



SANTA CHIARA | LAB
Università di Siena 1240



FERRAGAMO

PROJECT WORK

SCUOLA SIDREA SU SVILUPPO SOSTENIBILE ESG 2024

INDICE

1. INQUADRAMENTO GENERALE DELL'AZIENDA

2. SCORE ESG

3. ANALISI SWOT

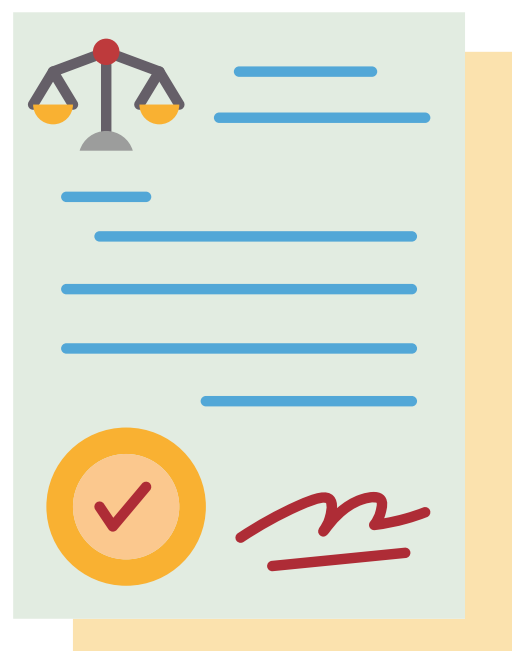
4. ANALISI SCORE

5. CONCLUSIONI



SANTA CHIARA | LAB
Università di Siena 1240

INQUADRAMENTO GENERALE



Salvatore Ferragamo S.p.A. è la capogruppo del Gruppo Salvatore Ferragamo, uno dei principali player del settore della moda di lusso.



MODELLO DI GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

L'organo aziendale competente per le Operazioni con Parti Correlate e la Sostenibilità d'impresa è il **Comitato Controllo e Rischi (CCR)**, costituito dal Consiglio di Amministrazione. Il CCR è composto da tre Consiglieri non esecutivi e indipendenti, i quali svolgono i seguenti compiti:

- **supportare** il Consiglio di Amministrazione nella definizione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- **valutare** l'idoneità dell'informazione periodica, finanziaria e non finanziaria; **esaminare** il contenuto dell'informazione periodica a
- carattere non finanziario rilevante; **esprimere** pareri su specifici aspetti inerenti all'identificazione dei principali rischi aziendali e supportare 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.

VISION

La **vision** di Salvatore Ferragamo S.p.A. parte dal settore delle calzature e dalla volontà di realizzare un prodotto di pregio, che dimostri al mondo la bravura dell'artigianalità italiana. L'idea è quella di considerare le calzature dei veri e propri pezzi d'arte: cultura, arte e artigianalità che sono trasformate nella creazione e realizzazione delle scarpe.

MISSION

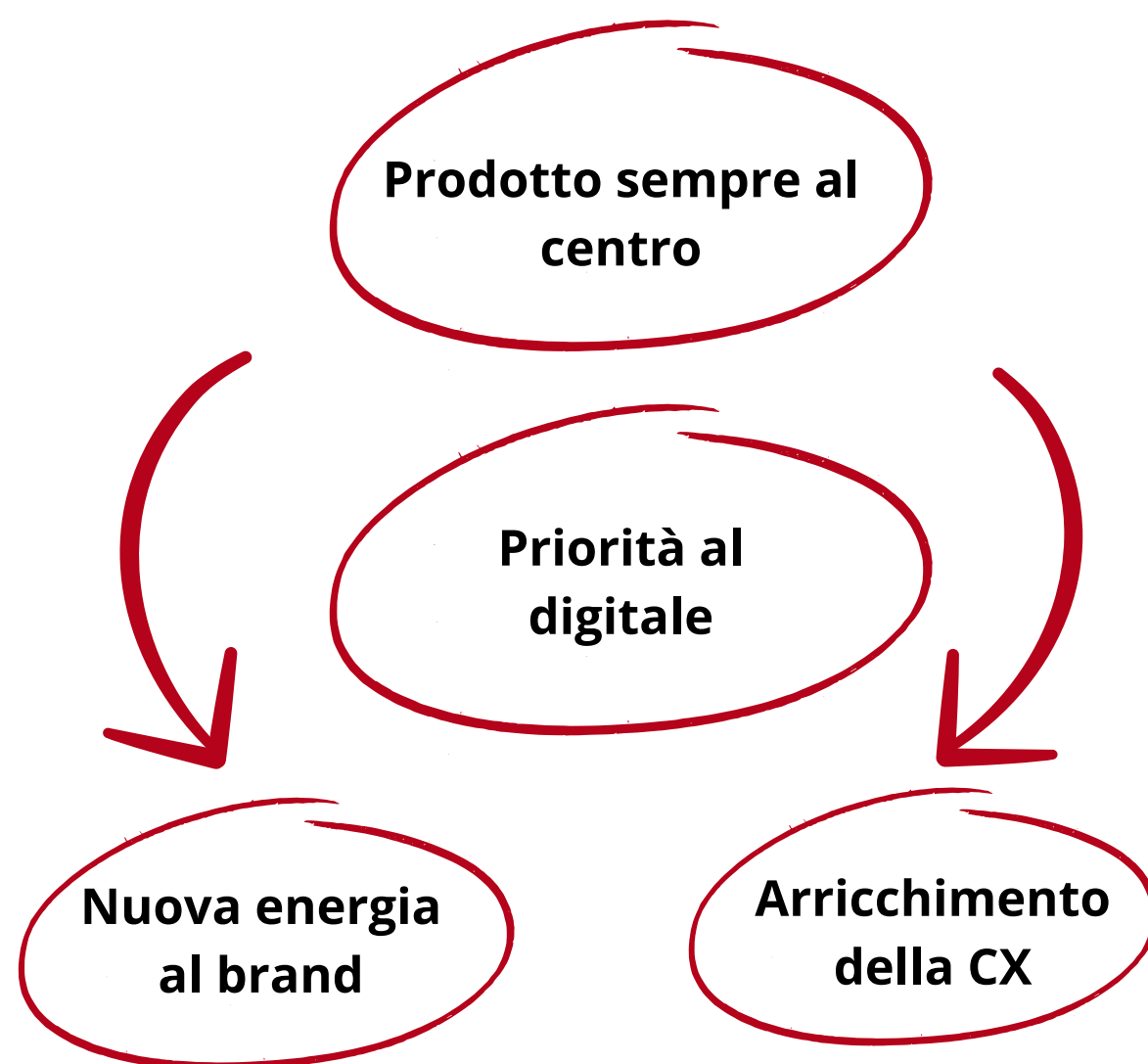
La mission dell'azienda è racchiusa in 6 obiettivi ben definiti quali:

- **PERSONE:** il gruppo cerca di evidenziare la professionalità rispettando l'individualità attraverso formazione, crescita e benessere;
- **MADE IN ITALY:** accurata attenzione ai materiali e prodotti utilizzati;
- **RAPPORTI CON I DIPENDENTI:** attrarre nuovi talenti e premiare chi contribuisce al successo del brand;
- **CULTURA E TERRITORIO:** con grande consapevolezza e forte impegno protegge i luoghi dove opera;
- **ATTENZIONE AL CLIENTE:** ha adottato una strategia customer-centric, anticipando così i bisogni futuri dei clienti;
- **SOSTENIBILITÀ:** l'azienda pone al centro delle proprie politiche di sviluppo il tema dell'ambiente, infatti, contribuisce a proteggerlo e a salvaguardarlo.

ORIENTAMENTO STRATEGICO DI FONDO E IDENTITÀ AZIENDALE

La **strategia** del Gruppo ha come obiettivo il rafforzamento della propria posizione competitiva tra i leader nel mercato mondiale del lusso, rispondendo alla continua evoluzione del contesto in cui si trova ad operare, al fine di creare valore per gli azionisti attraverso una crescita sostenibile e profittevole.

Le principali **linee guida strategiche** possono essere così sintetizzate:



Il Gruppo si impegna nella progettazione di prodotti altamente desiderabili e in sintonia con le preferenze dei consumatori, integrando le collezioni per rispondere a nuove opportunità di acquisto, con un'attenzione particolare rivolta a una clientela più giovane, e focalizzandosi sulle categorie prodotto principali, come calzature e pelletteria, senza trascurare le opportunità Ready-To-Wear.

Il Gruppo intende dare nuovo vigore al brand, attraverso l'evoluzione della modalità e della velocità comunicativa, utilizzando i canali digitali per veicolare in maniera chiara la visione creativa ed arricchire l'esperienza dei clienti verso il brand.

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER



SANTA CHIARA | LAB
Università di Siena 1240

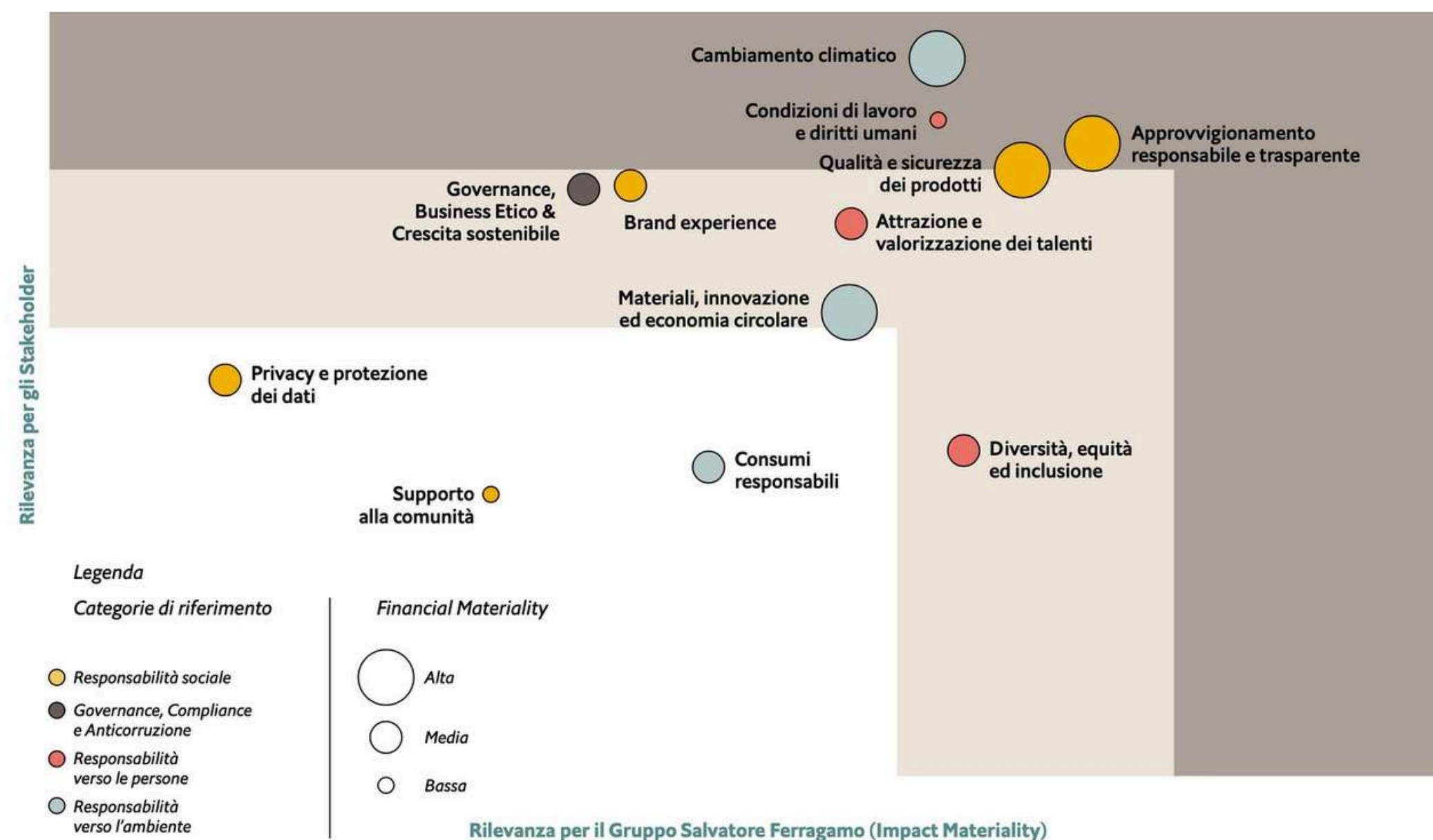




ANALISI DI MATERIALITÀ

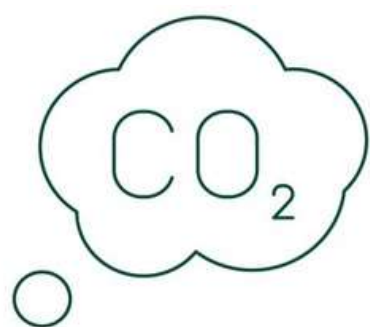
L'analisi di materialità del Gruppo Salvatore Ferragamo è stata condotta in conformità al nuovo processo di "impact materiality" definito dal GRI 3: Material Topic 2021, secondo le richieste dettate dai nuovi GRI Universal Standards 2021.

Oltre agli impatti generati (impact materiality – prospettiva "inside-out"), l'analisi condotta ha portato all'identificazione degli impatti subiti secondo una prospettiva outside-in, identificando la loro rilevanza finanziaria – financial materiality – ispirandosi al concetto di **"doppia-materialità"**.



APPROCCIO AZIENDALE ALLA SOSTENIBILITÀ

Ferragamo da sempre pone al centro delle proprie politiche di sviluppo il tema della **sostenibilità**. Al fine di tutelare l'ambiente, il Gruppo persegue l'obiettivo di contribuire in modo positivo alla protezione e alla salvaguardia dello stesso, attraverso lo sviluppo di strategie e iniziative volte a favorire la minimizzazione degli impatti ambientali connessi allo svolgimento delle attività aziendali. Il nuovo **Piano di Sostenibilità** del Gruppo Salvatore Ferragamo, di orizzonte temporale triennale (2023- 2025), si delinea su **cinque pillar**:



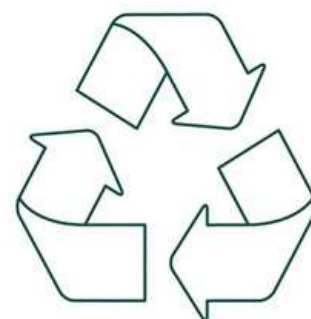
CARBON EMISSION REDUCTION

Migliorare le prestazioni ambientali per raggiungere gli obiettivi del Fashion Pact e i science-based target



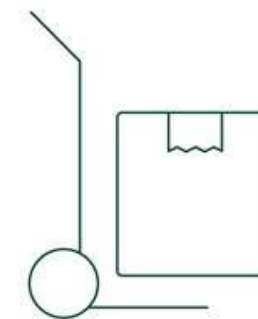
SUSTAINABLE MATERIALS WITH FOCUS ON LEATHER

Promuovere l'innovazione ed utilizzare nuovi materiali sostenibili e responsabili



CIRCULAR ECONOMY AND RECYCLING

Promuovere l'economia circolare e ridurre gli sprechi



SUPPLY CHAIN TRANSPARENCY AND LOCAL FOCUS

Migliorare la trasparenza della catena di fornitura, la tracciabilità e le prestazioni di sostenibilità dei fornitori



FOSTER DIVERSITY & INCLUSION

Promuovere un ambiente di lavoro positivo e migliorare l'attrazione dei talenti

Il Piano identifica per ciascun pillar dei target specifici e individua le singole azioni da implementare nell'arco temporale di tre anni. Nella definizione del Piano sono state tenute in considerazione le priorità individuate negli anni passati, come quelle derivanti dall'adozione degli SDGs, dalla firma del Fashion Pact e dalla definizione dei science-based target.

I PROFILI DI SOSTENIBILITÀ

L'azienda, nel suo modello di business, ha integrato delle **pratiche** e delle **attività** volte al raggiungimento dei seguenti **obiettivi di sostenibilità**:

OBIETTIVI SDGs - Sustainable Development Goals

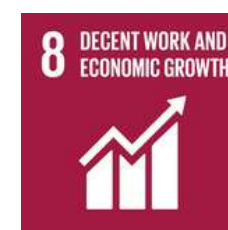
E

- Innovazione responsabile ed economia circolare
- Consumi responsabili
- Cambiamento climatico
- Monitoraggio delle emissioni



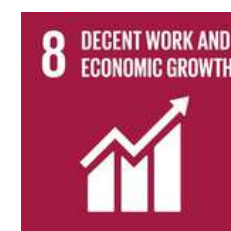
S

- Qualità e made in Italy
- Approvvigionamento responsabile e trasparente
- Attenzione al cliente
- Legame con la comunità e il territorio



G

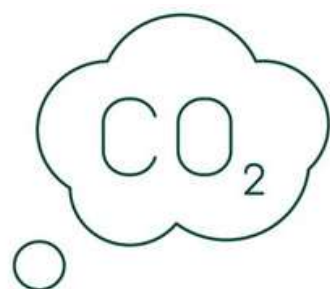
- Composizione del personale
- Benessere e salute delle persone
- Attrazione e sviluppo dei talenti
- Diversità e inclusione



STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ



SANTA CHIARA | LAB
Università di Siena 1240



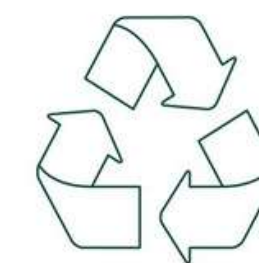
CARBON EMISSION REDUCTION

- Adozione di pratiche per affrontare il cambiamento climatico.
- Monitoraggio e riduzione delle emissioni di gas serra. Strategia climatica a medio-lungo termine in linea con gli Accordi di Parigi. Partecipazione a iniziative nazionali ed internazionali, ad es. Fashion Pact



SUSTAINABLE MATERIALS WITH FOCUS ON LEATHER

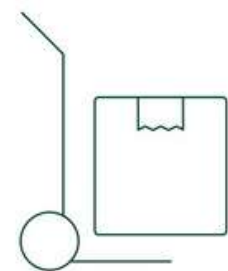
- Promozione del Made in Italy.
- Rispetto delle normative sull'origine del prodotto.
- Impegno per prodotti con elevati standard di qualità e sicurezza.
- Conformità alla regolamentazione sui prodotti chimici.
- Utilizzo di processi efficienti per ridurre sostanze nocive.



CIRCULAR ECONOMY AND RECYCLING

- Utilizzo responsabile dei materiali e packaging per ridurre gli impatti ambientali.
- Gestione responsabile dei rifiuti, favorendo il riuso e riciclo.
- Formazione e programmi su minimizzazione degli sprechi.
- Efficienza nell'energia e nei consumi idrici.
- Riduzione dei consumi di energia da fonti fossili, aumento di fonti rinnovabili, miglioramento dell'efficienza energetica.

STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ



SUPPLY CHAIN TRANSPARENCY AND LOCAL FOCUS

- Gestione responsabile della catena di approvvigionamento.
- Diffusione di principi di sostenibilità e valutazione dei fornitori.
- Interventi per ridurre l'impatto sui sistemi terrestri e marini.
- Promozione di politiche per la tutela della biodiversità.
- Valorizzazione del Made in Italy e competenze artigianali.
- Adozione di politiche per la sicurezza e protezione delle informazioni e dei dati.



FOSTER DIVERSITY & INCLUSION

- Diffusione di politiche per il rispetto dei diritti umani.
- Promozione di standard elevati di salute e sicurezza sul lavoro.
- Adozione di interventi per minimizzare rischi per la salute dei dipendenti.
- Sviluppo di politiche HR per l'attrazione e valorizzazione dei dipendenti.
- Attuazione di programmi di welfare per vita lavorativa e privata.
- Sviluppo di politiche per pari opportunità, diversità, equità e inclusione.
- Contributo allo sviluppo socioeconomico delle comunità locali.
- Iniziative di coinvolgimento continuo degli stakeholder.
- Condivisione del know-how d'impresa per lo sviluppo del territorio.

ANALISI SWOT IN AMBITO SOSTENIBILE

STRENGTHS

- Tracciabilità e trasparenza
- Artigianalità e qualità
- Utilizzo di materiali responsabili
- Reputazione sostenibile
- Innovazione
- Impegno e collaborazioni per il sociale
- Economia circolare

WEAKNESSES

- Costi elevati di produzione
- Dipendenza dai fornitori Incapacità di affrontare lo sfruttamento dei lavoratori nella catena di approvvigionamento

OPPORTUNITIES

- Aumento della domanda dei prodotti sostenibili
- Partnership con organizzazioni ambientali
- Innovazione per lo sviluppo di nuovi materiali
- Cambiamenti normativi favorevoli

THREATS

- Rischio reputazionale
- Concorrenza sostenibile
- Cambiamenti climatici e sicurezza delle risorse

AMBITO 1 - PRODOTTI E STRATEGIE CHE CONTRIBUISCONO AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'AGENDA 2030

SCORE: 85

Ambito migliore: Tematica 1 - Portafoglio di prodotti e servizi sostenibili

Attività:

- utilizzo di materiali riciclati
- creazione di capsule collection sostenibili
- innovazione e sviluppo di nuovi materiali
- efficientamento energetico e idrico

KPI:

- scope 1,2, 3
- tonnellate di CO2 emessa da servizi di consegna a casa dei prodotti 2
- Life cycle assessment abiti
- % tessuti naturali/riciclati
- sostanze chimiche sicure per il trattamento dei tessuti/pelli
- metri cubi usati per trattamento tessuti



AMBITO 1 – PRODOTTI E STRATEGIE CHE CONTRIBUISCONO AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'AGENDA 2030

SCORE: 85

Ambito peggiore: Tematica 3 – Marketing, etichettatura e descrizione del prodotto

Attività:

- etichettatura trasparente packaging sostenibili

KPI:

- Percentuale di nuovi prodotti che incorporano materiali sostenibili o innovativi
- roi - ros
- % materiale riciclato etichette
- numero di “sustainability capsule” collections

Proposta miglioramento:

- Maggiore trasparenza riguardo alla provenienza del poliestere, da che materiale è stato ottenuto e con quale processo

KPI:

- Quantitativo di denaro spesi per promuovere le attività di natura sostenibile e di consumo responsabile vs attività generali dell'azienda
- Applicazione di filtri che vadano ad escludere l'apparizione delle pubblicità del brand su piattaforme/luoghi che non sono sostenibili



AMBITO 2 - SOSTENIBILITÀ DELLE OPERAZIONI E DEI PROCESSI INTERNI

SCORE: 78

Ambito migliore: Tematica 11 - Cambiamenti climatici e qualità dell'aria

Attività:

- utilizzo di veicoli ibridi/elettrici
- compensazione di co2
- Iniziative per migliorare la qualità dell'aria e ridurre l'impatto ambientale
- Implementazione di tecnologie avanzate per monitorare e ridurre le emissioni di CO2
- Utilizzo di energie rinnovabili per le operazioni aziendali, come solare e eolica
- Efficienza energetica
- Uso rispettoso dell'energia e dei combustibili

KPI:

- ISO 50001:2018
- Misurazione delle emissioni di CO2 (Scope 1, 2 e 3) per monitorare le riduzioni annuali
- tonnellate di CO2 emesse (indirette, dirette) e per singola attività



AMBITO 2 - SOSTENIBILITÀ DELLE OPERAZIONI E DEI PROCESSI INTERNI

SCORE: 78

Ambito peggiore: Tematica 5 - Lavoro Minorile

Attività:

- Corsi di formazione

KPI:

- GRI 408-1
- Numero corsi di formazione per informare policy e atteggiamenti che prevengono il lavoro minorile

Proposta miglioramento:

- Implementare programmi di welfare per i lavoratori nei paesi in cui il lavoro minorile è legale
- Analizzare la legislazione locale e le condizioni socio-economiche dei paesi target.
- Coinvolgere le comunità locali, i governi, le ONG e altri stakeholder per comprendere le sfide specifiche e ottenere il loro supporto.

KPI:

- Fare audit interni all'azienda per controllare e verificare che non vi siano episodi di lavoro minorile
- Raccogliere feedback dai lavoratori, dalle loro famiglie e dagli stakeholder locali.



AMBITO 3 - SOSTENIBILITÀ DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO E DEL VALORE

SCORE: 92

Ambito migliore: Tematica 18 - Cambiamenti climatici e qualità dell'aria

Attività:

- Obbligo di firmare un codice di condotta per tutti i (sub) fornitori
- Utilizzo di energie rinnovabili per le operazioni aziendali, come solare e eolica
- Efficienza energetica
- Uso rispettoso dell'energia e dei combustibili

KPI:

- ISO 50001:2018
- Misurazione delle emissioni di CO2 (Scope 1, 2 e 3) per monitorare le riduzioni annuali
- tonnellate di CO2 emesse (indirette, dirette) e per singola attività



AMBITO 3 – SOSTENIBILITÀ DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO E DEL VALORE

SCORE: 92

Ambito peggiore: Tematica 17 - Sostenibilità sociale della catena del valore

Attività:

- Nel 2022 è proseguito l'accordo di collaborazione tra la Fondazione Ferragamo e SOS - School of Sustainability, l'Accademia post-laurea per la formazione di professionisti della sostenibilità in ambito sociale, economico e ambientale.

KPI:

- codice di condotta

Proposta miglioramento:

- Implementare un programma di valutazione e monitoraggio dei fornitori per garantire che rispettino gli standard di sostenibilità sociale, economica e ambientale.
- Lanciare iniziative che coinvolgano le comunità locali nelle aree in cui operano i fornitori.

KPI:

- Quantitativo monetario investito dai fornitori in ambito sociale
- Numero di certificazioni sull'impatto sociale
- Survey ai dipendenti dei fornitori in modo da fare una valutazione esterna



AMBITO 4 - BUONA CITTADINANZA D'IMPRESA

SCORE: 100

Ambito migliore: Tematica 21 - Governance e Management

Attività:

- Group Charity Policy
- Codice Etico
- Codice di Condotta

KPI:

- GRI 2
- Numero consiglieri non esecutivi e indipendenti
- Board diversity
- Fondi diretti tramite governance per Group Charity Policy



AMBITO 4 - BUONA CITTADINANZA D'IMPRESA

SCORE: 100

Ambito peggiore: Tematica 23 – Tassazione

Attività:

- Pubblicazione di rapporti sulla trasparenza fiscale che dettagliano le politiche fiscali adottate e l'impatto delle tasse pagate nei diversi Paesi
- Adozione di politiche fiscali che seguono le linee guida OCSE e altre migliori pratiche internazionali per garantire la responsabilità fiscale

KPI:

- Indicatore del tasso effettivo di tassazione
- Numero contenziosi fiscali e doganali
- Numero di audit e verifiche fiscali

Proposta miglioramento:

- Creazione di un Comitato di Governance Fiscale
- Adozione di Strumenti di Reporting Avanzati

KPI:

- Tasso di Conformità Fiscale: % di dichiarazioni fiscali presentate senza errori o revisioni necessarie.
- Numero di contenziosi fiscali e doganali risolti positivamente nel corso dell'anno.



VALUTAZIONE COMPLESSIVA

SCORE: 89

Punti di Forza

1. Impegno verso la Sostenibilità Ambientale
2. Innovazione e Qualità Made in Italy
3. Trasparenza e Governance

Aree di Miglioramento

1. Lavoro Minorile: È necessario rafforzare i programmi di welfare e aumentare la frequenza degli audit interni
2. Sostenibilità Sociale: Coinvolgere le comunità locali nelle aree di operazione
3. Tassazione: La creazione di un comitato di governance fiscale e l'adozione di strumenti di reporting avanzati

FERRAGAMO

FERRAGAMO

Grazie per l'attenzione!

Abate Flavio

Auciello Valeria

Benfante Clara

Del Nobletto Claudio

Fazi Andrea

Ferrini Romina

Giordino Daniele