

# **MONCLER**

**GROUP**

**UK  
MODERN SLAVERY STATEMENT PER L'ESERCIZIO  
2023**

## Introduzione

Il presente documento è stato approvato dal Consiglio di amministrazione di Moncler UK Limited in data 20 giugno 2024 e descrive le misure adottate per assicurare, così come richiesto dalla legge del Regno Unito "Modern Slavery Act 2015 – Section 54", l'assenza di ogni forma di "schiavitù moderna, lavoro forzato e traffico di esseri umani" al proprio interno e lungo la propria catena di fornitura. Il contenuto di tale dichiarazione si riferisce all'esercizio fiscale chiuso il 31 dicembre 2023 ed illustra le misure adottate dalla Società e dalla sua controllante Moncler S.p.A. rispetto al più ampio Gruppo Moncler (come di seguito definito).

Moncler UK Limited è una società controllata da Moncler S.p.A., la capogruppo del gruppo Moncler (il "Gruppo" o il "Gruppo Moncler"), da sempre impegnato a condurre il proprio business con professionalità, promuovendo l'adozione di comportamenti etici e virtuosi e garantendo un atteggiamento di totale condanna nei confronti di qualsiasi forma di abuso dei diritti umani. In particolare, il Gruppo Moncler si impegna a combattere la schiavitù moderna in ogni sua manifestazione, sia all'interno della propria organizzazione, sia lungo la propria catena di fornitura, in linea con i principi enunciati nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e nei Principi Guida delle Nazioni Unite su Business e Diritti Umani.

Per il Gruppo Moncler eccellenza significa qualità, stile ed innovazione, ma anche impegno a promuovere una catena di fornitura attenta e rispettosa dei diritti dei lavoratori, degli animali e dell'ambiente. Il Gruppo, infatti, crede nel valore delle relazioni stabili, basate sulla fiducia e sulla cooperazione e predilige rapporti di lungo termine con quei fornitori che garantiscono affidabilità nella performance produttiva e al tempo stesso condividono i valori del Gruppo Moncler.

## Il Profilo del Gruppo Moncler

Il marchio Moncler nato nel 1952 a Monestier-de-Clermont, sulle montagne vicino a Grenoble, con una vocazione per i capi sportivi destinati alla montagna, a partire dal 2003, ha assunto un carattere sempre più unico ed esclusivo per evolversi da una linea di prodotti a destinazione d'uso prettamente sportivo, a linee versatili che clienti di ogni genere, età, identità e cultura possono indossare in qualunque occasione e dove il capospalla, pur essendo il capo identificativo del Brand, viene gradualmente e naturalmente affiancato da prodotti complementari. Moncler persegue una filosofia volta a creare prodotti unici di altissima qualità, versatili, e in continua evoluzione ma al contempo sempre fedeli al DNA del Marchio guidata dal motto "nasce in montagna, vive in città".

Nel 2013 Moncler si è quotata sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana e nel 2016 ha concluso il processo di costituzione dell'unità produttiva in Romania, con l'obiettivo di verticalizzare una parte della produzione e di creare un polo industriale-tecnologico di ricerca e sviluppo sul capospalla in piuma.

Il 1° aprile 2021 è nato il Gruppo Moncler che, con i suoi due brand – Moncler e Stone Island – è l'espressione di un nuovo concetto di lusso, lontano dai canoni tradizionali e caratterizzato da esperienzialità, inclusività, senso di appartenenza ad una comunità e contaminazione di significati e mondi diversi come quello dell'arte, della cultura, della musica e dello sport.

Pur mantenendo le identità i due brand, uniti dalla filosofia "*beyond fashion, beyond luxury*", rafforzano la loro capacità di essere interpreti delle evoluzioni dei codici culturali delle nuove

generazioni.

Il Gruppo Moncler è presente in tutti i più importanti mercati sia attraverso il canale *Direct-to-Consumer*<sup>1</sup>, costituito da punti vendita monomarca a gestione diretta (269 store nel 2023 per il marchio Moncler e 81 store nel 2023 per il marchio Stone Island), dal negozio online e dalle *e-concession*, sia attraverso il canale wholesale, rappresentato da punti vendita multimarca e monomarca gestiti da terzi all'interno dei Department Store (57 *shop-in-shop* nel 2023 per il marchio Moncler e 15 per il marchio Stone Island). Il Gruppo opera a livello locale attraverso organizzazioni regionali: EMEA, Americhe, Asia e Resto del mondo.

Al 31 dicembre 2023 il numero totale dei dipendenti del Gruppo Moncler era pari a 7.510, in aumento rispetto al 2022 (+19%, equivalente a 1.200 persone in più). Tale crescita è stata guidata principalmente dalle aperture di nuovi punti vendita diretti, dall'espansione die siti produttivi e dal rafforzamento della struttura corporate. L'area geografica dove si concentra la maggior parte dell'organico (37%) è l'EMEA, dove sono localizzate le sedi corporate di Moncler e Stone Island oltre che il sito produttivo di Moncler in Romania, che rappresenta il 61% della popolazione dell'intera Region.

A livello di singolo Stato, i Paesi che impiegano un numero maggiore di dipendenti, oltre all'Italia (29%) sono: Romania (23%), Cina<sup>2</sup> (10%) e Giappone (9%) e a seguire gli Stati Uniti (6%).

## Il profilo della catena di fornitura

I fornitori coinvolti nella produzione di prodotti del Gruppo Moncler nel corso del 2023 sono 634<sup>3</sup> e si dividono in quattro macrocategorie: materie prime (57%), *façonisti* (29%), commercializzato (13%) e servizi (1%).

Negli anni il Gruppo Moncler ha messo in atto un processo di razionalizzazione del parco fornitori, al fine di poter esercitare un più attento controllo della filiera, sviluppare sinergie e relazioni di collaborazione sempre più strette e proficue con coloro che sono maggiormente allineati con i valori e le aspettative del Gruppo, anche in termini di standard etici e sociali. In particolare, a partire dal 2019, all'interno dell'ampio programma "Supply Chain Excellence" finalizzato a innovare e riorganizzare la gestione della propria catena di fornitura, Moncler ha sviluppato diverse progettualità con l'obiettivo di raggiungere l'eccellenza operativa della filiera in termini di qualità, velocità, sostenibilità, affidabilità, flessibilità ed efficienza.

La maggior parte dei fornitori (circa il 90%) sono localizzati<sup>4</sup> nell'area EMEA con prevalenza in Italia (circa il 70% del totale). Con riferimento al livello di concentrazione, si rileva che i primi 40 fornitori rappresentano oltre il 50% del valore degli ordini. Il Gruppo è attento a rilevare tempestivamente situazioni di criticità, che potrebbero causare potenziali discontinuità di fornitura, e a mitigarne il rischio.

## Il processo di due diligence dei fornitori

<sup>1</sup> Include free standing store (negozi su strada), concession (negozi nei department store/mall), travel retail store (negozi negli aeroporti), factory outlet.

<sup>2</sup> La Cina include i dipendenti della Cina continentale, Hong Kong SAR, Macao SAR e Taiwan Region.

<sup>3</sup> Dal conteggio sono esclusi i fornitori con un fatturato d'ordine inferiore a 1.000 Euro l'anno.

<sup>4</sup> Al fine di una corretta rappresentazione, per i *façonisti* e i fornitori di commercializzato, per la classificazione geografica viene utilizzato il 'made in' mentre per i fornitori di servizi e materie prime, la sede legale della società. Percentuali calcolate sul numero di fornitori.

Il modello di business del Gruppo prevede che la produzione dei propri prodotti avvenga attraverso i siti produttivi di proprietà di Moncler in Romania, la "smart factory" di Trebaseleghe (Padova) e attraverso *façonisti* e fornitori di commercializzato in Italia e all'estero. Inoltre, sia Moncler sia Stone Island acquistano materie prime e servizi da un ampio numero di fornitori nel mondo. L'eterogeneità dei partner e l'estensione geografica nella quale il Gruppo opera hanno portato a investire ingenti risorse per prevenire e monitorare, anche attraverso un processo di tracciabilità, l'esistenza di eventuali rischi legati a violazioni dei diritti umani lungo la catena di fornitura, con un focus particolare verso i *façon*, i laboratori specializzati e i più rilevanti operatori della logistica.

Al fine di garantire l'applicazione dei principi di tutela dei diritti umani definiti nelle Politiche aziendali, il Gruppo Moncler ha sviluppato un processo completo e sistematico di due diligence, che viene costantemente rafforzato e aggiornato anche alla luce delle normative emergenti e che comprende le seguenti fasi: l'adozione di politiche che definiscono i principi per una condotta aziendale responsabile; l'identificazione e valutazione dei rischi e degli impatti negativi effettivi e potenziali; la interruzione, prevenzione e mitigazione degli impatti negativi; la definizione di azioni correttive; il monitoraggio delle fasi di implementazione e dei risultati e la comunicazione sulla gestione degli impatti e la formazione.

a. **Sistema di politiche del Gruppo.** Il Gruppo Moncler ha adottato specifiche politiche interne al fine di garantire e promuovere una gestione trasparente e responsabile della propria catena di valore. Queste politiche includono:

- I **Codici Etici** adottati ad oggi da Moncler e Stone Island racchiudono l'insieme dei valori che entrambi i Marchi riconoscono, condividono, promuovono, nella consapevolezza che condotte ispirate ai principi di diligenza, correttezza e lealtà, costituiscano un importante motore per lo sviluppo economico e sociale. Ai dipendenti e collaboratori è richiesto di agire con onestà, passione ed integrità e di costruire con gli stakeholder relazioni basate sulla fiducia reciproca, affinché la crescita sia guidata dal principio del valore condiviso. I Codici vengono aggiornati periodicamente al fine di allinearli alle migliori *best practice* internazionali e integrarli maggiormente con le tematiche di sostenibilità emergenti. Entrambi i Codici si ispirano alle principali normative, regolamentazioni e standard nazionali e internazionali in tema di responsabilità sociale d'impresa, di corporate governance, di diritti umani e ambiente, come la Carta dei Diritti delle Nazioni Unite, la Carta dei diritti dell'Unione Europea, gli standard di lavoro dignitoso contemplati nelle convenzioni OIL (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico). In particolare, nei Codici è specificato che tutti i fornitori sono contrattualmente obbligati a rispettare, e a far rispettare ai loro terzisti, i principi e le regole di comportamento in esso contenuti. La violazione costituisce un inadempimento contrattuale e può comportare specifiche sanzioni fino alla risoluzione del contratto, a seconda della gravità.
- Il **Codice di Condotta dei Fornitori**, adottato nel 2016, aggiornato nel 2020 ed esteso nel 2021 anche al Marchio Stone Island si ispira alla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e alle convenzioni dell'OIL e illustra le aspettative del Gruppo Moncler in relazione alle principali aree di un modo di operare responsabile. Esso si compone di sei sezioni (Lavoro e Diritti Umani, Salute e Sicurezza, Ambiente, Salute e Benessere Animale, Sicurezza e Qualità dei prodotti e dei servizi ed Etica Aziendale)

e contiene i requisiti obbligatori cui i fornitori devono attenersi per poter instaurare o proseguire una collaborazione con il Gruppo.

- La **Politica Diritti Umani**, adottata a febbraio 2023, definisce i principi alla base dell'impegno del Gruppo a rispettare e promuovere i diritti fondamentali dell'uomo e a prevenire o mitigare qualsiasi impatto negativo delle proprie attività attraverso un approccio basato su criteri di valutazione del rischio ispirati ai principali standard e best practice nazionali e internazionali a tutti i livelli della propria filiera produttiva. La Politica e i principi ivi enunciati rappresentano, inoltre, il contributo del Gruppo Moncler al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (OSS), impegno dimostrato anche dall'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite. La Politica è stata definita con il supporto tecnico dell'International Labour Organization (ILO).

Dal 2021 è stata aggiornata la procedura di Gruppo che guida il percorso di selezione di tutti i nuovi fornitori. La valutazione di un nuovo fornitore prevede una visita in loco svolta dal team qualità per valutare l'allineamento del fornitore agli standard qualitativi del Gruppo; dopo tale analisi tecnica, il processo di valutazione dei nuovi *façonisti* e dei nuovi fornitori di commercializzato prevede la conduzione di un audit etico-sociale e ambientale da parte di un ente terzo. Per i fornitori di materia prima, invece, il processo prevede la compilazione di un questionario di valutazione in materia ambientale e sociale supportato da evidenze documentali e successivamente lo svolgimento di un audit sul campo da parte di un ente terzo in linea con quanto previsto dal piano di audit. In questo modo il Gruppo si impegna a non includere nella propria filiera le aziende che non risultano rispettare gli standard qualitativi e i principi base etici, sociali e ambientali di Moncler e Stone Island. Infine, la procedura prevede, in sede contrattuale, l'accettazione formale da parte del potenziale fornitore, dei principi del Codice Etico e del Codice di Condotta dei Fornitori e delle altre politiche di Gruppo. Sottoscrivendo questi documenti, i fornitori si impegnano a non ricorrere a nessuna forma di lavoro forzato, coatto e della tratta di esseri umani lungo la loro catena di fornitura, inclusi i loro affiliati, appaltatori o subappaltatori, si impegnano a rispettare pienamente tutte le leggi e i regolamenti applicabili, compresi tutti i principi e le disposizioni in materia di diritti umani e contro qualsiasi forma di schiavitù moderna e di traffico di esseri umani.

- b. **Valutazione dei rischi.** L'impegno del Gruppo nel garantire il rispetto dei diritti umani parte dall'identificazione tempestiva e preventiva dei rischi reali o potenziali di violazione di tali diritti lungo l'intera catena del valore. L'analisi dei rischi è svolta con diversi strumenti in tutte le entità che costituiscono la catena del valore: tutte le sedi del Gruppo Moncler, relazioni commerciali esistenti e potenziali (ad esempio fusioni o acquisizioni), fornitori, subfornitori e loro dipendenti, includendo donne, bambini, popolazioni indigene e comunità locali, in qualsiasi modo collegati o impattati, anche indirettamente, dalle attività del Gruppo.

A partire dal 2023 il Gruppo, con il supporto tecnico di un partner specializzato internazionale, conduce valutazioni specifiche del rischio di violazione dei diritti umani lungo la propria filiera. L'analisi svolta a livello Paese nel 2023 ha coperto tutte le fasi del processo produttivo. Come risultato di questo progetto è stata definita una mappatura del profilo di rischio potenziale per ciascuno dei principali diritti umani, tra cui salari dignitosi, salute e sicurezza sul lavoro, discriminazione sul posto di lavoro, lavoro minorile, lavoro forzato, tratta di tratta di esseri umani, lavoratori migranti, libertà di associazione e di contrattazione collettiva.

L'analisi di valutazione di rischio teorico ha confermato che i servizi e i processi produttivi svolti dal Gruppo nelle sedi a gestione diretta non presentano un profilo di rischio significativo di potenziale violazione dei diritti umani, mentre quelli gestiti dai fornitori diretti del Gruppo sono caratterizzati da livelli diversificati di rischio. In particolare, le fasi della filiera relative alla coltivazione di cotone e alle lavorazioni intermedie del prodotto finito potrebbero essere potenzialmente caratterizzate da profili di rischio maggiore rispetto ad altre fasi, per tale motivo il Gruppo da anni ha attivato con processi strutturati di monitoraggio e prevenzione volti a mitigare tali rischi lungo l'intera filiera. Tra i diritti umani analizzati nella filiera, la garanzia di salari dignitosi è risultato essere tra quelli potenzialmente a rischio, e infatti da anni il Gruppo si impegna nel monitoraggio della tematica attraverso la conduzione di specifiche analisi sul *living wage*. Infine, l'analisi a livello Paese ha evidenziato la presenza di maggiori rischi potenziali nei paesi del sud-est asiatico, dove la filiera del Gruppo ha una presenza molto limitata. Questo approccio basato sul rischio è fondamentale per la prevenzione e la mitigazione degli impatti negativi sui diritti umani. Ciò include la prioritizzazione degli audit in base a criteri che tengono conto del livello di rischio potenziale di violazione dei diritti umani, così come la selezione dei nuovi fornitori che avviene considerando anche il rischio di violazione dei diritti umani come uno dei criteri di valutazione.

- c. **Prevenzione e mitigazione degli impatti.** L'integrazione delle analisi svolte durante la valutazione dei rischi permette al Gruppo di ottenere una loro mappatura completa e profonda e costituisce la base per la definizione delle azioni di prevenzione e mitigazione degli impatti negativi lungo tutta la filiera. In particolare, per quanto riguarda i processi di due diligence applicati alla propria catena di fornitura, dove risiedono i rischi maggiori di potenziale violazione dei diritti umani, il principale strumento di prevenzione e mitigazione degli impatti implementato dal Gruppo è la periodica e sistematica attività di audit etico-sociali e ambientali sui fornitori con cui il Gruppo ha già un rapporto di collaborazione, al fine di verificare il rispetto delle leggi applicabili e dei principi contenuti nei Codici del Gruppo.

Al fine di garantire la massima imparzialità, le verifiche vengono regolarmente commissionate ad enti terzi qualificati e con riconosciuta esperienza. Gli audit si focalizzano sulla verifica del rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo e del lavoratore, con particolare attenzione ai temi del lavoro forzato, coatto e della tratta di esseri umani, lavoro minorile, libertà di associazione, orario di lavoro, salario minimo garantito e, non ultimo, della salute e sicurezza. La checklist proprietaria del Gruppo, utilizzata per lo svolgimento degli audit, viene regolarmente aggiornata per tener conto dell'evoluzione degli standard di riferimento e delle normative locali e internazionali. Nel 2023 è stata utilizzata una versione aggiornata e rivista con il supporto tecnico dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) includendo requisiti ancora più stringenti rispetto alle versioni precedenti.

Il Gruppo ha un piano di audit triennale che garantisce che tutti i *façonisti* e i fornitori di commercializzato siano auditati almeno una volta ogni tre anni.

Moncler nel corso del triennio 2021-2023 ha svolto 564 audit etico-sociali e ambientali (sia sui fornitori che sui sub-fornitori), pari a circa il 100% dei volumi assegnati ai *façonisti* del capospalla, al 81% dei volumi assegnati ai fornitori di altre lavorazioni del capospalla (tintorie, stamperie, ricamifici, ecc.), al 99% dei fornitori di scarpe e borse, al 39% delle concerie, al 97% e al 94% dei volumi assegnati rispettivamente ai fornitori di maglieria e ai fornitori di soft accessories e al 96% del fatturato 2022 dei fornitori di modelleria e

prototipia.

Anche Stone Island, dotata di un piano di audit etico-sociali e ambientali triennale finalizzato a garantire la massima copertura dei fornitori della propria filiera, nel corso del medesimo triennio ha svolto 281<sup>5</sup> audit etico-sociali e ambientali (sia sui fornitori che sui sub-fornitori), pari a circa il 99% del valore degli ordini assegnato ai fornitori di commercializzato e il 98% del valore degli ordini assegnato ai *façonisti*.

Inoltre, nel corso del 2023 entrambi i Marchi hanno svolto audit etico-sociali e ambientali presso i principali fornitori di materie prime, pari al 79% del totale degli acquisti di materie per Moncler e al 93% per Stone Island. In particolare, per quanto riguarda la filiera della piuma, il 100% dei fornitori di Moncler è risultato conforme anche ai nuovi moduli su diritti umani e compliance ambientale inclusi ufficialmente nel Protocollo proprietario DIST (*Down Integrity System & Traceability*), che norma le modalità di allevamento delle oche bianche, la tracciabilità, la qualità tecnica della piuma nonché il rispetto di standard ambientali e sociali. Gli stessi moduli ambientali e sociali sono stati anche applicati ai processi di verifica dei fornitori di piuma di Stone Island.

Sono continuati, inoltre, ad essere svolti audit etico-sociali-ambientali anche presso i fornitori di servizi strategici: piattaforme logistiche ed esterne di controllo qualità, fornitori di servizi presso sedi e negozi del Gruppo, per i quali non sono emerse non conformità significative.

Infine, con l'obiettivo di attribuire una valutazione complessiva del fornitore che tenga in debita considerazione gli aspetti di sostenibilità, Moncler ha integrato il sistema di *vendor rating* con l'inserimento di nuovi indicatori socio-ambientali. Il progetto prevede che ad ogni indicatore venga attribuito un peso che contribuisca a stabilire la valutazione del singolo fornitore in base ai risultati raggiunti nelle cinque macro-aree: sostenibilità e compliance, qualità, consegne e livello di servizio, costo e innovazione.

La conoscenza, la tracciabilità, la condivisione di best practice e la verifica sono fondamentali non solo per limitare situazioni di rischio, ma anche e soprattutto per generare cultura e promuovere uno sviluppo responsabile e sostenibile del business, a beneficio dell'intera filiera.

Per quanto riguarda i processi di due diligence applicati alle sedi dirette, e volti quindi a verificare il rispetto dei diritti umani sul lavoro, nel rapporto con i dipendenti, i clienti e le comunità, il Gruppo si avvale di diversi strumenti operativi (ad esempio survey, canali interni di comunicazione e piattaforme di *whistleblowing*) e della conduzione periodica di audit volti a monitorare l'applicazione dei principi definiti nelle politiche di Gruppo e la gestione adeguata delle eventuali segnalazioni e violazioni.

Tale processo consente al Gruppo di monitorare in modo continuativo ed efficace le eventuali o potenziali violazioni dei diritti fondamentali dell'uomo lungo tutta la catena del valore, quali il lavoro forzato e minorile, il traffico di esseri umani, le condizioni di lavoro che violano la dignità o che minano la salute dei lavoratori. Inoltre, coerentemente con i propri valori, il Gruppo Moncler si impegna ad intervenire e prendere provvedimenti contro qualsiasi forma di discriminazione, e a garantire i diritti dei lavoratori, come l'eguale retribuzione, la libertà di associazione e la contrattazione collettiva.

---

<sup>5</sup> Il dato include 37 audit etico-sociali e ambientali svolti da Stone Island prima del closing dell'operazione di acquisizione da parte di Moncler S.p.A. dell'intero capitale sociale della società Sportswear Company S.p.A., società titolare del marchio Stone Island.

- d. **Rimedio di eventuali violazioni dei diritti umani.** Nel caso in cui dalle attività di audit dovessero emergere violazioni delle leggi applicabili o dei principi contenuti nei Codici e nelle Politiche del Gruppo, questo si impegna ad attuare adeguate azioni per porre rimedio ad eventuali impatti negativi su lavoratori, clienti e comunità che possa aver causato direttamente o indirettamente. Il Gruppo Moncler si impegna anche a collaborare con gli enti e le istituzioni competenti a livello nazionale e internazionale, oltre che con i propri fornitori e partner, per garantire la giusta risoluzione a tali situazioni. Il Gruppo, inoltre, si aspetta che anche i propri fornitori e partner commerciali si assumano la responsabilità di attuare a loro volta adeguati processi di mitigazione e rimedio a qualsiasi impatto negativo derivante da una violazione dei diritti umani riscontrata nello svolgimento delle proprie attività. Sia per Moncler che per Stone Island è attivo a livello Gruppo un sistema di *whistleblowing*, con l'obiettivo di gestire in modo accurato e accertare celermente eventuali comportamenti illeciti e non rispettosi - oggetto di segnalazioni di dipendenti o soggetti esterni - rispetto alle norme, regolamenti e procedure interne e principi valoriali, e adottare gli opportuni provvedimenti garantendo allo stesso tempo la possibilità di anonimato del segnalante. Il sistema di *whistleblowing* può essere utilizzato anche dai fornitori e dai loro dipendenti per segnalare eventuali comportamenti illeciti o il mancato rispetto di norme e regolamenti e dei principi sanciti nei Codici Etici dei due Brand.

Per quanto riguarda la propria catena di fornitura, fermo restando l'atteggiamento di "tolleranza zero" verso violazioni gravi per le quali il Gruppo si riserva il diritto di risolvere con effetto immediato il rapporto contrattuale in essere con il fornitore, entrambi i Marchi sono impegnati ad accompagnare la propria filiera in un percorso di consapevolezza e di miglioramento continuo, richiedendo l'implementazione di azioni correttive laddove se ne rilevasse la necessità. A seguito di ogni audit viene infatti rilasciato un piano di azioni di miglioramento la cui implementazione è oggetto di verifiche successive; a tal proposito il Gruppo si impegna a supportare proattivamente tutti i fornitori nell'attuazione delle azioni correttive concordate. Al fine di verificare l'effettiva adozione delle misure correttive entro la scadenza condivisa, il Gruppo svolge degli audit di *follow up* sia on site sia documentali.

Per quanto riguarda invece le proprie sedi, il Gruppo si impegna ad analizzare tempestivamente tutte le segnalazioni raccolte attraverso i controlli interni, le survey o i canali di *whistleblowing* attivando indagini dedicate che possono eventualmente richiedere anche il supporto di consulenti esterni competenti. In relazione alla gravità dell'accaduto, vengono messe in atto misure immediate che possono arrivare fino alla risoluzione del contratto con il dipendente o collaboratore che avessero avuto comportamenti inadeguati.

Con riferimento ai 389 fornitori auditati su aspetti etico-sociali e ambientali nel 2023, a fine anno circa l'89% di essi è risultato in linea con i più alti standard sociali e ambientali previsti dal Gruppo, con circa il 4% di essi (14 fornitori) è stata interrotta la collaborazione, mentre il restante 7%, a fine 2023, risultava avere ancora in essere non-compliance in quanto l'attività di audit era avvenuta a ridosso degli ultimi mesi dell'anno e non erano stati ancora chiusi tutti i progetti per sanare le non conformità.

Con particolare riferimento agli aspetti sociali, nel corso del 2023 in 190 dei 389 siti oggetto di audit sono state rilevate non-compliance ed è stato rilasciato il relativo piano di azioni di miglioramento. Le principali aree di non conformità hanno riguardato temi di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro (73%) e, nel 25% dei casi, aspetti relativi alla gestione dei rapporti di lavoro, -- tra cui non conformità attinenti al trattamento salariale

e retributivo (12%), agli orari lavorativi (8%), alla gestione dei contratti di lavoro (5%) – e, solo nel 2% dei casi, a tematiche relative ai diritti umani. Per le non conformità meno critiche è stato concordato con i fornitori di implementare tempestivamente un piano di risoluzione delle stesse, mentre nei casi più critici è stata sempre interrotta la collaborazione con il fornitore.

- e. **Reporting.** Il Gruppo Moncler pubblica annualmente la Dichiarazione Non Finanziaria redatta in conformità all'art. 4 del D.Lgs. 254/2016 che contiene informazioni relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta alla corruzione, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte e dell'impatto prodotto dalle stesse, nonché dell'andamento e dei risultati del Gruppo. In particolare, il Gruppo integra nel documento un'informativa dettagliata sulle attività relative ai processi di due diligence, sul loro stato di avanzamento, sui risultati, e su come sono gestiti gli impatti identificati.
- f. **Formazione.** Il Gruppo è attento al dialogo con i propri fornitori e alla condivisione delle buone prassi, sia su aspetti tecnici legati alle attività di business, sia su aspetti volti a promuovere comportamenti responsabili. Sono quotidiane le interazioni con i tecnici e gli ispettori di Moncler e Stone Island deputati alla supervisione delle diverse attività inerenti alla produzione. Gli incontri con gli esperti aziendali sono infatti volti a fornire un supporto specializzato in tutte le fasi dei processi produttivi per trasferire conoscenza tecnica e risolvere eventuali criticità. Per quanto riguarda l'*outerwear*, il team di tecnici è stato rafforzato nel corso degli anni per garantire una presenza più capillare presso i *façonisti* in Italia e all'estero, favorendo la possibilità di intensificare i già numerosi controlli sulla qualità e sull'avanzamento del lavoro "in" e "a fine" linea. Periodicamente i tecnici del Gruppo partecipano a meeting aziendali per poter analizzare il campionario, condividere gli standard di industrializzazione, i risultati raggiunti nella stagione precedente e gli obiettivi per la successiva.

Per offrire un ulteriore strumento di dialogo e agevolare lo scambio di informazioni e di documentazione, dal 2017 è attivo un portale web interamente dedicato ai fornitori Moncler, esteso nel 2022 a quelli di Stone Island. Attraverso il portale, il fornitore può accedere direttamente a comunicazioni e documenti, tra cui il Codice Etico, il Codice di Condotta dei Fornitori e le relative istruzioni operative. In particolare, nel corso del 2022 è stato inserito sul portale fornitori un corso di formazione sul Codice Etico, che include una sezione ad hoc sui principi di rispetto dei diritti umani, la cui fruizione è richiesta a tutti i fornitori che si registrano a portale. Alla luce dell'importanza del tema, il Gruppo ha avviato un'importante collaborazione con l'*International Training Centre of the International Labour Organization (ITCILO)* per sviluppare un percorso di formazione e informazione ad hoc su tematiche legate ai diritti umani sia per i fornitori sia per i dipendenti di Moncler e Stone Island. Il corso, lanciato nel 2023, è stato messo a disposizione di tutti i fornitori e dipendenti del Gruppo, e ha previsto lo specifico coinvolgimento dei team Supply Chain e Acquisti. Il corso, che sarà aggiornato annualmente, è stato anche tradotto in tutte le lingue rilevanti per il Gruppo, al fine di garantirne la fruibilità da parte di tutti i soggetti interessati. Sono inoltre continuate le attività di formazione e *capacity building* sul tema del *living wage* e sulla rilevanza dei meccanismi di efficienza energetica e promozione di energia rinnovabile lungo la filiera, coinvolgendo nel complesso 24 fornitori nel corso dell'anno.

Nel corso del 2023 è proseguita l'attività di sensibilizzazione sui temi etici, sociali e ambientali con alcuni fornitori e sub-fornitori (sia *façonisti* sia fornitori di materie prime)

ed è continuata, inoltre, l'attività di divulgazione delle linee guida dell'Azienda in termini di compliance e sostenibilità tramite la condivisione dei capitolati tecnici, chimico e prestazionali, sia durante l'attività quotidiana sia con video conference ad hoc.

Nel 2023 è proseguita anche l'attività di formazione online sui contenuti del Codice Etico per tutti i dipendenti di Moncler, inclusi quelli a tempo determinato e part time, al fine di assicurare la corretta comprensione e comportamenti virtuosi e coerenti con le prescrizioni contenute nel Codice Etico, mentre i dipendenti italiani di Stone Island sono formati su queste tematiche attraverso un modulo specifico dedicato al Codice all'interno del corso sul Modello 231.

Infine, i team Supply Chain e Acquisti sono stati coinvolti in attività formative in cui sono stati condivisi i risultati delle attività di valutazione del rischio di violazione dei diritti umani lungo la filiera del Gruppo e durante le quali sono state ripercorse le fasi della procedura da seguire per le diverse tipologie di fornitori. Durante queste sessioni, sono stati raccolti spunti di miglioramento al fine di rendere il processo sempre più efficace.

### Impegni per il futuro

Il Gruppo Moncler è costantemente impegnato a condurre il proprio business in maniera responsabile, condannando ogni forma di schiavitù moderna. Il Gruppo continuerà a lavorare in modo proattivo per ricercare sempre nuovi modi e strumenti che incoraggino il rispetto dei diritti umani anche oltre i propri confini aziendali attraverso la condivisione dei propri valori e principi lungo tutta la filiera.

Robert Philippe Eggs

(Presidente del Consiglio di Amministrazione)

