportano quindi i più recenti sviluppi del percorso che abbiamo intrapreso.

Mario Moretti Polegato



Il Gruppo Geox

**GEOX HA NEL PROPRIO
NOME LA TERRA (GEO)
E LA TECNOLOGIA (X),
E QUINDI È GUIDATA
DAL RISPETTO E
DALL'ATTENZIONE
PER L'AMBIENTE,
LA SOCIETÀ
E LE PERSONE.**

*Mario Moretti Polegato
Presidente Geox S.p.A.*

La storia

Sono passati circa 32 anni da quando Mario Moretti Polegato, fondatore e presidente di Geox, escogitò la rivoluzionaria soluzione di forare la suola di gomma delle sue scarpe, per permettere al piede di respirare durante un'escursione sotto il sole di Reno, in Nevada. Perché allora non creare un prodotto capace di conservare le caratteristiche di flessibilità, tenuta e resistenza della suola in gomma garantendo anche straordinari livelli di traspirazione e impermeabilità?

Rientrato in Italia, Moretti Polegato decide di sviluppare l'idea all'interno di una piccola azienda calzaturiera di proprietà della famiglia, mettendo a punto una nuova tecnologia per le soles in gomma: nasce così la prima "scarpa che respira", con conseguente e immediata registrazione del brevetto.

Dopo aver proposto senza successo la sua invenzione alle più affermate aziende del settore e dopo aver superato un test di mercato con una linea di calzature per bambino, Moretti Polegato avvia una produzione indipendente di calzature Geox, migliorando e perfezionando il brevetto iniziale fino ad ampliare la gamma dei prodotti dal segmento junior all'universo uomo e donna.

Così il design di tutti i giorni incontra l'avanguardia tecnologica, simboleggiando nel nome stesso del progetto Geox il legame con la natura e con la vita vera. **La parola Geox è infatti formata da Geo – dal greco "terra" – e X**, simbolo della tecnologia più avanzata, sviluppata nei laboratori italiani e oggetto di numerosi brevetti a livello internazionale; un termine che racchiude tutto l'impegno e l'energia del voler fare e del saper fare, con cura e consapevolezza, mettendo la ricerca al servizio della qualità e dell'eleganza quotidiana.

GEOX RESPIRA significa innovazione, ricerca e sperimentazione continua: è una filosofia che unisce creatività e performance, stile e tecnologia, rispetto per l'ambiente e per le persone.



VISIONE STRATEGICA

- Geox è un brand premium di lifestyle, non solo di calzature e abbigliamento.
- Un brand espressione di qualità, attento ai trend della moda, ma slegato dalle sue regole e dai suoi codici.
- Un brand fortemente contemporaneo e che si rivolge a persone di tutti i sessi, età, stili e origini.
- Un brand con un family feeling fortemente riconoscibile nei suoi prodotti e nella sua comunicazione.
- Un brand che vogliamo far evolvere dalla funzionalità del prodotto all'essere espressione dei valori di Geox.
- Un brand dal DNA italiano.
- Un brand che ha nel proprio nome la terra (Geo) e la tecnologia (X), e che quindi è guidato dal rispetto e dall'attenzione per l'ambiente, la società e le persone.

L'obiettivo di Geox

**Migliorare il benessere
delle persone in movimento
nella loro vita quotidiana.**



**GEOX È NATA IN ITALIA DA
UN'ISPIRAZIONE CHE HA
PORTATO L'AZIENDA, DIVENTATA
LEADER NEL MONDO DELLA
CALZATURA, A SVILUPPARE
TECNOLOGIE E PRODOTTI
DALLO STILE CONTEMPORANEO
DESTINATI A MIGLIORARE IL
BENESSERE DELLE PERSONE.
SEGUENDO QUESTA
ISPIRAZIONE, GEOX HA
INTRAPRESO UN PERCORSO
VERSO L'INNOVAZIONE
SOSTENIBILE DIVENTATO
OGGI UNO DEI VALORI
FONDAMENTALI DELLA SUA
FILOSOFIA AZIENDALE**

*Mario Moretti Polegato
Presidente Geox S.p.A.*

Geox posizionamento strategico



PERCHÉ

IL NOSTRO RUOLO NEL MONDO

Miglioriamo il benessere delle persone in movimento.

Crediamo che il comfort abbinato allo stile ci permetta un passo in avanti.



COME

IL MODO GEOX

Progettiamo bellissime innovazioni da indossare.

Siamo italiani nel nostro DNA: inventori con senso dello stile.



COSA

IL NOSTRO RISULTATO

Benessere di cui tutti possono fruire.

Geox è tecnologia ("X") per la terra ("GEO"). Per milioni di persone, per ogni famiglia nel mondo.

I fattori distintivi di Geox

Geox è un'azienda unica di calzature e capispalla contemporanei. Con un posizionamento competitivo basato su solidi asset.



FORTE BRAND AWARENESS

Elevata brand awareness e ambizione premium



TECNOLOGIA UNICA

61 Brevetti e 4 più recenti domande di brevetto



DNA ITALIANO

Sviluppo prodotto interno, scalabilità, alta qualità

FORTE E CONSOLIDATA PRESENZA

Circa 9.000 punti vendita
(wholesale e retail)
in più di 100 paesi



PERSONE

Team dedicati ed esperti



MINDSET SOSTENIBILE

Family brand con approccio
responsabile in tutte le categorie
di prodotto



Marchio ad alta visibilità

Geox è un marchio con una elevatissima riconoscibilità, risultato di efficaci campagne di marketing su tutti i canali, tradizionali e digitali, con investimenti crescenti indirizzati a customer personas ben profilate e pianificati sui media più rilevanti per ciascun target.



Campagne TV



Affissioni



Stampa



Digital



In Store

INNOVAZIONE PRIMA DI TUTTO: LO SVILUPPO DELLA TECNOLOGIA CHE RESPIRA È LA MISSION DI GEOX

Geox nasce da un'idea innovativa che mira a garantire qualità e benessere. La “scarpa che respira” è una percezione, un'idea, una promessa che fin dalla sua prima intuizione è diventata il principio cardine della missione di Geox, volta al benessere e al comfort assoluto.

Il successo straordinario delle calzature e dell'abbigliamento Geox è dovuto ad una tecnologia protetta da ben 55 brevetti e 11 più recenti domande di brevetto.

L'azienda investe costantemente in ricerca allo scopo di apportare continui miglioramenti ai prodotti esistenti e di lanciare nuove soluzioni in grado di coniugare traspirazione ed impermeabilità.

L'originale Scarpa che Respira

Il primo dei brevetti GEOX risolve il problema della mancanza di traspirazione nelle soles in gomma (o altro materiale sintetico).

La suola è forata e, al suo interno, è inserita una speciale membrana, costituita da un materiale microporoso permeabile al vapore e impermeabile all'acqua che permette ai piedi di respirare ma non fa entrare l'acqua. I micropori della membrana, più piccoli di una goccia d'acqua ma più grandi di una molecola di vapore acqueo, impediscono infatti all'acqua di entrare dalla suola mentre consentono la fuoriuscita del sudore, mantenendo il piede asciutto grazie a una perfetta traspirazione.



Il cuoio naturalmente traspirante diventa impermeabile

Il cuoio ha una struttura porosa: da questa caratteristica deriva il suo principale vantaggio, la capacità di far respirare il piede, ma anche il principale svantaggio, la tendenza ad assorbire acqua e umidità.

Il brevetto per la suola in cuoio ha sviluppato una tecnologia innovativa che rende impermeabili le soles in cuoio senza pregiudicarne le naturali proprietà di traspirazione.



Aerantis™: Dynamic Breathing System

Aerantis™ è una scarpa che combina diverse tecnologie Geox: Net Breathing System™ abbatte le barriere con l'esterno, grazie all'ampia superficie forata e traspirante della suola; Ventilation System è il motore che massimizza la circolazione dell'aria all'interno della calzatura; Inner Breathing System consente la traspirazione intorno a tutto il piede.

Favorisce la massima circolazione dell'aria possibile e rende la calzatura funzionale e confortevole in ogni situazione.



Spherica™: all-round comfort

La suola con Zero Shock-System è caratterizzata da elementi sferici molto morbidi che agiscono come cuscinetti ammortizzanti in tutte le fasi della camminata.



Amphibiox™: impermeabilità e traspirazione

Geox Amphibiox™ conferisce oltre che alla suola anche alla tomaia prestazioni superiori e durature in fatto di impermeabilità e traspirabilità, agevolando la naturale termoregolazione corporea e combinando caratteristiche ottimali di comfort e leggerezza in ogni condizione atmosferica.



Nebula™: un concetto rivoluzionario di traspirabilità

Nebula™ evolve il concetto di traspirazione tradizionale grazie all'utilizzo di un insieme di tecnologie che creano un microclima ideale, permettendo una efficace termoregolazione e mantenendo il piede asciutto in ogni direzione.

Nebula™ offre un'elevata performance in termini di traspirabilità, leggerezza e comfort.

In Nebula™, la speciale fodera interna con intercapedini crea uno spazio libero tra il piede e la tomaia, attraverso il quale il calore può fuoriuscire verso l'alto, mentre la suola segue i naturali punti di appoggio del piede per assicurare ammortizzazione e flessibilità anche nelle situazioni più dinamiche.



L'abbigliamento che Respira™

La soluzione costruttiva brevettata da Geox sfrutta il principio fisico della convezione, in base al quale l'aria calda tende a espandersi verso l'alto.

Nei capi di abbigliamento Geox, l'aria calda e umida generata dall'evaporazione del sudore fuoriesce dalla fascia di aerazione (breathing tape), estesa da una spalla all'altra, attraverso un'intercapedine tridimensionale (spacer) e una speciale membrana traspirante e impermeabile, che inserita al suo interno, ha la doppia funzione di lasciare passare l'aria e di impedire all'acqua di entrare.



Amphibiox™: impermeabilità e traspirazione

Speciali tessuti waterproof e windproof, e design funzionale, con cuciture termonastrate, garantiscono eccellenti performance in termini d'impermeabilità (testata con metodo di prova Rain Tower EN14360) e protezione. Nei capi spalla AMPHIBIOX™, inoltre, l'aria calda e umida generata dall'evaporazione del sudore fluisce attraverso un'intercapedine tridimensionale funzionalizzata e una speciale membrana traspirante e impermeabile aderente al tessuto principale che, inserita al suo interno, ha la doppia funzione di lasciare passare l'aria ma non permette alla pioggia di penetrare.

Due fasce di aerazione funzionali alla fuoriuscita dell'aria calda e umida, una posta sulla sommità del capo e provvista di membrana ed una all'interno del collo, consentono un'efficace traspirazione.



Any Weather Condition

Any Weather Condition è la nuova tecnologia eco friendly che permette di realizzare capi negli stili e tessuti più vari rendendoli performanti grazie ad una fodera interna traspirante, antivento e impermeabile che ti mantiene asciutto e fresco in tutte le condizioni meteo.

L'eccesso dell'aria calda e umida fuoriesce attraverso una fascia di aerazione posta sulle spalle provvista di membrana, consentendo una efficace traspirazione.



Aerantis™: Dynamic Breathing System

Aerantis™ è una tecnologia innovativa e all'avanguardia che contrasta dinamicamente il surriscaldamento del corpo, agendo solo dove e quando necessario e consentendo di mantenere la temperatura corporea ideale in qualsiasi momento della giornata.

Sulle zone di maggior scambio termico è posizionato un tessuto 3D con intercapedini che crea uno spazio libero tra il corpo e il capo, favorendo la dissipazione dell'aria calda e umida sia verso l'alto che trasversalmente.

Sotto il tessuto 3D, una rivoluzionaria ovatta termoadattiva è combinata ad un polimero con micro intagli superficiali che la rende sensibile alle variazioni di temperatura, consentendo una termoregolazione su misura.

Due fasce di aerazione funzionali alla fuoriuscita dell'aria calda e umida, una posta sulla sommità del capo e provvista di membrana ed una all'interno del collo, consentono un'efficace traspirazione.



Geox nel mondo

Il Gruppo Geox attua una strategia distributiva diversificata nei singoli mercati al fine di promuovere in modo coerente il marchio presso il consumatore finale; nel 2021 Geox è presente in oltre 9.000 punti vendita multimarca più di 100 paesi e 768 negozi monomarca in 60 paesi.

768 Geox Shop

200 Italia

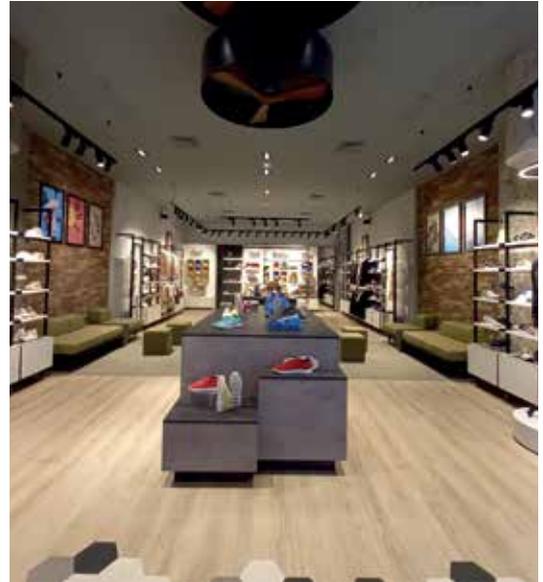
210 Europa*

20 Nord America

338 Altri Paesi

*Europa include: Austria, Benelux, Francia, Germania, Gran Bretagna, Penisola Iberica, Scandinavia e Svizzera.





Il profilo del Gruppo



2021
Fatturato
€ **609** mln

FATTURATO PER AREA GEOGRAFICA

Italia **25%**
Europa **46%**
Nord America **4%**
Resto del Mondo **25%**

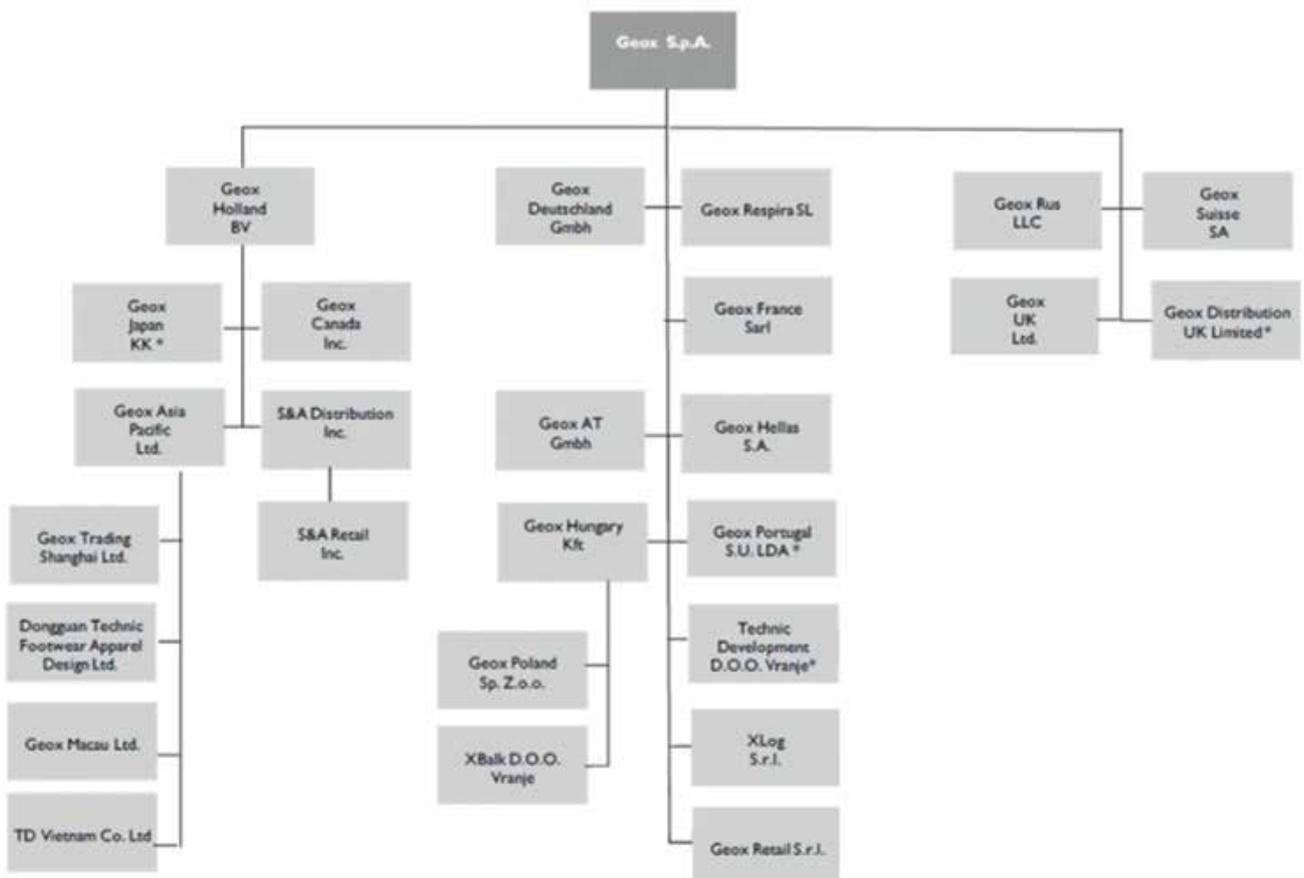
FATTURATO PER CANALE

Wholesale **50%**
Dos **43%**
Franchising **7%**



La struttura del Gruppo, controllato dalla holding operativa Geox S.p.A. (di seguito anche “Società”, “Geox”) è suddivisa in tre macro-gruppi di società:

- **Società distributive extra-UE.** Hanno il compito di sviluppare e presidiare completamente il business nei mercati di riferimento. Operano in base a contratti di licenza o distribuzione stipulati con la Capogruppo.
- **Società commerciali UE.** Hanno avuto inizialmente il compito di prestare servizi commerciali di customer service e di coordinamento della rete di vendita a favore della Capogruppo, che distribuisce direttamente i prodotti a livello wholesale. Successivamente, hanno anche preso in carico la gestione della rete di negozi monomarca nel territorio di competenza.
- **Società distributive Europee.** Hanno il compito di sviluppare e presidiare il territorio di competenza nell’ottica di fornire un migliore servizio alla clientela andando ad aumentare la presenza diretta del Gruppo tramite forze di vendita localizzate e investimenti in show room di riferimento più vicine al mercato. Le società distributive di Svizzera, Russia e Geox UK hanno anche il compito di soddisfare le esigenze di acquisto di un prodotto commercializzabile immediatamente nel territorio, avendo già adempiuto alle pratiche doganali.



(*) Companies in liquidation

Highlights 2021

Con un'ampia rete di distribuzione, che include negozi multimarca e negozi monomarca, a gestione diretta e franchising, Geox vanta una posizione di leadership in tutto il mondo.

Tecnologia, traspirabilità, benessere, stile italiano e sostenibilità sono l'essenza dei prodotti Geox.

Crediamo che sia imperativo, per ogni azienda, evolvere e porre il benessere del pianeta e della società al vertice delle proprie priorità.

Geox = Wellbeing + Well Designed

Per migliorare il benessere quotidiano di tutte le persone, favorendone il movimento e l'attività fisica in generale.

Ottenimento della **certificazione ISO 45001** per **Geox Retail S.r.l.**

StepX

Retail Business Community:
strumento di informazione, formazione e connessione della rete globale, Retail Geox.

Mantenimento della **certificazione ISO 37001** Anti-bribery management systems per **Geox S.p.A.**

Geox inserita nella TOP 15 del Customer Experience Excellence

1° posto nella categoria Calzature per la "**Migliore Insegna 2022**", ricerca promossa da Largo Consumo in collaborazione con IPSOS
Obiettivo "**discarica zero**": in Italia tutti i rifiuti sono stati destinati al recupero o riciclo.

Lancio di linee di prodotto sostenibili

alcuni modelli NEBULA con tomaia in poliestere riciclato e alcuni modelli E-WARM con imbottitura derivata da materiale riciclato.

Geox è partner ufficiale della campagna **Earth Hour** svolta in Cina in collaborazione con **WWF International**.

Nuovo progetto formativo «**Geox Innovation Digital Academy**» di upskilling e reskilling.

Nel 2021 sono stati svolti più di **6.000 test fisici di laboratorio**.

**Le aziende più attente
al clima 2022:**

Geox classificata prima
nel settore moda tra
le aziende italiane più green
e eco-friendly, attente al clima
e al tema della sostenibilità
ambientale (sesta nella
classifica generale).

Collezione calzature P/E 21:
**100% test di sicurezza
chimica superati.**

Partnership con **Aquafil**
per l'utilizzo del filato Econyl™
nella produzione di tomaie
in **nylon rigenerato** per alcuni
modelli di calzature della
collezione AERANTIS™.

A partire dalla stagione A/I 21/22,
grazie all'utilizzo della piuma
rigenerata, Geox ha più dell'85%
dei capispalla in collezione
caratterizzati da **un'imbottitura
sostenibile.**

€ 643,7 mln
**valore economico
generato.**

Collaborazione con
WWF per una **capsule**
di calzature kid caratterizzate
dall'utilizzo di pelli
con certificazione LWG
gold e soles in gomma
riciclata.

**Dal 2021
tutte le etichette
dei capi sono prodotte
in poliestere riciclato**

Nuovo imballaggio che facilita
le operazioni di montaggio e riutilizzo
dello stesso, con un'etichettatura
rivista che funge anche da sigillo
e richiede pertanto l'utilizzo
di una sola label,
anziché due.

Progetto "**Paperless**"
per un'ottimizzazione
del packaging a favore
di una diminuzione
del 70% del peso della
carta riciclata
impiegata.

Energia elettrica
da **fonti rinnovabili:**
83% del fabbisogno del gruppo
a livello mondiale nel 2021
in aumento rispetto al
biennio precedente.

Piattaforma
My Training Card
per potenziare
il know-how in modalità
autoapprendimento.

Fashion Pact:
Geox e gli altri firmatari
continuano a dare impulso
allo sviluppo di un'agenda comune
con le azioni e gli obiettivi tangibili
per guidare congiuntamente
e scalare la sostenibilità
nel settore della moda.

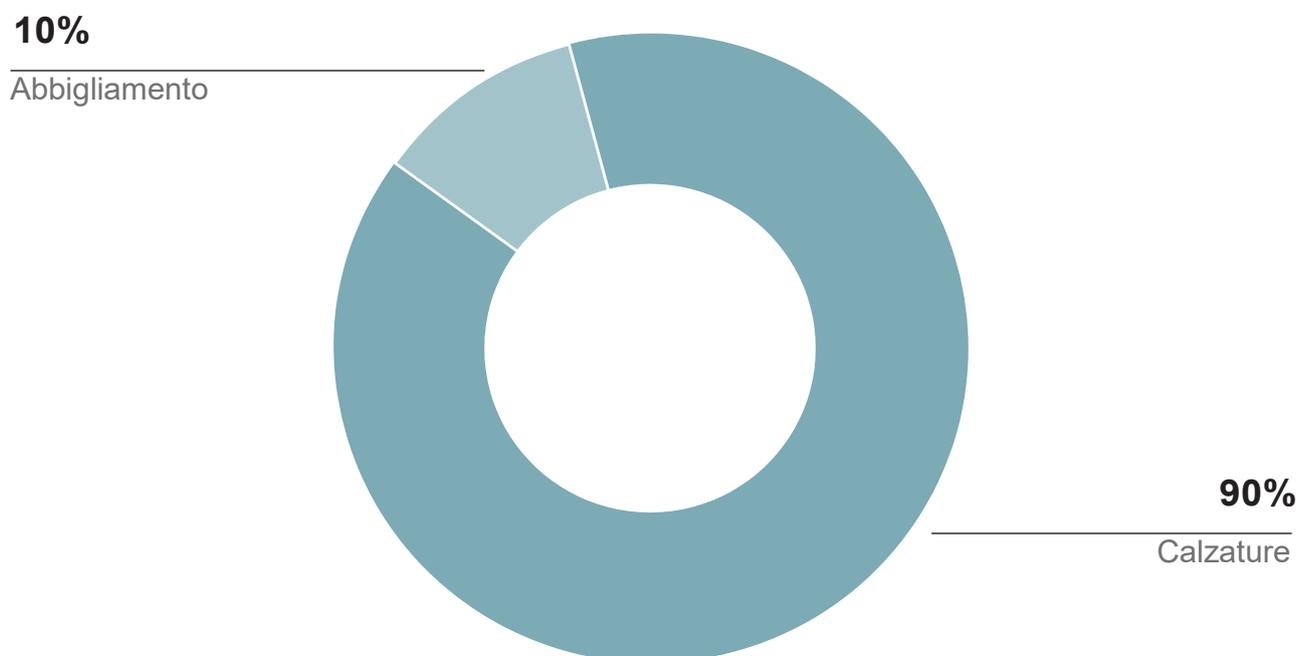
Fur Free:
rinnovato impegno.





Performance economica: la creazione di valore per gli stakeholder

I ricavi consolidati del 2021 si sono attestati a euro 608,9 milioni, in aumento del 13,8% rispetto all'esercizio precedente (+14,4% a cambi costanti) grazie in particolare al buon andamento del canale wholesale e al progressivo miglioramento delle performance dei negozi favorite dalle riaperture avvenute a partire dalla fine del secondo trimestre. Le calzature hanno rappresentato circa il 90% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 547 milioni, con un incremento del +14,6% (+15,0% a cambi costanti) rispetto al 2020. L'abbigliamento è stato pari al 10% circa dei ricavi consolidati attestandosi a euro 62 milioni (+7,8% a cambi correnti e +9,3% a cambi costanti).



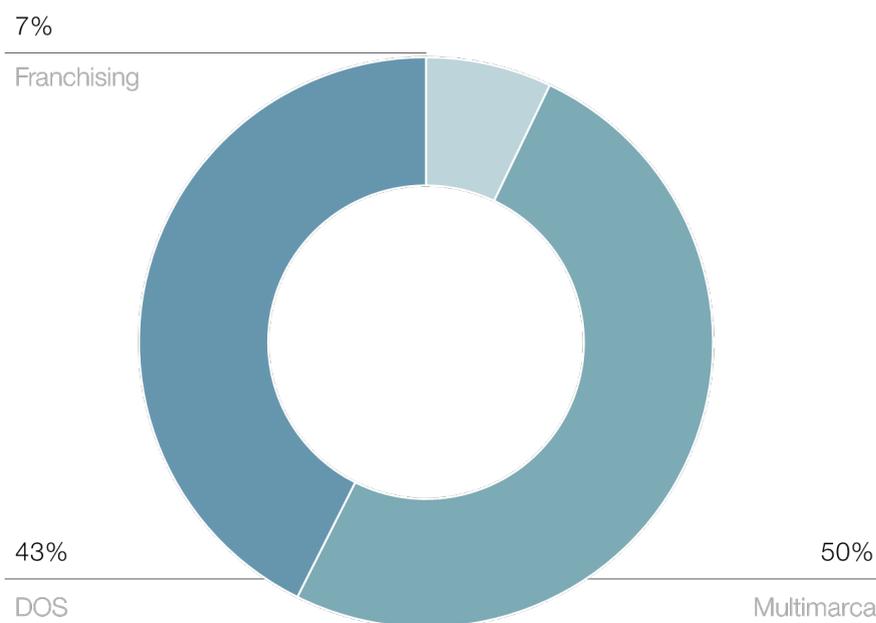
I ricavi dei negozi multimarca, pari al 50,3% dei ricavi del Gruppo (48,3% nel 2020), si attestano a euro 306,3 milioni (+18,6% a cambi correnti, +19,5% a cambi costanti) rispetto ai 258,3 milioni del 2020. Il trend ha beneficiato dell'ottimo andamento dei riassortimenti stagionali sulla SS21, una positiva raccolta ordini della collezione FW21, un effetto timing positivo sulle spedizioni (come richiesto dai partner ad inizio anno), una maggiore vendita di stock di stagioni precedenti ed un miglioramento delle condizioni commerciali. Tali effetti hanno più che compensato la debole raccolta ordini iniziale della collezione SS21 effettuata l'anno scorso nel pieno del primo lock-down e determinato pertanto l'andamento positivo complessivo del periodo.

I ricavi del canale franchising, pari al 7,1% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 43,1 milioni, sostanzialmente in linea con il 2020. L'andamento del periodo ha beneficiato della progressiva riapertura dei negozi, la cui performance positiva unita ad un effetto timing favorevole sulle spedizioni ha permesso di neutralizzare gli effetti negativi derivanti dalla riduzione di perimetro (circa -7 milioni o -15%). Il totale dei punti vendita in franchising è infatti passato dai 322 negozi di Dicembre 2020 ai 304 di Dicembre 2021.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 42,6% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 259,5 milioni rispetto ai 233,5 milioni del 2020 (+11,2% a cambi correnti, +11,3% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine anno si attestano a +23% grazie anche ad una minore percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa nell'anno (14% in media) rispetto al 2020 (circa il 23%). Si deve anche tenere in considerazione la razionalizzazione di perimetro (circa il 15%), già precedentemente evidenziata, con la riduzione netta di 60 DOS.

Il business online diretto del Gruppo ha continuato a performare positivamente (+18% rispetto al 2020 e +73% rispetto al 2019).

Ricavi per canale distributivo



I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 25,3% dei ricavi del Gruppo (23,4% nel 2020), si attestano a euro 153,8 milioni (+23,1%) rispetto a euro 124,9 milioni nel 2020. La performance in Italia ha beneficiato di una minore percentuale di negozi chiusi per lockdown rispetto al 2020. La crescita è stata guidata dal canale wholesale (+47%) ed il canale DOS (+19,1%). Negativo il canale franchising (-11,8%) maggiormente impattato dalla razionalizzazione in corso (-15 punti vendita rispetto a Dicembre 2020, pari al 17% della rete).

I ricavi generati in Europa, pari al 45,7% dei ricavi del Gruppo (46,8% nel 2020), ammontano a euro 278,3 milioni, rispetto a euro 250,3 milioni del 2020, registrando un incremento dell'11,2% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale wholesale (+19,3%).

I negozi diretti in Europa hanno riportato una performance positiva grazie al buon andamento delle vendite comparabili (+14,3%) e nonostante gli effetti derivanti sia dalla razionalizzazione in corso (-25 DOS, pari al 18% della rete) che dalla chiusura per lockdown nel primo semestre di molti negozi. Il trend risulta leggermente negativo per il fatturato del franchising (-4,4%) anch'esso impattato dalla razionalizzazione in corso e dal lockdown nella prima metà dell'anno.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 26,8 milioni, +8,3% (+7,6% a cambi costanti) rispetto al 2020 nonostante la forte riduzione di perimetro (4 chiusure nette pari al 17% della rete) e delle chiusure per lockdown in Canada proseguite fino al 30 giugno. Particolarmente positivo il trend del canale wholesale (+16,2%) e del canale online diretto (+20,1%).

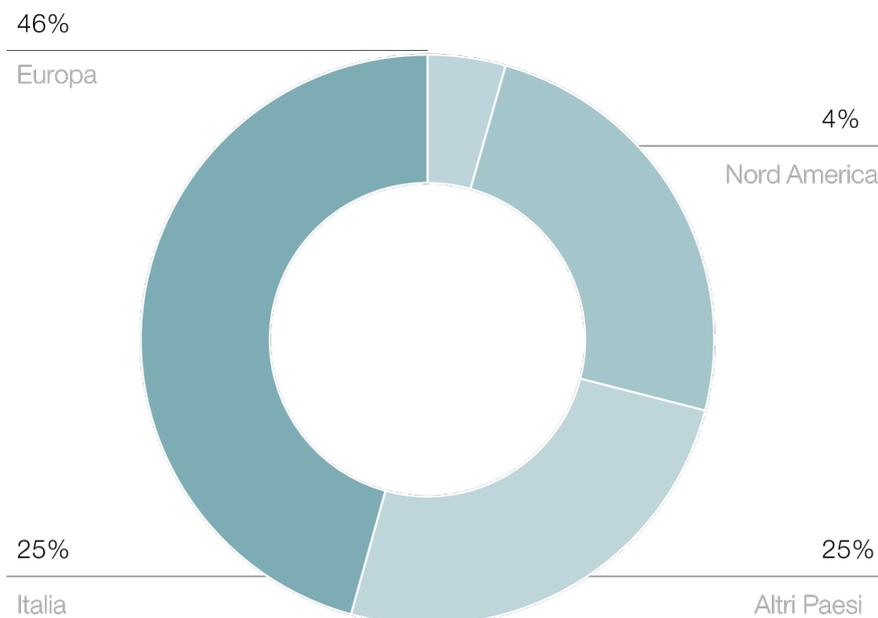
Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +11,2% rispetto al 2020 (+13,5% a cambi costanti).

In particolare, nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in calo del -8,5% principalmente a seguito della riorganizzazione in Giappone che ha comportato la chiusura della filiale ed il passaggio del business ad un distributore.

La Cina ha riportato ricavi in crescita (+11%), con vendite comparabili dei negozi diretti in crescita del +11%.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +17,7%, trascinati dalla performance riportata in Russia (+23%). I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +32% (Russia +41%); positive a doppia cifra anche le crescite del canale wholesale e franchising.

Ricavi per area geografica¹



¹ L'Europa include: Austria, Benelux, Francia, Germania, Gran Bretagna, Penisola Iberica, Scandinavia e Svizzera

Il risultato operativo, dopo le svalutazioni nette di immobilizzazioni ed i costi di ristrutturazione, si attesta ad euro -44,9 milioni contro euro -123,7 milioni del 2020.

Il capitale circolante netto si attesta a circa 112 milioni, in riduzione rispetto ai 178 milioni di Dicembre 2020. La riduzione è stata principalmente conseguita grazie allo smaltimento del magazzino (circa -28 milioni rispetto al 2020) e alla efficace gestione dei crediti. Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si è attestato al 18,5% rispetto al 33,2% del 2020.

Nel corso dell'esercizio sono stati effettuati investimenti pari ad euro 19 milioni, in linea con esercizio precedente. Gli investimenti hanno riguardato principalmente nuove aperture e i rinnovi di Geox Shop (4,5 milioni), l'information technology (8,7 milioni), attrezzature e impianti industriali (2,6 milioni) e logistica (1,3 milioni).

Per ulteriori dettagli con riferimento alle implicazioni da Covid-19 sulla strategia e sulle performance aziendali si rimanda alla trattazione del suddetto tema all'interno del Bilancio Consolidato 2021.

Il valore economico generato e distribuito rappresenta la capacità di un'azienda di creare ricchezza e di ripartire la stessa tra i propri stakeholder. Nel corso del 2021 il Gruppo Geox ha generato un valore economico di circa 643.793 migliaia di euro. Il valore economico distribuito dal Gruppo è stato pari a 628.263 migliaia di euro.

Il valore economico generato e distribuito (euro/000)

	2019	2020	2021
Valore economico generato dal gruppo	839.796	553.259	643.793
Ricavi	805.858	535.979	610.330
Altri proventi	32.539	23.268	34.189
Proventi finanziari	4.199	2.564	1.853
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-	-
Svalutazione crediti	-2.575	-8.509	-2.766
Differenze di cambio	-226	-42	188
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	-	-	-
Rettifiche di valore di attività materiale ed immateriali	-	-	-
Valore economico distribuito dal gruppo	759.060	570.671	628.263
Costi operativi	588.874	451.111	488.633
Remunerazione dei collaboratori	150.250	113.151	120.538
Remunerazione dei finanziatori	12.581	10.650	10.466
Remunerazione degli investitori	6.480	-	-
Remunerazione della pubblica amministrazione ²	429	-4.444	8.418
Collettività ³	446	203	207
Valore economico trattenuto dal gruppo	105.495	110.793	77.677
Ammortamenti	-111.975	-110.793	-77.677
Altre riserve (dividendi)	6.480	-	-
Riserve	-24.759	-128.205	-62.147

² La remunerazione della pubblica amministrazione include anche le imposte differite.

³ All'interno della voce Collettività sono presenti anche i contributi relativi alla gestione del centro infanzia





Una governance responsabile

643 MLN DI EURO IL VALORE
ECONOMICO GENERATO

MANTENIMENTO DELLA
CERTIFICAZIONE ISO 37001 – ANTI-
BRIBERY MANAGEMENT SYSTEMS

FASHION PACT: GEOX E GLI ALTRI
FIRMATARI CONTINUANO A DARE
IMPULSO ALLO SVILUPPO DI
UN'AGENDA COMUNE CON LE
AZIONI E GLI OBIETTIVI TANGIBILI
PER GUIDARE CONGIUNTAMENTE E
SCALARE LA SOSTENIBILITÀ NEL
SETTORE DELLA MODA

ADOZIONE DI POLITICHE
SOSTENIBILI: È STATO PROMOSSO
L'UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI
E BIO-BASED, DERIVANTI DAGLI
SCARTI DEL PROCESSO DI
VINIFICAZIONE, OLI VEGETALI E
FIBRE NATURALI PROVENIENTI
DALL'AGRICOLTURA

La Governance del Gruppo

Geox S.p.A., è una società con azioni ammesse a quotazione in un mercato regolamentato gestito da Borsa Italiana fin dal 2004.

Geox S.p.A. è controllata da LIR S.r.l. che detiene una partecipazione pari al 71,10%. LIR S.r.l., con sede legale a Treviso (TV), è una holding di partecipazioni interamente posseduta da Mario Moretti Polegato ed Enrico Moretti Polegato (rispettivamente titolari dell'85% e del 15% del capitale sociale). Il capitale sociale di Geox ammonta a 25,9 milioni di euro e risulta costituito da n. 259.207.331 azioni ordinarie del valore nominale di euro 0,10 cadauna. La Società detiene attualmente 3.996.250 azioni proprie.

Geox si è dotata di un sistema di corporate governance che mira a garantire il corretto funzionamento della Società e del Gruppo, in generale, nonché la valorizzazione su scala globale dell'affidabilità dei suoi prodotti e, di conseguenza, del brand. La Governance adottata dal Gruppo è conforme, con riferimento all'esercizio 2021, ai principi previsti dal Codice di Corporate Governance (di seguito anche "Codice") emesso da Borsa Italiana nell'ultima versione del gennaio 2020, cui Geox aderisce.

La struttura di governance della Società, modellata sul sistema di amministrazione e controllo tradizionale, si compone dei seguenti organi societari: l'Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione, il Comitato Esecutivo, il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, il Comitato per le Nomine e la Remunerazione, il Collegio Sindacale e l'Organismo di Vigilanza. I Comitati rappresentano un'articolazione interna del Consiglio di Amministrazione e sono stati costituiti, in linea con le raccomandazioni del Codice di Corporate Governance promosso dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana S.p.A., con l'obiettivo di migliorare la funzionalità e la capacità di indirizzo strategico del Consiglio. È stato inoltre costituito sin dal 2005 il Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile con l'obiettivo di orientare e promuovere l'impegno e la condotta etica dell'azienda.

L'Assemblea degli Azionisti esprime la volontà sociale tramite deliberazioni in sede ordinaria o straordinaria. È competente a deliberare sugli argomenti previsti dalla Legge e dallo Statuto, tra cui: la nomina e la revoca dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale ed i relativi compensi, l'approvazione del bilancio di esercizio e il conferimento dell'incarico di revisore legale dei conti.

Il Consiglio di Amministrazione, al 31 dicembre 2021, è composto da 9 membri che sono stati nominati sulla base di liste presentate dai Soci (una presentata dall'azionista di maggioranza LIR S.r.l., titolare del 71,10% del capitale sottoscritto e versato e una di minoranza presentata da un gruppo di società di gestione del risparmio ed investitori istituzionali, la cui partecipazione complessiva è pari al 2,65% del capitale sottoscritto e versato). Dalla data di nomina dell'ultimo Consiglio di Amministrazione, il 16 aprile 2019, la composizione del Consiglio stesso, è variata in ultima istanza con le dimissioni di Matteo Carlo Maria Mascazzini in data 16 gennaio 2020, e la nomina in medesima data ad Amministratore Delegato del consigliere dott. Livio Libralesso. Per ulteriori dettagli si rimanda alla relazione sulla Corporate Governance, pubblicata sul sito internet istituzionale www.geox.biz.

Al Consiglio di Amministrazione spetta, in via esclusiva, la gestione dell'impresa e compie tutti gli atti necessari per l'attuazione ed il raggiungimento degli obiettivi sociali; dalla sua competenza restano esclusi soltanto gli atti attribuiti in modo tassativo all'Assemblea dalla Legge e dallo Statuto.

Lo Statuto di Geox riserva al Consiglio di Amministrazione le decisioni concernenti atti di disposizione, a qualsivoglia titolo e di qualsivoglia natura, di marchi, brevetti, e altri diritti di proprietà intellettuale; inoltre, spettano esclusivamente al Consiglio di Amministrazione e non sono delegabili, le decisioni da assumersi, su proposta del Presidente del Consiglio di Amministrazione, sulla definizione delle linee strategiche di sviluppo e di indirizzo della gestione sociale, anche su base pluriennale, nonché sul piano industriale ed economico-finanziario annuale e sui piani previsionali pluriennali con i relativi piani di investimento.

Con l'adesione al Codice di Corporate Governance delle società quotate, Geox è tenuta ad effettuare il processo di valutazione del Consiglio di Amministrazione ("Board Evaluation") tenendo conto della dimensione e composizione, delle caratteristiche professionali, di esperienza e di genere dei suoi componenti, nonché della loro anzianità di carica.

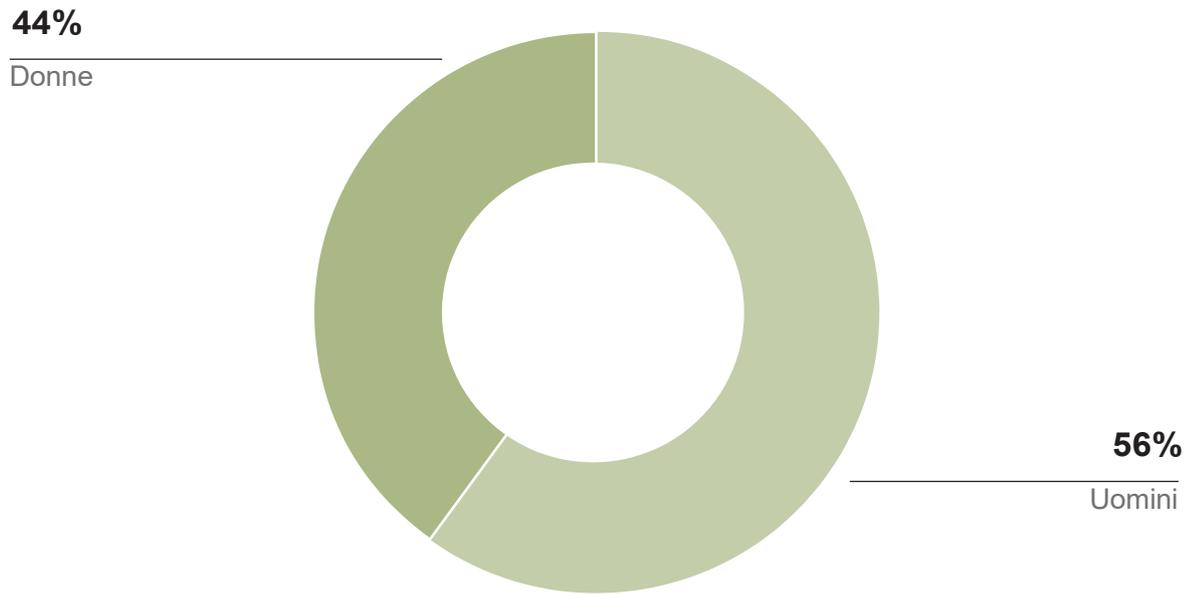


Consiglio di Amministrazione al 31.12.2021

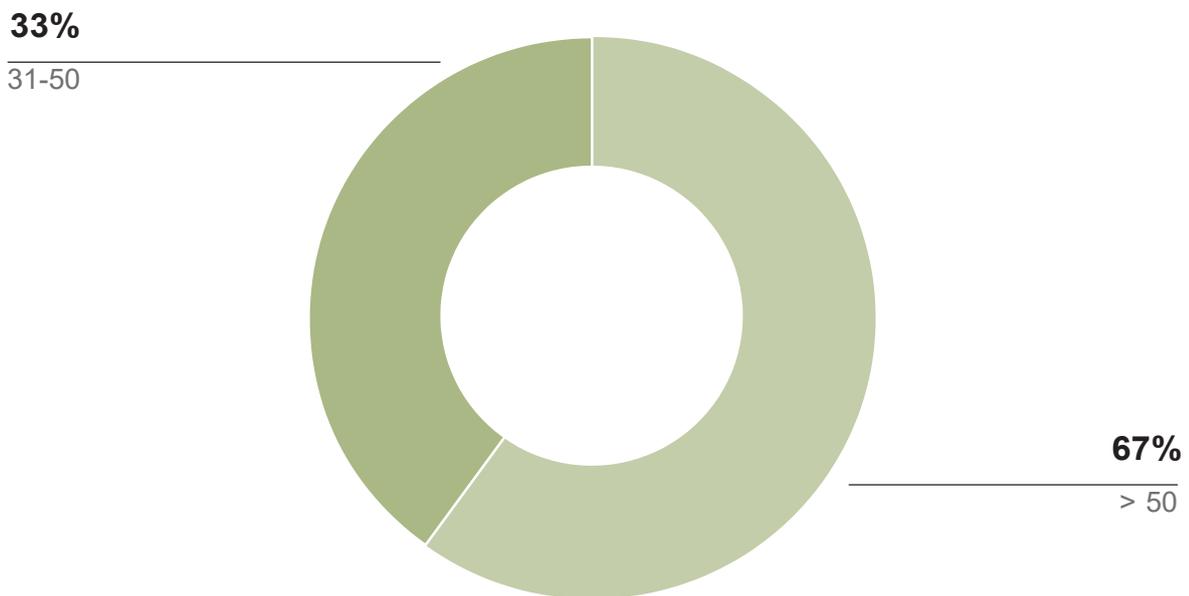
Mario Moretti Polegato	Non indipendente	Presidente, Consigliere esecutivo
Enrico Moretti Polegato	Non indipendente	Vice Presidente, Consigliere esecutivo
Livio Libralesso	Non indipendente	Amministratore Delegato, Consigliere esecutivo
Claudia Baggio	Non indipendente	Consigliere non esecutivo
Alessandro Antonio Giusti	Non indipendente	Consigliere non esecutivo
Lara Livolsi	Indipendente	Consigliere non esecutivo
Francesca Meneghel	Indipendente	Consigliere non esecutivo
Alessandra Pavolini	Indipendente	Consigliere non esecutivo
Ernesto Albanese	Indipendente	Consigliere non esecutivo



Composizione del CdA per genere



Composizione del CdA per età



Il Comitato Esecutivo è composto da 3 membri, ha poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione della Società, ad eccezione di particolari materie riservate al Consiglio di Amministrazione.

Mario Moretti Polegato (Presidente)

Enrico Moretti Polegato

Livio Libralesso

Il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità è composto da 3 amministratori non esecutivi ed in maggioranza indipendenti, ed ha il compito di supportare le valutazioni e decisioni del Consiglio di Amministrazione in merito al Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi secondo quanto disposto dall'art. 6, Raccomandazione 32 e Raccomandazione 35 del Codice di Corporate Governance.

A tale Comitato, in seguito alla delibera del Consiglio di Amministrazione del 18 gennaio 2018 successivamente riconfermata in data 16 aprile 2019, è stato altresì attribuito il compito specifico di supervisionare i temi riguardanti la sostenibilità.

Francesca Meneghel (Presidente)*

Alessandro Antonio Giusti

Ernesto Albanese*

* Amministratori Indipendenti

Il Comitato per le Nomine e la Remunerazione è composto da 3 amministratori non esecutivi ed in maggioranza indipendenti.

Lara Livolsi (Presidente)*

Alessandro Antonio Giusti

Alessandra Pavolini*

* Amministratori Indipendenti

Nella sua funzione di Comitato Nomine, ai sensi dell'art. 4, Raccomandazione 19 del Codice ha il compito di coadiuvare il Consiglio di Amministrazione per:

- a) l'autovalutazione dell'organo di amministrazione e dei suoi comitati;
- b) la definizione della composizione ottimale dell'organo di amministrazione e dei suoi comitati;
- c) l'individuazione dei candidati alla carica di amministratore in caso di cooptazione;
- d) l'eventuale presentazione di una lista da parte dell'organo di amministrazione uscente da attuarsi secondo modalità che ne assicurino una formazione e una presentazione trasparente;
- e) la predisposizione, l'aggiornamento e l'attuazione dell'eventuale piano per la successione del Chief Executive Officer e degli altri amministratori esecutivi.

Nella sua funzione di Comitato Remunerazione, ai sensi dell'art. 5, Raccomandazione 25 del Codice, ha il compito di:

- a) coadiuvare il Consiglio nell'elaborazione della politica per la remunerazione;
- b) presentare proposte o esprimere pareri sulla remunerazione degli amministratori esecutivi e degli altri amministratori che ricoprono particolari cariche nonché sulla fissazione degli obiettivi di performance correlati alla componente variabile di tale remunerazione;
- c) monitorare la concreta applicazione della politica per la remunerazione e verificare, in particolare, l'effettivo raggiungimento degli obiettivi di performance;
- d) valutare periodicamente l'adeguatezza e la coerenza complessiva della politica per la remunerazione degli amministratori e del top management.

Il Collegio Sindacale è costituito da 3 membri effettivi e 2 sindaci supplenti. Vigila sull'osservanza della Legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società per gli aspetti di competenza, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo e contabile, nonché sull'affidabilità di quest'ultimo nel rappresentare correttamente i fatti di gestione. Il Collegio Sindacale vigila altresì sull'adeguatezza delle disposizioni impartite dalla Società alle sue controllate.

Il Collegio ha, altresì, il compito di vigilare sull'osservanza delle disposizioni del D. Lgs. 254/2016 e ne riferisce nella relazione annuale all'Assemblea. I sindaci sono nominati, assicurando la parità di genere all'interno del Collegio e l'indipendenza di ciascun membro, sulla base di liste presentate dai Soci.

Nominativo	Carica
Sonia Ferrero	Presidente Collegio Sindacale
Francesco Gianni	Sindaco Effettivo
Fabrizio Colombo	Sindaco Effettivo
Giulia Massari	Sindaco Supplente
Fabio Antonio Vittore Caravati	Sindaco Supplente

L'Organismo di Vigilanza è costituito da 3 membri ed ha il compito di vigilare sull'applicazione dei protocolli di controllo previsti dal Modello di Organizzazione e Gestione ex D. Lgs. n. 231/2001, aggiornato nel corso del 2021 ed approvato dal Consiglio di Amministrazione del 13 maggio 2021.

Nominativo	Carica
Marco Dell'Antonia **	Presidente
Renato Alberini **	Membro
Fabrizio Colombo	Membro

** Membri esterni al Consiglio di Amministrazione/Collegio sindacale

Il Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile è attualmente costituito da 4 membri. La Società ha istituito un Comitato Etico, successivamente ridefinito nel 2016 "Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile". Dalla data di nomina dell'ultimo Consiglio di Amministrazione, il 16 aprile 2019, la composizione del Comitato è variata, in ultima istanza, con nomina in data 15 luglio 2020 del dott. Chemi Peres quale ulteriore componente del Comitato. Il suddetto Comitato ha come obiettivo orientare e promuovere l'impegno e la condotta etica dell'azienda.

Nominativo	Carica
Mario Moretti Polegato	Presidente
Chemi Peres ***	Membro
Umberto Paolucci ***	Membro
Renato Alberini ***	Membro

*** Membri esterni al Consiglio di Amministrazione

Per ulteriori approfondimenti in materia di Governance si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari disponibile **sul sito web istituzionale www.geox.biz**.

Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi

Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (di seguito anche “SCI-GR”) aziendale è un processo posto in essere dal Consiglio di Amministrazione, dal management e da altri operatori della struttura aziendale. È costituito dall’insieme delle regole, procedure e strutture organizzative finalizzate ad una effettiva ed efficace identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, al fine di contribuire al successo sostenibile della società. Il SCI-GR di Geox contribuisce alla conduzione dell’impresa in coerenza con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione, in un’ottica di successo sostenibile nel medio e lungo periodo, favorendo l’assunzione di decisioni consapevoli. Esso concorre ad assicurare la salvaguardia del patrimonio sociale, l’efficienza e l’efficacia dei processi aziendali, l’affidabilità dell’informazione finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti nonché dello statuto sociale e delle procedure interne.

Il SCI-GR è integrato nei più generali assetti organizzativi e nei meccanismi di governo societario adottati da Geox, che si ispirano ai più diffusi modelli e *leading practice* internazionali.

Il Consiglio di Amministrazione, il management e gli altri operatori dell’organizzazione aziendale formulano le proprie strategie e adottano le relative decisioni sulla base di un processo di gestione dei rischi aziendali ispirato ai modelli CoSO Report – Integrated Framework e CoSO Enterprise Risk Management emanati dal Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, ma tenendo altresì in debita considerazione le linee guida nazionali emanate da organizzazioni attive nei settori in cui Geox opera. Tale processo di gestione dei rischi è posto in essere al fine di individuare eventi potenziali che possono influire sull’attività aziendale, di gestire il rischio entro i limiti del rischio accettabile (“*risk appetite*”) e di fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali in termini strategici, operativi, di reporting e di compliance.

Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi ed Enterprise Risk Management

La costruzione e il mantenimento di un efficace ed efficiente SCI-GR rappresentano un’esigenza imprescindibile per tutte le realtà, quotate e non quotate, oltre che distintivo elemento di garanzia per tutti gli stakeholder.

L’implementazione di un processo strutturato di Enterprise Risk Management (di seguito anche “ERM”) consente di rafforzare, a livello aziendale, la consapevolezza che una tempestiva individuazione e una adeguata valutazione dei rischi può incidere sul raggiungimento degli obiettivi e sul valore dell’azienda e può, altresì, contribuire in maniera determinante alla creazione e alla preservazione di valore.

Riepilogando, gli attori principali del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi nel processo di informativa finanziaria sono:

- il Dirigente Preposto ex Art. 154-bis del TUF, che ha la responsabilità di definire e valutare l’effettiva applicazione di specifiche procedure di controllo a presidio dei rischi nel processo di formazione dei documenti contabili;
- l’Internal Auditing che, mantenendo obiettività e indipendenza, fornisce consulenza metodologica nell’attività di verifica dell’adeguatezza e dell’effettiva applicazione delle procedure di controllo definite dal Dirigente Preposto. Nella più ampia attività di valutazione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi aziendali, inoltre, l’Internal Auditing segnala ogni circostanza rilevante di cui venga a conoscenza al Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità, oltre che al Dirigente Preposto qualora tali circostanze attenessero al processo di informativa finanziaria;
- il Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità, che analizza le risultanze delle attività di audit sul Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi e relaziona periodicamente il C.d.A. sulle eventuali azioni da intraprendere; l’Organismo di Vigilanza ex D. Lgs. 231/01, che interviene nell’ambito delle sue attività di vigilanza sui reati societari previsti dal D. Lgs. 231/01, identificando scenari di rischio e verificando in prima persona il rispetto dei presidi di controllo. L’Organismo di Vigilanza, inoltre, monitora il rispetto e l’applicazione del Codice Etico di Gruppo.

Si segnala che il Consiglio di Amministrazione del 25 febbraio 2021 ha deliberato in merito all’adesione al nuovo codice di Corporate Governance, emesso nel gennaio 2020. Nello specifico, il Consiglio ha aggiornato ed approvato le Linee guida sul Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi.

La modalità di gestione dei rischi è definita dal Consiglio di Amministrazione e viene riflessa nelle politiche aziendali, nelle comunicazioni verbali e scritte e in ogni processo decisionale della Società.

Il management, nel recepire gli obiettivi strategici definiti dal Consiglio di Amministrazione e la modalità di gestione dei relativi rischi, stabilisce obiettivi tattici ed operativi di maggior dettaglio identificando per ciascuna area operativa/funzionale i principali rischi cui tali obiettivi sono soggetti. L'identificazione dei rischi è operata attraverso una loro classificazione basata su alcune fonti di rischio interne ed esterne.

Le attività di controllo sono definite nell'ambito delle politiche e delle procedure che garantiscono al management la corretta implementazione delle risposte al rischio. Le attività di controllo si attuano in tutta l'organizzazione aziendale, ad ogni livello gerarchico e funzionale.

Per garantire l'efficacia del sistema di informazione nell'ERM ed in linea con quanto previsto dal Codice di Corporate Governance, il Consiglio di Amministrazione ha individuato nell'Amministratore Delegato (Chief Executive Officer⁴) il principale soggetto per la facilitazione dei processi comunicativi, per il mantenimento dei meccanismi sottesi al funzionamento delle linee guida sul sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e per l'informativa periodica sulle azioni di adeguamento dell'ERM.

Annualmente il Consiglio di Amministrazione, previo parere del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità, rivede ed eventualmente ridefinisce le linee di indirizzo in materia di SCI-GR in modo che i principali rischi afferenti all'emittente e alle sue controllate risultino correttamente identificati, nonché adeguatamente misurati, gestiti e monitorati. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione definisce, sulla base degli obiettivi strategici e del business plan aziendale, il grado di compatibilità dei rischi rispetto ad una gestione dell'impresa coerente con gli obiettivi strategici individuati.

Geox ha disegnato il proprio ERM, oggetto di un importante processo di aggiornamento nel corso del 2019, in modo da consentire periodicamente di identificare, valutare e gestire i rischi – già mappati, nonché eventuali rischi emergenti – a cui gli obiettivi aziendali sono soggetti, in modo tale da:

- consentire una governance del rischio responsabile;
- identificare chiaramente le responsabilità nella gestione dei rischi;
- integrare la valutazione degli obiettivi con la valutazione dei rischi ivi insistenti;
- orientare le priorità di riduzione dei rischi.

La Società, sin dall'entrata in vigore della Legge n. 262/2005 ha altresì posto in essere delle procedure finalizzate ad aumentare la trasparenza dell'informativa societaria e rendere più efficace il sistema dei controlli interni ed in particolare quelli relativi all'informativa finanziaria di cui essi sono parte. In particolare, il processo di formazione dell'informativa finanziaria è presidiato attraverso specifiche attività di controllo lungo i processi aziendali che contribuiscono alla formazione dei valori iscritti a bilancio. Tali attività di controllo afferiscono sia alle aree più strettamente legate al business (processi di vendita, acquisto, magazzino, ecc.) sia alle aree di supporto alla gestione delle scritture contabili (processi chiusura di bilancio, di governo dei sistemi informativi, ecc.). Le procedure di controllo suddette sono definite dal Dirigente Preposto e dallo stesso soggetto vengono verificate periodicamente in relazione alla loro effettiva applicazione. L'esito delle valutazioni del Dirigente Preposto è riportato nell'attestazione di cui al comma 5 e al comma 5-bis dell'art. 154-bis del TUF.

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

⁴ Come precisato nella Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari ai sensi dell'articolo 123-bis TUF, in considerazione della straordinarietà del contesto emerso a seguito della pandemia da COVID-19, si è ritenuto più opportuno e maggiormente cautelativo per la Società mantenere provvisoriamente, in deroga a quanto raccomandato dal Codice di Corporate Governance, il ruolo e le relative responsabilità di incaricato dell'istituzione e mantenimento del Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi in capo al Consigliere dott. Alessandro Antonio Giusti anziché trasferirle in toto all'Amministratore Delegato proprio per permettere a quest'ultimo di mantenere il maggior focus possibile nella gestione del business in un momento così eccezionale. Sino al trasferimento dell'incarico relativo all'istituzione e mantenimento del Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi nella persona del Chief Executive Officer, ogni riferimento a quest'ultimo dovrà intendersi riferito al Consigliere dott. Alessandro Antonio Giusti.

IL RUOLO DEL COMITATO CONTROLLO RISCHI E SOSTENIBILITÀ

Il Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità è composto da soli amministratori non esecutivi, in maggioranza indipendenti ed è presieduto da un amministratore indipendente.

Il Comitato possiede nel suo complesso un'adeguata competenza nel settore di attività in cui opera la Società, funzionale a valutarne i relativi rischi.

Il Comitato Controllo, Rischi, e Sostenibilità, ai sensi dell'art. 6, Raccomandazione 35 del Codice, nel coadiuvare l'organo di amministrazione:

- a. valuta, sentiti il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, il revisore legale e l'organo di controllo, il corretto utilizzo dei principi contabili e, nel caso di gruppi, la loro omogeneità ai fini della redazione del bilancio consolidato;
- b. valuta l'idoneità dell'informazione periodica, finanziaria e non finanziaria, a rappresentare correttamente il modello di business, le strategie della società, l'impatto della sua attività e le performance conseguite, coordinandosi con l'eventuale Comitato previsto dalla raccomandazione 1, lett. a);
- c. esamina il contenuto dell'informazione periodica a carattere non finanziario rilevante ai fini del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- d. esprime pareri su specifici aspetti inerenti alla identificazione dei principali rischi aziendali e supporta le valutazioni e le decisioni dell'organo di amministrazione relative alla gestione di rischi derivanti da fatti pregiudizievoli di cui quest'ultimo sia venuto a conoscenza;
- e. esamina le relazioni periodiche e quelle di particolare rilevanza predisposte dalla funzione di Internal Audit;
- f. monitora l'autonomia, l'adeguatezza, l'efficacia e l'efficienza della funzione di Internal Audit;
- g. può affidare alla funzione di Internal Audit lo svolgimento di verifiche su specifiche aree operative, dandone contestuale comunicazione al presidente dell'organo di controllo;
- h. riferisce all'organo di amministrazione, almeno in occasione dell'approvazione della relazione finanziaria annuale e semestrale, sull'attività svolta e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Rischi non finanziari

Nell'ambito delle attività di adeguamento a specifiche normative (e.g. D. Lgs. 231/01) condotte in una logica *risk based*, il Gruppo ha identificato specifici rischi e relativi presidi di controllo riconducibili agli ambiti di natura non finanziaria (ambientale, sociale, attinenti al personale, rispetto dei Diritti Umani e della diversità, attinenti alla lotta alla corruzione) ex D. Lgs. 254/2016. Tra questi, figurano: i rischi inerenti alla corruzione attiva e passiva, i rischi in materia ambientale, i rischi in materia di diritti umani, ecc. Il Gruppo si impegna – in un'ottica di costante miglioramento della rendicontazione non finanziaria – ad identificare, aggiornare e valutare i rischi non finanziari, nonché le relative modalità di gestione al fine di garantire un approccio strutturato ed integrato con riferimento alla gestione dei rischi *Environmental, Social and Governance* (ESG).

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

L'attività del Gruppo è influenzata da variabili esogene quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, variabili macroeconomiche collegate ai Paesi all'interno dei quali il Gruppo Geox opera (in termini, ad esempio, di produzione tramite la propria catena di fornitura o semplicemente di commercializzazione dei prodotti).

Risultano, dunque, attualmente da considerare – ed assumeranno sempre più rilevanza per le organizzazioni – specifici ambiti riconducibili a tematiche che presentano un profilo di rischio e che potrebbero generare impatti sull'ambiente, sul sociale, sulla governance – e.g. attenzione verso prodotti rispettosi dell'ambiente.

A tal proposito, il Gruppo Geox monitora le evoluzioni del contesto esterno – in quanto considerato un aspetto emergente e significativo anche con riferimento ai propri indirizzi strategici – al fine di identificare potenziali rischi emergenti sociali, ambientali e di governance e più in generale riconducibili direttamente e/o indirettamente al c.d. "Climate Change" e gestire gli impatti, ove possibile e proattivamente, cogliere le relative opportunità nonché essere conforme con gli aspetti normativi, regolamentari, ecc. in continua evoluzione ed a quest'ultimo riconducibili.

Inoltre, il Gruppo pone massima attenzione e dedica specifici approfondimenti:

- alle proprie attività ed alle attività delle terze parti che collaborano con il Gruppo stesso che potrebbero essere caratterizzate da un profilo di rischio socio-ambientale significativo;
- al comportamento dei propri stakeholder (e.g. consumatori);
- alla sempre più crescente sensibilizzazione e attenzione da parte dei consumatori ad aspetti direttamente e/o indirettamente collegati al c.d. Climate Change ed all'impatto che i prodotti da loro scelti potrebbero avere con riferimento ad aspetti ambientali, sociali, ecc.;
- alle suddette evoluzioni, ivi incluse quelle di carattere normativo e regolamentare, adeguando e/o implementando – costantemente e tempestivamente – i fattori di mitigazione.

In tale contesto, il Gruppo Geox ha rinnovato il proprio impegno strategico e la propria responsabilità ad affrontare le evoluzioni e le sfide attuali e prospettiche attraverso la sottoscrizione del *Fashion Pact* e la partecipazione ai tavoli di lavoro e progettuali ad esso collegati al fine di essere in prima linea nelle attività a tutela di ambiti rilevanti quali ad esempio il cambiamento climatico, la biodiversità e gli oceani.

PRESENTARE UN PIANO STRATEGICO IN UN CONTESTO RESO ESTREMAMENTE COMPLESSO DALLA PANDEMIA TESTIMONIA LA FIDUCIA CHE ABBIAMO PER IL FUTURO DI GEOX. IN QUESTI DUE ANNI ASSIEME ALL'AMMINISTRATORE DELEGATO E A TUTTA LA SQUADRA ABBIAMO GIÀ COMPIUTO PASSI IMPORTANTI NELL'EVOLUZIONE VERSO UN MODELLO DI BUSINESS PIÙ EFFICIENTE GRAZIE ANCHE AGLI IMPORTANTI INVESTIMENTI FATTI NELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE DEL GRUPPO. GEOX È ORA GUIDATA DA UN APPROCCIO FOCALIZZATO SULLA CENTRALITÀ DEL CONSUMATORE E DELLA DISTRIBUZIONE MA, PRIMA DI TUTTO, DAL NOSTRO CAPITALE UMANO, UNA RICCHEZZA DI GEOX,

AL PARI DELLA NOTORIETÀ DEL
BRAND E DELL'UNICITÀ DEI NOSTRI
BREVETTI. ABBIAMO QUINDI
REALIZZATO SIGNIFICATIVI
INVESTIMENTI IN FORMAZIONE E
NEL POTENZIAMENTO DELLA
SQUADRA CHE ORA È AL
COMPLETO E COMPOSTA DA
PERSONE CHE CREDONO
FERMAMENTE NEL PROGETTO E
SAPRANNO REALIZZARLO

Mario Moretti Polegato

Presidente Geox S.p.A.

Politiche e impegni in ambito sostenibilità

Il Gruppo Geox ha elaborato fin dal 2005 un proprio Codice Etico per orientare e promuovere l'impegno e la condotta etica del Gruppo in tutte le attività che quotidianamente lo vedono coinvolto. Il suddetto Codice contiene l'indicazione dei principi cui uniformare i comportamenti di tutti i destinatari, ovvero degli organi sociali e i loro componenti, dei dipendenti, dei prestatori di lavoro temporaneo, dei consulenti e dei collaboratori a qualunque titolo, degli agenti, dei procuratori e di tutti coloro che entrano in contatto con la realtà aziendale di Geox. Il Codice Etico è stato oggetto di ultima revisione ed aggiornamento nel corso del 2017 ed è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione del 23 febbraio 2018. Inoltre, a rafforzamento di tale orientamento, e in relazione alla rilevanza che il presidio responsabile della catena di fornitura ha assunto per il Gruppo, Geox ha adottato dal 2014 il Codice di Condotta dei Fornitori approvato, in ultima revisione, dal Consiglio di Amministrazione del 23 febbraio 2018.

Il Codice Etico e il Codice di Condotta dei Fornitori sono articolati secondo 3 aree principali di seguito riportate:

- **Capitale umano:** in tale ambito i Codici sanciscono esplicitamente i principi di tutela dei lavoratori e dei diritti umani quali il divieto di ricorrere allo sfruttamento di manodopera infantile, di detenuti non consenzienti o forzati, applicare qualsiasi forma di discriminazione e ricorrere ad ogni pratica che comporti l'umiliazione o lo svilimento delle persone quali mobbing, sfruttamento, abuso, intimidazioni, molestie o minacce; garantiscono la possibilità dei lavoratori ad associarsi liberamente e partecipare ad organizzazioni sindacali; dispongono il pagamento di un salario minimo definito dalla legge del Paese di riferimento o dalle contrattazioni collettive applicabili ed il rispetto dell'orario di lavoro massimo consentito per legge incluse le ore di straordinario; richiedono l'applicazione di regole a maggior tutela dei lavoratori minorenni, come il divieto di svolgere mansioni pericolose e di lavoro straordinario.
- **Salute sicurezza e ambiente:** in tale ambito richiedono la definizione di specifici piani di tutela della salute e sicurezza dei dipendenti, di emergenza per incendi e altre calamità, di primo soccorso e di prevenzione e controllo dell'appropriatezza degli edifici, con tempi e metodi di lavoro che non compromettano la vita privata degli individui o la loro capacità di soddisfare i propri bisogni fondamentali. È inoltre promosso il rispetto della normativa vigente in materia ambientale mediante la promozione di processi e attività sicuri e rispettosi dell'ambiente, l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili, l'implementazione di iniziative volte all'efficientamento energetico delle strutture, la costruzione di strutture eco-sostenibili, la valutazione degli impatti ambientali di tutti i processi e le attività aziendali, la collaborazione con gli stakeholder per ottimizzare la gestione delle problematiche ambientali, il ricorso a servizi di logistica a basso impatto ambientale, la riduzione della produzione dei rifiuti e il ricorso a metodi di smaltimento responsabili e l'implementazione di adeguati sistemi di gestione e monitoraggio.
- **Comportamento negli affari:** i Codici regolano, inoltre, le relazioni del Gruppo con i vari stakeholder, ivi inclusi i fornitori, i sub-fornitori e i subcontractor, i clienti, il mercato finanziario, la concorrenza e la comunità, che devono basarsi sull'osservanza delle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili, comprese quelle di riservatezza e tutela dei dati personali, antiriciclaggio, anticorruzione, antitrust, e gestione di informazioni privilegiate. Per assicurarsi l'aderenza ai valori Geox, il Gruppo richiede a tutti i fornitori con cui collabora continuamente di sottoscrivere tali Codici.

Il Codice Etico e il Codice di Condotta dei Fornitori sono recepiti da tutte le società del Gruppo, nell'ambito dell'attività di direzione e coordinamento esercitata dalla Capogruppo. Gli impegni, le politiche e gli approcci contenuti all'interno del Codice Etico sono descritti nelle sezioni successive del presente documento, cui si fa rimando per approfondimenti.

In aggiunta ai suddetti Codici, le società di diritto italiano del Gruppo hanno avviato un percorso finalizzato al raggiungimento degli standard ISO 45001 la cui certificazione è già stata ottenuta da Geox Retail durante il 2021. La conformità a tale standard assicura l'ottemperanza ai requisiti previsti per i Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro al fine di consentire all'organizzazione di controllare i suoi rischi in tale ambito e migliorare le proprie performance.

La sostenibilità del business rappresenta una delle principali linee guida di sviluppo di Geox così come indicato nel Piano Strategico 2022-2024⁵ del Gruppo.

Il Piano Strategico 2022-2024 segna un momento di importante discontinuità per il Gruppo e costituisce la seconda fase di un percorso strategico quinquennale intrapreso ad inizio 2020, dal nuovo Amministratore Delegato, volto alla definizione di una nuova Geox, più digitale, più efficiente e più focalizzata sulla centralità del cliente e della distribuzione nei Paesi più rilevanti per il Gruppo.

Il processo di trasformazione del Gruppo è composto da due fasi: la prima “Focus on the Core” (2020-2021) ha realizzato una forte razionalizzazione ed una profonda trasformazione del modello di business per una piena integrazione tra canale fisico e digitale ed una maggiore coerenza con le scelte di acquisto dei consumatori; la seconda “Bigger and Better” (2022-2024) che, facendo leva sulle iniziative intraprese, punta ad accrescere la rilevanza dei valori del brand, l’audience dei consumatori ed il profilo di redditività del Gruppo.

Tra il 2020 ed il 2021 il Gruppo ha effettuato una rilevante razionalizzazione delle attività non profittevoli (tra cui la chiusura del 20% dei negozi), definito una struttura organizzativa più snella, inserito nuove figure manageriali nelle aree più rilevanti per il business e accelerato negli investimenti più importanti per lo sviluppo futuro (infrastrutture digitali, formazione del personale e sostenibilità).

Parallelamente a queste azioni, il Gruppo ha avviato sia un percorso di rilancio della rilevanza del brand supportato da un incremento degli investimenti pubblicitari che tutte le attività necessarie a definire una collezione di prodotto e una struttura distributiva più mirate e più focalizzate sulla clientela core di Geox.

Partendo da queste basi solide, nel prossimo triennio, Geox punterà a migliorare la propria quota di mercato nei paesi core (Italia, Francia, Spagna e Germania) dove gode di un ottimo posizionamento ed accelerare la crescita in quei Paesi già in forte e positiva evoluzione. Per raggiungere questi risultati, l’offerta di Geox potrà beneficiare della progressiva e continua digitalizzazione del proprio business e di una offerta di prodotto più mirata sui consumatori attuali (bambino ed adulto) ma anche con proposte rivolte a quei segmenti di clientela individuati come target dalla nostra nuova strategia di comunicazione. Lo scopo e l’ambizione fondante di Geox è contribuire a migliorare il benessere delle persone spingendole a muoversi con un comfort elevato ed uno stile contemporaneo.

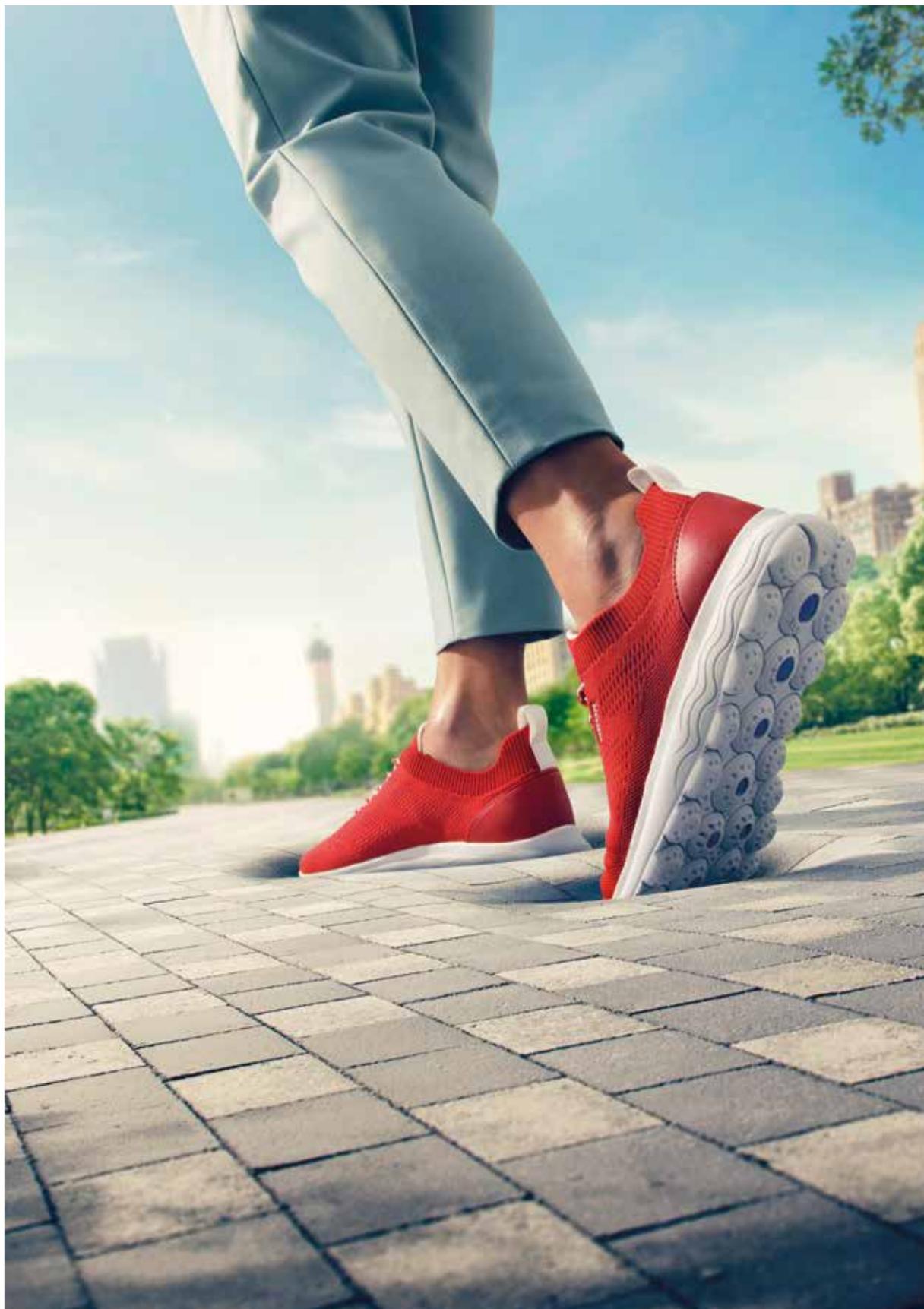
Le principali linee di sviluppo del Piano Strategico 2022-2024 fanno riferimento a quanto di seguito riportato:

- Aumento progressivo degli investimenti pubblicitari, attesi a circa il 5% come incidenza sui ricavi nel 2024 a livello consolidato, ma con una incidenza anche superiore nei paesi “core”. La strategia di comunicazione, volta a sostenere i valori del Brand e le innovazioni di prodotto, sarà guidata da un modello di marketing “data driven” in grado di aumentare sempre di più l’efficienza del media buying e la rilevanza del brand.
- Forte attenzione alla sostenibilità, come da DNA del Gruppo, con ulteriori iniziative responsabili su prodotti (anche in collaborazione con partners esterni) e attività benefiche oltre alla conferma degli impegni in essere con le principali organizzazioni di settore (Fashion Pact in primis) per la salvaguardia del pianeta.
- Rivisitazione dell’offerta con collezioni più mirate (riduzione del 15% del numero totale di referenze) con una maggiore incidenza di prodotti “core” ed una maggiore attenzione al mondo “non sneaker”. Tali azioni avranno effetti positivi sia sulla marginalità lorda industriale che sulle percentuali di sell-through.
- Segmentazione dell’offerta di prodotto e della distribuzione al fine di migliorare la qualità del servizio e la produttività dei canali. Tali azioni potranno beneficiare inoltre dell’adozione degli strumenti evoluti di data analytics, di merchandising e dell’ampliamento dei servizi di omnicanalità.
- Focus sulla crescita e sull’acquisizione di quote di mercato attraverso una distribuzione più qualitativa nel canale multimarca online e offline, il rafforzamento delle principali partnership strategiche ed una maggiore selettività con i partner non coerenti con il brand, al fine di preservare immagine e marginalità.
- Sostanziale stabilità del numero complessivo di negozi fisici totali (2021-2024) ma con una ulteriore ottimizzazione dei negozi a gestione diretta in Italia ed Europa che sarà più che compensata da nuove aperture di negozi in franchising non gestito soprattutto nell’Europa dell’Est. Crescerà invece il perimetro digitale diretto del Gruppo grazie all’ingresso in nuovi marketplace di terzi ed allo sviluppo di nuovi siti e-commerce in nuovi mercati.
- Importanti investimenti in IT per accelerare la trasformazione digitale del Gruppo (in una logica omni-channel e omni-customer) tra cui la creazione di una piattaforma digitale per la vendita alla clientela multimarca (come per la clientela retail), lo sviluppo di strumenti evoluti di data analytics, artificial intelligence e merchandising e la creazione di un magazzino liquido a servizio di tutti i canali. Queste azioni permetteranno: 1) miglioramento della qualità del

⁵ Il Piano Strategico 2022-2024 è stato esaminato ed approvato dal Consiglio di Amministrazione di Geox S.p.A. l’1 dicembre 2021.

servizio 2) riduzione del cost -to -serve 3) miglioramento dei KPI di vendita 4) miglioramento della marginalità lorda industriale 5) ottimizzazione del magazzino e del capitale circolante.

- Continuazione ed accelerazione, con approccio lean, di tutti i piani ad oggi in corso inerenti al contenimento dei costi operativi.



Integrità del business e contrasto alla corruzione

Geox si impegna attivamente nella prevenzione e nella lotta alla corruzione attraverso un presidio che è parte integrante del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi e del framework di Corporate Governance del Gruppo. Legalità, onestà, integrità, correttezza e trasparenza sono alcuni dei principi generali espressi nel Codice Etico di Gruppo ed a cui è ispirata la conduzione delle attività aziendali.

Presso il Gruppo Geox, l'approccio in tema di prevenzione e lotta alla corruzione, fino al 2017, era realizzato attraverso l'implementazione di tre strumenti principali: i) il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001 (ivi compreso il Codice Etico di Gruppo), ii) le Linee Guida per la gestione del Conflitto di Interessi e iii) la formazione del personale. A partire dal 2018, Geox ha definito un ulteriore documento *ad hoc* per rafforzare il proprio impegno per la prevenzione e la lotta alla corruzione, in cui sono contenuti specifici principi e linee guida in materia, anche per le società estere del Gruppo: il "Global Compliance Program", approvato dal Consiglio di Amministrazione di Geox S.p.A. il 13 novembre 2018, oltre alla predisposizione di un'apposita *Policy Anticorruption* e di una procedura di *due diligence*.

Nel corso degli anni 2019 e 2020, quale ulteriore attuazione concreta della propria attività in questo ambito, Geox ha altresì posto in essere le azioni necessarie volte al conseguimento della certificazione ISO 37001 (*Anti-bribery management systems*). L'iter di certificazione si è concluso con esito positivo in data 5 agosto 2020. La certificazione è stata mantenuta nel corso del 2021 a seguito delle verifiche periodiche da parte dell'ente certificatore.

Si segnala che nel corso dell'ultimo triennio il Gruppo è stato impegnato nel processo di certificazione e mantenimento attraverso il completamento delle fasi di *assessment* dei processi/attività rilevanti a livello aziendale, al fine della individuazione dei *gap* di adozione e mantenimento rispetto a quanto previsto dallo standard UNI ISO 37001:2016.

Nell'ambito del suddetto processo di certificazione e mantenimento sono state previste, tra le altre, attività di adeguata verifica dei fornitori diretti e indiretti volte all'identificazione e all'attribuzione di un *risk rating* e alla successiva classificazione secondo uno dei tre indici di rischiosità: basso, medio o alto.

Sono state inoltre svolte attività di *due diligence* su dipendenti, Amministratori, Sindaci e Terze parti (e.g. Fornitori, Franchisee, Distributori, ecc.) atte alla valutazione del rischio di corruzione. Per assicurare un adeguato livello di conoscenza in materia di anticorruzione il Gruppo Geox ha svolto altresì una formazione obbligatoria *ad hoc* per le diverse aree di business.

Il primo presidio attivato dal Gruppo per la mitigazione del rischio di corruzione sia nei confronti della Pubblica Amministrazione sia fra privati, è rappresentato dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001 (di seguito anche "Modello 231") adottato nell'ambito di specifici documenti dalle società italiane appartenenti al Gruppo Geox al fine di assicurare, per quanto possibile, la prevenzione della commissione dei reati contemplati dal suddetto Decreto. Il Modello 231 è stato oggetto di costante aggiornamento e integrazione con le nuove fattispecie di reato rilevanti ai fini del D. Lgs. 231/01, da ultimo in data 13 maggio 2021.

Tra i principali protocolli attuativi del Modello organizzativo e del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi del Gruppo vi è il Codice Etico. All'interno del Codice Etico di Gruppo, Geox afferma il proprio impegno a combattere ogni forma di corruzione in tutti i Paesi in cui opera. Per tale motivo si aspetta che nell'ambito dei rapporti con soggetti terzi, pubblici o privati, i collaboratori del Gruppo Geox si astengano dall'offrire, anche per interposta persona, denaro od altra utilità al soggetto coinvolto, ai suoi familiari o a soggetti in qualunque modo allo stesso collegati e dal ricercare o instaurare relazioni con l'obiettivo di condizionarne, direttamente o indirettamente, scelte e attività. Si precisa anche che tutti coloro che agiscono in nome o per conto del Gruppo Geox non possono ricevere omaggi o trattamenti di favore, se non nei limiti delle normali relazioni di cortesia e purché di modico valore, anche in quei Paesi dove offrire doni di valore elevato è una consuetudine.

L'adeguatezza, il rispetto e il corretto funzionamento del Modello 231 sono presidiati da un Organismo di Vigilanza che verifica costantemente l'osservanza dei presidi di controllo previsti dal Modello stesso in relazione ai diversi rischi di reato cui è potenzialmente esposta la Società, avvalendosi anche del supporto della funzione Internal Audit di Gruppo. L'Organismo di Vigilanza è altresì incaricato di monitorare il rispetto e l'applicazione del Codice Etico di Gruppo, nonché destinatario di eventuali richieste di informativa e di segnalazioni di violazioni del Modello 231 o del Codice Etico.

Il "Global Compliance Program" costituisce uno strumento di governance volto a rafforzare l'impegno etico e professionale del Gruppo e a prevenire la commissione all'estero di illeciti tra i quali certamente rientra il reato di corruzione. La prevenzione delle pratiche corruttive rappresenta infatti per Geox oltre che un obbligo legale anche e soprattutto uno dei principi cardine su cui si basa l'agire del Gruppo stesso.

Il "Global Compliance Program" è un documento rivolto alle società estere del Gruppo volto a rafforzare l'impegno etico e professionale della Società e a prevenire la commissione all'estero di illeciti (quali, ad esempio, i reati contro la pubblica amministrazione, il falso in bilancio, il riciclaggio, i reati commessi in violazione delle norme sulla sicurezza sul lavoro e i reati ambientali) da cui possa derivare responsabilità penale d'impresa e conseguenti rischi reputazionali. Tale strumento è stato predisposto alla luce delle principali e più autorevoli fonti normative internazionali in materia (i.e., principali convenzioni internazionali in materia di contrasto alla corruzione, UK Bribery Act 2010, Good Practice Guidance on Internal Controls, Ethics, and Compliance 2010) tenuto conto, altresì, dell'attuale assetto organizzativo del Gruppo e delle specifiche legislazioni di riferimento applicabili negli ordinamenti in cui le varie società del Gruppo operano.

Sulla scia di tali principi, nel corso del 2018, Geox ha definito la *Policy Anticorruption* che integra organicamente le regole di prevenzione e contrasto alla corruzione già vigenti, con l'obiettivo di elevare ulteriormente la consapevolezza delle regole e dei comportamenti che devono essere osservati. Tale Policy è il frutto di un processo di *risk assessment* mirato e di una ricognizione normativa sui reati di corruzione nei Paesi in cui il Gruppo opera. Sono state quindi identificate le aree a teorico rischio corruttivo quali ad esempio le relazioni con la Pubblica Amministrazione, con i fornitori e i consulenti esterni, la gestione delle donazioni, sponsorizzazioni, regali, omaggi ed è stata prevista l'adozione di controlli a mitigazione del rischio di corruzione nelle suddette aree identificate come particolarmente sensibili.

La politica di prevenzione della corruzione, oltre ad essere stata definita dai documenti appena citati, ha previsto anche la predisposizione di un'apposita procedura di due diligence in aggiunta all'implementazione di un Sistema di Gestione per la Prevenzione della Corruzione. Tale Sistema è costituito da un apposito Manuale e da specifiche misure volte a identificare e valutare il rischio di corruzione con la finalità di prevenire, rilevare e rispondere agli atti corruttivi. Lo stesso viene continuamente monitorato, riesaminato e, se necessario, migliorato insieme ai relativi processi in conformità ai requisiti della norma UNI ISO 37001:2016.

Al fine di monitorare e prevenire il rischio legato alla corruzione, il Gruppo Geox si è dotato inoltre di particolari procedure e presidi di controllo, tra le quali vi è un sistema di deleghe e procure, sul quale l'Organismo di Vigilanza può effettuare attività di verifica. Tra queste procedure, assumono particolare rilevanza le Linee Guida per la gestione del Conflitto di Interessi finalizzate a gestire, tempestivamente, ogni potenziale situazione di conflitto tra l'interesse personale di qualsiasi soggetto con cui Geox entri in contatto nel corso della propria attività e quello della Società. In particolare, all'interno di tale documento è richiesto che tali soggetti tengano una condotta che tuteli e promuova il miglior interesse del Gruppo mediante l'adozione di comportamenti caratterizzati dal più alto grado di onestà nella gestione delle relazioni sia con altri dipendenti del Gruppo sia con soggetti terzi. In tale contesto, è altresì richiesto che qualunque situazione di conflitto di interessi, anche a livello potenziale, sia tempestivamente segnalata al Responsabile Internal Audit, al Responsabile degli Affari Legali e Societari o, al Responsabile delle Risorse Umane, Organizzazione e Servizi Corporate.

L'impegno di Geox nella prevenzione e lotta alla corruzione si esplica anche attraverso l'identificazione di specifici percorsi formativi finalizzati ad aumentare il livello di sensibilità del personale del Gruppo. La formazione costituisce infatti un importante elemento per creare consapevolezza interna e sviluppare le capacità di riconoscere e gestire eventuali episodi di sospetta corruzione. A tal fine, nel corso del 2020 è stata completata una specifica attività di formazione sui temi dell'anticorruzione che ha visto il coinvolgimento dell'Alta Direzione del Gruppo Geox.

Il Codice Etico e il Modello 231 prevedono la possibilità di effettuare delle segnalazioni circa situazioni di potenziale conflitto coi principi di integrità del business e corruzione attraverso i canali e le modalità previste da apposite procedure operative pubblicate sul sito Corporate: www.geox.biz.

In aggiunta a tali canali per le segnalazioni, nel corso del 2018, Geox ha avviato l'implementazione di un sistema di whistleblowing globale ed integrato a livello di Gruppo, con l'obiettivo di gestire tempestivamente e in modo scrupoloso eventuali comportamenti illeciti e/o violazioni riguardanti condotte sospette non conformi a quanto stabilito dal Codice Etico di Gruppo.

Il Codice Etico rappresenta il pilastro del sistema di whistleblowing ma questo deve essere letto e interpretato unitamente agli altri documenti considerati essenziali per lo sviluppo e la diffusione dei valori fondamentali per Geox, quali: il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, il Codice di Condotta dei Fornitori, le politiche, le procedure, le linee guida e, più in generale, la normativa applicabile alla Società.

Il processo interno di whistleblowing, anche in ottemperanza alla recente normativa italiana intervenuta in materia, è stato strutturato attraverso un canale dedicato, gestito da un soggetto terzo specializzato, che comprende una piattaforma web. Nel corso dell'ultimo trimestre del 2021 è stato dato avvio ad un progetto di cambiamento della piattaforma che si concluderà all'inizio del 2022 con il "go live" della nuova piattaforma Geox Integrity Line.

La segnalazione può essere effettuata in forma anonima o con indicazione delle proprie generalità, in ogni caso è assicurata la riservatezza del segnalante e la confidenzialità delle informazioni ricevute.

Tutte le eventuali segnalazioni vengono ricevute e gestite dalla funzione Internal Audit di Gruppo che, successivamente, provvede a valutare ed esaminare la loro validità unitamente al Comitato Whistleblowing di Geox S.p.A., appositamente istituito

e composto dal Responsabile Internal Audit, dal Responsabile degli Affari Legali e Societari e dal Responsabile Risorse umane, Organizzazione e Servizi Corporate.

Nel corso del 2021 la Società non ha ricevuto segnalazioni. Si segnala che nel corso del 2020 la Società ha ricevuto due segnalazioni ed in seguito a specifiche attività di analisi non sono emerse particolari criticità tali da prevedere alcun tipo di provvedimento.

Il Gruppo Geox riserva un alto grado di attenzione nei confronti dei soggetti coinvolti in questo processo e, per questo motivo, non è tollerata alcuna azione di ritorsione di qualsivoglia genere verso chi segnali o sia oggetto di segnalazione. Per tale ragione, come ulteriore garanzia di protezione, è stata redatta *ad hoc* la "Non Retaliation Policy". Tutte le ulteriori informazioni di dettaglio sono consultabili sul sito Corporate www.geox.biz.

Si segnala che nel corso del triennio 2019-2021 non sono stati documentati episodi di corruzione all'interno del Gruppo.



DAL 2019, GEOX ADERISCE AL
FASHION PACT CON L'IMPEGNO A
CONTRASTARE I CAMBIAMENTI
CLIMATICI, RIPRISTINARE LA
BIODIVERSITÀ E PROTEGGERE GLI
OCEANI ATTRAVERSO UNA
GESTIONE PIÙ SOSTENIBILE DELLA
PRODUZIONE



Il percorso verso la sostenibilità

Geox ha avviato da molti anni un percorso orientato alla sostenibilità e all'innovazione che coinvolge diverse aree aziendali: i materiali, il prodotto, l'ambiente, la supply chain e più recentemente il Marketing, l'E-commerce, Finanza e Tesoreria.

Per assicurare un adeguato presidio delle tematiche di sostenibilità, Geox ha istituito fin dal 9 dicembre 2005 un Comitato Etico, successivamente rinominato nel 2016 Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile con il compito di dirigere e promuovere l'impegno ad una gestione del business basata sui principi di etica, integrità e responsabilità sociale. Il 15 luglio 2020 è stato nominato nuovo membro del Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile il dott. Nehemia (Chem) Peres. Quest'ultimo si dedica ormai da molti anni a coltivare l'eredità del padre Shimon Peres, ex Presidente di Israele e Premio Nobel per la Pace, realizzando la sua visione attraverso l'implementazione di numerose iniziative e attività nel campo della pace e dell'innovazione. È inoltre Presidente del Consiglio di Amministrazione del "Peres Center for Peace & Innovation", la principale organizzazione non profit israeliana, attiva nello sviluppo e nell'attuazione di programmi innovativi e all'avanguardia nel campo dell'educazione e della costruzione della pace, dell'innovazione, della medicina e dell'ambiente.

Nell'ambito della governance della sostenibilità figura anche il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, al quale è stata affidata la supervisione delle tematiche di sostenibilità connesse all'esercizio delle attività aziendali, con delibera del Consiglio di Amministrazione del 18 gennaio 2018 successivamente riconfermata in data 16 aprile 2019. Esso ha inoltre il ruolo di analizzare e valutare la presente Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario prima della sua approvazione in Consiglio di Amministrazione.

Il compito di supervisionare e assicurare la predisposizione della Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario nel rispetto della normativa in materia di Non Financial Information ex D. Lgs. 254/2016 è rimesso congiuntamente al responsabile *Corporate Social Responsibility* ed al responsabile della funzione Internal Audit di Gruppo i quali, inoltre, si occupano del coordinamento delle progettualità di Corporate Social Responsibility, in collaborazione con le altre strutture del Gruppo coinvolte a vario titolo nelle diverse attività.

Nel corso del 2018, il Gruppo Geox ha formalizzato in una procedura *ad hoc*, il processo di reporting non finanziario, identificando le strutture aziendali coinvolte e le attività condotte ai fini dell'elaborazione della Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario, inclusi i controlli sui dati e sulle informazioni qualitative raccolte.

A conferma della continua attenzione della Società alle tematiche inerenti alla sostenibilità, nel corso del 2019, il Gruppo ha deciso di aderire al Fashion Pact, accordo che riunisce una coalizione di aziende globali del settore tessile e della moda (prêt-à-porter, sport, lifestyle e lusso), oltre ai fornitori e ai distributori, tutti impegnati nel comune raggiungimento di obiettivi ambientali chiave suddivisi in tre aree: fermare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani.

Il Fashion Pact comprende quasi 80 membri, che vogliono agire collettivamente per ridurre l'impatto sull'ambiente e ottenere risultati concreti. Nel primo anno del Fashion Pact, i firmatari hanno sviluppato l'agenda comune di seguito riportata con le prime azioni e gli obiettivi tangibili per guidare congiuntamente e scalare la sostenibilità nel settore della moda.

Inoltre, nel corso del 2021 la Società ha proattivamente partecipato ad una survey di Fashion Pact tramite la quale sono state fornite specifiche informazioni e impegni attuali e prospettici relative ai pillar Clima, Biodiversità e Oceani.



Clima

I membri firmatari del Fashion Pact si sono impegnati a favore dei Science Based Targets (SBT) per il clima, al fine di raggiungere la neutralità di carbonio entro il 2050, e:

1. attuare i principi della carta delle Nazioni Unite per la sostenibilità della moda;
2. ottenere un approvvigionamento di materie prime per il 25% a basso impatto ambientale entro il 2025;
3. raggiungere una percentuale del 50% di energie rinnovabili entro il 2025 e del 100% entro il 2030.



Biodiversità

I primi obiettivi concreti che i membri del Fashion Pact hanno fissato sono i seguenti:

1. lo sviluppo di progetti di biodiversità individuali entro la fine del 2020;
2. il sostegno alla zero-deforestazione e la gestione sostenibile delle foreste entro il 2025.



Oceani

Il primo obiettivo del Fashion Pact è l'eliminazione di tutta la plastica superflua e fonte di inquinamento presente negli imballaggi (come quella delle bustine di plastica, degli appendini, delle confezioni e dei sacchetti).

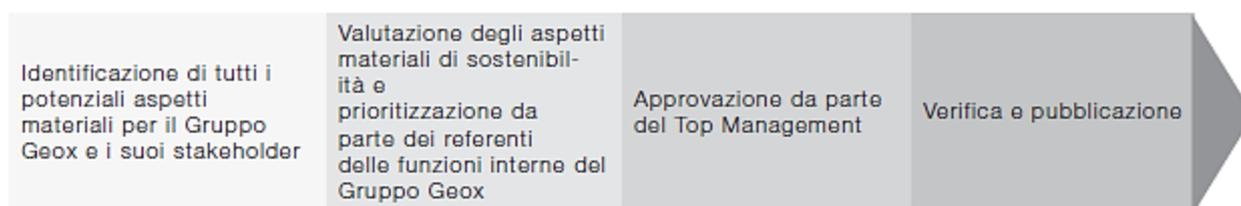
I membri si impegnano a:

1. completare l'eliminazione della plastica negli imballaggi B2C entro il 2025 e negli imballaggi B2B entro il 2030;
2. assicurare che siano realizzati in plastica riciclata al 100% almeno metà degli imballaggi B2C entro il 2025 e almeno metà degli imballaggi B2B entro il 2030.

Gli ambiti prioritari di Geox per la sostenibilità

Per il primo anno di rendicontazione, il Gruppo Geox ha avviato un processo di analisi di materialità per identificare i temi non finanziari più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder, sui quali, da un lato, porre particolare attenzione e impegnarsi in maniera costante e, dall'altro, definire i contenuti del presente documento in linea con il D. Lgs. 254/2016 e i GRI Standard. Ad esito di tale processo è stata definita una matrice di materialità che individua gli aspetti più significativi che possono generare impatti economici, sociali e ambientali e che, influenzando aspettative, decisioni, valutazioni e azioni degli stakeholder, costituiscono le priorità in termini di gestione e rendicontazione in ambito sociale e ambientale.

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



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

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

Durante la fase di **valutazione e prioritizzazione** i referenti delle funzioni interne all'organizzazione hanno verificato, analizzato e attribuito rilevanza e priorità alle singole tematiche.

Ai fini della conduzione della prima analisi di materialità del Gruppo Geox, i referenti interni, quali portavoce della visione globale sui processi e sulle attività del Gruppo Geox, hanno valutato le singole tematiche sia dal punto di vista aziendale sia dal punto di vista degli stakeholder. Gli aspetti sono stati valutati, per entrambe le dimensioni, secondo diversi criteri: l'allineamento con la strategia aziendale, l'impatto economico e ambientale, il rischio e gli impatti reputazionali, la coerenza con le politiche interne, gli impegni assunti ed il Codice Etico.

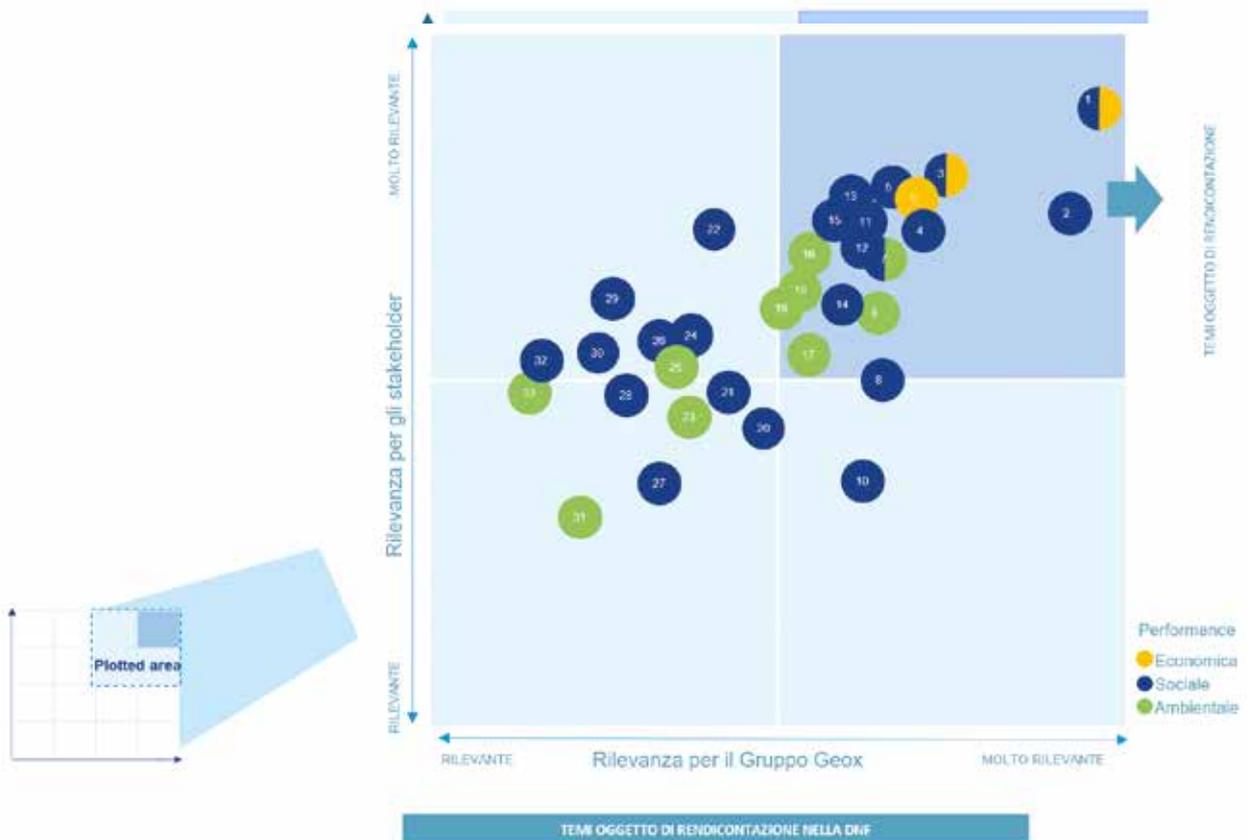
Nel corso del 2020, la funzione Internal Audit – incaricata di gestire le tematiche inerenti alla sostenibilità e di supervisionare il processo di reporting non finanziario – ha condotto un'analisi di contesto interno ed esterno al fine di verificare se fossero identificabili delle priorità che richiedessero una specifica attività di integrazione dell'analisi di materialità. Ai fini di tale analisi sono state considerate le informazioni emerse da analisi di benchmarking, dagli impegni sottoscritti aderendo al Fashion Pact e dall'attività di costante coordinamento e allineamento con altre funzioni aziendali da parte della funzione Internal Audit. A seguito di tali attività sono stati confermati i temi materiali già oggetto di rendicontazione e sono stati inclusi due ulteriori temi che hanno acquisito una maggiore rilevanza per l'organizzazione alla luce della sottoscrizione del Fashion Pact.

In particolare, i temi “Approvvigionamento e consumo responsabile di materiali” e “Prodotti e processi sostenibili” riflettono gli impegni e gli obiettivi che il Gruppo ha assunto in termini di lotta al cambiamento climatico, protezione della biodiversità e degli oceani, attuata attraverso iniziative specifiche intraprese in materia di innovazione di prodotto e di processo per la ricerca di soluzioni naturali e alternative che possano ridurre l’impatto ambientale dei prodotti. Sono state, inoltre, identificate alcune opportunità di razionalizzazione ed eventuale integrazione delle tematiche potenzialmente rilevanti in relazione alle quali sarà avviato, nei prossimi periodi di rendicontazione, un percorso diretto a consentire al Gruppo di raccogliere direttamente da parte dei principali portatori di interesse le loro valutazioni circa la rilevanza delle diverse tematiche di sostenibilità. Dalle analisi condotte e in considerazione delle recenti evoluzioni del contesto esterno, è, inoltre, emerso come il Gruppo nel corso del 2020 abbia rafforzato le politiche e le attività in essere, nonché intrapreso delle azioni di mitigazione specifiche in materia di salute e sicurezza dei lavoratori e, più in generale, di rispetto e tutela dei diritti umani e dei lavoratori, a conferma dell’importanza riconosciuta dal Gruppo alle tematiche sociali e inerenti al personale, come emerge anche dalle priorità identificate dall’analisi di materialità.

Dall’analisi e dalla valutazione sono quindi emerse 33 tematiche di cui 18 maggiormente rilevanti che sono state posizionate nella matrice di materialità, identificando tre precondizioni alla base del modello di sostenibilità:

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

La matrice è stata validata dal top management e presentata in Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità.



Nella tabella sottostante sono evidenziate le tematiche maggiormente rilevanti per il Gruppo Geox e i suoi stakeholder oggetto di rendicontazione nella presente Dichiarazione. Con riferimento alle altre tematiche riportate nella matrice, riconoscendone la rilevanza e la valenza sociale, nel documento sono riportati anche sinteticamente cenni rispetto agli approcci adottati dal Gruppo (in verde sono evidenziate le tematiche maggiormente rilevanti per il Gruppo Geox e i suoi stakeholder che saranno oggetto di rendicontazione).

1	Attenzione alla tecnologia e innovazione del prodotto
2	Contrasto alla corruzione
3	Qualità e sicurezza del prodotto
4	Sicurezza e protezione dei dati
5	Tutela e rafforzamento della reputazione del brand
6	Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
7	Selezione dei fornitori/impresе terziste e loro controllo rispetto alla capacità di tutelare e gestire i diritti umani, la salute e sicurezza dei lavoratori e la corretta gestione ambientale
8	Lotta alla contraffazione
9	Approvvigionamento e consumo responsabile di materiali ⁶
10	Creazione e tutela dell'occupazione
11	Rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori
12	Costruzione di relazioni commerciali stabili ed equa remunerazione dei fornitori
13	Coinvolgimento, ascolto, soddisfazione del cliente ed eccellenza del servizio
14	Coinvolgimento, dialogo, trasferimento di competenze e formazione fornitori
15	Tracciabilità e informazioni sul prodotto e etichettatura
16	Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas a effetto serra
17	Prodotti e processi sostenibili ⁷
18	Riduzione dei rifiuti prodotti e ricorso a metodi di smaltimento responsabili
19	Eco-progettazione dei punti vendita
20	Ricorso e valorizzazione dei fornitori locali
21	Remunerazione, sistemi di incentivazione e benefit
22	Conciliazione vita-lavoro (Well-being e work-life balance)
23	Attenzione al ciclo di vita del prodotto
24	Sostegno allo sviluppo della Comunità
25	Animal welfare
26	Comunicazione interna chiara, trasparente ed efficace
27	Tutela e valorizzazione dell'artigianalità
28	Attrazione e sviluppo dei talenti
29	Soddisfazione dei dipendenti
30	Formazione e sviluppo delle competenze
31	Riduzione dei consumi di acqua e monitoraggio degli scarichi
32	Diversità, pari opportunità e inclusione
33	Promozione del consumo sostenibile, dei cambiamenti nelle abitudini di consumo ed educazione del consumatore

⁶ Tema entrato nell'elenco dei temi materiali alla luce della maggiore rilevanza assunta per l'organizzazione con la sottoscrizione del Fashion Pact.

⁷ Tema entrato nell'elenco dei temi materiali alla luce della maggiore rilevanza assunta per l'organizzazione con la sottoscrizione del Fashion Pact.

Coinvolgimento degli stakeholder

Un rapporto basato sul costante dialogo e sul coinvolgimento attivo dei propri stakeholder è espressione della responsabilità che il Gruppo Geox ha nei confronti del contesto sociale con cui si relaziona. L'attenzione del Gruppo alla qualità delle relazioni con gli stakeholder interni ed esterni, diretta alla comprensione dei loro diversi punti di vista, delle loro aspettative e dei bisogni, e al relativo adeguamento del proprio modello di servizio, trova espressione in un approccio proattivo nei confronti della pluralità di interlocutori con cui interagisce quotidianamente attraverso numerosi punti di contatto.

Il Gruppo Geox è consapevole infatti che, questi momenti, costituendo occasioni di reciproca crescita e arricchimento, sono elemento imprescindibile per la creazione di valore nel lungo periodo.

Per Geox promuovere la conoscenza e l'aderenza al Codice Etico e ai principi di sostenibilità all'interno dell'azienda è un'iniziativa di corporate governance fondamentale, come anche la promozione di training specifici e di attività di comunicazione volte a diffondere ed assicurare il rispetto dei principi del Codice Etico nelle attività quotidiane.

Tale impegno si estende anche verso gli stakeholder esterni, con iniziative di training e promozione. Geox continuerà a monitorare i propri stakeholder in un'ottica di costante dialogo e ascolto sulle tematiche di sostenibilità. In tale contesto, il Gruppo Geox ha, nel tempo, aggiornato la propria mappa degli stakeholder sulla base ad esempio di analisi interne, benchmark, ecc. al fine di considerare tutti quei soggetti, siano esse persone fisiche o giuridiche, che sono maggiormente influenzati dalle stesse.

Nei primi anni di rendicontazione Geox ha intrapreso un percorso diretto a consentire al Gruppo di raccogliere direttamente da parte dei principali portatori di interesse le loro valutazioni circa la rilevanza delle diverse tematiche di sostenibilità. In particolare, il Gruppo ha identificato diversi canali di ascolto e comunicazione dedicati, tra i quali, si segnalano analisi di mercato con riferimento ai consumatori e iniziative di comunicazione interna.

In una logica di consolidamento del suddetto percorso, non appena l'evoluzione del contesto esterno relativo alla situazione emergenziale lo permetterà, il Gruppo condurrà attività di coinvolgimento dei propri stakeholder (e.g. dipendenti, clienti, fornitori), attraverso workshop e/o survey direttamente mirate a raccogliere le rispettive posizioni circa i temi materiali maggiormente rilevanti integrandoli e razionalizzandoli con quei temi già identificati da parte delle funzioni competenti.

<p>Persone</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dialogo e feedback continuo con la Direzione Risorse Umane, Organizzazione & Servizi Corporate • Analisi generale dei fabbisogni formativi e delle risorse • Sviluppo di un sistema strutturato di formazione (nuovo progetto formativo «Geox Innovation Digital Academy» di upskilling e reskilling, piattaforma My Training Card per potenziare il know-how in modalità autoapprendimento, Retail Business Community StepX come strumento di informazione, formazione e connessione della rete mondiale Retail Geox) • Incontri periodici di Performance & Behaviour Evaluation per confrontarsi sul percorso di crescita professionale, stabilire obiettivi e valutare la performance personale • Iniziative di welfare aziendale • Intranet aziendale • Newsletter interna
<p>Organizzazioni sindacali, rappresentanti dei lavoratori</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incontri periodici di confronto con le rappresentanze sindacali
<p>Clienti finali e Wholesale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interazione con il personale di vendita nei negozi e negli store digitali • Nuova applicazione paperless, per una più efficiente gestione dei profili dei clienti Benefeet • Introduzione nei negozi del servizio di show-rooming, che consente al cliente di acquistare articoli non presenti fisicamente nel punto vendita • Implementazione del «profilo digitale unico del cliente», per una migliore Customer Experience online e offline • Ufficio Customer service • Sito web istituzionale, social media, e-mail, posta e numero verde dedicato • Newsletter informative
<p>Fornitori, laboratori e partner commerciali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dialogo continuo e trasferimento di buone prassi e competenze • Definizione e condivisione di standard • Piattaforma «The ID Factory» • Visite stagionali con condivisione degli esiti degli audit sociali (Programma di co-evoluzione) • Valutazione e ranking fornitori • Analisi di sostenibilità dei materiali e co-progettazione di laboratori d'innovazione multifunzionali per identificare le migliori soluzioni tecnologiche
<p>Investitori e analisti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assemblea degli Azionisti • Conference Call • Dialogo quotidiano • Sito web istituzionale • Seminari, incontri e conferenze di settore
<p>Media</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interviste con i vertici aziendali • Conferenze stampa • Eventi • Sito web istituzionale • Appuntamenti appositi
<p>Enti e Istituzioni (Enti locali, regolatori, pubblica amministrazione, associazioni di categoria)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incontri con rappresentanti delle istituzioni locali pubbliche e private
<p>Collettività e Generazioni Future (Comunità locali e ONG, Scuole e Università)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incontri con rappresentanti delle associazioni e degli enti no-profit della comunità locale • Sostegno o supporto di iniziative sociali (Live senza Barriere) • Rapporti con il mondo accademico e scolastico

Il Gruppo Geox aderisce e partecipa a molteplici **tavoli e organizzazioni a livello nazionale ed internazionale**. Di seguito si riportano gli enti/associazioni cui partecipa il Gruppo:

- *Confindustria*: principale associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia, la cui finalità è quella di rappresentare le imprese e i loro valori presso le istituzioni per contribuire al benessere e al progresso della società. All'interno di tale associazione, il Presidente di Geox è membro dell'*Advisory Board*.
- *Assocalzaturifici*: associazione che rappresenta a livello nazionale le imprese a carattere industriale che operano nel settore della produzione delle calzature, facendosi portavoce dell'eccellenza del settore calzaturiero italiano.
- *Assindustria Venetocentro*: associazione di rappresentanza delle imprese industriali nata dall'unione tra Confindustria Padova e Unindustria Treviso.
- *University Cardenal Herrera*: università privata di Valencia che fa parte della Fondazione CEU, nell'ambito della quale il Presidente ricopre il ruolo di membro del "*Global University of the Future Advisory Board*".
- *European Patent Office*: ufficio europeo dei brevetti, organo dell'Organizzazione europea dei brevetti, che ha il compito di concedere i brevetti europei.
- *World Economic Forum*: fondazione, senza fini di lucro, nata nel 1971 per iniziativa dell'economista ed accademico Klaus Schwab, che organizza periodicamente incontri tra esponenti di primo piano della politica e dell'economia internazionale con intellettuali e giornalisti selezionati, per discutere delle questioni più urgenti che il mondo si trova ad affrontare, anche in materia di sostenibilità.





Prodotto

AL 2021 DEPOSITATI 61 BREVETTI E 4 DOMANDE DI BREVETTO

- Per la collezione P/E 21, il 100% delle calzature ha superato i test di sicurezza chimica
- Sviluppo dell'innovazione tecnologica "+ Grip" per i prodotti AMPHIBIOX™
- Continua la partnership con Aquafil che ha consentito l'utilizzo del filato Econyl™ nella produzione di tomaie in nylon rigenerato per 150.000 paia di calzature
- In collaborazione con WWF, realizzate 51.000 paia di calzature della collezione kid caratterizzate dall'utilizzo di pelli con certificazione LWG gold
- A partire dalla stagione A/I 21/22, più dell'85% dei capi sono caratterizzati da un'imbottitura sostenibile grazie all'utilizzo della piuma rigenerata

Attenzione alla tecnologia ed innovazione del prodotto

La mission di Geox è sviluppare la **tecnologia che respira**, al fine di migliorare la vita quotidiana dei propri clienti attraverso prodotti innovativi che garantiscono la traspirazione e il comfort. L'azienda investe costantemente in innovazione, ricerca e sviluppo, allo scopo di apportare continui miglioramenti ai propri prodotti e conseguire elevati standard di qualità: scarpe e giacche innovative in grado di fornire il massimo livello di traspirazione, comfort e performance, caratterizzate da uno stile italiano contemporaneo. Per Geox l'innovazione è un aspetto fondamentale della strategia di *business*, ma anche fondamento del Codice Etico di Gruppo, laddove viene promosso l'approccio di sviluppare costantemente idee innovative mediante lo studio e la sperimentazione che devono essere indirizzati verso una sempre maggiore sostenibilità ed eccellenza dei prodotti.

Geox mira, infatti, ad un'innovazione di tipo responsabile, affinché le soluzioni innovative adottate nel presente non generino problematiche in futuro. In particolare, nella progettazione di nuove soluzioni rispondenti a benefit richiesti dal consumatore, l'attività di ricerca e innovazione è diretta a realizzare prodotti non solo conformi agli standard qualitativi richiesti, ma anche a nuovi percorsi di sviluppo di prodotto e di processo, che spesso si fondono insieme, arrivando a garantire un miglioramento e quindi un progresso tecnologico e l'eccellenza del servizio con riflessi non solo economici, ma anche ambientali (ad esempio una maggiore sostenibilità dei progetti in relazione a carbon footprint⁸ e water footprint⁹) e sociali.

La ricerca e la continua ideazione ed attuazione di soluzioni innovative è un fattore significativo delle strategie del Gruppo in quanto l'innovazione di prodotto è fondamentale per il consolidamento del vantaggio competitivo dello stesso. A testimonianza di ciò, le innovazioni tecnologiche Geox sono protette da 61 brevetti e da 4 domande di brevetto. In particolare, nel corso del 2021, è stata depositata una nuova domanda di brevetto per invenzione.

Negli ultimi anni sono state sviluppate nuove soluzioni applicative di calzature caratterizzate da elevati comfort, flessibilità, traspirabilità, leggerezza e ammortizzazione. La strategia dei progetti innovativi è a supporto delle divisioni prodotto, per introdurre aggiornamenti di materiali e processi sulle vecchie e nuove tecnologie di proprietà di Geox.

Nel corso degli incontri periodici tra gli attori coinvolti nelle attività di innovazione avviene un confronto sulle necessità riscontrate presso il mercato, sui tempi necessari per soddisfare tali esigenze e sulla definizione del livello dei prezzi. A seguito degli incontri di coordinamento tra tali funzioni, è organizzata una riunione di presentazione con il Presidente e/o il CEO, e successivamente, prima dell'inizio di ciascuna stagione, con la funzione Marketing e la funzione Retail e Wholesale al fine di definire il piano di implementazione. La funzione Merchandising, per ciascuna stagione, predispone inoltre un *merchandising plan* in cui vengono elencate le nuove linee e le linee continuative, nonché i principali focus di sviluppo.

La funzione Ricerca & Sviluppo supporta la funzione Innovazione Calzature e la funzione Innovazione Abbigliamento nella definizione delle linee guida di innovazione definite nel Piano Industriale, attraverso la ricerca di soluzioni tecnologiche avanzate, applicabili ai prodotti calzatura, abbigliamento e accessori e ha l'obiettivo di assicurare:

- il continuo sviluppo e l'implementazione dei sistemi di traspirazione (Respira™) in tutte le loro applicazioni sul prodotto. In particolare, ricercare, selezionare e caratterizzare le membrane impermeabili e traspiranti per le possibili applicazioni (e.g. suola, tomaia, capospalla) e definire i protocolli di verifica della loro conformità, eseguendo i controlli in accettazione;
- la ricerca e la validazione di nuove tecnologie e nuovi materiali applicabili sia al prodotto calzatura, sia al prodotto abbigliamento, individuandone in maniera oggettiva le prestazioni di traspirazione, benessere e comfort, termoregolazione, ergonomia e sostenibilità, verificandone la compatibilità tecnica con il sistema Geox suola e capospalla;
- il mantenimento delle competenze tecniche Geox, attraverso la collaborazione con le funzioni Prodotto, Ufficio Tecnico e Produzione/Sourcing nella definizione di standard, capitolati e procedure di sviluppo e di controllo prodotto e processo;
- il supporto nelle attività delle funzioni Innovazione Calzature, Innovazione Abbigliamento, Prodotto, Ufficio Tecnico, Produzione/Sourcing e Marketing, attraverso le conoscenze e competenze del laboratorio aziendale, per i test fisici riguardanti la ricerca dei materiali delle calzature, dell'abbigliamento e degli accessori, per i test di

⁸ Carbon footprint: indicatore delle emissioni di gas ad effetto serra associate direttamente o indirettamente all'organizzazione, espresso in CO2 equivalente.

⁹ Water footprint: indicatore del consumo di acqua dolce da parte dell'organizzazione, espresso in termini di volumi d'acqua consumati e inquinati per unità di tempo.

omologazione dei progetti più innovativi e per i test di traspirazione delle calzature (ad esempio Amphibiox™, WaterFriendly, Lights, Nebula™, Aerantis™, Spherica™ e + Grip);

- il supporto nella definizione delle costruzioni e delle procedure di assemblaggio e sigillatura del sistema suola-membrana per le calzature, interfacciandosi con le funzioni Suole e Stampi, Ufficio Tecnico e Produzione, e verificandone l'applicazione in produzione mediante valutazione in laboratorio. La situazione pandemica, creatasi a livello mondiale a causa del Covid-19, ha impedito nel 2021 la programmazione dei consueti viaggi svolti presso i fornitori e le sedi produttive del Gruppo;

- il supporto per le funzioni Prodotto, Innovazione Calzature e Innovazione Abbigliamento nell'individuazione dello stato della tecnica relativo a nuovi prodotti per la loro brevettabilità o libertà di esecuzione;

- la collaborazione con la funzione Affari Legali e Societari, ed in particolare con la funzione Proprietà Intellettuale, nelle attività di stesura, revisione e ottenimento dei brevetti e nella difesa della proprietà industriale e intellettuale di Geox.



SVILUPPO DELLA NUOVA
TECNOLOGIA DI STAMPAGGIO BI-
MATERIALE TPU/PU, CHE
AMPLIFICA LA SENSAZIONE DI
COMFORT E AMMORTIZZAZIONE
GEOX HA RINNOVATO IL PROPRIO
IMPEGNO NEL RISPETTO DELLO
STANDARD INTERNAZIONALE FUR
FREE ALLIANCE, CHE IMPONE DI
ESCLUDERE DAI PRODOTTI
L'IMPIEGO DI QUALSIASI TIPO DI
PELLICCIA ANIMALE

Le funzioni **Innovazione Calzature e Innovazione Abbigliamento** lavorano su progetti concreti ad alto contenuto innovativo (*Engineering and Industrial manufacturing*) nel rispetto degli obiettivi del Piano Industriale e in una logica di *consumer centric design*. Attraverso la ricerca di soluzioni tecnologiche avanzate, applicabili ai prodotti calzatura, abbigliamento e accessori, tali funzioni hanno lo scopo di rispondere ai criteri del miglioramento continuo di prodotto e di processo con il fine di soddisfare *explicit needs* provenienti dalle Business Unit (calzature uomo, donna, bambino e abbigliamento) e anticipare *latent needs* aziendali o di mercato, per mezzo di nuove soluzioni e tecnologie potenzialmente brevettabili.

Uno dei risultati dell'alto tasso di innovazione tecnologica applicata è stato nuovamente confermato dal progetto **NEBULA™**, la scarpa che respira in tre dimensioni grazie all'effetto combinato di *Net Breathing System* e *Inner Breathing System*, oltre che del sistema 3D Performance Unit utilizzato per la suola. La scarpa **NEBULA™** costituisce ad oggi una piattaforma di prodotti sotto lo stesso ombrello che continua il suo percorso di crescita e amplifica il concetto di comfort, leggerezza, stabilità e grip, caratteristiche che vanno a conferire al prodotto comfort e facilità d'uso mai raggiunti prima in una calzatura.

Analogamente a quanto svolto con **NEBULA™**, visti gli straordinari risultati commerciali ottenuti dal progetto **SPHERICA™** nella versione originale prodotta nel 2020 per la stagione P/E21, anche durante il 2021 è proseguito lo sviluppo di nuovi prodotti con la medesima tecnologia, che è stata applicata su categorie di prodotti differenti al fine di creare un'ulteriore piattaforma di prodotti, anch'essi contraddistinti dalle caratteristiche di comfort e leggerezza.

Inoltre, nella versione **AMPHIBIOX®** di **SPHERICA™** è stata inserita una membrana impermeabile e traspirante che permette di rendere resistente all'acqua anche la parte superiore della calzatura, garantendo impermeabilità e traspirazione in tutta la scarpa.

Ulteriore innovazione tecnologica ideata nel 2021 per i prodotti **AMPHIBIOX®** è costituita da **+ Grip**, tecnologia che prevede la realizzazione di speciali soles, realizzate per calzature Uomo, Donna e Bambino, nelle quali il materiale in gomma e il design del battistrada garantiscono un grip ottimale su diverse tipologie di superfici, anche bagnate.

Il processo di ricerca continuo ha consentito lo studio, lo sviluppo e il lancio di nuovi progetti basati sull'amplificazione dei concetti di comfort e *well-being*.

Nello specifico, nel 2021 è iniziato lo studio di una calzatura *"Upper Casual"* per Uomo e Donna con tecnologia costruttiva della suola che consente l'amplificazione del *cushioning*, abbinato a un'elevata traspirazione. La suola è composta da una scocca esterna in EVA (etil vinil acetato) iniettata e da un inserto centrale forato, realizzato con una miscela di EVA ad alto contenuto di gomma, stampata per compressione. La tecnologia utilizzata per la realizzazione dell'inserto consente di ottenere una maggior densità di pori per cm² mentre la membrana *full-size* aumenta la traspirazione della calzatura.

È stata inoltre sviluppata un'innovativa calzatura formale per Uomo e Donna, caratterizzata da una **suola "ultra comfort"** e dalla **tecnologia di stampaggio bi-materiale TPU/PU** (poliuretano termoplastico/poliuretano). La calzatura presenta, sul tacco e sulla parte laterale del battistrada, una scocca più rigida realizzata in TPU, abbinata ad un inserto morbido in PU che si estende su tutta la larghezza e la lunghezza della pianta, nonché sulla parte di battistrada dell'avampiede, fino ad affacciarsi ai bordi laterali della suola. Tale tecnologia costruttiva è stata realizzata al fine di sfruttare al massimo la capacità ammortizzante dell'inserto morbido che, potendosi liberamente comprimere anche sul bordo laterale della suola, amplifica la sensazione di comfort e ammortizzazione anche in una calzatura dalla forma e dallo stile eleganti.

Infine, è proseguito l'utilizzo di un **nuovo sistema di chiusura della scarpa**, che è oggetto di domanda di brevetto. Tale sistema consente di regolare la tensione del laccio di una calzatura tramite un cursore e di bloccare, in posizione aderente al collo del piede, la porzione di laccio eccedente tale cursore, che generalmente si trova libera e fluttuante. Il sistema permette quindi di evitare potenziali pericoli di impigliarsi in oggetti esterni o di inciampo da parte dell'utilizzatore, migliorando al contempo l'estetica della scarpa. Nella collezione della stagione FW22 questo sistema di chiusura è stato utilizzato anche sulla versione **AMPHIBIOX®** di **NEBULA™** al fine di massimizzarne il comfort.

Per quanto riguarda l'abbigliamento, nel corso del 2021 sono stati consolidati i numerosi progetti di innovazione nonché avviati dei nuovi in chiave di minor impatto ambientale. Di seguito si riportano i principali.

Geox, per incoraggiare uno stile di vita sostenibile ha sviluppato e presentato **XLED™ JACKET**, che rappresenta la prima soluzione **WEARABLE TECHNOLOGY by GEOX** applicata nei capispalla per affrontare la mobilità urbana in bici, monopattino o a piedi in tutta sicurezza. **XLED™ JACKET** integra in maniera innovativa un sistema di illuminazione a luci LED e fibre ottiche con una speciale membrana traslucida, impermeabile e traspirante, per proteggere dall'azione di agenti esterni. Nella versione A/I 21/22 sono inserite speciali luci LED a livello del petto nella parte frontale e al fondo del capo nella parte posteriore, illuminandosi, a discrezione dell'utente, in modalità fissa o intermittente; una presa USB all'interno del capo ne permette l'alimentazione tramite un innovativo dispositivo di alimentazione GEOX **"CONNECT"**. Tale capo rappresenta una soluzione versatile per affrontare la mobilità urbana e, contemporaneamente, un'innovativa proposta di design per il pendolare contemporaneo.

Nella stagione A/I 21/22 in abbinamento con il modello **XLED™JACKET**, è stato introdotto sul mercato anche Geox “Connect”, il nuovo dispositivo di comunicazione *wireless* sviluppato da GEOX che permette di interagire tramite l'applicazione GEOX “CONNNECT”, installata su *smartphone* o *smartwatch* compatibili, con le giacche GEOX.



Questa applicazione rappresenta un passo avanti nella direzione della digitalizzazione, per vivere al meglio le tecnologie GEOX, offrendo ai clienti nuove modalità di interazione.

In particolare, l'applicazione GEOX “CONNNECT” mette a disposizione le seguenti funzionalità:

- Lettore QR code, che permette di scansionare e leggere le etichette intelligenti già presenti, ad esempio sul progetto KID “PAPERLESS”, più avanti descritto, integrando in modo digitale e sostenibile le informazioni dei benefit delle nostre attuali e future tecnologie;
- Interazione con DISPOSITIVI INTELLIGENTI incorporati nelle giacche predisposte, come ad esempio XLED, attivabili in modalità Smart tramite comando vocale o con un tocco sul display dello smartwatch compatibile.

Sulla scia del percorso intrapreso gli anni scorsi, il Gruppo ha portato avanti anche diverse attività di innovazione di processo, con la finalità di accrescere la sensibilità di recepimento delle esigenze di mercato mediante soluzioni innovative che impiegano materiali e tecnologie virtuose. La tecnologia propria dei prodotti Geox è continuamente ripensata in un’ottica di miglioramento, ai fini di rispondere alle sempre nuove richieste del mercato, quali leggerezza, vestibilità e comfort.

In particolare, la nuova linea sarà contraddistinta dall'innovativo design del sistema di aerazione posto sulla sommità del capo provvista di membrana, con la stessa superficie della versione precedente, che combinata ad una nuova fascia di aerazione brevettata posta all'interno del collo, consente un'efficace traspirazione in tutte le occasioni d'uso.

Inoltre, l'adozione del nuovo design a "lunetta" ha consentito di ottimizzare il piazzamento durante il taglio riducendo lo scarto tessile e mantenendo inalterate le *performance* uniche di questa tipologia di capo. Il nuovo AMPHIBIOX® è dotato di speciali tessuti *waterproof* e *windproof*, con un design funzionale e cuciture termonastrate, a garanzia del comfort e di eccellenti performance in termini d'impermeabilità testate ora anche con metodo di prova *Rain Tower* EN 14360 (450 litri in 1 ora).

Inoltre, la sensibilità aziendale verso i temi di sostenibilità ha portato Geox a porre sempre più attenzione sul minor impatto ambientale dei propri prodotti e sulla progettazione di processi più snelli, quindi a minor dispendio energetico. In tale contesto, l'ottimizzazione del processo di costruzione delle collezioni e una migliore consapevolezza delle esigenze espresse dal mercato, stanno portando ad una maggiore attenzione sullo sviluppo della prototipia e dei campionari grazie anche ai primi test di digitalizzazione in 3D, che si tradurranno a tendere in una maggiore velocità di esecuzione, riduzione dei costi e dei tempi di sviluppo del campionario a beneficio della riduzione della carbon footprint di queste attività.

Sempre in tema di maggiore sensibilità alla riduzione di impatto ambientale, evidenziamo due progetti che riteniamo diventeranno rilevanti negli anni a seguire, che vedono il nostro impegno sulla strategia "TWIN TRANSFORMATION" Sostenibilità & Digitalizzazione.

Il progetto "Paperless", inizialmente nato e pensato per la linea KID F/W20, sarà esteso gradualmente a tutte le collezioni Uomo e Donna nelle prossime stagioni. Il progetto "Paperless" consiste in una ottimizzazione del packaging dei capi riducendo il numero dei cartellini facenti parte ciascun pendaglio a favore di una diminuzione del 70% del peso della carta riciclata impiegata. Inoltre, per il mezzo di un QR code, si potrà rimandare a contenuti online, anche multimediali, che potranno essere aggiornati in real time nelle diverse lingue dei paesi di vendita.

Il progetto Urban Rainwear, "Any Weather Condition" ideato e certificato nel 2021 ed in vendita nella collezione P/E22, che oltre all'idea originale di Geox della fascia traspirante posta sulla sommità del capo, reinterpreta il concetto della "fodera" conferendo funzionalità di impermeabilità e traspirabilità a capi tradizionalmente non pensati per esserlo, per design o per tessuto esterno, un protagonista esemplare dell'economia circolare: ogni materiale di cui è composto potrà infatti proseguire separatamente nel suo percorso di riciclo a basso impatto, pronto per rinascere in nuova forma.

Una edizione limitata di "Any Weather Condition" in lana incorporerà anche delle etichette che consentiranno di "tokenizzare" ogni capo con NFT (Non Fungible Token) e certificarli tramite Blockchain per un primo test di piena aderenza ai principi dell'economia circolare.

È stato rilevato che, da un punto di vista di processo, il consolidamento dell'utilizzo del *Virtual Showroom* ha contribuito ad una riduzione dei volumi di produzione del campionario.

In linea con l'impegno assunto anche attraverso la sottoscrizione del Fashion Pact, nel corso del 2021 il Gruppo ha consolidato l'utilizzo di componenti con caratteristiche di sostenibilità nella costruzione delle calzature (3D mesh per sottopiedi di montaggio, pellami da concerie certificate LWG, sottopiedi estraibili realizzati in OrthoLite® Hybrid™ composto per il 20% da materiali riciclati e materiali *bio-based* nello sviluppo di alcune linee introdotte nella collezione A/I 21/22) e di materiali con componenti riciclate (fodere in poliestere riciclato e tomaie realizzate in Econyl™, un filo di nylon creato recuperando rifiuti di nylon e reti da pesca) in sostituzione degli attuali.

In particolare, grazie alla conferma della partnership con Aquafil, mediante l'impiego del filato Econyl™ è stata sviluppata la produzione di alcuni modelli delle collezioni SS21 e FW21/22 delle linee Aerantis™, Nebula™, Spherica™, Flexyper e Alben, per un totale di circa 150.000 paia di calzature.

Inoltre, per alcuni articoli della collezione, nel 2021 è stato utilizzato il filo di cucitura delle tomaie in poliestere riciclato, in sostituzione del poliestere normale.

In risposta alle nuove esigenze del mercato, il Gruppo aderisce inoltre al Leather Working Group ("LWG"), un'associazione di produttori e distributori dell'industria della pelle che promuove l'adozione di pratiche sostenibili e responsabili.

Proprio in tale contesto, nella collezione kid, grazie alla collaborazione con **WWF**, è stata creata una *capsule* di prodotti caratterizzati dall'utilizzo di pelli con certificazione LWG *gold* e soles con un maggior contenuto di gomma riciclata, che ha portato allo sviluppo di circa 51.000 paia di scarpe.

Inoltre, sono stati sviluppati dei progetti *Made in Italy* con l'utilizzo di pellami Metal Free.

Per le prossime collezioni, nel campo dei materiali, l'attività di R&D prosegue con la ricerca di nuovi materiali più sostenibili per la creazione di membrane in PU impermeabili e traspiranti al fine di ridurre l'uso di PTFE. Le attività di innovazione saranno inoltre dirette a ricercare delle soluzioni per la realizzazione di tomaie e soles realizzate con materiali riciclati.

Per il 2022 sono in programma due importanti progetti volti allo sviluppo di prodotti sostenibili. In particolare, è stata attivata una collaborazione con l'azienda milanese ACBC – “Anything Can Be Changed” con la quale si prevede di sviluppare una calzatura con caratteristiche di sostenibilità da presentare nelle collezioni uomo e donna A/I 22/23. Il secondo progetto prevede invece la creazione di calzature con l'impiego del materiale Vegea, un tessuto tecnico a base vegetale prodotto tramite uno speciale trattamento delle fibre ed oli contenuti nella vinaccia.

Per quanto riguarda l'abbigliamento, nel 2021, sulla scia del percorso intrapreso, è stato consolidato l'utilizzo di materiali riciclati a basso impatto ambientale, sia attraverso le imbottiture E-warm 100% riciclate derivanti dalle bottiglie di plastica, e il potenziamento dell'inclusione della piuma riciclata X-Down. Dalla stagione A/I 21/22, grazie all'utilizzo della piuma rigenerata, Geox ha più dell'85% dei capi in collezione caratterizzati da un'imbottitura sostenibile.

Inoltre, dal 2021 tutte le etichette dei capi saranno prodotte in poliestere riciclato.

Dal 2021 è stata anche sviluppata una nuova polo in cotone organico a basso impatto ambientale. Il prodotto è realizzato facendo esclusivo ricorso a cotone certificato **GOTS** (“Global Organic Textile Standard”). Tale Standard prevede che le fibre provengano da agricoltura organica certificata comportando un notevole aumento del risparmio d'acqua: si stima infatti che per ogni tonnellata di cotone organico prodotto siano impiegati circa 200 litri d'acqua, contro 2.000 litri del cotone tradizionale.

Prosegue inoltre la ricerca di fodere e materiali esterni riciclati per raggiungere la creazione di capi quasi completamente sostenibili.

Geox rispetta altresì lo standard internazionale *Fur Free Alliance*, che impone di escludere dai prodotti l'impiego di qualsiasi tipo di pelliccia animale.

Nel caso della piuma vergine, Geox condanna qualsiasi pratica di prelievo di piumaggio da animali vivi (*no live plucking*) e richiede a ciascun fornitore la certificazione che la piuma acquistata provenga da “*food industry*”. A partire dal 2020 Geox ha inoltre introdotto all'interno della propria collezione l'utilizzo di piuma riciclata denominata “X-Down”.

È proseguito anche nel 2021 il filone di ricerca su materiali alternativi alla pelle animale, che ha portato all'ideazione di una *capsule collection*, che verrà commercializzata nella stagione A/I 21/22, realizzata con materiali *bio-based* derivanti dagli scarti del processo di vinificazione, da oli vegetali e da fibre naturali provenienti dall'agricoltura.

PARTNERSHIP CON AQUAFIL PER
L'UTILIZZO DEL FILATO ECONYL™
NELLA PRODUZIONE DI TOMAIE IN
NYLON RIGENERATO

Qualità e sicurezza del prodotto

Un elemento essenziale della strategia di Geox è il rigoroso impegno per la qualità e la sicurezza dei suoi prodotti. La qualità è un elemento fondamentale per offrire al consumatore finale un prodotto che dia garanzia in termini di estetica, funzionalità e sicurezza.

Geox mira ad offrire ai propri clienti prodotti che forniscano agli stessi una qualità responsabile. Infatti, in linea con le tendenze del settore, si mira sempre più ad instaurare un rapporto armonico sia con l'ambiente sia con le persone, puntando ad eliminare sostanze tossiche dal prodotto e dalla filiera produttiva, cercando di inserire prodotti sostenibili e/o riciclabili e migliorando altresì la sicurezza del lavoratore e quella del consumatore.

L'adempimento dei suddetti principi influenza la soddisfazione del cliente e tutela la reputazione del brand. Per mitigare i potenziali impatti sociali e ambientali negativi, Geox si è orientata sulla ricerca di nuovi materiali dalle alte prestazioni tecnologiche, prodotti con ridotte emissioni di CO2 e un minore impiego di risorse naturali.



La scelta del materiale è quella che influenza maggiormente l'impatto complessivo del prodotto. Per questo, Geox coinvolge direttamente i propri fornitori nelle analisi di sostenibilità dei diversi materiali e progetta assieme a loro laboratori d'innovazione multifunzionali per identificare le migliori soluzioni sin dalla prima scelta che viene effettuata dalle funzioni Prodotto e Ricerca Materiali nella fase di campionario, nella quale tali materiali vengono anche preventivamente testati. In genere, tali funzioni verificano, prima del loro utilizzo, la conformità chimica e la qualità delle materie prime, dal punto di vista sia fisico-meccanico che chimico, sulla base dei requisiti Geox contenuti nel Manufacturing Agreement; poi la funzione Produzione continua tale controllo nel processo produttivo per garantire che sia mantenuto lo standard richiesto e fissato.

Geox, per garantire che i propri prodotti – e le specifiche tecniche – soddisfino i requisiti di sicurezza applicabili indipendentemente da dove essi vengano realizzati, seleziona attentamente i propri fornitori. La responsabilità della qualità e della compliance dei materiali è demandata infatti in primo luogo ai fornitori a cui viene richiesto che i prodotti siano fabbricati in conformità alle leggi e ai regolamenti dei Paesi di destinazione, chiedendo certificazioni a conferma. Tuttavia, la filosofia produttiva di Geox si può definire di “commercializzato controllato”, in quanto la maggior parte dell'attività produttiva, pur non venendo eseguita direttamente da parte di Geox, è presidiata costantemente dal Gruppo con un team di tecnici e dalla funzione Qualità. In tale contesto, la funzione Qualità supporta e collabora con varie funzioni aziendali ed interagisce e dialoga anche con diverse strutture a monte (Prodotto Geox, Ricerca Materiali Geox, fornitori) ed a valle (clienti).

La funzione Qualità di Geox svolge le seguenti attività come procedura standard per le collezioni P/E e A/I:

- raccolta dei *Confirmation sample* per i tessuti di produzione (CFST)¹⁰: un campione di tessuto di riferimento qualitativo valido per tutta la produzione viene inviato dai fornitori alla sede Geox e, una volta controllato, viene approvato

¹⁰Tale fase della procedura di controllo qualità è svolta con esclusivo riferimento al processo di test dei capi d'abbigliamento.

e archiviato in Italia dall'ufficio certificazione all'interno della funzione Qualità. A partire dal 2021, ad ulteriore garanzia della qualità assicurata da Geox, parte di questo campione viene inviato anche ai fornitori di prodotto finito, i quali eseguono un ulteriore controllo sui materiali di produzione che ricevono e utilizzano. L'attività di ricezione e controllo CFST viene monitorata e notificata per possibili verifiche che potrebbero essere necessarie durante tutta la stagione di produzione;

- raccolta dei *Confirmation* sample per i capi finiti (CFS): un campione di riferimento qualitativo per tutta la produzione è approvato dai tecnici Geox e, una volta ricontrollato, viene archiviato in Italia dalla funzione Qualità. L'attività di ricezione e controllo CFS è monitorata durante tutta la stagione di produzione;
- gestione dei controlli sul prodotto finito *Pre-Delivery e Inbound*: le attività di controllo ispettivo del prodotto sono svolte in linea ed a fine linea dal personale Geox, secondo il Manuale Controllo Qualità sia in Italia sia presso i fornitori di prodotto finito. Inoltre, i capi d'abbigliamento vengono controllati statisticamente al loro arrivo presso il centro di controllo per essere poi, a controllo ultimato comprensivo di stiro, imballo e immagazzinaggio, spostati al magazzino centrale Geox sito a Signoressa (TV). I capi d'abbigliamento finiti vengono controllati statisticamente direttamente, rispettivamente, all'interno del magazzino centrale di Geox, in un'area interamente dedicata al controllo qualità delle stesse, e presso il centro di controllo nominato. Gli esiti di tale controllo possono comportare, in caso di non conformità, il blocco del lotto e quindi l'avvio di opportune azioni di ripristino; se conformi diventano invece disponibili per le spedizioni ai clienti. La funzione Qualità è altresì costantemente chiamata a definire gli standard di accettabilità e tolleranza sul prodotto e a fornire supporto tecnico per la risoluzione dei problemi di processo;
- controllo diretto dei *fitting* di produzione: tutti i nuovi modelli di collezione vengono controllati direttamente prima dell'avvio della produzione attraverso delle prove di indosso e successivamente con dei commenti di confezione che vengono svolti, monitorati e confermati totalmente in Italia. Eventuali rilievi di problematiche qualitative e/o di vestibilità vengono comunicate alla fabbrica e alle altre funzioni aziendali preposte al fine di perseguire un miglioramento prima dell'avvio della produzione stessa;
- analisi dei resi e supporto tecnico diretto al Customer Service e ai Negozi: l'attività di analisi svolta sui resi consente al personale del Controllo Qualità, in collaborazione con il Customer Service, di acquisire una maggiore consapevolezza della risposta del mercato, verificare i risultati per attuare delle azioni di miglioramento, e focalizzare le future azioni correttive ai fini di migliorare sia la qualità del prodotto finito sia il servizio al consumatore. Per questo, fin dal 2016, è iniziata la raccolta dei resi per difettosità presso la sede centrale, per consentire un'analisi diretta da parte dei tecnici del Controllo Qualità che, nel caso di problematiche qualitative legate ai tessuti e/o materiali o di stile e/o vestibilità, provvede ad informare la Ricerca Materiali e/o il Prodotto e/o l'ufficio Tecnico al fine che gli stessi intraprendano le opportune azioni correttive, con lo scopo di cercare di evitare che il problema si ripeta e che il miglioramento qualitativo sia sempre più evidente. Per ottenere un livello ancora più alto di assistenza al cliente, nel caso del canale *e-commerce*, la funzione Controllo Qualità svolge l'attività di supporto tecnico ai resi per difetto, interfacciandosi direttamente con il Customer Service di primo livello;
- conformità prodotto Calzature: tale funzione verifica la conformità chimica e la qualità delle materie prime e del prodotto finito, sia dal punto di vista fisico-meccanico che dal punto di vista chimico, sulla base dei requisiti Geox contenuti nel *Manufacturing Agreement*.

La sfida di Geox per il costante rispetto dell'impegno per la qualità e la sicurezza dei suoi prodotti è aumentata nel tempo, in quanto, per soddisfare le richieste dei consumatori, il Gruppo ha dovuto espandere la propria catena di approvvigionamento e il numero di fornitori di materiali e di prodotto finito coinvolti nella produzione. In tale contesto, sono stati selezionati soltanto i fornitori che forniscono le necessarie garanzie al fine di permettere a Geox di immettere nel mercato prodotti che rispettino le normative.

Questa dinamica ha richiesto a Geox di implementare sempre più rigorosi sistemi di controllo qualità e di vigilanza per garantire che i propri prodotti soddisfino i requisiti di sicurezza applicabili a tutti i prodotti Geox, consentendo così di evitare i principali rischi verso il consumatore che sono da individuarsi in aspetti di sicurezza, consistenti nel non riuscire a garantire la sicurezza del consumatore tramite l'utilizzo del prodotto, anche per i più piccoli, ma anche per accrescere la fiducia dei clienti nella sicurezza dei prodotti Geox, e quindi rafforzare la posizione competitiva dell'azienda stessa.

Altri impatti che possono influire sulla salute con effetti nel breve o lungo termine sono quelli dovuti all'esposizione prolungata a sostanze tossico nocive. Quest'ultima può rappresentare un potenziale fattore di rischio sia per il consumatore sia per il lavoratore, e da ultimo, ma non per importanza, per l'ambiente, con effetti diretti e indiretti.

Come conseguenze dei suddetti impatti, potrebbero verificarsi danni reputazionali e d'immagine del Gruppo con conseguente riduzione o blocco delle vendite, dovuti a esposizione mediatica, conseguenze legali, segnalazioni sui siti ufficiali (e.g. RAPEX, CPSIA) delle autorità competenti in materia di salute e sicurezza.

Per tale ragione, Geox provvede a testare i tessuti/materiali utilizzati con lo scopo di monitorarne il livello di qualità nonché prevenire ogni possibile rischio. Infatti, per evitare tali impatti negativi, gli aspetti di salute e sicurezza del consumatore sono monitorati e garantiti attraverso la filiera dei controlli di Qualità. L'interesse di Geox al mantenimento degli standard di qualità,

volti alla salvaguardia del comfort e della performance della calzatura e dell'abbigliamento, è tale da includere nel *Manufacturing Agreement* sia l'Allegato L (nel 2020 è stata predisposta per l'abbigliamento la versione 6.0, aggiornata sui requisiti chimico-fisici e valida a partire dalla stagione A/I 21/22 e nel 2021 per le calzature è stata predisposta la versione 8.1, valida a partire dalla stagione A/I 22/23), sia il Manuale di Controllo Qualità. Sono ad esempio inclusi nei requisiti del *Manufacturing Agreement* la tenuta allo scivolamento e la resistenza delle piccole parti per le calzature destinate ai bambini fino ai 36 mesi. Con riferimento a quest'ultimo aspetto, anche per le stagioni P/E 21 e A/I 21/22, è stata intensificata l'attività di test sul distacco di piccole parti e la verifica della presenza di bordi taglienti o punte pungenti su tutte le calzature delle collezioni Baby e Junior. Inoltre, è stata prevista l'attività di test/verifica specifica per tutti i nuovi articoli di abbigliamento della collezione Junior inseriti nella collezione A/I 21/22. Lo scopo di tali attività risiede nell'acquisire le competenze necessarie per supportare le funzioni preposte nella progettazione di prodotti sicuri per il consumatore e di verificare il mantenimento di questo standard durante la produzione in modo da ridurre il più possibile il rischio per il consumatore. Sempre con riferimento ai prodotti delle collezioni Baby e Junior, al fine di migliorare la gestione del rischio che si verifichino criticità nella fase di produzione delle calzature, verrà definito nel corso del 2022 un processo di approvazione dei modelli.

Attraverso i *Manufacturing Agreement* e relativi allegati, Geox richiede ai propri partner produttivi di operare nel rispetto delle legislazioni internazionali applicabili in materia di sostanze chimiche pericolose o potenzialmente pericolose, tra cui il regolamento europeo REACH (regolamento (CE) n. 1907/2006). Sono stati redatti documenti di RSL (*Restricted Substances List*) e requisiti fisico-meccanici per materie prime e prodotto finito di calzature e abbigliamento, in quanto impattanti nelle fasi di ricerca materiali e produzione. In particolare, per tutte le referenze sono effettuati test chimici, secondo l'RSL di Geox; il test chimico conforme è vincolante per poter far uscire la merce dagli stabilimenti. Con specifico riferimento alla linea calzature, a partire dalla stagione SS21, sono stati rivisti i pacchetti di test, aumentando da 5 a 10 i gruppi di sostanze testate sugli articoli per adulto, mentre per il bambino i gruppi di sostanze testate sono aumentate a 17. Inoltre, sempre per la linea calzature, a partire dalla collezione A/I 21/22 è stato inserito anche un test di conformità fisico-meccanica per i modelli da bambino tra i test vincolanti per la spedizione.

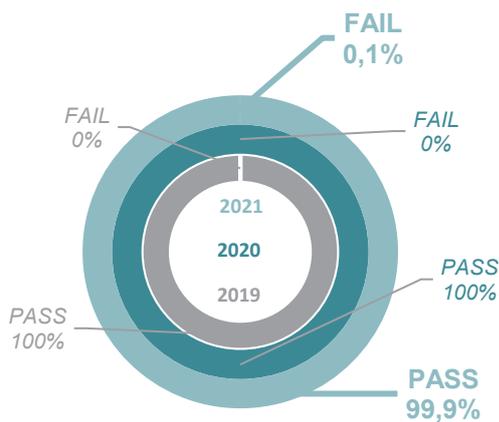
La gestione dei test chimico-fisici sulle materie prime di produzione e – in rari casi specifici – la gestione dei test chimici sul prodotto finito sono in carico alla funzione Produzione & Controllo qualità, che ha l'obiettivo di:

- interfacciarsi con i fornitori di materie prime – per le calzature - e di prodotto finito – sia per le calzature che per l'abbigliamento -, in base alle esigenze delle diverse linee di prodotto, e con i laboratori esterni di testing e certificazione;
- raccogliere e valutare i test chimico-fisici a carico di Geox;
- gestire i test di verifica e controllo chimico-fisici sulle materie prime (i.e. protocollo RPU, Random Pick – Up), a carico di Geox per tutte le linee di prodotto, e chimici sul prodotto finito per la divisione calzature;
- gestire le possibili non conformità legate alle verifiche descritte precedentemente, al fine di ridurre al minimo il rischio per l'azienda e il consumatore.

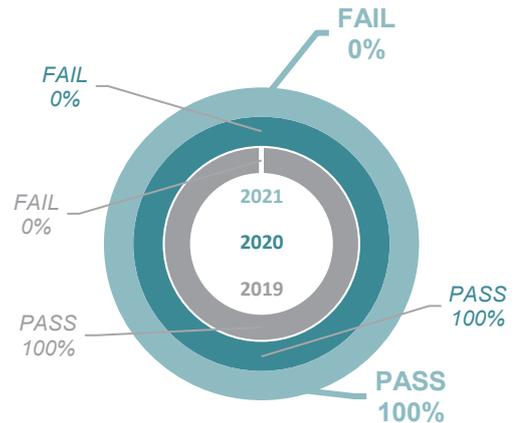
Con l'obiettivo di migliorare il software per il controllo qualità, nel 2020 è stato avviato un progetto con una società esterna per la realizzazione, avvenuta parzialmente nel corso del 2021, di un nuovo portale avanzato per la gestione dei controlli sia *Pre-Delivery* sia Inbound consentendo di monitorare in tempo reale le attività di ispezione della qualità in tutte le fasi del processo e di elaborare statistiche avanzate. Durante il 2021 è stato inoltre deciso di ampliare il progetto al fine di includere tutti i processi del controllo qualità all'interno del portale, inserendo anche la gestione dei test sul prodotto finito, la cui implementazione è prevista per il 2022.

I test per la sicurezza chimica accrescono la fiducia dei clienti nella sicurezza dei prodotti Geox, rafforzando la posizione competitiva dell'azienda. Nel caso in cui venga riscontrata una non conformità (FAIL) vengono apportate le opportune azioni correttive in base allo stato di avanzamento della produzione, procedendo alla sostituzione del materiale che ha manifestato criticità e testando nuovamente il prodotto per validarne la conformità, oppure spendendo al macero il prodotto finito.

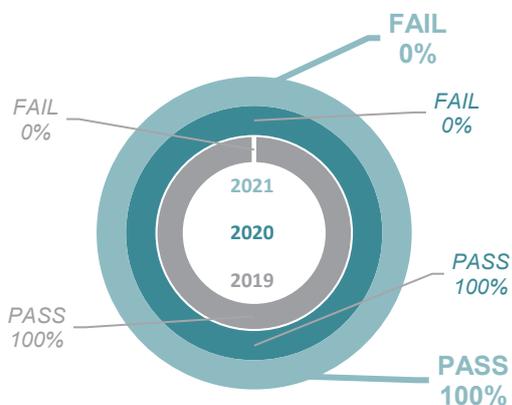
Test Calzature Bambino A/I '19-'20-'21



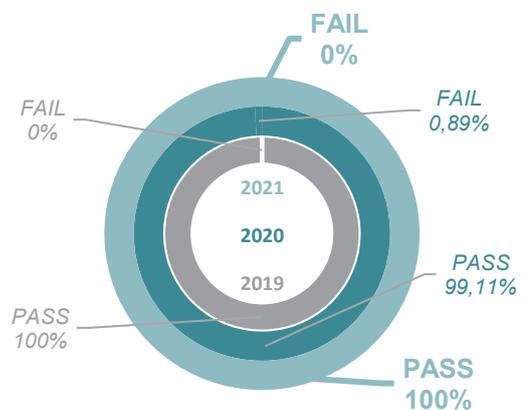
Test Calzature Adulto A/I '19-'20-'21



Test Calzature Bambino P/E '19-'20-'21



Test Calzature Adulto P/E '19-'20-'21



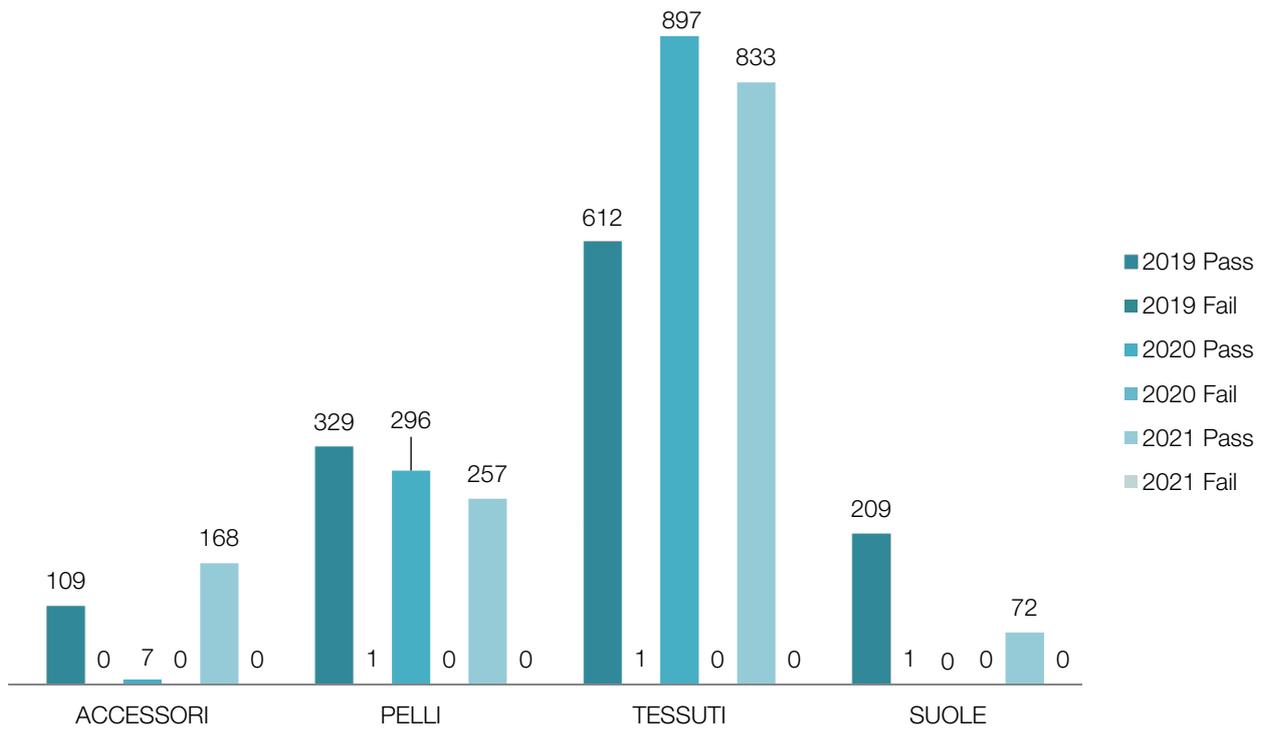
Con riferimento alle calzature, per la collezione P/E 21, tutti i prodotti hanno superato i test chimici, evidenziando un trend molto positivo in merito alla sicurezza chimica. Relativamente alle collezioni A/I 21/22, non si sono registrate non conformità per le calzature adulto, mentre è stata riscontrata una non conformità per lo 0,12% dei test effettuati sulle calzature bambino; tutte le calzature non conformi sono state rigettate e non sono state messe in commercio. Tale non conformità consisteva nella presenza di ftalati oltre i limiti di accettabilità nei materiali della tomaia. In termini numerici, nel 2021 sono stati complessivamente svolti 3.537 test. In particolare, per la collezione P/E, sono stati effettuati in totale 1.589 test: 655 per le calzature da bambino e 934 per le calzature da adulto. Per la collezione A/I, sono stati invece effettuati complessivamente 1.948 test, rispettivamente, 833 per le calzature da bambino e 1.115 per le calzature da adulto.

Per il 2021 l'investimento di Geox per i test chimico-fisici sui materiali e chimici sui prodotti finiti (solo calzature), in termini di costi diretti e indiretti, è di oltre 2,4 milioni di USD.

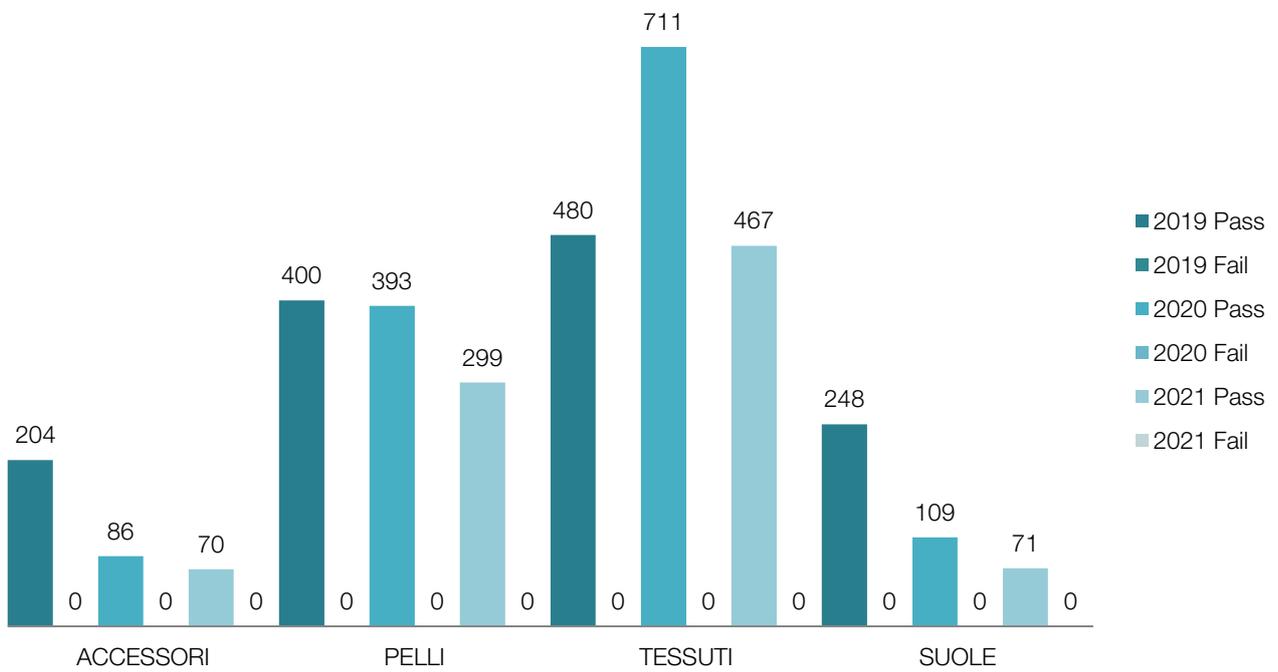
Inoltre, nel 2021 sono stati svolti internamente più di 6.000 test fisici di laboratorio; il numero di test è stato ridotto ed ottimizzato rispetto agli anni precedenti (nel 2020 e nel 2019 erano stati effettuati, rispettivamente, quasi 9.000 test e 7.700 test) in quanto è diminuita la complessità delle mazzette dei materiali da testare e sono stati sviluppati dei nuovi colori da utilizzare su materiali validati precedentemente). A questi si aggiungono anche i test finalizzati a testare direttamente l'impermeabilità di più di 500 paia di calzature e a valutare la traspirazione di più di 300 paia di calzature (per le collezioni P/E 21 e A/I 21/22). Infine, le prove relative alla misurazione della resistenza allo scivolamento delle soles hanno interessato 126 modelli e hanno l'obiettivo di dare riscontro all'Ufficio Soles e Stampi riguardo le prestazioni dei battistrada progettati e di garantire al consumatore finale la sicurezza nell'utilizzo del prodotto.

NEL 2021 I TEST EFFETTUATI SUI
MATERIALI PER LE CALZATURE
HANNO DATO IN TUTTI I CASI ESITI
POSITIVI

Test Materiali FTW A/I '19-'20-'21

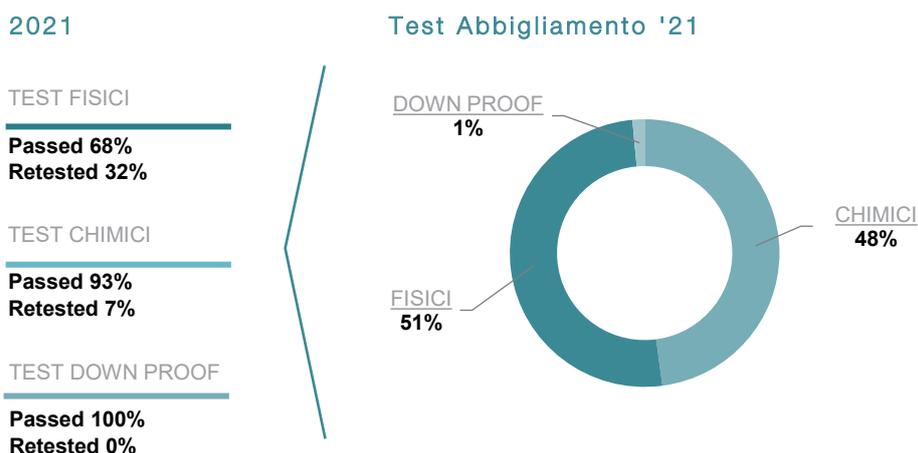


Test Materiali FTW P/E '19-'20-'21



I test effettuati sui materiali per le calzature nel 2021 hanno dato in tutti i casi esiti positivi, mantenendo costante il grado di conformità conseguito nel corso del 2020, che risulta migliorato rispetto a quello registrato nel 2019. Complessivamente, il numero totale di materiali testati è leggermente diminuito, passando da 2.594 nel 2019 a 2.237 nel 2021. Tuttavia, nel 2021 tutti i materiali testati hanno superato il test, seguendo un trend positivo dal 2019 (0,12% dei test non superati), passando da 3 casi a zero.

Per quanto riguarda l'Abbigliamento, nel corso del 2021, sono stati effettuati da Geox complessivamente 314 test fisici, 297 test chimici e 9 test *down proof*. In particolare, nel grafico sottostante è rappresentata la suddivisione per tipologia di test svolti nel 2021 sull'abbigliamento, con il dettaglio dei test superati e ritestati.



I test effettuati sull'abbigliamento hanno interessato per il 48% i tessuti, per il 28% le fodere, per il 12% il "*Breathing Tape*" e per il restante 12% gli accessori.

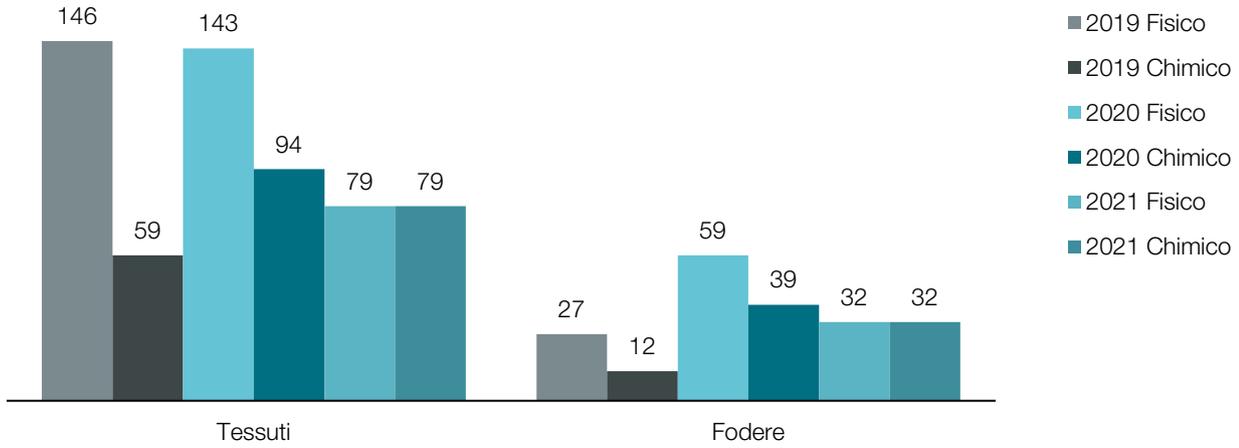
Nello specifico, i grafici sottostanti riportano, per le collezioni P/E e A/I, il numero dei test fisici e chimici effettuati sui tessuti e sulle fodere.

A tali test vanno ad aggiungersi quelli condotti direttamente dai fornitori con il supporto di una società terza: essi hanno effettuato 182 test fisici per la collezione P/E 21 e 249 test fisici per la collezione A/I 21/22 per un totale di 431 test eseguiti (il totale dei test fisici e chimici effettuati negli anni 2020 e 2019 era pari a, rispettivamente, 844 e 584).

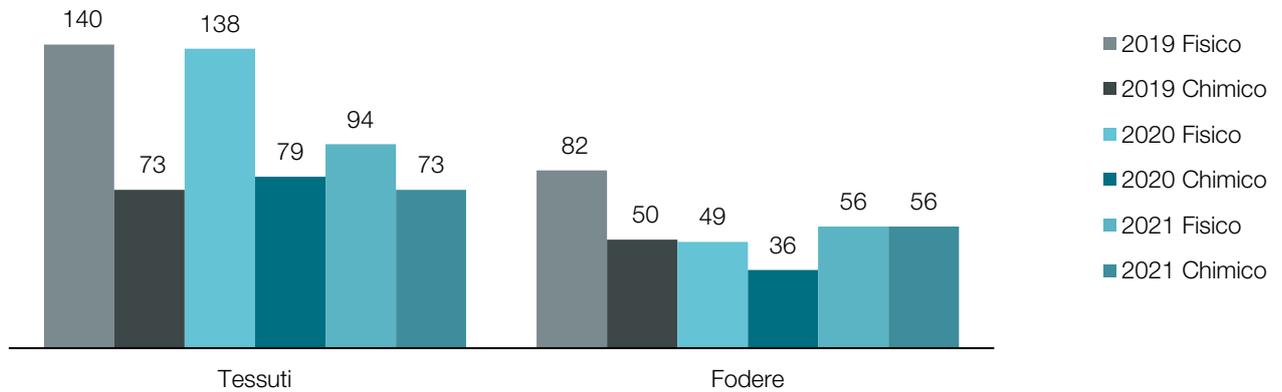
Il costante impegno di Geox sul versante salute e sicurezza è confermato anche dal fatto che nel corso del triennio 2019 – 2021 non si sono registrati casi di non conformità con i regolamenti in essere in materia di salute e sicurezza dei prodotti.

Inoltre, in relazione all'obiettivo di miglioramento costante della soddisfazione del cliente, a partire dall'anno 2019 viene utilizzato un nuovo programma di monitoraggio dedicato a resi e reclami di mercato, strutturato attraverso un sistema di reportistica e indicatori che permettono di individuare anche i reclami correlati ad un rischio per la salute o la sicurezza.

Test Materiali RTW A/I '19-'20-'21



Test Materiali RTW P/E '19-'20-'21









La catena di fornitura

NUOVE COLLABORAZIONI CON
AUTHORIZED VENDOR PER LA
FORNITURA DI CARTELLINI E CARTA
VELINA CERTIFICATI FOREST
STEWARDSHIP COUNCIL (FSC)

NEL 2021 SONO STATE SVOLTE 43
ATTIVITÀ DI VERIFICA SOCIO
AMBIENTALE (+39% RISPETTO AL
2020)

AUMENTO DEL *NEARSHORING*
TRAMITE LE PARTNERSHIP
STABILITE CON FORNITORI IN
MAROCCO, SPAGNA E ITALIA

Il profilo della filiera

Geox si impegna a costruire e mantenere relazioni basate sulla fiducia con i propri fornitori. È radicata infatti la consapevolezza di quanto sia strategica la gestione dei rapporti con i fornitori, oltre che nella creazione di valore per i clienti, al fine di offrire loro il meglio in termini di qualità e stile, anche per garantire la tutela di tutti i lavoratori che operano nella catena di fornitura e dell'ambiente. È per questo che le relazioni con i fornitori vanno oltre la semplice sfera commerciale e si fondano sulla condivisione di fattori necessari per promuovere e perseguire uno sviluppo responsabile e sostenibile del business. Nell'ambito della gestione dei rapporti con i fornitori, Geox ha definito un modello evolutivo che si basa sui 4 pilastri riportati di seguito.



Atteso che Geox produce direttamente solo una minima parte di calzature (il 5,4% dei volumi di produzione totale nel 2021), il Gruppo richiede ai propri fornitori elevate performance in termini di costi, qualità, servizio e sostenibilità. Costituiscono capisaldi della relazione con i fornitori il Codice Etico di Gruppo, che delinea l'approccio sostenibile di Geox al business, e il Codice di Condotta dei Fornitori, documenti che vengono condivisi con i fornitori al momento della firma di ogni contratto e rimangono a disposizione sul sito internet aziendale con lo scopo di diffondere le best practice e allineare le pratiche dei fornitori ai valori e agli impegni etici assunti dal Gruppo. Lo scopo di tali codici è quello di stabilire e assicurare che tutti i fornitori del Gruppo rispettino le regole di comportamento in essi stabilite per garantire i requisiti minimi in materia di conformità alla legge, etica e integrità nella gestione del business, diritti umani e dei lavoratori, salute e sicurezza, tutela dell'ambiente e impatti sociali in tutte le strutture in cui essi operano.

Il parco fornitori di Geox si suddivide in tre macrocategorie:

- fornitori diretti, c.d. Manufacturer ovvero fornitori di prodotti finiti (calzature, abbigliamento, borse e stampi);
- fornitori indiretti, c.d. Authorized Vendor ovvero fornitori di materia prima nominati (pelli, packaging, soles, accessori e tessuti/sintetico e membrane);
- altri fornitori, c.d. Subcontractor.

I Manufacturer si avvalgono di una filiera di fornitori nominata da Geox (Authorized Vendor) per ciascuna categoria di materiali. Infatti, Geox seleziona i materiali da utilizzare in produzione mediante un'attenta nomina di fornitori che garantiscono qualità, servizio, sostenibilità assicurando al tempo stesso prezzi competitivi.

Il perdurare della situazione pandemica ha spinto la Supply Chain alla continua ricerca di fornitori di materia prima presso le aree di produzione delle calzature con lo scopo sia di accorciare i tempi di spedizione, che risentono di ritardi a causa dei problemi logistici presenti in tutto il panorama mondiale, sia di determinare un minor impatto ambientale.

Proprio con riferimento a quest'ultimo obiettivo, Geox ha deciso di ricorrere all'utilizzo anche di pelli conciate senza metalli pesanti (concia vegetale e concia sintetica) e a materiali sintetici realizzati con componenti riciclate. In tale contesto, è stato

fatto ampio ricorso a fodere in poliestere riciclato e sono stati sviluppati progetti speciali con tomaia in nylon riciclato (ECONYL®).

Tutti i materiali selezionati presso gli Authorized Vendor vengono testati in laboratori accreditati al fine di garantire l'assenza di sostanze tossiche, come previsto dalla normativa REACH. Durante il ciclo produttivo, le stesse materie prime vengono riconrollate tramite dei prelievi random eseguiti presso le fabbriche, nonché alla fine del ciclo produttivo mediante test delle Stock Keeping Unit (SKU) di prodotto finito.

A tale fine l'allegato L (RSL – Restricted Substances List) del Manufacturing Agreement viene aggiornato ed inviato sia ai Manufacturer sia agli Authorized Vendor su base semestrale.



UN PASSO VERSO LA BIODIVERSITÀ: CERTIFICAZIONE FSC

Nel 2021 Geox ha compiuto ulteriori passi avanti con la certificazione Forest Stewardship Council (FSC), infatti oltre alle scatole sono stati identificati fornitori "FSC" anche per i cartellini e la carta velina a livello mondo.

Il Forest Stewardship Council (FSC) promuove una gestione delle foreste rispettosa dell'ambiente tale da assicurare il mantenimento della biodiversità, primario obiettivo del Fashion Pact e dei processi ecologici e consentire, sia alla popolazione locale sia alla società in generale, di godere dei relativi benefici a lungo termine. Sono stati pertanto individuati dei fornitori, appartenenti alla filiera del packaging, membri certificati FSC che sono in grado di guidare Geox nel percorso di tutela delle biodiversità e di rispetto dell'ambiente.

Inoltre, è stato consolidato l'utilizzo della nuova tipologia di cartone (fatta eccezione per tre Paesi in cui i volumi di produzione sono minori) realizzato con un minore utilizzo di materiale.

Entro il 2023 Geox vuole arrivare ad acquistare esclusivamente materiali riciclati per le attività di imballaggio; a tal fine verranno individuati i fornitori in possesso dei requisiti necessari, quali la tracciabilità e la certificazione del loro processo di produzione.

La Supply Chain di Geox consta di circa 180 fornitori di cui circa il 25% diretti e il 75% indiretti.

Nel 2021 sono stati prodotti 13,9 milioni di calzature (P/E 21 – A/I 21/22) presso 33 fonti produttive (Manufacturer), a cui si aggiunge una Sample Room in 10 diverse nazioni. L'87,2% è stato prodotto in Asia (Myanmar 26,4%, India 18,4%, Vietnam 16,5%, Indonesia 13,8%, Cambogia 6,8%, Cina 5,3%), e il 12,8% in *nearshoring*, tra l'Europa e il Nord Africa (Serbia 5,4%, Spagna 4,1%, Marocco 3,2%, Italia 0,1%).

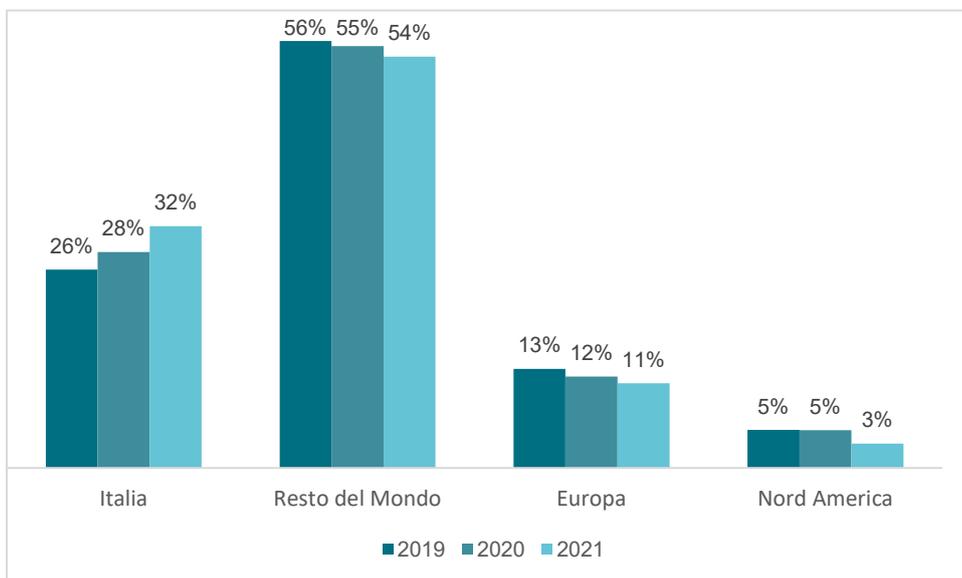
Nelle stagioni P/E 21 – A/I 21 la Supply Chain ha utilizzato quali Authorized Vendor (fornitori indiretti) 30 concerie nominate, 30 fornitori di tessuti, 9 di accessori in metallo, 15 di packaging, 50 suolifici e 8 stampisti.

Per quanto riguarda la business unit abbigliamento, nelle stagioni P/E21 - A/I 21/22 sono stati prodotti un totale di 689.240 capispalla Uomo – Donna presso 20 fonti produttive (Manufacturer) in 5 diverse nazioni. Il 100% è stato prodotto in Asia (Cina, Vietnam, Korea). Sono stati inoltre prodotti un totale di 170.580 accessori (calzini e polo) presso 2 fonti produttive (Manufacturer) in 2 diverse nazioni. Il 39,16% è stato prodotto in Italia e il 60,84% in Turchia.

Nonostante nel 2021 sia stata interrotta l'attività di produzione diretta di calzature, Geox ha mantenuto inalterata la produzione in *nearshoring*. Infatti, è stato rinforzato un rapporto di collaborazione con un partner del Marocco il quale ha assorbito i volumi prodotti in Serbia. Lo sviluppo di questa nuova partnership richiede l'investimento di risorse umane a supporto del business in aumento, ma allo stesso tempo ha dato la possibilità di trasferire parte dei macchinari presenti nella fabbrica di produzione diretta. A tal proposito, verranno avviate nuove ricerche di potenziali fornitori europei.

Per quanto attiene alla distribuzione degli acquisti dei prodotti Geox suddivisi per area geografica, che è rimasta sostanzialmente in linea con il biennio precedente, il 3% è stato allocato in Nord America, l'11% in Europa, il 32% in Italia e il 54% nel resto del mondo.

Acquisti per area geografica



Geox intende avviare nuove ricerche di potenziali fornitori europei, oltre ad aumentare il pannello di fornitori in Asia per acquisire maggiore flessibilità.

Inoltre, verranno selezionati alcuni Partner strategici al fine di garantire maggiore capacità produttiva. La difficoltà a viaggiare in questo periodo di pandemia, porta a sfruttare al meglio le risorse di Geox presenti in loco, ovvero i tecnici, attraverso i quali è possibile programmare visite presso nuove fabbriche.

Infine, l'Ufficio Legale sta definendo la possibilità di rilascio da parte di Geox di un documento da condividere con i diversi Partner Strategici al fine di concordare le capacità produttive a medio/lungo termine.

COVID-19: DIFFERENZIAMENTO DEL RISCHIO PAESE

Visti gli effetti del lockdown determinato dalla pandemia da Coronavirus, come per il biennio precedente, per il 2021-2022 Geox sarà impegnata nel diversificare il rischio su più Paesi.

L'azienda intende infatti mantenere produzioni nearshoring, ma anche sviluppare il prodotto in un'ottica di cluster produttivi, sfruttando il più possibile le risorse disponibili nel territorio di produzione; a tal fine sarà necessaria la condivisione di una Sourcing Strategy con le varie funzioni di Sviluppo Collezione.

In tale prospettiva sarà ricercata una collaborazione attiva lungo tutta la catena di creazione del valore, anche attraverso accordi quadro con partner strategici in grado di garantire la capacità produttiva. Nonostante nel 2021 sia stata interrotta l'attività di produzione diretta di calzature, Geox ha mantenuto inalterata la produzione in nearshoring. A tal proposito, verranno avviate nuove ricerche di potenziali fornitori europei.

Lo sviluppo di una filiera responsabile

Il **modello evolutivo** definito da Geox per lo sviluppo di una filiera responsabile e sostenibile testimonia come il rapporto con i propri fornitori vada oltre la sfera meramente commerciale, mirando invece ad una costante condivisione delle buone prassi che si concretizzano nella definizione di una serie di pratiche operative che trovano la loro genesi nel Codice di Condotta dei Fornitori e sono ispirate ai valori del Codice Etico di Gruppo che i partner sono contrattualmente obbligati a rispettare. Di fondamentale importanza è sicuramente una catena di fornitura rispettosa degli standard imposti da leggi nazionali e internazionali, ma anche l'impegno di Geox nel selezionare fornitori che siano altrettanto attenti a promuovere politiche rispettose dei diritti dei lavoratori, dei diritti umani, degli animali e dell'ambiente. Affinché Geox possa evolvere, è necessario che tale impegno – da cui dipende la performance finale – venga assunto anche da parte di tutti i fornitori.

È per questo che Geox, al fine di avvalersi di partner responsabili, effettua – tramite il supporto di una società terza indipendente – una valutazione del profilo di sostenibilità dei propri fornitori sia in fase di selezione sia durante il loro operato. I fornitori selezionati vengono sottoposti all'Audit da parte di un ente terzo e partecipano ad un programma di miglioramento continuo, con Action Plan dedicati, e re-Audit pianificati. Geox si propone di arrivare ad eseguire gli Audit Sociali a copertura della propria Supply Chain; pur riscontrando nel 2020 un rallentamento della suddetta attività a causa della pandemia da Covid-19, nel corso del 2021 è stato registrato un incremento, in valore assoluto, degli audit (43) e dei fornitori auditati (42).

La scelta dei fornitori si ispira a principi di obiettività, imparzialità, competenza, concorrenza ed economicità, oltre che a principi di trasparenza, correttezza ed eccellenza nel rispetto dei più elevati standard qualitativi, ambientali e sociali. Ogni rapporto di fornitura è vincolato al rispetto delle leggi e dei regolamenti in materia di lavoro, diritti umani, salute e sicurezza, ambiente, anticorruzione, privacy, benessere e salute degli animali vigenti nel proprio Paese e all'applicazione dei principi enunciati dal **Codice Etico**, **Codice di Condotta dei Fornitori** e dai dieci principi del Global Compact da parte di tutti i soggetti della catena di fornitura. È inoltre richiesto a ciascun fornitore di assicurare condizioni di lavoro adeguate e di garantire il rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo, dei principi di parità di trattamento e di non discriminazione, la tutela del lavoro minorile, il rifiuto del lavoro forzato e la libertà di associazione.

Tali valori e principi trovano inoltre riscontro, specificatamente per il mercato inglese, nel Modern Slavery Statement approvato, anche con riferimento al 2021, dal Consiglio di Amministrazione della società Geox UK Limited. Questa dichiarazione descrive le misure adottate dal Gruppo Geox volte ad assicurare, così come richiesto dalla legge del Regno Unito "Modern Slavery Act 2015 – Section 54", l'assenza di ogni forma di "schiaffo moderna, lavoro forzato e traffico di esseri umani" al proprio interno e lungo la propria catena di fornitura.

A tal fine Geox mantiene e migliora sistemi e procedure atte a prevenire qualsiasi forma di violazione dei diritti umani e per questo motivo ha collaborato con parti, a vario titolo interessate, quali ad esempio fornitori e associazioni al fine di sviluppare e mettere in atto specifici programmi per prevenire la schiavitù moderna e la tratta degli esseri umani.

ELEVATA ATTENZIONE DELLA
SOCIETÀ ALLA CONFORMITÀ ALLE
DISPOSIZIONI DI LEGGE,
DIMOSTRATA DALL'APPROVAZIONE –
ANCHE NEL 2021 – DEL MODERN
SLAVERY STATEMENT

INTENSIFICATI I RAPPORTI CON
FORNITORI ESTERI PER MITIGARE
EVENTUALI RISCHI POLITICI

AVVIO NUOVE COLLABORAZIONI CON
6 FABBRICHE CHE FARANNO PARTE
DELLA SUPPLY CHAIN NEL 2022

A tutti i Manufacturer viene richiesto di sottoscrivere il "Manufacturing Agreement" per normare tutte le condizioni contrattuali (ad esempio specifiche qualitative, test chimico-fisici, rispetto della RSL, accettazione del Codice Etico e del Codice di Condotta dei Fornitori, accettazione degli audit sociali, ecc.). Vi sono poi i fornitori nominati, la cui nomina è regolata dall'Authorized Vendor Agreement, che forniscono materie prime ai Manufacturer e sono consigliati da Geox. Questi devono sottoscrivere il Codice Etico, il Codice di Condotta dei Fornitori e la RSL. Agli Authorized Vendor viene richiesto di registrarsi sulla piattaforma "The ID Factory" in modo da poter fornire informazioni generali riguardanti l'azienda (Accreditation Form), e soprattutto per poter monitorare le loro performance nel rapporto di business verso i Manufacturer.

Infatti, nel portale vengono pubblicati i forecast di materia prima che dovranno essere forniti ai Manufacturer i quali, tramite lo stesso portale, effettuano gli ordini agli Authorized Vendor chiedendo conferma dell'accettazione dell'ordine, della data di consegna, di eseguire l'upload sia dei test sui materiali che della fattura al momento della consegna.

Grazie all'aggiornamento di questi dati, Geox riesce a monitorare l'acquisto della materia prima in accordo con le istruzioni impartite, oltre al livello di servizio e qualità fornito ai Manufacturer.

Inoltre, con cadenza stagionale, gli Authorized Vendor vengono valutati dai Manufacturer sulla base di una Survey compilata sempre tramite la piattaforma IDF.

Anche gli Authorized Vendor, come i Manufacturer, vengono valutati annualmente sulla base dei 4 Pilastri di Valutazione: Sostenibilità, Qualità, Servizio e Costi.

I Subcontractor sono invece selezionati direttamente dalle fabbriche di prodotto. In questo caso sono le fabbriche stesse che garantiscono il rispetto del Codice Etico e del Codice di Condotta dei Fornitori.

Nel corso del 2019 su un totale di 3 nuovi Manufacturer nella business unit Calzature, il 67% è stato valutato secondo criteri socio-ambientali. Tale percentuale, nel corso del 2020, si è assestata al 50% su un totale di 4 nuovi fornitori. Nel 2021 invece, su un totale di 3 nuovi fornitori, la percentuale è scesa al 33%. Il trend in diminuzione è dovuto al fatto che durante questi ultimi anni, a causa della pandemia e dei conseguenti lockdown avvenuti in diversi paesi, è risultato impossibile eseguire le attività di audit presso alcuni fornitori.

Con riferimento allo stabilimento produttivo in Serbia, esso si è servito di 35 nuovi fornitori, di cui 1 (3%) valutato secondo criteri sociali.

Come anticipato, i Manufacturer sono valutati secondo 4 pilastri (Sostenibilità, Qualità, Servizio e Costi) attraverso 20 KPI e, sulla base delle performance, classificati secondo 5 diverse categorie: Platinum, Gold, Silver, Bronze e Iron. Annualmente vengono discusse le performance col fornitore stesso e viene assegnato il premio quale "Best Factory Awards".

Su base annua, l'azienda condivide i risultati delle performance produttive con i fornitori stessi per poter migliorare i livelli di servizio e qualità (Co-Evolution Program), supportando inoltre gli stessi nella definizione di Action Plan dedicati, anche al fine di migliorare lo score nel ranking ed elevare in tal modo le performance complessive del parco fornitori. Nel 2021 è proseguita l'attività di condivisione delle performance, nonostante al momento il Ranking non sia stato ancora rilasciato a causa del lockdown in Vietnam durato tre mesi, che ha causato il ritardo dell'arrivo della merce e conseguentemente ha posticipato il calcolo dei KPI. Nonostante le difficoltà dovute alla pandemia, nel 2022 Geox intende proseguire con la comunicazione dei risultati ottenuti nel 2021 dai Manufacturer al fine di migliorare le performance, in quanto mantenere comunicazione e feedback costanti con tutti i fornitori consente di definire Action Plan continui e volti a migliorare i punti di debolezza dei fornitori.

COVID-19: LA GESTIONE DEI RAPPORTI CON I FORNITORI

Come nel 2020, nel corso del 2021 la situazione dei Paesi in cui avviene la produzione dei prodotti offerti dal Gruppo è stata aggravata dalla pandemia da Covid-19, la quale ha avuto notevoli impatti sulla mobilità, sulla vita sociale, sui temi di salute e sicurezza, nonché sulla logistica e sulla presenza in loco dei nostri tecnici.

Per far fronte a tale situazione sono state messe in atto diverse iniziative:

- sono state sviluppate, da remoto, nuove strategie di controllo qualità;
- è stata mantenuta la produzione in diverse aree per fronteggiare il rischio di lockdown localizzati;
- sono state implementate alternative di produzione per categoria merceologica con l'avvio in produzione in due nuove fabbriche asiatiche e l'avvio delle relazioni con sei nuove fabbriche che entreranno a fare parte della Supply Chain nel 2022 (1 in India, 3 in Vietnam e 2 in Cina).

Anche se molto limitata dalla pandemia, è stata inoltre portata avanti anche nel 2021, come nel 2020, l'attività di auditing da parte di un ente certificato per poter verificare ed assicurare che gli impegni sociali assunti non venissero meno in questo periodo di particolare difficoltà.

A seguito dell'accettazione del Codice Etico e del Codice di Condotta di Geox, il fornitore è sottoposto ad audit socio-etico-ambientali da parte di una società terza incaricata da Geox. Nello specifico, i fornitori sono coinvolti in un programma strutturato di audit per individuare eventuali aspetti critici e per mettere in atto possibili azioni correttive necessarie per poter continuare ad essere un fornitore qualificato del Gruppo. Tali azioni vengono a loro volta monitorate, laddove necessario, con audit di follow-up. Il citato programma di audit è svolto rispetto a tre aree principali:

- impatto sociale;
- salute e sicurezza;
- impatto ambientale.

La produzione delle calzature e l'approvvigionamento dei materiali avvengono in gran parte presso Economie emergenti, ove i rischi politici e sociali sono elevati. In particolare, i principali rischi sociali si riferiscono allo sfruttamento della forza lavoro in termini minimi salariali non garantiti, straordinari non pagati, lavoro minorile, discriminazione e sicurezza sul lavoro. Per questo motivo, l'attività degli Audit Sociali effettuati da enti accreditati è di fondamentale importanza al fine di garantire il rispetto dei principi etici e per sviluppare azioni di miglioramento continuo.

Per quanto riguarda invece i rischi politici, al fine di minimizzare possibili criticità, viene continuamente monitorata la situazione in Myanmar e allo stesso tempo sono stati incrementati i rapporti con la Cina, sviluppando sia produzioni dirette nel territorio cinese, che stabilendo partnership con aziende cinesi, le quali possono contare anche su fabbriche di proprietà in Vietnam.

Geox, da sempre, si adopera nel gestire e ridurre i suddetti rischi potenziali attraverso il continuo monitoraggio della catena di fornitura fondando le proprie attività nel rispetto dei diritti umani quale valore irrinunciabile della propria cultura e strategia industriale.

Nello specifico, nei rapporti con i propri fornitori, si adopera attivamente al fine di valutarne l'affidabilità etica oltre che tecnica ed economica anche mediante la raccolta di documenti e attestazioni che garantiscano la conformità alle disposizioni di legge, anche in materia di regolarità retributiva, previdenziale, di salute e sicurezza sul luogo di lavoro, di ambiente e dei diritti umani.

Oltre a ciò, Geox suddivide la produzione presso diverse nazioni, evitando così di concentrare la stessa presso una nazione specifica per una più efficace gestione dei rischi di qualsivoglia natura.



Audit Topic



Il primo passo per la definizione del protocollo di verifica del rispetto delle leggi locali e del Codice di Condotta dei Fornitori è stato la definizione del framework operativo. Un'analisi del rischio che prende in considerazione diversi fattori, tra cui l'entità economica degli ordini commissionati al fornitore, la tipologia di bene e servizio reso, la localizzazione geografica ed altri parametri. Le finalità principali dell'attività di audit sono pertanto:

- tutelare la brand reputation;
- mitigare il rischio Paese conseguente alla logica di delocalizzazione della supply chain in Paesi best cost ma ad alto rischio;
- presidiare il rischio derivante dalla collaborazione con terze parti relative alla lavorazione di prodotti e semilavorati la cui qualità è potenzialmente non in linea con gli standard del Gruppo;
- mitigare il rischio di insufficiente capacità produttiva con conseguenti ritardi di consegna;
- verificare in maniera indipendente salute e sicurezza, ambiente e condizioni di lavoro – sociale;
- verificare che all'interno della catena di fornitura non ci siano criticità c.d. «Zero Tolerance»;
- implementare un processo di miglioramento continuo allo scopo di identificare e risolvere le criticità c.d. «Major».

Tale framework è stato aggiornato nel corso del 2018 a seguito dell'identificazione di un nuovo provider del servizio di supply chain audit con l'obiettivo di customizzare la check-list per lo svolgimento degli audit con una percentuale maggiore di domande riferite alla salute e sicurezza e all'ambiente e di automatizzare la gestione del flusso delle azioni correttive attraverso un apposito gestionale. Inoltre, è stato pianificato lo sviluppo di un servizio continuativo di training sulle aree di volta in volta identificate come maggiormente critiche per ciascun fornitore nel corso dell'audit.

Gli audit sono effettuati da una società leader a livello internazionale in materia di servizi di auditing di conformità in ambito Salute e Sicurezza, Ambiente e Responsabilità Sociale, in base a una check-list definita secondo parametri di sostenibilità fondati sullo standard SA8000®, sulla Politica Responsabilità Sociale e diritti nel lavoro, sullo standard OSHAS 18001 in materia di salute e sicurezza dei lavoratori, sulla norma ISO 14001 in materia ambientale e sul Codice Etico di Geox, nel rispetto di quanto previsto dalle clausole di sostenibilità di Gruppo sottoscritte dai fornitori medesimi.

La check-list prevede la suddivisione delle tre macroaree sopra citate in 15 sezioni in cui l'area H&S, evidenziata nel corso degli anni precedenti come maggiormente critica, è a sua volta rappresentata da 9 sottosezioni, per un totale di più di 300 domande.

La pianificazione delle attività di audit segue una logica risk based e definisce come criteri di prioritizzazione la tipologia di fornitura (diretta o indiretta), la tutela del brand e il livello intrinseco di rischio ambientale all'interno del processo produttivo.

Gli audit possono essere preannunciati, semi annunciati e a sorpresa in base al livello di conoscenza del fornitore stesso ed al livello di maturità del rapporto di fornitura. Gli audit possono rientrare all'interno di una pianificazione annuale che segue la logica di rotazione periodica o possono essere richiesti a seguito di audit precedenti che hanno evidenziato delle eccezioni e che quindi hanno richiesto la definizione ed implementazione di azioni correttive.

Geox ha avviato un processo di responsabilizzazione della catena di fornitura circa le tempistiche di implementazione delle azioni correttive stesse. Le procedure interne prevedono la possibilità di effettuare più di un re-audit nell'ottica di supportare il fornitore nel processo di miglioramento continuo. È comunque prevista la possibilità che venga interrotto il rapporto con il fornitore che sottovaluta l'importanza delle tematiche sociali, ambientali e di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Nel corso del triennio 2019-2021, non sono state riscontrate criticità tali da portare all'interruzione del rapporto di fornitura.

L'esito degli audit rappresenta un importante driver di selezione e mantenimento del fornitore.

A seguito dello svolgimento delle attività di audit sono comunicate eventuali non conformità riscontrate attraverso un piano di azioni correttive. La verifica dell'implementazione delle azioni correttive avviene attraverso la richiesta di documentazione o, in caso di audit negativi, tramite un re-audit e in caso di audit positivi nell'ambito del piano di audit triennale.

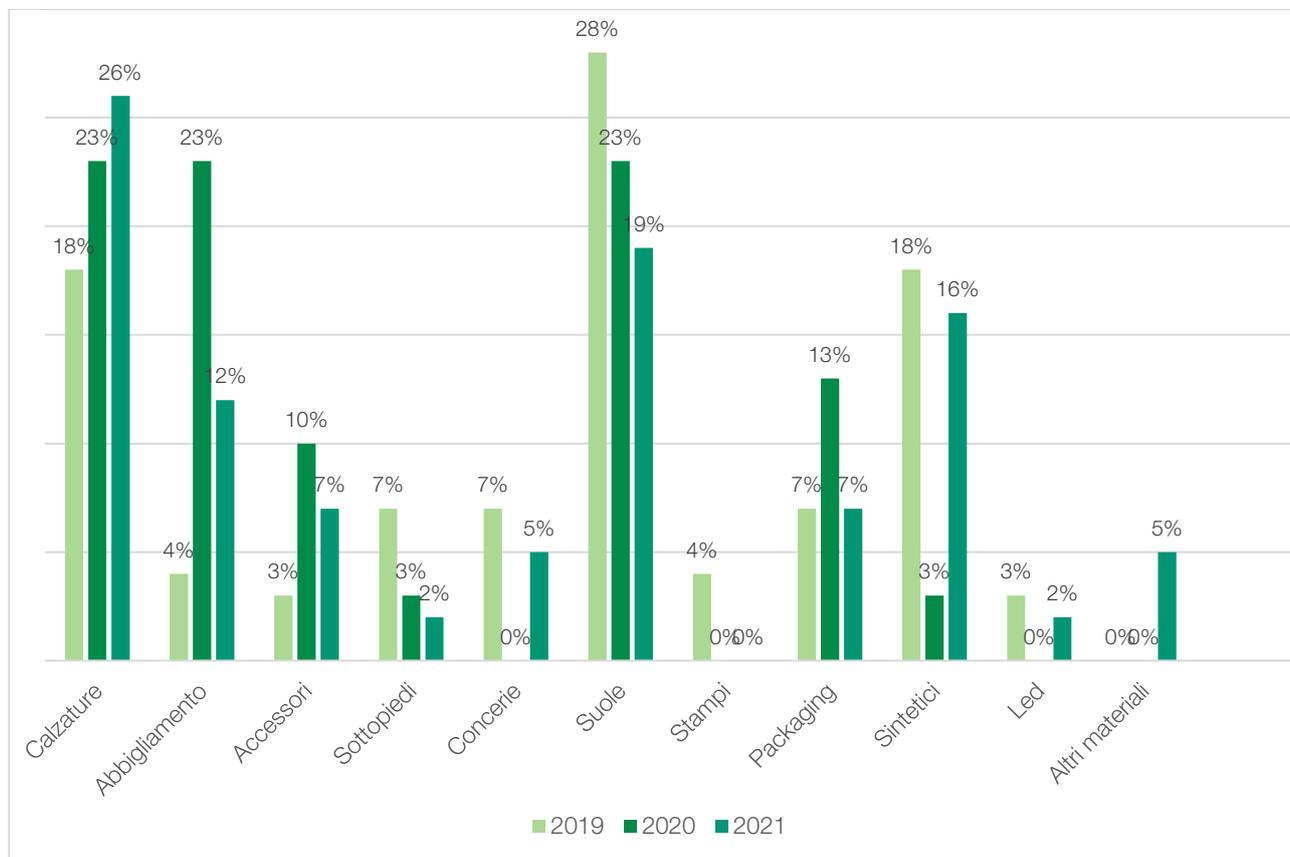
Nel corso del 2021 sono stati effettuati 43 audit socio-etico-ambientali (31 nel 2020 e 75 nel 2019), che hanno interessato 42 fornitori.

Nonostante i limiti connessi allo sviluppo della pandemia da Covid-19, che hanno comportato notevoli disagi e impatti sulla salute, sulla sicurezza e sulla mobilità nonché il susseguirsi, in periodi differenti, di lockdown in numerosi Paesi, l'attività di verifica e di monitoraggio dei fornitori in ambito socio-etico-ambientale non è venuta meno registrando una ripresa rispetto a quella eseguita nel corso del precedente periodo di rendicontazione.

Non si riscontrano invece criticità, nel campione dei fornitori sottoposti ad audit, per quanto riguarda la sfera ambientale.

I risultati ottenuti evidenziano che l'area a maggior percentuale di non conformità è quella relativa alla salute e alla sicurezza nei luoghi di lavoro.

Audit per tipologia¹¹



Dal 2018, il Gruppo ha implementato altresì un sistema di whistleblowing globale ed integrato a livello di Gruppo, con l'obiettivo di consentire a ciascun stakeholder di segnalare eventuali comportamenti illeciti e/o violazioni riguardanti condotte sospette non conformi a quanto stabilito dal Codice Etico di Gruppo e di gestirle tempestivamente e in modo scrupoloso.

Per il 2021, il Gruppo ha identificato, da un lato, l'obiettivo su base pluriennale di riuscire ad avere pieno controllo su tutta la filiera dei fornitori, sia diretti (Manufacturer) sia indiretti (Authorized Vendor), al fine di monitorarne le performance, condividerle e sviluppare dei piani di miglioramento, dall'altro di aumentare il numero di audit socio-etico-ambientali condotti con 'intento di coprire significativamente l'intera catena di fornitura.

¹¹ Le percentuali sono state calcolate sul totale di fornitori sottoposti ad audit socio-etico-ambientale. Inoltre, A partire dal 2021 è stato escluso dal perimetro del conteggio l'audit presso i magazzini di Xlog. A partire dal 2021 è stato escluso dal perimetro del conteggio l'audit presso i magazzini di Xlog.



Coinvolgimento, ascolto e stabilità delle relazioni commerciali con i fornitori

Per Geox, che realizza i propri prodotti secondo la filosofia produttiva del “commercializzato controllato”, diviene di fondamentale importanza attivare ed alimentare un continuo dialogo e trasferimento di buone prassi e competenze con i propri fornitori.

Il contatto tra i Manufacturer e l'Headquarter avviene fin dall'inizio dello sviluppo del progetto, quando l'Ufficio Prodotto dialoga con le Sample Room delle fabbriche per sviluppare i primi prototipi secondo le specifiche tecniche fornite. L'Ufficio R&D, in supporto al personale tecnico, coopera direttamente con le Sample Room delle fabbriche per sviluppare nuove tecnologie. A tal riguardo, vengono puntualmente rilasciati i nuovi manuali e requisiti che vengono fatti firmare dalle fabbriche stesse a garanzia della loro comprensione e confidenzialità.

In seguito, i produttori interagiscono con i diversi interlocutori interni di Geox che variano a seconda della fase di realizzazione del prodotto. Nello specifico, i Manufacturer interagiscono con:

- l'Ufficio Tecnico per l'industrializzazione del prodotto e l'approvazione del contro-campione, per la linea calzature;
- l'Ufficio Prodotto per lo sviluppo della collezione;
- l'Ufficio Acquisti per la definizione dei costi;
- la Produzione per il supporto tecnico nelle linee di produzione;
- l'Ufficio Qualità per il controllo pre-delivery di ciascuna spedizione;
- l'Ufficio Logistica per la programmazione delle spedizioni;
- l'Ufficio R&D per il costante controllo del mantenimento dei requisiti chimici, fisico/meccanici, brevettuali;
- l'Internal Audit per l'attività di organizzazione degli audit sociali e per il monitoraggio delle azioni correttive.

La strategicità della “suola che respira”, essenza dell'unicità delle calzature Geox, fa sì che divenga particolarmente importante la gestione dei rapporti con i fornitori di forme, stampi e suole. In tale ambito, l'Ufficio Suole & Stampi che opera all'interno della Capogruppo svolge un ruolo di alta progettualità per tali componenti, andando a stabilire il sourcing locale rispetto ai Manufacturer, necessario per garantire calzature di qualità.

Nello specifico, Geox ha selezionato e collabora con produttori di forme che riescono ad offrire una crescita costante e di pari passo con i nuovi studi di settore, garantendo l'ingegnerizzazione delle strutture portanti delle calzature, che assicura un'alta qualità produttiva preservando la progettualità iniziale.

Gli stampi, funzionali alla produzione delle suole, sono realizzati da fornitori esterni cui Geox trasferisce il proprio know-how brevettuale tramite training on site, al fine di assicurare che le suole abbiano i requisiti necessari per la membrana Geox “che respira”. Le informazioni sensibili trasferite ai fornitori vengono gestite tramite contratti di fornitura e segretezza tecnica / intellettuale, in linea con il Codice Etico e di Condotta dei Fornitori. Viene inoltre instaurata una relazione continuativa con il team tecnico di Geox tramite visite locali, scambio di file digitali degli elementi progettuali e visite periodiche, in particolare in concomitanza ai nuovi progetti suola. La fidelizzazione dei fornitori è fondamentale per ottenere garanzie di consegna degli stampi nel rispetto del calendario aziendale. Gli stampisti partner sono dislocati, ove possibile, presso le aree geografiche di produzione prodotto suola e calzature, in modo da poter ottimizzare i trasporti e creare un indotto locale che possa massimizzare i relativi servizi.

Le suole completano e arricchiscono la calzatura in base alla scelta estetica e tecnica del materiale. La decisione sui materiali da utilizzare è in capo all'Ufficio Operation, in collaborazione con l'Ufficio Stile, che determina i benefit da ottenere sul prodotto finito, quali: leggerezza, cushioning, durata e costo. Per determinare la compliance dei materiali del prodotto finito ai parametri fisici, meccanici e chimici sono svolti opportuni test in laboratorio. Geox, a testimonianza dell'importanza attribuita ad ogni nuovo prodotto suola, dopo aver eseguito tutte le valutazioni tecniche, con i vari enti coinvolti, ne certifica la costruzione di massa previa l'emissione di una “carta di identità della Suola”.

Anche per l'abbigliamento il contatto con i fornitori è quotidiano con costanti visite dei tecnici e dei soggetti incaricati del controllo qualità che sono locali, comunicano nella lingua locale e dipendono da Geox. Ai fornitori viene fornito il materiale e il supporto tecnico in modo da garantire un'adeguata performance per il capo. Proprio per le relazioni che si instaurano con i fornitori di fiducia, ci si rivolge agli stessi, ove possibile, anche per nuovi sviluppi, applicazioni e industrializzazione.

Al fine di avere contezza e assicurare un'adeguata gestione dei rapporti con i propri fornitori, Geox ha mappato la propria supply chain. Con riferimento agli Authorized Vendor (fino al c.d. "tier 2") il costante monitoraggio dei risultati degli audit sociali e la condivisione delle relative azioni di miglioramento in un'ottica di miglioramento continuo, fa sì che Geox interagisca costantemente con tutta la filiera produttiva su base giornaliera per le questioni operative, garantendo il massimo supporto tecnico e fornendo il know-how necessario a prevenire possibili problemi qualitativi.

Semestralmente vengono inoltre organizzati degli incontri con i Manager di Produzione e Operations durante i quali viene concordata la strategia di sourcing. Questi incontri rappresentano un'occasione per condividere le performance dei Vendor (prodotto finito e materia prima), per rilasciare il Vendor Ranking, per confrontarsi sulle future possibilità di business e per negoziare nuovi spazi produttivi al fine di raggiungere gli obiettivi richiesti dal Board.

In tale ottica Geox sin dal 2015 misura i risultati ottenuti dai suoi partner produttivi, condividendoli con gli stessi in occasione di specifiche visite stagionali. Tale attività è stata temporaneamente sospesa a causa dell'emergenza sanitaria da Covid-19 che non ha permesso lo svolgimento regolare delle visite. Nello specifico, Geox analizza, insieme a ciascun fornitore, i risultati nelle diverse aree su cui vertono gli audit sociali, tenendo come riferimento gli esiti dei controlli svolti nelle precedenti stagioni. Attraverso tale analisi si identificano le aree su cui focalizzare gli interventi di miglioramento e viene pertanto definito un piano di azione specifico per ciascuna stagione. In questo modo, il Gruppo si impegna a promuovere l'identificazione di possibili aree di miglioramento reciproco, che permettono di attuare il programma di co-evoluzione. Tale programma mira a far sì che i fornitori di Geox siano a loro volta "motore" di sviluppo sociale ed economico locale.









Personne

MANIFESTO GEOX DELLE PERSONE

AVRÀ FORTI COMPETENZE DIGITALI, SARA' SEMPRE CONNESSO, POTRA' ACCEDERE ALLE INFORMAZIONI E SARÀ COINVOLTO NELLE INIZIATIVE INDIPENDENTEMENTE DAL RUOLO RICOPERTO

SARÀ COINVOLTO ANNUALMENTE NEL PROCESSO DI PERFORMANCE & BEHAVIOR APPRAISAL

PARTECIPERÀ CON TEAM INTERFUNZIONALI AD ATTIVITÀ E PROGETTI TRASVERSALI, CON METODI DI SERVICE DESIGN E DESIGN THINKING

ACQUISIRÀ AGILITÀ DI APPRENDIMENTO E AVRÀ UNA "CARTA DI CREDITO PERSONALIZZATA PER LA PRORPIA FORMAZIONE", OLTRE AD UNA APP SEMPRE DISPONIBILE PER L'AGGIORNAMENTO E L'ALLENAMENTO CONTINUO

AVRÀ UN PERCORSO DI CRESCITA PERSONALIZZATO E SARÀ INCLUSO IN PIANO DI REWORDING

AVRÀ LA POSSIBILITÀ DI LAVORARE IN MODO AGILE IN UN AMBIENTE INCLUSIVO

«GEOX INNOVATION DIGITAL ACADEMY»: AVVIATO IL NUOVO PROGETTO FORMATIVO DI UPSKILLING E RESKILLING CREATO PER FORNIRE AI DIPENDENTI STRUMENTI DI DIGITAL TRANSFORMATION, FUTURE SKILLS E SERVICE DESIGN

Composizione del personale

Il Gruppo Geox riconosce la centralità delle risorse umane nella convinzione che il principale fattore di successo di un'organizzazione sia costituito dal contributo professionale, umano e creativo delle Persone che vi operano. In particolare, Geox, nella consapevolezza che il motore della crescita è il contributo di ognuno nel proprio lavoro di ogni giorno, riconosce il valore e la dignità della persona quale requisito fondamentale della sana gestione d'impresa. In Geox il rispetto e la valorizzazione delle Persone, inclusa la loro diversità, passano attraverso il rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo, la tutela dell'integrità fisica, culturale e morale e attraverso un continuo accrescimento delle competenze tecniche e professionali.

I dipendenti del Gruppo Geox al 31 dicembre 2021 sono complessivamente 3.018, in diminuzione rispetto al biennio precedente. Più in generale, la forza lavoro totale del Gruppo Geox, comprensiva, oltre che dei dipendenti, anche degli stagisti e dei lavoratori interinali, ammonta a 3.036.

Nel 2021 la categoria professionale maggiormente rappresentata è quella del personale di negozio (70% del totale), seguono gli impiegati (25% del totale), i middle manager¹² (4% del totale), i dirigenti (1% del totale) e gli operai (0,1% del totale).

Numero dipendenti per categoria professionale e per genere¹³

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	36	7	43	39	7	46	35	5	40
Middle Manager	71	38	109	69	42	111	68	42	110
Impiegati	293	534	827	276	490	766	259	471	730
Personale di negozio	492	2.040	2.532	379	1.677	2.056	377	1.543	1.920
Operai	334	927	1.261	335	971	1.306	1	2	3
Totale	1.226	3.546	4.772	1.098	3.187	4.285	740	2.063	2.803

Percentuale dipendenti per categoria professionale e per genere¹⁴

	2019		2020		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	84%	16%	85%	15%	87%	13%
Middle Manager	65%	35%	62%	38%	62%	38%
Impiegati	35%	65%	36%	64%	35%	65%
Personale di negozio	19%	81%	18%	82%	20%	80%
Operai	26%	74%	26%	74%	33%	67%

¹² La categoria dei middle manager include i primi riporti di tutte le direzioni.

¹³ I dati del personale suddivisi per genere ed età si riferiscono al totale dei dipendenti del Gruppo Geox al netto dei dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021), per i quali non sono disponibili i dati secondo tali classificazioni come previsto dalle prassi locali.

¹⁴ I dati del personale suddivisi per genere ed età si riferiscono al totale dei dipendenti del Gruppo Geox al netto dei dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021), per i quali non sono disponibili i dati secondo tali classificazioni come previsto dalle prassi locali.

La distribuzione territoriale dei dipendenti del Gruppo vede il 47% degli stessi impiegati in Italia, il 25% nel resto d'Europa, il 7% in Nord America e il restante 21% nel resto del mondo.

Numero dipendenti per area geografica e per genere

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	442	1.164	1.606	399	1.041	1.440	403	1.028	1.431
Europa	292	918	1.210	199	670	869	185	565	750
Nord America ¹⁵	ND	ND	398	ND	ND	173	ND	ND	215
Resto del mondo	492	1.464	1.956	500	1.476	1.976	152	470	622

La maggioranza dei dipendenti di Geox (60%) si colloca nella fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre l'età media a livello di Gruppo è di 37 anni e mezzo sia per gli uomini sia per le donne, in aumento rispetto all'età media del 2019, pari a 37 anni, ma in diminuzione rispetto a quella dello scorso anno pari a 39 anni.

Dipendenti per fascia di età¹⁶

	2019	2020	2021
<30	27%	21%	28%
30-50	61%	64%	60%
>50	12%	15%	12%

Percentuale dipendenti per categoria professionale e per fascia di età¹⁷

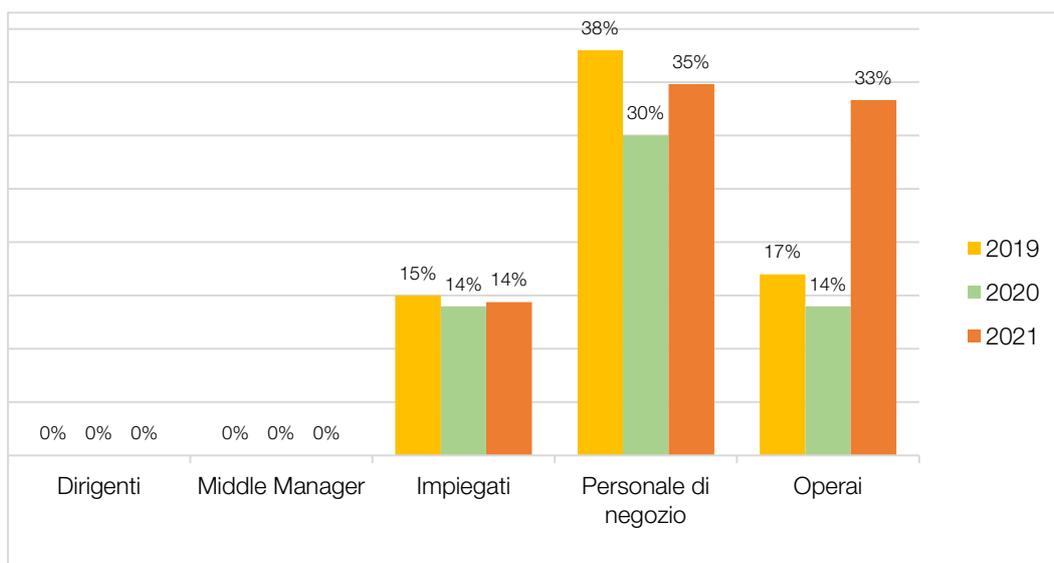
	2019			2020			2021		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Dirigenti	15%	68%	17%	14%	68%	18%	0%	50%	50%
Middle Manager	38%	54%	8%	30%	60%	10%	0%	71%	29%
Impiegati	17%	68%	15%	14%	67%	18%	14%	68%	17%
Personale di negozio	15%	68%	17%	14%	68%	18%	35%	56%	9%
Operai	38%	54%	8%	30%	60%	10%	33%	33%	33%

¹⁵ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

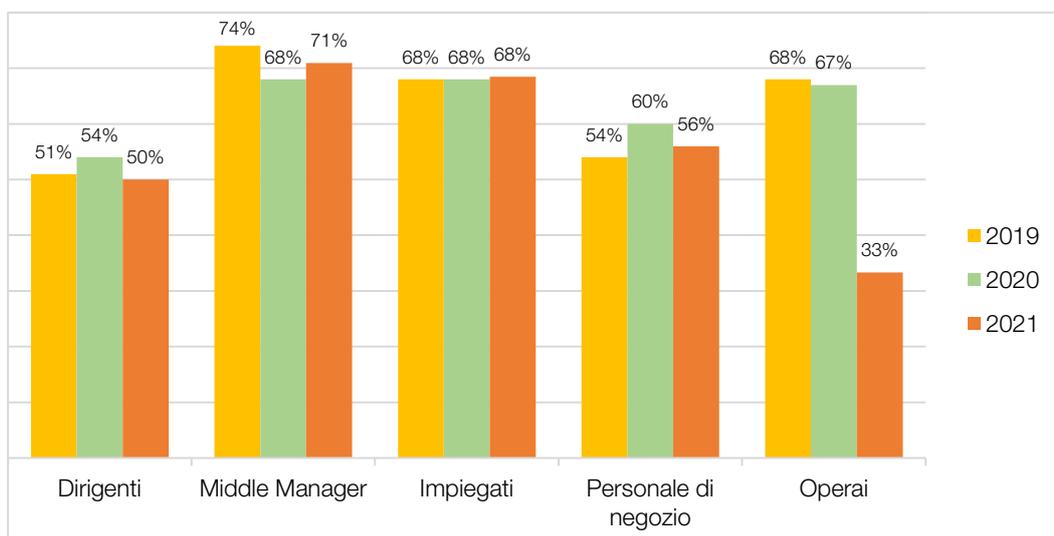
¹⁶ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

¹⁷ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

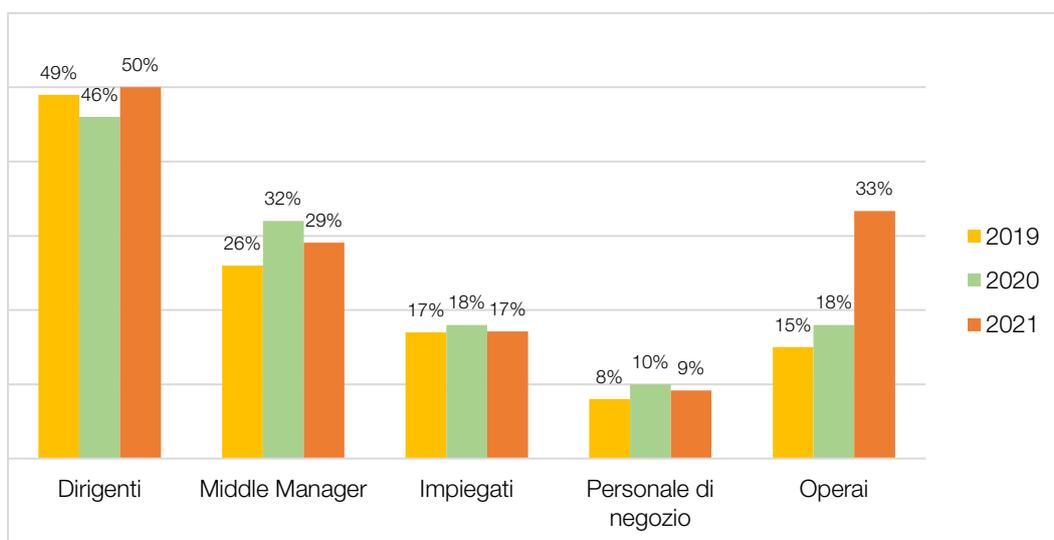
Percentuale con età inferiore ai 30 anni¹⁸



Percentuale con età compresa tra i 30 e i 50 anni¹⁹



Percentuale con età superiore ai 50 anni²⁰



¹⁸ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

¹⁹ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

²⁰ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

L'impegno della Società ad instaurare **rapporti stabili** e duraturi è confermato dalla percentuale di dipendenti assunti con un contratto di lavoro a tempo indeterminato (quasi l'80% del totale) e dall'anzianità di servizio degli stessi. Il 22% del totale dei dipendenti è, infatti, in azienda da un periodo compreso tra i 6 e i 10 anni. Ridotto è, invece, il ricorso a stagisti e lavoratori interinali. In particolare, nel corso del 2021 il Gruppo Geox ha impiegato 6 stagisti e 12 lavoratori interinali.

Numero lavoratori con altre tipologie di contratto

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Stage	2	6	8	0	1	1	2	4	6
Lavoro somministrato	9	43	52	9	18	27	5	7	12
Totale	11	49	60	9	19	28	7	11	18

Nel corso del 2021 sono state assunte circa **1.128 persone**²¹, principalmente donne (74% del totale²²). Per quanto attiene alla suddivisione per fascia di età, il 64% dei neoassunti si colloca nella fascia di età inferiore a 30 anni: tale dinamica afferma l'impegno e l'investimento di Geox sulle nuove generazioni. Il 31% dei neoassunti si colloca nella fascia di età 30-50. Per quanto attiene alla distribuzione geografica: il 23% dei nuovi ingressi ha interessato l'Italia, il 40% l'Europa, il 14% il Nord America e il restante 23% il resto del mondo.

Percentuale turnover per genere e per fascia di età 2021²³

	Genere			Età		
	Uomini	Donne	Totale	<30	30-50	>50
Tasso di assunzione	26%	74%	30%	64%	31%	5%
Tasso di cessazione	25%	75%	70%	31%	56%	13%

Percentuale turnover per area geografica 2021

	Italia	Francia	Spagna	Germania	UK	Resto del mondo
Tasso di assunzione	17,82	78,69	85,51	21,01	66,67	49,47
Tasso di cessazione	18,59	86,89	80,43	53,62	144,44	174,78

²¹ I dipendenti che hanno avuto più contratti nel corso dell'anno di riferimento sono stati conteggiati una sola volta.

²² Sono esclusi i dipendenti assunti del Nord America (tot. 449 per il 2019, 103 per il 2020 e 161 per il 2021).

²³ I tassi di assunzione e cessazione per genere e per fascia di età non includono i dipendenti del Nord America. Il numero di dipendenti assunti e cessati del Nord America (tot.449 per il 2019, 103 per il 2020 e 161 per quanto riguarda gli assunti; tot.452 per il 2019, 315 per il 2020 e 116 per il 2021 per quanto riguarda i cessati) sono considerati nei tassi di assunzione e cessazione totali.

Il 2021 ha visto l'uscita di 2.517 risorse, imputabile principalmente agli operai. La maggior parte delle risorse che hanno lasciato il Gruppo si colloca nella fascia di età 30-50 (circa il 56% del totale²⁴). Il 31% del totale si colloca invece nella fascia di età inferiore ai 30 anni. Per quanto attiene alla distribuzione geografica: il 10% dei dipendenti che hanno lasciato Geox ha interessato l'Italia, il 23% l'Europa, il 5% il Nord America e il restante 62% il resto del mondo.

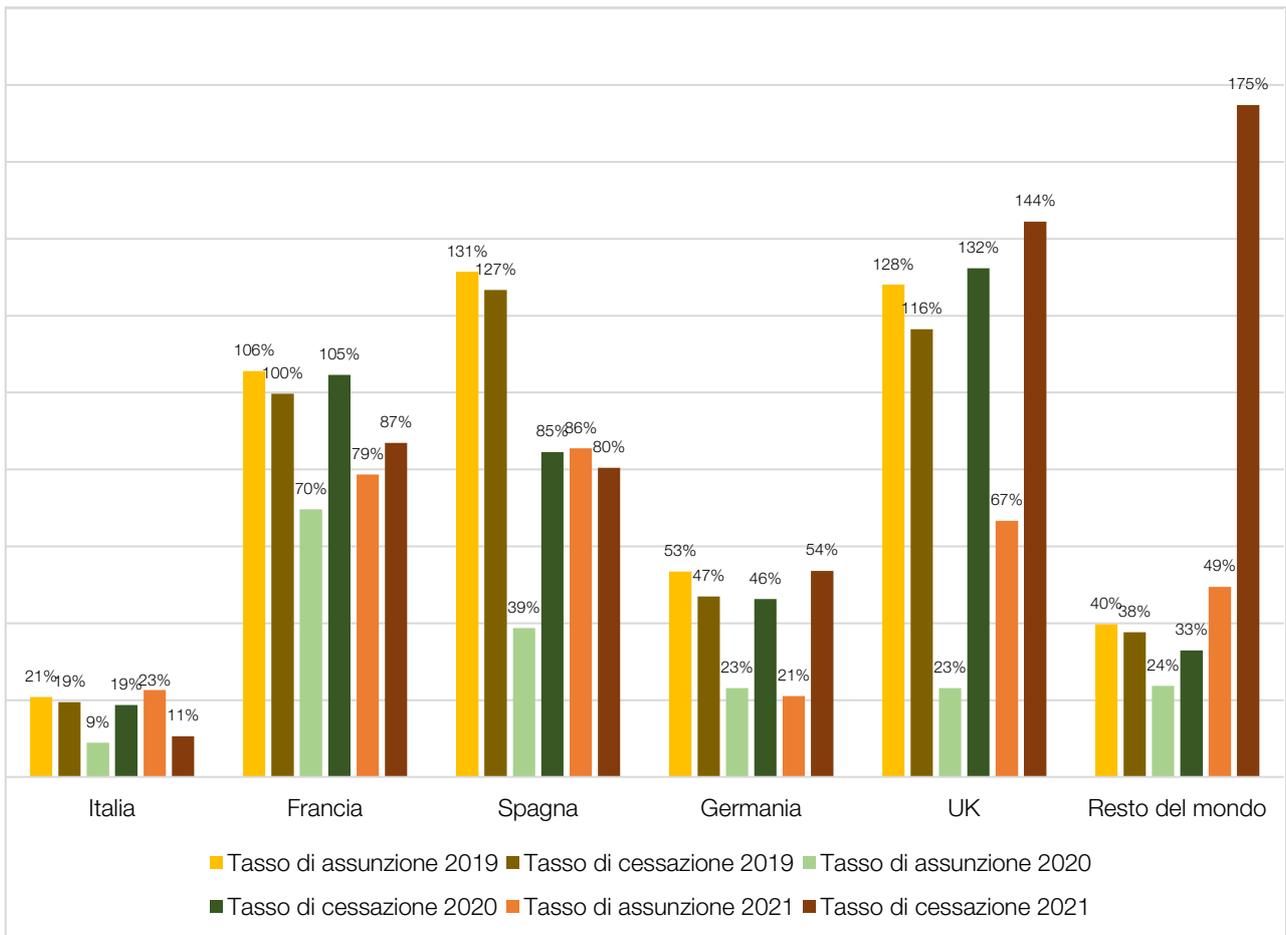
L'elevato tasso di cessazione è principalmente dovuto alla chiusura dello stabilimento produttivo di Vranie, nel sud della Serbia, che ha determinato il licenziamento di tutti i dipendenti, ad esclusione di otto persone che hanno seguito le attività di liquidazione.

Con riferimento alle assunzioni, Geox ha in essere un processo strutturato di Ricerca, Selezione e Assunzione che ricade tra le responsabilità del Direttore delle Risorse Umane & Organizzazione e Servizi Corporate. Tale processo di regola muove da un'analisi generale e diffusa presso tutte le funzioni aziendali, svolta nel corso dell'ultimo trimestre dell'anno e finalizzata a rilevare i fabbisogni di risorse per far fronte ai piani di sviluppo aziendali nel corso dell'anno successivo. La ricerca, selezione e assunzione di nuovo personale può altresì derivare da un'attenta revisione dei piani di sviluppo, dei progetti e delle strutture organizzative, svolta in corso d'anno. La selezione viene svolta valutando la professionalità del candidato intesa come: competenze ed esperienze, attitudine alle relazioni interpersonali e approccio favorevole alla cultura dell'Azienda, potenziale di sviluppo. Il processo di Assunzione si svolge nel rispetto del piano delle deleghe, e per quel che riguarda gli aspetti remunerativi, nel pieno rispetto delle politiche retributive del Gruppo.



²⁴ Sono esclusi i dipendenti cessati del Nord America (tot. 452 per il 2019, 315 per il 2020 e 116 per il 2021).

Tasso di assunzione e di cessazione per area geografica



Diversità, pari opportunità e tutela dei diritti umani e dei lavoratori

Come esplicitato all'interno del Codice Etico, il Gruppo Geox rispetta idee e punti di vista diversi. La diversità dei collaboratori del Gruppo offre infatti la possibilità di comprendere appieno mercati e clienti, di arricchire le competenze e di raggiungere al meglio gli obiettivi fissati. Per questo motivo, Geox non tollera nessuna forma di violenza e discriminazione, in particolare quelle basate su fattori quali genere, disabilità, stato di salute, orientamento sessuale, età, opinioni politiche, religione, razza, etnia, condizioni sociali e culturali.

Geox stimola lo spirito di gruppo e la cooperazione e si aspetta che tutti i lavoratori collaborino per mantenere un clima di rispetto reciproco. In particolare, il Gruppo si adopera affinché le pratiche aziendali consentano alle persone di operare in contesti lavorativi consoni alla dignità umana e adeguati a garantirne la sicurezza, rifiutando il ricorso a ogni pratica che comporti l'umiliazione o lo svilimento delle Persone in quanto tali o del ruolo che ricoprono, ivi comprese attività di mobbing, sfruttamento, abuso, intimidazioni, molestie o minacce.

È salvaguardata la posizione dei lavoratori che si trovino in eventuali situazioni di limitazione operativa (gravidanza, maternità, giovane età, infortunio, disabilità, ecc.) attraverso l'adozione di misure idonee a preservarne l'integrità fisica e morale, anche in conformità alle normative vigenti.

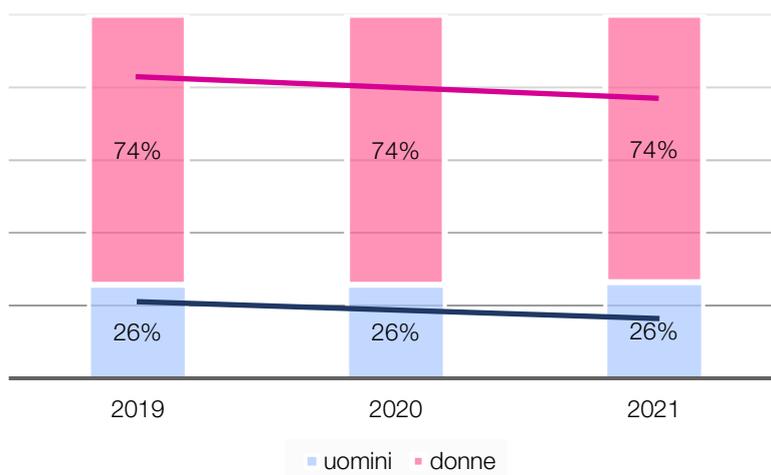
Inoltre, Geox condanna fermamente qualsiasi forma di lavoro forzato o di sfruttamento, sia esso di manodopera infantile, o di persone disabili o di donne in stato di gravidanza o di detenuti non consenzienti. L'utilizzo di personale non maggiorenne è consentito solo nell'ambito della corretta applicazione delle normative vigenti e conformemente a quanto previsto dalla "UN Convention on Rights of Child". Più in generale, per il Gruppo Geox è di fondamentale importanza il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori. Per questo motivo nel suo operato trae ispirazione dagli *International Labour Standards* (ILS) contemplati nelle convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO, *International Labour Organization*).

Nel corso dell'ultimo triennio non sono stati documentati episodi di discriminazione all'interno del Gruppo. Inoltre, non sono stati presentati reclami relativi alle pratiche di lavoro e/o al rispetto dei diritti umani.

Rispetto all'equilibrio di genere, in Geox **7 risorse su 10 sono donne**: è infatti circa del 74% la quota di risorse femminili rispetto all'intero organico²⁵. La percentuale di donne è elevata in tutte le aree geografiche e in tutte le categorie professionali.

²⁵ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

Numero dipendenti per genere²⁶



Al 31 dicembre 2021 i dipendenti diversamente abili impiegati dal Gruppo sono 35, di cui 22 donne e 13 uomini.



²⁶ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

Remunerazione, sistemi di incentivazione e benefit

Al fine di sviluppare le capacità e le competenze dei propri lavoratori, il Gruppo Geox adotta criteri di merito oggettivi, trasparenti e verificabili, garantendo a tutti pari opportunità, senza discriminazione alcuna. In particolare, la valutazione del personale, nonché la selezione e assunzione dello stesso, è effettuata sulla base di criteri oggettivi fondati sulla corrispondenza dei profili professionali e delle competenze e performance dei candidati rispetto alle esigenze aziendali e nel rispetto delle pari opportunità dei candidati.

Sulla scorta di tale indirizzo, Geox ha sviluppato un efficace ed efficiente processo di *performance management* finalizzato all'*attraction* di nuovi talenti e alla *retention* dei dipendenti. Nello specifico, al fine di valorizzare i propri dipendenti, Geox ha identificato a partire già dagli scorsi anni un sistema di *Performance & Behaviour Appraisal* per poter comparare il livello di conseguimento dei risultati ottenuti rispetto agli obiettivi assegnati, osservare da vicino le competenze e i comportamenti organizzativi, identificare le aree aziendali con prestazioni già ottime o in fase di miglioramento e promuovere così nuove azioni di sviluppo, *training* e politiche retributive meritocratiche. Il processo si compone di una prima parte dove poter valutare le competenze acquisite dal dipendente e le esperienze maturate in relazione al ruolo e si conclude con un attento processo di *feedback* per promuovere la discussione e il libero confronto fra collaboratore e responsabile. Tale sistema, negli anni, ha permesso di identificare nelle diverse aree aziendali le *Key People* e di definire per alcune di esse specifici piani di sviluppo (in termini di *training* e percorsi di carriera).

Tuttavia, nel 2021, a seguito del protrarsi dell'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19, il processo di *Performance & Behaviour Appraisal* non è stato implementato. Il processo verrà ripristinato nel 2022, con la valutazione delle *Performance* e dei *Behaviour* relativi all'anno 2021.



MY TRAINING CARD: LA
PIATTAFORMA DIGITALE PER UNA
NUOVA MODALITÀ DI
AUTOAPPRENDIMENTO E IL
POTENZIAMENTO DEL KNOW-HOW

ATTIVAZIONE DELLA RETAIL
BUSINESS COMMUNITY STEPX,
STRUMENTO DI INFORMAZIONE,
FORMAZIONE E CONNESSIONE
DEDICATO ALLA RETE RETAIL
GEOX A LIVELLO MONDIALE

GEOX RETAIL SRL OTTIENE LA
CERTIFICAZIONE ISO 45001

Geox riconosce a ciascun lavoratore il diritto ad una retribuzione equa e regolare nonché ad una compensazione adeguata anche per eventuali orari straordinari. Le retribuzioni e i benefit riconosciuti ai dipendenti del Gruppo Geox rispettano almeno i requisiti di legge stabiliti in ciascun Paese.

Nell'ottica di incentivare le logiche di *attraction* verso i nuovi talenti e di *retention* verso i propri dipendenti, il Gruppo Geox definisce i livelli salariali di ingresso e il Pacchetto Retributivo Aziendale nel pieno rispetto dei minimi contrattuali previsti dalla legge o dai contratti collettivi nazionali di lavoro, considerando la remunerazione una leva strategica di gestione e di sviluppo del proprio personale. È responsabilità del Direttore della Direzione Risorse Umane & Organizzazione e Servizi Corporate e dell'Amministratore Delegato assicurare la corretta e adeguata gestione del processo relativo alla remunerazione del personale.

In quanto società quotata, Geox ha adottato una Politica sulla Remunerazione per amministratori e dirigenti strategici conforme alle raccomandazioni contenute all'interno del Codice di Autodisciplina emesso da Borsa Italiana alla cui elaborazione concorrono la Direzione Risorse Umane & Organizzazione e Servizi Corporate, il Comitato per le Nomine e la Remunerazione, l'Amministratore Delegato, il Consiglio di Amministrazione e l'Assemblea degli Azionisti della Società (si veda la Relazione sulla Remunerazione www.geox.biz, sezione "Governance" per approfondimenti).

Geox investe annualmente nelle risorse che hanno meglio performato e che hanno contribuito al raggiungimento dei risultati aziendali, in termini di sviluppo interno e secondo criteri meritocratici basati sulle competenze e sui comportamenti richiesti dal ruolo ricoperto. In particolare, per il management è previsto un sistema di incentivazione variabile di breve e di medio/lungo periodo. Il processo di incentivazione variabile di breve termine si basa su un sistema premiante MBO differenziato per tipologia di popolazione aziendale suddiviso in "struttura", "retail" e "sales force".

Per il personale della struttura l'incentivazione variabile annuale è basata su obiettivi di carattere quantitativo e qualitativo, legati a performance individuali e a risultati di Gruppo. I destinatari sono individuati nei Manager aziendali e nelle risorse considerate strategiche per il perseguimento degli obiettivi aziendali.

Diversamente, il sistema è definito da obiettivi quantitativi, individuali e collettivi, differenziato a seconda del ruolo e della tipologia del punto vendita gestito per il personale *retail*, e da obiettivi quantitativi personali per la forza vendite. Il processo di incentivazione di medio/lungo termine prevede l'attribuzione di diritti e conseguentemente di azioni ordinarie (piano di *Stock Grant*) al Top Management e ad alcune figure chiave. Sono previsti inoltre, anche se in misura minore, piani di incentivazione di tipo monetario.

Tra i benefit riconosciuti a tutti i dipendenti della sede centrale del Gruppo Geox figurano:

- **Eating Geox Restaurant:** il ristorante aziendale è un ambiente realizzato con tecniche e materiali di ultima generazione nel pieno rispetto dei principi di sostenibilità per avere un impatto particolarmente ridotto sull'ambiente. È posta grande attenzione alla selezione delle materie prime, alla preparazione dei piatti e alla riduzione degli sprechi. Eating Geox Restaurant è una grande area comune dedicata ai dipendenti nel cuore del gruppo Geox che, attraverso il ristorante interno, offre ai propri collaboratori le informazioni e gli elementi utili per un'alimentazione sana, migliorando così il loro benessere.
- **Nido Aziendale "Mondo Piccino":** il Nido Aziendale "Mondo Piccino" è nato nel febbraio del 2008 per sostenere le esigenze concrete dei tanti genitori impiegati in Azienda. Geox contribuisce economicamente e supporta le famiglie con un servizio educativo rivolto ai loro figli in grado di "favorire un equilibrato e armonico sviluppo psico-fisico del bambino", secondo principi quali il rispetto, l'accoglienza e la solidarietà. Il Nido ospita ogni anno circa 50 bambini da 0 a 3 anni e si ripropone di rispondere nel migliore dei modi a tutte le loro esigenze e a quelle dei loro genitori.
- **Sport Village:** numerose sono le convenzioni con strutture in grado di portare al dipendente benefici legati per esempio alla sfera salute e benessere, come i corsi offerti attraverso la palestra Sport Village.

Anche nel 2021 Geox ha consolidato la *partnership* con una società esterna, specializzata nel campo delle convenzioni aziendali, al fine di offrire un panel più ampio e strutturato di sconti e offerte su prodotti e servizi a favore dei propri dipendenti in Italia; l'accesso a tali convenzioni avviene attraverso una piattaforma dedicata.

Rimangono inoltre valide le convenzioni con diverse strutture della zona che garantiscono prezzi agevolati per l'acquisto di alcuni beni e servizi, nonché promozioni sull'acquisto di calzature e abbigliamento a marchio Geox.

Conciliazione vita privata-lavoro

All'interno del Codice Etico di Gruppo, Geox afferma il proprio impegno ad assicurare l'attuazione di pratiche aziendali che consentano alle persone di operare in contesti lavorativi consoni alla dignità umana e adeguati a garantirne la sicurezza, con tempi e metodi di lavoro che non compromettano la vita privata degli individui o la loro capacità di soddisfare i propri bisogni fondamentali. Il valore e la dignità della persona costituiscono infatti requisiti fondamentali per una sana gestione d'impresa.

Il Gruppo Geox per favorire la conciliazione tra vita privata e impegno professionale, nel rispetto anche delle esigenze organizzative, riconosce ai propri dipendenti la possibilità di usufruire di tipologie contrattuali a tempo parziale. Il 38% dell'organico aziendale è in forza con un contratto di lavoro part-time, di cui il 33% del personale con tale tipologia contrattuale usufruisce del part-time inferiore o uguale al 50%, mentre il 49% del personale ha in essere un part-time al 50-75% e il 18% del personale con part-time al >75%, calcolato sul tradizionale orario full-time.

Al fine di favorire l'equilibrio e la conciliazione vita-lavoro, è prevista la flessibilità d'ingresso in entrata e in uscita, fino ad un massimo di 2,5 ore giornaliere.

COVID-19: SMART WORKING

Per tutelare la sicurezza e il benessere dei dipendenti in azienda, stante l'emergenza sanitaria, Geox riconosce la possibilità, compatibilmente con la mansione svolta, di beneficiare dello smartworking. A tal fine fornisce strumenti e tecnologie adeguate allo svolgimento dell'attività lavorativa da remoto.

Numero dipendenti per tipologia di impiego²⁷

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	975	2.344	3.319	943	2.218	3.161	583	1.154	1.737
Part-time	251	1.202	1.453	155	969	1.124	157	909	1.066
Totale	1.226	3.546	4.772	1.098	3.187	4.285	740	2.063	2.803

²⁷ Sono esclusi i dipendenti del Nord America (tot. 398 per il 2019, 173 per il 2020 e 215 per il 2021).

Formazione e sviluppo del personale

GEOX RITIENE CHE LA FORMAZIONE RAPPRESENTI UNA LEVA FONDAMENTALE E STRATEGICA PER LO SVILUPPO DELLE PERSONE E PROMUOVE UNA CULTURA DI APPRENDIMENTO CONTINUO IN UN'OTTICA DI INNOVAZIONE ANCHE ATTRAVERSO L'UTILIZZO DI NUOVI AMBIENTI DI APPRENDIMENTO.

All'interno del Gruppo Geox, la gestione, la formazione e lo sviluppo del personale sono condotti in modo tale da supportare il personale nel loro percorso di crescita professionale e di aggiornare costantemente le loro competenze manageriali e tecniche al fine di consentire a ciascuno di svolgere al meglio il proprio ruolo nell'ottica del raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Il sistema formativo Geox, denominato **Geox Learning System**, è strutturato in base alle tipologie di corsi, alle competenze da sviluppare e ai destinatari da coinvolgere, con un particolare focus su quelle che saranno le "competenze del futuro". La definizione dei percorsi e delle attività formative prende avvio da un'attenta analisi dei fabbisogni formativi coniugati con le richieste di *business*. L'obiettivo è quello di sviluppare e perfezionare le competenze tecniche e manageriali dei dipendenti allo scopo di migliorare la performance e investire sulla crescita delle persone.

Il **Geox Learning System** prevede il coinvolgimento sia di consulenti e docenti esterni che di esperti interni in grado di trasmettere il *know-how* specialistico.

A tutti i dipendenti vengono riconosciuti crediti formativi individuali, con un'offerta formativa erogata attraverso l'utilizzo della nuova piattaforma.

LA NUOVA PIATTAFORMA MYTRAININGCARD

Da gennaio 2021 è attiva la piattaforma *MyTrainingCard* ovvero il nuovo ambiente digitale che rappresenta una nuova modalità di autoapprendimento, oltre che ad un continuo allenamento per il potenziamento del *know-how*.

MyTrainingCard è profilata e personalizzata attraverso *learning path* individuali sulla base delle esigenze formative di ciascun dipendente, derivanti principalmente dal processo di *Performance & Behaviour Appraisal*.

Questa piattaforma, che consente di sperimentare nuovi approcci e allenare le competenze con metodologie e contenuti efficaci, è alimentata con:

- pillole formative digitali che si compongono di video, schede di lavoro, tutorial ed esercitazioni. Le *digital training pills* sono frutto di un lavoro di ricerca e sperimentazione e si ispirano a differenti teorie scientifiche in materia di apprendimento
- altre modalità di formazione, ad esempio *Webinar*, *Virtual classroom* e Laboratori Digitali, strutturati in base alla tipologia di contenuto da trattare e ai destinatari.

Il progetto prevede un piano di implementazione graduale in tutti i Paesi.



GIDA: IL NUOVO PERCORSO FORMATIVO

Ad Aprile del 2021 Geox ha avviato un nuovo importante progetto di *upskilling* e *reskilling*: GIDA (*Geox Innovation Digital Academy*), realizzato in collaborazione con Cefriel, il Politecnico di Milano e Skilla.

GIDA è un percorso formativo creato per i dipendenti che diventano protagonisti nel nuovo mondo del lavoro con *digital skills*, nuove metodologie e strumenti innovativi. Geox ha scelto di investire nell'apprendimento digitale dei propri dipendenti perché rappresenta il linguaggio del futuro, la chiave per interpretare tutte le innovazioni e trasformazioni digitali che coinvolgono il mondo del lavoro, oggi sempre più oggetto di rapide evoluzioni. Il percorso globale è stato progettato focalizzando i contenuti su 3 aree tematiche:

- **Digital transformation:** per una maggiore conoscenza degli strumenti digitale e sviluppare così competenze digitali;
- **Future skills:** per promuovere lo sviluppo di un nuovo *mindset* e delle competenze trasversali necessarie per fare fronte a nuovi scenari competitivi;
- **Service design:** per allenare un nuovo *mindset*, attraverso nuove metodologie che diventino parte integrante delle attività quotidiane in azienda, come il lavoro agile, orientate all'obiettivo e alla creazione di valore.

Per acquisire e potenziare le competenze chiave per il futuro sono stati realizzati 3 differenti e specifici percorsi formativi, definiti sulla base dei diversi destinatari:

- **GIDA "Top":** per creare una visione strategica condivisa sulle opportunità di sviluppo del business di Geox grazie alle tecnologie digitali;
- **GIDA "Leader":** composto di 6 moduli formativi, per permettere ai Leader Geox di essere veri *Ambassador* nel percorso di *Digital Transformation* e tradurre nella quotidianità le nuove metodologie apprese;
- **GIDA "All":** caratterizzato da 2 ulteriori profilazioni di contenuto (*Professional ed Expert*) alle quali si viene assegnati a seguito di un assessment iniziale volto a determinare livello di partenza delle competenze digitali.

L'Academy si è sviluppata principalmente da remoto attraverso una combinazione di diverse attività, modulate e personalizzate sulla base delle competenze digitali: webinar con docenti esperti, moduli eLearning di approfondimento, attività interattive ed esercitative, approfondimenti e *follow-up*. Al termine del percorso formativo le persone hanno ottenuto la certificazione attestante le competenze acquisite attraverso la partecipazione all'Academy.

Inoltre, a partire da novembre 2021 il percorso formativo GIDA si è arricchito di un nuovo strumento per potenziare sempre di più le competenze che caratterizzano il professionista digitale. È nata così GIDA App, volta ad approfondire ulteriormente le tematiche di *Digital Transformation*. Con questo nuovo tool, che riprende i temi del corso offrendone nuovi approfondimenti, le persone hanno la possibilità di proseguire l'allenamento delle competenze digitali, nonché mettersi alla prova con i quiz e rivedere gli abstract delle lezioni. Tutto questo avviene attraverso un'applicazione che si arricchisce settimanalmente di contenuti durante il *GIDA time*.



Nel corso del 2021, sono state inoltre realizzate ulteriori iniziative di formazione che si sono focalizzate sulle seguenti aree: **Formazione Manageriale, Formazione Tecnico-Specialistica, Formazione Health & Safety e Formazione Induction**. In particolare, la **formazione per neoassunti** è stata realizzata mediante programmi specifici ed individuali di *induction*, legati al ruolo, per permettere di conoscere da vicino la storia dell'Azienda, i valori e gli obiettivi.

Fra le tematiche di **formazione manageriale** sono stati approfonditi gli aspetti legati allo sviluppo di soft skills quali, ad esempio, la gestione del cambiamento, il *time management*, il *problem solving*, la comunicazione efficace, il *public speaking*, la gestione dei Collaboratori e la *leadership*. In particolare, il percorso **GIDA Leader** ha permesso, attraverso i 3 filoni di competenze approfonditi nell'Academy, di arricchire le competenze del Leader Contemporaneo Geox. Infatti, le sessioni formative dedicate ai Leader erano volte a:

- approfondire i contenuti della *Digital Transformation* legati alla strategia aziendale e al ruolo delle tecnologie digitali nell'evoluzione del business;
- conoscere le competenze che caratterizzano i leader nell'era digitale quali il *complex problem solving*, la *change agility*, la *learning agility* e il pensiero critico;
- allenare la collaborazione inter-funzionale, per sviluppare sempre più processi di cooperazione tra le diverse funzioni aziendali.

La **formazione tecnico-specialistica** è stata orientata allo sviluppo di competenze tecniche di ruolo e di famiglia professionale, legate ad esempio all'utilizzo di nuovi strumenti e alla messa in pratica di nuove e più efficienti procedure.

Nel corso del 2021 è proseguita altresì l'**attività formativa rivolta al retail** con l'obiettivo di approfondire gli aspetti legati allo sviluppo di competenze legate al prodotto calzatura ed abbigliamento, alla vendita, alla relazione con il cliente e alla gestione del team. A questo proposito a partire da novembre 2021 è stata attivata la *Retail Business Community StepX*.

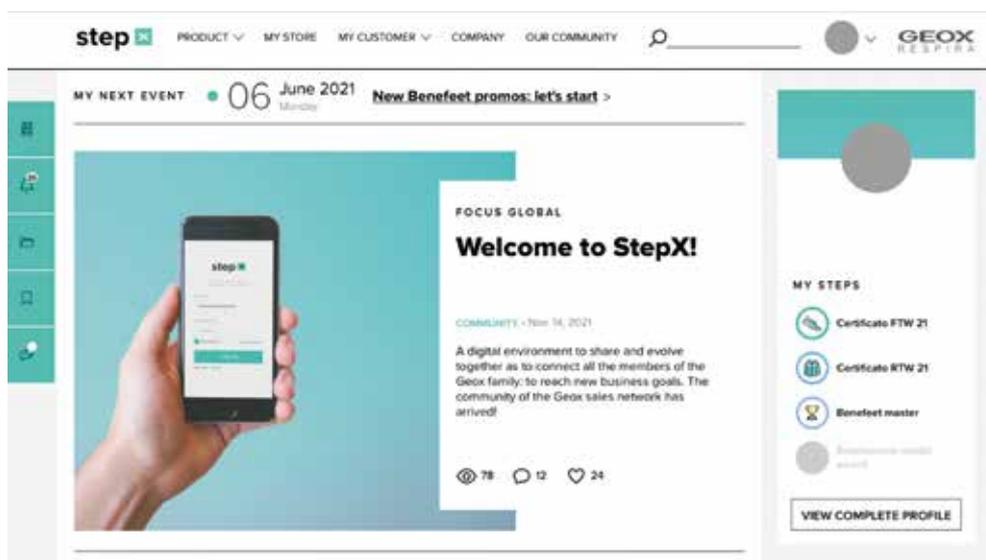
RETAIL BUSINESS COMMUNITY STEPX

Dedicata alla rete Retail Geox a livello *worldwide*, la *Retail Business Community StepX* rappresenta uno strumento strategico di informazione, formazione e connessione per tutti gli interlocutori che lavorano nel e per il business Retail Geox.

All'interno della piattaforma sono stati inseriti una serie di contenuti format, dedicati ai dipendenti di negozio, con *training pills* progettate per trasferire concetti fondamentali sul prodotto e sul modello di relazione, nonché nuove procedure e regolamenti Retail. Il progetto prevede un piano di implementazione graduale in tutti i paesi.

Nel mondo retail, inoltre, è stata avviata nella seconda parte dell'anno la seconda edizione del progetto SMIT (*Store Manager In Training*), ovvero il percorso formativo di crescita avviato lo scorso anno al fine di valorizzare i talenti accompagnandoli a ricoprire un ruolo futuro di Store Manager.

In Spagna è stata avviata la prima edizione del progetto ASMIT (*Assistant Store Manager In Training*), che consente a talenti, identificati all'interno dei negozi Geox, di crescere attraverso un percorso formativo per diventare Assistant Store Manager.

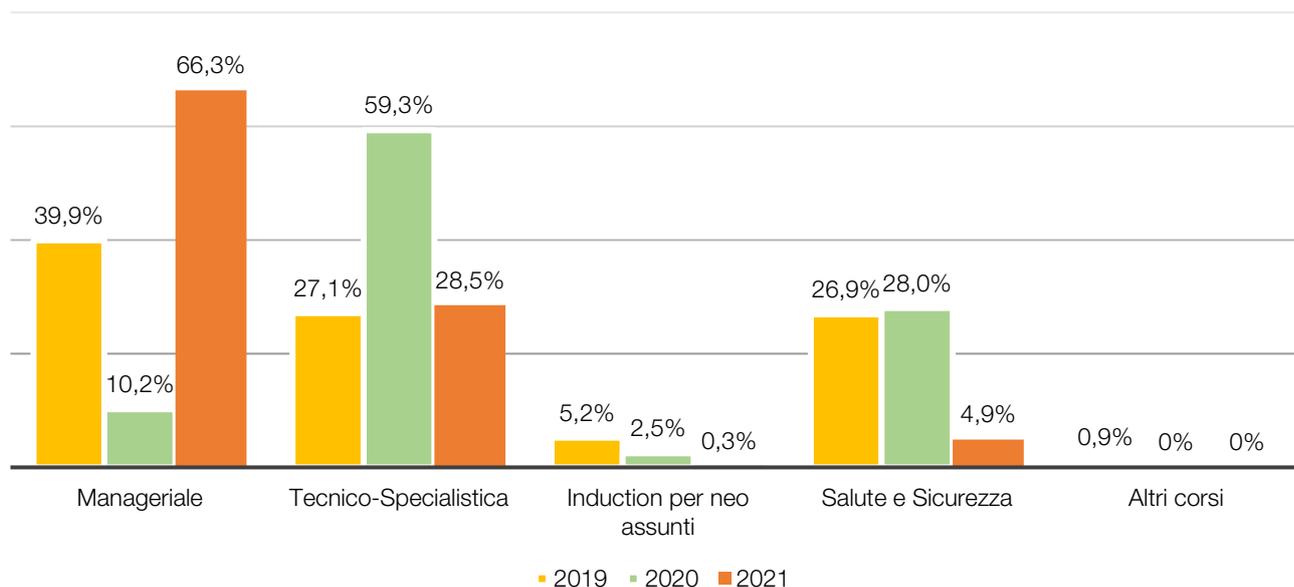


Con riferimento alle tematiche di sicurezza informatica, la formazione rappresenta inoltre un metodo di prevenzione efficace per evitare che gli utenti mettano in atto comportamenti a rischio. Per proteggere l'azienda e i dipendenti stessi da questa tipologia di attacchi, nel corso del 2021 è stato avviato un programma di formazione specifico, come ulteriore strumento per aiutare i dipendenti a riconoscere le minacce informatiche e a prevenirle.

L'attività formativa è stata erogata tramite una piattaforma *e-learning* specifica per la formazione relativa alle tematiche di *cyber security*. Nello specifico, i corsi sono erogati attraverso brevi pillole formative, rilasciate secondo un piano editoriale mensile. Tale progetto continuerà anche nel corso del 2022.

Il Gruppo Geox è da sempre attivo, inoltre nella promozione della cultura della salute e sicurezza all'interno degli ambienti di lavoro, attraverso corsi rivolti a tutte le persone che vi lavorano. Geox si propone non solo di ottemperare all'obbligo di legge, ma anche di sensibilizzare fortemente tutti i lavoratori su questo aspetto.

Ore di formazione per tipologia di corso erogato (%)



Il totale del monte ore di formazione erogate nel 2021 è stato di **57.528 ore**, in forte aumento rispetto al totale delle ore registrate nel biennio precedente. Significa che, in media, nel corso dell'anno sono state erogate circa 19 ore di formazione per dipendente

Numero ore di formazione per categoria professionale e per genere²⁸

	2019		2020		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	802	339	1.140	238	655	138
Middle Manager	1.123	808	1.930	469	1.515	845
Impiegati	2.779	3.836	6.615	1.015	13.002	25.621
Personale di negozio	3.838	12.621	16.459	1.315	2.431	13.040
Operai	425	563	988	478	0	48
Totale	8.966	18.167	27.133	3.515	17.602	39.691

Numero di ore medie di formazione per categoria professionale e per genere²⁹

	2019		2020		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	22,3	48,4	25,6	6,1	18,7	27,6
Middle Manager	15,8	21,3	17,4	6,8	22,3	20,1
Impiegati	9,5	7,2	7,7	3,7	50,2	54,4
Personale di negozio	7,8	6,2	5,7	3,5	6,4	8,5
Operai	1,3	0,61	0,8	1,4	0,0	24,0

²⁸ È escluso il monte ore di formazione dei dipendenti del Nord America (tot. 122 nel 2019, 622 nel 2020 e 235 nel 2021).

²⁹ È escluso il monte ore di formazione dei dipendenti del Nord America (tot. 122 nel 2019, 622 nel 2020 e 235 nel 2021).



Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Il Codice Etico di Gruppo esprime l'impegno di Geox nello sviluppo di un ambiente di lavoro adeguato a garantire la salute e sicurezza dei lavoratori. La sicurezza e la salute dei lavoratori è infatti un aspetto fondamentale per il Gruppo in quanto lo stesso è formato da un gruppo di persone che ne costituiscono il fulcro, così che divengono di cruciale importanza l'adeguatezza dell'ambiente lavorativo e delle attrezzature, la formazione e l'addestramento del personale e quanto necessario per il rispetto dei requisiti di sicurezza.

In particolare, il Gruppo Geox, ritenendo che la salute e sicurezza sul posto di lavoro rappresenti un diritto fondamentale dei lavoratori e un elemento chiave per la sostenibilità del Gruppo, garantisce ambienti di lavoro sicuri e salubri, nel rispetto delle norme in materia di sicurezza e di igiene sul posto di lavoro vigenti nei diversi Paesi in cui opera.

A tal fine si impegna a diffondere e consolidare una cultura della salute e sicurezza sul lavoro accrescendo la consapevolezza dei rischi, fornendo adeguate risorse, formazione e addestramento, e richiedendo a tutti, ad ogni livello, comportamenti responsabili e rispettosi del sistema di gestione della sicurezza predisposto e di tutte le procedure aziendali che ne formano parte integrante. Nello specifico, la consapevolezza che la sicurezza sia il risultato dell'opera dell'intera organizzazione, dai vertici a ciascun lavoratore, ciascuno per il proprio livello di competenza e responsabilità, porta il Gruppo Geox ad impegnarsi per il miglioramento continuo dei livelli di sicurezza e salubrità dei luoghi di lavoro attraverso il coinvolgimento delle funzioni responsabili e la definizione e diffusione degli obiettivi di sviluppo e dei relativi piani di attuazione.

A livello di sede centrale, la responsabilità di assicurare un ambiente di lavoro sicuro e conforme alle normative vigenti, e quindi lo svolgimento delle attività inerenti all'applicazione delle leggi che normano la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro in Italia è rimessa al Datore di Lavoro *in primis* (Amministratore Delegato) e a tutte le altre figure coinvolte nell'organizzazione della sicurezza (Soggetto incaricato dal Datore di Lavoro, Direttore Risorse Umane, Organizzazione e Servizi Corporate, Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione, Dirigenti e Preposti).

Il Responsabile del Servizio di protezione e prevenzione, supportato dai Preposti, identifica i rischi e suggerisce le misure necessarie per ridurre e/o eliminare tali rischi; anche i rappresentanti dei lavoratori possono intervenire fornendo indicazioni in tal senso. Le misure migliorative proposte vengono successivamente deliberate dal Datore di Lavoro o da un suo delegato; infatti, ricade sempre sul Datore di Lavoro, sia esso della Capogruppo o delle società controllate, anche il periodico aggiornamento delle procedure che consegue ad eventuali novità normative o modifiche organizzative.

Il controllo delle attività è in capo al Preposto, figura che viene accuratamente formata per svolgere questo ruolo. Ove è presente un Sistema di Gestione, il Preposto compila delle periodiche check-list per monitorare lo stato della salute e sicurezza dei lavoratori.

Il Gruppo Geox opera nel pieno rispetto dei requisiti definiti dalle specifiche normative locali applicabili nei diversi Paesi in cui è presente. In particolare, all'estero, il Gruppo Geox è supportato da un consulente Health & Safety (H&S) per lo svolgimento delle attività necessarie per il rispetto della normativa locale.

A livello di Gruppo sono stanziati preventivamente specifici budget destinati a consentire di dar concreta attuazione ai programmi definiti in ambito H&S. Tuttavia, atteso che Geox considera la tutela della salute e sicurezza un principio prioritario del proprio modo di operare, ammette anche la possibilità di eccedere limiti di spesa precedentemente stabiliti qualora il Datore di Lavoro lo ritenesse opportuno per l'implementazione di specifiche migliorie.

Nonostante la vocazione internazionale del Gruppo determini una frammentazione della normativa applicabile a livello locale, la Capogruppo ha definito alcune linee guida, contenenti un insieme di regole comportamentali volte a ridurre e ad eliminare la probabilità del verificarsi di infortuni e incidenti, approvate dal Direttore Retail che sono state diffuse a livello globale in ciascun negozio in Europa e nelle varie **Business Unit**.

L'intero Gruppo Geox segue le procedure dello standard UNI ISO 450001, per la quale Geox Retail S.r.l. si è certificata nel 2021 (precedentemente già certificata BS OHSAS 18001 sin dal 2013). Il Gruppo ha l'obiettivo di ottenere la certificazione ISO 45001 per tutte le società del Gruppo. Geox Retail ha già ottenuto tale certificazione.

Le procedure previste da tale standard, che sono rivolte sia ai dipendenti che a soggetti terzi che lavorano presso le suddette società, sono emesse dal Servizio di Prevenzione e Protezione e vengono verificate e approvate dal Datore di Lavoro.

Il Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro che si accompagna alla certificazione ISO 45001 definisce e regola i seguenti processi:

- l'analisi del contesto, l'identificazione delle parti interessate e la valutazione dei rischi;
- i requisiti legali e gli altri requisiti;
- la gestione delle risorse e la comunicazione;
- le informazioni documentate;
- il controllo operativo;
- la preparazione e la risposta alle emergenze. In particolare, il Gruppo si pone l'obiettivo di predisporre un nuovo piano di gestione delle emergenze di sede, volto ad implementare uno strumento che tenga traccia delle persone evacuate;
- la verifica, il monitoraggio e gli audit;
- gli incidenti, le non conformità e le azioni correttive;
- gli obiettivi, i programmi e il riesame della direzione;
- il contratto d'appalto, il contratto d'opera e i cantieri;
- la gestione del cambiamento e delle attività straordinarie.

Lo scopo principale di tale Sistema di Gestione consiste nel delineare una gestione uniforme e controllata della sicurezza e salute dei lavoratori e di apportare misure migliorative comuni tali da ridurre il numero di infortuni.

Per il Gruppo Geox è di fondamentale importanza ridurre al minimo possibile infortuni, malattie professionali e situazioni di emergenza attraverso l'implementazione di adeguati metodi di prevenzione. Per quanto attiene specificamente ai rischi, occorre considerare che il Gruppo Geox è caratterizzato principalmente da lavoratori utilizzatori di videoterminale e da addetti alle vendite.

Nello specifico, all'interno della sede di Geox S.p.A. e delle filiali di rappresentanza dislocate nelle diverse Business Unit e in Europa si svolge principalmente un'attività di natura impiegatizia, che prevede l'uso del videoterminale. Da tale circostanza si può desumere che il profilo di rischio del Gruppo possa considerarsi basso.

Tuttavia, occorre considerare anche che il Gruppo presenta un numero considerevole di viaggiatori ed espatriati: ciò può determinare l'insorgere di rischi legati ad infortuni stradali o con altri mezzi di trasporto, nonché, nell'attuale situazione geopolitica, anche possibili rischi determinati da attentati, violenze, rapine.

Per far fronte a tali rischi, Geox ha implementato un nuovo sistema informatico che traccia e monitora le situazioni di crisi ed emergenza nei diversi Paesi al fine di valutare in modo consapevole e responsabile gli spostamenti per l'incolumità di coloro che intraprendono viaggi all'estero. Grazie, ad esempio, alla pianificazione dei voli aerei, il sistema manda degli avvisi che informano circa le situazioni di emergenza (ad esempio: condizioni climatiche avverse e pericolose, scioperi, etc.) presenti nei Paesi di destinazione dei lavoratori, assegnando alle stesse un livello di gravità. Inoltre, i viaggiatori hanno a disposizione un'applicazione sul loro smartphone che garantisce la loro tracciabilità e notifica loro l'insorgere di eventuali situazioni di emergenza; in caso di allarme il lavoratore può generare un **S.O.S.** affinché si attivi la procedura di assistenza dall'Italia.

Con specifico riferimento all'attività svolta nei punti vendita dei negozi monomarca, stante il modello di servizio delineato, vi è un'assidua frequentazione del magazzino e quindi l'uso intensivo della scala a libro portatile, che è statisticamente il primo fattore infortunistico.

L'identificazione di tali rischi da attività di routine è stata condotta da un professionista abilitato (RSPP in Italia, figure simili negli altri Paesi). Quando vengono introdotte nuove mansioni, nuovi macchinari, nuovi prodotti chimici, ecc. il referente interpella preventivamente il professionista abilitato per una valutazione dei rischi e per valutare inoltre le possibili migliorie da apportare per la corretta gestione del rischio.

Ai fini della gestione di tali tipologie di rischio, il Gruppo Geox ha definito un modello di tipo preventivo. In via generale, è richiesto ad ogni lavoratore di non esporre se stesso o altri lavoratori a pericoli che possano causare lesioni e recare danno a se stesso o ad altri, adottando le misure preventive stabilite dal Gruppo per la tutela della salute e sicurezza, comunicate attraverso specifici documenti interni (e.g. linee guida, istruzioni operative), formazione e informazione.

Oltretutto, i lavoratori ricevono una formazione adeguata al fine di ravvedere eventuali pericoli ed hanno i mezzi per notificarli. Non ci sono state finora rappresaglie, poiché la cultura della sicurezza invita all'evidenziare fattori di rischio.

Per quanto concerne l'informazione, le comunicazioni per i lavoratori sono rese disponibili nelle bacheche, pubblicate nel portale intranet e inviate per e-mail oltre ad essere oggetto dei corsi di formazione. Laddove presente un Sistema di Gestione, le procedure e i moduli dello stesso vengono preventivamente condivise con le funzioni interessate (i Preposti e i rappresentanti dei lavoratori), e successivamente diffuse a tutti i lavoratori e rese disponibili nel Portale aziendale. Geox Retail ha una nuova piattaforma, StepX, strumento di *community* utile per dialogare con ciascun dipendente nei negozi, anche in materia di Salute e Sicurezza.

Inoltre, Geox organizza periodicamente corsi di formazione, che variano in termini di tipologia e frequenza a seconda del ruolo (preposto, dirigente, rappresentante dei lavoratori, addetto alla squadra emergenze, etc.), affinché i lavoratori siano adeguatamente formati in merito ai rischi specifici e possano segnalare eventuali situazioni capaci di arrecare danno. Infatti, i lavoratori assoggettati a rischi specifici, (ad esempio, soggetti a rischio chimico) ricevono adeguata formazione e addestramento, rispettando gli adeguamenti normativi in materia.

Il singolo lavoratore, infatti, può segnalare la presenza di un determinato rischio al proprio Preposto oppure direttamente al Servizio di Prevenzione e Protezione. Nei punti vendita italiani è presente un apposito modulo del SGSL per segnalare il mancato infortunio.

Nelle società in cui viene adottato un Sistema di Gestione è inoltre previsto che i lavoratori utilizzino un apposito modulo per segnalare infortuni e *near miss* (da intendersi come qualsiasi evento, correlato al lavoro, che avrebbe potuto causare un infortunio o danno alla salute (malattia) o morte ma, solo per puro caso, non lo ha prodotto: un evento quindi che ha in sé la potenzialità di produrre un infortunio) e descrivere la dinamica degli stessi; sulla base di tali segnalazioni il Responsabile della Sicurezza ne indaga la causa al fine di individuare le misure adeguate da attuare per ridurre il rischio di infortunio e successivamente propone le azioni da integrare al Datore di Lavoro, che è incaricato di valutare la necessità di apportare eventuali modifiche.

Il Gruppo si è posto l'obiettivo di digitalizzare le cartelle sanitarie ed i giudizi di idoneità – attualmente cartacei – tramite il ricorso al portale web. Tale implementazione è volta a velocizzare il processo di gestione dei dati sanitari ed è inoltre dovuto alla volontà di diminuire l'utilizzo di carta, riducendo inoltre i costi di spedizione/lavorazione delle cartelle.

Oltretutto, per Geox è necessario segnalare tempestivamente dei cambiamenti avvenuti all'interno del Gruppo, pertanto ha predisposto un modulo dove vengono tracciati i cambiamenti affinché possano essere analizzati e mitigati gli eventuali rischi.

Nel corso del 2021, il Gruppo ha erogato complessivamente 2.786 ore di formazione in materia di salute e sicurezza attraverso corsi rivolti a tutte le categorie di lavoratori (-64% rispetto al 2020 e -61% rispetto al 2019).

Il Gruppo ha altresì definito specifici protocolli sanitari elaborati in ragione delle risultanze emerse a seguito della valutazione dei rischi che definiscono le attività di sorveglianza sanitaria periodica cui devono essere sottoposti i lavoratori in relazione al gruppo omogeneo di rischio di appartenenza. In caso di lavoratori esterni al perimetro del Gruppo, viene redatto il DUVRI per la gestione dei rischi.

Prima dell'apertura di una nuova sede di lavoro, sia essa un ufficio o un punto vendita, è effettuata un'attenta valutazione dei rischi di salute e sicurezza. Periodicamente sono in seguito svolti audit interni volti a verificare la conformità dei luoghi di lavoro, l'efficacia delle procedure stabilite e delle attività di formazione svolte, attraverso analisi di tipo documentale e sopralluoghi dei luoghi stessi (verifica degli ambienti e delle attrezzature di lavoro), con l'obiettivo di definire delle tempistiche per l'attuazione delle migliorie, nonché la figura responsabile del processo di riduzione del rischio. Tali attività di verifica periodica sono attualmente svolte per Geox S.p.A., Xlog S.r.l., Geox Retail S.r.l. e previste *una tantum* in alcuni negozi in Europa. In un'ottica di miglioramento continuo nella gestione di tali aspetti, soprattutto con riferimento alle sedi di lavoro estere, sono altresì svolti con il supporto dei consulenti esterni degli audit di follow-up volti a verificare l'implementazione delle azioni correttive identificate a seguito di eventuali rilievi riscontrati nel corso di precedenti audit. Sulla base degli esiti degli audit e delle risultanze delle checklist periodicamente compilate dai Preposti, sono identificati e aggiornati gli obiettivi di sicurezza del Gruppo.

Generalmente, in ciascuno Stato sono presenti dei Comitati o dei rappresentanti dei lavoratori che si radunano almeno una volta all'anno per condividere le valutazioni dei rischi, nonché le proposte e le scelte effettuate circa le attività di miglioramento implementate o da implementare.

In Italia, Geox organizza annualmente una riunione sul tema della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, a cui partecipano il Datore di Lavoro, il medico competente, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione, il Presidente dell'Organismo di Vigilanza e il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza. Nell'ambito di tale riunione, di cui viene redatto verbale, si condividono analisi e risultati relativamente alla valutazione dei rischi, alle attività di sorveglianza sanitaria, all'andamento degli infortuni, ai dispositivi di protezione individuale utilizzati e alle attività di formazione e informazione dei lavoratori.

In alcuni Paesi esteri sono presenti comitati costituiti dal Datore di Lavoro, da rappresentanti dei lavoratori e dal responsabile della funzione Risorse Umane che si riuniscono periodicamente con le medesime finalità; in alcuni casi tali comitati si riuniscono anche per individuare eventuali nuovi rischi derivanti da nuove attività al fine di accelerare il processo decisionale in merito alle migliori soluzioni da adottare.



COVID-19 – LA GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Il gruppo Geox, sin dall'inizio della pandemia da Coronavirus, ha adottato le opportune misure per la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori.

Già a gennaio 2020, prima dell'arrivo in Italia del virus, il Gruppo ha iniziato a definire in modo rigoroso delle linee guida per le trasferte da e verso l'estero. Con l'avvento delle prime restrizioni normative, nel marzo 2020, sono state implementate alcune misure anti-contagio sia in Italia che all'estero (i.e. misura della temperatura, regolamenti interni di buona prassi igienica, procedure per l'esecuzione dello smartworking, suddivisione degli open space, limitazioni agli assembramenti, ecc.).

In seguito, nel corso del periodo di lockdown, è stato redatto ed adottato il Protocollo Anticontagio per la sede di Biadene di Montebelluna (TV), che successivamente è stato declinato secondo le normative locali in ogni Stato e per le società del Gruppo, Xlog S.r.l. e Geox Retail S.r.l. per la rete vendita. In tal modo, al rientro graduale negli uffici e nei negozi, la regolamentazione delle attività era già nota ed in vigore (ad es. segnaletica di distanziamento, utilizzo gel sanificante mani, utilizzo mascherine, segnaletica di istruzioni anticontagio, numero massimo di partecipanti alle riunioni svolte in presenza in base alla capienza degli spazi, ecc.). Le regole del Protocollo Anticontagio sono aggiornate in base ai Decreti periodicamente emanati dal Governo italiano o secondo le normative locali di ogni Stato estero.

Tutti i dispositivi individuali di sicurezza (ad es. barriere in plexiglas, gel e prodotti sanificanti, ecc.) sono acquistati centralmente dalla Sede Centrale ed inviati, secondo necessità, ai negozi e agli uffici. Oltretutto, ai lavoratori di Geox è stata garantita la possibilità di ricevere il vaccino antinfluenzale gratuitamente presso l'infermeria aziendale.

Dal mese di maggio, la Società ha dato la possibilità a tutti i dipendenti e a tutti i consulenti esterni della Sede Centrale di sottoporsi a test sierologici rapidi; da novembre, invece, sono stati resi disponibili anche tamponi antigenici rapidi e sono state implementate misure maggiormente stringenti in relazione agli accessi di personale non dipendente presso le sedi al quale è stato, altresì, richiesto l'esito negativo di test sierologico o antigenico. Grazie a tali misure, il rischio di contagio è valutato "basso" sia nei negozi, sia negli uffici.

Si segnala che in Italia gli Organi di controllo preposti hanno effettuato alcune ispezioni che hanno registrato esito positivo.

Nel 2021 nella Sede centrale e nei depositi della logistica si sono svolti ulteriori tamponi antigenici fino all'entrata in vigore dell'obbligo del Green Pass per i lavoratori. Sono stati quindi fissati presso tutti i tornelli di ingresso i lettori di Green Pass mediante APP Verifica C19. Nei punti vendita è stata installata l'APP nei tablet in dotazione per il controllo del Green Pass obbligatorio tra dipendenti. Apposite Procedure Organizzative sono state diffuse a tutti i lavoratori e agli esterni che operano nei perimetri dell'Azienda con il dettaglio delle modalità della verifica e delle relative conseguenze in caso di mancato possesso del Green Pass. Il Comitato Anticovid è sempre interpellato circa le azioni da intraprendere e i conseguenti aggiornamenti dei Protocolli. Viene inoltre redatto e aggiornato un file condiviso con i dipartimenti HR locali dei Paesi esteri con l'elenco delle misure anticovid nelle varie nazioni.

Le trasferte sono state autorizzate nel rispetto delle regole anticovid del Paese di destinazione e di rientro.

Anche per il 2021, un'attenta gestione dei luoghi di lavoro, una continua attività di comunicazione e sensibilizzazione, volte alla prevenzione, nonché al monitoraggio della corretta applicazione dei piani di miglioramento, hanno contribuito a limitare il numero di infortuni sul luogo di lavoro.

Annualmente vengono esaminate le statistiche sugli infortuni per monitorarne l'andamento e per identificare, implementare e attivare eventuali azioni correttive dirette ad eliminarne la causa. Sono inoltre monitorati e valutati tutti gli indicatori relativi agli indici infortunistici.

Per le società certificate, il Riesame della Direzione è un valido strumento per il monitoraggio degli obiettivi annuali, sul loro raggiungimento e sull'aggiornamento degli stessi e l'aggiunta di nuovi obiettivi.

Negli ultimi mesi del 2021 in Geox Retail è stata avviata la nuova piattaforma StepX, utile a diffondere tutti i documenti relativi alla sicurezza e per interagire con ciascun dipendente dei negozi. Tale strumento è utile per rafforzare i temi di salute e sicurezza e pertanto il suo utilizzo sarà esteso anche presso altri Paesi.

Vengono inoltre svolte delle verifiche periodiche basate su check-list, condotte a più livelli e audit interni e/o di terza parte volte a garantire il controllo dell'applicazione delle procedure.

Nel triennio 2019-2021 non è stato registrato nessun incidente mortale. Si segnala inoltre che nel 2019 e nel 2021 non sono stati registrati casi di malattie professionali, mentre nel 2020 se ne sono verificati otto in Nord America. Il tasso complessivo di malattie professionali³⁰ del Gruppo è conseguentemente pari a 0,27% per l'anno 2020 ed è nullo per gli anni 2019 e 2021.

Per il triennio 2019-2021, il tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro³¹ risulta nullo.

Si è riscontrato che le principali tipologie di infortunio sono dovute a cadute, scivolamenti, inciampi, tagli, incidenti stradali avvenuti durante il tragitto per recarsi al posto di lavoro e a dolori provocati al sollevamento di oggetti.



³⁰ malattie professionali = (Numero di malattie professionali / Numero di ore lavorate) * 200.000.

³¹ infortuni sul lavoro = (Numero di decessi risultanti da infortuni sul lavoro / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

Numero di infortuni suddivisi per genere e area geografica 2021

	Uomini	Donne	Totale
Sul luogo di lavoro	12	50	62
Italia	4	14	18
Europa	5	28	33
Nord America	1	2	3
Resto del mondo	2	6	8
<i>In itinere</i>	3	13	16
Italia	1	7	8
Europa	2	4	6
Nord America	0	0	0
Resto del mondo	0	2	2
Totale	15	63	78

Infortuni con gravi conseguenze 2021

	Uomini	Donne	Totale
Sul luogo di lavoro	1	1	2
Italia	0	0	0
Europa	0	1	1
Nord America	0	0	0
Resto del mondo	1	0	1
<i>In itinere</i>	0	0	0
Italia	0	0	0
Europa	0	0	0
Nord America	0	0	0
Resto del mondo	0	0	0
Totale	1	1	2

Malattie professionali (2021)

	Uomini	Donne	Totale
Italia	0	0	0
Europa	0	0	0
Nord America	0	0	0
Resto del mondo	0	0	0
Totale	0	0	0

Numero di ore lavorate (2021)

	Uomini	Donne	Totale
Italia	620.884	1.205.606	1.826.490
Europa	162.613	648.845	921.292 ³²
Nord America	15.599	27.437	43.036
Resto del mondo	542.858	445.939	988.797
Totale	1.341.954	2.327.827	3.779.615³³

Indici infortunistici 2021

	Uomini	Donne	Totale
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili³⁴	11,18	27,06	20,64
Italia	8,05	17,42	14,23
Europa	43,05	49,32	42,33 ³⁵
Nord America	64,11	72,89	69,71
Resto del mondo	3,68	17,94	10,11
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze³⁶	0,75	0,43	0,53³⁷

³² Il numero di ore lavorate negli stabilimenti presenti in Polonia e in Ungheria sono state inserite solamente nel totale poiché non è stato possibile suddividerle per gender.

³³ Il numero di ore lavorate negli stabilimenti presenti in Polonia e in Ungheria sono state inserite solamente nel totale poiché non è stato possibile suddividerle per gender.

³⁴ Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = (Numero di infortuni sul lavoro registrabili / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

³⁵ Il numero di ore lavorate negli stabilimenti presenti in Polonia e in Ungheria sono state inserite solamente nel totale poiché non è stato possibile suddividerle per gender.

³⁶ Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze = (Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze ad esclusione dei decessi / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

³⁷ Il numero di ore lavorate negli stabilimenti presenti in Polonia e in Ungheria sono state inserite solamente nel totale poiché non è stato possibile suddividerle per gender.

Dal 2020, nell'ottica di fornire una disclosure dei dati sempre più completa, vengono raccolti altresì i dati relativi agli infortuni dei lavoratori non direttamente in forza presso il Gruppo, ovvero i lavoratori di una cooperativa i cui dipendenti sono impiegati presso il centro logistico di Signoressa (TV).

Numero di ore lavorate per lavoratori non dipendenti, suddivisi per genere 2021

	Uomini	Donne	Totale
Sul luogo di lavoro	10	1 ³⁸	11
<i>In itinere</i>	2	0	2
Numero di ore lavorate	289.553	111.226	400.778

Indici infortunistici non dipendenti 2021

	Uomini	Donne	Totale
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili³⁹	41,44	8,99⁴⁰	32,44⁴¹

Non si sono registrati casi di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze o di decessi per i non lavoratori, pertanto il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)⁴² ed il tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro⁴³ risultano nulli per il 2021. Si è riscontrato che gli infortuni relativi ai lavoratori non dipendenti sono dovuti a movimentazione manuale dei carichi, a caduta da scale/incespicamento e ad errori di distrazione.

³⁸ Infortuni sul luogo di lavoro oltre a 1 ricaduta da infortunio.

³⁹ Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = (Numero di infortuni sul lavoro registrabili / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

⁴⁰ Conteggiando la ricaduta da infortunio, il tasso di infortuni sul lavoro registrabile per i non lavoratori è pari a 17,98.

⁴¹ Conteggiando la ricaduta da infortunio, il tasso di infortuni sul lavoro registrabile per i non lavoratori è pari a 34,93.

⁴² Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze = (Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze, ad esclusione dei decessi / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

⁴³ Infortuni sul lavoro = (Numero di decessi risultanti da infortuni sul lavoro / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

Dialogo e comunicazione interna

Il Gruppo Geox riserva un alto grado di attenzione ai suoi collaboratori e promuove una serie di iniziative volte ad incrementare il coinvolgimento dei dipendenti all'interno dell'azienda, così come il loro senso di appartenenza.

La comunicazione è infatti per Geox uno strumento efficace per favorire una cultura condivisa e creare un ambiente sereno e favorevole all'interno del Gruppo.

In particolare, come già approfondito nella sezione Formazione e sviluppo del personale, nel corso del 2021 è stato avviato StepX, uno strumento importante e strategico in quanto hub dedicato alla connessione e comunicazione fra tutti gli interlocutori che lavorano nel e per il business Retail Geox a livello *worldwide*. Con la business community StepX, la cultura Retail Geox sarà condivisa quotidianamente attraverso una serie di contenuti dedicati, in un proficuo e continuo scambio bidirezionale tra Sede Centrale e territorio (negozi e filiali). Nel corso del periodo di rendicontazione, è inoltre continuata l'attività di aggiornamento ed arricchimento della Intranet aziendale, al fine di assicurare che i dipendenti del Gruppo siano costantemente informati in merito ai servizi resi disponibili dall'azienda, nonché ai risultati aziendali, alle campagne di comunicazione e ai nuovi prodotti.



Relazioni industriali

In tutti i Paesi di operatività del Gruppo Geox, quest'ultimo ha da sempre cercato di costruire e mantenere un proficuo dialogo con le rappresentanze sindacali al fine di trovare le migliori soluzioni per conciliare i bisogni del singolo lavoratore o di una determinata categoria di lavoratori con quelli dell'azienda.

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

Nell'ipotesi in cui il rapporto di lavoro non sia coperto dalla contrattazione collettiva nazionale, il contratto individuale di lavoro è redatto in modo tale da garantire una chiara identificazione e assicurare il pieno rispetto di tutte le norme previste a tutela dei lavoratori, sia in tema di diritti personali che retributivi.

Dipendenti coperti da contratto collettivo nazionale

	2019	2020	2021
Numero di dipendenti coperti dalla contrattazione collettiva nazionale	2.678	2.252	2.149
Percentuale sul totale dei dipendenti	52% ⁴⁴	51% ⁴⁵	71% ⁴⁶

Nell'ottica del mantenimento di relazioni improntate al riconoscimento reciproco, al dialogo e alla collaborazione, in presenza di rappresentanze sindacali di categoria e aziendali, Geox organizza degli incontri periodici di confronto.

Nel corso del 2021, per Geox Retail, è stato stipulato un accordo con le Organizzazioni Sindacali a livello nazionale che ha previsto la possibilità, per i dipendenti dei negozi che ne facessero richiesta, di risolvere consensualmente il rapporto di lavoro.

La tutela di un rapporto di lavoro chiaro e trasparente è rafforzata dalla presenza di un sistema di policy e regolamenti aziendali. In particolare, per Geox Retail, è stato introdotto un regolamento e una policy all'interno di ciascun punto vendita con l'obiettivo di regolare i rapporti con i clienti, tra le risorse del negozio, i superiori gerarchici e il rispetto delle procedure aziendali.

⁴⁴ In alcuni Paesi in cui opera il Gruppo Geox non è presente il CCNL.

⁴⁵ In alcuni Paesi in cui opera il Gruppo Geox non è presente il CCNL.

⁴⁶ In alcuni Paesi in cui opera il Gruppo Geox non è presente il CCNL.

Stabilimento produttivo in Serbia

In passato presso Vranje, nel sud della Serbia, era sorto un distretto di produzione calzaturiera, rivalorizzato da Geox con lo scopo di far crescere la cultura manifatturiera di calzature di qualità mediante l'impiego di moderne e sofisticate tecnologie di lavorazione.

Lo stabilimento produttivo di Vranje, dedicato esclusivamente alla produzione di calzature formali, ha terminato le proprie attività nel 2021, ciò in quanto il progressivo mutamento delle scelte di acquisto dei consumatori ha determinato un deciso spostamento dei consumi verso scarpe casual e a prezzi più contenuti, a discapito quindi delle calzature formali. In tale contesto, sin dal 2018 il Gruppo, pur non avendo una domanda di scarpe formali in quantità tali da saturare la produzione dello stabilimento serbo, ha tentato di supportare la produzione in loco muovendo produzioni dall'Asia e importando tutti i materiali nel Paese con forti aggravii di costo per il Gruppo. La pandemia Covid-19 ha fortemente accelerato i trend in atto, oltre che determinare importanti effetti negativi sull'intero settore scarpe e abbigliamento. Questa situazione di difficoltà destinata a durare nel medio periodo, combinata all'evoluzione strutturale della domanda di mercato, agli impatti derivanti dalla pandemia e alle previsioni sulla domanda futura di queste tipologie di prodotti hanno reso insostenibile il mantenimento delle attività produttive in Serbia. Il Gruppo Geox ha comunque supportato attivamente il processo di transizione, guidato dalle Autorità del Paese, identificando nuovi investitori che hanno permesso di mitigare gli impatti creati dalle difficoltà dello stabilimento serbo sui livelli occupazionali dell'area.

L'attività di produzione dello stabilimento serbo di Geox è pertanto terminata nel mese di luglio 2021. A seguito di ciò, è cessato il rapporto di lavoro con tutti i dipendenti, ad eccezione di un esiguo numero di dipendenti al fine di eseguire le attività di liquidazione. Geox ha collaborato con il Servizio Nazionale per l'occupazione di Vranje al fine di favorire agilmente l'inserimento nelle liste di disoccupazione e per far recepire agli ex-dipendenti gli aiuti economici previsti dalla legislazione serba.

Nonostante le difficoltà riscontrate nel corso del 2021 dovute al cattivo andamento della produzione e all'avvio della procedura di liquidazione, lo stabilimento serbo è comunque riuscito a sostenere iniziative di beneficenza per la farmacia comunale di Vranje, contribuendo finanziariamente (circa 17.000 €) alla produzione di prodotti di disinfezione necessari per contrastare la pandemia.





Clienti

GEOX = WELLBEING + WELL
DESIGNED: MIGLIORARE IL
BENESSERE QUOTIDIANO DI TUTTE
LE PERSONE, FAVORENDONE IL
MOVIMENTO E L'ATTIVITÀ FISICA IN
GENERALE

NUOVE SERIE DI SNEAKERS
AERANTIS™ E SPHERICA™ IN
VERSIONE SOSTENIBILE CON
TOMAIA IN ECONYL®

INTRODUZIONE NEI NEGOZI DEL
SERVIZIO DI SHOW-ROOMING CHE
CONSENTE AL CLIENTE DI
ACQUISTARE ARTICOLI NON
PRESENTI NEL PUNTO VENDITA

IMPLEMENTAZIONE DEL PROGETTO
“PROFILO DIGITALE UNICO DEL
CLIENTE” PER UNA MIGLIORE
CUSTOMER EXPERIENCE OFFLINE E
ONLINE

GEOX NELLA TOP 15 DEL
CUSTOMER EXPERIENCE
EXCELLENCE

PROGRAMMI DI FORMAZIONE PER
MIGLIORARE LE SKILLS DI
GESTIONE DEL RAPPORTO CON IL
CLIENTE PER TUTTI I SALES
ASSOCIATE

1° POSTO NELLA CATEGORIA
CALZATURE “MIGLIORE INSEGNA
2022”, RICERCA PROMOSSA DA
LARGO CONSUMO IN
COLLABORAZIONE CON IPSOS

Centralità del cliente ed eccellenza del servizio

Geox pone da sempre al centro della propria attività elementi imprescindibili per lo sviluppo del prodotto, quali la tecnologia e l'innovazione dello stesso ed altri valori aziendali

Questa scelta si riflette in processi produttivi innovativi, tecnologici, rispettosi della salute e sicurezza dei lavoratori nonché sostenibili e a salvaguardia degli ecosistemi.

La costante attenzione al cliente finale, infine, costituisce l'elemento fondamentale per consolidare e rendere evidenti questi valori aziendali.

Geox ha infatti posto il cliente al centro della propria catena del valore, tenendolo in considerazione in ogni sua azione e decisione con l'obiettivo di anticipare proattivamente le sue necessità e i suoi desideri e rispondere rapidamente alle sue richieste e aspettative. In particolare, all'interno del **Codice Etico**, Geox ha individuato come obiettivo primario del Gruppo la piena soddisfazione delle esigenze dei propri clienti e la creazione di un solido rapporto ispirato ai generali valori di correttezza, onestà, integrità, efficienza, affidabilità, professionalità e trasparenza. Sempre all'interno del proprio Codice Etico, il Gruppo afferma il proprio impegno a fornire ai propri clienti prodotti che si caratterizzano per i più alti standard di qualità, di sicurezza e di servizio. In particolare, Geox assicura che i suoi prodotti incontrino le aspettative e i requisiti del mercato, anche in termini di sicurezza dei materiali e delle sostanze chimiche utilizzate, perseguendo la qualità e il miglioramento continuo nell'ambito delle attività svolte.

In tale ottica riveste un ruolo di fondamentale importanza il personale di vendita, e, più in generale, l'esperienza di acquisto dei clienti. Geox effettua un costante investimento nell'attenta progettazione dei momenti di interazione con il cliente nei diversi canali di vendita, siano essi negozi fisici o canali digitali.

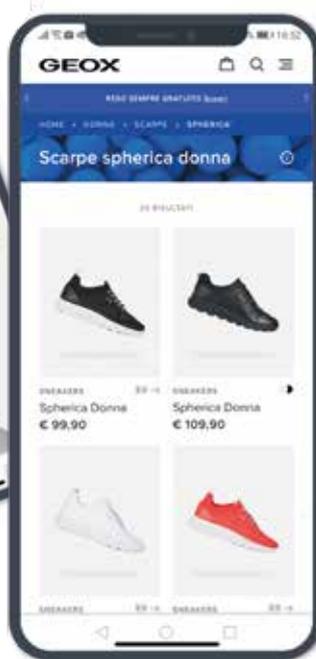
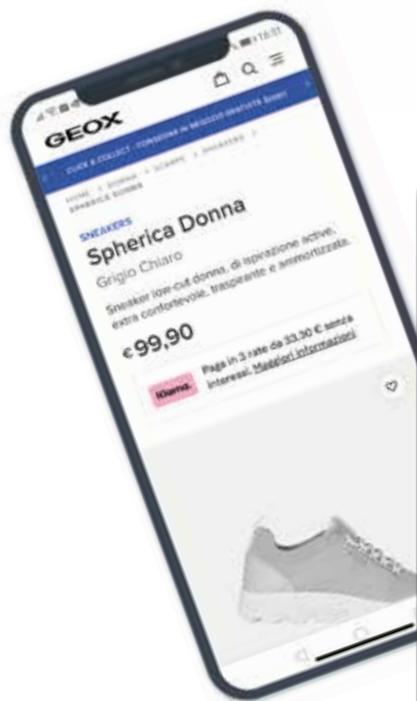
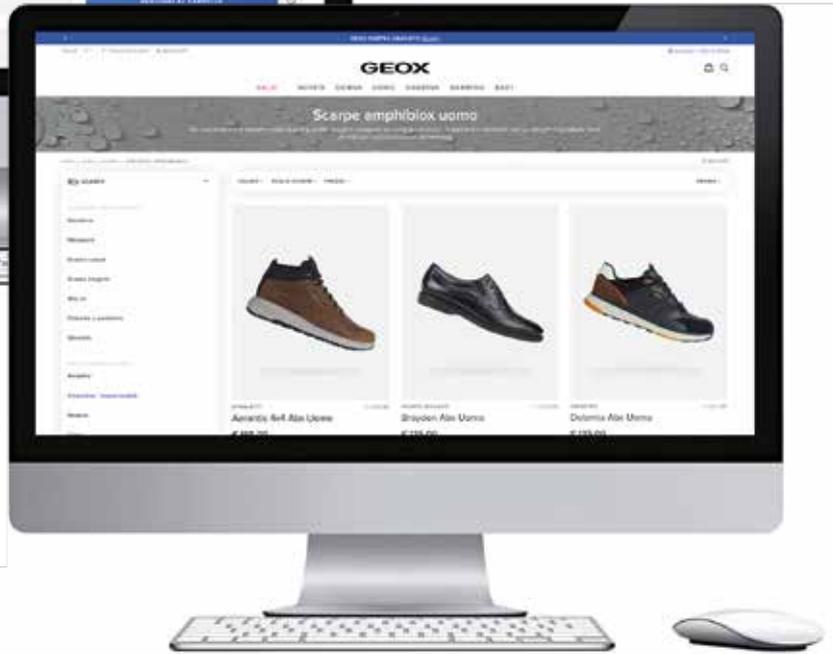
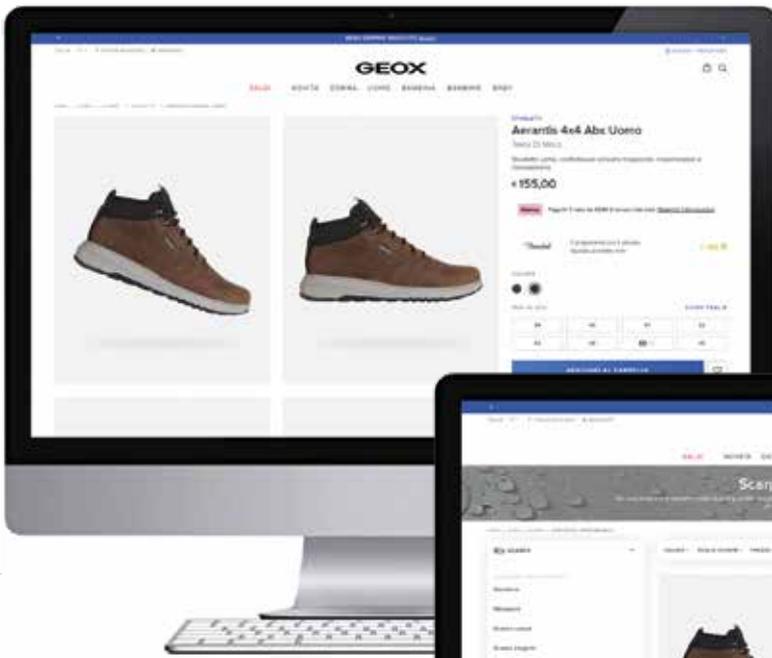
Negli anni questa attenzione si è tradotta, da un lato, nello sviluppo di *customer journey* automatizzati all'interno dei canali digitali al fine di reagire in tempo reale ai comportamenti del cliente e, dall'altro, nel rinnovamento dei negozi fisici secondo la filosofia che li vede non solo come un luogo dove acquistare, ma anche come un posto dove vivere esperienze ed emozioni.

Nell'ottica di tradurre in realtà gli elementi valoriali *della "customer-centricity"*, il Modello di Servizio Geox è diventato, a partire dal 2019, Modello di Relazione: *l'effort* è stato focalizzato sul fornire ai *sales associate* strumenti finalizzati a migliorare le loro *skills* di ingaggio della clientela. Tali strumenti si concretizzano prevalentemente nel fornire agli stessi una formazione costante e di qualità. Tale Modello di Relazione consta di 4 elementi fondamentali: salutare, ingaggiare e investigare, offrire e tecnologia.

Anche il 2021 si è caratterizzato per una rinnovata attenzione verso il consumatore. In particolare, attraverso il rigoroso rispetto delle normative legate alla pandemia in atto, i punti vendita del Gruppo Geox possono essere considerati un ambiente sicuro, nel quale è garantito il rispetto di tutte le regole, tutelando così sia il consumatore finale sia gli addetti alle vendite. Inoltre, nella prima parte dell'anno è stato confermato il servizio di *booking*, già attivo nel 2020, che consentiva di accedere allo store su prenotazione, secondo le esigenze di ciascun cliente.

Alcuni servizi legati all'Omnicanalità sono stati semplificati, al fine di favorire una facilità di approccio agli stessi da parte del consumatore.

Al fine di favorire la fidelizzazione dei clienti, il personale di negozio è stato sollecitato, attraverso l'organizzazione di *contest* e la previsione di meccanismi di *rewarding*, a promuovere la sottoscrizione di nuovi clienti al programma *Benefeet*. A tal fine il personale di negozio è stato anche adeguatamente formato attraverso l'erogazione di corsi digitali. A partire da gennaio 2022 la *Lead Acquisition* entrerà nel piano di *incentive* del personale di negozio.



Da novembre 2021 è attiva STEPX, una *Digital Business Community* che sta progressivamente sostituendo l'utilizzo delle e-mail, di WhatsApp e di Geoxconnect per dialogare costantemente con il personale di negozio. La novità dello strumento è quella di poter attivare comunicazioni con ogni singolo dipendente, instaurando un continuo flusso di informazioni bidirezionali che possono anche essere aggregate in modo strutturato tramite Dashboard. La finalità di STEPX è quella di:

- **Informare:** la piattaforma consente di erogare in modo veloce, essenziale, moderno e snello tutte le informazioni vitali per il Business, tramite post o newsletter. Esiste un repository che consente ad ogni persona di accedere allo storico delle informazioni condivise;
- **Formare:** attualmente per l'Italia, ma a tendere anche per tutti gli altri core market, la formazione viene erogata attraverso questa Community che consente di rilevare - puntualmente per i negozi a gestione diretta ed a livello aggregato per i negozi in franchising - chi ha visionato le pillole informative erogate nonché di avere feedback continui e puntuali su richiesta dell'azienda;
- **Ingaggiare:** la Community dà spazio alle soft skill, vitali per creare una rete vendita impegnata nei confronti dell'Azienda e dei suoi bisogni.

I rapporti con il consumatore sono stati facilitati dall'introduzione del cd. "X-Store Concept", ad oggi presente nel 68% della rete globale Geox, sviluppato per offrire al cliente un'esperienza di acquisto innovativa in termini di rintracciabilità delle vendite, di metodi di pagamento e di modalità di effettuazione dei resi. L'obiettivo di Geox per il 2022 in tale ambito è quello di offrire ulteriori servizi, come ad esempio lo scontrino digitale, la *gift card* e la tracciabilità dei pagamenti.

Nel 2021 è stata completata la clusterizzazione dei negozi nelle categorie "Flagship", "Brand Enhancing", "Brand Supporting" e "Brand Neutral" che avrà un impatto sul consumatore specialmente a partire dal 2022 quando verrà segmentata in modo più efficace l'offerta di prodotto che consentirà di assicurare una *Experience* di Brand differenziata per i vari cluster.

Inoltre, al fine di permettere al consumatore di poter accedere alla totale selezione dei prodotti, è stato introdotto nei negozi il concetto di *show-rooming*, offrendo la possibilità di acquistare articoli non presenti fisicamente nel punto vendita, ma visionabili tramite un articolo in esposizione. Tale possibilità è volta a rafforzare sempre di più l'idea di "Consumatore al centro", per permettere al cliente di poter decidere di acquistare i prodotti dove e quando desidera.

A fine 2021 è stato firmato il contratto con Medallia, leader mondiale di *Voice of Customer* e survey dedicate al consumatore finale, che consentirà, a partire da Marzo 2022, di contattare tutti i clienti dopo un acquisto per ricevere feedback sulla reale esperienza di negozio, superando così il concetto di Mystery Shopping. Le informazioni raccolte attraverso questi feedback verranno anche utilizzate per evolvere a livello di Modello di Relazione.

La formazione dei Team di negozio rappresenta la premessa per l'instaurazione di un buon rapporto con il consumatore finale e per garantire un servizio di qualità negli store. A tal fine anche nel 2021 il personale di negozio ha seguito corsi di formazione, relativi sia al prodotto sia al Modello di Relazione, erogati digitalmente in quanto tale approccio risulta essere maggiormente inclusivo e smart, permettendo inoltre di formare la totalità del personale contemporaneamente. Anche per tale finalità, a fine 2021 i negozi medi e grandi sono stati dotati di un tablet aggiuntivo, che facilitando l'accesso del personale di vendita ai corsi di formazione. Il tablet aggiuntivo, inoltre, facilita l'interazione con il cliente finale, consentendo un maggior numero di vendite attraverso il servizio Geox@home (vendita a distanza per prodotti non presenti in negozio) e la raccolta di informazioni sui clienti in modalità *paperless*. Permettere al personale di conoscere meglio il prodotto e il consumatore nonché le necessità di business di Geox in modo trasparente facilita la creazione di sinergie volte a migliorare le performance del Gruppo.

Anche nel 2021, *Benefeet* – il programma di fidelizzazione dei clienti a mezzo raccolta punti legato a livelli di spesa – è stato il canale principale per l'interazione, la comunicazione e la raccolta di informazioni sul cliente.

Tale programma riconosce agli aderenti il diritto di utilizzare i punti accumulati nel corso di un determinato esercizio, per gli acquisti nei **Geox Shop** di proprietà, nei Geox Shop aderenti in franchising, oppure sul sito **www.geox.com** nei seguenti mercati: Italia, Spagna (inclusa Andorra per alcuni mesi del 2021), Francia, Belgio e Lussemburgo, Germania, Austria, Portogallo e Gran Bretagna. Tale programma è utilizzato per valorizzare il rapporto tra il Brand e i clienti più fedeli, ai quali vengono assegnati degli status, che determinano il livello di vantaggi del cliente stesso.

Nel 2021 è stato implementato il nuovo progetto, "Profilo Digitale Unico del Cliente", volto a semplificare e uniformare il processo di iscrizione in negozio e su **geox.com** e rendere subito disponibili tutti i vantaggi del programma fedeltà *Benefeet* e dell'account MyGeox agli iscritti.

Diversamente da come avveniva in precedenza, tale progetto consente di migliorare la *customer experience* offline e online, consentendo al cliente, attraverso un unico processo di registrazione di attivare l'account MyGeox e iscriversi al programma *Benefeet*.

Oltre al programma fedeltà *Benefeed*, l'interazione con i clienti è supportata dallo sviluppo della *contact strategy*, il cui contenuto si differenzia in base al tipo di iscrizione del cliente – partecipazione al programma *Benefeed* o iscrizione alla sola newsletter sul sito *geox.com* - e in base alle country aderenti al programma fedeltà.

La *contact strategy*, che presenta contenuti di comunicazione differenti a seconda del segmento di riferimento, è presente in tutti i mercati in cui è attivo il programma *Benefeed*, in tutti i mercati EMEA serviti da *geox.com* e nel mercato NORAM (Canada e Stati Uniti).

La *contact strategy* implementata ha permesso a Geox di arricchire i contenuti di comunicazione con uno *storytelling* del prodotto più attrattivo per accrescere l'interesse dei clienti nei confronti del Brand, e di ottimizzare le tempistiche di invio delle comunicazioni al fine di incrementare l'*open rate* e favorire così l'interazione con il cliente.

Per il 2022 l'obiettivo è rendere la *contact strategy* sempre più ricca e personalizzata al fine di rafforzare ulteriormente la relazione con il cliente loyalty facendolo sentire parte di una Community, vicino al brand ed orgoglioso di essere parte del mondo Geox. A tal fine, verrà implementata una piattaforma di *marketing automation* per l'invio delle comunicazioni che saranno sviluppate anche attraverso il supporto di consulenti esterni. Inoltre, sempre nel 2022, saranno sottoposte delle survey da sottoporre ai clienti *Benefeed* più fedeli, con l'obiettivo di conoscere meglio le loro abitudini di acquisto e il livello di gradimento del programma.

“CUSTOMER-CENTRICITY”:
L’OBIETTIVO PRIMARIO DEL
GRUPPO È LA PIENA
SODDISFAZIONE DELLE ESIGENZE
DEI PROPRI CLIENTI, FORNENDO
PRODOTTI CON ELEVATI STANDARD
DI QUALITÀ E SICUREZZA

CREAZIONE DEL MODULO
PAPERLESS, PER UNA PIÙ
EFFICIENTE GESTIONE DEI PROFILI
DEI CLIENTI BENEFEEET



Per tutti i clienti, Geox garantisce un servizio di *customer service* a più livelli per mitigare il rischio di non gestire in modo tempestivo il reclamo/contatto del cliente. Un servizio di assistenza *ad hoc*, inoltre, è riservato ai clienti iscritti al programma *Benefeed* i quali, rivolgendosi direttamente al **Servizio Clienti di Geox** (ai riferimenti indicati su geox.com alla sezione “servizio clienti” oppure sui canali social dell’azienda) o tramite uno dei **Geox Shop** aderenti al suddetto programma, possono richiedere informazioni relative al proprio profilo (modifica o cancellazione dati anagrafici rilasciati al momento dell’iscrizione, aggiornamento dei consensi previsti, verifica del saldo punti maturato partecipando all’iniziativa *Benefeed* “**Ogni passo un vantaggio**”, vantaggi dedicati e qualsiasi altra informazione relativa al programma fedeltà).

Per questioni strettamente collegate al trattamento dei dati personali, tutti i clienti registrati (iscritti al programma fedeltà o geox.com) possono scrivere all’indirizzo privacy@geox.com (indicato nell’informativa privacy disponibile su geox.com, nei **Geox Shop** e in calce alle comunicazioni inviate).

Instaurando un rapporto di interazione con il cliente, nel rispetto della normativa sulla raccolta e sul trattamento dei dati, e in base ai consensi prestati, Geox raccoglie diverse informazioni relative all’acquirente e al suo comportamento di acquisto che consentono di disporre di una consistente banca dati per conoscere meglio la propria clientela, in modo da offrire il servizio più adeguato. Sulla base delle analisi condotte su tale patrimonio informativo, il Gruppo Geox definisce anche una serie di iniziative di comunicazione con il cliente, quali ad esempio *newsletter* di prodotto, comunicazioni promozionali o relative al programma fedeltà.

Al fine di approfondire la conoscenza e il grado di soddisfazione dei clienti relative a categorie di prodotti e al programma *Benefeed*, nel corso del 2021 sono state condotte tre *survey* volte, rispettivamente, a comprendere le esigenze e le aspettative dei clienti per una calzatura ideale, valutare la conoscenza del programma fedeltà da parte dei clienti iscritti e valutare la consapevolezza e la considerazione del capispalla Geox.

Per soddisfare sempre di più il cliente e per offrire servizi ed esperienze in linea con le sue aspettative, saranno inviati ulteriori sondaggi per comprendere maggiormente le abitudini di acquisto e il gradimento del programma di fidelizzazione clienti attraverso una piattaforma di marketing automation.

Inoltre, la piattaforma di *marketing automation* sarà utilizzata per veicolare progetti di promozione di consumo responsabile, collaborando con le Direzioni aziendali al fine di far emergere l’impegno e l’interesse di Geox per i progetti sostenibili.

Sempre con riferimento al programma *Benefeed*, nel 2021 è stato creato il modulo *Paperless*, che consente al di modificare il profilo del cliente o di iscriversi al programma utilizzando i tablet presenti in negozio tramite l’applicazione *Paperless*.

Nel corso del 2021 è stato realizzato il nuovo programma *Benefeed*, avviato a gennaio 2022. Con la nuova versione, si è scelto di passare da logiche puramente transazionali a logiche relazionali, infatti risulta premiata la fedeltà di lungo periodo del cliente e non solo la spesa effettuata nel breve periodo. In tale logica, sono stati introdotti nuovi *status* collegati a vantaggi crescenti per valorizzare il rapporto tra il brand e i clienti fidelizzati.

Nel 2022 saranno, inoltre, potenziati tutti gli aspetti collegati all’Omnicanalità, legati sia alle procedure aziendali sia al *mindset* dei team di lavoro valorizzando il concetto che “il Web è da intendersi quale fondamentale supporto per Geox”.

La centralità del cliente per il Gruppo Geox si manifesta anche tramite la presenza di un ufficio *Customer Care*, pronto a gestire qualsiasi richiesta proveniente dai propri consumatori in relazione a qualsiasi canale di acquisto. Per quanto riguarda la qualità dei prodotti, Geox è particolarmente sensibile alla soddisfazione dei propri clienti attenendosi alle normative vigenti in ogni singolo Paese e valutando ogni caso tenendo in considerazione tutte le sue particolarità.

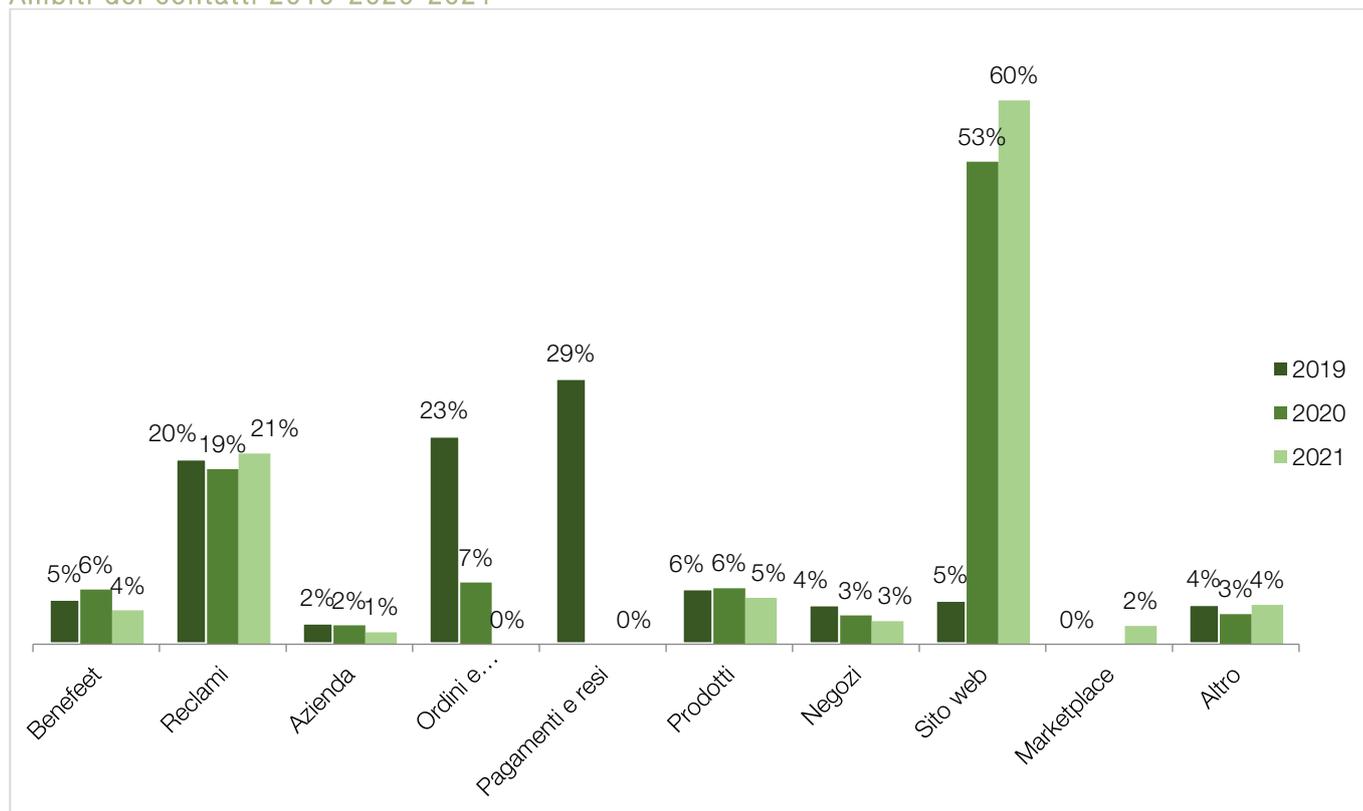
Nel corso del 2021, l’ufficio **Customer Care** ha gestito **172.235 casi**, di cui 169.308 emersi nel periodo di rendicontazione, legati sia alla fase di pre vendita sia quella di post vendita (nel 2020 e nel 2019 erano stati gestiti, rispettivamente, 155.815 casi e 185.210 activity⁴⁷). Di questi, 11.086 (10.089 casi nel 2020 e 18.562 activity nel 2019) si riferiscono a questioni legate alla qualità dei prodotti e comprendono tutte le comunicazioni scambiate con il cliente per concordare la soluzione per un totale di 5.351 azioni conclusive (3.163 nel 2020 e 6.673 nel 2019).

Nel corso del 2021 sono stati, inoltre, risolti 2.927 casi relativi ai precedenti periodi di rendicontazione (nel 2020 e nel 2019 erano stati risolti, rispettivamente, 1.231 e 584 casi relativi a precedenti periodi). Alla data di redazione del presente documento risultano ancora da risolvere 6 casi relativi al 2021.

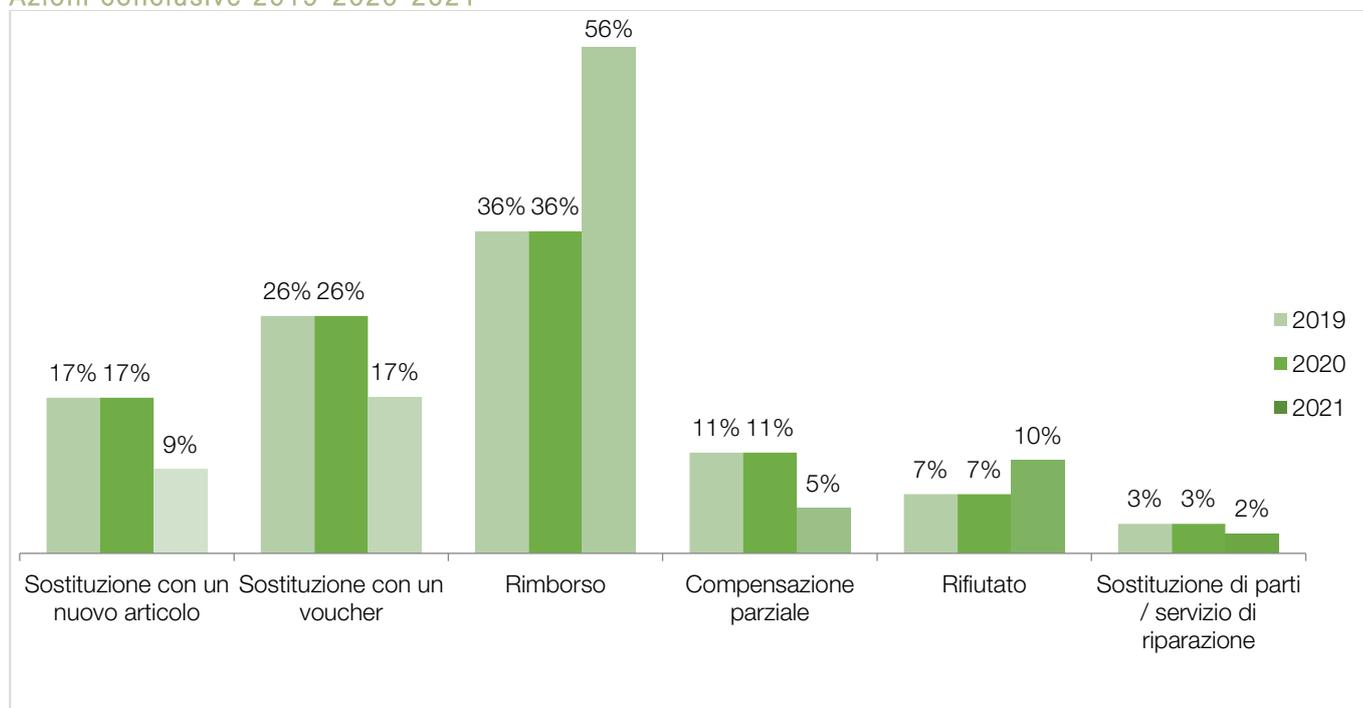
Con riferimento ai 169.308 casi, si segnala che nel corso del 2021, 3.426 sono stati generati dai nuovi canali di vendita diretti, attivati da Geox su piattaforme multibrand (marketplace).

⁴⁷ Le activity sono intese come tutte le interazioni occorse per singolo caso tra Customer Care e Cliente.

Ambiti dei contatti 2019-2020-2021⁴⁸



Azioni conclusive 2019-2020-2021



⁴⁸ Dal 2020 l'ambito "Pagamenti e resi" è confluito nell'ambito "Website". Inoltre, dal 2021 è confluito in quest'ultimo ambito anche "Ordini e spedizioni".

Sicurezza e protezione dei dati

A partire dal 2018, in ottemperanza delle disposizioni previste nel Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati Personali 679/2016 (GDPR), il Gruppo Geox ha strutturato, con il supporto di studi di consulenza esterni, un processo di mappatura e gap analysis dei trattamenti effettuati dei dati personali. Le attività funzionali volte a verificare la compliance rispetto al Regolamento sono proseguite nel corso del 2021 e il rispetto del regolamento, a livello interno di Gruppo, può essere ritenuto consolidato.

Dal punto di vista organizzativo, la figura del Data Protection Officer (DPO, Delegato Privacy), ha instaurato delle sinergie con la Funzione Legal & Corporate Affairs e con il Comitato Privacy, consentendo di realizzare un efficiente monitoraggio dei progetti e delle tematiche aziendali rilevanti per la privacy, consentendone una gestione coerente. Infatti, le funzioni interne di Geox sono state sensibilizzate alle tematiche privacy e sono state incentivate a relazionarsi costantemente con il DPO e con le funzioni precedentemente indicate. Oltretutto, durante il 2021 sono proseguite le riunioni di Comitato Privacy, coinvolgendo alla partecipazione anche il DPO, ed hanno consentito un efficiente scambio di informazioni.

In considerazione dell'attenzione alla tutela dei dati personali posta dall'azienda nei confronti degli stakeholders interni ed esterni, nel corso del 2019, Geox ha deciso di sottoporsi ad una attività di audit esterna a conferma delle procedure di gestione dei dati personali implementate dalla società relativamente ai clienti B2C. Tale attività si è conclusa nel 2020.

Nel corso dell'anno 2020 si è assistito ad un aumento esponenziale dei **cyber attack** perpetrati nei confronti di numerose aziende presenti sul territorio nazionale e internazionale. Il Gruppo Geox è stato vittima di un attacco **ransomware** nel mese di giugno 2020. In seguito a ciò, la Società ha provveduto prontamente a ripristinare i sistemi informativi e i database garantendo la continuità aziendale senza alcuna perdita di dati.

Nel 2021 sono proseguite le attività funzionali all'aggiornamento e alla manutenzione della documentazione aziendale al fine di raggiungere una maggiore fruibilità da parte degli incaricati delle diverse funzioni aziendali. Pertanto, sono continuate le iniziative volte ad aggiornare e ad ottimizzare adeguate misure tecniche e organizzative per rendere maggiormente efficaci i principi di protezione dei dati e ad integrare nel loro trattamento le necessarie garanzie, al fine di soddisfare i requisiti del GDPR e tutelare i diritti degli interessati. In particolare, si segnala il prosieguo del progetto volto a definire una versione più fruibile, in termini di struttura e di contenuti, del c.d. Manuale Privacy, che consentirà, anche attraverso la predisposizione di versioni digitali ed interattive, di potenziare le attività formative in materia. Inoltre, è stato avviato un progetto di valutazione d'impatto in funzione di nuovi trattamenti, o dei trattamenti in essere che hanno subito modifiche.

Nel corso del 2021 non si sono verificate rilevanti criticità sotto il profilo delle violazioni dei dati personali (data breach) in quanto gli eventi verificatisi sono stati circoscritti e non hanno presentato rilevanti problematiche sotto il profilo della protezione dei dati personali, infatti tali eventi non sono stati oggetto di notifica all'Autorità Garante in quanto non hanno determinato rischi per i diritti e le libertà degli interessati. Tale aspetto è evidente indice degli effetti positivi avuti dal potenziamento delle misure di sicurezza tecniche ed organizzative, inclusa la sensibilizzazione e la formazione interna. In particolare, già dal 2020 è stato dato impulso a tutta una serie di attività (già avviate negli anni precedenti), volte a rafforzare la sicurezza fisica delle infrastrutture e dei dati attraverso la definizione di specifiche attività proseguite anche nel 2021. Il Gruppo ritiene che l'importanza del patrimonio dei dati acquisiti non possa prescindere dalla rigorosa tutela della riservatezza dei dati delle persone che acquistano prodotti Geox, che lavorano o che collaborano con il Gruppo.

Nel corso dell'anno sono stati oggetto di particolare attenzione da parte del DPO:

- il rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali nel contesto delle evoluzioni e prescrizioni dettate dalla normativa per la prevenzione della pandemia Covid-19;
- l'adeguamento del sito web www.geox.com agli orientamenti in ambito UE in materia di cookie e strumenti di tracciamento (in particolare, per l'Italia, le Linee Guida dell'Autorità Garante rilasciate come provvisorie nel corso del 2021);
- la collaborazione per il rilascio di nuovi progetti in materia di formazione interna;
- la compliance dei nuovi progetti in materia di CRM, in particolare con il lancio del Profilo Digitale Unico (in luogo dei precedenti profili Benefeet e MyGeox).

Il database per il Customer Relationship Management (CRM) costituisce il bacino di dati personali dei clienti Geox. Come precedentemente anticipato, nel corso del 2021 l'iscrizione al programma *Benefeet* e l'iscrizione a MyGeox (account geox.com) sono state unificate ed è stato avviato un progetto volto a digitalizzare l'iscrizione presso i punti vendita, dando origine al "Profilo Digitale Unico del Cliente". Tali implementazioni hanno determinato i seguenti impatti in termini di *customer privacy and data security*:

- la digitalizzazione del processo di iscrizione, che avviene tramite l'utilizzo di un'applicazione installata nei tablet presenti negli store, permette una maggiore efficienza nella raccolta e nell'archiviazione dei dati personali degli utenti, evitando inoltre di conservare materiale cartaceo. Inoltre, l'applicazione installata sui tablet e l'applicazione web, utilizzate per l'iscrizione digitale, hanno permesso di implementare specifici controlli sulla correttezza formale dei dati rilasciati dal cliente come, ad esempio, l'indirizzo e-mail e il numero di cellulare, rafforzandone così il processo
- la finalizzazione dell'iscrizione digitale su tablet è subordinata e vincolata alla raccolta della firma elettronica da parte del cliente;
- l'attivazione del "Profilo Digitale Unico del Cliente" ha consentito di uniformare il processo di iscrizione e, conseguentemente, di raccogliere i dati personali sia online che offline in maniera più completa, meno frammentata e facendo in modo che siano riconducibili ad un unico soggetto, indipendentemente dal canale di iscrizione;

A seguito di questo progetto, è stata rivista l'informativa sulla privacy affinché le finalità e le procedure relative al trattamento e alla conservazione dei dati personali dei clienti – che sono in linea con le prescrizioni del GDPR - fossero trasparenti e facilmente comprensibili agli iscritti.

Inoltre, al fine di tutelare i diritti dei clienti, nell'ambito del programma *Benefeet* sono state attivate delle procedure che prevedono la formazione del personale negli store. Infatti, per garantire un'adeguata gestione del programma e la massima correttezza nella raccolta e nel trattamento dei dati personali, in conformità con le prescrizioni del GDPR, i negozi aderenti al programma fedeltà hanno ricevuto un manuale esplicativo del programma stesso e tutta la relativa documentazione è sempre accessibile sui portali Geox.connect e STEPX.

Per efficientare la gestione delle tematiche privacy, sono state inoltre implementate delle sessioni di allineamento con la Direzione Legale ed è stato implementato un servizio di ticketing per monitorare le richieste legate alla privacy, ricevute tramite la casella di posta privacy@geox.com, la cui gestione avviene nel rispetto dei tempi previsti dalla normativa.

Si segnala inoltre che nel corso del 2021 sono state registrate 303.603 nuove iscrizioni al programma *Benefeet*.

Nel 2021 sono state, inoltre, gestite complessivamente 48.086 richieste di modifica dei dati personali, di cancellazione al fine della rimozione dall'anagrafica cliente del programma loyalty *Benefeet* e/o di cancellazione al fine di non ricevere ulteriori comunicazioni di marketing via e-mail/sms (tali richieste sono state pari a 48.226 nel 2020 e a 133.001 nel 2019).

Inoltre, nel 2021 sono state ricevute due segnalazioni che hanno coinvolto il Garante italiano, relative alla richiesta di informazioni sul trattamento dei dati personali e della relativa cancellazione. Nello specifico, il Garante è stato inserito in copia nelle due segnalazioni ricevute, che sono state poi gestite e concluse fornendo le informazioni richieste e procedendo alla cancellazione dei dati. Nel 2020 era stata invece rilevata una sola segnalazione di reclamo, esposta al Garante francese, che aveva attivato una procedura di cooperazione europea con il Garante italiano, al quale Geox ha fornito le informazioni necessarie al fine di gestire la segnalazione. Mentre, nel 2019 erano state 4 le segnalazioni ricevute di reclami da organismi di regolamentazione.

Infine, si sono rilevati tre casi di fughe di dati, o "*data leaks*", per i quali non è stata coinvolta l'Autorità Garante in quanto il rischio è stato valutato trascurabile. Sia nel 2020 sia nel 2019 è stato invece rilevato un solo caso di *data leaks*.

Tutela del brand e lotta alla contraffazione

Il marchio Geox deve il proprio successo alla costante focalizzazione sul prodotto, caratterizzato dall'applicazione di soluzioni innovative e tecnologiche in grado di garantire traspirabilità e impermeabilità, nonché benessere e fonda le proprie strategie di crescita futura sulla continua innovazione tecnologica in ambito di traspirazione e comfort.

Nel corso del 2021 è stato completato il processo di ridefinizione del posizionamento di Geox, al fine di renderlo un *premium lifestyle brand* per tutta la famiglia.

Un brand che, come esprime il nome stesso (Geox = Geo, ossia terra + X, per tecnologia), è nato per prendersi cura delle persone e del pianeta attraverso continue innovazioni.

La strategicità delle innovazioni tecnologiche Geox, protette – alla data di redazione del documento – da ben **61 brevetti e da 4 domande di brevetto depositati in Italia ed estesi in ambito internazionale**, fanno sì che divenga di primaria importanza per il Gruppo l'attività di tutela non solo del brand ma anche della tecnologia dei prodotti innovativi Geox che sono caratterizzati dalla "traspirazione".

Per questo motivo, il Gruppo Geox è costantemente impegnato nella lotta alla contraffazione per tutelare l'autenticità del proprio brand, la proprietà intellettuale, la propria immagine, oltre ai diritti dei propri clienti finali.

In tale contesto, Geox ha costituito, in seno alla funzione Affari Legali e Societari, una funzione interna specializzata in Proprietà Intellettuale che si occupa della gestione di brevetti, marchi, design, know-how, di opere protette dal diritto di autore, di nomi a dominio, tassello essenziale e prodromico per la conseguente attività di tutela ed enforcement dei propri asset intangibili.

La lotta alla contraffazione si estrinseca in diverse forme. La tutela dei diritti di **Intellectual Property** di **Geox** si svolge innanzitutto attraverso un'attività di monitoraggio mirato verso specifici canali e società concorrenti. In particolare, con cadenza stagionale, la funzione Proprietà Intellettuale svolge un controllo continuo nei confronti di negozi multimarca di grandi superfici che vendono calzature e di siti web ove sono commercializzati prodotti con marchi di soggetti concorrenti contro i quali in passato Geox ha azionato i propri diritti di proprietà intellettuale.

Alle attività connesse alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale danno poi impulso, da un lato, eventuali segnalazioni da parte di soggetti a vario titolo coinvolti nella commercializzazione dei prodotti a marchio Geox oppure da soggetti terzi (e.g. il personale delle forze armate, di uffici preposti al controllo sulle contraffazioni operanti nei diversi Paesi e delle dogane) e, dall'altro, specifiche indagini svolte in ambito online e offline direttamente dalla funzione Proprietà Intellettuale del Gruppo.

A seguito di eventuali segnalazioni, la funzione Proprietà Intellettuale si attiva svolgendo le ricerche e le analisi del caso definendo la strategia da adottare. Di regola, Geox adotta un approccio conciliativo che mira a risolvere gli eventuali contenziosi insorti in sede stragiudiziale, evitando così di incorrere nelle lungaggini e nei conseguenti costi della soluzione giudiziale. Nel caso in cui la controversia non possa essere risolta tramite un accordo transattivo, la funzione Proprietà Intellettuale individua un professionista esterno che possa assistere Geox nella fase giudiziale e ne coordina e sovrintende le attività.

Geox non si limita a combattere la contraffazione per tutelare i propri asset intangibili ma assume anche un ruolo attivo nella lotta alla contraffazione di diritti di proprietà industriale di altri soggetti (siano essi persone fisiche o giuridiche). Il Gruppo Geox opera infatti nel pieno rispetto dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale legittimamente in capo alla Società stessa e ai terzi, nonché delle leggi, regolamenti e convenzioni nazionali, comunitarie e internazionali poste a tutela di tali diritti. In tale contesto, il Gruppo Geox ha innanzitutto in via generale stabilito per tutti i destinatari del proprio **Codice Etico** il divieto di porre in essere qualsiasi comportamento finalizzato, in generale, alla contraffazione, alterazione, duplicazione, riproduzione o diffusione, in qualunque forma e senza diritto di marchi, segni distintivi, soluzioni tecniche, brevetti, disegni, modelli e opere altrui. Inoltre, ha definito una serie di iniziative e procedure interne che mirano ad evitare, per quanto possibile, condotte di Geox da ritenersi in interferenza con diritti di proprietà industriale di terzi. Nello specifico, sono stati attivati corsi di formazione del personale Geox che opera all'interno della funzione Prodotto e vengono svolti controlli e verifiche preventive sui prodotti destinati alle nuove collezioni, sui nomi, sui segni e sulle etichette utilizzati in connessione ai prodotti, e, più in generale, su tutte le informazioni e comunicazioni divulgate mediante il packaging, il materiale promozionale e le campagne pubblicitarie.

Per quanto concerne gli specifici diritti brevettuali, la funzione Proprietà Intellettuale collabora attivamente con la funzione Ricerca e Sviluppo, al fine di accertare che le tecnologie incorporate di volta in volta nei prodotti Geox non siano in interferenza con titoli brevettuali di terzi.

Nel 2020, nonostante i noti eventi pandemici che hanno causato evidenti disagi, la funzione Proprietà Intellettuale è riuscita a fronteggiare al meglio i cambiamenti e le evoluzioni conseguenti a tali eventi. In particolare, considerando l'aumentata attitudine dei consumatori a rivolgersi al canale online per l'effettuazione di acquisti anche dei prodotti Geox, la funzione Proprietà Intellettuale ha ulteriormente innalzato il livello di attenzione e di monitoraggio del web. Evidenza di ciò è stato il perseguimento di attività mirate alla repressione di condotte illecite compiute in danno dei diritti di Proprietà Intellettuale di Geox e, fatto ancor più grave e rilevante, in danno dei consumatori finali. Vi è da considerare, infatti, che una gran parte di consumatori finali si è trovata in qualche modo costretta a operare acquisti tramite il canale online e ne è spesso conseguito che, a causa della poca esperienza di taluni di essi a operare sul "web", sono notevolmente incrementati i casi in cui il consumatore finale è stato vittima di truffe e raggiri che hanno causato perdite pecuniarie. La funzione Proprietà Industriale ha fronteggiato le condotte illecite non solo denunciandole presso le autorità competenti (in particolare la polizia postale) ma anche attraverso attività di prevenzione quali la rimozione di siti web e contenuti ritenuti potenzialmente lesivi dei diritti di Geox e pericolosi per il consumatore.

Nel 2019 Geox non è stata coinvolta in alcun procedimento giudiziale in relazione a eventuali violazioni di diritti di proprietà intellettuale di terzi. Nel 2020, Geox è invece stata coinvolta, in Italia, in un procedimento giudiziale, di natura cautelare, relativo all'asserita violazione di diritti di proprietà intellettuale di una società terza nonché di norme di concorrenza sleale. Tale procedimento **si è concluso in modo del tutto favorevole a Geox** avendo il Tribunale competente respinto le tesi del soggetto terzo, accolto interamente le argomentazioni difensive di Geox e, di conseguenza, escluso ogni ipotesi di violazione. La società terza è stata altresì condannata al rimborso delle spese legali in favore di Geox S.p.A.

Nel 2021 Geox S.p.a. e Geox Retail S.p.a. sono state coinvolte in un procedimento di merito in Italia, attivato sulla scia del procedimento del 2020 sopra menzionato. La prima udienza di tale procedimento di merito si terrà nel 2022. Inoltre, nel 2021, in Germania, Geox Deutschland GmbH è stata coinvolta in un procedimento di natura cautelare relativo all'asserita violazione di norme locali che disciplinano la concorrenza sleale. Tale procedimento tedesco si è concluso con un provvedimento emesso *inaudita altera parte* e di contenuto sfavorevole per Geox, la quale ha subito un pregiudizio modesto in considerazione della natura del procedimento e della quantità, modesta, di prodotto ritenuto in violazione.

Al fine di tutelare maggiormente il brand, Geox si è prefissata l'obiettivo di evitare di subire a livello mondiale azioni giudiziali fondate sulla violazione di diritti di proprietà intellettuale o di norme di concorrenza sleale, ponendo la funzione Proprietà Intellettuale al centro delle attività di valutazione della creatività del personale e del processo produttivo, stabilendo un calendario di attività predeterminato e funzionale volto ad eseguire le valutazioni giuridiche. Verrà pertanto predisposto un budget annuale destinato alle attività di ricerca di "*prior art*" da svolgersi, all'occorrenza, su banche dati a pagamento.

Utilizzo di materie prime riciclate per la produzione di alcune linee di prodotto, sia per le calzature sia per l'abbigliamento

Nel corso del 2021 Geox ha ampliato la propria offerta di prodotti realizzati con materiali maggiormente sostenibili, che ad oggi include:

- Alle iconiche calzature **Nebula** con tomaia realizzata in un tessuto a **trama Jacquard** composto da un filato in poliestere riciclato derivato al **100% da bottiglie di plastica usate e rilavorate** interamente in Italia, si sono aggiunte le nuove serie di sneakers Aerantis™ e Spherica™ in versione sostenibile con tomaia in ECONYL®, un filo di nylon rigenerato e rigenerabile proveniente per metà da scarti industriali e per l'altra metà da reti da pesca recuperate in mare e altri rifiuti di materiali plastici;
- È proseguita la partnership con WWF per la capsule collection "**Geox for WWF**" che include scarpe con tomaia in fibra di cotone riciclata o in pelle, proveniente da fornitori certificati LWG (Leather Working Group), e con suola composta al 20% di gomma riciclata. Il packaging della collezione è composto da scatole e hang tag in carta certificata FSC, carta velina in pura cellulosa e imbottitura in carta 100% riciclata. Per ogni paio venduto della collezione Geox per WWF sono stati devoluti 2€ al WWF, a sostegno degli sforzi in difesa della natura;
- Dal 2020 le imbottiture dei capispalla Geox utilizzano le piume rigenerate XDOWN o le fibre sintetiche E-WARM, derivate da materiale riciclato che assicurano un'ottima vestibilità e garantiscono un adeguato isolamento termico; Il progetto XLED™ JACKET è la prima WEARABLE TECHNOLOGY by GEOX applicata nei capispalla volta a promuovere forme di mobilità sostenibile grazie all'inserimento di un sistema di illuminazione a luci LED e fibre ottiche, che consentono di spostarsi in sicurezza in bici, monopattino o a piedi;
- Le collezioni di Geox realizzate anche con materiali sostenibili sono state promosse con editoriali, newsletter e pubblicazioni sui canali digitali di Geox. Inoltre, tali calzature, assieme alla collezione Geox for WWF sono state protagoniste sia in P/E 21 che in A/I 21/22 di vetrine dedicate nei Geox Shop e in punti vendita multimarca selezionati.

Strategia di marketing e comunicazione e informativa di prodotto

La *mission* di Geox è quella di migliorare il benessere delle persone in movimento nella dinamica vita quotidiana contemporanea (*"Improve people's wellbeing on the move"*) attraverso lo sviluppo di prodotti che "respirano", caratterizzati dall'applicazione di soluzioni tecnologiche in grado di garantire traspirabilità e impermeabilità e assicurare così il massimo comfort.

Geox – attraverso la nuova strategia di riposizionamento – intende affermarsi come un brand forte, contemporaneo, per tutta la famiglia, un brand *smart* e innovativo riconosciuto come sinonimo di well-being e well designed, di prodotti che fanno star bene (*feel good*) e sentir bene (*look good*).

Un brand autentico e inclusivo che si rivolge a tutti, senza distinzioni di genere, età, origine, stile, ma con una propria immagine distintiva, un *family feeling* ben riconoscibile anche nella comunicazione, che a partire dal 2021 si è spostata dalla focalizzazione sulla funzionalità dei prodotti a uno storytelling emozionale, espressione dei valori della marca e del suo Dna italiano.

Il riposizionamento del brand ha preso avvio nella P/E 21 con la campagna di lancio di Spherica™, la nuova sneaker Geox che "trasforma il mondo in cui cammini" grazie allo Zero Shock System che rende la suola molto morbida e la camminata particolarmente confortevole, ed è stato sviluppato nella seconda parte dell'anno con la campagna dal titolo "Inizia tutto con un respiro", una nuova narrativa di marca articolata in una campagna di prodotto su stampa, online e in store dedicata alla collezione A/I 21/22 e in una campagna di brand con pianificazione di video online.

A questa campagna si è poi aggiunta tra ottobre e novembre quella dedicata ad Amphibiox™, la collezione Geox di calzature e giacche impermeabili, con le quali "la pioggia ci scivola addosso".

Nel corso del 2021 il Gruppo Geox ha impiegato più del 70% del valore complessivo degli investimenti del Gruppo in contenuti "sostenibili" pubblicati generalmente online (30%) o in tv (40%) per il lancio delle sue campagne.

Le strategie di marketing e comunicazione del Gruppo Geox sono definite con estrema cura e sensibilità affinché siano in linea con i valori aziendali e risultino semplici, chiare e complete, evitando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole, elusiva e/o scorretta, garantendo che i prodotti e servizi offerti ai clienti corrispondano agli impegni e agli obblighi assunti, anche tramite le suddette comunicazioni. In particolare, è stata messa a punto un'opera di reingegnerizzazione delle piattaforme web al fine di assicurare la massima trasparenza in un'ottica di condivisione dei dati e delle informazioni relative al prodotto.

Grazie all'espansione dei canali di comunicazione digitale, si è sviluppato un continuo dialogo con i clienti per i quali è diventato sempre più facile contattare Geox attraverso diversi strumenti: un numero verde dedicato, uno specifico indirizzo e-mail, il sito aziendale e i diversi social media. Con specifico riferimento alla nuova clientela target (25+), il Gruppo sta cercando di rafforzare ulteriormente i canali di comunicazione digitali (mobile first) mediante lo sviluppo di contenuti e campagne pubblicitarie *all-year-round* attraverso immagini e messaggi di forte impatto comunicativo basati sullo storytelling. Geox è attiva su Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube, Vimeo e LinkedIn.

L'Omnicanalità consente di raccogliere dati ed informazioni sui clienti anche per garantire, in risposta alle loro necessità, il miglior servizio e nelle giuste tempistiche. Il nuovo approccio ha inoltre consentito di rivedere il programma Benefeet per gestire al meglio la clientela ed aumentare il valore del singolo cliente. Il **"True Omnichannel Approach"** è stato potenziato estendendo la gamma di prodotti disponibili on-line e rivisitando il Customer Relationship Management creando una innovativa **"unique customer view"** fruibile dalle diverse piattaforme: ciò consente lo sviluppo di relazioni personalizzate con la clientela attraverso servizi e messaggi forniti tramite punti di contatto sia online sia offline. Infatti, l'approccio *Omnichannel*, attraverso l'introduzione di piattaforme digitali come punti di contatto, consente di completare l'offerta di comunicazione tradizionale preesistente unendo il mondo digitale a quello fisico.

Sono stati potenziati i servizi già precedentemente attivati di **"Click & Collect"**, **"Reserve in-store"**, **"Return in-store"** e **"Geox@home"** (esteso anche ai Geox Shop in franchising), inoltre, nella prima parte dell'anno 2021, di fronte al perdurare delle limitazioni agli spostamenti e agli accessi ai negozi imposte dalla pandemia, è stato mantenuto il servizio **"Prenota appuntamento in negozio – SIMPLY BOOK"**.

A riconoscimento dell'eccellente livello di *consumer experience* offerta nei propri punti vendita monomarca, Geox è stata inserita da KPMG nella classifica delle migliori 15 società italiane per "Customer Experience Excellence". Inoltre, in Italia ha vinto nella categoria calzature il premio "Miglior Insegna 2022", assegnato da Largo Consumo e Ipsos, che si basa sull'

indagine italiana maggiormente rappresentativa del valore percepito delle insegne distributive, condotta su un campione di 5.000 consumatori analizzando le 100 maggiori insegne.

Il sito internet **www.geox.com** è in continua evoluzione ed è costantemente aggiornato in un'ottica di miglioramento continuo della *customer experience*, arricchita nel 2021 dalla presentazione della collezione abbigliamento con immagini delle giacche indossate, oltre che in *still life*. Anche i contenuti strategici del sito sono stati sviluppati per una più efficace integrazione di brand e prodotto, focalizzandosi sulla presentazione del prodotto e fornendo informazioni accurate. A questo, si associa l'intenzione di sviluppare una logistica integrata che si basi su un unico magazzino di stoccaggio, garantendo all'*e-commerce* un più ampio assortimento e riducendo gli **"out of stock"**.

Nella definizione delle campagne di comunicazione Geox presta particolare attenzione al rispetto della dignità umana e alla tutela delle diversità rifuggendo qualsiasi forma di discriminazione. Un'attenzione particolare è rivolta alla comunicazione delle linee di prodotto dedicate ai bambini che avviene sempre nel pieno e più rigoroso rispetto delle normative poste a tutela dei diritti dei minori in tutti i Paesi in cui opera il Gruppo.

I potenziali rischi dell'attività di comunicazione verso i consumatori e per la *brand reputation* sono gestiti da Geox attraverso:

- il rispetto delle norme di tutela del consumatore nella comunicazione, in particolare quella rivolta ai minori; gli spot pubblicitari sono sottoposti al controllo preventivo di consulenti legali specializzati e, se richiesto, anche a quello delle autorità locali sulla pubblicità;
- per i materiali promozionali destinati ai minori, Geox richiede ai fornitori che i prodotti siano accompagnati dalle certificazioni richieste dai Paesi nei quali i materiali saranno distribuiti;
- la presenza, in una sezione dedicata del sito *geox.com*, della "Netiquette" con le linee guida e le informazioni per il consumatore per una appropriata comunicazione sui social media Geox.

Nell'ambito delle strategie di comunicazione e marketing, grazie all'evoluzione digitale, Geox ha inoltre mirato a migliorare l'efficienza dei processi puntando anche alla riduzione degli impatti ambientali delle attività ad esse riconducibili. Nello specifico, il Gruppo ha potenziato la gamma di canali digitali e si è posto l'obiettivo di erogare il 60% della comunicazione attraverso di essi al fine di ridurre la generazione dei rifiuti derivanti dalla stampa di materiale promozionale. La produzione di cataloghi cartacei è stata inoltre totalmente sostituita con cataloghi accessibili via web e tramite app (fatta eccezione per Russia e Cina). L'approccio diretto alla condivisione dei contenuti ha altresì consentito di ottimizzare l'utilizzo dei materiali digitali (foto, video, ecc.) impiegandoli per svariate campagne pubblicitarie.

Nell'ambito della comunicazione responsabile verso il cliente rivestono considerevole importanza nel veicolare informazioni chiare, trasparenti e accurate anche le etichette dei prodotti. All'interno del proprio Codice Etico, il Gruppo Geox afferma il proprio impegno a fornire ai propri clienti informazioni accurate, veritiere ed esaurienti circa i prodotti ed i servizi offerti, al fine di consentire ai clienti di assumere decisioni consapevoli, assicurando inoltre adeguate modalità di dialogo e di ascolto, impegnandosi a dare un riscontro ai suggerimenti ed ai reclami, in modo tale da consolidare il rapporto di fiducia nel lungo periodo.

Nel corso del 2019 e del 2020 non sono stati registrati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti.

Inoltre, nel corso del 2019 e del 2020 non sono stati ricevuti avvertimenti formali a causa di violazioni della normativa in materia di comunicazione. Mentre, nel 2021 è stato registrato un caso di mancato rispetto delle norme, che ha comportato l'applicazione di una sanzione; è stata infatti ricevuto un avviso da parte del Federal Public Service Economy, SMEs, Self-employed and Energy relativamente ad una comunicazione promozionale effettuata sul sito internet, ritenuta non trasparente dalla suddetta Autorità. A seguito di tale episodio, è richiesto all'Ufficio Marketing di sottoporre al controllo dell'Ufficio Legale tutte le comunicazioni rivolte ai consumatori finali.

COVID-19: ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Anche nel 2021 sono state numerose le iniziative e le attività di comunicazione intraprese a fronte dell'emergenza Coronavirus. In particolare, si segnalano:

- la redazione e la divulgazione delle linee guida con le misure di prevenzione per i dipendenti della sede Geox e per quelli dei Geox Shop;
- la realizzazione dei materiali per i punti vendita per comunicare:
 - i periodi di chiusura;
 - la riapertura al pubblico (c.d. "Welcome back" vetrofania);
 - le disposizioni di sicurezza da rispettare all'interno dei negozi (rispetto delle distanze, uso dei gel disinfettanti e dei Dispositivi di Protezione Individuale);
- le comunicazioni on line su geox.com e social media Geox per avvisi ai consumatori su chiusure e aperture dei Geox Shop e attivazione dei servizi di omnicanalità e di prenotazione delle visite in-store;
- la realizzazione della campagna pubblicitaria P/E 21 con immagini dei prodotti ritratti in "still life", senza utilizzo di modelli e senza effettuare riprese in location esterne, nel rispetto dei limiti agli spostamenti delle persone e degli obblighi di distanziamento;
- la realizzazione di materiali per l'allestimento vetrina dei Geox Shop idonei a poter essere utilizzati con la massima flessibilità per far fronte a cambi del retail calendar e dell'offerta prodotti senza necessità di ristampe;
- la realizzazione di video, cataloghi e altri sell-in tool digitali per il virtual showroom e a supporto delle campagne vendita P/E 21 e A/I 21/22.



Digital world

Instagram

- Più di 350 mila followers (32.313 follower acquisiti nel corso dell'anno)
- Più di 320 post pubblicati nel corso dell'anno
- 370 Instagram stories pubblicate (+100% YoY)
- Reach media dei post: 47,2K (+40% YoY)

Facebook

- 1,6 milioni di followers totali, +15.686 followers acquisiti nel corso dell'anno
- 168 post pubblicati a livello global a cui vanno ad aggiungersi i post per country owned (Russia, Hong Kong, Filippine, Thailandia, Vietnam, Cambogia, Singapore, Malesia, Armenia e Azerbaijan, Tunisia, Egitto e Georgia)
- Average reach: 100 mila persone a post
- La quasi totalità degli utenti che scrivono a Geox ottengono risposta nello stesso giorno dell'invio del messaggio

LinkedIn – dati disponibili al 2/02/2021

- Visualizzazioni totali della pagina: 40 mila (+13% YoY)
- Visitatori unici: 25 mila (+16% YoY)
- 2.064 Reazioni totali
- 72 commenti totali
- 455 condivisioni totali
- Follower totali: 76.383. 10.473 nuovi follower (+13% YoY)
- Percentuale di interesse dei follower rispetto ai contenuti proposti: 5%

Pinterest

- Impression (visualizzazioni totali dei pin): 53M (+2.550% YoY)
- Total Audience: 9M (+800% YoY)
- Engagement (persone che hanno interagito con i pin): 220 mila (+293% YoY)
- Engaged Audience: 134 mila (+306% YoY)





Ambiente

ENERGIA ELETTRICA DA FONTI
RINNOVABILI: 83% DEL FABBISOGNO
DEL GRUPPO A LIVELLO MONDIALE
NEL 2021 IN AUMENTO RISPETTO AL
BIENNIO PRECEDENTE

OBIETTIVO “DISCARICA ZERO”: IN
ITALIA TUTTI I RIFIUTI SONO STATI
DESTINATI A RICICLO O ALTRE
OPERAZIONI DI RECUPERO

SHOPPER IN CARTA: 100%
CERTIFICATA FSC

DKV CLIMATE: LA CARTA
CARBURANTE CHE PERMETTE DI
COMPENSARE LE EMISSIONI DOVUTE
AI VIAGGI CON I MEZZI AZIENDALI

GEOX CLASSIFICATA PRIMA NEL
SETTORE MODA TRA LE AZIENDE
ITALIANE PIÙ GREEN E ECO-
FRIENDLY, ATTENTE AL CLIMA E AL
TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ
AMBIENTALE (SESTA NELLA
CLASSIFICA GENERALE)

LA QUANTITÀ DI CO₂ DERIVANTE DAL
TRASPORTO DEI RIFIUTI PRODOTTI
DAGLI STABILIMENTI È STATA
COMPENSATA, CONSENTENDO DI
OTTENERE CERTIFICATI DI CARBON
NEUTRALITY

RISPARMIATI 199 GJ DI ENERGIA
ELETTRICA ATTRAVERSO INTERVENTI
DI RELAMPING

Impegno per la tutela dell'ambiente

In un'ottica di sviluppo sostenibile del business, il Gruppo Geox si impegna a pianificare le proprie attività garantendo il miglior equilibrio possibile tra iniziative economiche e tutela ambientale, preservando i diritti delle generazioni presenti e future, e assicurando in ogni caso il rispetto della normativa nazionale ed internazionale in materia. In particolare, il Gruppo Geox considera di primaria importanza la tutela dell'ambiente in un'ottica di sviluppo sostenibile del territorio in cui opera, in considerazione dei diritti della comunità e delle generazioni future. Per questo motivo si impegna a diffondere una cultura del rispetto dell'ambiente, promuovendo comportamenti e pratiche responsabili al fine di ridurre gli impatti diretti e indiretti connessi alle proprie attività di business, anche tramite la collaborazione con gli stakeholder, interni ed esterni, al fine di ottimizzare la gestione delle problematiche in materia ambientale.

All'interno del Codice Etico di Gruppo, Geox esprime la propria responsabilità nell'assicurare che qualsiasi attività o pratica di business non comporti direttamente o indirettamente l'irrimediabile alterazione di ecosistemi naturali, mediante la ricerca di soluzioni che consentano di ridurre, per quanto possibile, l'inquinamento dell'aria, dell'acqua o del suolo, l'accumulo di sostanze estratte dal sottosuolo o prodotte dalla Società, e lo spreco di risorse naturali (acqua, vegetali, animali, minerali, ecc.) ed energetiche. Geox è impegnata a rispettare scrupolosamente le normative applicabili in tema di salvaguardia ambientale e a adottare, ove possibile, criteri più stringenti delle normative e, laddove opportuno, a ispirarsi alle linee guida internazionali.

Il Gruppo Geox valuta gli impatti ambientali di tutti i processi e le attività aziendali, in un'ottica di minimizzazione dei rischi ambientali e con l'obiettivo di raggiungere elevati standard di tutela dell'ambiente mediante l'implementazione di adeguati sistemi di gestione e monitoraggio. Conseguentemente, Geox presta particolare attenzione alla promozione di processi e attività il più possibile sicuri e rispettosi dell'ambiente, mediante l'impiego di criteri e tecnologie avanzati in materia di salvaguardia ambientale, di efficienza energetica e di uso sostenibile delle risorse. In particolare, Geox:

- utilizza preferibilmente energia proveniente da fonti rinnovabili, sia dalla produzione di impianti di proprietà (impianto fotovoltaico del centro logistico di Signoressa – TV e della sede di Biadene - TV), sia tramite l'acquisto da terze parti;
- implementa iniziative volte all'efficientamento energetico delle strutture. In particolare, è attivo un programma di interventi continuativi sulle infrastrutture più datate, teso alla riduzione dei consumi energetici, anche mediante la sostituzione dei corpi illuminanti a tecnologia classica con quelli a tecnologia LED;
- programma corsi di formazione e iniziative di sensibilizzazione del personale al fine di incoraggiare i singoli collaboratori ad adottare comportamenti responsabili e limitare al minimo gli sprechi;
- ha introdotto nelle macchine del caffè i bicchieri e le palette biodegradabili, in bio-mais, quindi compostabili, prevedendo inoltre la possibilità di utilizzare la tazza personale;
- riduce i consumi di acqua tramite l'installazione di riduttori di flusso su lavandini e lavelli e l'utilizzo di wc a double flush o a caricamento ridotto. Inoltre, è stato limitato il fabbisogno di irrigazione delle aree verdi scegliendo vegetazione in grado di contenere l'evapotraspirazione;
- ha installato, presso le zone ristoro, delle zone ecologiche per la raccolta differenziata;
- ha cercato di ridurre gli sprechi e recuperare ogni eventuale rifiuto: ad oggi nella sede centrale e nel polo logistico vengono recuperati il 100% dei rifiuti solidi prodotti grazie alla collaborazione con una società dedicata alla raccolta e allo smistamento;
- presta massima attenzione alla riduzione della quantità di imballaggi utilizzati e all'adozione di pratiche di riciclo, nonché, all'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili. Nella selezione dei materiali si premiano quelli a maggiore contenuto di riciclato e di provenienza locale o regionale;
- ha avviato la progressiva sostituzione dell'attuale parco auto aziendale con auto ibride ed elettriche;
- ha sostituito le carte carburanti con le innovative tessere "DKV Climate". Mediante la sottoscrizione dell'accordo per la fornitura di tali carte, l'ente DKV certifica la compensazione delle emissioni di CO₂ generate al consumo del carburante acquistato mediante la tessera. Inoltre, acquistando il carburante con tale tessera, Geox partecipa ad un progetto innovativo e concreto nell'ambito della protezione ambientale globale: per ogni litro di carburante acquistato, DKV corrisponderà un contributo a sostegno di progetti come la costruzione di turbine eoliche in Turchia, l'uso di fornelli a biomassa in Cina o l'utilizzo di fornelli solari in Madagascar;

- ha monitorato e calcolato, per mezzo del sistema informativo messo a disposizione dal fornitore, la quantità di CO₂ derivante dal trasporto di tutti i rifiuti prodotti dagli stabilimenti e ha attuato delle azioni volte a compensarla, ottenendo dei certificati di *carbon neutrality* tramite il fornitore stesso;
- ha avviato un programma di car-pooling aziendale⁴⁹, riservando una serie di posti auto ai dipendenti che condividono la propria auto con uno o più colleghi. Si tratta di un'abitudine che ha portato grandi vantaggi ambientali ed economici: in media si risparmiano 484 km al giorno che in un anno corrispondono alla piantumazione di una piccola foresta di 1500 alberi⁵⁰;
- ha promosso l'uso della bicicletta per recarsi al lavoro adibendo aree di sosta per le biciclette e mettendo a disposizione dei dipendenti uno spogliatoio con doccia.

L'impegno di Geox per la tutela dell'ambiente è testimoniato inoltre dal Ristorante Geox (Eating Geox Restaurant), primo ristorante in Italia ad aver ottenuto la certificazione Leed (Leadership in Energy and Environmental Design), che adotta le soluzioni più avanzate per il risparmio energetico e l'efficienza degli impianti. L'Eating Geox Restaurant è stato sviluppato secondo protocolli di *green building*, ovvero linee guida operative che integrano principi di sostenibilità ambientale e sociale nelle tecniche costruttive. Il risultato è stato la diminuzione del consumo di materie prime estratte e di sostanze inquinanti, l'efficienza nell'uso delle risorse e il benessere delle persone che occupano l'edificio. Edificio, proposta gastronomica, spazi e utilizzo sono stati pensati per avere un impatto positivo sulle persone e particolarmente ridotto sull'ambiente.

Testimonia il costante impegno e l'attenzione del Gruppo Geox nei confronti dell'ambiente l'assenza, per il triennio 2019-2021, di multe significative e sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale, nonché la mancanza di reclami relativi agli impatti ambientali pervenuti, affrontati e risolti attraverso meccanismi formali di gestione dei reclami.

⁴⁹ Nel corso del 2020 e del 2021 il programma di car-pooling è stato temporaneamente sospeso in considerazione del contesto emergenziale legato alla pandemia Covid-19

⁵⁰ Il calcolo è stato effettuato applicando il calcolatore Treedom – alberi di limone 50 kg / albero.

Consumi energetici ed emissioni

I consumi energetici del Gruppo Geox sono principalmente legati alla Sede Direzionale di Biadene di Montebelluna (TV), al centro logistico di Signoressa (TV) e ai Geox Shop. In particolare, i principali consumi energetici derivano dall'illuminazione, dal riscaldamento e dal raffreddamento degli spazi e delle attività produttive, commerciali e di stoccaggio delle merci. L'approccio del Gruppo per la riduzione degli impatti sull'ambiente è orientato al miglioramento continuo ottenuto grazie alla pianificazione di interventi quali:

- **relamping**, attraverso apparecchi a tecnologia LED, riducendo i consumi di energia elettrica del 60% e garantendo un grado di illuminazione conforme alle normative CEI, con conseguente miglioramento delle condizioni di lavoro. In particolare, nel corso del 2021, grazie all'efficientamento dei sistemi di illuminazione, sono stati complessivamente risparmiati 55.308 kWh/annue, che corrispondono a 199,10 GJ di energia elettrica, con un conseguente risparmio potenziale⁵¹ di oltre 36 tonnellate di CO₂e. Nel 2020 e 2019 erano stati risparmiati, rispettivamente, 36,29 GJ e 145 GJ con un conseguente risparmio potenziale⁵² di 6,5 tonnellate di CO₂e nel 2020 e di 14 tonnellate di CO₂e nel 2019;
- **sostituzione di condizionatori d'acqua** (condensati ad aria) esistenti nei fabbricati D ed E del Polo Logistico di Signoressa con relative pompe di calore volta Lo scopo del progetto è stato quello di rinnovare le centrali termiche nella produzione e distribuzione del calore e dell'acqua refrigerata per il condizionamento degli ambienti, soprattutto per quanto attiene alla sostituzione delle caldaie e dei condizionatori con età di installazione e funzionamento superiore ai vent'anni;
- **sostituzione di chiller** (condizionatori d'acqua condensati ad aria, che producono acqua fredda per poi inviarli ai terminali) con pompe di calore, in grado sia di raffreddare l'acqua che di riscaldarla, utilizzabili durante l'autunno per il riscaldamento in quanto il COP (coefficiente di prestazione) risulta essere migliore rispetto all'impiego del gas metano. Tale sostituzione determina una maggiore efficienza energetica ed affidabilità del sistema, oltre che all'impiego di refrigeranti compatibili con le direttive comunitarie (regolamento Europeo 10005/09) nel rispetto dell'immissione di gas serra;
- **sostituzione di generatori di calore** nelle centrali termiche dei fabbricati D ed E del Polo Logistico di Signoressa con nuovi gruppi termici a condensazione che permettono di recuperare il calore dei fumi di combustione, ottenendo un significativo risparmio nei consumi di metano;
- **inserimento di scambiatori di calore** all'interno dei circuiti delle centrali termiche con lo scopo di preservare l'efficienza delle caldaie, sostituendo inoltre le elettropompe di circolazione con dei dispositivi più efficienti e inserendo un impianto di addolcimento dell'acqua;
- **intervento di revamping della *building automation***, aggiornando il software per poter integrare le informazioni registrate dai multimetri digitali inseriti nei vari quadri elettrici;
- **installazione di nuove armature stradali** sul perimetro est del Polo Logistico di Signoressa (TV) in sostituzione delle esistenti. Grazie a tale iniziativa di efficientamento del sistema di illuminazione, sono stati complessivamente risparmiati 7.008 kWh/annui nel 2021, corrispondenti a 25,23 GJ di energia elettrica, con un conseguente risparmio potenziale⁵³ di oltre 4,55 tonnellate di CO₂e. Nel 2020 tale iniziativa, che aveva interessato la Sede direzionale di Biadene di Montebelluna, aveva portato ad un risparmio di 6.256 kWh/annue, corrispondenti a 22,52 GJ di energia elettrica, con un conseguente risparmio potenziale⁵⁴ di oltre 4 tonnellate di CO₂e;
- **monitoraggio mensile dei contatori di energia** elettrica e di gas metano al fine di riscontrarne i consumi ed il corretto funzionamento;
- **installazione, in alcune aree dell'azienda, di timer automatici di spegnimento della luce** per evitare che rimanga accesa anche quando nell'ambiente non si rileva la presenza di persone.

Il risparmio di emissioni è potenziale in quanto l'energia elettrica utilizzata in Italia proviene al 100% da fonti rinnovabili. Il risparmio è stato calcolato considerando un funzionamento di:

- ⁵¹ 12 h al giorno per 250 giorni lavorativi;
- ⁵² 16 h al giorno per 250 giorni lavorativi;
- ⁵³ 12 h al giorno per un anno;
- ⁵⁴ 10 h al giorno per un anno.

Nel 2021 i consumi energetici diretti e indiretti del Gruppo Geox sono complessivamente pari a oltre 98 mila Gj. In particolare, in linea con il 2020, i consumi energetici diretti derivano per l'87% da fonti non rinnovabili e per il restante **13% da fonti rinnovabili**.

Consumi energetici diretti, indiretti e intensità energetica (Gj)

	2019	2020	2021
Consumi energetici diretti⁵⁵	30.253,58	29.454,14	39.745,24
Da fonti non rinnovabili:	26.680,05	25.516,59	34.601,55
Gas naturale	19.267,10	17.064,36	24.468,32
GPL	790,33	1.428,41	915,12
Diesel (inclusi i consumi della flotta aziendale)	6.405,89	6.385,48	8.014,45
Benzina (inclusi i consumi della flotta aziendale)	216,73	638,34	1.203,65
Da fonti rinnovabili:	3.573,53	3.937,55	5.143,69
Fotovoltaico (autoproduzione)	3.573,53	3.937,55	5.143,69
Consumi energetici indiretti⁵⁶	91.632,86	67.381,06	59.060,89
Elettricità da fonti non rinnovabili	34.754,62	17.374,02	10.120,99
Elettricità da fonti rinnovabili	56.878,24	50.007,05	48.939,90
Consumi energetici totali	121.886,44	96.835,20	98.806,13
Intensità energetica (GJ/dip)	23,58	21,72	32,74

Il fattore di emissione utilizzato per il calcolo delle emissioni nel 2019 è stato pubblicato da Terna nel 2017. Il fattore di emissione utilizzato per il calcolo delle emissioni nel 2020 e 2021 considera l'emissione di 0,65 Kg di CO₂e ogni kWh consumato.

I consumi includono:

- ⁵⁵ Italia e Paesi significativi (uffici e negozi); GPL dello stabilimento produttivo serbo; e flotta aziendale (inclusi n. 31 veicoli ibridi);
- ⁵⁶ Italia e Paesi significativi (uffici e negozi). La flotta aziendale ibrida (full hybrid e mild/micro hybrid benzina e diesel), ha consumato l'equivalente di energia elettrica, attualmente non dimensionabile, per un totale di 895.127 km.

Emissioni dirette (scope 1), indirette (scope 2) e intensità carbonica (t CO₂e)⁵⁷

	2019	2020	2021
Emissioni dirette (scope 1)⁵⁸	1.429,21	277,51	649,95
Da fonti non rinnovabili:⁵⁹	1.429,21	277,51	649,95
Gas naturale ⁶⁰	983,98	177,88	385,84
GPL (inclusi i consumi della flotta aziendale)	47,08	79,26	54,52
Diesel (inclusi i consumi della flotta aziendale)	386,97	20,37	142,51
Benzina (inclusi i consumi della flotta aziendale)	11,18	-	67,08
Intensità carbonica (tCO₂e/dip)	0,28	0,06	0,22
Emissioni indirette MARKET BASED (scope 2)	2.789,80	818,06	689,20
Elettricità da fonti non rinnovabili	2.789,80	818,06	689,20
Elettricità da fonti rinnovabili	-	-	-
Emissioni indirette LOCATION BASED (scope 2)	8.804,34	5.615,68	5.261,11
Elettricità da fonti non rinnovabili	2.631,94	799,74	629,62
Elettricità da fonti rinnovabili	6.172,39	4.815,94	4.631,49
Intensità carbonica MARKET BASED (tCO₂e/dip)	0,54	0,18	0,20
Intensità carbonica LOCATION BASED (tCO₂e/dip)	1,70	1,26	1,74

I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono stati pubblicati da:

- ⁵⁷ *Department for Environment, Food & Rural Affairs* (DEFRA) e dal *Department for Business, Energy & Industrial Strategy* (BEIS) nel 2019, nel 2020 e nel 2021 (emissioni dirette, scope 1);
- AIB nel 2018, '19 e '20. Per i Paesi per cui non era disponibile tale fattore, sono stati utilizzati i fattori delle emissioni *Location based* (emissioni indirette *market based*, scope 2);
- Terna nel 2017 per gli anni 2019 e '20 e nel 2019 per l'anno 2021 (emissioni indirette *location based*, scope 2).

⁵⁸ I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono stati pubblicati dal *Department for Environment, Food & Rural Affairs* (DEFRA) e dal *Department for Business, Energy & Industrial Strategy* (BEIS) nel 2019, nel 2020 e nel 2021.

⁵⁹ Nel 2020 e nel 2021 si è deciso di utilizzare quasi esclusivamente la carta carburante DKV Climate per garantire la compensazione delle emissioni generate dal consumo del carburante acquistato: Diesel: 384,8 tCO₂e (406,4 tCO₂e nel 2020); Benzina: 9,8 tCO₂e (40,6 tCO₂e nel 2020); GPL: 0,0 tCO₂e (0,03 tCO₂e nel 2020). La diminuzione delle emissioni è dovuta anche all'utilizzo di n. 31 veicoli ibridi (full hybrid e mild/micro hybrid benzina e diesel) e di n.1 auto elettrica.

⁶⁰ Nel 2021 sono stati consumati 16.884,48 GJ di Gas Naturale le cui emissioni sono state compensate dal fornitore (13.205,26 GJ nel 2020). In tal modo le emissioni evitate dal Gruppo sono pari a 859,04 tCO₂e (674,46 tCO₂e nel 2020).

I consumi energetici indiretti derivano per il 17% (26% nel 2020) da fonti non rinnovabili e per il restante 83% **(74% nel 2020) da fonti rinnovabili**. Nello specifico, il **100% dell'energia elettrica acquistata in Italia, in Austria, in Francia, in Svizzera, in Germania e in Serbia è proveniente da fonti rinnovabili**.

Le emissioni di CO2e associate ai consumi energetici totali (diretti e indiretti) sono pari a circa 5.911 tonnellate di CO2e (metodo location based) e 1.339 tonnellate di CO2e (metodo market based). Per dare una visione sintetica rispetto all'utilizzo di energia, il Gruppo Geox ha calcolato il proprio indice di intensità energetica rispetto al numero di dipendenti: è pari a 32,74 GJ/dip e corrispondente all'emissione, nel 2021, di circa 1,96 t CO2e/dip (metodo location based) e di circa 0,44 t CO2e/dip (metodo market based).

Il Gruppo Geox ha stimato inoltre gli impatti ambientali derivanti dagli spostamenti dei propri dipendenti per motivi professionali. Le emissioni di CO2e che derivano dai viaggi di lavoro ammontano nel 2021 a circa 200 tonnellate. Le emissioni generate da viaggi di lavoro hanno registrato un aumento del 24% rispetto al 2020; tale andamento è la naturale conseguenza dalle riaperture che hanno seguito i periodi di chiusura caratterizzanti il 2020.

Nel 2021 sono stati emessi 172,3 kg (135,4 kg nel 2020) di idrofluorocarburi (HFC). Tali emissioni, a causa di rotture accidentali di alcuni circuiti frigoriferi, hanno subito un aumento di circa il 27% rispetto all'esercizio precedente. Nel 2020 si era registrato un aumento del 151% rispetto al 2019 a seguito di una rottura accidentale di alcuni circuiti frigoriferi nella Sede di Biadene e in alcuni negozi del Gruppo.

Emissioni derivanti dagli spostamenti dei dipendenti (scope 3) (t CO2e)

	2019	2020	2021
Emissioni derivanti dai viaggi in aereo	731	148	194
Breve distanza	13	4	3
Media distanza	148	47	56
Lunga distanza	570	97	136
Emissioni derivanti dai viaggi in treno	49	6	7
Linea ferroviaria nazionale	31	5	6
Linea ferroviaria internazionale	18	1	1
Emissioni derivanti dai viaggi con auto a noleggio	16	8	0
Emissioni totali⁶¹	796	162	201

⁶¹ I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono stati pubblicati dal *Department for Environment, Food & Rural Affairs* (DEFRA) e dal *Department for Business, Energy & Industrial Strategy* (BEIS) nel 2020 e nel 2021. Per il 2019, le emissioni sono state fornite direttamente dal *provider* del servizio di trasporto.

Approvvigionamento di materiali

I principali materiali utilizzati dal Gruppo Geox nella produzione delle calzature sono i tessuti (e.g. cotone, lana, poliestere), il pellame e il materiale utilizzato per la realizzazione delle soles delle calzature (e.g. EVA, gomma, pelle). In tale ambito, Geox richiede che i processi produttivi siano strutturati in modo tale da ottimizzarne l'uso ed evitare gli sprechi.

Nel corso del 2021, per la produzione di calzature, il consumo totale di tessuti è stato pari a 1.906.919,83 m², di cui il 23% proveniente da materiale riciclato. L'utilizzo di pellame è stato invece complessivamente pari a 1.712.755 m². I materiali impiegati per la produzione delle soles sono pari a 3.856 tonnellate.

Alle materie prime utilizzate dalla business unit Calzature, si aggiungono gli acquisti della business unit Abbigliamento. In particolare, nel corso del periodo di rendicontazione, per la produzione di capi d'abbigliamento sono stati acquistati complessivamente 426 m² di tessuti e 179 tonnellate di materiale utilizzato per l'imbottitura (e.g. piuma, ovatta), di cui circa l'88% riciclato.

Di seguito si riportano i dati delle materie prime utilizzate nella produzione dei capi di abbigliamento e calzature:

Materiali utilizzati⁶²

		2020		2021	
	u.m.	Totale	% riciclato	Totale	% riciclato
Tessuti	m ²	2.748.730,2	22%	1.907.346,0	23%
<i>Abbigliamento</i>	m ²	629,9	4%	426,2	9%
<i>Calzature</i>	m ²	2.748.100,3	22%	1.906.919,8	23%
Pellame per calzature	m ²	2.384.055,0	0%	1.712.754,8	0%
Materiali compositi per soles	t	4.479,0	9%	3.856,0	9%
Materiale per l'imbottitura	t	338,6	44%	179,4	88%

GEOX SHOP: MATERIALI POP SOSTENIBILI E CERTIFICATI

L'impegno e la continua ricerca di Geox nell'utilizzo di materiali sempre più sostenibili interessano, gli imballi in cartone, la carta velina e riempitiva, che nel 2021 sono stati acquistati totalmente certificati FSC. anche i materiali POP impiegati nelle vetrine e come strumenti di comunicazione negli store. In particolare, vengono utilizzati: pannelli in cartone certificato FSC per le strutture in acciaio, teli sublimati ecologici completamente riciclabili (100% poliestere / PVC free) e colorati con inchiostro ad acqua; adesivi Easy Dot (PVC free) per la copertura dei cubi delle vetrine e espositori in cartotecnica realizzati con cartone alveolare 100% riciclabile e certificato FSC.

Nel 2021 è proseguito il progetto, avviato nel 2020, volto a minimizzare gli impatti ambientali del packaging di prodotti accessori venduti nei Geox shop, quali creme, spazzole, panni, travel set, ecc. attraverso l'utilizzo di confezioni realizzate con materiale riciclato e/o certificato, l'uso di inchiostri privi di oli minerali, ecc.

Inoltre, nel 2021, tra i materiali visual dei negozi, il precedente Logo Block è stato sostituito con uno realizzato in MDF ("Medium Density Fiberboard") con Polistirolo riciclato al 100%.

Infine, sono state sviluppate delle grucce per gli X-Store in plastica riciclata e riciclabile, con gancio removibile in metallo riciclabile.

⁶² I consumi totali di tessuti, pellame e materiali impiegati per la produzione delle soles si riferiscono a quelli degli Authorized Vendor per le stagioni P/E 20 – A/I 20 per l'anno 2020 e per le stagioni P/E 21 – A/I 21/22 per l'anno 2021.

A tali materie prime si affiancano i materiali destinati all'uso quotidiano per attività di ufficio, come la carta per stampanti, e alle attività di magazzino, come la carta e il cartone impiegati nel packaging dei prodotti, ma anche i materiali destinati al supporto alle vendite, come le shopper, le quali sono oggetto di analisi e controlli atti a trovare delle soluzioni per il contenimento dei consumi e/o per renderli più sostenibili.

Il consumo complessivo di carta e cartone, che include carta per ufficio, cartone per il packaging e altri materiali come le shopper, è di 7.919 tonnellate. Del totale circa il 32% è costituito da materiale riciclato, mentre il 64% da materiale sostenibile (i.e. materiale certificato o organico). Nello specifico, il consumo di carta/cartone per il packaging è stato complessivamente di oltre 7.756 tonnellate, di cui il 32% costituito da materiale riciclato e il 63% da materiale sostenibile (i.e. materiale certificato o organico). Il Gruppo si è posto l'obiettivo di acquistare il 100% del packaging composto da materiale riciclato.

Nel 2021, come nel 2020, in virtù dell'attenzione del Gruppo alla minimizzazione degli impatti ambientali delle proprie attività, il 100% delle shopper di carta utilizzate è costituito dal 100% di carta certificata FSC.

La carta impiegata per la normale attività svolta negli uffici e nei negozi è stata di 14,3 tonnellate.

Materiali utilizzati⁶³

	u.m.	2020			2021		
		Totale	% riciclato	FSC	Totale	% riciclato	FSC
Carta per ufficio	t	18,83	86%	6%	14,29	0%	53%
Shopper	t	256,44	0%	98%	158,76	1%	94%
<i>di cui carta</i>	t	250,04	0%	100%	148,85	0%	100%
<i>di cui altri materiali</i>	t	6,40	11%	0%	9,91	15%	0%
Imballaggi in plastica	t	97,49	0%	0%	64,07	0%	0%
Carta/cartone per il packaging	t	9.419,58	49%	41%	7.755,59	32%	63%
Cartellini ed etichette	t	80,62	0%	42%	90,72	0%	75%
Appendini	t	68,73	88%	0%	47,73	72%	0%
Altro⁶⁴	t	231,70	84%	0%	438,61	100%	0%

⁶³ I consumi includono la carta utilizzata per la produzione delle collezioni P/E – A/I e per la spedizione verso Geox S.p.A. e le filiali, nonché i consumi relativi agli uffici ed ai negozi in Italia e nei Paesi esteri maggiormente significativi. Inoltre, sono considerate le scatole di cartone per la sede di Geox S.p.A. e per il magazzino di Signoressa, nonché il cartone utilizzato presso il sito produttivo Serbo.

⁶⁴ Sono inclusi, tra gli altri, materiali vari utilizzati per la spedizione (e.g. scotch, pallet).

Rifiuti

I rifiuti generati dalle attività del Gruppo Geox derivano principalmente da materiale da imballaggio (carta/ cartone, plastica, legno), ferro e acciaio, scarti da ufficio e di produzione (tessuti) e dalle “distruzioni fiscali”. Le principali fonti produttive di rifiuti del Gruppo sono la Sede Direzionale di Biadene di Montebelluna e il centro logistico di Signoressa.

Con l’obiettivo di ridurre la produzione di rifiuti e ottimizzare il recupero degli stessi, anche mediante il ricorso a metodi di smaltimento responsabili, nonché di ridurre i costi di smaltimento, Geox ha definito un piano che mira alla corretta suddivisione e al corretto smaltimento dei rifiuti, alla diminuzione dei costi attraverso uno smaltimento migliore dei rifiuti recuperabili e, soprattutto, del materiale delle vetrine dei punti vendita (e.g. espositori, manichini, scaffalature, mobili, ecc.) tramite una più attenta analisi della composizione dello stesso.

La corretta gestione dei rifiuti è favorita attraverso diverse iniziative di sensibilizzazione, come ad esempio corsi di formazione per assicurare la corretta gestione dei rifiuti e la raccolta differenziata. Tutti i rifiuti vengono infatti suddivisi per tipologia di Codice CER. Successivamente, i rifiuti differenziati sono reimmessi sul mercato secondo diverse modalità, favorendo così il recupero dei materiali con conseguente riduzione degli sprechi. Nello specifico, per quanto concerne la carta/ cartone, le pellicole in PVC, il ferro, gli stampi e le forme in resina plastificata vi è un recupero totale del materiale mediante vendita. I rifiuti in vetro, le bottiglie in plastica e le lattine, sono invece avviati al riciclo. In ogni caso, lo smaltimento avviene solo ed esclusivamente per mezzo di fornitori autorizzati.

Anche nel 2021 è continuata la collaborazione con l’intermediario autorizzato dal Ministero dell’Ambiente e di classe 8A che opera su tutto il territorio nazionale mediante un sistema di gestione certificato. Tale intermediario si occupa di supervisionare la gestione del registro di carico e scarico rifiuti per Geox S.p.A., Xlog S.r.l., gli store e i magazzini logistici, di raccogliere e monitorare i dati relativi ai rifiuti e di auditare tutti i fornitori utilizzati dal Gruppo, quali trasportatori, centri di smaltimento, impianti intermedi, ecc. Il contributo di tale società è anche volto ad assicurare la corretta assegnazione del codice CER per le diverse tipologie di rifiuti e la corretta gestione documentale, nonché supportare Geox nella definizione delle strategie per il contenimento degli impatti ambientali legati alla gestione dei rifiuti. Geox si è dotata di un software gestionale per la registrazione ed archiviazione di tutta la documentazione necessaria ai fini della normativa vigente (e.g. formulari, MUD, AIA, ecc.).

Geox S.p.A. collabora altresì al progetto dalla Camera di Commercio di Treviso e Belluno finalizzato alla telematizzazione dei Certificati di Origine, ovvero la stampa del documento direttamente in azienda. Si tratta di un primo passo in quanto il processo al momento non può essere interamente dematerializzato perché gli unici documenti accettati da tutte le dogane sono quelli su supporto cartaceo.

Nel 2021, per Geox S.p.A., Xlog S.r.l., Geox Retail S.r.l. e gli store⁶⁵, si è continuato con successo ad utilizzare gli impianti per il trattamento dei rifiuti che garantiscono il recupero dei materiali smaltiti al 99,9%, attraverso recupero energetico o recupero per la produzione di Materie Prime Secondarie (MPS), ed è stato così raggiunto l’obiettivo “Discarica zero”, che consente anche un contestuale sistema di tracciamento e vigilanza della filiera.

Inoltre, tramite il sistema informativo dell’intermediario a cui Geox S.p.A. ha affidato la gestione dei propri rifiuti, è stato possibile monitorare e quantificare le emissioni di CO₂ derivanti dal trasporto rifiuti, successivamente compensate con l’acquisizione di certificati di *Carbon Neutrality*.

I rifiuti totali prodotti dal Gruppo Geox nel 2021 sono pari a circa 1.880 tonnellate, in aumento rispetto a quelli registrati nel 2020, pari a 1.776(+6%). Di questi, 10,87 tonnellate sono classificabili come rifiuti pericolosi.

Per quanto attiene ai metodi di smaltimento dei rifiuti generati dal Gruppo, l’83% dei rifiuti prodotti è stato avviato al riciclo, il 6% è stato destinato ad altre operazioni di recupero, mentre il restante 11% è confluito in discarica.

⁶⁵ Sono esclusi i rifiuti solidi urbani e i fanghi delle fosse settiche.

Rifiuti prodotti 2021 (t) ⁶⁶

	Generati	Rifiuti devianti dallo smaltimento ⁶⁷			Rifiuti destinati allo smaltimento ⁶⁸		
		Totale	Riciclo	Altri recuperi	Totale	Incenerimento	Discarica
Rifiuti pericolosi	10,87	<u>10,86</u>	2,94	-	<u>0,01</u>	0,01	-
Dispositivi elettronici	0,79	<u>0,79</u>	0,79	-	-	-	-
Batterie e dispositivi di archiviazione	0,18	<u>0,18</u>	0,18	-	-	-	-
Tubi fluorescenti	0,3	<u>0,30</u>	0,30	-	-	-	-
Gas in recipienti a pressione	1,49	<u>1,49</u>	1,49	-	-	-	-
Bombolette spray	0,06	<u>0,06</u>	0,06	-	-	-	-
Imballaggi pericolosi	0,12	<u>0,12</u>	0,12	-	-	-	-
Rifiuti organici	0,12	<u>0,11</u>	-	0,11	<u>0,01</u>	0,01	-
Adesivi e sigillanti di scarto	0,18	<u>0,18</u>	-	0,18	-	-	-
Materiali: assorbenti, filtranti, stracci contaminati	7,63	<u>7,63</u>	-	7,63	-	-	-
Rifiuti non pericolosi	1.868,88	<u>1.663,25</u>	1.563,94	-	<u>205,63</u>	-	205,63
Carta / cartone	1.136,00	<u>1.136,00</u>	1.136	-	-	-	-
Plastica	18,68	<u>18,68</u>	18,68	-	-	-	-
Legno	244,44	<u>244,44</u>	244,44	-	-	-	-
Tessuti	27,9	<u>27,9</u>	27,9	-	-	-	-
Toner	0,19	<u>0,19</u>	0,19	-	-	-	-
Dispositivi elettronici	4,77	<u>4,77</u>	4,77	-	-	-	-
Batterie e dispositivi di archiviazione	0,51	<u>0,51</u>	0,51	-	-	-	-
Packaging misto	115,94	<u>115,94</u>	115,94	-	-	-	-
Materiali metallici	15,51	<u>15,51</u>	15,51	-	-	-	-
Rifiuti organici	99,31	<u>99,31</u>	99,31	-	-	-	-
Rifiuti misti	205,63	-	-	-	<u>205,63</u>	-	205,63
Totale rifiuti prodotti	1.879,75	<u>1.674,11</u>	1.674,11	-	<u>205,64</u>	0,01	205,64

Per il 2021 Geox intende ridurre le emissioni di CO2 generate dal trasporto dei rifiuti prodotti; a tal fine verranno identificati dei trasportatori dotati di mezzi ecologici tali da garantire il minor impatto possibile e centri di smaltimento prossimi alle sedi Geox.

⁶⁶ Sono inclusi i rifiuti dell'Italia gestiti direttamente dal Gruppo e non attraverso municipalizzate ed i rifiuti dello stabilimento serbo.

⁶⁷ Rifiuti trattati presso un sito esterno

⁶⁸ Rifiuti trattati presso un sito esterno

Acqua

Il consumo di acqua per il Gruppo Geox è legato ai consumi di acqua potabile degli uffici, agli impianti di raffreddamento ad acqua dei negozi, oltre che ai consumi per il processo produttivo.

Il Gruppo Geox, ed in particolare Geox S.p.A. e Xlog S.r.l., promuovono l'utilizzo sostenibile delle risorse idriche, destinato a soddisfare il fabbisogno attuale, senza compromettere la capacità di soddisfare le necessità delle generazioni future. A tal fine sono costantemente valutati i sistemi applicabili per la riduzione dei consumi d'acqua potabile e non.

L'impegno di Geox S.p.A. all'utilizzo responsabile delle risorse idriche e al riciclo delle stesse riguarda:

- **il monitoraggio mensile dei contatori** di acqua potabile al fine di riscontrarne il consumo ed il corretto funzionamento sia per la sede che per la società Xlog S.r.l.;
- **il recupero di acqua piovana** sulle vasche interrato nell'area del ristorante aziendale da destinare all'irrigazione delle aree verdi e prelevando la restante parte necessaria dai canali irrigui del Consorzio di Bonifica locale;
- **il rinnovo di parte della componentistica** della seconda centrale di pompaggio a servizio della rete idrica antincendio (la prima era stata ammodernata durante il 2020), costituita da naspi, idranti, monitori e sprinkler distribuiti sui fabbricati ed aree esterne del Polo Logistico di Signoressa. In particolare, sono state sostituite tutte le valvole di intercettazione di prelievo e di ritorno dell'acqua in vasca di accumulo nonché tutte le valvole di non ritorno verso la rete di distribuzione. Questo intervento, oltre a migliorare la sicurezza del sistema, ha permesso la riduzione dei consumi elettrici della pompa per il mantenimento costante della pressione di esercizio nonché una riduzione dei prelievi d'acqua dalle utenze disponibili.

Nel 2021 il consumo di acqua totale⁶⁹ del Gruppo è stato pari a 13,54 mega litri, in diminuzione di oltre il 37% rispetto al 2020 (pari a 21,6 mega litri), che sono stati utilizzati per le normali attività degli stabilimenti, dei negozi ed al consumo dell'impianto antincendio. Rispetto al 2019, già nel 2020 il prelievo di acqua aveva registrato un decremento di circa il 40% grazie al rinnovo di una delle centrali di pompaggio. Tutta l'acqua consumata è di tipo "dolce", ovvero ha una quantità di solidi disciolti inferiore a 1,000 mg/L. Nel 2021 i prelievi di acqua da acquedotto, che attinge da acqua di superficie⁷⁰ in aree a stress idrico, imputabile ai territori della Serbia e della Spagna, è pari a 0,4 mega litri (7,7 mega litri nel 2020).

⁶⁹ I consumi del 2019 includono: l'Italia (esclusi i negozi), la Spagna, l'Austria, l'Ungheria, la Gran Bretagna, la Serbia, il Giappone, l'Asia Pacifica e gli Stati Uniti. I consumi del 2020 e del 2021 includono: l'Italia (esclusi i negozi), la Spagna, l'Austria, la Gran Bretagna, la Serbia, il Giappone, l'Asia Pacifica e gli Stati Uniti.

⁷⁰ L'acqua prelevata dalla Serbia nel 2020 è stata pari a 7,3 mega litri e proveniva da acqua di superficie; mentre non si conosceva la provenienza dei 0,4 mega litri consumati in Spagna.

BANDO CONAI PER L'ECO-DESIGN:
IL BRAND GEOX RICONFERMATO
TRA I PIÙ ATTENTI ALLA
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEGLI
IMBALLAGGI

APPLICAZIONE DI NUOVA ETICHETTA
DI SPEDIZIONE CHE SOSTITUISCE IL
NASTRO DI CHIUSURA

NUOVA LINEA DI TRASPORTO E
SMISTAMENTO CHE CONSENTE DI
EFFICIENTARE E MIGLIORARE
L'ERGONOMIA DEI FLUSSI MERCE

COMPENSAZIONE – ATTRAVERSO
CERTIFICATI DI CARBON
NEUTRALITY – DELLA CO₂
DERIVANTE DAL TRASPORTO DEI
RIFIUTI PRODOTTI DAGLI
STABILIMENTI

RISPARMIO DI CIRCA 17
TONNELLATE DI CO₂ GRAZIE ALLO
SMART WORKING DEI DIPENDENTI
DI XLOG

IMBALLAGGI E-COMMERCE
REALIZZATI CON CELLULOSA DA
FILIERA SOSTENIBILE

Logistica

L'attività di trasporto dei prodotti dai processi di produzione ai singoli punti vendita costituisce non solo un elemento strategico per il business, ma anche un'importante fonte d'impatto ambientale. Per questo motivo, Geox è orientata ed impegnata ad implementare, per quanto possibile, soluzioni logistiche in grado di assicurare, da un lato, l'efficienza operativa e il rispetto dei tempi di consegna e, dall'altro, la tutela dell'ambiente. In particolare, all'interno del Codice Etico il Gruppo Geox manifesta il proprio impegno nel ricorso a servizi di logistica a basso impatto ambientale, nonché provenienti da provider attenti all'efficienza energetica delle proprie attività e alla compensazione delle emissioni in atmosfera.

In tale ottica, Xlog S.r.l., società del Gruppo Geox che si occupa delle attività di trasporto e magazzinaggio nel centro logistico di Signoressa (TV), è attenta ad integrare le questioni ambientali e sociali nelle scelte strategiche di business, basandosi, ove possibile, sulle logiche proposte dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals*) nell'ambito dei diversi aspetti che caratterizzano i processi di trasporto e di stoccaggio. Negli anni tale attenzione si è tradotta nello sfruttare al meglio l'elemento innovazione lungo tutta la Supply Chain con un approccio sostenibile. Anche nel 2021, nonostante gli effetti dell'emergenza sanitaria, la logistica ha continuato ad operare secondo logiche di sviluppo sostenibile anche attraverso il progresso tecnologico. La pandemia sembra aver accelerato alcune riflessioni avviate già nel corso del 2020: si sono infatti riconfermate l'importanza dell'innovazione tecnologica e la necessità di condividere buone pratiche per una logistica il più sostenibile ed efficiente possibile. In quest'ottica, l'azienda ha realizzato progetti di "Industria 4.0", attraverso investimenti che hanno migliorato la produttività nello stoccaggio e nel *picking* nonché il monitoraggio dei consumi elettrici, degli impianti di illuminazione e di emergenza, degli impianti di condizionamento e delle centrali antincendio, integrando la possibilità di governare gli stessi da remoto.

Scelta dei partner e monitoraggio delle emissioni

La selezione dei partner, in particolare per i servizi di trasporto, è frutto di un'attenta e costante analisi di diversi fattori, tra i quali sono fondamentali la minimizzazione dell'impatto ambientale legato alle attività di trasporto, l'efficienza operativa ed il contenimento dei costi. Xlog si impegna, insieme ai propri fornitori, ad intraprendere azioni che consentiranno di raggiungere la *carbon neutrality*. A tale scopo, Xlog si affida a Partner che rispettano i seguenti criteri:

- utilizzo di strutture alimentate con energia rinnovabile;
- utilizzo di carburante alternativo nelle operazioni via terra, ove possibile;
- riduzione delle emissioni di CO₂ per singolo pacco da trasportare.

Grazie al supporto dei propri fornitori di servizi logistici, il Gruppo Geox ha iniziato dal 2017 a monitorare le emissioni di CO₂ derivanti dal trasporto dei prodotti finiti e nel corso del 2018 è stato esteso il perimetro di calcolo delle emissioni, includendo anche quelle derivanti da logistica "export" relative ai resi nell'ambito dei trasporti su gomma, nonché quelle derivanti dai trasporti su nave e su aereo. A partire dal 2019, con riferimento alle emissioni derivanti dalla logistica relativa agli "export", è stata altresì estesa la mappatura e la relativa rendicontazione delle spedizioni Ex Works nell'ambito delle trazioni dirette su gomma, nonché alla distribuzione nell'ambito dei trasporti aerei. Nel 2021 è stato ulteriormente esteso il perimetro di rendicontazione delle emissioni derivanti dalla logistica "export"; sono stati infatti inclusi anche i trasferimenti che avvengono tra i diversi negozi.

Oltretutto, è stato utilizzato ed integrato un applicativo di Business Intelligence al fine di rilevare le emissioni indirette derivanti dalle movimentazioni effettuate in perimetro di rendicontazione. L'applicativo permette di visualizzare i dati dei trasferimenti sia interni che tra i negozi, così come le movimentazioni dei laboratori esterni presso i quali vengono affidati i ripristini e le lavorazioni dei prodotti Geox⁷¹. Grazie al continuo monitoraggio dei dati attraverso l'applicativo, Xlog è riuscita a ridurre i trasporti via aerea verso le filiali.

Per la distribuzione nel Regno Unito, dal 2020 Geox collabora con due nuovi partner che si servono di una flotta caratterizzata da tecnologie di ultima generazione, assicurando così una riduzione delle emissioni e della rumorosità e garantendo una gestione efficiente e sempre più "green" del trasporto, promuovendo anche la sicurezza dei lavoratori e della merce trasportata.

⁷¹ Le emissioni derivanti dai trasferimenti tra gli stabilimenti interni e i laboratori esterni ai quali vengono affidati i ripristini e le lavorazioni dei prodotti Geox saranno tuttavia rendicontati a partire dal prossimo periodo di rendicontazione.

COVID-19: SMART WORKING PER LA SALUTE E PER L'AMBIENTE

Anche nel 2021 nel polo logistico di Signoressa (TV) è stato fatto ricorso, in modo consistente, allo smart working, seguendo le direttive governative per una maggior tutela della salute dei lavoratori.

Ciò si è tradotto, come per il 2020, anche in un impatto positivo sull'ambiente connesso alla mobilità quotidiana del personale di Xlog che consta di 55 persone. È stato calcolato che il tempo medio per i lavoratori per raggiungere lo stabilimento dalle proprie abitazioni è di circa 45 minuti a persona e, considerando una permanenza media in smart working di circa il 23% del personale, il totale dei chilometri evitati ammonta a 103.500⁷², pari a un risparmio di circa 17,43 tonnellate di CO₂⁷³, che va ad aggiungersi alla riduzione dell'impatto ambientale complessivo dello stabilimento determinato dal minor utilizzo degli impianti di riscaldamento e raffreddamento, dell'acqua, delle stampanti, ecc.

Nel 2021 è stato registrato un aumento significativo delle emissioni rispetto al valore del 2020 (+22%), anno nel quale si era verificata una riduzione delle stesse a causa dell'epidemia globale da Coronavirus che aveva bloccato sia le importazioni che la movimentazione generale della merce. Il dato risulta invece in lieve diminuzione (-8%) rispetto all'anno per pandemia, il 2019.

⁷² Considerando una media di 200 giorni lavorativi anno, per una distanza media di 20,5 km dall'abitazione al luogo di lavoro da percorrersi due volte al giorno.

⁷³ Il fattore utilizzato per il calcolo delle emissioni è stato pubblicato dal Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA) nel 2021. È stato considerato l'utilizzo di una macchina di medie dimensioni a gasolio.⁷⁴ Le emissioni per l'export sono relative ai trasporti in aereo, nave e gomma (escludendo i km relativi ai trasporti "misti", cioè effettuati con diverse tipologie di trasporto, per i quali non sono distinguibili i km effettuati su gomma rispetto alle altre tipologie). La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via gomma, è stata effettuata utilizzando un fattore di emissione medio pubblicato dal DEFRA (*Department for Environment, Food & Rural Affairs*) o, dove disponibili, sulla base dei report certificati forniti dai partner logistici (e.g. UPS). La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via nave è stata effettuata considerando un fattore medio di emissione pari a 450,5 kg di CO₂e per TEU. La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via aereo è stata invece effettuata considerando un fattore medio di emissione pari a 15,8 kg di CO₂e per kg di merce trasportata.

Emissioni da logistica (t CO₂e)

	2019	2020	2021
Emissioni da logistica "Export" ⁷⁴	6.211,09	4.608,92	5.161,24
Gomma	3.315,77	2.911,42	3.335,05
Nave	67,90	50,91	68,75
Aereo	2.827,42	1.646,59	1.757,45
Emissioni da logistica "Import" ⁷⁵	25.249,22	19.277,23	23.888,99
Gomma	221,87	185,33	250,81
Nave	2.117,35	1.711,90	1.518,19
Aereo	22.910,00	17.380,00	22.120,00
Totale	31.460,32	23.886,15	29.050,23



Centro Logistico – Signoressa di Trevignano

⁷⁴ Le emissioni per l'export sono relative ai trasporti in aereo, nave e gomma (escludendo i km relativi ai trasporti "misti", cioè effettuati con diverse tipologie di trasporto, per i quali non sono distinguibili i km effettuati su gomma rispetto alle altre tipologie). La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via gomma, è stata effettuata utilizzando un fattore di emissione medio pubblicato dal DEFRA (*Department for Environment, Food & Rural Affairs*) o, dove disponibili, sulla base dei report certificati forniti dai partner logistici (e.g. UPS). La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via nave è stata effettuata considerando un fattore medio di emissione pari a 450,5 kg di CO₂e per TEU. La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via aereo è stata invece effettuata considerando un fattore medio di emissione pari a 15,8 kg di CO₂e per kg di merce trasportata.

⁷⁵ Le emissioni per l'import sono relative ai trasporti in aereo, nave e gomma. La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via gomma, è stata effettuata utilizzando un fattore di emissione medio pubblicato dal DEFRA (*Department for Environment, Food & Rural Affairs*). La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via nave è stata effettuata considerando un fattore medio di emissione pari a 450,5 kg di CO₂e per TEU. La stima delle emissioni di CO₂e relativa ai trasporti via aereo è stata invece effettuata considerando un fattore medio di emissione pari a 15,8 kg di CO₂e per kg di merce trasportata.

E-commerce

Nel biennio 2019-2020 Geox ha impiegato molte risorse per lo sviluppo dell'e-commerce, in particolare attraverso lo sviluppo di piattaforme in-house, registrando un notevole aumento dei volumi di vendita.

Nel 2021 il percorso strategico aziendale e il perdurare dell'emergenza sanitaria hanno comportato un ulteriore aumento dei volumi del canale web, con un incremento del 17% per le calzature e del 16% per l'abbigliamento.

Gli ultimi 12 mesi hanno visto il potenziamento del servizio "*Endless Aisle*" e l'avviamento del progetto Marketplace; quest'ultimo consente l'acquisto tramite le vetrine dei provider, lasciando a Geox il controllo e la gestione delle spedizioni che vengono effettuate direttamente dal proprio polo logistico, determinando così una sensibile diminuzione delle movimentazioni merci e pertanto la riduzione delle emissioni legate al trasporto. Inoltre, per il 2022 sono previste nuove partnership per continuare l'ampliamento del canale.

È stato introdotto un nuovo tipo di imballaggio che consente di facilitare le operazioni di montaggio e riutilizzo dello stesso. Inoltre, è stata rivista l'etichettatura dei colli che ora presentano una sola *label*, che funge anche da sigillo, anziché due. Gli interventi effettuati e quelli in programma per i prossimi mesi consentono a Geox di proseguire il proprio percorso verso la sostenibilità economica, sociale e ambientale. In questa direzione, è prevista nel 2022 l'installazione e l'avviamento di un nuovo impianto in grado di semplificare e automatizzare le fasi di imballo.

Nel 2021 è stato inoltre efficientato il magazzino dedicato all'e-commerce, riducendo gli spazi di stoccaggio e i tempi di prelievo e approntamento merce per l'abbigliamento e aumentando la capacità di stoccaggio delle calzature.

Rifiuti

Grazie alla revisione organizzativa dell'azienda dell'ultimo biennio, anche le branch europee sono state iscritte ai rispettivi consorzi nazionali. Questo ha consentito a Geox, grazie al supporto e alla mediazione di una società di consulenza appositamente incaricata dal Gruppo, di estendere il perimetro dell'obbligatorietà normativa, incentivando al contempo la ricerca di materiali e soluzioni per l'imballaggio sempre più performanti e rispettosi dell'ambiente al fine di limitare i rifiuti derivanti dall'utilizzo degli stessi.

Inoltre, è stata introdotta la raccolta differenziata del film estendibile, precedentemente conferito nel secco.

Imballaggi

Negli ultimi anni, ha assunto una crescente importanza a livello strategico non solo la qualità del prodotto, ma anche l'efficienza del servizio logistico. A tal proposito, sono molti gli interventi volti a migliorare l'efficienza logistica e la funzionalità degli imballaggi, ottimizzando i carichi e al tempo stesso riducendo i volumi movimentati.

In particolare, per i flussi relativi all'e-commerce, oltre alla scelta di utilizzare imballaggi interamente realizzati con cellulosa proveniente da una filiera sostenibile, sono stati selezionati dei formati per la gestione dei colli che hanno permesso di ottimizzare i carichi, riducendo i volumi movimentati e la quantità di packaging stesso.

Inoltre, è stato riscontrato un miglioramento negli imballi dell'e-commerce, in cui sono stati introdotti i cartoni auto montanti per ordini fino a 2 pezzi, che consentono di eliminare il nastro di chiusura, sostituendolo con l'etichetta di spedizione che funge anche da sigillo.

BANDO CONAI

L'impegno di Geox per l'utilizzo di imballaggi sempre più sostenibili viene riconosciuto per il terzo anno consecutivo, riconfermando il brand tra i più attenti alla sostenibilità ambientale degli imballaggi.

Il Bando, promosso da CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi, con il patrocinio del Ministero della Transizione Ecologica, ha premiato le soluzioni di packaging innovative ed eco-sostenibili immesse sul mercato nel biennio 2019-2020. Tale bando era aperto a tutte le aziende consorziate che hanno rivisto il proprio packaging in ottica di innovazione e sostenibilità ambientale. Geox è stata valutata per il risparmio di materia prima utilizzata nell'imballaggio ed è stata attestata alla partecipazione dell'intervento di ecodesign che ha ridotto l'impatto ambientale dell'imballaggio.

Il caso presentato e premiato nel 2021 ha analizzato il passaggio ad un cartone che, pur mantenendo la medesima resistenza e l'integrità strutturale necessarie a sostenere la movimentazione attraverso tutto il ciclo della supply chain, ne riduce gli strati. Si è passati da un imballaggio a 5 strati ad un C-flute cartone a 3 strati che ha consentito una diretta riduzione del consumo di materie prime impiegate nella produzione di cartoni nonché minori volumi movimentati. I benefici ambientali sono molteplici, in quanto si risparmia in termini di elettricità, di emissioni di CO₂ - anche grazie all'incremento della capacità di carico -, di acqua, di numero di alberi utilizzati e di carta.

Magazzini esterni e polo logistico di Signoressa

Nel corso del 2021 è stato ulteriormente incrementato il grado di efficientamento elettrico del magazzino B. È stata infatti implementata una gestione differenziata della temperatura di climatizzazione sezionando i singoli uffici e le diverse aree di magazzino, di stoccaggio e dell'e-commerce, migliorando il benessere dei lavoratori e, al contempo, ottimizzando il rendimento energetico e riducendo gli sprechi di energia. L'impianto viene gestito da remoto e consente di controllare l'accesso, l'illuminazione e la termoregolazione, consentendo di impostare gli orari di funzionamento per singole aree di lavoro, e ricevendo da essi le segnalazioni di allarme delle grandezze poste sotto osservazione.

Sono stati inoltre integrati gli strumenti di misura dei consumi elettrici, nonché dispositivi per il controllo centralizzato dell'impianto di illuminazione di emergenza e centrali antincendio. Il sistema è in grado di registrare tutte le misure di interesse, quali i consumi elettrici o gli orari di funzionamento, che sono visualizzabili attraverso grafici e report generati automaticamente, i quali consentono di monitorare e ridurre i consumi, determinando così una riduzione delle emissioni prodotte.

Inoltre, è stata introdotta nel magazzino A una linea di trasporto e smistamento che ha consentito di efficientare e migliorare l'ergonomia sia del flusso in ingresso che in uscita delle merci.

Eco-progettazione dei punti vendita

“FONDERE STILE E INNOVAZIONE, COMUNICARE IN MODO CHIARO LA TECNOLOGIA DEI PRODOTTI, ENFATIZZARE I VALORI DELL’ITALIANITÀ E DELLA SOSTENIBILITÀ, DANDO AMPIO SPAZIO AL DIGITAL”.

Queste le parole di Mario Moretti Polegato, presidente e fondatore di Geox, per sintetizzare l’X- Store concept. Quest’ultimo, etichettato con una “X”, è stato sviluppato per offrire al cliente un’esperienza di acquisto innovativa tra pareti e elementi di arredo minimal capaci di evocare la sensazione di leggerezza e ariosità in perfetto stile Geox.

L’architettura dei negozi richiama il concetto di traspirazione ed è pensata in piena sinergia con le caratteristiche dello stabile, soprattutto se storico, e in linea con i principi della sostenibilità. In particolare, l’X-Store concept è nato ed è stato sviluppato per raggiungere un alto livello di utilizzo sostenibile dei materiali. Il design degli store mantiene e valorizza infatti gli eventuali elementi architettonici già presenti come vetrate, colonne, soffitti e mattoni a vista integrandoli nel nuovo concept. In piena sintonia con l’ambiente, i negozi sono costruiti con legno, metalli, piastrelle in ceramica naturale, pareti in cartongesso con finiture in cemento o intonacati/tinteggiati, illuminazione a LED, utilizzando materiali riciclati (tappeti), certificati FSC (legno) e Green Building (piastrelle, pannelli in cartongesso).

È riposta particolare attenzione anche alla minimizzazione degli impatti ambientali nell’ambito del processo di demolizione dei vecchi negozi. L’obiettivo è quello di giungere a degli store che impiegano solo ed esclusivamente materiali riciclati e certificati FSC allo scopo di ottenere la certificazione LEED per ciascun “X-store”. Nell’ottica di ottenere tale certificazione per i restyling e per le nuove aperture, sono utilizzati pavimenti in legno certificati FSC, tappeti realizzati con materiali di riciclo ; tali interventi sono stati eseguiti nel corso del 2021 in 34 negozi. Inoltre, Geox si è posta l’obiettivo di demolire attraverso dei processi green le vecchie strutture che dovranno essere ammodernate grazie al supporto di architetti, al team Retail di Geox, ai fornitori e alle imprese edili.

Nel corso del 2020 è stata altresì portata a termine la costruzione di un nuovo outlet ad Amsterdam che ha ottenuto la certificazione BREEAM. Sulla scia di tale intervento, nel 2022 Geox ha l’obiettivo di eseguire anche il restyling del negozio di Bruxelles Centro Commerciale Westland.

I negozi riflettono la creatività e l’artigianalità del made in Italy delle finiture esclusive, a partire dalla porta principale che presenta i fori tipici delle suole del marchio, simbolo del respiro. Oltre ai fori sulle porte sono stati installati ventilatori e sistemi di purificazione dell’aria per garantire una shopping experience gratificante e all’insegna del benessere. Sono inoltre presenti dei tappeti realizzati utilizzando reti da pesca riciclate.

A partire dal 2017, i Geox store sono stati interessati, sempre in ottica di sostenibilità, da una campagna di relamping a LED attraverso un’operazione di “restore” nei negozi esistenti; nel 2021 tale campagna ha interessato 11 negozi. Ciò ha permesso di ridurre notevolmente la temperatura all’interno degli store e conseguentemente di diminuire i consumi degli impianti di condizionamento. Sono stati inoltre installati sistemi per il monitoraggio dei consumi di energia. L’obiettivo è quello di estendere nella rete questi sistemi di monitoraggio dei consumi progressivamente nei prossimi due anni, al fine di ridurre i consumi energetici.

Nel 2021 l’energia utilizzata nei negozi è derivata per il 72% da fonti green e l’obiettivo per i prossimi anni è quello di usufruire al 100% di energia rinnovabile.

Anche il digital ha un ruolo importantissimo, in un momento in cui l’azienda, che ad oggi ha una forte brand awareness presso un pubblico dai 30 ai 50 anni, vuole intercettare fasce più giovani di consumatori. Fra le funzionalità disponibili per i clienti vi è anche il “click and collect” che permette di ritirare in negozio gli acquisti fatti online. Gli X-Store sono inoltre dotati di Wi-Fi gratuito, punti per ricaricare il cellulare e servizi di fast pay.

La Tassonomia europea

L'Unione Europea ha sviluppato una strategia ambiziosa per lo sviluppo sostenibile e la transizione verso un'economia a basso contenuto di carbonio, in linea con i contenuti dell'Accordo di Parigi sul clima del 2015 e dell'Agenda ONU 2030 con i relativi 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG), impegnandosi a diventare il primo continente a impatto climatico zero entro il 2050 e a ridurre le emissioni di gas a effetto serra di almeno il 55% entro il 2030.

Nella strategia complessiva delineata dalla Commissione Europea per finanziare la crescita sostenibile, un ruolo centrale è assegnato al Regolamento Tassonomia, il quale armonizza a livello europeo i criteri in base ai quali un'attività economica può essere considerata ecosostenibile rispetto a determinati obiettivi ambientali.

A tal riguardo, uno degli obiettivi fissati nel piano d'azione - pubblicato dalla Commissione europea nel marzo 2020 - per finanziare la crescita sostenibile è il riorientamento dei flussi di capitali verso investimenti sostenibili finalizzato al raggiungimento di una crescita sostenibile e inclusiva.

In questo contesto, il regolamento (UE) 2020/852 (di seguito il "Regolamento"), entrato in vigore nel luglio 2020, istituisce un sistema di classificazione unificato per determinare se un'attività economica possa considerarsi ecosostenibile, al fine di individuare il grado di ecosostenibilità di un investimento.

Sono quindi considerate sostenibili dal punto di vista ambientale e quindi "allineate" alla Tassonomia le attività economiche che contribuiscono in modo sostanziale ad almeno uno degli obiettivi climatici e ambientali individuati dall'UE ed allo stesso tempo, da un lato non danneggiano in modo significativo nessuno dei restanti obiettivi, dall'altro rispettano le garanzie sociali minime (quali le Linee guida OCSE destinate alle imprese multinazionali, i Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani, inclusi i principi e i diritti stabiliti dalle otto convenzioni fondamentali individuate nella dichiarazione dell'Organizzazione internazionale del lavoro sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro e dalla Carta internazionale dei diritti dell'uomo).

Gli obiettivi ambientali individuati dal Regolamento sono in particolare:

- Mitigazione del cambiamento climatico;
- Adattamento ai cambiamenti climatici;
- Uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine;
- Transizione verso un'economia circolare;
- Prevenzione e controllo dell'inquinamento;
- Tutela e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi.

Le imprese soggette all'obbligo di pubblicare la dichiarazione di carattere non finanziario sono tenute a pubblicare annualmente gli indicatori fondamentali di prestazione o "KPI" basati sulla quota del fatturato, delle spese in conto capitale e delle spese operative associati ad attività economiche ecosostenibili.

Per l'annualità 2021, l'UE ha previsto degli obblighi informativi limitati che richiedono venga dichiarata la quota di attività economiche "ammissibili" alla tassonomia in termini di fatturato, spese in conto capitale e spese operative e le relative informazioni qualitative.

Sono "ammissibili" le attività economiche descritte nei regolamenti delegati relativi agli obiettivi ambientali che possono essere considerate "sostenibili dal punto di vista ambientale" rispettivamente allineate alla tassonomia se vengono soddisfatti determinati criteri.

Attualmente l'UE ha pubblicato il Regolamento delegato 2021/2139 che include il catalogo delle attività che possono essere considerate sostenibili ai sensi della tassonomia e i relativi criteri tecnici soltanto per i primi due obiettivi ambientali.

L'analisi svolta da Geox

Secondo l'art. 8 del Regolamento (UE) 2020/852, Geox S.p.A. è tenuta a pubblicare informazioni sulla quota di fatturato proveniente da prodotti o servizi associati ad attività economiche ammissibili alla tassonomia; quota di spese in conto capitale (CapEx) e di spese operative (OpEx) relative ad attivi o processi associati ad attività economiche ammissibili alla Tassonomia.

Le attività economiche svolte dal Gruppo Geox possono dirsi “ammissibili” ogni qualvolta possano essere ricondotte alle attività identificate nell’ambito della Tassonomia ed in particolare alle attività incluse del Regolamento delegato 2021/2139.

KPI relativo al fatturato

Sulla base di un’analisi delle attività economiche, svolta con il supporto di un consulente esterno, il Gruppo Geox si è ritenuto che nel 2021 non sono presenti attività economiche ricomprese nella Tassonomia europea anche in considerazione del settore di appartenenza (i.e. Fashion) che non è compreso tra i settori attualmente interessati dalla Tassonomia europea.

Alla luce di quanto sopra, non si rilevano ricavi “ammissibili” alla Tassonomia.

Implementazione della Tassonomia nel 2022

Dal 2022 sarà necessario svolgere ulteriori e approfondite analisi anche rispetto agli ulteriori atti delegati che saranno adottati con riferimento gli altri quattro obiettivi ambientali. Geox sta monitorando gli aggiornamenti normativi in materia.









“LA SOSTENIBILITÀ E IL RISPETTO
PER L’AMBIENTE SONO VALORI DI
IMPORTANZA FONDAMENTALE PER
GEOX”

Mario Moretti Polegato

Presidente Geox S.p.A.

Comunità

CAPSULE COLLECTION GEOX E
WWF: €2 PER OGNI PAIO DI
CALZATURE VENDUTE VERRANNO
DESTINATI ALLA CONSERVAZIONE DI
ALCUNE SPECIE IN TUTTO IL MONDO

GEOX E WWF: CAMPAGNE DI
COMUNICAZIONE CON IL SUPPORTO
DI STRUMENTI DIGITAL,
INFLUENCERS E AMBASSADOR PER
LA SENSIBILIZZAZIONE AL
CAMBIAMENTO CLIMATICO

PARTECIPAZIONE ALLA CAMPAGNA
EARTH HOUR PROMOSSA DA WWF
INTERNATIONAL IN CINA



Sostegno allo sviluppo della comunità

Il Gruppo Geox è membro attivo della comunità locale in cui opera e si impegna a contribuire allo sviluppo sociale, economico e ambientale e al benessere della popolazione. In particolare, Geox aderisce alla richiesta di sponsorizzazioni e donazioni, qualora queste offrano garanzie di qualità e serietà, siano destinate al miglioramento degli aspetti sociali e ambientali, oppure provengano da enti di promozione culturale/sociale. Il suo impegno si manifesta attraverso la promozione e il finanziamento di iniziative e progetti che hanno l'obiettivo di sostenere l'attività di organizzazioni benefiche nazionali e internazionali e le comunità locali.

Tale impegno si è concretizzato principalmente nel riconoscimento di elargizioni a favore di iniziative riconducibili all'assistenza e integrazione sociale, all'ambiente, allo sviluppo della comunità locale e alla cultura. Nel corso del 2021 le risorse destinate da Geox a supporto della comunità sono state di circa 207 mila Euro.

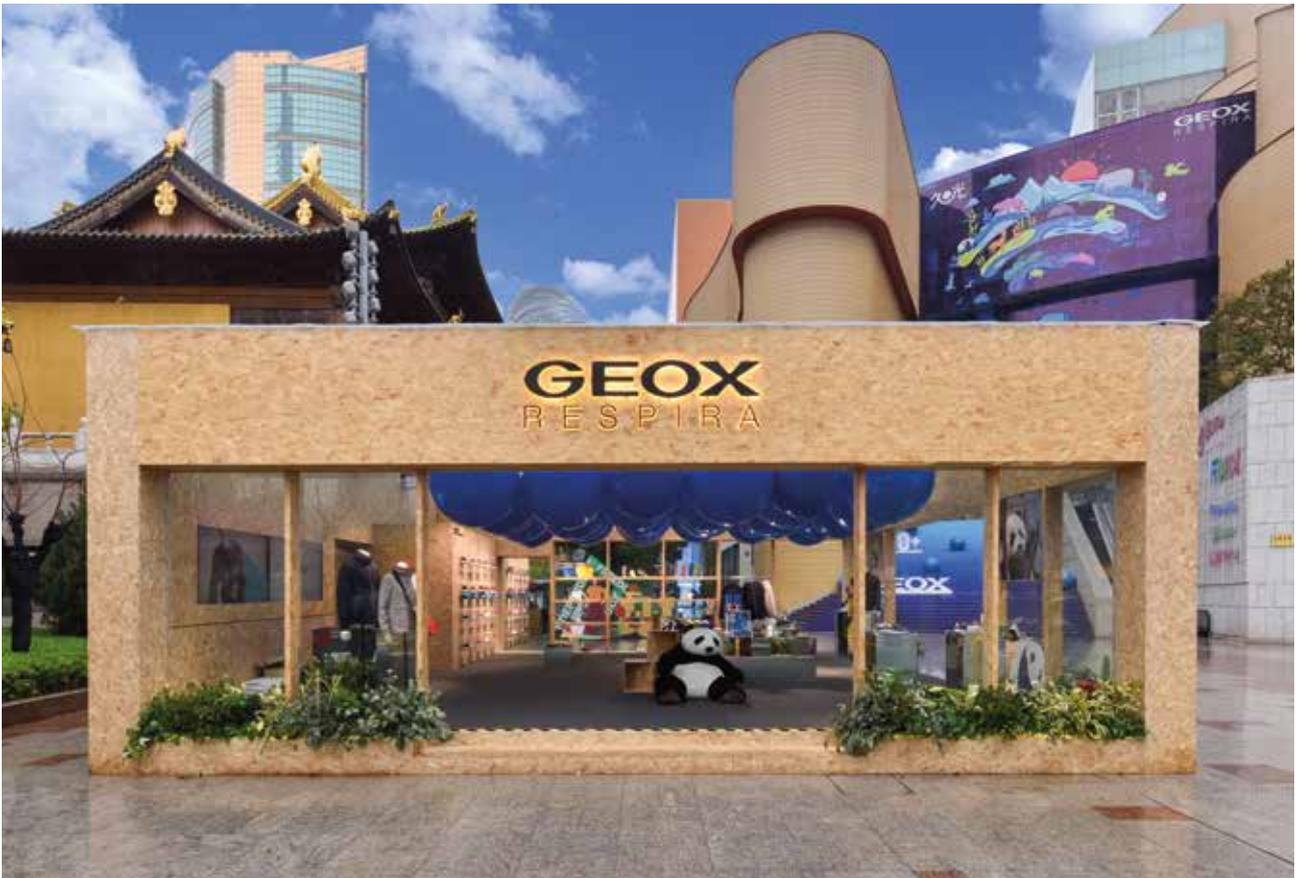
Nel 2021 ha registrato un ulteriore sviluppo la nuova collezione di calzature per bambini lanciata nel 2019 nell'ambito di un accordo di collaborazione tra Geox e WWF, avente l'obiettivo di sostenere l'impegno del WWF a favore della conservazione ambientale, sensibilizzando i consumatori sull'importanza di proteggere la natura, le specie che la abitano e l'unicità del nostro Pianeta. Tramite questa collezione Geox vuole ispirare le nuove generazioni verso la difesa dell'ambiente. Nell'intento di contribuire alla salvaguardia delle specie animali a rischio, Geox si è impegnata a devolvere al WWF 2 Euro per ogni paio di calzature della collezione Geox for WWF vendute dal 1° agosto 2019 al 30 settembre 2021, con una contribuzione annua garantita di 200 mila Euro.

Questa collezione è realizzata in fibra di cotone riciclato e in pelle proveniente da fornitori controllati e certificati LWG (Leather Working Group), mentre le soles sono realizzate con il 20% di gomma riciclata. Il packaging è, invece, composto da scatole in carta certificata FSC così come l'hang-tag, la carta velina è in pura cellulosa e per l'imbottitura interna alle scarpe viene utilizzata carta 100% riciclata.

Per sensibilizzare i clienti ad un consumo responsabile e per favorire l'acquisto di queste calzature il cui ricavato è destinato a sostenere progetti ambientali, la collezione Geox for WWF è stata promossa principalmente attraverso le seguenti azioni:

- espositori e vetrine dedicate per i negozi monomarca e plurimarca;
- shopper dedicata distribuita in omaggio a tutti gli acquirenti delle calzature della collezione Geox for WWF;
- campagne di comunicazione, sia attraverso mezzi tradizionali sia tramite strumenti digital, influencers e ambassador (in Cina) sui canali social e il sito geox.com.

In Cina Geox è stata una dei partner ufficiali della campagna "Earth Hour" promossa dal WWF International e ha organizzato a Shanghai una serie di attività nell'ambito dell'iniziativa intitolata "Voice for the planet. Breathe with Geox", culminata in un evento il 27 marzo 2021 svoltosi con la presenza di autorità e celebrità locali nell'ambito di un'installazione speciale a Sogo (tra il 24 marzo e il 12 aprile 2021). All'evento hanno partecipato le celebrities Tang XiaoTian e Zhang Huiwen, ed è stato accompagnato da un'intensa attività di comunicazione sui canali digitali di Geox, riscuotendo inoltre una notevole copertura editoriale.







Grafici e Tabelle

Numero di fornitori soggetti a valutazioni socio-etico-ambientali e azioni intra-prese

	u.m.	2019	2020	2021
Numero di fornitori soggetti a valutazioni socio-etico-ambientali		71	28	42
Numero di fornitori che risultano avere impatti socio-etico-ambientali, effettivi e potenziali, negativi	N°	34	7	15
Percentuale di fornitori che risultano avere impatti socio-etico-ambientali, effettivi e potenziali, negativi, con cui sono stati concordati dei miglioramenti come conseguenza della valutazione		48%	25%	36%
Percentuale di fornitori che risultano avere impatti socio-etico-ambientali, effettivi e potenziali, negativi, con cui i rapporti sono stati risolti come conseguenza della valutazione	%	0%	0%	0%

Percentuale turnover per genere e per fascia di età⁷⁶

	2019						2020					
	Genere			Fasce di età			Genere			Fasce di età		
	Uomini	Donne	Totale	<30	30-50	>50	Uomini	Donne	Totale	<30	30-50	>50
Tasso di assunzione	40,95	38,69	44,93	89,85	20,99	16,87	22,50	19,80	22,01	51,63	12,60	9,38
Tasso di cessazione	42,58	34,12	42,24	79,78	20,82	15,83	32,70	29,24	36,03	72,88	19,72	13,04

Percentuale turnover per area geografica

	2019						2020					
	Italia	Francia	Spagna	Germania	UK	Altro	Italia	Francia	Spagna	Germania	UK	Altro
Tasso di assunzione	20,8	105,6	131,4	53,0	128,1	39,8	8,9	69,6	38,8	23,2	23,1	23,7
Tasso di cessazione	19,5	99,7	126,7	47,0	116,4	37,7	18,8	104,6	84,5	46,3	132,3	32,9

Numero dipendenti per tipologia di contratto e per genere

	2019							2020							2021						
	Contratto Tempo Indeterminato			Contratto Tempo Determinato			Totale	Contratto Tempo Indeterminato			Contratto Tempo Determinato			Totale	Contratto Tempo Indeterminato			Contratto Tempo Determinato			Totale
	U	D	T	U	D	T		U	D	T	U	D	T		U	D	T	U	D	T	
Italia	398	1.045	1.443	44	119	163	1.606	391	1.013	1.404	8	28	36	1.440	368	931	1.299	35	97	132	1.431
Europa	214	611	825	78	307	385	1.210	180	537	717	19	133	152	869	153	448	601	32	117	149	750
Nord America	ND	ND	396	ND	ND	2	398	ND	ND	172	ND	ND	1	173	ND	ND	93	ND	ND	122	215
Altro	438	1.150	1.588	54	314	368	1.956	438	1.185	1.623	62	291	353	1.976	122	294	416	30	176	206	622
Totale	1.050	2.806	4.252	176	740	918	5.170	1.009	2.735	3.916	89	452	542	4.458	643	1.673	2.316	97	390	487	3.018

Numero di infortuni suddivisi per genere e area geografica e ore lavorate 2020

	Infortuni			Infortuni con gravi conseguenze			Malattie professionali			Numero di ore lavorate								
	Sul luogo di lavoro			In itinere			Sul luogo di lavoro			In itinere			Uomini	Donne	Totale			
	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.						
Italia	6	10	16	2	4	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	546.879	1.013.574	1.560.453
Europa	5	27	32	2	3	5	1	8	9	2	2	4	0	0	0	83.599	647.463	731.062
Nord America	3	5	8	0	0	0	3	5	8	0	0	0	3	5	8	19.307	36.926	56.233
Resto del mondo	1	6	7	0	4	4	0	0	0	0	1	1	0	0	0	800.345	1.981.124	2.781.469
Totale	15	48	63	4	11	15	4	13	17	2	3	5	3	5	8	1.450.129	3.679.087	5.129.217

Numero di infortuni suddivisi per genere e area geografica

	2019						2020						2021					
	Infortuni sul luogo di lavoro			Infortuni in itinere			Infortuni sul luogo di lavoro			Infortuni in itinere			Infortuni sul luogo di lavoro			Infortuni in itinere		
	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.
Italia	3	25	28	5	7	12	6	10	16	2	4	6	4	14	18	1	7	8
Europa	13	31	44	5	4	9	5	27	32	2	3	5	5	28	33	2	4	6
Nord America	2	9	11	-	-	-	3	5	8	0	0	0	1	2	3	0	0	0
Resto del mondo	3	9	12	-	5	5	1	6	7	0	4	4	2	6	8	0	2	2
Totale	21	74	95	10	16	26	15	48	63	4	11	15	12	50	62	3	13	16

Indici infortunistici e Tasso di assenteismo 2019

	Indice di gravità ⁷⁷			Indice di frequenza ⁷⁸			Tasso di assenteismo ⁷⁹		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	0,04	0,67	0,47	10,79	20,86	17,58	3,64	11,04	13,93
Europa	0,09	0,63	0,42	23,98	30,84	28,11	11,13	11,96	11,61
Nord America	-	0,43	0,27	16,32	41,32	32,32	1,45	1,01	1,17
Resto del mondo	0,05	0,11	0,09	3,81	6,83	6,00	4,51	7,33	6,55
Totale	0,13	0,49	0,38	12,91	18,24	16,49	6,31	8,51	8,38

⁷⁶ I tassi di assunzione e cessazione per genere e per fascia di età non includono i dipendenti del Nord America. Il numero di dipendenti assunti e cessati del Nord America (tot.449 per il 2019, 103 per il 2020 e 161 per quanto riguarda gli assunti; tot.452 per il 2019, 315 per il 2020 e 116 per il 2021 per quanto riguarda i cessati) sono considerati nei tassi di assunzione e cessazione totali.

⁷⁷ Indice di gravità = (numero di giornate perse per infortuni sul lavoro / numero totale di ore lavorate) * 1.000

⁷⁸ Indice di frequenza = (numero di infortuni / numero totale di ore lavorate) * 1.000.000

⁷⁹ Tasso di assenteismo = (numero totale di giorni di assenza non programmata / numero totale di giorni lavorativi) * 100

Indici infortunistici

2020

	Tasso di infortuni sul lavoro registrabili ⁸⁰			Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze ⁸¹			Tasso di malattie professionali		
	U	D	Tot.	U	D	Tot.	U	D	Tot.
Italia	14,6	13,8	14,1	-	-	-	-	-	-
Europa	83,7	46,3	50,6	-	-	-	-	-	-
Nord America	155,4	135,4	142,3	-	-	-	-	-	-
Resto del mondo	1,3	5,1	4,0	-	-	-	-	-	-
Totale	13,1	16,0	15,2	4,1	4,4	4,3	2,1	1,4	1,6

Numero di infortuni per lavoratori non dipendenti, suddivisi per genere '19 e '20 e area geografica 2021

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Sul luogo di lavoro	18	2	20⁸²	11	5	16⁸³	10	1 ⁸⁴	11
In itinere	2	3	5	2	1	3	2	0	2
Numero di ore lavorate				ND	ND	491.509,50	289.553	111.226	400.778
Italy	-	-	-	-	-	-	12	1	12
Europe	-	-	-	-	-	-	-	-	-
North America	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resto del mondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	20	5	25	13	6	19	12	1	13

Indici infortunistici non dipendenti, suddivisi per genere per il 2019 e il 2021

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di frequenza⁸⁵	73,89	51,10	67,84⁸⁶	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili⁸⁷	-	-	-	-	-	38,66⁸⁸	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	41,44	8,99	32,44

⁸⁰ Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = (Numero di infortuni sul lavoro registrabili / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

⁸¹ Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze = (Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze, ad esclusione dei decessi / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

⁸² Infortuni sul luogo di lavoro, di cui 3 ricadute da infortunio (2 uomini e 1 donna).

⁸³ Infortuni sul luogo di lavoro oltre a 1 ricaduta da infortunio per gli uomini e 1 per le donne.

⁸⁴ Infortuni sul luogo di lavoro oltre a 1 ricaduta da infortunio.

⁸⁵ Indice di frequenza = (numero di infortuni / numero totale di ore lavorate) * 1.000.000.

⁸⁶ Al netto delle ricadute da infortunio l'indice di frequenza è pari a 59,69.

⁸⁷ Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = (Numero di infortuni sul lavoro registrabili / Numero di ore lavorate) * 1.000.000.

⁸⁸ Conteggiando le ricadute da infortunio, il tasso di infortuni sul lavoro registrabili per i non lavoratori è pari a 42,73.

Materiali utilizzati 2019

	u.m	2019
Carta per uffici/negozi e shopper⁸⁹	t	437
di cui certificata FSC (%)		99,39%
Carta/cartone per il packaging⁹⁰	t	10.519
di cui riciclato (%)		80,01%
Tessuti per calzature⁹¹	m ²	2.743.128
di cui riciclato (%)		0,53%
Pellame per calzature⁹²	m ²	2.633.212
di cui riciclato (%)		-
Materiali compositi per soles⁹³	t	5.329
di cui riciclato (%)		10,00%

⁸⁹ I consumi di carta includono quelli relativi agli uffici e ai negozi di Italia, Svizzera, Germania, Austria, Spagna, Gran Bretagna, Giappone, Asia Pacifica, Indonesia, Vietnam e Shanghai. Nel 2019, i consumi di carta includono quelli relativi agli uffici e ai negozi in Italia e nei Paesi esteri maggiormente significativi.

⁹⁰ Nel biennio 2018-2019 i consumi includono la carta utilizzata per la produzione delle collezioni P/E – A/I di ciascun periodo e per la spedizione verso Geox S.p.A. e le filiali. Sono inoltre considerate le scatole di cartone per la sede di Geox S.p.A. e per il magazzino di Signorressa nonché il cartone utilizzato presso il sito produttivo Serbo.

⁹¹ I consumi totali di tessuti, pellame e materiali impiegati per la produzione delle soles si riferiscono a quelli degli Authorized Vendor per le stagioni P/E 18 – A/I 18 e P/E 19 – A/I 19.

⁹² I consumi totali di tessuti, pellame e materiali impiegati per la produzione delle soles si riferiscono a quelli degli Authorized Vendor per le stagioni P/E 18 – A/I 18 e P/E 19 – A/I 19.

⁹³ I consumi totali di tessuti, pellame e materiali impiegati per la produzione delle soles si riferiscono a quelli degli Authorized Vendor per le stagioni P/E 18 – A/I 18 e P/E 19 – A/I 19.

Rifiuti prodotto (t) ⁹⁴

	2019	2020
Rifiuti pericolosi	12,11	6,67
Dispositivi elettronici	2,64	0,78
Tubi fluorescenti	0,34	0,01
Prodotti chimici di laboratorio	-	-
Gas in recipienti a pressione	-	-
Bombolette spray	0,42	-
Imballaggi pericolosi	-	-
Rifiuti organici	-	-
Adesivi e sigillanti di scarto	-	-
Assorbenti, materiali filtranti, stracci contaminati da sostanze pericolose	-	-
Adesivi e sigillanti	-	-
Altri ⁹⁵	8,71	5,88
Rifiuti non pericolosi	1.864,15	1.769,09
Carta / cartone	1.384,84	1.214,55
Plastica	22,61	12,66
Legno	227,74	163,08
Organici	137,88	106,53
Altri ⁹⁶	91,09	272,27
Totale	1.876,26	1.775,76

Metodo di smaltimento (t)

	2019	2020
Riciclo	1874,20	1.546,74
Discarica	2,06	213,85
Riutilizzo	ND	6,16
Impianti trattamenti reflui / depuratori	ND	9,00
Inceneritore	ND	ND
Totale	1.876,26	1.775,75

⁹⁴ Sono inclusi i rifiuti dell'Italia gestiti direttamente dal Gruppo e non tramite le municipalizzate e i rifiuti prodotti nello stabilimento serbo.

⁹⁵ Tra gli altri rifiuti pericolosi è incluso principalmente materiale assorbente, filtrante e in tessuto contaminato da sostanze pericolose.

⁹⁶ Tra gli altri rifiuti non pericolosi sono inclusi: i toner in quanto il Gruppo Geox impiega toner classificati come rifiuti non pericolosi, dispositivi elettronici, ferro e acciaio, fanghi delle fosse settiche, rifiuti organici, ecc.



Nota metodologica

Standard di rendicontazione applicati

La Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario del Gruppo Geox (nel seguito anche “Dichiarazione”), redatta in conformità agli artt. 3 e 4 del D. Lgs. 254/2016 (nel seguito anche “Decreto”), contiene informazioni relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte dal Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto prodotto dalle stesse.

La presente Dichiarazione, pubblicata con periodicità annuale, è redatta ai sensi del D. Lgs. 254/2016 e secondo i GRI Standards (opzione in accordance “Core option”), lo standard utilizzato quale riferimento, pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Iniziative, integrati con eventuali modifiche pubblicate successivamente dall’ente e per tempo vigenti, che costituiscono ad oggi lo standard più diffuso e riconosciuto a livello internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria. Al fine di agevolare il lettore nel rintracciare le informazioni all’interno del documento alle pagine 212-216 è riportato il GRI Content Index.

La rendicontazione non finanziaria presentata nella Dichiarazione riflette il principio di materialità o rilevanza, elemento previsto dalla normativa di riferimento e caratterizzante i GRI Standards: i temi trattati all’interno della Dichiarazione sono quelli che, a seguito di un’analisi e valutazione di materialità, descritta alle pagine 65-66 del presente documento, sono stati considerati rilevanti in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività del Gruppo o di influenzare le decisioni dei suoi stakeholder.

Perimetro di reporting

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenuti nella Dichiarazione si riferiscono alla performance del Gruppo Geox (di seguito anche “il Gruppo”) per l’esercizio chiuso il 31 dicembre 2021. Come previsto dal D. Lgs. 254/2016, art. 4, la presente Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario comprende i dati della società madre (Geox S.p.A.) e delle sue società figlie consolidate integralmente. Per ulteriori dettagli con riferimento all’elenco delle società oggetto di consolidamento si rimanda al Bilancio Consolidato 2021 del Gruppo Geox. Eventuali limitazioni a tale perimetro sono opportunamente indicate all’interno del documento. Inoltre, è stato fornito il raffronto rispetto ai due esercizi precedenti. Si segnala che la Società Technic Development DOO, ai fini della presente rendicontazione, è stata considerata fino al momento della liquidazione, avvenuta a metà 2021. Non sono state effettuate riesposizioni rispetto ai dati dell’esercizio precedente, salvo dove espressamente esplicitato.

Processo di rendicontazione

La predisposizione della Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario del Gruppo Geox per il 2021 si è basata su un processo di reporting strutturato che ha previsto:

- il coinvolgimento di tutte le strutture/Direzioni aziendali responsabili degli ambiti rilevanti e dei relativi dati e informazioni oggetto della rendicontazione non finanziaria del Gruppo. È stato richiesto loro un contributo nell’individuazione e valutazione dei temi materiali, dei progetti/iniziative significativi da descrivere nel documento e nella fase di raccolta, analisi e consolidamento dei dati, con il ruolo di verificare e validare tutte le informazioni riportate nella Dichiarazione, ciascuno per la propria area di competenza. In particolare, i dati e le informazioni inclusi nella presente Dichiarazione derivano dal sistema informativo aziendale utilizzato per la gestione e la contabilità del Gruppo e da un sistema di reporting non finanziario (schede raccolta dati) appositamente implementato per soddisfare i requisiti del D. Lgs. 254/2016 e dei GRI Standards. I dati sono stati elaborati mediante estrazioni e calcoli puntuali e, laddove specificatamente indicato, mediante stime. I dati e le informazioni di natura economico-finanziaria derivano dal Bilancio Consolidato 2021;
- l’approvazione della Dichiarazione da parte del Consiglio di Amministrazione, convocato per l’approvazione del Bilancio Consolidato 2021, dopo essere stata valutata dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità;
- il rilascio di un giudizio di conformità da parte di BDO Italia S.p.A. nella forma di un esame limitato;
- la pubblicazione sul sito internet corporate per renderla disponibile, trasparentemente, agli stakeholder.

Principi di rendicontazione

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

Tabella di raccordo tra i temi materiali Geox e i GRI Standards

TEMI MATERIALI IDENTIFICATI DA GEOX	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	
		INTERNI	ESTERNI
Attenzione alla tecnologia e innovazione del prodotto (*) ⁹⁷		Gruppo Geox	Clienti finali, Investitori, Fornitori
Contrasto alla corruzione	Anticorruzione (GRI 205)	Gruppo Geox	Enti e Istituzioni, Collettività, Fornitori
Qualità e sicurezza del prodotto	Salute e sicurezza dei clienti (GRI 416)	Gruppo Geox	Clienti finali
Sicurezza e protezione dei dati	Privacy dei clienti (GRI 418)	Gruppo Geox	Clienti finali
Tutela e rafforzamento del la reputazione del brand anche con riferimento alla sostenibilità (*)		Gruppo Geox	Investitori
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403)	Gruppo Geox	Organizzazioni sindacali, Fornitori
Selezione dei fornitori/ imprese terziste e loro controllo rispetto alla capacità di tutelare e gestire i diritti umani, la salute e sicurezza dei lavoratori e la corretta gestione ambientale	Valutazione ambientale (GRI 308) e sociale (GRI 414) dei fornitori Lavoro minorile (GRI 408) e forzato/obbligatorio (GRI 409)	Gruppo Geox	Fornitori, Investitori
Lotta alla contraffazione ⁹⁸		Gruppo Geox	Clienti finali, Investitori
Rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori	Non discriminazione (GRI 406) Lavoro minorile (GRI 408) Lavoro forzato/obbligatorio (GRI 409)	Gruppo Geox	Fornitori, Organizzazioni sindacali
Costruzione di relazioni commerciali stabili ed equa remunerazione dei fornitori		Gruppo Geox	Fornitori
Coinvolgimento, ascolto, soddisfazione del cliente ed eccellenza del servizio	Informativa generale (GRI 102-43)	Gruppo Geox	Clienti finali
Coinvolgimento, dialogo, trasferimento di competenze e formazione fornitori	Informativa generale (GRI 102-43)	Gruppo Geox	Fornitori
Tracciabilità e informazioni sul prodotto ed etichettatura	Marketing ed etichettatura (GRI 417)	Gruppo Geox	Fornitori, Clienti finali
Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas a effetto serra	Energia (GRI 302) Emissioni (GRI 305)	Gruppo Geox	Fornitori
Riduzione dei rifiuti prodotti e ricorso a metodi di smaltimento responsabili	Scarichi idrici e rifiuti (GRI 306)	Gruppo Geox	Fornitori
Eco-progettazione dei punti vendita	Energia (GRI 302)	Gruppo Geox	Fornitori
Approvvigionamento e consumo responsabile di materiali	Materiali (GRI 301)	Gruppo Geox	Fornitori, Investitori, Clienti
Prodotti e processi sostenibili ⁹⁹		Gruppo Geox	Fornitori, Investitori, Clienti

⁹⁷ Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un Topic-Specific GRI Standards) GEOX riporta nel documento l'approccio di gestione adottato e i relativi indicatori

⁹⁸ Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un Topic-Specific GRI Standards) GEOX riporta nel documento l'approccio di gestione adottato e i relativi indicatori

⁹⁹ Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un Topic-Specific GRI Standards) GEOX riporta nel documento l'approccio di gestione adottato e i relativi indicatori

GRI Content Index

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Numero di pagina/Note	Omissioni
GRI 102: INFORMATIVA GENERALE 2016			
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE			
102-1	Nome dell'organizzazione	Pag. 41	
102-2	Attività, principali marchi, prodotti e/o servizi	Pag. 8 – 23	
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	Ultima di copertina	
102-4	Numero di Paesi in cui l'organizzazione opera	Pag. 26 – 27	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Pag. 41 – 42	
102-6	Mercati serviti	Pag. 26 – 27	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 26 – 27	
102-8	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, provenienza, età, appartenenza a categorie protette	Pag. 118 – 121; 212	
102-9	Descrizione della catena di fornitura	Pag. 96 – 107	
102-10	Modifiche significative durante il periodo di rendicontazione riguardanti le dimensioni del Gruppo, la struttura, la proprietà o la catena dei fornitori	Non sono intervenuti cambiamenti significativi	
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Pag. 48 – 51	
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Pag. 62 – 63	
102-13	Appartenenza ad associazioni e organizzazioni di sostegno nazionale o internazionale	Pag. 68	
STRATEGIA			
102-14	Dichiarazione del Presidente e dell'Amministratore Delegato	Pag. 4	
ETICA E INTEGRITÀ			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento interne all'azienda	Pag. 14; 57 – 58	
102-17	Descrizione dei meccanismi per avere consulenze e per la comunicazione di comportamenti etici e legittimi	Pag. 51; 57 – 58	
GOVERNANCE			
102-18	Struttura di Governance aziendale	Pag. 39 – 46	
102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	Pag. 43	
102-23	Indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo	Pag. 43	
102-24	Processi e relativi criteri di nomina e selezione dei membri del più alto organo di governo e dei comitati	Pag. 41; 45 – 47	
102-25	Descrizione dei processi utilizzati per assicurare l'assenza di conflitti di interesse	Pag. 57 – 59	
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER			
102-40	Elenco degli stakeholder coinvolti	Pag. 68	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Pag. 146	
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	Pag. 64 – 66	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 65 – 67	
102-44	Aspetti chiave e critiche emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni (stakeholder engagement)	Pag. 65 – 66	
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE			
102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato e indicazione delle società non comprese nel report	Pag. 220	
102-46	Processo di definizione dei contenuti del report e del perimetro di ciascun aspetto	Pag. 65 – 66	
102-47	Elenco degli aspetti identificati come materiali	Pag. 220	

102-48	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti e motivazioni di tali modifiche	Pag. 66
102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Pag. 220
102-50	Periodo di rendicontazione	Pag. 220
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente	Dichiarazione Non Finanziaria 2020
102-52	Periodicità di rendicontazione	Pag. 220
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sulla DNF e i suoi contenuti	231
102-54 / 102-55	GRI content index e scelta dell'opzione "in accordance"	Pag. 222 e presente GRI Content Index
102-56	Attestazione esterna	Pag. 227 – 229
ECONOMICO: TOPIC SPECIFIC STANDARDS		
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 32 – 35
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	Pag. 35
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRECTI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 96 – 99
203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità"	Pag. 100
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 96 – 99
204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	Pag. 98
GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 57 – 59
205-3	Eventuali episodi di corruzione riscontrati e attività correttive implementate	Pag. 59
AMBIENTALE: TOPIC SPECIFIC STANDARDS		
GRI 301: MATERIALI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 178 – 179; 184 – 185
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume	Pag. 184 – 185; 215
301-2	Percentuale di materiali utilizzati che provengono da riciclaggio	Pag. 184 – 185; 215
GRI 302: ENERGIA 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 178 – 179
302-1	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	Pag. 180 – 183
302-2	Consumi di energia all'esterno dell'organizzazione	Pag. 180 – 183
302-3	Intensità energetica	Pag. 181
302-4	Riduzione dei consumi energetici	Pag. 180 – 181
GRI 303: ACQUA 2018		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 178 – 179; 188
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 188
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Pag. 188
303-3	Prelievo idrico	Pag. 188
GRI 305: EMISSIONI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 178 – 179
305-1	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	Pag. 182
305-2	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (Scope 2)	Pag. 182
305-3	Altre emissioni di gas serra indirette (Scope 3)	Pag. 183

305-4	Intensità delle emissioni di Greenhouse gas (GHG)	Pag. 182 – 183
305-5	Riduzione delle emissioni di gas serra	Pag. 180
305-6	Emissioni di sostanze che danneggiano l'ozono in peso (ODS)	Pag. 183
GRI 306: RIFIUTI		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 186 – 187
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag. 187
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag. 186 – 187
306-3	Rifiuti prodotti	Pag. 187
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	Pag. 187
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	Pag. 187
GRI 307: COMPLIANCE AMBIENTALE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 178 – 179
307-1	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	Pag. 179
GRI 308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 100 – 107
308-1	Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri ambientali	Pag. 106 – 107
308-2	Impatti ambientali negativi attuali e potenziali significativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Pag. 100 – 107
SOCIALE: TOPIC SPECIFIC STANDARDS		
GRI 401: OCCUPAZIONE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 118 – 129
401-1	Numero totale e tasso di assunzioni e turnover del personale	Pag. 121 – 123; 212
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 133 – 144
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 136
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pag. 136 – 141
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Pag. 136
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 142 – 144; 213 – 214
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 142 – 144; 213 – 214
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pag. 142 – 144; 213 – 214
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Pag. 142 – 144; 213 – 214
403-9	Infortuni sul lavoro	Pag. 142 – 144; 213 – 214
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 130 – 134
404-1	Ore di formazione medie annue per dipendente, per genere e per categoria	Pag. 134
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 47; 124 – 125
405-1	Composizione degli organi di governo e suddivisione dei dipendenti per categoria rispetto al genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	Pag. 44; 124 – 125
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. Pag. 47; 124 – 125
406-1	Eventuali episodi di discriminazione riscontrati e azioni correttive implementate	Pag. 124

GRI 408: LAVORO MINORILE 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 100 - 107
408-1	Identificazione delle operazioni con elevato rischio al lavoro minorile delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	Pag. 100 – 107
GRI 409: LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 100 – 107
409-1	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligatorio e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	Pag. 100 – 107
GRI 412: VALUTAZIONE DEL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 100 – 107
412-1	Numero e percentuale di attività sottoposte a valutazione del rispetto dei diritti umani	Pag. 100 - 107
GRI 414: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 100 - 107
414-1	Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base di criteri riguardanti gli impatti sulla società	Pag. 106 – 107; 210
414-2	Impatti negativi, attuali e potenziali significativi, sulla società, nella catena di fornitura e azioni intraprese	Pag. 100 - 107
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 83 – 90
416-1	Percentuale delle categorie di prodotto e servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati	Pag. 86; 88 – 90
416-2	Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	Pag. 89
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 167 – 169
417-1	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	Pag. 167 – 169
417-2	Numero totale di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	Pag. 168
417-3	Numero totale di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Pag. 168
GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI 2016		
GRI 103	Modalità di gestione 2016	Pag. 154 – 163
418-1	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	Pag. 163



Relazione della società di revisione indipendente

sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, d.lgs. 254/2016 e dell'art. 5 regolamento CONSOB adottato con delibera n. 20267 del gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione di GEOX S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della GEOX S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 predisposta ex art. 4 Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 4 marzo 2022 (di seguito "DNF").

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "*La Tassonomia europea*" della DNF, richiesta dall'art. 8 del Regolamento europeo 852/2020.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dalla GRI - Global Reporting Initiative, opzione "core" (di seguito "GRI Standards") da essi individuati come standard di riferimento per la rendicontazione.

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

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

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

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

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standard. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio *“International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information”* (di seguito *“ISAE 3000 Revised”*), emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l’ISAE 3000 Revised (*“reasonable assurance engagement”*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche dell’impresa rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall’art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario incluse nella DNF ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo GEOX;
4. comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell’attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell’art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall’impresa connesse ai temi indicati nell’art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subito connessi ai temi indicati nell’art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.
In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della GEOX S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

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

- a livello di Capogruppo,

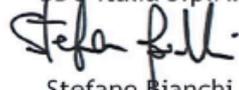
- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo GEOX relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

Le nostre conclusioni sulla DNF del Gruppo GEOX non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "La Tassonomia europea" richieste dall'art. 8 del Regolamento europeo 852/2020.

Padova, 23 marzo 2022

BDO Italia S.p.A.

Stefano Bianchi
Socio

Contatti Sede legale

Via Feltrina Centro, 16

31044 Biadene di Montebelluna (TV)

Dati Legali

Capitale Sociale: Euro 25.920.733,1 i.v. REA n. 265360

Codice fiscale/R. I. di Treviso n. 03348440268

Contatti per informazioni sulla Dichiarazione Non Finanziaria

Simone Maggi

simone.maggi@geox.com

tel. +39 0423 282476

Investor Relations Manager

Documenti a disposizione degli azionisti www.geox.biz
(Sezione Investor Relations)

#GeoxSustainability

