



MaisonM

BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ



40 MANICA SX
TR66F102 TR66F102 TT1MASX1 (A)

INDICE

| | |
|------------------------------|----|
| Lettera agli Stakeholder | 2 |
| 1. Nota metodologica | 4 |
| 2. L'azienda | 12 |
| 3. Fornitori | 24 |
| 4. Responsabilità economica | 30 |
| 5. Responsabilità sociale | 34 |
| 6. Responsabilità ambientale | 46 |
| 7. Obiettivi 2023-2025 | 52 |
| Gri Content Index | 56 |

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Gentilissimi Stakeholder,

vi diamo il benvenuto nel secondo Bilancio di Sostenibilità anticipando alcuni tra gli spunti più rilevanti che hanno caratterizzato l'anno 2022.

Nonostante l'instabilità geopolitica, i rincari energetici e le incertezze sul futuro dell'economia globale a cui abbiamo assistito nel 2022; i risultati del Gruppo sono stati portavoce della crescita di tutti gli indicatori di sostenibilità, evidenziando le significative performance e confermando l'impegno strategico attribuito agli indicatori.

Il 2022 è stato un anno di profonda trasformazione. Le azioni decisive sia di business sia di governance interna, in un mercato del lusso che si connota di continua evoluzione, ci hanno consentito di raggiungere diversi tra gli obiettivi annunciati: ingresso nel Gruppo di una nuova società -Zac Fashion S.r.l.-, ottenimento di certificazioni ISO e SA8000, crescita del ESG Assessment, aumento consistente di capitale umano, pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità, ingresso in ELITE.

Infine, abbiamo posto le basi per la certificazione di filiera. Sappiamo bene, infatti, quanto un rapporto di piena collaborazione con i fornitori sia fondamentale al raggiungimento, nel lungo termine, dei valori e dei reciproci benefici che la sostenibilità può offrire all'intera filiera. Nonostante la forte motivazione nel perseguire i nostri ambiziosi obiettivi, siamo altresì consapevoli che un rapporto sinergico con i fornitori richieda tempo. Pertanto, stabilire traguardi intermedi realisticamente raggiungibili per incoraggiare e sostenere ogni progresso e miglioramento, è stato il primo passo verso una fase di transizione volta a promuovere e favorire la condivisione di best practices. Desideriamo collaborare con i fornitori aiutandoli ad integrare e capire gli standard del Gruppo.

Ringraziamo tutti i dipendenti del Gruppo che hanno reso possibile la crescita sostenibile del Gruppo ed il raggiungimento della maggior parte degli obiettivi ESG che rendicontiamo in questo secondo Bilancio di Sostenibilità.

Certi che la sostenibilità sia la strada giusta da percorrere per le sfide che ci aspettano nel prossimo futuro, affrontiamo le situazioni difficili ed imprevedibili con resilienza e determinazione.

Legale Rappresentante
MATTEO SPAGGIARI





NOTA
METODOLOGICA



Il presente bilancio di sostenibilità si tratta della seconda edizione di Maison M, è redatto in conformità ai GRI Standards e nella sua stesura sono stati rispettati i principi di rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza e verificabilità definiti dal Global Reporting Initiative.

Il documento rappresenta il continuo di un percorso intrapreso dalla società verso la presa di consapevolezza dei propri impatti e la loro valutazione attraverso la rendicontazione di sostenibilità.

Il perimetro del documento è tutto il Gruppo di cui Maison M fa parte. Gli indicatori di performance selezionati sono quelli previsti dagli standard di rendicontazione adottati, rappresentativi degli specifici

ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l'attività svolta da Maison M e gli impatti da esso prodotti. La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base di un'analisi di rilevanza degli stessi, come descritto nel paragrafo "Analisi di materialità".

I dati sono stati calcolati in maniera puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi interni utilizzati; in caso di stime, nella determinazione degli indicatori, è stata indicata la modalità seguita per quantificarle. I dati presentati nel presente documento si riferiscono al periodo di rendicontazione 2022. Eventuali limitazioni sono di volta in volta indicate all'interno del bilancio.

STAKEHOLDER

Gli stakeholder sono quei soggetti (individui o gruppi) espressione di interessi diversi nei confronti di un'impresa e con i quali un'impresa interagisce nello svolgimento della propria attività. Il coinvolgimento e il confronto con gli stakeholder (stakeholder engagement) consente non soltanto di comprenderne le esigenze, aspettative e valutazioni, ma consente all'impresa una migliore definizione delle strategie e degli obiettivi di business, valutando il cambiamento, i rischi e le opportunità.

Il sistema di relazioni di Maison M con i propri stakeholder prevede strumenti e canali di dialogo differenziati per le diverse categorie di stakeholder, coerenti con il livello di interdipendenza e influenza sull'organizzazione.



La base di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere è determinata dalla rappresentatività del campione. La linea guida seguita prevede un totale di 20 stakeholder, uno per ogni gruppo identificato. Inoltre, per ognuno di questi ultimi, sono identificati rappresentanti eterogenei per genere, età, posizione lavorativa e sociale. Tutti gli stakeholder individuati sono coinvolti annualmente e sono chiamati a esprimere mediante questionari ed incontri diretti i loro suggerimenti e consigli relative alle miglorie delle tematiche rilevanti dal punto di vista della sostenibilità.

ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità avviata dal Gruppo volta all'elaborazione della matrice di materialità, ha preso avvio dalla scelta dei temi materiali, ossia dei temi riguardanti gli aspetti ESG ritenuti rilevanti, in termini di impatti, strategia e rischi per l'azienda e tutti gli i suoi stakeholders. Al fine di individuare le tematiche maggiormente rilevanti e significative per la società, è stata condotta un'indagine secondo un processo strutturato, basato sui seguenti passaggi:

- analisi delle caratteristiche del settore di appartenenza e analisi di benchmark al fine di individuare le principali tematiche su cui anche i competitor si focalizzano;
- svolgimento di interviste con i referenti aziendali che ricoprono

funzioni chiave nelle aree identificate come prioritarie in relazione alle tematiche di sostenibilità.

Tali tematiche sono state, infine, sottoposte a singola valutazione da parte dei dipendenti attraverso un focus group dove è stato loro chiesto di assegnare una priorità alle tematiche identificate.

La matrice di materialità pertanto individua i temi rilevanti, intesi come quegli aspetti che possono generare significativi impatti economici, sociali e ambientali sulle attività dell'azienda e che, influenzando aspettative, decisioni e azioni degli stakeholder, sono da questi ultimi percepiti come critici, sia in senso positivo che negativo.

TEMI RILEVANTI:

GOVERNANCE

- Performance economica
- Trasparenza delle informazioni, etica e integrità
- Selezione e gestione sostenibile della catena di fornitura
- Innovazione e sviluppo e qualità di prodotto
- Comunicazione

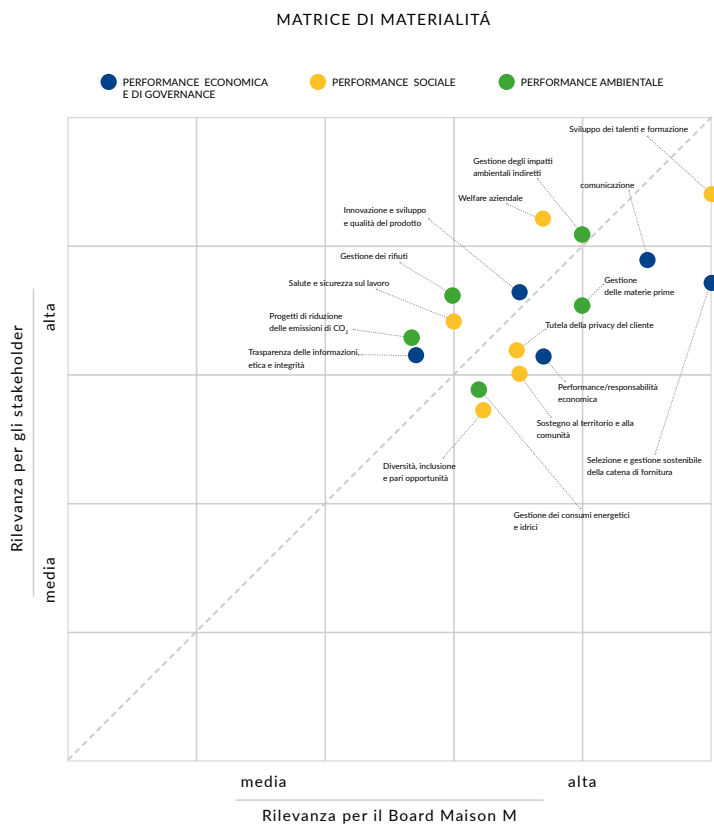
AMBIENTALE

- Gestione dei consumi energetici e idrici
- Gestione delle materie prime
- Gestione degli impatti ambientali indiretti
- Progetti di riduzione di emissioni di CO2
- Gestione dei rifiuti

SOCIALE

- Sviluppo dei talenti e formazione
- Welfare aziendale
- Diversità, inclusione e pari opportunità
- Salute e sicurezza sul lavoro
- Sostegno al territorio e alla comunità
- Tutela della privacy del cliente

Il Gruppo si impegna nelle rendicontazioni future ad ampliare la platea di stakeholder per realizzare la propria matrice di materialità anche per garantire maggiore trasparenza e compartecipazione alla definizione della futura strategia; infatti, per questa edizione del bilancio di sostenibilità la società ha coinvolto in questa fase un maggior numero di dipendenti.



Guardando la matrice risulta evidente come il tema più sentito e da implementare nel futuro prossimo rimanga la **comunicazione** a cui si aggiungono il **welfare aziendale**, lo **sviluppo di talenti e formazione**, la **gestione degli impatti ambientali indiretti e delle materie prime**, **innovazione e sviluppo e qualità di prodotto**, **selezione e gestione sostenibile della catena di fornitura** e infine la **performance economica**.

L'aspetto della comunicazione resta importante in quanto si rilevano alcune criticità soprattutto nelle modalità di comunicazione in particolare verso l'interno.

La proposta è quella di definire un piano di comunicazione che sia maggiormente efficace e stabilire incontri, con cadenza semestrale o annuale, in cui gli amministratori condividono con i dipendenti la strategia aziendale e incontri periodici all'interno dei vari gruppi aziendali interni per migliorare l'efficacia del lavoro di ciascuno.

Il Gruppo ha fatto importanti investimenti in ambito ESG che necessitano di essere comunicati in primis all'interno e in secundis all'esterno.

Il tema della **sostenibilità economica** è una costante necessaria per effettuare scelte di investimento e per garantire la capacità di generare valore. La trasparenza e l'economicità nel medio-lungo periodo sono fondamentali per la crescita del gruppo e per il benessere dei dipendenti, per includerli e renderli partecipi dell'attività aziendale. Il tema dell'economicità è strettamente connesso al tema della comunicazione, l'obiettivo è arrivare ad un percorso comunicativo più esteso.

Grande rilevanza hanno sia per l'azienda che per i dipendenti tre tematiche sociali: **sviluppo dei talenti** e **formazione, welfare aziendale** e **tutela della privacy del cliente**. L'azienda crede fortemente nello sviluppo delle competenze come priorità per rimanere competitiva, per questo incoraggia percorsi di crescita professionale e di potenziamento delle competenze tecniche, manageriali e organizzative del personale dipendente. Emergere, sia dalla proprietà che dai dipendenti, la necessità di implementare le opportunità di formazione aziendali anche attraverso la definizione di un piano di sviluppo formativo pensato per ogni persona e diversificato per ciascuna figura specifica, anche attraverso lo sviluppo di percorsi di carriera. Investire sulla formazione e sulle competenze dei dipendenti permetterebbe alla società di essere più attrattiva e consolidare la sua reputazione sia presso i dipendenti che all'esterno.

Per quanto riguarda il welfare aziendale esiste già un piano strutturato ma è emersa l'esigenza di migliorare costantemente l'ambiente di

lavoro attraverso l'organizzazione di momenti aggregativi di gruppo, che possano rafforzare la capacità di lavorare in team e accrescere la motivazione dei dipendenti, anche attraverso l'organizzazione di giornate dedicate al volontariato aziendale e/o giornate di aperture al territorio dell'azienda. Da parte degli stakeholder interni è emersa anche la necessità di aumentare la flessibilità, attraverso lo smart working o all'orario flessibile, per consentire una maggiore conciliazione vita-lavoro e implementare un welfare più attento alle esigenze specifiche.

La **tutela della privacy** del cliente aspetto che necessita di costanti interventi affinché venga garantita e mantenuta nel tempo.

Per quanto riguarda il **sostegno al territorio e alla comunità**, il management ritiene che la società debba nel futuro investire maggiormente su tale aspetto che ritiene molto importante in quanto legata fortemente al territorio. Una maggiore relazione con il territorio permetterebbe di consolidare la propria reputazione.

Come si può notare dalla matrice le tematiche sono molto concentrate sulla parte in alto, questo indica che i temi affrontati sono tutti sentiti da parte sia del management che dai dipendenti. Infatti ai temi sopracitati si aggiungono come altrettanto importanti per le strategie future **la selezione e gestione sostenibile della catena di fornitura e innovazione, sviluppo e qualità del prodotto**. Essendo il gruppo operante in un settore particolarmente caratterizzato da possibili situazioni di rischio è fondamentale che la selezione e gestione della catena di fornitura in senso sostenibile venga implementata ed incrementata per garantire la qualità dei propri prodotti o servizi. Attivare una valutazione dei fornitori, sia nuovi che già presenti, introducendo criteri di sostenibilità sia ambientale che sociale è

e diventerà sempre di più un aspetto prioritario. Inoltre è vitale per la presenza sul mercato delle società continuare ad investire in attività di ricerca e sviluppo, creatività e innovazione di design in grado di garantire l'efficienza e la qualità, sviluppando anche progetti in ottica di economia circolare.

C'è comune accordo anche sul tema della **gestione delle materie prime**: è nell'interesse degli stakeholder interni e del board concentrare le risorse future nella ricerca di materiali pensati in ottica di circolarità dando anche priorità ai materiali a basso impatto ambientale andando ove possibile a identificare con clienti e/o fornitori modalità di riutilizzo efficiente degli "scarti" di produzione tessile. Tale pratica permetterebbe di ridurre i rifiuti prodotti. Anche la **gestione degli impatti ambientali indiretti** è strategica per il futuro, ad esempio migliorare l'aspetto del trasporto materiali in entrata e dei prodotti in uscita permetterebbe di ridurre i costi ma anche aumentare l'efficienza del lavoro e ridurre notevolmente l'impatto ambientale. Per agire sugli impatti ambientali indiretti la proprietà reputa importante lo sviluppo di azioni di sensibilizzazioni sul tema presso i dipendenti e i clienti.



OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Anche per l'edizione 2022 del bilancio di sostenibilità si mettono in evidenza gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che la società attraverso le sue attività e alla realizzazione di valore aggiunto e condiviso contribuisce:





L'AZIENDA

HIGHLIGHTS

Adozione
di un Sistema
integrato Qualità,
Ambiente e Sicurezza
**(ISO 9001, 14001
e 45001)**
e ottenimento
Certificazione **SA8000**



88%

Il valore
economico
distribuito

106

Dipendenti
totali

€ 17.500

Donati a realtà
del territorio
attive nel sociale

788

Ore di formazione

CHI SIAMO

Maison M nasce nel 1972 nel territorio modenese e oggi rappresenta a livello nazionale un solido punto di riferimento per la progettazione, l'ingegneria, lo sviluppo, la prototipia e la produzione di linee di abbigliamento maschile e femminile per prestigiosi marchi mondiali, operando esclusivamente per la parte premium e di sfilata delle collezioni. Questa capacità propositiva nel fare moda è radicata nell'humus italiano in cui Maison M sviluppa le sue peculiarità legate alla cultura del bello e del ben fatto. L'esperienza ormai più che consolidata nella filiera produttiva crea rapporti privilegiati con i fornitori e affina l'abilità di realizzazione, rendendo sempre più accurate le fasi di lavorazione. Maison M fa parte della 1627 Holding Group e ha il compito di interfacciarsi con i clienti e con i fornitori. In Maison M si trovano il campionario, l'ufficio prodotto, gli acquisti, il customer service e la pianificazione produttiva.

Il Gruppo 1627 Holding opera complessivamente nell'outsourcing produttivo e consulting del settore Luxury - abbigliamento bambino

donna e uomo - per importanti brand. La gestione delle controllate segue un Modello Organizzativo ispirato ai principi del codice etico. I valori che guidano le politiche aziendali rispecchiano gli impegni dell'Agenda ONU 2030 e si traducono in sostenibilità economica, ambientale e sociale. Sempre nell'ambito di uno sviluppo sostenibile, il Gruppo mantiene il proposito di radicare sul territorio le proprie attività, contribuendo alla valorizzazione e alla crescita delle risorse locali. Competenza, passione e una innata propensione all'innovazione hanno permesso a 1627 Holding Group di consolidare il proprio ruolo nel comparto moda, divenendo uno dei riferimenti del made in Italy. A novembre 2022 il Gruppo si è allargato con l'acquisizione di Zac Fashion, impresa che rappresenta una brillante richiesta alle esigenze del mondo della moda. Nata nel 1998 in Toscana, Zac Fashion si occupa di produzione di abbigliamento conto terzi i cui principali marchi serviti sono del settore Luxury nazionale ed internazionale. È capace di conciliare il passaggio dalla totalità del lavoro manuale al supporto delle macchine, mantenendo la stessa attenzione artigianale affine alle esigenze degli stilisti. L'azienda crea il prodotto finito a partire dalla modellistica fino ad arrivare alla consegna dell'articolo al cliente finale.

LE SEDI



L'organizzazione possiede diverse sedi sul territorio nazionale, nel quale svolge la propria attività.



Maison M ha la propria sede legale a Milano mentre le proprie sedi operative si trovano nella città e nella provincia di Modena.



Tre sedi sono a Magreta di Formigine (MO), una a Modena e una sede operativa a Castelnuovo Rangone (MO).



La sede della società Zac Fashion è situata a Vinci in provincia di Firenze.

MERCATI SERVITI

Il Gruppo ha come area geografica di vendita l'Italia, la Francia e gli Stati Uniti. Il settore servito è quello tessile i cui clienti beneficiari sono il B2B e il B2C.

APPARTENENZA AD ASSOCIAZIONI

La società è iscritta a Confindustria e dal 2020 all'Associazione per la RSI, un network di imprese modenesi di vari settori e di varie dimensioni, che si pone l'obiettivo di promuovere principi e pratiche di Responsabilità Sociale d'Impresa / Corporate Social Responsibility (CSR).

STRUTTURA E GOVERNANCE DEL GRUPPO

L'Amministratore Unico della 1627 Holding è Dott. Matteo Spaggiari, il Presidente del Collegio Sindacale è Dott. Riccardi Gianluca; il Collegio è composto da Sindaca Dott.ssa Bisconti Francesca, Sindaco Macchioni Luca e due Sindaci supplenti, Dott.ssa Rauseo Veronica e Dott. Neri Luca. La Società incaricata della Revisione è Deloitte & Touche S.p.A.

Nel Gruppo fanno parte 9 società.

Il Socio Unico nomina il Massimo Organo di Governo. I Comitati di Direzioni presenti sono scelti tra i Responsabili di Area e tra gli operativi in base alle specifiche funzioni svolte.

Il Comitato Consultivo è composto da professionisti esterni scelti in base alle materie d'esercizio. Il Massimo organo di Governo è composto da AD e Consiglieri indipendenti esterni che garantiscono un apporto completo di conoscenza a supporto della Governance.

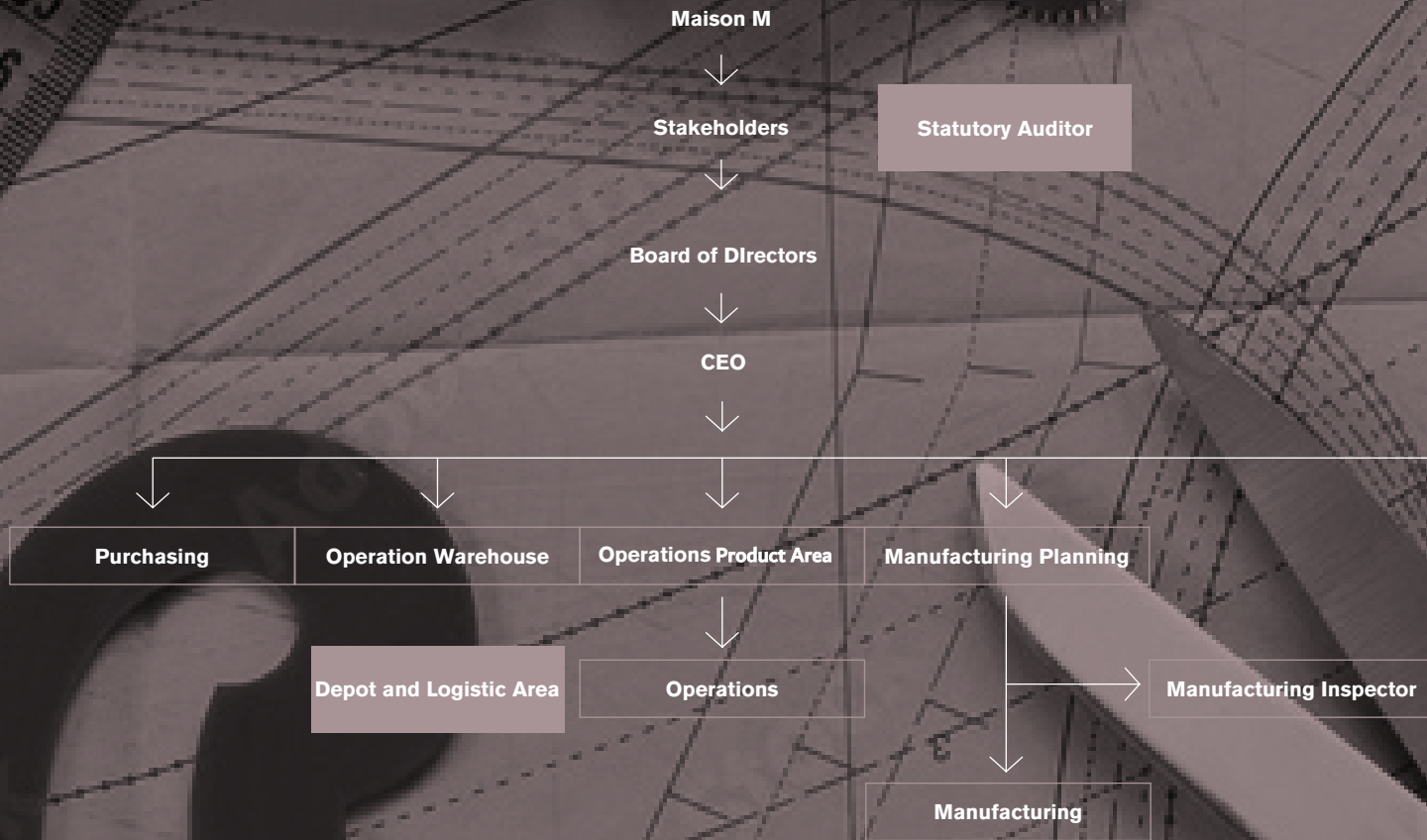
Composizione del Comitato SA8000: 50% genere femminile (over 50), 50% genere maschile (30-50 anni)

La governance dell'organizzazione Zac Fashion è composta dal Legale Rappresentante e Presidente del Consiglio di Amministrazione Spaggiari Matteo e dal Legale Rappresentante e Consigliere Alessio Palermo.

Al momento non c'è un comitato responsabile delle decisioni relative ai tempi economici, ambientali e sociali; tali decisioni vengono prese dalla governance ovvero dal Responsabile della Sostenibilità della 1627 Holding.

La composizione societaria di Zac Fashion è: 30% ZAC SRL, 70% SIMON FIDUCIARIA SPA.

ORGANIGRAMMA



```
graph TD; A[ ] --> B[Quality Control Inspector]; A --> C[Design & Sample]; A --> D[Production & Quality Medical Device]; A --> E[Sale & Product Operations Director]; B --> F[Quality Control Clerk]; E --> G[Customer Service];
```

Quality Control Inspector

Design & Sample

**Production & Quality
Medical Device**

**Sale & Product Operations
Director**

Quality Control Clerk

Customer Service

Quasi la totalità delle aziende del Gruppo è dotata di CdA e collegio sindacale e/o organo di revisione. Tutte le aree sono state strutturate in maniera tale da avere un referente che possa svolgere attività di filtro verso la Direzione e coordinamento verso le risorse. Con la certificazione SA8000 è stato introdotto un comitato costituito dalla rappresentante dei lavoratori e dal rappresentante della direzione al fine di monitorare e valutare gli aspetti relativi alla responsabilità sociale.

Tutte le scelte consenziali aziendali sono sottoposte alla verifica dei collegi sindacali dei CdA e dall'Organismo di Vigilanza.

Il Gruppo 1627 Holding ha un riferimento interno per la rendicontazione del Bilancio e le iniziative/ i progetti legati alla Sostenibilità. Tale riferimento è in diretto contatto con la direzione aziendale. La revisione dei temi economici, ambientali e sociali (compresi i relativi impatti) è annuale, mentre la valutazione dei rischi e delle opportunità è continuativa, indicativamente ogni 3 mesi è sottoposta a revisione.

Per eventuali criticità i responsabili d'area riportano direttamente al massimo organo di governo; sono presenti altre due modalità: per il Modello Organizzativo 231 la Piattaforma Whistleblowing mentre per la Certificazione SA8000 la cassetta ed il link Reclami.



ETICA E INTEGRITÀ

Maison M e il Gruppo sono dotati di un Codice etico indirizzato ai soci, ai dipendenti e a tutti coloro che, pur esterni alla società, operino direttamente o indirettamente per la stessa, con l'obiettivo di garantire il rispetto dei principi di non discriminazione, di trasparenza, di anticorruzione, prevenendo eventuali conflitti di interessi.



MISSION

Gli obiettivi di sviluppo futuro che Maison M si pone sono quelli di consolidare la leadership fondata sull'accrescimento di tutte le attività del Gruppo, che prevedono in particolare:

- la promozione delle attività del Gruppo finalizzata alla raccolta di finanza al sostegno di un adeguato sviluppo all'interno del settore Luxury e dell'AI;
- l'acquisizione, lo sviluppo, e l'avvio d'iniziative imprenditoriali industriali in grado di presidiare e promuovere servizi e prodotti all'interno del settore del Luxury e dell'AI;
- l'offerta di servizi per il settore Luxury quali: temporary manager, technical advisor ecc.;
- la possibile espansione in nuovi mercati geografici ad elevato potenziale di sviluppo sia nazionali sia internazionali;
- la solidità, l'efficienza e l'affidabilità organizzativa radicata e diffusa territorialmente;
- l'attenzione alla salute e sicurezza ed alla sostenibilità ambientale;
- la motivazione e la professionalità del personale;
- l'accrescimento e la valorizzazione degli asset del Gruppo a favore degli shareholders.

VALORI

Centralità della persona: svolgere la propria attività con una costante attenzione riguardo alle esigenze e nel rispetto della persona, mediante un riconoscimento di valori quali la passione, la dedizione e la professionalità, adottando un comportamento etico basato su principi quali la correttezza e l'affidabilità;

Sicurezza e salvaguardia della salute: porre l'attenzione alle condizioni e all'ambiente di lavoro in rispondenza ai requisiti di sicurezza e di salvaguardia della salute, sempre in linea con l'avanzamento del progresso tecnologico, allo scopo di potere ridurre la probabilità del verificarsi di infortuni, incidenti o altre situazioni di rischio;

Correttezza e Trasparenza: impostare ed attuare i rapporti con le Parti Interessate (dipendenti, clienti, soci, fornitori, Enti, organismi di controllo, collettività) nel rispetto dei principi di chiarezza, correttezza e trasparenza, perseguendo la soddisfazione delle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni. Garantire una corretta ed esaustiva comunicazione aziendale ed informativa contabile rivolta al mercato finanziario, istituzioni, organismi di controllo e media, nei tempi e modalità richieste;

Il miglioramento continuo, efficacia ed efficienza gestionali: porgere ampia attenzione alla ricerca di efficienza in tutti i processi aziendali, garantendo la qualità dei processi e dei beni prodotti, nella consapevolezza che la solidità economico-finanziaria è un principio imprescindibile per garantire lo sviluppo futuro della Società e la soddisfazione del cliente;

Valore della sostenibilità: comunicare il profilo di responsabilità sociale; accanto ai tradizionali risultati economici, rendicontare in termini sia quantitativi che qualitativi la dimensione sociale ed ambientale della gestione dell'impresa. Perseguire l'idea fondata sul principio che sia possibile creare valore sostenibile nel tempo solo se la conduzione dell'impresa segue tre solide direttrici: economica/finanziaria, sociale e ambientale, sostenute da una sana e trasparente Corporate Governance;

Rispetto e Tutela dell'ambiente: svolgere la propria attività in base al principio dello sviluppo sostenibile, con riguardo all'ambiente ed alla prevenzione dell'inquinamento e al contesto sociale, nel rispetto del territorio e della collettività.



STRATEGIA E APPROCCIO PRECAUZIONALE

Tutte le aziende del Gruppo applicano il modello organizzativo 231. Modello Organizzativo elaborato secondo il D.lgs. 231/2001 in quanto è sensibile alle aspettative degli stakeholders ed è consapevole del valore che agli stessi può derivare da un sistema di controllo interno idoneo a prevenire la commissione di reati da parte dei propri dipendenti, amministratori, consulenti e partner. In ottemperanza a tale modello organizzativo l'Organismo di Vigilanza 231 si riunisce trimestralmente per valutare i rischi emergenti nel corso dell'attività e predisporre procedure precauzionali per evitare l'insorgenza dei rischi.



FORNITORI

Il rapporto con i fornitori è visto in un'ottica di costruzione di collaborazioni a lungo termine reciprocamente vantaggiose, affrontando insieme le sfide della transizione del percorso di cambiamento e crescita, condividendo idee e innovazioni.

L'azienda utilizza modalità standard di selezione e di gestione dei fornitori, assicurando agli stessi pari dignità ed opportunità.

Nel processo di selezione dei fornitori si tiene conto di obiettivi, professionalità e struttura imprenditoriale, della qualità, del prezzo, delle modalità di svolgimento del servizio e di consegna.

Inoltre, si valuta il l'apprezzamento del soggetto sul mercato, la capacità di far fronte agli obblighi di riservatezza, che la natura del servizio offerto impone, nonché dei criteri di responsabilità sociale e della compatibilità e adeguatezza alle dimensioni e alle necessità della società.

I fornitori sono sensibilizzati a svolgere la loro attività seguendo standard di condotta coerenti con quelli indicati nel Codice Etico aziendale. Vengono utilizzati criteri e sistemi di monitoraggio costante del-

la qualità delle prestazioni e dei beni/servizi forniti. In particolare, i partner devono assicurare serietà nel business, rispettare i diritti dei propri lavoratori, investire in qualità e gestire in modo responsabile gli impatti ambientali e sociali.

Da dicembre 2022 è iniziato un processo di valutazione e certificazione della filiera secondo gli indicatori ESGs di Cerved che rilascia, per ogni fornitore valutato, un Report ESG. Entro i prossimi 5 anni, vi è in progetto la certificazione ambientale per i fornitori maggiormente strategici. I contratti con i fornitori strategici, quelli impattanti per la realizzazione del prodotto finito e che internamente sono identificati come Supply Chain di riferimento, firmeranno dal 2023 una contrattualistica che include il sottoporsi alla valutazione ESG di Cerved e l'Agreement per la Certificazione SA8000. Inoltre verrà effettuata una valutazione mediante i criteri dei criteri certificativi delle ISO 14001 e 45001.

Per "locale" si intende la regione in cui opera l'azienda, mentre per "sedi significative di operazioni" si intendono le sedi produttive.

I fornitori complessivi del Gruppo sono 920, suddivisi secondo le seguenti macrocategorie e percentuali rispetto alla spesa per la fornitura.

2022

| Tipologia fornitura | N. fornitori | % sulla spesa |
|-------------------------------|--------------|---------------|
| Beni | 2 | 0,01% |
| Cancelleria | 6 | 0,03% |
| Lavorazioni | 45 | 15,44% |
| Lavorazioni esterne | 56 | 16,04% |
| Macchinari | 3 | 1,25% |
| Materie di consumo | 81 | 1,41% |
| Materie prime | 214 | 9,33% |
| Materie prime DPI | 1 | 0,07% |
| Materie sussidiarie | 11 | 0,28% |
| Merci | 2 | 0,01% |
| Merci per ricerca commerciale | 29 | 3,37% |
| Mobili e arredi | 5 | 0,18% |
| Oneri bancari | 2 | 0,04% |
| Prodotti finiti | 2 | 3,10% |
| Servizi | 434 | 48,24% |
| Servizi/materie di consumo | 2 | 0,19% |
| Trasporto | 25 | 1,01% |
| Totale | 920 | 100% |

2021

| Tipologia fornitura | % sulla spesa |
|---------------------------|---------------|
| Macchinari | 0,60% |
| Materie Prime | 21% |
| Merci ricerca commerciale | 1% |
| Servizi | 76% |
| Trasporti | 1,40% |

Nel corso del 2022 non sono emersi particolari fattori di rischio in merito ai rapporti lavorativi. Inoltre, non sono emersi fattori di rischio significativo per il lavoro minorile tra i fornitori e quindi non sono state prese misure in merito.

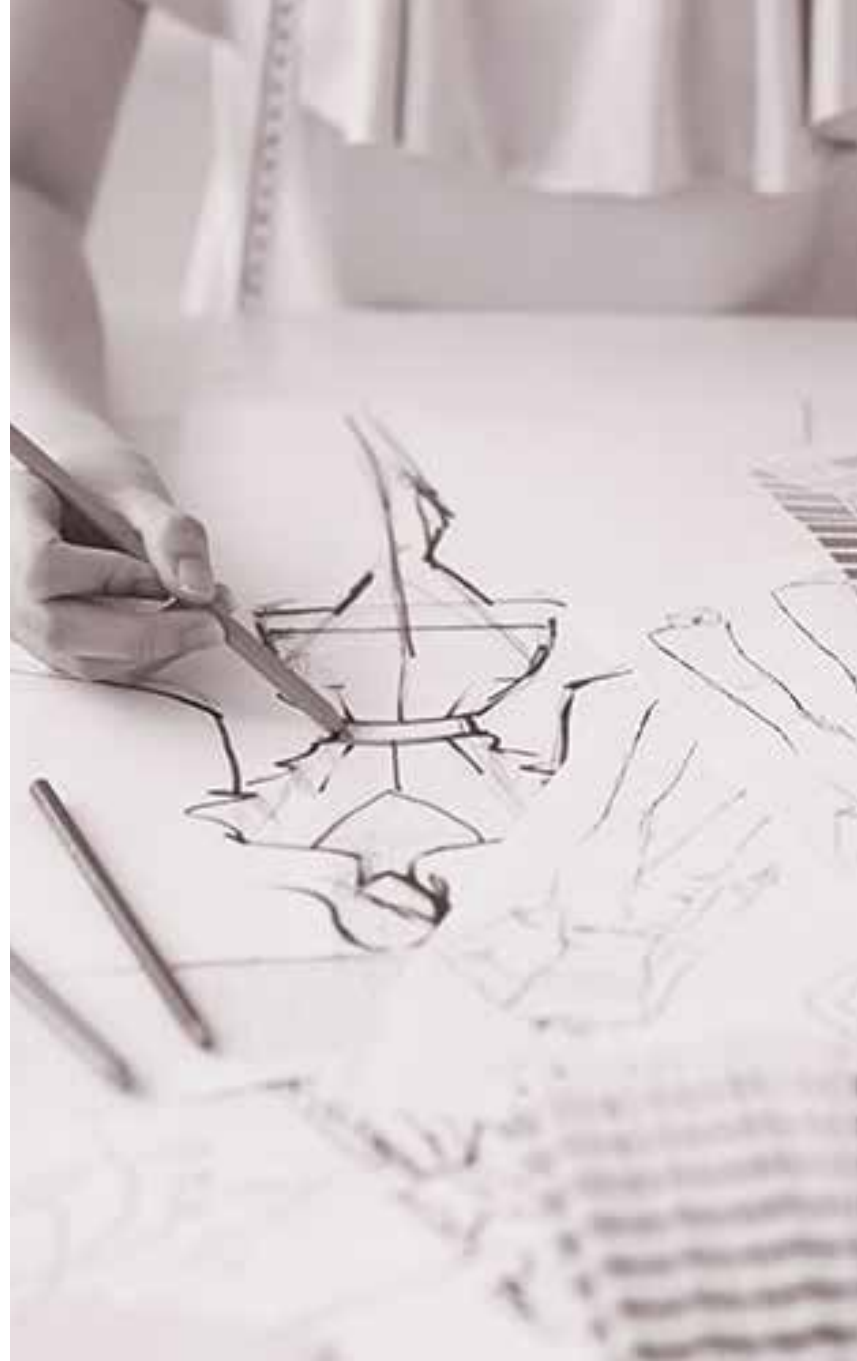


CLIENTI

Maison M e Zac Fashion manifestano una costante sensibilità e attenzione alla qualità della relazione con la clientela ed al suo continuo miglioramento, essendo ciò presupposto necessario del processo di creazione e distribuzione del valore nell'azienda.

L'azienda si configura così come una preziosa risorsa esterna in grado di collaborare con i suoi committenti a tutto tondo e su più livelli. Maison M può garantire supporto stilistico sullo studio della collezione; supporto tecnico, con la progettazione di modelli e prototipi; ottimizzazione per la fase di produzione, con schede tecniche di sviluppo e piazzamento.

Oltre a coordinare tutti i passaggi fondamentali per raggiungere l'ottimale filiera produttiva ha posto particolare attenzione nella logistica della catena di distribuzione, con l'obiettivo di controllarne le prestazioni e migliorarne l'efficienza. Non di secondaria importanza per questo aspetto sono i rapporti stretti, attraverso la collaborazione "one to one", con produzione e consegna diretta dei prodotti a negozi multi-brand e a department store italiani.





SALUTE E SICUREZZA DEL CLIENTE

I clienti costituiscono parte integrante del patrimonio aziendale della società. I comportamenti assunti sono sempre improntati al rispetto professionale della riservatezza sulle informazioni acquisite nel corso dell'attività, nonché della vigente normativa in tema di tutela dei dati personali.

L'organizzazione analizza i bisogni specifici del cliente per assicurare risposte affidabili, "tailor made", e instaurare rapporti duraturi, impegnandosi a offrire soluzioni e servizi che risultino convenienti, innovativi e sicuri garantendo il massimo della qualità e della privacy. La società rispetta tutte le normative che garantiscono la salute e sicurezza del cliente e anche per l'esercizio 2022 non ha rilevato alcuna non conformità relativamente alle norme e/o codici di autoregolamentazione e nessuna denuncia comprovata riguardante le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti.



RESPONSABILITÁ
ECONOMICA

La società è costantemente impegnata al raggiungimento di obiettivi di sviluppo volti a garantire l'incremento del valore dell'azienda. Non solo, se è vero che gli Amministratori e il Management di un'impresa hanno il primario obiettivo di generare ricchezza è altrettanto vero che un buon risultato economico finanziario non è l'unico fattore in grado di garantire la sostenibilità aziendale nel lungo termine, raggiungibile solo attraverso il rispetto, la tutela e la valorizzazione dell'ambiente e della comunità in cui si opera. È per questo che la società si pone l'obiettivo di coniugare la realizzazione dei propri obiettivi economici con la massimizzazione degli interessi di tutti gli stakeholders, della comunità in cui l'azienda opera e dell'ambiente.

Il valore economico generato dal Gruppo è espresso nella tabella seguente, il 2022 ricomprende anche i valori della società Zac Fashion. Il valore economico generato e distribuito fornisce un'utile indicazione di come il Gruppo abbia creato ricchezza per tutti gli stakeholder, per un valore pari all' 88,36% del valore generato.

Valore economico direttamente generato e distribuito

| | 2022 | 2021 |
|---|--------|--------|
| | % | % |
| Ricavi | | |
| Valore economico direttamente generato | 100% | 100% |
| Costi operativi | 64,73% | 51,03% |
| Retribuzioni e benefit dipendenti | 11,23% | 20,34% |
| Pagamenti a fornitori di capitale | 1,14% | 5,63% |
| Pagamenti alla pubblica amministrazione | 6,35% | 10,85% |
| Investimenti nella comunità | 0,08% | |
| Valore economico distribuito | 88,36% | 87,85% |
| Valore economico trattenuto | 11,64% | 12,15% |

ANTICORRUZIONE

Maison M segue il Modello 231 e si è dotata di un codice etico che tra i diversi obiettivi è volto a prevenire i rischi causati da comportamenti illeciti. Di conseguenza la struttura organizzativa si è dotata di una procedura di whistleblowing volta a far emergere eventuali comportamenti a rischio.

Nel corso del 2022 non si sono verificate segnalazioni e l'Organismo di Vigilanza non ha rilevato rischi in merito. I dipendenti e i membri dei CdA sono stati formati sul Modello 231 che, fra le altre cose, mira a consapevolizzare in merito ai comportamenti riconducibili alla fattispecie della corruzione.



CONFLITTO D'INTERESSI

Tutti i dipendenti sono tenuti ad evitare situazioni in cui si possano manifestare conflitti di interesse e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni. Possono determinare conflitto di interesse le seguenti situazioni:

- svolgere una funzione di vertice (consigliere, responsabile di funzione aziendale etc.) ed avere interessi economici con fornitori, clienti, o concorrenti (possesso di azioni, incarichi professionali) anche attraverso familiari o parenti;
- curare i rapporti con i fornitori e con i committenti e svolgere attività lavorativa, anche da parte di parenti e affini, presso gli stessi;
- accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con l'azienda.

Nel caso in cui si manifesti, anche solo all'apparenza, un caso di conflitto di interessi, il dipendente è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa gli organi amministrativi della società e l'OdV istituito ex d.lgs. 231/01 che valutano, caso per caso, l'effettiva esistenza del conflitto.

A photograph of a textile factory interior. The scene is filled with rows of spinning machines, each with a large, conical bobbin of yarn. The bobbins are arranged in neat rows, and the yarn colors vary, including shades of yellow, white, and purple. The lighting is warm and focused on the machines, with some overhead lights visible. The background is slightly blurred, emphasizing the foreground machinery.

RESPONSABILITÁ
SOCIALE

Uno dei valori fondanti del Gruppo è quello di mettere sempre la persona e la qualità della vita al centro dell'attenzione, operando nel massimo rispetto di chi lavora con la società. Sono proprio le persone, il loro benessere, la loro crescita e il loro sviluppo professionale a essere il fulcro del successo.

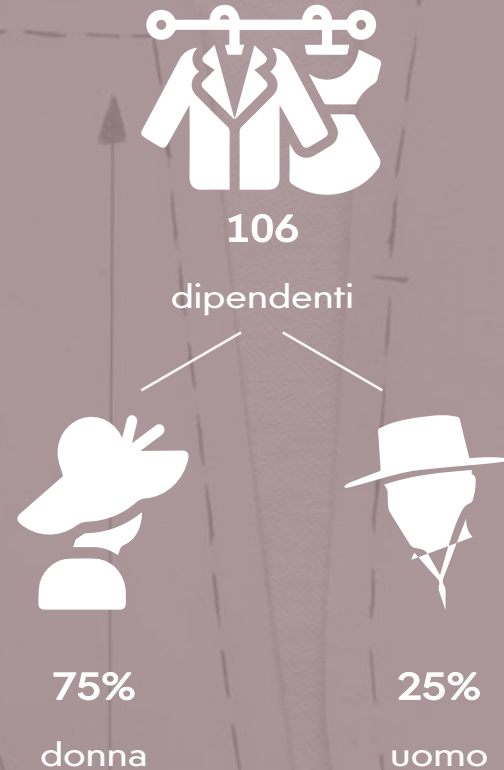
Per sostenere il proprio trend di crescita, è importante per la società continuare a investire sulle persone e garantire le condizioni necessarie affinché ciascuna di esse trovi nell'ambiente di lavoro sviluppo professionale, collaborazione, armonia e serenità e uno spazio lavorativo sicuro, sano e tranquillo.

Il costante impegno nel mettere in atto azioni di responsabilità sociale del Gruppo si è tradotto nell'ottenimento a fine 2022 della Certificazione SA8000, lo standard internazionale di certificazione redatto dal CEPAA e volto a certificare alcuni aspetti della gestione aziendale attinenti alla responsabilità sociale d'impresa.

Il Gruppo conta complessivamente, con la nuova acquisizione della società Zac Fashion, al 31/12/2022, 106 dipendenti di cui il 75% è donna e il 25% è uomo. Il 43,3% ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni; il 75% ha un contratto a tempo indeterminato e il 93% un contratto con orario full time.



Per il 91% i contratti di lavoro si rifanno al CCNL Tessile Abbigliamento industria Moda.



| 2022 | Totale | Donne | Uomini | % Donne | % Uomini |
|---------------------------------|--------|-------|--------|---------|----------|
| Dipendenti | 106 | 80 | 26 | 75% | 25% |
| Agenti/ P.Iva/ Collaboratori | 1 | 0 | 1 | 0% | 100% |
| Età | | | | | |
| < 30 | 31 | 24 | 7 | 23% | 7% |
| 30 - 50 | 46 | 31 | 15 | 29% | 14% |
| > 50 | 29 | 25 | 4 | 24% | 4% |
| Tempo determinato | 26 | 18 | 8 | 17% | 8% |
| Tempo indeterminato | 79 | 62 | 17 | 58% | 16% |
| Full time | 99 | 74 | 25 | 70% | 24% |
| Part time | 7 | 6 | 1 | 6% | 1% |
| Cessazioni | 6 | 3 | 3 | 3% | 3% |
| Neo assunti | 34 | 24 | 10 | 23% | 9% |
| < 30 | 14 | 9 | 5 | 8% | 5% |
| 30-50 | 13 | 9 | 4 | 8% | 4% |
| > 50 | 7 | 6 | 1 | 6% | 1% |

I dipendenti provengono da diverse aree geografiche: la maggior parte dalla provincia di Modena, vi sono inoltre 7 lavoratori di origine Pakistana e un lavoratore proveniente dall'Albania.

Le retribuzioni base vengono assegnate in base al CCNL di riferimento, individuato il corretto livello da attribuire in base alla mansione indicata in declaratoria. Successivi aumenti di livello o attribuzione di superminimi individuali vengono assegnati sulla base della crescita della risorsa. La presenza di popolazione maschile (25% della popolazione aziendale) non è sufficiente a poter determinare un rapporto degli stipendi indicativo.

Il Gruppo è in fase di crescita e nel corso del 2022 sono state assunte 19 nuove risorse (+46% rispetto al 2021); l'incremento del numero dei dipendenti è frutto anche dell'acquisizione della società Zac Fashion. Nel 2022 le interruzioni dei rapporti lavorativi sono avvenute nella quasi totalità dei casi per dimissione dei dipendenti.

Nei due casi di interruzione per motivi non connessi al lavoratore, l'azienda ha dato disponibilità a un supporto di accompagnamento a nuovo impiego tramite società della filiera e al rilascio di lettera di referenze.

I congedi parentali sono previsti come richiede la legge, nel corso del 2022 è stato richiesto un congedo da parte di una dipendente che è rientrata nel corso del 2023.

BENEFIT AI DIPENDENTI

Dal 2018 la società aderisce a Sanimoda, un fondo di assistenza sanitaria integrativa per i lavoratori dell'industria della Moda, è attiva nella partecipazione a progetti di welfare territoriale e alla stipula di condizioni contrattuali ad personam (Conciliazione vita-lavoro). La società ha attiva una piattaforma di welfare aziendale per tutti i dipendenti attraverso il portale Welfare Intesa Sanpaolo.

I benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno e indeterminato sono i medesimi previsti per i dipendenti a tempo determinato o part-time. Il CCNL applicato in azienda (Tessile Abbigliamento Industria), prevede la presenza di un Fondo di Previdenza complementare di categoria (Previmoda) al quale le risorse posso scegliere di destinare il TFR maturato a fini pensionistici.

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Tutte le società del Gruppo possiedono un organigramma dedicato della Sicurezza e salute sul lavoro, in cui sono indicati l'RSPP (Ing. Massimo Stefani), il Medico Competente (dott.ssa Monduzzi Giorgia), e i referenti per il primo soccorso e gli addetti alla prevenzione incendi ed emergenze.

Gli organigrammi sono esposti nelle bacheche aziendali e il persona-

le è debitamente formato sulle materie della prevenzione e sicurezza. Attualmente le scadenze dei corsi e delle visite mediche dei lavoratori vengono gestite tramite file Excel; è in programma l'implementazione di un sistema gestionale che automatizzi gli alert in merito alle scadenze per monitorare in maniera efficace il presidio.

In ottemperanza all'impegno preso nel 2021 è stato eletto per la funzione di RSPP un consulente esterno con certificata esperienza in materia che, attraverso il riesame dei DVR, delle procedure di emergenza e delle altre procedure applicate, sta aiutando l'azienda a ottimizzare e implementare comportamenti e documenti idonei a garantire un sempre maggiore livello di sicurezza per i lavoratori.

I rischi sul lavoro vengono valutati regolarmente, in particolare, nel processo di aggiornamento del DUVRI oltre a essere regolarmente monitorati dal personale preposto. I comportamenti atti a calmierare gli effetti di rischi sul lavoro (in base alla mansione) vengono indicati sia dal medico competente che dall'RSPP. Le aziende sono sempre aggiornate sulle ultime normative e adottano protocolli come da normative, i protocolli sono diffusi al personale e affissi in bacheca.

SERVIZI DI MEDICINA DEL LAVORO

Ogni azienda del Gruppo ha nominato un Medico Competente (requisito normativo) per adempiere ai requisiti normativi in materia di sorveglianza sanitaria. Tutti i lavoratori del Gruppo sono sottoposti a un controllo medico che verifica il livello di salute del lavoratore oltre alla sua idoneità in relazione alla mansione contrattuale. Tale verifica è ripetuta ogni due anni, salva diversa indicazione da parte del Medico Competente.

Al lavoratore è consentito di richiedere visita straordinaria per iscritto, qualora ritenga che le proprie condizioni di salute debbano essere valutate più approfonditamente prima della successiva visita di controllo.

Nel caso in cui il Medico Competente certifichi l'idoneità del lavoratore ma indicando prescrizioni di comportamenti o dotazione a carico dell'azienda, l'azienda si impegna ad attuare i necessari adempimenti tempestivamente. Il Medico Competente effettua annualmente un sopralluogo sui luoghi di lavoro per accertarsi di eventuali rischi o della necessità di interventi correttivi per salvaguardare la salute dei lavoratori.

FORMAZIONE DEI LAVORATORI SU SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Tutti i lavoratori effettuano con l'inserimento in azienda corsi di sicurezza generale e specifica certificati da un Ente formatore esterno, in base alla mansione svolta e al livello di rischio a cui il lavoratore viene esposto, vengono inoltre formati sui rischi e sulle procedure da attuare in caso di pericolo per sé e per gli altri colleghi.

I corsi vengono svolti durante l'orario lavorativo e in base al tipo di formazione svolta, la durata è di 4 ore per la formazione generale e da 4 a 12 ore per la formazione specifica in base al livello di rischio. Alla fine della formazione è prevista una prova scritta, al superamento della quale viene rilasciato l'attestato che certifica la formazione svolta. Affinché l'attività formativa possa essere il più possibile calata nella realtà aziendale e nelle mansioni concretamente svolte in azienda, il Gruppo l'ha affidata a un ente di formazione che struttura e organizza i corsi presso le sedi progettando il contenuto ad hoc in base al ruolo dei dipendenti coinvolti.

In merito alla promozione della salute dei lavoratori non sono stati previsti particolari programmi aggiuntivi rispetto a quanto indicato dalla normativa. Sono però presenti cartelli e segnaletiche che sen-

sibilizzano in merito alle corrette consuetudini igieniche per evitare o ridurre il rischio di epidemie. Il 100% dei dipendenti e delle risorse con altre tipologie contrattuali (es. somministrazione e tirocini) sono sottoposte a sorveglianza sanitaria.

Nell'azienda Zac Fashion le ore di formazione su salute e sicurezza sul lavoro sono state:



| | ore |
|-----------------------------------|-----------|
| Formazione generale: | 40 |
| Formazione primo soccorso: | 8 |
| Formazione antincendio: | 5 |
| Formazione RLS: | 4 |
| Formazione Lectra: | 16 |
| Formazione Apprendisti: | 60 |

Oltre alla formazione generale e specifica in merito alla sicurezza sul lavoro che viene effettuata a tutti i dipendenti, come già detto è richiesta una partecipazione attiva nella segnalazione di anomalie o pericoli nell'espletamento delle proprie mansioni.

Le segnalazioni possono essere effettuate ai responsabili di funzione, ai preposti o ai responsabili dei lavoratori per la sicurezza.

Per alcune aziende del Gruppo, quelle con dimensioni più rilevanti o nelle cui sedi si svolgono le fasi del processo produttivo (quindi soggette a un maggior numero di rischi), è stato nominato un RLS interno (non quindi da Ente di categoria) per poter garantire un maggiore presidio.

In particolare, l'RLS - nominato con regolare elezione da parte dei colleghi - si occupa di:

- Controllare le condizioni di rischio nell'azienda e, in caso di variazione delle condizioni di rischio, chiede al Datore di Lavoro la convocazione di un'apposita riunione;
- Promuovere le attività per la salute e la sicurezza quali l'elaborazione, l'individuazione e l'attuazione delle misure di prevenzione idonee a tutelare la salute e l'integrità fisica dei lavoratori;
- Formulare proposte e iniziative inerenti all'attività di prevenzione;
- Formulare ricorsi alle autorità competenti qualora le misure adottate dall'azienda per la prevenzione e protezione dai rischi e i mezzi impiegati non siano idonei a garantire sicurezza e salute dei lavoratori;

- Partecipare alle visite e verifiche delle autorità competenti formulando proprie osservazioni;
- Avvertire il responsabile dell'azienda dei rischi individuati nello svolgimento del suo ruolo;
- Partecipare alla riunione annuale in merito alla salute e alla sicurezza dei lavoratori insieme al datore di lavoro, l'RSPP e il Medico Competente.

PROMOZIONE DELLA SALUTE DEI LAVORATORI

Il CCNL applicato in azienda prevede un piano di prevenzione sanitario integrativo (Sanimoda) che fornisce copertura su prestazioni mediche in materia di prevenzione e controlli di salute. Il Gruppo si impegna a versare regolarmente la quota di iscrizione in modo che le risorse possano fruire di questo servizio.

Al momento dell'assunzione e in caso di aggiornamenti, le risorse umane vengono informate sui servizi erogati dal piano di prevenzione e sulle modalità di accesso, in maniera da metterle nelle condizioni di sfruttare al meglio le possibilità in esso comprese.

In particolare, per tutte le risorse assunte con contratto di lavoro su-

bordinato e che abbiano superato il periodo di prova, vengono forniti diversi programmi di prevenzione e assistenza, ne indichiamo alcuni a titolo esemplificativo:

- Copertura economica in caso di ricovero per interventi chirurgici;
- Copertura economica per aspetti legati alla maternità (dalle spese per visite in gravidanza, al parto, ecc.);
- Copertura di visite specialistiche, con particolare focus sulle cure odontoiatriche e sul counselling psicologico;
- Programmi di prevenzione per adulti e per i figli minori ;
- Copertura delle spese in merito a lenti e occhiali;
- Copertura cure oncologiche.

Il Gruppo ha individuato e fornito al personale degli strumenti utili per accrescere e facilitare lo svolgimento dell'attività lavorativa andando incontro alle singole esigenze per lo svolgimento di ogni singola occupazione.

Nello specifico, sono stati acquistati scrivanie regolabili e sedie ergonomiche per migliorare la postura e garantire maggiore confort durante l'accumulo di maggiori fasi statiche di postura lavorativa. Ogni singola postazione lavorativa è stata progettata per rispettare la distanza visiva adeguata del monitor del Pc ed evitare il contatto diretto tra direzione della luce naturale e la luce proveniente da Pc.

Inoltre, per incentivare il benessere collettivo e il lavoro in Team ha creato una sala ristoro con tavoli e sedie distanziati fornita di elettro-

domestici per consentire a tutti di poterne beneficiare e una sala relax in cui ogni dipendente può usufruire di prodotti erogati da distributori in cui sono state introdotte, su richiesta dello stesso personale, referenze bio e salutari.

VALUTAZIONE DEI RISCHI E INFORTUNI

Per tutelare il personale con un livello di maggiore prossimità sono stati nominati Preposti (requisito normativo) sulle diverse aree, il cui compito è quello di controllare e segnalare periodicamente eventuali rischi attraverso moduli specifici, verificare i corretti comportamenti sul luogo di lavoro e formare le risorse sui pericoli concreti nello svolgimento della mansione.

Ogni risorsa, sulla base della propria mansione, è stata dotata dei corretti DPI idonei a proteggere dai rischi lavorativi, i preposti devono sorvegliare che i DPI vengano correttamente e regolarmente utilizzati. Ogni azienda del Gruppo ha effettuato le nomine dei responsabili del servizio antincendio e primo soccorso, oltre ad aver redatto i piani di emergenza (requisito normativo) per ogni sede.

In detti piani vengono analizzati i comportamenti da tenere in caso di emergenza, indicate le persone di riferimento e illustrate le modalità di abbandono dei locali aziendali in sicurezza.

Ogni persona è autorizzata e incoraggiata a comunicare malfunzionamenti o usura dei dispositivi al proprio responsabile d'area e/o preposto, il quale dovrà mettere in atto le adeguate misure prestabilite per ridurre il rischio di pericolo per sé e per gli altri colleghi.

Sulla base dei piani di emergenza, vengono effettuate annualmente esercitazioni antincendio ed esercitazioni generali di pericolo (requisito normativo) per agevolare i propri dipendenti nell'affrontare e saper gestire situazioni pericolose.

Vengono disposte e aggiornate informative esposte e segnaletica interna ed esterna all'edificio per agevolare il dipendente nei casi di pericolo immediato, in particolare segnalando la posizione esatta dei dispositivi di sicurezza e le uscite di sicurezza più vicine.

Sono stati previsti strumenti anonimi di segnalazione delle problematiche relative ai rapporti lavorativi a tutto tondo (ivi compresa dunque la sicurezza), in modo che i lavoratori possano segnalare anomalie o problematiche senza temere ripercussioni. Questi strumenti sono una cassetta fisica per le segnalazioni e un link che riporta a un form online.

Non sono state registrate malattie professionali nel 2022 per i dipendenti e per i lavoratori non dipendenti, sono invece stati registrati due infortuni. I rischi e pericoli vengono individuati ed esaminati nel DVR, così come tutte le azioni di best practice per ridurre la probabilità

che si verifichino. L'individuazione sulle diverse aziende e sulle diverse aree di figure di coordinamento sta permettendo di andare a individuare i dipendenti con funzione di preposto con il compito di sorvegliare in maniera continua e diretta la corretta applicazione della normativa in materia di salute e sicurezza del lavoro oltre alle best practice individuate dal DVR.

PRATICHE DI SICUREZZA E DIRITTI UMANI

Il Gruppo si è dotato di Codice Etico e di Modello di organizzazione e gestione ex D. Lgs. 231/01, tutte le risorse sono state formate sullo stesso in maniera da poter rilevare correttamente comportamenti difformi e in violazione ai diritti umani. All'interno del Codice Etico sono presenti i valori a tutela dei diritti umani.

Maison M, è stata certificata SA8000 che - tra le altre cose - richiede formazione e verifica sulle procedure in materia di diritti umani.

Nel 2022 non sono state effettuate segnalazioni in merito a violazioni dei diritti umani. È stata realizzata una formazione dei dipendenti sulle politiche o le procedure sui diritti umani per 32 ore complessive che ha coinvolto il 31% dei dipendenti.

FORMAZIONE E COMPETENZE DEL PERSONALE

La formazione e lo sviluppo dei dipendenti è una tematica che sia la società sia i suoi stakeholder considerano come rilevante. La crescita formativa e lo sviluppo professionale sono infatti aspetti fondamentali per il Gruppo, con l'obiettivo di valorizzare le competenze delle persone che vi lavorano e accrescerne le conoscenze, ma anche di garantire il rispetto della legislazione nazionale e la sicurezza sul posto di lavoro.

La formazione e lo sviluppo di nuove competenze sono l'elemento essenziale per la buona riuscita delle proprie attività e per la valorizzazione delle persone.

Le società del gruppo attivano la formazione interna ed esterna obbligatoria prevista per i rapporti di apprendistato. Vengono inoltre monitorati in corsi obbligatori in materia di sicurezza e salute sul lavoro.

Nel 2022 sono state realizzate 788 ore di formazione di cui:



4 ore in media di formazione

"Affiancamento On the Job" hanno riguardato i neoassunti, 40% femmine e 50% maschi

35 ore in media di formazione

"Informatica-Gestionale" per impiegati 14% femmine

11 ore in media di formazione

"Formazione Advanced" per impiegati, 8% femmine



ore

133

282

788

788

Le competenze vengono regolarmente ampliate tramite formazione interna tra colleghi. In particolare le diverse società del Gruppo sono organizzate in maniera che le risorse junior siano affiancate a risorse senior proprio per accrescere le competenze di contenuti tecnici dei primi, e le soft skills di flessibilità e aggiornamento per i secondi.

A fine anno il reparto HR è stato ampliato con l'inserimento di 2 figure nell'ottica di poter implementare e meglio monitorare le attività formative e i piani di carriera. Laddove le risorse abbiano proposto corsi di formazione che potessero essere di interesse, sono stati finanziati dall'azienda. Un dipendente ha chiesto, e gli è stato autorizzato, un periodo di aspettativa per poter partecipare a un'occasione formativa e con un impatto positivo per la propria carriera (reality show "Tailor Made").

Nel 2022 la valutazione delle performance è stata fatta sul 29% dei dipendenti (personale con funzioni di coordinamento o responsabilità di area, di cui 13% maschi e 27% femmine). A fine anno il reparto HR è stato ampliato con l'inserimento di 2 figure nell'ottica di poter allargare la platea delle risorse che ricevono una valutazione periodica delle performance, oltre a poter monitorare i piani di sviluppo professionale.

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Il gruppo sta lavorando per garantire la parità di genere; attualmente la situazione non può essere considerata paritaria fatta eccezione per la società del gruppo Studio System.

Non sono stati rilevati episodi discriminatori di razza, colore, sesso, religione, opinione politica, nazionalità o origine sociale.

PROMUOVERE LO SVILUPPO NELLA COMUNITÀ LOCALE

La sostenibilità per il Gruppo abbraccia anche l'aspetto delle relazioni con le comunità locali. La società contribuisce attivamente alla crescita della comunità locale attraverso partecipazioni, donazioni e sponsorizzazioni allo sviluppo e al miglioramento delle condizioni locali.

Anche per il periodo 2022 Maison M ha rinnovato il suo sostegno e interesse ad alcune realtà attive nel territorio devolvendo parte del proprio ricavo a diversi enti benefici con diversi scopi sociali tra cui:

- **la comunità San Patrignano Società Cooperativa Sociale**, una comunità che accoglie persone afflitti dalle dipendenze e dall'emarginazione affinché ritrovino la propria strada attraverso un cammino di recupero. Nel corso del periodo sono stati donati 5.000€.

- **l'ospedale di Sassuolo S.p.A. e l'Azienda Ospedaliero-Universitario di Modena** sono stati sostenuti durante l'Emergenza Covid-19 attraverso una donazione di 2.500€ ciascuno.
- **l'Associazione di Volontariato Porta Aperta**, una realtà attiva nel territorio modenese che dal 1978 si occupa di contrasto alle povertà e alle disuguaglianze, a cui sono stati donati 5.000€ da Maison M.
- **Associazione San Fedele**, si impegna ogni giorno ad accogliere le persone più bisognose e migliorare la loro salute, sostenendole in un percorso di terapia anche attraverso la donazione di farmaci; il sostegno è avvenuto tramite una donazione di 5.000 €.

La società ha nel corso degli anni realizzato anche progetti di responsabilità sociale d'impresa.

In particolare Maison M è tra le "Aziende Modenesi per la Responsabilità Sociale d'Impresa", un network di imprese modenesi di vari settori e di varie dimensioni, che si pone l'obiettivo di promuovere principi e pratiche di Responsabilità Sociale d'Impresa /Corporate Social Responsibility (CSR). Il Gruppo, attraverso l'azienda Maison M, partecipa alle attività organizzate dall'ente che prevedono la partecipazione a eventi formativi e benefici, comitati per discutere e proporre iniziative sul territorio in particolare per la sensibilizzazione verso gli obiettivi dell'Agenda Onu 2030. La partecipazione per il 2022 è stata del 30% rispetto agli eventi organizzati dall'RSI.

Tra le iniziative di carattere sociale realizzate da Maison M vi è anche quella di ospitare in azienda in Alternanza Scuola Lavoro giovani studenti grazie alla collaborazione con l'Istituto professionale statale Cattaneo/Deledda di Modena.

Nel corso del 2022 Zac Fashion ha fatto donazioni ai seguenti enti: Fondazione AIRC per la ricerca sul cancro e all'Associazione Il Sorriso di Andrea per l'assistenza ai bambini malati oncologici fondazione ospedale pediatrico Meyer.



RESPONSABILITÀ
AMBIENTALE

Da sempre all'avanguardia nel coniugare in modo sapiente bellezza, qualità e sostenibilità, quotidianamente il Gruppo. si impegna per ridurre al minimo l'impatto ambientale delle proprie attività, dimostrandosi un'eccellenza nella salvaguardia dell'ecosistema.

La Società, consapevole dell'importanza che l'ambiente e la sua tutela rivestono per il benessere e lo sviluppo dell'intera comunità, si impegna a rispettare, nell'ambito delle proprie attività, la normativa in materia di tutela e protezione ambientale, promuovendo una conduzione delle proprie attività incentrata sul corretto utilizzo delle risorse e sulla tutela dell'ecosistema.

L'azienda ha ottenuto a novembre 2022 la Certificazione ambientale secondo il Sistema di gestione dell'ambiente ISO 14001:2015 che testimonia il costante e rigoroso impegno della società di dotarsi in maniera strutturata di sistemi di gestione anche degli aspetti ambientali.



ENERGIA ED EMISSIONI

Per il calcolo dei consumi sono state utilizzate le bollette delle utenze richieste. I multipli e i sottomultipli sono stati calcolati automaticamente. Per la natura della sua attività, il Gruppo non è un'entità energivora e i consumi sono prevalentemente legati all'energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili. I consumi risultano aumentati perché all'interno sono compresi i consumi della nuova società acquisita.

| Consumi in Gj | | | | |
|---------------------|-----------|---------------|----------------|---------------------|
| Anno di riferimento | Elettrico | Riscaldamento | Raffreddamento | Impianti/macchinari |
| 2022 | 612,040 | 476,475 | 313,348 | 207,360 |
| 2021 | 449,19 | 282,57 | 161,36 | - |

La società Zac Fashion ha un impianto fotovoltaico della potenza massima di 80 kWh, nel 2022 l'utilizzo dell'impianto ha generato 13.017 kWh di energia elettrica ceduta.

| Emissioni Scope ₂ Da energia elettrica acquistata | Totale Gj | Totale emissioni GHG (Ton CO2 eq.) Location based |
|---|-----------|--|
| 2022 | 1.609,223 | 116,2 |
| 2021* | 449,19 | 60,79 |

*nel 2021 il calcolo era Market based



ACQUA

Il consumo di acqua è esclusivamente relativo ai servizi igienici, agli impianti di distribuzione dell'acqua e non è legato alla produzione.

Prelievo idrico e consumo di acqua

Per tutte le società il prelievo idrico fa riferimento sempre ad acqua proveniente da rete idrica civile per uso idrico-sanitario e antincendio perciò per usi civili. L'ammontare complessivo del prelievo idrico, corrispondente a quello dello scarico, è pari a 908,72 metri cubi. I valori sono aumentati rispetto al 2021, che ammontavano a 302 metri cubi, perché nel calcolo sono compresi i valori di prelievo e consumo della nuova società acquisita.

RIFIUTI

L'organizzazione non tratta rifiuti pericolosi. Il metodo di smaltimento è seguito e gestito da aziende esterne competenti che si occupano del servizio di smaltimento. Anche in questo caso i rifiuti sono aumentati perché nel conteggio totale sono stati ricompresi i valori della società acquisita.

| | Tipologia di rifiuto | kg 2022 | kg 2021 |
|--|----------------------------|---------|---------|
| Rifiuti destinati a riciclo | Plastica | 2.100 | 4.500 |
| | Legno | 600 | 500 |
| | Carta | 6.900 | - |
| Rifiuti destinati a incenerimento (termodistruzione) non pericolosi | Tessuto | | |
| | Fibre tessili non lavorate | 63.040 | 12.740 |

MATERIALI

Le principali materie prime della società, quelle che garantiscono l'elevata qualità dei suoi prodotti finiti, sono essenzialmente i tessuti e i materiali ad essi annessi. Tutti i materiali sono acquistati da fornitori esterni. I dati sotto riportati sono il frutto di stime calcolate sulla base del consumo mensile.

| | Tipologia di materiale utilizzato | kg 2022 | kg 2021 |
|---------------------------|--|---------|---------|
| Materiali non rinnovabili | Tessuti | 544.040 | 38.000 |
| | Fili | 200 | 100 |
| | Materiale misto (bottoni, cerniere ecc.) | 500 | 500 |
| Materiali rinnovabili | Carta | 6.600 | 4.500 |
| | Plastica | 7.050 | 8.000 |
| | Legno | 900 | 1.500 |
| | Lubrificante | - | 3 |

PROGETTI DI RIDUZIONE DELL'IMPRONTA ECOLOGICA

Iniziative messe in atto dall'azienda per cercare di ridurre il proprio impatto ambientale:

- Recupero della carta: sono state utilizzate 463 risme e 2500 kg di carta riciclata
- Smaltimento sostenibile cartucce stampanti – “Zerozerotoner”
- Sono stati introdotti 6 ECO BOX per lo smaltimento sostenibile delle cartucce delle stampanti aziendali da Ciacci Rag. Vittorio e Figli S.r.l.
- Aumento del numero di Borracce 24 Bottle

OBIETTIVI

2023-2025

Oggi il tema della sostenibilità è irrinunciabile specie nel settore moda e in ambito finanziario: è necessario presidiarlo adeguatamente e svolgere un'analisi dei rischi reputazionali collegati. Non c'è ambito aziendale che non venga toccato dal tema sostenibilità che, quindi, pervade tutta l'impresa, le sue scelte e le persone che ne sono coinvolte, così come il territorio in cui è insediata e tutto l'ambiente in senso ampio.

Per questo Maison M, e nel complesso il Gruppo di cui fa parte, anche alla luce di quanto emerso dallo stakeholder engagement realizzato ha definito degli obiettivi che guideranno la crescita aziendale e ci permetteranno di mettere al centro sempre più i temi della sostenibilità, negli interessi di tutti gli stakeholder. Un impegno strategico, integrato con il business, che possa dare coerenza all'agire sostenibile attraverso il coinvolgimento dell'intera organizzazione.

Nel triennio 2023/2025 il Gruppo ha deciso obiettivi suddivisi nelle tre categorie della sostenibilità

AMBIENTE



Realizzazione di una Carbon Footprint degli stabilimenti (maggiori efficientamenti energetici)



Realizzazione di un Vademecum aziendale di buoni comportamenti rispettosi dell'ambiente per diffondere a livello interno la cultura della sostenibilità ambientale



Individuare imprese che possano riutilizzare e dare nuova vita agli scarti di produzione riducendo il rifiuto derivante dalla produzione



Potenziamento pannelli solari

GOVERNANCE



SOCIALE

Estendere ad almeno una delle società del Gruppo la SA8000



Implementazione di iniziative a livello sociale per le comunità in cui le società operano

Miglioramento della comunicazione interna ed esterna all'organizzazione



Stakeholder engagement esterno per consentire un maggior coinvolgimento della platea di interlocutori con cui le società del gruppo si relazionano



Rafforzamento della struttura del welfare aziendale

Ulteriore sviluppo del sistema di formazione aziendale interno

Concorso di idee sulla sostenibilità per i dipendenti

Riapertura al 100% dei corsi di formazione all'interno dell'Academy

GRI CONTENT INDEX

| 2 | Informativa generale | Pag |
|--|---|------------------|
| L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione | | |
| 2-1 | Dettagli organizzativi | 14 |
| 2-2 | Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione | 5 |
| 2-3 | Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto | 5 |
| 2-4 | Revisione delle informazioni | Annuale |
| 2-5 | Assurance esterna | Non prevista |
| Attività e lavoratori | | |
| 2-6 | Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali | 14-15, 21-22, 25 |
| 2-7 | Dipendenti | 35-36 |
| 2-8 | Lavoratori non dipendenti | 36 |
| Governance | | |
| 2-9 | Struttura e composizione della governance | 17 |
| 2-15 | Conflitto di interessi | 33 |
| 2-16 | Comunicazione delle criticità | 17 |
| Strategia, politiche e prassi | | |
| 2-22 | Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile | 2 |
| 2-23 | Impegni in termini di policy | 2,20 |
| 2-26 | Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni | 20 |

| | | |
|---|---|---------|
| 2-27 | Conformità a leggi e regolamenti | 20 |
| 2-28 | Appartenenza ad associazioni | 17 |
| Coinvolgimento degli stakeholder | | |
| 2-29 | Approccio al coinvolgimento degli stakeholder | 6 |
| 2-30 | Contratti collettivi | 35 |
| 3 | Temî materiali | |
| Informative su temî materiali | | |
| 3-1 | Processo di determinazione dei temî materiali | 7-10 |
| 3-2 | Elenco dei temî materiali | 7-10 |
| 3-3 | Gestione dei temî materiali | 7-10 |
| 200 | Temî economici | |
| 201 Performance economiche | | |
| 201-1 | Valore economico diretto generato e distribuito | 30-31 |
| 204 Pratiche di approvvigionamento | | |
| 204-1 | Proporzione di spesa verso fornitori locali | 26 |
| 205 Anticorruzione | | |
| 205-1 | Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione | Nessuna |
| 205-2 | Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione | 32 |
| 205-3 | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese | Nessuno |
| 206 Comportamento anticoncorrenziale | | |

| | | |
|------------|---|--------------|
| 206-1 | Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche | Nessuna |
| 300 | TemI ambientali | |
| 301 | Materiali | |
| 301-1 | Materiali utilizzati per peso o volume | 50-51 |
| 301-2 | Materiali di ingresso riciclati utilizzati | 50-51 |
| 301-3 | Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio | 50-51 |
| 302 | Energia | |
| 302-1 | Energia consumata all'interno dell'organizzazione | 48 |
| 302-4 | Riduzione del consumo di energia | 48 |
| 302-5 | Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi | 54 |
| 303 | Acqua e scarichi idrici | |
| 303-1 | Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa | 49 |
| 303-2 | Gestione degli impatti correlati allo scarico dell'acqua | 49 |
| 303-3 | Prelievo idrico | 49 |
| 303-4 | Scarico idrico | 49 |
| 303-5 | Consumo idrico | 49 |
| 305 | Emissioni | |
| 305-1 | Emissioni dirette di GHG (scope 1) | Non previste |
| 305-2 | Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (scope 2) | 48 |
| 306 | Rifiuti | |

| | | |
|------------|---|---------------------------|
| 306-1 | Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti | 50 |
| 306-2 | Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento | 50 |
| 306-3 | Rifiuti generati | 50 |
| 306-4 | Rifiuti non destinati a smaltimento | 50 |
| 306-5 | Rifiuti destinati allo smaltimento | 50 |
| 308 | Valutazione ambientale dei fornitori | |
| 308-1 | Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali | 25 |
| 308-2 | Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese | Nessuna azione intrapresa |
| 400 | TemI sociali | |
| 401 | Occupazione | |
| 401-1 | Nuove assunzioni e turnover | 36 |
| 401-2 | Vantaggi forniti ai dipendenti a tempo pieno non forniti a dipendenti temporanei o part-time | 37 |
| 401-3 | Congedo parentale | 36 |
| 403 | Salute e sicurezza sul lavoro - 2018 | |
| 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | 38-41 |
| 403-2 | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti | 38-41 |
| 403-3 | Servizi di medicina sul lavoro | 38 |
| 403-4 | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro | 38-41 |
| 403-5 | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro | 39 |

| | | |
|------------|---|---------|
| 403-6 | Promozione della salute dei lavoratori | 40 |
| 403-7 | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | 38-41 |
| 403-8 | Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | 38-41 |
| 403-9 | Infortuni sul lavoro | 41 |
| 403-10 | Malattia professionale | 41 |
| 404 | Formazione e istruzione | |
| 404-1 | Ore medie di formazione annua per dipendente | 43 |
| 404-2 | Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione | 42-43 |
| 404-3 | Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | 43 |
| 405 | Diversità e pari opportunità | |
| 405-1 | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | 36 |
| 406 | Politica antidiscriminatoria | |
| 406-1 | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate | 43 |
| 407 | Libertà di associazione | |
| 407-1 | Attività e fornitori il cui diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio | Nessuna |
| 408 | Lavoro minorile | |
| 408-1 | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile | Nessuna |

| | | |
|------------|---|----------------|
| 409 | Lavoro forzato e obbligatorio | |
| 409-1 | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio | Nessuna |
| 413 | Comunità locali | |
| 413-1 | Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo | 44-45 |
| 413-2 | Operazioni con importanti impatti negativi effettivi e potenziali sulle comunità locali | Nessuna |
| 414 | Valutazione sociale del fornitore | |
| 414-1 | Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo criteri sociali | 25 |
| 414-2 | Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e misure adottate | Nessun rischio |
| 416 | Salute e sicurezza dei clienti | |
| 416-1 | Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza per categorie di prodotti e servizi | 29 |
| 416-2 | Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi | 29 |
| 418 | Privacy del cliente | |
| 418-1 | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti | Nessuna |

Redazione metodologica e testi
Mediamo Area Sostenibilità

Grafica e impaginazione
mediamo.net

Settembre 2023







M
MaisonM

Maison M s.r.l

Società Unipersonale sottoposta al controllo
e coordinamento della 1627 Holding S.p.A.

Via Bigli 28 - 20121 Milano (MI) - ITALY

T. +39 059554699 - F. +39 059 463637