

BILANCIO SOCIALE OVS 2022

Indice:

- 1.Framework;
- 2.Profilo dell'azienda;
- 3.Lettera agli stakeholder;
- 4.Sustainable Development Goals;
- 5.Stakeholder engagement
- 6.Performance economica e ambientale

1.FRAMEWORK

Il report di sostenibilità del OVS SPA preso in analisi si riferisce all'anno 2022, una azienda che ha posto la sostenibilità come vero punto cardine della propria attività verso quella che si può definire green company. OVS Spa ha posto attenzione nei confronti dei temi della sostenibilità (economica, sociale ed ambientale), seguendo l'ottica della triple bottom line e del programma d'azione dell'ONU del 2015.

2.PROFILO AZIENDALE

GRI 2-3; GRI 2-4; GRI 2-5.

OVS S.p.A. è il leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento donna, uomo e bambino con una quota di mercato del 9,3%. È presente con oltre 2.050 negozi in Italia e all'estero attraverso i marchi OVS, UPIM e Stefanel. Quotato alla Borsa Italiana da marzo 2015, ha chiuso il 2022 con vendite nette pari a euro 1.513 milioni. Il Gruppo opera secondo un modello di business tipico dei retailer verticalmente integrati e prevede le seguenti attività: sviluppo del prodotto affidato a un gruppo di product manager, designer e merchandiser che, supportato da una struttura altamente specializzata nel sourcing, con forte presenza nelle aree geografiche chiave, concepisce, sviluppa e realizza presso fornitori esterni il merchandise mix. Tale processo si svolge sotto la guida artistica dei fashion coordinator e quella organizzativa dei direttori prodotto. La società pubblica i risultati sulla sostenibilità all'interno di un report a partire dal 2019 e con cadenza annuale.

Il documento è stato redatto in conformità ai nuovi GRI Standards 2021. Lo standard GRI 303: Acqua e scarichi idrici e 306: Rifiuti sono stati aggiornati rispettivamente alla versione 2018 e 2020; e stato inoltre rendicontato l'indicatore GRI 207 relativo alle Imposte. In appendice al documento è presente il "GRI Content Index", con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità al GRI. Tali indicatori sono incentrati sui temi materiali identificati e rendicontati da OVS.

Il documento è pubblicato sul sito www.ovscorporate.it.

3.LETTERA AGLI STAKEHOLDER

GRI 2 – 22

I risultati eccellenti con un forte incremento di vendite ed EBITDA sono determinati prevalentemente da una crescita della realtà OVS ed ha inoltre consolidato il nuovo modello di business, da vertical retailer a piattaforma, con una proposta di marchi in grado di soddisfare pubblici diversi, ognuno con uno specifico stile di vita. In un contesto di mercato contraddistinto da forti tensioni inflattive, grazie alle innovazioni di prodotto e al rinnovo dei nostri negozi, stiamo attraendo nuove fasce di clientela, precedentemente abituate a posizionamenti più elevati, che desiderano comunque acquistare prodotti con contenuti di stile e qualità, a prezzi più accessibili. La sostenibilità è sempre più centrale nell'orientamento strategico di OVS, nella consapevolezza che non si può parlare di sostenibilità senza trasparenza e misurabilità.

4.SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Il settore dell'abbigliamento è straordinariamente complesso e produce impatti enormi in ogni fase della sua catena del valore. Più del 50% delle emissioni di un prodotto si genera nella fase di produzione e finitura dei materiali. Anche la scelta delle materie prime è fortemente determinante: la coltivazione e l'estrazione delle materie prime costituiscono circa il 24% delle emissioni di un prodotto². Ma non si tratta solo di emissioni. Dall'approvvigionamento delle materie prime alla lavorazione delle fibre tessili, dalla produzione dei capi alla logistica dei trasporti: il sistema moda incide sulla disponibilità e qualità dell'acqua, sull'inquinamento dell'aria, sulla perdita di ricchezza del suolo e sulle condizioni di lavoro nella catena di fornitura. Per queste ragioni, il nostro obiettivo è accelerare la transizione verso un sistema circolare, che estenda il più possibile il ciclo di vita delle materie prime e dei prodotti allo scopo di ridurre gli impatti. Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo lavorato per integrare nuovi modelli di produzione che ci consentano, da un lato, di ritornare alle origini della materia prima (Progetto OVS Cotone Italiano) e, dall'altro, di recuperare e valorizzare materiali e prodotti già esistenti, restituendo loro una nuova vita (Progetto RE-UP). Questo nostro sforzo è in linea con quanto previsto dalla direttiva europea che mira a definire un nuovo paradigma operativo per il settore del tessile, incentrato sulla circolarità. Vogliamo continuare a essere l'azienda italiana di riferimento per chi cerca una moda di qualità ma al tempo stesso accessibile a tutti, lungo un percorso orientato alla trasparenza, alla inclusività e alla massima attenzione agli impatti ambientali e sociali. Sulla base della nostra strategia e dei nostri impegni di sostenibilità, abbiamo strutturato il presente documento secondo quattro pilastri chiave:

Prodotto e Circolarità

Supportiamo la transizione verso un'industria della moda più sostenibile, disegnando e producendo capi caratterizzati da scelte di materie prime e processi produttivi a

ridotto impatto e impegnandoci in una costante ricerca di soluzioni innovative che tutelino e preservino le risorse naturali.

Produzione responsabile

Attiviamo i nostri fornitori e tutto l'ecosistema di business in programmi di sviluppo sostenibile, accompagnandoli nell'evoluzione verso pratiche innovative e facendo leva sulla trasparenza come chiave del cambiamento. Promuoviamo la continua collaborazione con la nostra catena di fornitura con l'obiettivo di rinforzare l'interdipendenza e amplificare così l'impatto sociale e ambientale del nostro operato.

Persone OVS

Ci impegniamo a rendere le nostre persone protagoniste e ambasciatrici di uno stile di vita sostenibile e responsabile, dal punto di vista sociale e ambientale, con l'obiettivo di trasformare le nostre attività dirette in un motore di crescita per le comunità nelle quali operiamo. Promuoviamo pratiche e spazi a misura di tutti, creando condizioni favorevoli per lo sviluppo di una cultura flessibile e inclusiva.

Clienti più consapevoli

Ci impegniamo a essere trasparenti verso i nostri clienti fornendo informazioni complete sulla qualità e la sostenibilità dei prodotti. Lo scopo è stimolare scelte d'acquisto e di utilizzo consapevoli oltre ad accompagnare in un percorso di evoluzione verso comportamenti sempre più virtuosi.

5.STAKEHOLDER ENGAGEMENT

GRI 2-29

Il rafforzamento di un modello di business sostenibile comporta il presidio e il miglioramento degli impatti ambientali e sociali e l'esigenza di dialogo con gli stakeholder. La valutazione dei bisogni degli stakeholder assume importanza nella condivisione di un valore comune orientato al miglioramento degli impatti della qualità ed efficienza dei servizi aziendali e del benessere degli stakeholder che direttamente, o indirettamente, si rapportano alla società. L'attività di ascolto e confronto verso i portatori di interesse crea le condizioni per orientare le strategie di sostenibilità, definendo obiettivi nell'interesse comune. Il sistema di relazioni prevede attività, strumenti, canali e modalità di coinvolgimento che tengono conto delle esigenze degli stakeholder e dell'assetto del sistema istituzionale.

6. PERFORMANCE ECONOMICA E AMBIENTALE

GRI 203-1 GRI 2-25; GRI 3-3; GRI 307

La dimensione economica riguarda gli impatti di un'azienda sulle condizioni economiche degli stakeholder, ma anche sui sistemi economici a livello locale, nazionale e globale. L'impatto economico ha un'influenza sul benessere della comunità e degli stakeholder, quindi sulle prospettive di sviluppo a lungo termine.

OVS è leader sul mercato italiano nel settore del fashion retail. L'azienda si occupa della produzione di una serie di capi d'abbigliamento che coprono le linee donna, bambino e uomo. I capi vengono commercializzati a livello internazionale, attraverso il marchio OVS. La rete vendita in Italia si compone da circa 560 esercizi. L'azienda pone grande importanza circa gli impatti sulla salute e sicurezza dei propri clienti. Lo stesso impatto va ricercato nelle fasi di realizzazione ma anche nel marketing comprendendo una fase di supporto post-vendita fino al ciclo di fine vita del prodotto. La società svolge la propria attività applicando un sistema per la gestione dei rapporti di fornitura. Gli investimenti in Ricerca & Sviluppo sono volti anche all'implementazione di sistemi per favorire l'economia circolare lungo la catena del valore, e sono volti anche alla realizzazione di sistemi per raccogliere dati e valutare le performance da parte dei macchinari. Di primaria importanza è l'attenzione rispetto ai materiali utilizzati e al loro impatto sull'ambiente, l'azienda utilizza materie prime di origine animale e recupera, nel proprio Processo produttivo materie prime inutilizzate, semi lavorati, scarti di lavorazione prodotti non conformi. In merito alla scelta del packaging l'azienda predilige materie prime riciclate e si attiva nella riduzione del consumo di plastica.