

**Informe de Verificación Independiente del Estado de Información  
No Financiera correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de  
diciembre de 2023**

**FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA, S.A.**



## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

A los accionistas de Franchising Calzedonia España, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023, de Franchising Calzedonia España, S.A. (en adelante la Entidad) que forma parte del Informe de Gestión de la Entidad.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el Anexo "Índice de Contenidos de acuerdo con la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad" incluido en el EINF adjunto.

---

### Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de la Entidad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Franchising Calzedonia España, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo "Índice de Contenidos de acuerdo con la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad" del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Franchising Calzedonia España, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

---

### Nuestra independencia y gestión de la calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las normas internacionales de independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código de ética del IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

---

## Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la entidad que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal de la Entidad para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 en función del análisis de materialidad realizado por la Entidad y descrito en el apartado “Análisis de Materialidad”, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

---

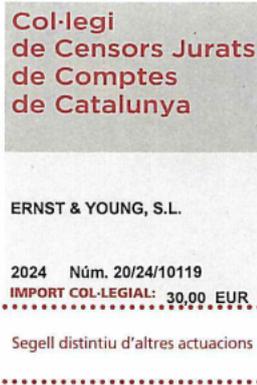
## Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de la Entidad correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo "Índice de Contenidos de acuerdo con la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad" del citado Estado.

---

## Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.



ERNST & YOUNG, S.L.



---

Antonio Capella Elizalde

19 de junio de 2024

# ONIVERSE

Estado de información no financiera Franchising Calzedonia España, S.A

*Ejercicio 2023*

# Índice

**2.** Introducción al estado de información financiera

**3.** Mensaje del presidente a nivel internacional

**5.** Trayectoria de la empresa

**9.** Nuestras marcas en España

**15.** Nuestros valores

**16.** Análisis de materialidad

**18.** Buen gobierno

**19.** Nuestros clientes

**25.** Iniciativas del grupo referentes a la sostenibilidad

**29.** Cuestiones ambientales

**41.** Nuestros empleados

**73.** Subcontratación, proveedores y derechos humanos

**85.** Lucha contra la corrupción y el soborno

**91.** Información económica y fiscal

**93.** Anexo - Índice de contenidos de acuerdo con la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad

**101.** Formulación del estado de información no financiera (EINF) de Franchising Calzedonia España S.A del ejercicio 2020

# Introducción al estado de información no financiera

El presente estado de información no financiera forma parte del Informe de Gestión del ejercicio 2023 de Franchising Calzedonia España, S.A. (en adelante Calzedonia España) y se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En su elaboración también se han considerado las Directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE y lo establecido en los Estándares de Global Reporting Initiative (Estándares GRI).

En este contexto, a través del estado de información no financiera, Calzedonia España tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal, el respeto de los derechos humanos, la lucha contra la corrupción y el soborno, así como en relación con la sociedad, que son relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades de negocio.

En la elaboración de este informe y selección de sus contenidos se ha tenido en cuenta los asuntos relevantes identificados por Calzedonia España (ver apartado "Análisis de Materialidad"). De esta manera, en el presente estado de información no financiera se indica, para cada cuestión propuesta por la Ley 11/2018, la relevancia para la compañía, las políticas asociadas, los riesgos relacionados y los indicadores de referencia utilizados para su seguimiento y evaluación.

---

Finalmente, tal como indica la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad, el presente estado de información no financiera está sometido a verificación por parte de un prestador independiente de servicios de verificación.



# Mensaje del presidente a nivel internacional

Este 2023 ha sido un año importante de eventos: inversiones considerables, importantes novedades internas, muchas lecciones que aprender pero también muchos cambios externos que nos han desafiado y estimulado a hacer más. Empezando por el área de comunicación, el Grupo Calzedonia, en vísperas del nuevo año, ha cambiado de nombre luciendo oficialmente el nombre de ONIVERSE.

Han pasado ya muchos años desde 1986, año en que se creó la primera marca del grupo: Calzedonia. Desde entonces, todos los años han estado llenos de acontecimientos: desde la creación de nuevas marcas, a las numerosas aperturas comerciales e instalaciones productivas dentro y fuera de Italia y desde la ampliación de categorías de productos, hasta una auténtica exploración de sectores muy diferentes entre ellos.

Hasta la fecha, nuestra realidad cuenta con una gama tan diversa de sectores (de la ropa accesible al lujo, de la alimentación y el vino al sector náutico) que el cambio de nombre parecía casi un paso inevitable para que cada marca individual se sintiera completamente y por igual parte de nuestra gran familia. Al mismo tiempo existía el deseo y la necesidad, de un nombre que hiciera justicia al verdadero universo de realidad que queremos que nos caracterice.

De hecho, Oniverse no es solo una colección de muchas marcas, sino que está compuesta por todas las personas que cada día creen y viven los valores corporativos, esforzándose por ser resolutivas frente a los problemas en los pequeños y grandes retos diarios.

Sin embargo, aunque exista este cambio de nombre, no olvidamos lo que ha caracterizado hasta ahora y ha hecho que nuestros clientes nos quieran. En nuestras intenciones ha estado, y estará en los próximos años, la voluntad de poder comunicar y transmitir la unicidad de nuestras marcas: “ el por qué nos eligen antes que a la competencia por lo que somos y por los valores que representamos en forma de venta al por menor, comercio electrónico o como un momento para compartir con la familia y los amigos, nuestras marcas evolucionarán y seguirán comunicando su valor al público.

A finales de este año, caracterizado por muchos retos; la directriz que nos guiará es “Hacer menos intentando hacer mejor lo que se hizo ayer”.

El deseo de construir algo duradero y orientado al largo plazo, respetando el entorno social y natural, asegurando la continuidad a la calidad con la que cuidamos de nuestros clientes; que siempre han estado en el centro de nuestro universo. Aunque la familia se ha ampliado, se mantiene el deseo de controlar directamente una gran parte de la cadena de producción aplicando una estrategia de integración vertical nos permite controlar con más cuidado y eficacia el respeto de normas de calidad elevadas tanto de las materias primas y el producto como de los trabajadores implicados a lo largo de la cadena de suministro.

Desde esta perspectiva, nos comprometemos a ampliar constantemente los servicios y experiencias ofrecidos dentro de nuestra realidad, con el fin de ser una empresa lo más acogedora posible para todos nuestros empleados.

El proyecto Evolution reconfirma su importancia, enriqueciéndose con muchos nuevos retos estimulantes, siempre con el objetivo de evolucionar la empresa hacia una mayor responsabilidad social y medioambiental. La trazabilidad, la transparencia y la reducción del impacto ambiental son proyectos en los que el Grupo invierte tiempo, dinero y energía.

Vinculado al macrotema de la trazabilidad, seguimos intentando transmitir a nuestros numerosos proveedores la atención a las cuestiones sociales y medioambientales, cuidando de verificar el cumplimiento de los valores y normas exigidos.

Con el objetivo de ser cada vez más transparente con todos nuestros clientes, el Grupo ha impulsado el proyecto pasaporte digital de productos, una herramienta para compartir información sobre la cadena de producción con clientes atentos e interesados.

Además, estamos llevando a cabo actividades destinadas a mejorar la reciclabilidad de una de nuestras principales categorías de productos las medias. El deseo es garantizar, junto con consumidores cada vez más atentos e informados, la posibilidad de reciclaje efectivo y el cierre del ciclo de vida del producto. Oniverse reconfirma, junto con el Grupo Calzedonia, la voluntad de no sólo hacer "el bien", sino querer hacer siempre "lo mejor"... cualquier cosa que se haga, con la vista puesta en el futuro de todo lo que nos espera, hacia aquellos que creen en nosotros, hacia aquellos que estamos dispuestos a apoyar y hacia el medio ambiente, que debe ser uno de nuestros mayores interlocutores.



*Sandro Veronesi - Presidente y CEO del Grupo Calzedonia*

# Trayectoria de la empresa

El Grupo Oniverse (anteriormente Grupo Calzedonia) se fundó en Verona (Italia) en el año 1986. Su fundador Sandro Veronesi, es el Presidente y accionista mayoritario del Grupo. Actualmente la distribución del Grupo llega a 59 países con 5.644 tiendas monarca y con cobertura del 65% de las tiendas del Grupo ubicadas fuera de Italia, presidiendo el corazón de Barcelona, Milán, Roma, París, Londres, Moscú, Dubai, Hong Kong, Nueva York, Sao Paulo, Shangai, Tokio, Arabia Saudí y muchas otras ciudades internacionales con escaparates que no dan lugar a confusión.

Con una red de distribuidores en continua evolución, el crecimiento internacional es una de las prioridades del Grupo: expansión y consolidación en el corazón de Europa; desarrollo comercial hacia Extremo Oriente y Estados Unidos, siempre con la mirada puesta en los retos de los mercados emergentes. Invertimos constantemente en el desarrollo del comercio electrónico y apostamos firmemente por un modelo de negocio omnicanal.



Durante el ejercicio de 2023 la facturación del Grupo alcanzada consiguió incrementar cerca del 2% respecto al ejercicio anterior, ganando poco a poco mayor peso los países UE (excepto Italia donde reside la central) y los países no UE y siendo por distribución geográfica como sigue:

	%	2023	%	2022
Italia	38,3 %	1.188.843.881	41,5 %	1.263.460.572
Países europeos	56,3 %	1.748.546.726	53,9 %	1.642.564.220
Otros países	5,4 %	169.690.415	4,6 %	141.092.153
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>3.107.081.022</b>	<b>100 %</b>	<b>3.047.116.945</b>

Durante el ejercicio 2023 el Grupo continuó la apertura y restyling de tiendas en todos los mercados en los que opera. Al cierre del año contaba con 5.644 puntos de venta (directos y franquiciados), con un aumento neto de 314 puntos de venta respecto al año anterior. La siguiente tabla muestra el desglose, en Italia y en el extranjero, del número de puntos de venta para cada marca:

BRAND	2023			2022			Var. Num. PV		
	Italia	Resto	Total	Italia	Resto	Total	Italia	Resto	Total
Calzedonia	573	1.675	2.248	573	1.616	2.189	0	59	59
Intimissimi	488	1.231	1.719	484	1.170	1.654	4	61	65
Int.Uomo	229	189	418	205	137	342	24	52	76
Tezenis	394	501	895	378	448	826	16	53	69
Tezenis kids	9	1	10	1	0	1	8	1	9
Outlet	26	29	55	25	29	54	1	0	1
Falconeri	95	104	199	91	84	175	4	20	24
Signorvino	34	2	36	28	0	28	6	2	8
Atelier Eme	57	0	57	59	0	59	-2	0	-2
Antonio Marras	7	0	7	2	0	2	5	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>1.912</b>	<b>3.732</b>	<b>5.644</b>	<b>1.846</b>	<b>3.484</b>	<b>5.330</b>	<b>66</b>	<b>248</b>	<b>314</b>

En el año 1992 se fundó en España la primera filial del Grupo bajo la denominación social de Franchising Calzedonia España, S.A. cuyas oficinas centrales se encuentran en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) iniciando su distribución en el mercado español con la marca Calzedonia.

Durante casi 30 años, la filial española ha visto un sólido crecimiento en sus ventas y su expansión en el mercado nacional, a través de la distribución de marcas y productos de éxito creados por el Grupo Oniverse y estableciéndose a nivel internacional en el mundo de la moda del sector retail.

La evolución de los últimos años ha llevado el Grupo hacia una estrategia de ventas más integrada entre la vertiente física y la digital para garantizar a sus clientes una experiencia de compra válida y activa las 24 horas del día, los 365 días del año. Desde 25 mayo de 2023 la filial española ha adquirido la facturación y gestión propia de la venta de este canal de venta online para mejorar la omnicanalidad dentro del país.

A cierre del ejercicio 2023, y posterior de la paulatina reactivación post-pandemia Covid'19 de nuestra actividad y de los mercados, Franchising Calzedonia España, S.A. contaba con 670 puntos de venta propios y franquiciados en España, representa 27 tiendas netas más respecto al año anterior que es resultado de muchas nuevas operaciones entre aperturas y cierres principalmente por la expansión de Tezenis y la nueva marca Intimissimi Uomo más reciente en el mercado español. España sigue siendo la filial con más presencia física distribuidos de la siguiente manera por Brand y canal de distribución.

BRAND	2023			2022			Var. Num. PV		
	Propios	Franquicias	Total	Propios	Franquicias	Total	Propios	Franquicias	Total
Calzedonia	95	233	328	91	236	327	4	-3	1
Intimissimi	78	69	147	86	60	146	-8	9	1
Tezenis	95	32	127	89	31	120	6	1	7
Int. Uomo	49	3	52	37	0	37	12	3	15
Falconeri	11	0	11	8	0	8	3	0	3
Outlet	5	0	5	5	0	5	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>333</b>	<b>337</b>	<b>670</b>	<b>316</b>	<b>327</b>	<b>643</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>27</b>

A día de hoy la sucursal andorrana, que abrió su primera tienda en 2017, ya cuenta con 3 puntos de venta y consolida con las Cuentas de Franchising Calzedonia España, S.A.

En abril del 2019 Franchising Calzedonia España, S.A. abrió su primera tienda de la marca de lujo Falconeri que el Grupo adquirió en 2009 que distribuye prendas de cashmere de alta calidad tanto para hombre como para mujer. A finales del ejercicio

contábamos ya con 11 puntos de venta ubicados en zonas estratégicas para el target y turismo de más alto poder adquisitivo como: C.C Illa Diagonal Barcelona, Rambla Catalunya Barcelona, C/Serrano Madrid, Jaume III Palma de Mallorca, Marbella SC Cañada, C/Loyola San Sebastián, Plaza Pinazos Valencia, C/Alcalá Madrid y las aperturas en 2023 de Barcelona en Av.Portal del Angel y Av. Diagonal y en Bilbao C/Granvia.

En Junio del 2015 Franchising Calzedonia España, S.A. abrió su primera tienda Intimissimi Uomo en Barcelona siendo la nueva marca de ropa interior, ropa de punto, easywear, calcetería y ropa de baño creada exclusivamente para las necesidades y características del mundo masculino. Actualmente contamos ya con 52 tiendas y la expansión en el territorio nacional de este Brand está en pleno crecimiento. Sinónimo de estilo, calidad y comodidad, Intimissimi Uomo se distingue por una amplia gama de productos, materiales, estampados y colores, siempre en línea con las tendencias actuales y para cada necesidad.

Las inversiones importantes y constantes en las diversas áreas de comunicación nos han permitido establecer un diálogo continuo con millones de consumidores a lo largo del tiempo. Los testimonios elegidos para interpretar los valores del Grupo siempre han hecho que nuestras marcas sean memorables, aumentando su éxito.

El ciclo de vida del producto, desde el diseño y producción en las propias fábricas del Grupo hasta la distribución mundial, tiene lugar dentro del Grupo. El desarrollo de las 30 instalaciones de producción y los 15 centros logísticos del Grupo permite la consolidación del proceso de distribución del siguiente modo:

NORD AMERICA	SUD AMERICA	ITALIA	EUROPA	AFRICA	ASIA
Punto vendita 87	Punto vendita 161	Punto vendita 1.912	Punti vendita 3.270	Punto vendita 8	Punti vendita 206
Polo logistici 1	Poli logistic 1	Poli logistici 7	Poli logistici 4		Poli logistici 2
		Poli produttivi 8	Poli produttivi 13	Poli produttivi 4	Poli produttivi 5

El recurso más importante del Grupo son las personas que trabajan con nosotros. Por este motivo, siempre nos hemos propuesto crear las mejores condiciones posibles en el lugar de trabajo, apoyando a nuestros empleados en su desarrollo profesional.

El número de empleados que trabajaban en el Grupo a 31.12.2023 era de 45.094 personas, respecto al cierre del año anterior se registran 789 personas más



# Nuestras marcas en España

**Calzedonia es la marca histórica** que da nombre al Grupo y representa la esencia del patrimonio corporativo. Desde 1986, ha podido expresar las tendencias más innovadoras en las medias y ropa de baño en cada colección, combinando calidad de fabricación, estilo y precios asequibles. En sus primeros 30 años de historia, Calzedonia ha establecido su ADN como especialista en un sector complejo y en constante evolución, que intercepta las necesidades del público y propone un estilo siempre original en el que el accesorio es el protagonista indiscutible. influyentes campañas internacionales.



# CALZEDONIA



Una de las más destacadas, Gisele Bündchen, ha ayudado a consolidar la marca como uno de los puntos de referencia más venerados de la industria. Calzedonia es muy activa en actividades digitales, ofreciendo contenido digital nuevo y atractivo que aprovecha el potencial de los nuevos medios. En las redes sociales en particular, las bases de fanáticos y las interacciones están en constante aumento. Gracias a influencers mundialmente famosos, la marca mantiene a la comunidad siempre comprometida.

En 2014, el Grupo Calzedonia lanzó la marca internacionalmente con un anuncio televisivo cinematográfico para su colección de pantis confiando a Julia Roberts la tarea de relacionarse emocionalmente con las mujeres y sus vidas. En 2015, Calzedonia continuó fortaleciendo su relación con la actriz a través de una serie de anuncios irónicos y alegres dentro de un punto de venta.

En cuanto a la ropa de baño, algunas de las modelos más famosas del mundo han posado para Calzedonia en influyentes campañas internacionales.

# CALZEDONIA

**Intimissimi, nacida en 1996** dentro del Grupo Calzedonia, ha conquistado el mercado de la lencería y la ropa interior gracias a su especialización y estilo particulares, estableciéndose rápidamente como una fuente de inspiración y una marca líder en el sector. Intimissimi se concibe en una clave romántica y sofisticada y utiliza el inconfundible estilo italiano para satisfacer los deseos y necesidades de todas las mujeres que buscan comodidad, rendimiento y calidad, sin renunciar al glamour. Al igual que todas las marcas del Grupo Calzedonia, Intimissimi ofrece una amplia gama de productos, resultado de una búsqueda cuidadosa de formas y tejidos de calidad, que ofrece no solo ropa interior y lencería, sino también una amplia gama de prendas de punto y ropa de dormir. Los productos de moda presentan una excelente relación calidad-precio, permitiendo que la marca se extendiera por todo el mundo.

En 2017 Intimissimi optó por cambiar su enfoque, rompiendo los estándares de comunicación en el mundo de la ropa interior gracias a una narración dedicada a personalidades femeninas capaces de involucrar e inspirar. Mujeres de éxito como Sarah Jessica Parker, Irina Shayk, Gisele Bündchen y se han convertido en los rostros de campañas multimedia inolvidables.

La marca siempre ha invertido mucho en comunicación, buscando constantemente nuevas estrategias para transmitir sus valores. Con el objetivo de dar a conocer la marca a nivel internacional y potenciar el alma italiana de la marca, de 2014 a 2017, nació Intimissimi on ice, un espectáculo que combinaba danza, patinaje del más alto nivel y coreografías de cuento de hadas en el escenario de la Arena de Verona.





**Tezenis, nacido en 2003**, tiene como objetivo identificarse con el alma fresca e innovadora del Grupo, focalizado siempre en las nuevas tendencias y en el mundo de las redes sociales.

Esta marca del Grupo Calzedonia está en constante evolución, siempre actualizada y capaz de ofrecer una moda que hace que su fuerza sea su enfoque contemporáneo. Las colecciones se renuevan cada cuatro meses, con el objetivo de adaptarse rápidamente a los cambios de estilos e interceptar las últimas tendencias en los sectores de ropa interior, ropa de baño, calcetería, prendas de punto y prendas de vestir para mujeres, hombres y niños.

Para comunicarse con el mercado objetivo de Tezenis, la marca ha elegido consistentemente el lenguaje juvenil y universal de la música, confiando el papel de embajador de la marca en iconos y cantantes musicales como Rita Ora.

Tezenis también asiste y participa activamente con proyectos digitales en los principales festivales de música a nivel mundial, como Coachella , Sonar y Nos Alive.



**Intimissimi Uomo** representa al desafío más reciente del Grupo: la nueva marca de ropa interior, prendas de punto, ropa de dormir, medias y trajes de baño creados exclusivamente para las necesidades y características del mundo masculino.

Sinónimo de estilo, calidad y confort, esta marca del Grupo Calzedonia destaca por su amplia gama de productos, materiales, diseños y colores, siempre en línea con las últimas tendencias. Con una fuerte orientación al mundo digital, Intimissimi Uomo invierte en comunicación en los principales medios de comunicación, colaborando con los iconos del estilo del mundo masculino como embajadores de la marca.

Desde 2019 Intimissimi Uomo es el patrocinador oficial del Giro d'Italia y patrocina uno de los torneos del deporte de actualidad como es el paddel.



La fabricación de Falconeri se lleva a cabo en los municipios italianos de Trento y Chieti, donde las manos expertas transforman hilos preciosos en colecciones inspiradas en la naturaleza y el estilo de vida italiano, uniendo tradición, creatividad, simplicidad y atención artesanal a los detalles para ofrecer una elegancia atemporal en un Punto de precio accesible.

**Falconeri.** Una combinación mágica de las mejores fibras naturales, las habilidades artesanales italianas y los innovadores sistemas de producción definen las prendas Falconeri. La marca, que el Grupo Calzedonia adquirió en 2009, se especializa en la creación de prendas de punto de cachemir de extraordinaria calidad para hombres y mujeres.

Desde los pastos de Mongolia hasta las tiendas, Falconeri selecciona la mejor materia prima, elimina a los intermediarios y se preocupa profundamente por cada detalle, incluidas las personas y el medio ambiente. La marca representa la evolución del lujo, gracias a su especialización en cachemir e hilos naturales de la más alta calidad a precios excepcionales.

Falconeri siempre ha estado conectado con los deportes con un vínculo aún más profundo con la naturaleza, apoyando talentos aclamados internacionalmente, particularmente en las disciplinas de esquí, golf y navegación. Con el tiempo, la marca ha convertido estas colaboraciones en un punto clave de marketing, eligiendo embajadores de la marca que encarnan sus valores.

Importantes inversiones en todos los medios han ayudado al conocimiento de la marca en su consolidación: campañas de prensa y digitales, comerciales de televisión, patrocinios, influencers digitales y una constante actividad de relaciones públicas, sin olvidar los eventos en tienda de alto impacto mediático, han contribuido a la afirmación de la marca como referente en cachemir e hilos naturales.

# Nuestros Valores

Los valores que caracterizan Oniverse representan no solo la esencia de la filosofía que anima a la empresa, sino también la identidad compartida por las personas que trabajan para Calzedonia y el nodus operando transmitido y requerido de todos los empleados.

## **Apertura mental:**

Entendida como la capacidad de interpretar los desafíos futuros entendiendo y considerando cómo la evolución de la actividad del propio departamento impactará en la dinámica empresarial.

## **Pasión y dinamismo:**

Expresada en entusiasmo, participación e implicación y actividades que requiere el propio rol.

## **Pragmatismo:**

Se considera como la actitud pragmática en el enfoque del trabajo diario y en la resolución de problemas tanto prácticos como estratégicos.

## **Trabajo en equipo:**

Entendida como la capacidad de interactuar de forma activa y positiva con los compañeros para mejorar los resultados de la empresa.

## **Orientación a resultados:**

Atención a la consecución de los objetivos individuales del equipo y de empresa con la conciencia de que estos pasan necesariamente por la potenciación y realización del potencial de todos.

# ONIVERSE

Los valores promovidos por el Grupo Oniverse se recogen dentro del Código Ético y garantizan que todas las actividades de la empresa se lleven a cabo de conformidad con la ley, con integridad, honestidad y equidad en la gestión de los negocios, condiciones indispensables para la creación de valor a largo plazo y perseguir un éxito sostenible.

El Código Ético actualizado en 2023 y debidamente aprobado por el Consejo de Administración del Holding, representa la principal brújula ética sobre cómo hacer negocios para todas las empresas del Grupo y constituye una asunción de garantía y responsabilidad frente los consumidores y el mercado, comunicando las normas de conducta vinculantes para los órganos de la empresa, empleados/colaboradores, proveedores y socios comerciales y para todas las partes interesadas del Grupo en sentido amplio.

Junto al Código Ético, existe el Código de Conducta para Proveedores, que establece los principios y disposiciones que se exigen a los proveedores para poder establecer una colaboración fructífera. Este documento exige que todos los empleados de los proveedores disfruten de condiciones de trabajo justas, equitativas, favorables y no discriminatorias. Ambos documentos deben ser vistos y aceptados (información contenida en los contratos de suministro acordados) para obtener la autorización en el portal de proveedores utilizado por la empresa matriz.

# Análisis de Materialidad

Con nuestros grupos de interés, tanto con las personas como con otras organizaciones, tratamos de mantener siempre un diálogo constante, abierto y franco.

Nuestro objetivo es mejorar constantemente y, con este fin, la contribución y feedback recibido por nuestros grupos de interés son fundamentales para la toma de decisiones de la compañía. Creemos que una relación equilibrada, honesta y pragmática con los grupos de interés es el requisito previo para administrar un negocio sostenible a largo plazo. Por esta razón, mantenemos relaciones constantes con todos, convencidos de que su aportación es una fuente de oportunidades y crecimiento.

En 2017, mediante un análisis de materialidad interno, el Grupo Calzedonia tuvo como objetivo identificar las prioridades en las cuales concentrar sus esfuerzos, comparando la documentación disponible en el mercado y los resultados de otras empresas del sector a nivel internacional. Este proceso se elaboró en base a los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) de 2016.

Esta iniciativa se desarrolló en tres fases:

## FASE 1

Investigación e identificación de temas relevantes, que pueden ser de interés para el Grupo y sus grupos de interés, apoyados en un examen del Código Ético y un análisis de evaluación comparativa de los informes no financieros elaborados por las principales empresas que cotizan en bolsa en el sector textil, de confección y minorista.

## FASE 2

En los primeros años de definición de la matriz de materialidad, la evaluación de la prioridad de los temas relevantes, tanto para el Grupo como para los grupos de interés, se realizó con la Dirección de las principales empresas italianas del Grupo. A partir del año 2020, participarán directivos de todas las empresas del Grupo y de los principales proveedores.

## FASE 3

Identificación de temas materiales. De las evaluaciones surgió una primera matriz de materialidad, compuesta por 7 temas materiales:

- Satisfacción y seguridad del cliente
- Calidad para los empleados y sus familias
- Contribución al bienestar social y a las comunidades
- Gestión responsable de la cadena de producción y proveedores
- Innovación de los productos ofertados
- Uso eficiente de los recursos
- Buen Gobierno

La entrada en vigor de los nuevos Estándares Universales GRI 2021 supuso revisar el proceso de determinación de los asuntos materiales, centrandolo el análisis realizado sobre los impactos positivos y negativos, reales y potenciales de las actividades del Grupo Oniverse.

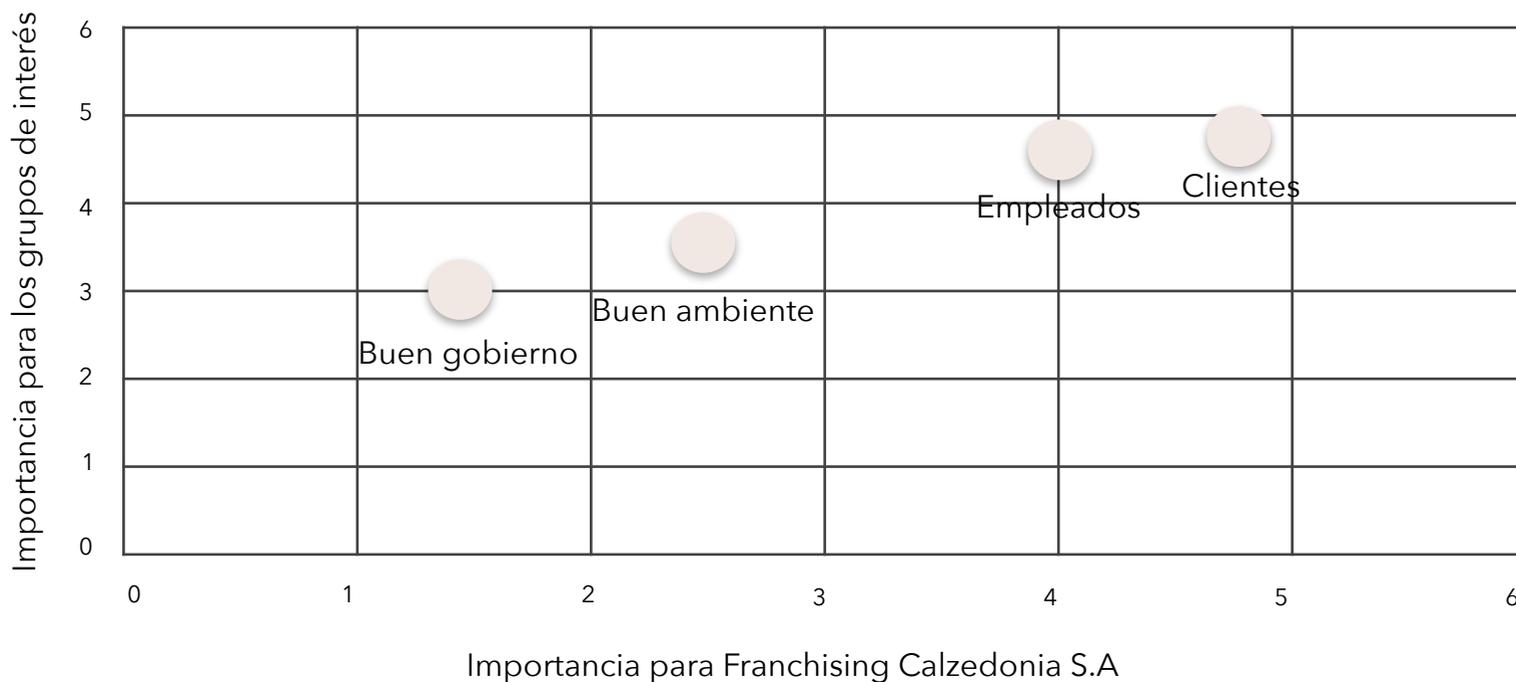
En este sentido, durante 2022 en consideración a los cambios normativos en el Estándar 3 de GRI "Temas Materiales 2021", el Departamento de Sostenibilidad del Grupo lideró las actividades de actualización del análisis de materialidad involucrando - a través de debates y encuestas ad hoc - representantes de la dirección.

Durante 2023, el Grupo invirtió un total de 6.252.092 euros en proyectos de investigación, colaboraciones y actividades operativas relacionadas con cuestiones de sostenibilidad. Las principales inversiones se refirieron a inversiones en plantas de producción de energía renovable, desarrollo de tecnologías de reciclaje textil, proyectos de mapeo y evaluación de la cadena de suministro y apoyo a proyectos de compensación de emisiones de gases de efecto invernadero.

Los principales temas de materialidad que preocupan al Grupo y en los que se trabaja actualmente son: Medioambiente, Clientes, Comunidades, Proveedores, Buen Gobierno, personas y producto.

A partir de este análisis de materialidad elaborado por el Grupo, Franchising Calzedonia España, S.A. pudo identificar sus temas más relevantes siendo éstas nuestros Clientes, Nuestros Empleados, el Medioambiente y el Buen Gobierno, y se está trabajando para actualizar la matriz de materialidad.

### Qué es importante para Franchising Calzedonia S.A, y para sus grupos de interés



# Buen Gobierno

El grupo Oniverse está dirigido por Sandro Veronesi, fundador y Presidente del Grupo, y su familia. Actualmente, ninguna de las empresas del Grupo cotiza en un mercado regulado.

Oniverse Holding SpA (anteriormente Calzdonia holding SpA), ejerce la dirección y coordinación de las empresas del Grupo, a las que también presta servicios de distinta naturaleza. Controla, entre otras, Calzedonia Finanziaria S.A., sociedad constituida con arreglo al Derecho luxemburgués, que a su vez controla y coordina la mayoría de las participaciones en sociedades no italianas.

El accionista de control de Oniverse Holding SpA es la sociedad unipersonal De la Costa S.r.l., propiedad de Sandro Veronesi, fundador y presidente del Grupo. Oniverse Holding SpA. ha adoptado un sistema de gobierno tradicional, que consta de los siguientes órganos corporativos: la Junta de Accionistas, el Consejo de Administración, el Consejo de Censores de Cuentas y el Consejo de Supervisión.

La Junta General de Accionistas decide sobre los asuntos referentes a la ley o los estatutos.

El Consejo de Administración está investido de todos los poderes para la gestión ordinaria y extraordinaria de la sociedad, con facultad para adoptar acuerdos sobre todos los actos que se consideren convenientes para la consecución del objeto social, con exclusión de los atribuidos específicamente a la Junta General por la Ley y los Estatutos. El Consejo de Administración de Oniverse Holding SpA actualmente en funciones está compuesto por los siguientes consejeros: Sandro Veronesi - Presidente, Marco Carletto - Consejero Delegado, Marcello Veronesi - Consejero, Matteo Veronesi - Consejero, Federico Veronesi - Consejero.

Oniverse Holding SpA y las principales empresas italianas del Grupo han adoptado su propio modelo de organización, gestión y control, del cual el Código Ético es parte fundamental, de conformidad con las disposiciones contenidas en el Decreto Legislativo 231 de 8 de junio de 2001 de Italia, para:

- Indicar los principios en los cuales el Grupo se inspira para tutelar a todos los grupos de interés
- Asegurar la transparencia y la equidad en la gestión.
- Proporcionar una guía de comportamiento para empleados y colaboradores.
- Prevenir el riesgo de delitos cubiertos por el Decreto 231 y sus adiciones posteriores.

El modelo de gestión de riesgos del Grupo Oniverse considera los principales riesgos que pueden comprometer la consecución de los objetivos estratégicos, así como poner en peligro el valor de las marcas corporativas.

Los Administradores evalúan periódicamente la adecuación de la estructura y supervisan los riesgos en función de los análisis derivados de los flujos de información sobre el entorno interno y el entorno externo

En Franchising Calzedonia España, S.A. el máximo gobierno de Dirección es el Consejo de Administración, vigente por un plazo de 5 años, formado actualmente por 3 consejeros españoles responsables de las áreas de Finanzas, Comercial y Expansión y un consejero italiano que ejerce como presidente del Consejo.

Este órgano realiza funciones de gestión diariamente y vela por el cumplimiento en España del modelo de organización, gestión y control definido por el Grupo, mediante reuniones periódicas y toma de decisiones estratégicas para el buen funcionamiento de la compañía compartidas con la Dirección del Grupo en Italia y con el Presidente Fundador del Grupo en el caso de operaciones de gran envergadura.

Se realizan reuniones y feedbacks constantes entre Franchising Calzedonia España, S.A. y el Órgano Directivo del Grupo en Italia con el fin de supervisar y hacer un seguimiento del logro de los objetivos anuales fijados conjuntamente con el Presidente.

## Nuestros clientes

El centro de nuestra actividad y los jueces finales de nuestro trabajo son nuestros clientes. En primer lugar, queremos que la relación entre el precio que pagan y el producto que reciben sea óptima.

También queremos que nuestros productos sean cómodos y modernos. La experiencia de compra debe ser agradable, fácil y cada vez más sencilla. La elección tomada en referencia a la integración entre los canales de venta físicos y online está orientada precisamente en esta dirección. Hoy en día el pedido online se puede entregar tanto en casa como en un punto de venta a discreción del cliente y la devolución de las ventas online puede realizarse a su vez en el punto de venta. También existe la posibilidad de realizar pedidos online a través de las tiendas físicas con la asistencia del personal de venta y estos pedidos pueden ser recogidos en la propia tienda o bien ser directamente enviados al domicilio indicado por el cliente. Paralelamente, la compañía sigue trabajando en esta línea para aportar siempre mayores facilidades al cliente con servicios aún más avanzados y que se irán configurando y materializándose en próximos años.

También se siguen aportando modificaciones y mejoras en beneficio del cliente en los programas de fidelización ya existentes, así como en las aplicaciones móviles y otras modalidades de venta y en el envío de informaciones y de publicidad, para aportar no solo beneficios económicos e informativos o de registro electrónico de compras, sino también con el objetivo de ofrecer una atención más cercana, personalizada y adaptada a las necesidades de cada cliente y de los hábitos de compra y comunicativos más actuales.

En esta misma dirección, también se están integrando novedades en el canal online para asegurar una experiencia de compra plenamente satisfactoria, ágil y sencilla. Con este fin, se ha introducido la posibilidad de realizar reseñas por parte de los clientes sobre los productos adquiridos ofreciéndoles la posibilidad de compartir sus opiniones respecto al tallaje, la comodidad y la calidad de éstos.

Dichas reseñas son reales y verificadas y permiten al resto de clientes obtener opiniones reales que les ayudarán en su elección de compra. También se han introducido mejoras en las guías de tallas e imágenes de los productos, al mismo tiempo que se han introducido mejoras técnicas que permiten una navegación más rápida y efectiva.

Por otro lado, se siguen ampliando los métodos de pago y devolución: A lo largo del año 2023 se han integrado nuevas metodologías de pago para el canal online tales como Bizum, Klarna y Scalapay (éstas dos últimas ofrecen métodos de pago aplazado), algunas de las cuales han sido replicadas en tiendas físicas. En lo que respecta a esto, se invierte en las tecnologías más avanzadas para mejorar la experiencia multicanal de nuestros clientes, proporcionándoles la más amplia gama posible de métodos de pago y simplificando los procesos. Los controles y estudios se están realizando en colaboración con algunas de las Entidades Financieras más importantes para garantizar a nuestros clientes sistemas tecnológicamente avanzados y que puedan adaptarse a las necesidades de todos y como no, a los nuevos hábitos de consumo.

También mantenemos abiertos de una forma continuada los canales de comunicación con nuestros clientes y para ello se ofrecen multitud de vías de contacto en las cuales se aportan mejoras continuas tanto a nivel de contenido, como técnico y humano:

- La página web se encuentra disponible las 24 horas del día durante los 365 días del año. A través de la página web el cliente tiene acceso a absolutamente toda la información necesaria sobre nuestros productos, sus precios y características, así como a las condiciones de venta aplicables, envíos, pagos, devoluciones, servicios al cliente, cuestiones legales, etc.

- Amplia presencia en redes sociales.
- Puntos de venta físicos.
- Además, el Servicio al Cliente se encuentra activo las 24 horas del día a través de la página web y es también accesible a través de un número de teléfono gratuito, chat, formulario web y correo electrónico, y se puede interactuar directamente con nuestros clientes en las páginas de Facebook, Twitter e Instagram del Grupo. Uno de los objetivos principales de la compañía es ofrecer un óptimo servicio postventa adaptado a las exigencias de los clientes y también en estricto cumplimiento de la legislación vigente. Por ello, buscamos siempre integrar mejoras, tanto a nivel técnico como humano, para garantizar así la satisfacción del cliente mucho más allá del simple proceso de compra.

Conocedores de que los actuales métodos de compra implican necesariamente el intercambio mutuo de información, nos preocupamos por la privacidad de nuestros clientes y utilizamos las tecnologías más avanzadas para proteger su privacidad y brindarles toda la información necesaria. La compañía garantiza la seguridad en el uso de cualquier dato de carácter personal o de cualquier medio de pago que se utilice, ya sea en tiendas físicas u online, con el fin de asegurar un adecuado seguimiento de los procedimientos de facturación y cobro, protegiendo así los datos de los clientes y evitando cualquier posible fraude o interacción indebida.

El Código Ético de la firma muestra los principios que regulan la relación y el trato con nuestros clientes. Según este Código todos los empleados están obligados a actuar con respeto, dignidad y justicia ante los clientes, respetando así los diferentes antecedentes culturales y sin permitir ninguna forma de discriminación basada en raza, religión, edad, nacionalidad, género o cualquier otra condición personal o social.

El Grupo lleva a cabo actividades promocionales de manera honesta para evitar proporcionar cualquier información falsa o engañosa que pueda inducir a error a sus clientes. Asimismo, los contenidos mostrados en cualquier soporte promocional o publicitario presentan y promueven la imagen de personas “healthy” evitando mostrar cualquier tipo de estereotipo lejos de la realidad.

## **Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores**

La compañía protege a sus clientes al establecer y exigir a todos sus proveedores el obligado cumplimiento de las normas sobre salud y seguridad de los productos, al mismo tiempo que garantiza que todos los bienes vendidos por el Grupo no son perjudiciales para la salud y seguridad de los clientes

Los empleados del Grupo están involucrados en garantizar que dichas normas se cumplan debidamente, además de cualquier otro reglamento o norma estandarizada sobre el procedimiento de etiquetado, calidad y características de los productos o en cumplimientos de la normativa vigente.

La empresa dispone de un listado de especificaciones técnicas de conformidad y un listado de especificaciones de procedimientos operativos.

El primero contiene todas las regulaciones, requisitos y métodos de prueba diseñados para garantizar la seguridad química, física y mecánica de nuestros productos en los países donde está presente con sus marcas.

El segundo contiene todos los métodos y estándares de referencia que hemos adoptado al verificar las materias primas iniciales y los métodos de entrega de las mercancías.

El Grupo envía las especificaciones a todos sus proveedores quienes deben firmar el documento como visualizado e implementar los contenidos con las especificaciones requeridas.

En las fábricas del Grupo, por cada lote de materia prima entrante, se toman muestras donde generalmente se verifican estos parámetros: color, estabilidad dimensional, solidez del color, elasticidad.

Los laboratorios externos, donde se realizan análisis específicos mediante instrumentos especializados, se utilizan cuando se necesita certificar nuestros productos para marcas internacionales, o para evaluar las necesidades y demandas de algunos mercados (por ejemplo, China y Estados Unidos), o incluso en caso de tener que dar respuesta a reclamaciones de nuestros clientes en este ámbito.

# Sistemas de reclamación, quejas recibidas

Todas las consultas o reclamaciones de clientes relacionadas con las tiendas físicas y de venta online en España o Andorra son gestionadas por los Departamentos de Atención al Cliente de FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA, S.A. La compañía dispone de medios suficientes y equipos debidamente formados y especializados para atender las consultas y quejas de los clientes, así como para ofrecer una atención adaptada a sus necesidades. A lo largo de 2023 se han integrado mejoras técnicas en el registro de las llamadas, así como en los servicios de atención generales para hacer el servicio mucho más accesible y ofrecer una gestión de las incidencias más ágil, transparente y sencilla.

El Grupo pone a disposición de los clientes distintas vías de contacto que pueden variar dependiendo de si la consulta se encuentra relacionada con el canal online o si se trata de tiendas físicas. Como se ha dicho, la página web es una enciclopedia que contiene todas las informaciones necesarias sobre productos, características, composiciones, precios, promociones, condiciones de venta y de devolución, etc. Esta información es accesible durante las 24 horas del día lo que supone que los clientes puedan obtener una información completa en cualquier momento del día. Además, a través de la página web se ofrece un servicio de atención inmediata vía chat.

Ambos departamentos, se encuentran también disponibles para los consumidores vía e-mail, vía telefónica y a través de las hojas de reclamaciones disponibles en todos los puntos de venta físicos. Aunque su gestión se realiza de manera diferenciada (para venta online o de tiendas físicas) ambos departamentos se encuentran conectados de modo que pueden redirigirse las consultas fácilmente e incluso gestionar cuestiones relativas al otro canal sin problemas.

La gestión que se realiza de las consultas y reclamaciones es eficaz, garantizándose en todo caso los plazos máximos de respuesta legalmente previstos y siempre con el objetivo de que estos plazos se reduzcan cada vez más. Se da cumplimiento igualmente a todas las obligaciones establecidas para el empresario en materia de consumo, comercio y gestión de reclamaciones. Para ello, se utilizan programas de gestión de incidencias que permiten, además de gestionar con una mayor agilidad y efectividad las reclamaciones, realizar controles cuantitativos y también cualitativos para posteriormente llevar a cabo programas de mejora basados en las experiencias de los clientes.

Como se ha dicho, absolutamente todas las reclamaciones son gestionadas y obtienen una respuesta (salvo imposibilidad por falta de datos de contacto u otras circunstancias no imputables al empresario). Estas respuestas pueden ser favorables a las pretensiones de los clientes, de contestación a una consulta, o bien de no aceptación de las pretensiones del cliente cuando éstas contradicen las políticas de la compañía.

A continuación, se muestran algunas tablas que contienen resúmenes de datos de las reclamaciones recibidas en el ejercicio 2023 en el departamento de atención a las tiendas físicas, en comparación con el año 2022:

MARCA Y TIPO DE RESPUESTA	RECLAMACIONES SERVICIO ATENCIÓN TIENDAS FÍSICAS		
	2023	2022	VARIACIÓN 2022 VS. 2023
Calzedonia	872	586	49 %
Intimissimi	413	326	27 %
Tezenis	359	390	-8 %
Outlet	47	9	422 %
Intimissimi Uomo	46	21	119 %
Falconeri	8	5	60 %
	1745	1337	31 %

\*En la presente tabla se muestran el número de reclamaciones totales recibidas durante los años 2022 y 2023 para las tiendas físicas del Grupo. En la última columna se muestra el dato relativo al porcentaje de crecimiento o decrecimiento en el número de reclamaciones recibidas en 2023 respecto al año anterior. En este caso, se observa un crecimiento debido a la integración de mejoras y de hacer del servicio una herramienta mucho más accesible y conocida para los clientes. Además, cabe destacar que, tal y como se verá en el siguiente gráfico, un 84% de las consultas recibidas son a título informativo y no de queja (entre ellas, solicitudes de facturas, Tax Free, consultas sobre productos o acerca de la política comercial, etc.). Por otro lado, merece la pena mencionar que el número de tiques y por lo tanto de compras también se ha incrementado en 2023.

Nota aclaratoria: Se informa que en la presente table se han diferenciado las reclamaciones de las marcas Intimissimi e Intimissimi Uomo siendo que en anteriores Informes aparecían agrupadas bajo la marca Intimissimi.

RECLAMACIONES SERVICIO ATENCIÓN TIENDAS FÍSICAS TIPOS DE RESPUESTA						
MARCA Y TIPO DE RESPUESTA	RESPONDIDAS		NO RESPONDIDAS		TOTAL GENERAL	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
CALZEDONIA (CLZ)	847	560	25	26	872	586
CONSULTA-OPINIÓN	742	521			742	521
DESFAVORABLE	28	19			28	19
FAVORABLE	77	20			77	20
FALCONERI (FAL)	8	5	0	0	8	5
CONSULTA-OPINIÓN	7	4			7	4
DESFAVORABLE	1				1	
FAVORABLE		1				1
INTIMISSIMI (INT)	393	329	20	18	413	347
CONSULTA-OPINIÓN	343	293			343	293
DESFAVORABLE	9	8			9	8
FAVORABLE	41	28			41	28
INTIMISSIMI UOMO	45	0	1	0	46	0
CONSULTA-OPINIÓN	41				41	
DESFAVORABLE	2				2	
FAVORABLE	2				2	
OUTLET	45	9	2	0	47	9
CONSULTA-OPINIÓN	40	9			40	9
DESFAVORABLE	1				1	
FAVORABLE	4				4	
TEZENIS (TEZ)	330	346	29	44	359	390
CONSULTA-OPINIÓN	291	322			291	322
DESFAVORABLE	11	4			11	4
FAVORABLE	28	20			28	20
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1668</b>	<b>1249</b>	<b>77</b>	<b>88</b>	<b>1745</b>	<b>1337</b>

\*En esta tabla se muestran números de reclamaciones respondidas por marca y según tipo de respuesta en comparativa con el año precedente. Aquellas reclamaciones señaladas como no respondidas no han podido ser tramitadas debido a una falta de cumplimentación de los datos de contacto por parte de la persona reclamante.

A continuación, se muestra un cuadro resumen de las reclamaciones y/o consultas recibidas desde el 25/05/2023 en el departamento de atención a la venta online. Se muestran los datos a partir de la fecha en la que Franchising Calzedonia España S.A. adquirió la gestión de la venta online:

MARCA	CASOS	%
1-Calzedonia	21552	42 %
2-Intimissimi	16237	31 %
3-Tezenis	13715	26 %
5-Falconeri	393	0,8 %
7-Atelier Emé	18	0,0 %
Total	51915	100 %

\*En la presente tabla se muestran el número de reclamaciones totales recibidas en el Servicio de atención al cliente del canal online, del 25 de mayo al 31 de diciembre de 2023. En la última columna se muestra el dato relativo al porcentaje de afectación por marca. En este caso, se observa un mayor volumen de consultas para la marca Calzedonia. Vale la pena aclarar que el número de consultas es más elevado que el del canal offline puesto que la venta online precisa, lógicamente, de una mayor asistencia telemática (asistencia que en tiendas se presta en modo presencial).

# Iniciativas del Grupo referentes a la sostenibilidad

## TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA

15 de nuestras fábricas se pueden visitar en 5 países diferentes a través de las fichas de producto de nuestro e-commerce. Los clientes pueden averiguar dónde estaban sus artículos fabricados, quién trabajó en ellos, y el compromiso con el medio ambiente.

## TRANSPORTE Y PERSONAS

Instalación de las primeras 16 estaciones de carga para electricidad coches en 3 centros de trabajo italianos diferentes.

Activación del proyecto car sharing en las oficinas de Italia, para sensibilizar a los empleados sobre las emisiones por viaje y ofrecer una solución efectiva y económica por que reducirlos.

## LAS PERSONAS Y EL MEDIO AMBIENTE

Aproximadamente 1.000 árboles plantados por empleados en proyectos de team building en los alrededores de nuestras áreas de influencia.

Más de 100 días limpiando playas con empleados y voluntarios.

## NUESTRAS TIENDAS

81 toneladas de ropa usada recogidas y donadas en 6 países diferentes por Intimissimi y Tezenis. Primeras tiendas Falconeri certificadas BREEAM con un buen resultado registrado en la sustentabilidad del diseño evaluación.

## PRODUCTOS

El 16% de los productos contienen materiales de reducido impacto ambiental. En este sentido, la cantidad de productos de estas características ha aumentado 14 veces en comparación con 2020.

Estas iniciativas se derivan de un proceso iniciado en 2017 por el Consejo de Administración del Grupo, en el que se decidió trabajar en dos direcciones: por un lado, mejorar y difundir las buenas prácticas ya existentes dentro del Grupo en términos de sostenibilidad y, por otro lado, identificar cualquier aspecto de sostenibilidad relevante para el grupo en áreas de mejora y posibles soluciones.

También se organizaron mesas redondas funcionales, representados por comités operativos que investigan los principales temas de sostenibilidad para el Grupo: medio ambiente, energía, personas, transporte y sociedad. Estas oportunidades de diálogo con los directores de departamento y de producción, persiguen, por un lado, definir las prioridades de acción para cada área y, por otro lado, evaluar el desempeño

El Grupo es claramente consciente del hecho que, para trabajar de manera efectiva en la evolución sostenible del negocio, la sostenibilidad debe impregnar los procesos de toma de decisiones corporativas, convirtiéndose así en una parte fundamental de la estrategia corporativa.

Las acciones implementadas son diferentes en función de la cultura y la filosofía de cada marca, para garantizar que las variables de sostenibilidad se conviertan en un enriquecimiento de su identidad.

## **FASHION PACT**

### **Los objetos de la coalición en cuanto clima**

Estamos comprometidos con la implementación de los 16 principios de la ONU Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática con el objetivo de implementar los objetivos basados en la ciencia.

Apoyamos la adaptación y la resiliencia climática a través de la adquisición sostenible de materias primas clave. Por lo tanto, para 2025, nos comprometemos a asegurarnos de que el 25% de las materias primas clave tengan un bajo impacto climático.

Asimismo, nos comprometemos a cubrir nuestro consumo energético con un 50% de energías renovables en nuestro negocio para 2025 y del 100% para 2030. Además, fomentamos la implantación de energías renovables en todos los procesos productivos de alto impacto energético a lo largo de toda la cadena de aprovisionamiento.

## **Las acciones de la coalición**

Se ha creado una plataforma para compartir información y procedimientos que pueden ayudar a todas las empresas adheridas a lograr los objetivos fijados.

También está prevista la creación de un Colectivo Acuerdo de compra de energía virtual, una inversión que tiene como objetivo liberar nueva electricidad en la red eléctrica para compensar el consumo asociado a las actividades del Grupo en el mercado europeo.

## **Los hitos del grupo oniverse**

En referencia al clima, durante el 2023 el grupo Oniverse evitó aproximadamente 91.703 tCO<sub>2</sub>e, 1.447 tCO<sub>2</sub>e gracias a la producción de electricidad mediante plantas fotovoltaicas de propiedad y 3.654 tCO<sub>2</sub>e gracias a los programas en curso de programas de eficiencia. En total, durante 2023 se consumió un 86% de electricidad procedente de fuentes renovables. El objetivo es alcanzar el 100% en 2025.

Nuestras colecciones de ropa utilizan cada vez más prendas de bajo impacto ambiental. En 2021, los tejidos de bajo impacto ambiental representaron el 17%. Los próximos años se trabajará para lograr la meta del 25% para 2025.

## **Los objetivos de la coalición en cuanto a BIODIVERSIDAD**

Nos hemos comprometido a desarrollar estrategias de biodiversidad que resalten dónde deben enfocarse las acciones prioritarias en nuestras compras y la cadena de suministro con el fin de evitar cualquier pérdida de especies, prevenir la pérdida o el deterioro de los ecosistemas naturales y apoyar la restauración de los servicios que la naturaleza proporciona.

Nos comprometemos a la deforestación cero y actuamos para proteger y asegurar la gestión sostenible de los bosques naturales para 2025.

## **Las acciones de la coalición**

Para un segmento globalizado y heterogéneo como es la moda y industria textil, comprender el impacto sobre la biodiversidad exige competencias específicas y muy técnicas. Por eso la coalición ha apoyado a las empresas adheridas organizando talleres teóricos y seminarios web para aumentar la comprensión del tema. Además de esto, el Fashion Pact ha creado las herramientas necesarias para mapear la cadena de suministro y crear una estrategia de intervención que pueda eliminar o limitar la acción que dañe la biodiversidad, o al menos ayude a restaurarla.

## Los hitos del grupo

### ONIVERSE

El grupo ha trabajado en dos direcciones sobre el tema de la biodiversidad. Por un lado, ha colaborado con diversas asociaciones en proyectos de reforestación, como en la India (reforestación de más de 25.000 hectáreas a través de Mangalam Timber Products Limited, MTPL). Esto ha beneficiado a la biodiversidad, al apoyo de las comunidades locales y a la absorción de CO2 a la atmósfera. La segunda dirección tomada fue el uso de papel y cartón de cadenas de suministro controladas para desincentivar la deforestación. En 2023, el 78% de estos materiales, utilizados en envases y embalajes procede de cadenas de suministro certificadas, y el 18% de los envases procede de fuentes renovables.

## Los objetivos de la coalición en cuanto a OCEÁNOS

Nos comprometemos a eliminar el “plástico desechable” en los envases B2C para 2025 y en envases B2B para 2030.

Nos comprometemos a garantizar que al menos el 50% de todo el plástico que utilizamos en los embalajes B2C y B2B sea 100% reciclado para 2025 y 2030 respectivamente.

En referencia a la protección de los Océanos, durante 2023, el Grupo continuó la reducción del uso de plásticos de un solo uso en los procesos industriales, en envases de productos acabados y en material presente en nuestros puntos de venta por un valor estimado de 41.740 kg de plástico. Esta importante reducción fue posible principalmente gracias a las estrategias, iniciadas en años anteriores de eliminación progresiva de material en los centros logísticos y la sustitución de algunos elementos de embalaje por papel (por ejemplo, bridas y sujetas cables). También se están realizando análisis sobre la limitación de la dispersión de microfibras durante el teñido de tejidos sintéticos y prendas de vestir durante

# Cuestiones

## medioambientales

### Introducción y política ambiental

En el apartado correspondiente a cuestiones medioambientales presenta información relacionada con la gestión llevada a cabo por Franchising Calzedonia España, S.A de los aspectos medioambientales más relevantes de la compañía.

A continuación, se exponen las cuestiones medioambientales que se pueden ver alteradas por la actividad:

CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	ACTUACIÓN/RESPUESTA
Agotamiento de recursos	Análisis y seguimiento de los valores que nos indican el estado de consumos de agua, luz y combustible, entre los más destacados, para poder realizar el adecuado seguimiento tanto a medio como a largo plazo y establecer así una línea de acción, buscando en la medida de lo posible, la reducción de los consumos, aplicando medidas más respetuosas con el medio ambiente.
Emisiones de gases efecto invernadero	Para reducir la emisión de gases de efecto invernadero se trabaja en el aprovechamiento de la energía solar con el fin de autoabastecerse de electricidad y así reducir nuestras emisiones.
Contaminación de aguas	La posibilidad de la contaminación de aguas por el vertido de los productos de limpieza utilizados en nuestras instalaciones es mínima ya que tratamos de hacer uso de productos respetuosos con el medio ambiente o de reducida toxicidad.
Ocupación del territorio	Franchising Calzedonia España S.A., trata de interferir en la menor medida en la ocupación el territorio usando suelo urbano para la ubicación tanto de sus puntos de venta como instalaciones auxiliares.

Franchising Calzedonia España S.A. apuesta por incluir criterios ambientales en todos los aspectos de la organización, así como en la mejora constante de los procesos y servicios, con el fin de optimizar el uso de recursos naturales y disminuir el impacto de nuestros procesos.

Dentro del Código ético, se integra la protección del medio ambiente de Oniverse a nivel mundial, que viene definida por el compromiso de llevar a cabo sus actividades de la manera más sostenible posible, mediante el fomento de la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales. El Grupo Oniverse se compromete a minimizar el impacto ambiental a lo largo de todo el ciclo de vida de sus productos, desde la compra de materias primas, hasta el final de su ciclo de vida, aplicando medidas en la fase de diseño, fabricación, distribución, venta al por menor y uso final. Con el objetivo de reducir y compensar dicho impacto, el Grupo se compromete a:

Promover un comportamiento ambiental responsable durante la planificación, en la gestión y ejecución de sus actividades y las de sus socios comerciales, promoviendo así un comportamiento ambiental responsable entre su personal, sus proveedores y la empresa.

Cumplir con las leyes y regulaciones ambientales que se aplican a sus actividades, además de cualquier otra obligación futura y hacer un esfuerzo especial para prevenir la contaminación reduciendo en la medida de lo posible el potencial impacto medioambiental generado por la cadena de suministro.

Contribuir a proteger el medio ambiente mediante medidas de aplicación para la mejora continua y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, directa o indirectamente, así como reducir el consumo de recursos, minimizando el uso de componentes que son potencialmente peligrosos para el medio ambiente o para las personas.

Cabe destacar que las buenas prácticas ambientales son adoptadas por cada una de las filiales de Oniverse y que en el caso de Franchising Calzedonia España S.A., pone a disposición todos sus recursos para que esta política pueda ser desarrollada con el máximo nivel de garantías. Teniendo en cuenta que la actividad en España es la comercialización y distribución de producto textil, los esfuerzos se focalizan en reducir en el consumo de agua en sus puntos de venta y oficinas, así como la busca del ahorro de consumo energético de luz aplicando medidas de apagado automático de luces en los puntos de venta, uso de luminarias led, así como aprovechamiento de la energía solar en las oficinas centrales.

## **Efectos actuales y previsibles de la actividad**

Franchising Calzedonia España S.A. es una filial del grupo Oniverse, cuya sede mundial está situada en Italia, siendo, por tanto, una filial dedicada exclusivamente a la distribución y comercialización de producto textil. El diseño, producción y logística están organizadas y gestionadas por la sede central de Italia.

El grupo Oniverse a nivel mundial presenta una estructura en la que la distribución del producto se gestiona directamente o a través de franquiciados.

La información puesta a disposición en el presente apartado, así como en el resto del informe, no incluye información de las tiendas franquiciadas, por ser empresas independientes de las que por el momento no tenemos control sobre su gestión.

El número de tiendas directas de Oniverse en España, durante el año 2023, fue de 333 (316 en 2022), alcanzando una superficie total de cerca de 41.525 m<sup>2</sup> superior a los datos obtenidos en 2022 (39.000 m<sup>2</sup>).

La actividad de la compañía, principalmente, se desarrolla en las oficinas de la sede central situada en Hospitalet de Llobregat (Barcelona), los puntos de venta y en un almacén logístico para mobiliario y documentación, ya que el producto procede directamente desde la central italiana.

Comentar que no ha habido multas o sanciones significativas por leyes o normativas en materia de medio ambiente.

Debido al tipo de actividad que Franchising Calzedonia España S.A. desarrolla no se dispone de provisiones y garantías para riesgos ambientales. De hecho, de acuerdo con la Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental, la compañía en España no tiene obligación de tener un seguro de responsabilidad medioambiental.

Del mismo modo, cabe anunciar que hasta la fecha Franchising Calzedonia España, S.A. no dispone de procedimientos de evaluación o certificación ambiental.

Por tanto, los efectos ambientales significativos derivados de la actividad de Franchising Calzedonia España S.A. son el consumo de energía, de combustibles, (agua y papel, principalmente) y la generación de residuos, como pueden ser los envases plásticos y de cartón donde vienen empaquetados los productos que ponemos en el mercado.

Los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente quedan especificados en la siguiente tabla, junto con los valores de consumo y producción:

ETAPA DEL CICLO DE VIDA	ASPECTO	IMPACTO AMBIENTAL
OFICINAS Y PUNTOS DE VENTA	Consumo de Agua	Agotamiento de recursos
OFICINAS Y PUNTOS DE VENTA	Consumo eléctrico	Agotamiento de recursos/ emisiones de gases de efecto invernadero
OFICINAS	Consumo de combustibles por vehículos vinculados a los desplazamientos de los responsables de zona	Agotamiento de recursos
OFICINAS Y PUNTOS DE VENTA	Consumo de productos de limpieza	Contaminación de aguas
OFICINAS Y PUNTOS DE VENTA	Consumo de papel impresión	Agotamiento de recursos
OFICINAS Y PUNTOS DE VENTA	Generación de residuos	Contaminación del suelo, ocupación del territorio, emisiones gases de efecto invernadero

ASPECTO	CANTIDAD DE CONSUMO / GENERACIÓN 2022	INDICADORES DE CONSUMO POR M <sup>2</sup> 2022	CANTIDAD DE CONSUMO / GENERACIÓN 2023	INDICADORES DE CONSUMO POR M <sup>2</sup> 2023
Consumo de Agua	30.787 m <sup>3</sup>	0,79/m <sup>2</sup>	26.927,31 m <sup>3</sup>	0,65 m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup>
Consumo eléctrico	7.429.844,41 kWh	190,51 kWh/m <sup>2</sup>	10.613.131,83 kWh	255,58 kWh/m <sup>2</sup>
Consumo de combustible por desplazamientos en vehículo	144.887,02 L	NO aplica	186.310,79 L	NO aplica
Consumo de productos de limpieza	13.129,5 L (Limpieza) 1604,5 L (Hidroalcohol ólico)	0,34L/m <sup>2</sup> de producto de limpieza	11.125,7 L (Limpieza)	0,27 L/m <sup>2</sup> de producto de limpieza
Consumo de papel	47.375,97 Kg	1,21 kg/m <sup>2</sup>	57.338,32 Kg	1,38 kg/m <sup>2</sup>
Generación de residuos no peligrosos	1180,14t	0,03 t/m <sup>2</sup>	1316,62 t	0,03 t/m <sup>2</sup>
Generación de residuos peligrosos	677 kg	0,017 kg / m <sup>2</sup>	1492,5 kg	0,04 kg /m <sup>2</sup>

A continuación, se detallan algunas de las acciones llevadas a cabo para cada aspecto:

**Consumo de agua:** el consumo de agua está derivado del uso de los baños (grifos y cisternas) de nuestros puntos de venta, sede y almacén, además de las tareas habituales de limpieza en dichas instalaciones. Para reducir el consumo de agua se instalan sensores de presencia y aireados en los grifos y sistemas de doble descarga en las cisternas de los retretes. Gracias a ello, se evidencia en la reducción del consumo.

**Consumo eléctrico:** En nuevas aperturas y reformas es habitual la instalación de sistemas de iluminación de bajo consumo y sustitución de luminarias tradicionales por LED. En las operaciones de mantenimiento preventivo o correctivo también se hacen uso y sustitución de sistemas de iluminación de bajo consumo. Además, los puntos de venta y sede disponen de detectores de presencia y temporizadores para garantizar la máxima eficiencia en el consumo eléctrico.

Por otra parte, en la azotea de las oficinas centrales existe una instalación fotovoltaica que implica un menor consumo de la red eléctrica general y un autoabastecimiento de aproximadamente un 35% donde el consumo de las placas solares en 2023 ha sido de 56.461,89 kWh del total de 129.517,006 kWh consumidos, frente a los 38.367,729 kWh del 2022. El aumento en el número de puntos de venta activos, así como la normalización de la actividad en comparación con 2022 (restricciones COVID principios 2022), ha influido en el aumento del consumo de la electricidad.

**Consumo de combustible:** La mayor movilización de nuestro personal para dar cobertura a los puntos de venta implica mayor movilidad con la flota actual de vehículos, lo que implica un aumento en el consumo de combustible. El consumo de combustibles fósiles es derivado del uso de vehículos de la red comercial. En Franchising Calzedonia España S.A., no se utilizan combustibles fósiles para calderas o generación de electricidad.

**Consumo productos de limpieza:** La derogación de las medidas vinculadas a la pandemia COVID-19 implicó también la reducción de las limpiezas a fondo, suprimir las limpiezas de los probadores después de cada cliente y desinfectar de manera continuada las superficies durante la jornada. Todo ello, ha contribuido a reducir el consumo de productos de limpieza. Durante el 2023 se ha mantenido en todos los centros de trabajo el requisito de limpieza exhaustivo con productos químicos, desinfectante de superficies etc. Los productos de desinfección son de base peróxido de hidrógeno o alcohólica, los cuales no son nocivos para el medio ambiente ni para las personas.

**Consumo de papel:** Medidas como la digitalización de procesos, que se ha venido acentuando en los últimos años, impactan directamente en el consumo de papel. Para contribuir a la economía circular y reducir el impacto en la deforestación, la mayor parte del papel adquirido es de origen reciclado. Este año 2023, se evidencia un incremento en el consumo respecto a 2022 debido al aumento de puntos de venta.

**Residuos no peligrosos:** El aumento de las toneladas de residuos no peligroso es debido al número de reformas y nuevas aperturas realizadas durante el año 2023, aumentando la ruina generada en más de 136,48 toneladas

### **Generación de residuos peligrosos:**

En 2023 se produjeron 1492,5 kg de residuos peligrosos, siendo principalmente tóneres usados o equipos informáticos en el día a día en los puntos de venta y oficinas. En 2022 fueron en total unos 677kg. ILUNION RECICLADOS, S.A, certifica que estos residuos se han gestionado adecuadamente, de acuerdo con la normativa legal vigente

Si bien es cierto que no disponemos de la información de la totalidad de cantidad de residuos peligrosos generados, se está trabajando activamente para poder conseguir esta información. Muestra de ello es este aumento en la relación de Kg de residuos peligrosos, motivado principalmente por ese análisis cada vez más exhaustivo.

## **Recursos dedicados**

Franchising Calzedonia España S.A., siguiendo el compromiso del grupo apuesta por realizar inversiones en sus instalaciones que permitan reducir el impacto generado por su actividad.

Es por ello que en cada reforma o mantenimiento se toman medidas que reduzcan el consumo de materias primas y las emisiones de GEI, a través de sustituciones de equipos de climatización, mantenimientos que garanticen un funcionamiento óptimo de estos o la sustitución de sistemas de iluminación menos eficientes por los tipos LED, en aquellas tiendas en las que todavía no hay.

En 2023 se ha mantenido un nivel alto de inversión en la renovación e instalación de equipos de climatización e iluminación más eficientes, alcanzando los 1.684.649 € frente a los 1.497.159,07 € del año anterior. Se mantiene el criterio este año de incluir el coste real de la renovación de equipos de climatización, de manera que se tiene en cuenta el coste de mano de obra y del proyecto además del coste de los nuevos equipos.

La inversión en mantenimiento preventivo y correctivo de aparatos de climatización ha alcanzado una cifra de 507.776, 89 €, el año pasado en cambio, fueron 678.931,98€.

Por otra parte, el presupuesto destinado a la gestión de residuos procedentes de oficina y de las cerca de tiendas, en 2023 fue de 157.105,89€, al dato obtenido en 2022, que era de 162.944,49 €. Con esta inversión Franchising Calzedonia España S.A. garantiza, a través de gestores de residuos autorizados, la valorización, reutilización y/o reciclaje de los residuos generados por su actividad, además del pago al sistema de gestión de Ecoembes por los residuos puestos en el mercado.

## **Principio de precaución**

El principio de precaución implica que en caso de amenaza para el medio ambiente o la salud y en una situación de incertidumbre científica se tomen las medidas apropiadas para prevenir el daño.

Por tanto, Franchising Calzedonia España S.A., siguiendo con las directrices establecidas por el Grupo en materia de sostenibilidad y salud de sus trabajadores y siguiendo con el principio de precaución solo permite el uso de productos químicos autorizados para la limpieza de sus centros, los cuales están clasificados como no peligrosos y como no nocivos para los organismos acuáticos.

Franchising Calzedonia España S.A. no tiene capacidad de decisión sobre las fases de diseño, producción y logística, sin embargo, la política de medio ambiente del Grupo Oniverse a nivel mundial pone de manifiesto el compromiso del Grupo con la salud de las personas y la sostenibilidad.

## **Contaminación atmosférica**

Un foco potencial de emisiones relacionado con nuestra actividad es el procedente de los aparatos de climatización, los cuales pueden producir contaminación difusa como consecuencia de pequeñas fugas, averías u operaciones de mantenimiento.

Se ha tenido conocimiento de algunas fugas en aparatos de clima en algún punto de venta que ha provocado una intervención urgente del proveedor de mantenimiento con la correspondiente carga de gas Refrigerante, normalmente el modelo R410 A que, a diferencia de los refrigerantes haloalcanos que contienen cloro y bromo, el R-410A, que solo contiene flúor, no tiene impacto en la capa de ozono y por ello se utiliza ampliamente.

En concreto se dispone de conocimiento de fugas con una recarga total de 42,5 Kg a nivel nacional.

En Franchising Calzedonia España S.A. durante el 2023 se utilizaron alrededor de 123,08 Kg de Gas refrigerante de las instalaciones directas, por los 43,02 Kg utilizados durante el 2022.

Además, se promueven entre el personal la realización de videoconferencias, incluso antes del inicio de la pandemia, para llevar a cabo reuniones y se prioriza la selección de proveedores de productos y servicios locales, con el fin, entre otros, de minimizar las emisiones por desplazamientos.

Franchising Calzedonia España S.A., no tiene un impacto acústico significativo en las áreas donde opera, así como tampoco impacto de contaminación lumínica de las zonas donde opera.

En agosto del 2022 en España, entró en vigor el Real Decreto 14/2022 sobre eficiencia energética que complementa el RITE, incrementando temporalmente las obligaciones de gestión y de consumo eficiente de los inmuebles de las administraciones públicas; los establecimientos comerciales, como grandes almacenes o centros comerciales; los espacios culturales, como cines o centros de congresos; o las infraestructuras destinadas al transporte de personas, como estaciones y aeropuertos.

Con más detalle:

Las temperaturas de calefacción y refrigeración limitadas a 19 y 27 grados centígrados respectivamente.

Se deben exhibir en carteles o pantallas las medidas obligatorias de ahorro, entre otras adicionales que reduzcan el consumo.

A partir del 30 de Septiembre, disponer de cierres automáticos en las puertas de acceso para impedir que se queden abiertas permanentemente, con el consiguiente despilfarro por pérdidas de energía exterior.

El alumbrado de los escaparates tendrá que estar apagado desde las 22h.

Todas las medidas han sido implementadas por Franchising Calzedonia España S.A., desarrollando un plan de acción en la instalación de puertas automáticas de manera progresiva en todos aquellos puntos de venta que no disponían de este mecanismo.

La inversión en este aspecto ha sido de 436.368,83€ en todo 2023, en comparación con los 289.097,03€ de 2022.

El aumento es debido al cumplimiento de la normativa antes descrita y la instalación progresiva de puertas automáticas en todo el territorio nacional.

## **Economía circular, prevención y gestión de residuos**

Franchising Calzedonia España S.A. promueve que la mayor parte de sus residuos generados sean destinados a la valorización, reutilización y/o reciclaje con el fin de minimizar la disposición final en vertederos. Actualmente no disponemos de la cantidad de residuos peligrosos generados por el cambio de sistemas de iluminación y operaciones de mantenimiento correspondiente al año 2023, dado que es un dato procedente de los proveedores de mantenimiento y obras. Actualmente se está trabajando para poder obtener dicha información para los próximos años.

Los residuos no peligrosos derivados de nuestra actividad en 2023 alcanzan las 1316,62 toneladas, frente a las 1180,14 toneladas generadas en 2022, las cuales son generadas en nuestros puntos de venta, oficinas y almacén.

Incluida en esa cantidad están los residuos producidos durante las remodelaciones de locales, con un total de 568,94 toneladas. En 2022 se produjeron 497,86 toneladas.

Afianzando el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, el Grupo Oniverse está implementado medidas en todo el ciclo de vida del producto para reducir la producción de residuos y contribuir a la economía circular.

En fase de producción, el Grupo Oniverse ha empleado la tecnología LYCRA dualFX EcoMade para incrementar la proporción de plástico PET reciclado en varias líneas de productos de las diferentes marcas del grupo-

En fase de empaquetado, el Grupo Oniverse se ha adherido al "Fashion Pact", que tiene como objetivo, entre otros, eliminar todo el plástico de un solo uso de los embalajes y garantizar que al menos el 50% de todo el embalaje utilizado sea 100% reciclado antes de 2030.

En 2023, el Grupo adoptó las siguientes soluciones:

- Sustitución de calcetines y bolsas de plástico por alternativas más respetuosas con el medio ambiente (reducción del grosor, uso de materiales reciclados/alternativos)
- Se prefirieron los maniquis de plástico reciclable a los de fibra de vidrio (difícilmente reciclable)
- Nuevos envases 100% de papel para la colección premium de Oniverse.
- Amplio consumo de papel FSC en etiquetas, papel soporte y cartón.
- Eliminación total del film retráctil en los almacenes de Ducal, Castagnaro y Gissi.
- Nuevo embalaje para los protectores de pies y plantillas de Oniverse con el fin de quitar la percha de plástico.
- Utilización parcial de la banda de papel para las prendas Intimissimi en sustitución de las bolsas de plástico.
- Hemos intentado utilizar objetos más duraderos para dar longevidad a las decoraciones estacionales de los aparadores.

Gracias a estas acciones para el año 2023, el Grupo consiguió evitar alrededor de 41.740 kg de plástico. En concreto, la eliminación, ya iniciada en años anteriores, en los centros logísticos de Castagnaro, Gissi y Ducal ha supuesto una reducción de unos 34.735 kg de plástico; además, la sustitución de componentes de envases como pies y punteras por papel ha evitado el consumo de otros 7.500 kg.

Por otra parte, en 2023, Franchising Calzedonia España S.A., ha presentado la declaración de envases de Ecoembes con una cantidad de 701,73 toneladas frente a las 657,56 toneladas del 2022 de envases puestos en el mercado, liquidando la tasa correspondiente, lo cual ha supuesto 157.105,89 euros. Éste dato indica una normalización en la actividad del sector y una contención en cuanto a la capacidad de generar residuos por parte de Franchising Calzedonia España S.A.

En esta línea, para el 2023 se han planificado varias acciones relacionadas con la retirada de residuos del entorno natural, especialmente del entorno marino, en colaboración con diferentes entidades y asociaciones ecologistas y de protección de la naturaleza.

Por otra parte, Franchising Calzedonia España, S.A., no considera que, debido a su actividad, ejerza un impacto relevante en el desperdicio de alimento, con lo que por esta razón no se cree conveniente aplicar medidas en este sentido.

## Uso sostenible de los recursos

Debido al tipo de actividad desarrollada por Franchising Calzedonia España S.A., el consumo de agua está relacionado con los baños y las tareas de limpieza que se llevan a cabo en los distintos centros, de los cuales muchos de ellos, por estar ubicados en centros comerciales no disponen de servicio. Por tanto, no hay un uso intensivo del agua en nuestras instalaciones, aun así, se adoptan las siguientes medidas destinadas a minimizar el consumo:

- Instalación de grifos con sensores de proximidad, evitando pérdidas de agua por olvido en el cierre del grifo, en oficinas centrales.
- Instalación de sistemas de doble descarga en las cisternas de los sanitarios de todas nuestras instalaciones.
- Instalación de aireadores en los grifos instalados en los puntos de venta.

## Consumo de materias primas

Franchising Calzedonia España S.A., siendo distribuidor del producto no reporta las cantidades de los materiales textiles puesto que es el Grupo quién realiza las compras de estas materias primas.

## Cambio climático

Teniendo en cuenta el origen de la energía eléctrica utilizada según el país y otras actividades relacionadas con la actividad de la compañía, como el consumo de combustibles fósiles por la flota de vehículos, así como las emisiones producidas por los viajes de trabajo y el transporte de mercancías, se ha calculado la cantidad de **GEI producidos por** Franchising Calzedonia España S.A. **para el periodo de 2023**, ascendiendo a un total de 2.322,85 **toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente**. En el periodo 2022, se produjeron 3.169,81 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.

Esta reducción es debido a la disminución de la huella de Alcance 3 principalmente.

Por otra parte, contemplamos que el cambio climático puede afectar al medio ambiente, lo que podría llegar incluso hasta a requerir de adaptaciones en el modelo de negocio para poder tener una continuidad. Es por esta razón la importancia de estudiar posibilidades de implantar medidas de reducción o mitigación del impacto, pero desde la certeza que, a fecha de hoy, no se ha detectado impacto notable en nuestras instalaciones, así como actividad empresarial.

Las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Franchising Calzedonia España S.A. se han calculado usando la herramienta del Ministerio de Transición Ecológica puesta a disposición para ello. Dicho ministerio utiliza los factores de emisión de CO<sub>2</sub> y PCI que se incluyen en las distintas ediciones del Inventario Nacional de Emisiones de España y en las Directrices de 2006 del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) para los inventarios nacionales de gases de efecto invernadero.

El cálculo de las emisiones producidas por la empresa Franchising Calzedonia España S.A., para el año 2023, se ha llevado a cabo teniendo en cuenta las actividades sobre las que la empresa tiene control directo.

Las fuentes de emisiones de GEI en la organización utilizadas para el cálculo son:

Alcance 1: Las procedentes de consumo de combustibles por uso de vehículos en desplazamientos. Calculado a partir del combustible consumido por la flota de vehículos, compuesta por 182 vehículos. Pudiendo observarse la cantidad de emisiones en la siguiente tabla:

ALCANCE 1	Fuentes GEI	2022	2023
	Instalaciones fijas <sup>1</sup>	0,00	0,00
	Desplazamientos en vehículos <sup>2</sup>	344,72	439,60
	Refrigeración/ Climatización <sup>3</sup>	96,0	81,77
<b>TOTAL ALCANCE 1</b>	<b>440,72 tCO<sub>2eq</sub></b>	<b>521,37 tCO<sub>2eq</sub></b>	

(1) Franchising Calzedonia España S.A. no dispone de sistemas de calefacción que impliquen combustiones adicionales a partir de gas natural u otros combustibles, por lo que no se ha incluido en las emisiones de alcance 1.

(2) Datos estimados a partir del gasto de combustible en 2023 y la media de precios en 2023 obtenido a través del IPC y datos reales de facturación.

(3) En las instalaciones de Franchising Calzedonia S.A., se ha detectado fugas de 42,5 kg en aparatos de climatización produciendo contaminación difusa. La incidencia ha sido resuelta y no hay constancia de más fugas tras la reparación del aparato.

Se detalla un aumento en los datos relacionados con el desplazamiento de vehículos dada la mayor movilidad y el aumento de personal.

Alcance 2: En base al consumo de electricidad de la totalidad de instalaciones de Franchising Calzedonia España, S.A. produciendo las siguientes cantidades de CO2 equivalente:

ALCANCE 2	Fuentes GEI	2022	2023
	Electricidad oficinas y punto de venta <sup>4</sup>	1918,25 tCO <sub>2</sub>	2852,62 tCO <sub>2</sub>
	Electricidad oficinas y punto de venta <sup>5</sup>	1188,78 tCO <sub>2</sub>	1294,80 tCO <sub>2</sub>

(4) A partir del dato de electricidad consumida, medida en KWH por las diferentes comercializadoras, basado en método Market\_Based (Datos 2023).

(5) A partir del dato de electricidad consumida, medida en KWH por las diferentes comercializadoras, basado en método Location-Based, con el coeficiente de la Red Eléctrica Española (Datos 2023). Las emisiones de alcance 2 basadas en el método Market-Based son superiores puesto que se ha empleado el factor de emisión de la comercializadora genérica, siendo el mismo superior al factor de emisión del método Location-Based.

Se detalla un aumento considerable en los datos relacionados con la electricidad de oficinas y punto de venta debido al aumento en la presencia y número de los mismos.

Alcance 3: En 2023 se han calculado las emisiones indirectas producidas por el transporte de mercancías y los viajes de trabajo.

Los datos de emisiones son proporcionados por los diferentes proveedores.

Fuentes GEI (tCO2)	2022	2023
Desplazamientos en avión	<b>347,80</b>	<b>463,97</b>
Desplazamientos en tren	<b>33,15</b>	<b>29,99</b>
Taxi	<b>2,48</b>	<b>2,97</b>
Transporte de mercancías	<b>1.153,68</b>	<b>7,66</b>
Mensajería interna	<b>3,18</b>	<b>2,10</b>
<b>TOTAL ALCANCE 3</b>	<b>1540,29</b>	<b>506,69</b>

La disminución de la huella en el alcance 3 es debido a los esfuerzos de los proveedores por reducir su huella sumado también al cambio metodológico de cálculo de la huella asociada al transporte de mercancía.

Franchising Calzedonia España S.A., tras la auditoría energética realizada en 2020, se puso en marcha un plan de acción a través del cual se han conseguido importantes reducciones en el consumo eléctrico. Algunas de las medidas destinadas a la reducción de nuestros consumos son:

- La inversión en puertas automáticas para todos los puntos de venta de Franchising Calzedonia S.A
- Ampliación en la instalación de cortinas de aire, para reducir las pérdidas de aire frío o caliente de los accesos a las tiendas que se complementan con la instalación de puertas automáticas.

- En todas las aperturas o reformas en tienda, así como en los rótulos luminosos, se opta por la instalación de iluminación LED. Dichas luces consumen entre un 80 y un 90% menos que las bombillas y lámparas halógenas y tienen una vida útil más larga.
- Los sensores de movimiento en los almacenes o dependencias que no tengan una concurrencia alta, es un requisito básico en todos los puntos de venta.
- Instalación de placas solares en las oficinas centrales, que suponen un 35% de la energía total consumida en sede.

## Protección de la Biodiversidad

La mayor parte de los productos del Grupo Oniverse, no están confeccionados a partir de materias primas de origen animal (pieles, plumas, etc.), en los casos en los que sí, en el proceso de adquisición de dichas materias primas el grupo Oniverse, exige a sus colaboradores y proveedores que garanticen que dichos materiales no han sido obtenidos mediante prácticas crueles y que el maltrato y otras actividades perjudiciales son rechazados. Franchising Calzedonia España S.A. no tiene capacidad de decisión en los aspectos relacionados con el diseño o producción, los cuales están determinados por el Grupo Oniverse a nivel mundial.

Cabe destacar también que la actividad desarrollada por Franchising Calzedonia España, S.A., no se encuentra en áreas protegidas, así como la ubicación de los centros de trabajo y puntos de venta no se encuentran en áreas donde podamos generar un impacto importante, ya que se ubican en entornos urbanos ya habitados.

El impacto más notorio es el debido al estilo de vida que fomentamos, así como el que requiere nuestra actividad para que los clientes encuentren todo aquello que necesiten, cuando lo necesiten.

## Nuestros empleados

Las personas son el recurso más importante y fundamental del Grupo, son quienes desarrollan día a día el trabajo en la organización haciendo que esta crezca y evolucione.

A cierre del ejercicio 2023 nuestro Grupo humano está formado por un equipo de 45.094 colaboradores, de los cuales el 59% se dedican a unidades de producción y el 41% a está focalizado en la actividad comercial y oficinas.

La filial española cuenta con 2.495 empleados, que son el esqueleto de la organización, y de sus capacidades depende el éxito de la empresa;

es por ello que siempre nos hemos propuesto crear las mejores condiciones posibles en el puesto de trabajo, promoviendo políticas de conciliación, la integridad psicofísica, la correcta gestión de la diversidad de los géneros menos representados con vistas a la integración y la inclusión.



Cualquier persona interesada en pertenecer al Grupo Calzedonia puede acceder a la web corporativa que proporciona una visión general de la empresa y describe nuestras áreas de negocio. En ésta tendrá la oportunidad de enviar su propia candidatura para la posición que se ajuste a sus propias ambiciones y a su área geográfica de preferencia.

En Oniverse, buscamos personas que compartan los valores de la compañía, comprometidas con el trabajo y que estén abiertas a retos profesionales.

Durante el proceso de selección el Departamento de Recursos Humanos busca conocimientos, experiencia, aptitudes y capacidades específicas para cubrir determinados puestos de trabajo.

Este procedimiento trata de atraer las solicitudes y seleccionar a las personas más idóneas al puesto de trabajo en base a los requisitos establecidos en la oferta de trabajo que responde a la descripción del puesto y que tiene en cuenta el rol a desarrollar, funciones, requerimientos técnicos, entre otras cuestiones que puedan ser de interés para la empresa. Los elementos que conforman el análisis y descripción de los puestos de trabajo están establecidos en base a la posición y no sobre una persona y/o sexo determinado.

En la descripción y publicación de las ofertas de empleo se utiliza un lenguaje neutro, determinando criterios objetivos que deberán cumplir las personas candidatas.

Los medios y canales de comunicación para ofertarlos son diversos, sin distinguir hombres o mujeres y accesibles para ambos.

Los canales utilizados por la compañía para publicitar puestos de trabajo vacantes son, principalmente a través de la promoción interna, siempre que ello sea posible y, a través de plataformas como Infojobs o LinkedIn. Y en nuestras tiendas físicas a través de códigos QR, megafonía o video wall.

En términos generales, dependiendo del puesto ofertado, llegan más currículums de mujeres. Ello es un reflejo del sector y su historia, a pesar de que Fr. Calzedonia SA en aras a conseguir un nivel de excelencia, apuesta por el talento, independientemente del género.

El procedimiento de selección se realiza bajo el principio de igualdad, valorando méritos y capacidades.

En la selección de la persona a cubrir el puesto ofertado, las entrevistas garantizan la imparcialidad del proceso en cuanto al sexo, centrándose en los requerimientos, capacidad y competencias para el puesto.

Fr. Calzedonia SA realiza las mismas preguntas indistintamente del sexo, evitando preguntas de carácter personal o en relación con la situación familiar de la persona candidata.

Desde el inicio nos preocupamos por la adaptación y formación de los colaboradores, llevando a cabo un seguimiento a través del feedback continuo tanto con el colaborador como con su responsable.

Desde el inicio nos preocupamos por la adaptación y formación de los colaboradores, llevando a cabo un seguimiento a través del feedback continuo tanto con el colaborador como con su responsable.

Con el objetivo de lograr la integración, trabajamos favoreciendo la igualdad de oportunidades, la promoción profesional, permitiendo que el trabajador se prepare para la toma de decisiones y solución de problemas en el día a día, elevando su nivel de satisfacción.

Dos veces al año se realizan encuentros formales entre colaborador y responsable donde se refuerzan las competencias, áreas de mejora y se establecen los objetivos a trabajar durante el siguiente periodo.

El área de Recursos Humanos coordina y apoya los procesos de feedback, realizando un seguimiento de la disponibilidad, ambiciones y evaluaciones de las personas. De esta forma, promovemos y estimulamos el crecimiento interno, permitiendo que nuestros equipos continúen progresando profesionalmente, aportando un entorno de

trabajo seguro, enriquecedor y motivador con condiciones atractivas que nos permita retener el talento y potenciar su compromiso.

El Grupo ofrece oportunidades de promoción Internacional en las diferentes filiales repartidas alrededor del mundo. En 2023 talentos de la filial española han realizado misiones en el extranjero en países como Holanda, Bélgica y México. A su vez, perfiles potenciales han brindado soporte en cuanto a aperturas y formación a filiales como Estados Unidos, Brasil y México.

Consideramos que la remuneración debe reflejar no solo la posición ocupada por el empleado, su experiencia, sino también, y en gran medida, los resultados obtenidos, tanto a nivel personal como a nivel de empresa.

Por este motivo, se han desarrollado sistemas de remuneración e incentivos que recompensan la calidad del trabajo realizado. La base de estos sistemas es el proceso denominado "meritocracia", transversal a las personas, que proporciona una evaluación individual obtenida también a través de dos reuniones formales durante el año entre colaborador y manager. En particular, las personas que trabajan en la oficina central pueden recibir bonificaciones vinculadas tanto al resultado del grupo consolidado (EBITDA) como a los resultados particulares obtenidos durante el año en su actividad. La red comercial tiene la posibilidad de recibir bonificaciones en relación con el logro de los objetivos comerciales, el mantenimiento de los resultados anteriores, o recompensas adicionales en caso de superar el Budget previsto.

Con el fin de conciliar la vida de nuestros equipos, satisfaciendo sus necesidades personales, sociales, económicas y culturales, hemos implementado un plan de bienestar corporativo que nos permite brindar una serie de beneficios y servicios proporcionados en condiciones favorables.

Para el personal de oficinas: posibilidad de realizar un día de teletrabajo a la semana, flexibilidad horaria (entrada y salida, pausa de comida), bolsa de horas anual disponible para asuntos propios, cursos de idiomas fuera del horario laboral, ticket restaurante diarios, seguro médico privado, descuentos en los productos de las marcas del Grupo Calzedonia y posibilidad de asistencia a los eventos organizados por el grupo tanto en España como fuera del país.

Para los perfiles con mando intermedio de la red comercial: comida diaria, seguro médico privado, descuentos en los productos de las marcas del grupo Calzedonia y posibilidad de asistencia a los eventos organizados por el grupo tanto en España como fuera del país.

Para los perfiles de nuestros puntos de venta: en 2023 se lanzó el proyecto People First. Para ello se realizaron diferentes encuentros a lo largo del territorio español donde se reunieron como representantes de los puntos de venta directos a su store manager. En estos encuentros se expusieron los nuevos beneficios sociales y laborales para la mejora de la conciliación de la vida laboral y familiar de nuestro personal de punto de venta:

- Política de fidelidad: abono del importe de una mensualidad a todos aquellos empleados/as que cumplan 10 años en la compañía de servicio efectivo.
- Día de cumpleaños: garantizar por parte de la empresa un día de descanso en el día de cumpleaños de la persona trabajadora.
- Seis sábados libres al año.
- Referral Program: premiar a todas aquellas personas trabajadoras por las recomendaciones o señalizaciones de perfiles con potencial que encajen con los valores y la cultura de la compañía y, además, puedan iniciar su trayectoria profesional en ella.
- Tarjeta descuento: se otorgarán a todas las personas trabajadoras en el momento de la contratación desde el primer día.

Con el fin de continuar avanzando, nuestro grupo sigue trabajando en la renovación de nuestro ya implementado Plan de Igualdad con el objetivo de establecer nuevas acciones integradas en el sistema de igualdad y que sigan favoreciendo a la igualdad y no discriminación en la empresa; y en la implementación de la desconexión digital, a fin de poder garantizar el respeto del tiempo de descanso, permisos y vacaciones, fuera del tiempo de trabajo, así como la intimidad personal y familiar de los trabajadores.

# Empleados a 31 de diciembre en España

**Empleo: número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional; número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.**

## 2023

Empleados por sexo a 31/12/2023	Hombre	108
	Mujer	2.387
	TOTAL	2.495

Empleados por edad a 31/12/2023	Menores de 30 años	1.388
	Entre 30 y 49 años	1.091
	50 años o más	16
	TOTAL	2.495

## 2022

Empleados por Categoría profesional a 31/12/2023	Hombre		Mujer	
Apoderado/a	1	Apoderado/a	2	
Jefe/a Sección	24	Jefe/a Sección	150	
Administrativos/as	14	Administrativos/as	51	
Encargados/as	16	Encargados/as	390	
Dependientes/as	48	Dependientes/as	1.723	
Ayudantes	1	Ayudantes	70	
Personal almacén	3	Personal almacén	0	
Técnico mantenimiento	1	Técnico mantenimiento	1	
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2.387</b>	

Empleados por sexo a 31/12/2022	Hombre	
	Mujer	
	<b>TOTAL</b>	

91

2176

2.267

Empleados por edad a 31/12/2022	Menores de 30 años	
	Entre 30 y 49 años	
	50 años o más	
	<b>TOTAL</b>	

1210

1047

10

2.267

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2023	Hombre		Mujer	
	Contrato indefinido	106	2.221	
	Contrato temporal	2	166	
	<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>2.387</b>	

# Empleados a 31 de diciembre en Andorra:

## 2023

Empleados por Cate goría profesional a 31/12/2022	Hombre		Mujer	
Apoderado/a	1	Apoderado/a	2	
Jefe/a Sección	23	Jefe/a Sección	148	
Administrativos/as	11	Administrativos/as	46	
Encargados/as	15	Encargados/as	382	
Dependientes/as	30	Dependientes/as	1.480	
Ayudantes	5	Ayudantes	118	
Personal almacén	3	Personal almacén	0	
Técnico mantenimiento	3	Técnico mantenimiento	0	
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2.176</b>	

Empleados por sexo a 31/12/2023	Hombre	1
	Mujer	14
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2022		Hombre	Mujer
Contrato indefinido		90	2008
Contrato temporal		1	168
<b>TOTAL</b>		<b>91</b>	<b>2.176</b>

Empleados por edad a 31/12/2023	Menores de 30 años	14
	Entre 30 y 49 años	1
	50 años o más	0
	TOTAL	15

# 2022

Empleados por sexo a 31/12/2023	Hombre	1
	Mujer	21
	TOTAL	22

Empleados por Categoría profesional a 31/12/2023		Hombre		Mujer
	Encargados/as	0	Encargados/as	2
Dependientes/as	1	Dependientes/as	12	
TOTAL	1	TOTAL	14	

Empleados por edad a 31/12/2023	Menores de 30 años	20
	Entre 30 y 49 años	2
	50 años o más	0
	TOTAL	22

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2023		Hombre	Mujer
	Contrato indefinido	0	7
Contrato temporal	1	7	
TOTAL	1	14	

Empleados por Categoría profesional a 31/12/2023		Hombre		Mujer
	Encargados/as	0	Encargados/as	2
Dependientes/as	1	Dependientes/as	19	
TOTAL	1	TOTAL	21	

## Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2022		Hombre	Mujer
	Contrato indefinido	1	14
	Contrato temporal	0	7
	TOTAL	1	21

### 2023

	Por sexo	
	Hombre	Mujer
Contrato indefinido	87,48	1.726,51
Contrato temporal	1,35	66,76
Contrato a tiempo parcial	41,40	1.228,39

	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Contrato Indefinido	858,33	940,55	15,11
Contrato a temporal	52,82	15,01	0,28
Contrato a tiempo parcial	834,04	430,53	5,22

Categorías profesionales	Contrato Indefinido	Contrato a temporal	Contrato a tiempo parcial
Apoderado/a	3	0	0
Jefe/a Sección	182,57	0	2,25
Administrativos/as	62	1,07	7,59
Encargados/as	407,18	5,77	245,06
Dependientes/as	1.153,32	60,95	1.141,18
Personal almacén	3	0,32	0
Jefe Mantenimiento	1	0	0
Técnico Mantenimiento	1,92	0	0,75

## 2022

	Por sexo	
	H	M
Contrato Indefinido	81,83	1421,35
Contrato a temporal	5,62	212,11
Contrato a tiempo parcial	34,87	1014,97

	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Contrato Indefinido	605,31	888,39	9,48
Contrato a temporal	170,53	47,08	0,12
Contrato a tiempo parcial	666,04	380,20	3,60

Categorías profesionales	Contrato Indefinido	Contrato a temporal	Contrato a tiempo parcial
Apoderado/a	3	-	-
Jefe/a Sección	162,06	-	-
Administrativos/as	68,85	0,02	0
Encargados/as	393,57	1,92	130,65
Dependientes/as	869,17	215,62	919,02
Ayudantes	-	-	-
Personal almacén	2,57	0,17	0,17
Jefe de Mantenimiento	1	-	-
Técnico Mantenimiento	2,96	-	-

## Promedio anual de contratos en Andorra 2023

		Por sexo			
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
H	M	H	M	H	M
1	12	3	29	3	20

			Por grupos de edad					
Contrato indefinido			Contrato temporal			Tiempo parcial		
Menores de 30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más	Menores de 30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más	Menores de 30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
11	2	0	24	8	0	12	7	0

		Por categoría profesional			
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
Encargados/ as	Dependientes/ as	Encargados/ as	Dependientes/ as	Encargados/ as	Dependientes/ as
4	41	0	32	0	23

## 2022

		Por sexo			
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
H	M	H	M	H	M
1	8,44	0,10	82,24	0,10	80,56

			Por grupos de edad					
Contrato indefinido			Contrato temporal			Tiempo parcial		
Menores de 30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más	Menores de 30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más	Menores de 30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
7,51	1,93	0	5,30	77,04	0	3,73	76,94	0

Por categoría profesional					
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
Encargados/as	Dependientes/as	Encargados/as	Dependientes/as	Encargados/as	Dependientes/as
2,16	7,28	0	82,34	0	80,66

# Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

## Despidos en España 2023

	Por sexo	
	H	M
Despidos	3	45

Despidos	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
	27	21	0

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	-
Jefe/a Sección	9
Administrativos/as	1
Encargados/as	6
Dependientes/as	32
Personal almacén	-
Jefe Mantenimiento	-
Técnico Mantenimiento	-

## Despidos en España 2022

Despidos	Por sexo	
	H	M
	3	26

Despidos	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
	14	15	-

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	-
Jefe/a Sección	3
Administrativos/as	-
Encargados/as	9
Dependientes/as	17
Ayudantes	-
Personal almacén	-
Técnico Mantenimiento	-

## Despidos en Andorra 2023

Despidos	Por sexo	
	H	M
	1	7

Despidos	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
	5	3	0

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	-
Jefe/a Sección	-
Administrativos/as	-
Encargados/as	1
Dependientes/as	7
Ayudantes	-
Personal almacén	-
Jefe Mantenimiento	-
Técnico Mantenimiento	-

## Despidos en Andorra 2022

Despidos	Por sexo	
	H	M
	0	18

Despidos	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
	16	2	0

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	-
Jefe/a Sección	-
Administrativos/as	-
Encargados/as	-
Dependientes/as	18
Ayudantes	-
Personal almacén	-
Jefe Mantenimiento	-
Técnico Mantenimiento	-

# Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor y brecha salarial

La brecha salarial en FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA Y ANDORRA en 2023 es de **0,24**

## Remuneración media de empleados en España 2023

Promedio total anual 2023	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
	22.873,50	29.797,65	0,23

*Fórmula de Brecha salarial = (Salario promedio de hombres - Salario promedio de mujeres) / Salario promedio de hombres.*

Promedio de retribuciones por edad 2023	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	20.194,07	20.842,25	20.222,59
Entre 30 - 49 años	25.379,11	37.222,11	25.969,30
50 años o más	27.516,62	64.152,65	27.981,75

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional 2023	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Jefe de sección	38.630,54	43.357,69	39.195,25
Administrativos	31.444,29	33.363,59	31.846,90
Encargados	23.419,04	23.243,92	23.411,90
Dependientes	20.193,07	19.422,46	20.173,74
Personal almacén	0	29.127,27	29.127,27
Técnico mantenimiento	18.586,53	37.864,33	30.333,94

\*Salarios tenidos en cuenta son brutos incluido las variables.

\*El 100% de los empleados se rigen por convenios colectivos.

La brecha salarial en FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA Y ANDORRA en 2022 es de **0,30**.

## Remuneración media de empleados en España 2022

Promedio total anual 2022	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	B r e c h a Salarial
	22.094,81	31.746,81	0,30

*Fórmula de Brecha salarial = (Salario promedio de hombres - Salario promedio de mujeres) / Salario promedio de hombres.*

Promedio de retribuciones por edad 2022	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	19.885,51	20.911,13	19.926,46
Entre 30 - 49 años	23.938,64	37.377,74	24.736,39
50 años o más	25.370,36	-	25.370,36

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional 2022	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Jefe de sección	36.852,90	46.599,32	38.296,28
Administrativos	32.920,78	35.050,70	33.346,43
Encargados	29.705,59	21.385,83	29.315,15
Dependientes	19.658,03	19.494,79	19.654,48
Ayudantes	-	-	-
Personal almacén	19.329,71	26.980,66	26.505,97
Técnico mantenimiento	-	33.276,79	33.276,79

## Remuneración media de empleados en Andorra 2023

Promedio salario anual 2023	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio	Brecha Salarial
	23.486,24	22.632,24	23.410,34	-3,77 %

Promedio de retribuciones por edad 2023	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	24.269,84	24.077,30	24.173,57
Entre 30 - 49 años	16.623,84	18.297,45	17.460,65
50 años o más			

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional 2023	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Consejeros*	-	-	-
Directivos*	-	-	-
Encargados/as	27.698,84	0	27.698,84
Dependientes/as	23.030,83	22.632,34	22.831,59

\*En Andorra no hay consejeros ni directivos.

\*En Andorra ningún trabajador se rige por convenio colectivo

## Remuneración media de empleados en Andorra 2022

Promedio total anual 2022	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio	Brecha Salarial
	24.735,43	17.900,48	24.495,60	-38,18 %

Promedio de retribuciones por edad 2022	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	25.329,47	17.939,07	25.178,65
Entre 30 - 49 años	20.661,96	17.861,89	20.311,95
50 años o más	-	-	-

\* Por motivos de confidencialidad, no se presentan los datos de hombres desagregados por edad.

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional 2022	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Consejeros*	-	-	-
Directivos*	-	-	-
Encargados/as	25.319,25	-	25.319,25
Dependientes/as	24.701,74	17.900,48	24.495,60

\*En Andorra no hay consejeros ni directivos.

## Remuneración media de los consejeros y directivos

Promedio total anual	2021	2022	2023
	139.889,71 €	161.112,17 €	172.832,78 €

En Franchising Calzedonia España, S.A. la alta dirección está conformada por 3 consejeros, que conforman el equipo directivo de la compañía. La remuneración de consejeros y directivos hace referencia a las percepciones salariales fijas y variables recibidas por los consejeros y directivos que reciben remuneración por parte de Franchising Calzedonia España, S.A., habiendo un único consejero y directivo hombre que recibe remuneración por parte de Franchising Calzedonia España, S.A. Por ello, y con el fin preservar el carácter estrictamente privado y confidencial de la remuneración del único hombre consejero y directivo en España, no se presenta la información de la remuneración media desagregada por sexo, puesto que esto permitiría deducir, de forma inequívoca, la remuneración concreta de uno de los consejeros y directivos”.

## Empleados con discapacidad 2022 y 2023

En 2022 constaban 2 personas con algún grado de discapacidad superior al 33%. En 2023 constaban 2 personas.

En Andorra, en 2022, constaban 0 personas con algún grado de discapacidad superior al 33%. En 2023 constaban 0 personas.

## Número de horas de absentismo 2023 y 2022

Las horas de absentismo totales en Andorra en el año 2023 han sido 4.085 (1.258,42 en 2022), teniendo en cuenta accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y contingencias comunes. La gran mayoría son procesos de incapacidad temporal derivado de contingencias comunes.

Las horas de absentismo totales en España en el año 2023 han sido 315.375 (274.525 en 2022), teniendo en cuenta accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y contingencias comunes. La gran mayoría son procesos de incapacidad temporal derivado de contingencias comunes. Al tratarse de procesos de incapacidad temporal, la información es especialmente sensible y, esta mercantil desconoce los motivos que han provocado este incremento respecto del año anterior.

La Dirección de Franchising Calzedonia España S.A. consciente de que la Seguridad y la Salud Laboral es implícita a todas las actividades desarrolladas en la compañía, determina el conjunto de actuaciones y responsabilidades precisas para establecer un adecuado nivel de protección de la salud de los/as trabajadores/as frente a los riesgos derivados de las condiciones de trabajo, en el marco de una política de prevención de riesgos coherente, coordinada y eficaz.

Franchising Calzedonia España S.A. concibe la seguridad y salud de sus empleados como intrínseca e inherente a todas las modalidades de trabajo, por lo que la seguridad debe ser asumida en cada una de las actividades realizadas, integrándose en toda la línea de mando.

La política de prevención de la empresa sigue manteniendo los siguientes criterios:

- El elemento humano es la base de la Empresa, por lo cual, su cuidado se constituye como una prioridad.
- Es preciso disponer los medios necesarios y adecuados para combatir de manera activa cada uno de los accidentes e incidentes laborales, incluyendo los accidentes de seguridad vial.
- Las prácticas de prevención encuadradas dentro de la Seguridad, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología Aplicada y Vigilancia de la Salud constituyen una obligación.
- Toda la línea jerárquica se constituye como responsable de ejecutar y fomentar prácticas adecuadas a la prevención y seguridad laboral. El grado de responsabilidad será en función del nivel jerárquico que cada cual ocupe dentro del organigrama de la Empresa

## Política Preventiva de Salud y Seguridad en el Trabajo

- La materialización de un accidente no debe considerarse una cuestión de azar, sino como el resultado de uno o varios condicionantes que deberán ser analizados e investigados para lograr su eliminación o control.
- Toda persona tiene derecho a realizar su actividad laboral libre de todo tipo de acoso, así como de cualquier discriminación, con especial atención, al acoso producido por razón de discapacidad, sexo, orientación sexual, religión, edad, raza u origen étnico. La Empresa velará por que existan tratos correctos, respetuosos y dignos, que respete la intimidad y la integridad física y moral.

La meta que persigue Franchising Calzedonia España S.A. es la de fomentar una auténtica cultura, sentimiento y espíritu de prevención de los riesgos en el trabajo en toda la plantilla, con el fin de asegurar el cumplimiento efectivo y real de las obligaciones preventivas y optimizar las condiciones de trabajo para mantener la integridad y salud de sus trabajadores/as.

Franchising Calzedonia España S.A. adopta todos los medios necesarios para la difusión e implantación de esta política de prevención.

# Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Franchising Calzedonia España S.A, siguiendo su política preventiva, tiene implementado un modelo organizativo de prevención, el cual está constituido por un Servicio de Prevención Propio (SPP) que asume las especialidades de la Seguridad en el trabajo y la Ergonomía y Psicología aplicada, y las dos especialidades restantes de Higiene Industrial y Vigilancia de la Salud, por el Servicio de Prevención Ajeno (SPA).

La empresa, a través del SPP, ha establecido un programa de evaluación y corrección de deficiencias para poder reducir y/o eliminar los riesgos detectados a través de las diferentes intervenciones; las Evaluaciones de Riesgos, los Controles Periódicos, Auditorías, sugerencias o iniciativas del personal y mandos, o bien de las inspecciones internas.

Por cada centro se elabora una planificación de actividades partiendo de la Identificación de peligros y evaluación de riesgos inicial y posterior revisiones, que se complementa con; Incidentes de Trabajo, reuniones trimestrales de CSS, visitas de seguimiento, Inspecciones de trabajo y demás vías de entrada.

El seguimiento de las medidas correctoras o preventivas derivadas de cada una de las actividades se hace a través de la Planificación preventiva de cada centro

Los objetivos marcados en 2023 era seguir con la actualización y puesta al día del parque de Evaluaciones existente, así como dotar de los informes iniciales a las nuevas aperturas que puedan producirse a lo largo del año.

También era verificar mediante inspecciones de seguridad las medidas correctoras/preventivas detalladas en los informes ya realizados para evidenciar la implantación de la medida y la eficacia si es necesario.

Este año 2023 se ha visitado un total de 135 de los puntos de venta activos entre el servicio de prevención propio y el servicio de prevención ajeno (visitas realizadas)

Se han puesto al día las revisiones de las evaluaciones de riesgo (prioridad 1), con un total de 124 Revisiones planificadas. En lo que corresponde a Evaluaciones de Riesgo iniciales, se planificaron un total de 58 Informes por un total de 66 revisiones de las Evaluaciones de Riesgos.

Las visitas restantes han tenido como prioridad las inspecciones de seguridad y la integración de la actividad preventiva comprobando si las medidas de correctoras/preventivas detalladas en las Evaluaciones, se han llevado a cabo.

La ubicación estratégica de nuestros Puntos de Venta nos coloca en la mayoría de los centros comerciales importantes del país, teniendo presencia en más de 120 centros comerciales repartidos por todo el territorio nacional. De estos más de 120 centros comerciales, tenemos todas las marcas representadas, así como personal propio trabajando en estas instalaciones.

La normativa establece la necesidad de la coordinación de actividades cuando 2 o más empresas concurren en el mismo centro de trabajo, por lo que nos aplica realizar la coordinación de actividades (art.24, ley 31/95) con todos los centros comerciales con los que actualmente tengamos relación directa (No Franquicias).

El SPP ha creado una Base de Datos (R BD CAE) para dar alcance a estos centros de trabajo y solicitarles:

- Ficha Información Riesgos Inespecíficos
- Medidas de emergencia

Debido a la gran cantidad de Puntos de Venta y la calidad en imagen y servicio que damos, son necesarias empresas subcontratadas para mantener la limpieza, el clima o el control de plagas, por ejemplo.

Las contrataciones de estas empresas generan una obligación legal de coordinación de actividades al tener personal externo/ajeno en nuestros puntos de venta, siendo responsables directos de los riesgos a los que se exponen al entrar en nuestras tiendas y viceversa (exposición de riesgos hacia nuestro personal derivados de la actividad que ejercen estas empresas).

Para dar cumplimiento al requisito legal, se ha creado una ficha de aceptación que, una vez enviada y recibida firmada, daría al proveedor como homologado, estableciendo unos niveles (1 - 2 - 3 ) en función de la peligrosidad de la actividad.

Se ha podido recibir gran parte de las fichas de aceptación/homologación del 80% de proveedores habituales (en función del listado facilitado por el dpto técnico).

Debido a las características de nuestra plantilla, donde predominan las mujeres, son habituales los embarazos. Por lo que la empresa, a través del SPP, presta especial atención a su seguridad y salud, adaptando el puesto de trabajo, desde el momento en el que se tiene constancia del embarazo, y facilitando un documento informativo (“El Manual de Protección del Embarazo”), el cual incluye información sobre las adaptaciones al puesto de trabajo, los procedimientos relacionados con el embarazo y recomendaciones de salud a nivel laboral y fuera del ámbito del trabajo. Durante la pandemia, se les proporcionó medidas de protección adicional frente al contagio COVID.

Otra medida destinada a promover la seguridad y salud del personal sensible es la entrega de un cinturón especial para embarazadas destinado a aquellas trabajadoras que deben de realizar desplazamientos en coche durante su jornada laboral. Este cinturón permite mejorar la ergonomía y el confort al volante.

Otras acciones que se han llevado a cabo en 2023 para fomentar la cultura preventiva y la seguridad de los trabajadores son:

- Revisión de procedimientos ya implantados en materia de PRL, sobre el desarrollo de la vigilancia de la salud a toda la plantilla.
- Difusión de documentación de PRL genérica a Puntos de Venta a través de los canales de comunicación interna (Shoppy), tales como Protocolo de acoso laboral o procedimiento de actuación en caso de accidentes
- Entrega de documentación y procedimientos de PRL específica de cada Punto de Venta (PAU del centro comercial, Evaluación de Riesgos etc.)
- Difusión de medidas d emergencia standard para Puntos de Venta Directos.

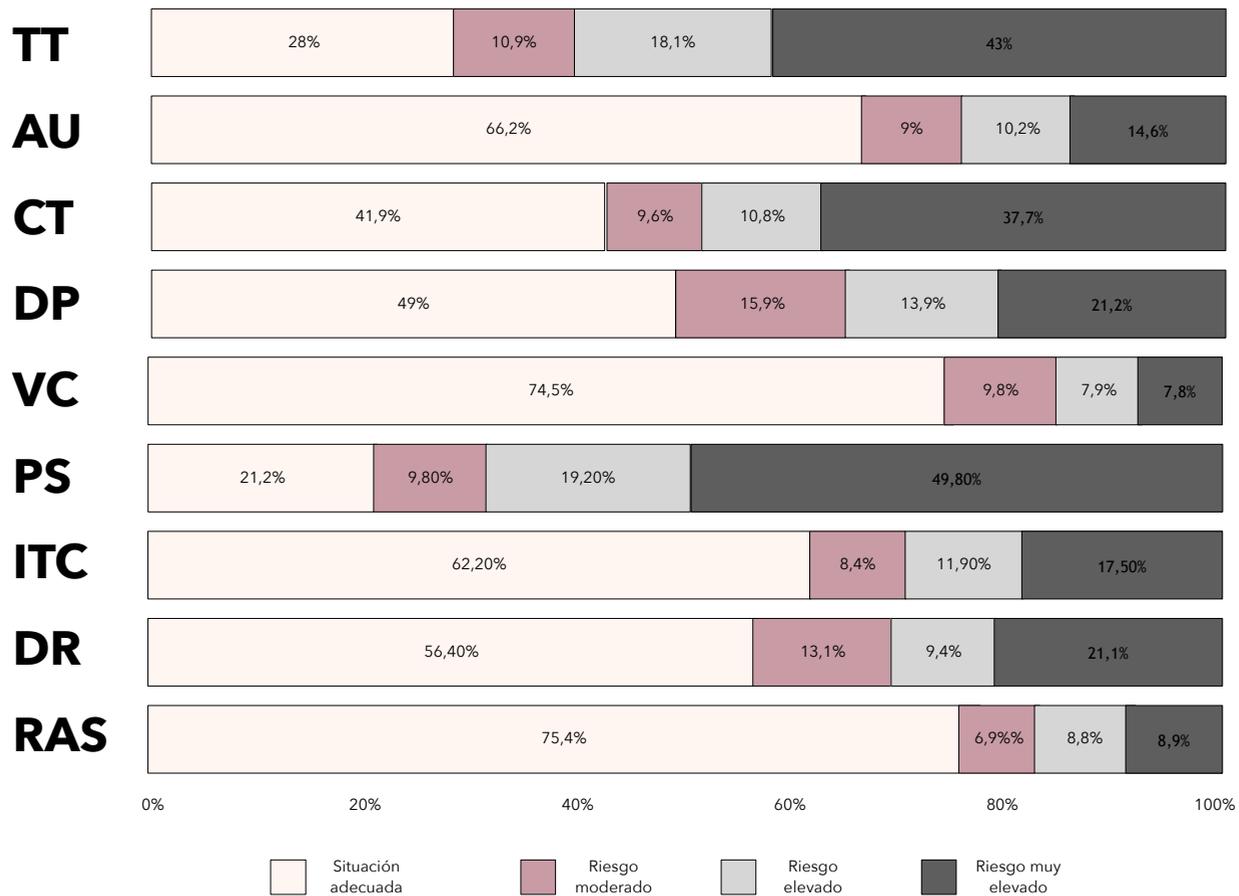
- Comunicación directa con dpto. Técnico y Mantenimiento para el desarrollo de medidas preventivas y correctoras.
- Comunicación directa con dpto. Compras para el aprovisionamiento de elementos, productos y equipos seguros.
- Control de aprovisionamiento y entrega de Equipos de Protección Individual.
- Seguimiento controles periódicos trimestrales de elementos contra incendios/emergencias por empresa especializada.
- Análisis de los incidentes y accidentes, implantación de medidas para subsanar la situación de riesgo de la que pueda derivarse un AT.
- Informes periódicos de siniestralidad. G
- Gestión del requisito legal de consulta y participación con la Representación legal de los trabajadores del territorio a través de reuniones trimestrales con comités de seguridad o comunicación continua con la RLT del punto de venta de referencia.
- Gestión de 70 Prestaciones por Riesgo durante el Embarazo.
- Análisis de los conflictos laborales comunicados y con evidencia documental de gestión. ·
- Análisis del absentismo de la empresa vinculado a aspectos psicosociales

Este año 2023, se ha realizado la revisión de la evaluación de riesgos psicosociales, teniendo como punto de partida la propia evaluación del 2018, adaptada a la realidad actual de la compañía pero intentando mantener la misma estructura de grupos/ factores.

Datos cuantitativos de la evaluación:

- La campaña informativa ha transcurrido entre el 01/05/23 y el 21/05/2023.
- El periodo de cumplimentación de cuestionarios ha ido del 25/05/2023 al 25/06/2023.
- El total de la muestra a estudio ha sido de 2078 personas.
- El total de cuestionarios válidos ha sido de 1299 test.
- El nivel de participación ha sido del 62,5%

Detallados estos datos, se consideran datos representativos y concluyentes al superarse el 60% que exige el propio método.



## Dimensiones desfavorables

Participación / Supervisión, el 49,8% de la plantilla manifiesta un riesgo muy elevado, el 19,2% riesgo elevado, un 9,8% riesgo moderado y, por último, un 21,2% consideran que están en una situación adecuada

Tiempo de trabajo, el 43% de la plantilla manifiesta un riesgo muy elevado, el 18,1% riesgo elevado, un 10,9% riesgo moderado, y por último, el 28% considera que están en situación adecuada.

Carga de Trabajo, el 37,7% manifiesta riesgo muy elevado, el 10,8% riesgo elevado, teniendo a más del 50% en dimensión favorable.

Aún siendo características inherentes al sector comercio/retail, la empresa debe trabajar para seguir mejorando esta percepción de la plantilla.

Aquellas dimensiones que han salido con un valor intermedio como Demandas Psicológicas o Desempeño de Rol, son conceptos que no se pueden perder de vista dado que indica ocultación de emociones o posible conflicto de Rol en algún puesto de trabajo en concreto.

Una vez informados las principales partes interesadas de los resultados de la Evaluación Psicosocial (CDA, RLT's, CSS, etc...), el grupo de trabajo difunde los resultados a nivel nacional para que el personal que compone la empresa sea conocedor de los resultados obtenidos y de los siguientes pasos a seguir.

Por último, el análisis cualitativo por parte del equipo de trabajo se ha realizado durante los meses de Septiembre- Noviembre, con un total de 3 reuniones para analizar

las causas u orígenes de los resultados así como la planificación de las medidas necesarias para mejorar los datos obtenidos.

Entre otras medidas, se ha acordado:

- Mejorar la desconexión digital promoviendo un sistema de gestión alrededor
- Revisar y difundir el nuevo protocolo de acoso integral
- Gestión del tiempo para potenciar la conciliación de la vida laboral con la familiar
- Formación en capacitación de liderazgo a los mandos intermedios de la empresa
- Potenciar el código de conducta y publicitarlo
- Continuar con las formaciones de conflictos y Acoso laboral a la figura de STORE MANAGER.
- Reforzar el protocolo de Bienvenida para las nuevas incorporaciones
- ...

## Accidentes de trabajo (AT) y enfermedades profesionales (EF)

A continuación, se presentan los datos e índices de siniestralidad registrados en España en 2022 y 2023.

	CON BAJA				SIN BAJA			
	2022		2023		2022		2023	
	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre
In itinere	26	2	19	0	0	0	2	1
Lugar de trabajo	25	3	34	0	34	1	35	2
Enfermedad Profesional	0	0	0	0	0	0	0	0

¿Cómo se calcula el índice de frecuencia de accidentes?

$$\text{Índice de Frecuencia} = \frac{\text{Nº de Accidentes}}{\text{Nº de horas Trabajadas}} \times 10^6$$

¿Cómo se calcula el índice de Gravedad?

$$\text{Índice de Gravedad} = \frac{\text{Nº de días de Baja}}{\text{Nº de horas Trabajadas}} \times 10^3$$

Índice de frecuencia de accidentes			
2022		2023	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
<b>10,52</b>	<b>23,83</b>	<b>12,39</b>	<b>0</b>

Índice de gravedad de accidentes			
2022		2023	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
<b>0,33</b>	<b>0,97</b>	<b>0,39</b>	<b>0</b>

\* El número de accidentes, empleado para el cálculo de los índices, incluyen accidentes de trabajo con baja desarrollados en los centros de trabajo, pero quedan excluidos los accidentes in itinere, siguiendo las recomendaciones del INSST (Instituto Nacional de la Seguridad y la Salud en el Trabajo).

\* El número de horas trabajadas que se ha tenido en cuenta alcanza 2.878.035,00 horas (2.501.227 horas en 2022) de las cuales son 135.704,50 horas hombres y 2.742.330,50 horas mujeres.

A continuación, se presentan datos e índices de siniestralidad registrados en Andorra en 2022 y 2023.

	AT CON BAJA				AT SIN BAJA			
	2022		2023		2022		2023	
	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre
In itinere	0	0	2	0	0	0	0	0
Centro de trabajo	0	0	2	0	0	0	0	0
Enfermedad Profesional	0	0	0	0	0	0	0	0

Índice de frecuencia de accidentes			
2022		2023	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
0	0	86,56	0

Índice de gravedad de accidentes			
2022		2023	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
0	0	1,03	0

*\*El número de horas trabajadas que se ha tenido en cuenta alcanza 25.058 horas de las cuales son 1.953 horas hombres y 23.105 horas mujeres.*

Franchising Calzedonia España S.A. no tiene convenio colectivo propio, por lo que se rige por los convenios del comercio textil al por menor provinciales. Desde el Servicio de Prevención Propio se garantiza el cumplimiento de los distintos convenios en materia de seguridad y salud, principalmente en relación con la periodicidad de la vigilancia de la salud y las pruebas diagnósticas que se realizan en los mismos.

## Igualdad de oportunidades

Franchising Calzedonia España S.A. está conformada mayoritariamente por mujeres, además, cumpliendo con las exigencias legales, ha elaborado un Plan de Igualdad, que tiene por objeto la mejora de la gestión de la empresa en relación con la aplicación del principio de igualdad. Los resultados, por tanto, benefician tanto a mujeres como a hombres y, fundamentalmente, mejora la productividad y competitividad de la empresa.

Las medidas previstas en el plan de igualdad están divididas en tres líneas de actuación diferentes:

La línea 1. Dotar de los recursos necesarios, tanto humanos como materiales para garantizar el desarrollo efectivo del Plan de Igualdad, contando con recursos tanto internos como externos.

Línea 2. Desarrollar una política de personal orientada a promover la presencia y la participación igualitaria de mujeres y hombres en la organización.

Línea 3. Promover una cultura que facilite la conciliación de la vida familiar, personal y profesional.

Durante el ejercicio de 2023, las acciones que se han llevado a cabo son:

- Acciones de comunicación para dar a conocer el Protocolo para la prevención y tratamiento de acoso laboral, sexual, por razón de sexo y/o moral y su funcionamiento.
- Registro de denuncias/ presunciones de situaciones de acoso a fin de conocer las situaciones que se producen en la empresa.
- Revisión del Protocolo para la prevención y tratamiento de acoso laboral, sexual, por razón de sexo y/o moral.
- Reforzar el protocolo de gestión de conflictos
- Formación en Riesgos Psicosociales para todo el personal de Franchising Calzedonia España S.A.
- Inclusión de criterios de igualdad en procesos de selección.
- Actualización "Manual de Protección del Embarazo" como recurso de acompañamiento a las mujeres embarazadas.

Integrados en la política de igualdad se llevan a cabo en, fechas señaladas, campañas, acciones y actividades que dan visibilidad al compromiso de nuestra organización con la igualdad de oportunidades y en repulsa de la violencia de género.

## **Protocolos contra el acoso laboral, sexual y por razón de sexo**

En Franchising Calzedonia España S.A. dispone de un protocolo para la prevención y el tratamiento del acoso laboral, sexual, por razón de sexo y/o moral, con el objetivo de establecer un procedimiento de actuación a seguir cuando se lleven a cabo conductas que puedan suponer situaciones de acoso laboral, sexual, por razón de sexo y/o moral, en el ámbito de la organización y dirección de la empresa.

Cualquier persona que forme parte del Franchising Calzedonia España S.A. y considere que está siendo objeto de algún comportamiento no deseado, dispone de un buzón electrónico de denuncia interna a través del cual se activa el protocolo de prevención de cualquier tipo de acoso ocurrido en ámbito laboral.

No se han desarrollado casos de denuncia por casos de vulneración de derechos humanos, ni en 2022 ni en 2023. A pesar de ello la compañía pone a disposición de los trabajadores y trabajadoras canales de denuncia que evidencian, en la mayoría de las ocasiones, conflictos interpersonales.

En estos casos, el protocolo de prevención del acoso en el ámbito laboral se convierte en una vía de entrada para la resolución de conflictos, permitiendo reconducir situaciones inadecuadas, así como favorecer el liderazgo y la gestión de las personas de forma satisfactoria.

Con el fin de sensibilizar y concienciar a todo el personal del Franchising Calzedonia España S.A. de que estas conductas de acoso son inaceptables este protocolo se da a conocer a través de las vías internas disponibles de

a la información, con la participación de las personas representantes de los trabajadores/as y mediante las formaciones de prevención de riesgos laborales.

## **Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país**

Franchising Calzedonia España, S.A. no tiene convenio colectivo propio, por lo que se rige por los convenios del comercio textil al por menor provinciales. El 100% de los empleados están cubiertos por los diferentes convenios colectivos de aplicación en cada una de las provincias donde existen centros de trabajo.

## **El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de salud y de la seguridad del trabajo**

Desde el Servicio de Prevención Propio se garantiza el cumplimiento de los distintos convenios en materia de seguridad y salud, principalmente en relación con la periodicidad de la vigilancia de la salud y las pruebas diagnósticas que se realizan en los mismos.

## **Formación: las políticas implementadas en el campo de la formación; la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales**

El Servicio de Prevención colabora con el Dpto. de Recursos Humanos y el Dpto. de Formación para programar las acciones de información, la formación del personal, diseñar los contenidos del curso y los destinatarios de la información y la formación de prevención de riesgos laborales.

El Servicio de Prevención, se encarga de garantizar que el personal de nueva incorporación recibe información y una formación sobre los riesgos y las medidas preventivas a tener en cuenta en su puesto de trabajo.

La normalización del uso de la plataforma CALZACADMEY durante todo el año 2023 ha potenciado las formaciones.

Este año, por parte del Servicio de Prevención Ajeno, no se han llevado a cabo formaciones en punto de venta de manera regular al disponer de la plataforma CALZACADEMY actualizada.

Durante este 2023, se han podido diseñar/realizar estas formaciones:

Formación Obligatoria en PRL: Riesgos y medidas preventivas del puesto de trabajo vinculado a Punto de Venta y Fuerza de Ventas (Formación reglamentaria inicial)

FORMACIÓN ART.19 PDV			
AÑO	ASISTENTES	MINUTOS	HORAS
2022	1.942	76.025,65	1.267,09
2023	1071	39.725,86	662,10

Esta disminución de asistentes es debido a que gran parte de la plantilla se formó en 2022, y gran parte de las formaciones realizadas en 2023 del art.19 en punto de venta son nuevas incorporaciones.

Formación Obligatoria en PRL (SEDE): Riesgos y medidas preventivas del puesto de trabajo vinculado a SEDE (Formación reglamentaria inicial)

FORMACIÓN ART.19 SEDE			
AÑO	ASISTENTES	MINUTOS	HORAS
2022	0	0,00	0,00
2023	84	1724,67	28,74

Este incremento es debido a que la formación del art.19 para SEDE se diseñó y colgó en la plataforma en el 2023.

Formación en medidas de emergencia: Riesgos y medidas preventivas de situaciones de emergencia. Conceptos básicos de primeros auxilios y teoría sobre la composición y extinción del fuego

FORMACIÓN MEDIDAS DE EMERGENCIA			
AÑO	ASISTENTES	MINUTOS	HORAS
2022	0	0,00	0,00
2023	417	4631,53	77,19

Este incremento es debido a que la formación en Medidas de Emergencia se diseñó y colgó en la plataforma en el 2023.

Formación personal accidentado 2022: Formación exclusiva para el personal que ha podido tener algún accidente durante el año anterior. Tiene el objetivo de evitar que se vuelva a producir

FORMACIÓN PERSONAL ACCIDENTADO			
AÑO	ASISTENTES	MINUTOS	HORAS
2022	19	196	3,26
2023	75	635,5	10,59

Formación en riesgos psicosociales: Formación orientada a detectar posibles situaciones desfavorables en punto de venta y a identificar casos susceptibles de ser conflictos o acoso.

FORMACIÓN RIESGOS PSICOSOCIALES			
AÑO	ASISTENTES	MINUTOS	HORAS
2022	598	6776,74	112,95
2023	1313	13.645,72	227,43

La formación de Riesgos Psicosociales se colgó en la plataforma a finales de 2022. El incremento es debido a que en 2023 ha estado activa durante todo el año

También, se llevó a cabo una formación a nivel nacional para las figuras de STORE MANAGER en referencia a la gestión de conflictos y situaciones de acoso laboral.

Se formó a más de 100 STORE MANAGER de toda España, con sesiones presenciales en las principales capitales:

- SEVILLA
- MALAGA
- MADRID
- BARCELONA
- VALENCIA
- BILBAO

El Servicio de Prevención también lleva a cabo Campañas Informativas y de Sensibilización para potenciar una cultura preventiva en la empresa y concienciar al personal sobre su participación en las condiciones de seguridad de su centro de trabajo. Campañas relacionadas con la igualdad de género, alimentación saludable

Las horas de Formación impartidas en Andorra ha sido las siguientes:

TÍTULO DE CURSO	PARTICIPANTES	TIEMPO EFECTIVO
PREVENCIÓN RIESGOS EN EL PUESTO DE TRABAJO SPA (30')	8 participantes	40 h
FORMACIÓN TNB (Técnico de Nivel Básico)	2 participantes	50 h
TOTAL	10 participantes	90 h

En 2022 se realizaron un total de 109h de formación derivadas de las necesidades formativas, hecho que indica una menor rotación de personal en los 3 puntos de venta.

## Formación puntos de venta y red comercial

La formación, como base de la capacitación técnica y del desarrollo de las *soft skills*, es uno de los pilares del GRUPO CALZEDONIA. Mediante la creación de un planning formativo anual con revisiones cuatrimestrales, queremos situar a todos los empleados en la zona de aprendizaje, para mantenernos en continuo crecimiento y desarrollo. El vínculo con nuestros clientes es parte esencial de nuestro día a día, por eso aspiramos a la excelencia en el conocimiento del producto y en la atención al cliente.

El plan formativo de este año se ha centrado en afianzar los conocimientos técnicos relativos a cada rol, sin dejar de lado el desarrollo de las competencias transversales (eje central del estilo de liderazgo dentro del grupo ONIVERSE).

Se han realizado cursos de producto, de venta y de operatividades básicas de tienda. Sin olvidar los cursos enfocados a managers basados en la comunicación, el plan de acción y el autoconocimiento como ejes de un liderazgo influyente, positivo y de calado psicoemocional.

Durante 2023, hemos solidificado las bases y los procedimientos de uso de nuestro LMS (C.People). Cada empleado de Grupo Calzedonia perteneciente a los puntos de venta o a Sales Force tiene su propio usuario del portal y con él tiene acceso al módulo de formación del mismo. En él, además de encontrar cursos, formaciones y otro contenido de interés asignado a su categoría y rol, tiene acceso a innumerables cursos y formaciones disponibles que contribuyen de manera directa a su desarrollo.

Una vez consolidado el equilibrio entre la formación online y la presencial, hemos desarrollado herramientas prácticas que permiten aprender desde el punto de venta, manteniendo un seguimiento de cada perfil y asegurando su desarrollo (checklist de incorporación, gamificaciones sobre el contenido base, vídeos explicativos...).

De cara al 2024, se prevé ampliar el impacto formativo creando una iniciativa de WELCOME ON BOARD a todos los perfiles que se incorporen a nuestros puntos de venta con la finalidad de crear un mayor engagement y reducir el turnover.

También extenderemos nuestra propuesta formativa al colectivo de Head Quarters, generando contenidos adaptados a los distintos roles e implementando también formaciones transversales de interés común y motivador.

Con todas estas iniciativas, damos pasos adelante hacia una formación actual, dinámica e interactiva y de mayor alcance.

	Número de horas de formación específica actividad empresa 2022	Número de horas de formación específica actividad empresa 2023
Jefes Sección	13.835	14.260
Encargados	19.140	12.476
Dependientes	8.465	7.397
TOTAL	41.440	34.133

## Acceso universal de las personas con discapacidad

Las oficinas centrales de Franchising Calzedonia España, S.A. se encuentran en la actualidad adaptadas a personas con movilidad reducida.

Las obras de adecuación y mejora que la empresa viene realizando durante los últimos años en nuestros puntos de venta cumplen con la normativa de accesibilidad vigente.

## Subcontratación, proveedores y Derechos Humanos

### Política de subcontratación y relación con proveedores

Franchising Calzedonia España, S.A. tiene como actividad la distribución en el sector retail de los productos proporcionados exclusivamente por el Grupo, siendo nuestro principal proveedor Calzedonia S.p.A. en Italia. La empresa española no realiza el diseño ni la fabricación de los productos que se distribuyen en el mercado.

No obstante, se indica a continuación el proceso de producción de las mercaderías que realiza el Grupo.

Los proveedores de materia prima suministran principalmente tejidos, hilados, accesorios (elásticos, botones, cremalleras, etc.). Los tejidos proceden principalmente de Italia, China, Serbia y Sri Lanka. El Grupo, en general, está orientado a empresas punteras del sector de referencia, con las principales certificaciones de calidad en tejido y tintorería, así como certificaciones medioambientales, ya que el tema de la sostenibilidad ha sido durante mucho tiempo uno de los aspectos cruciales de la producción y teñido de tejidos.

La cuidadosa selección de proveedores se realiza cumpliendo requisitos específicos, tales como:

- Las Especificaciones Técnicas de Conformidad, que contienen los requisitos que Oniverse exige tanto de naturaleza mecánica, química y física y normalmente se elabora de acuerdo con la legislación más restrictiva entre las vigentes en los países en los que opera el Grupo;
- Código Ético del Grupo, las empresas proveedoras están generalmente obligadas a aprobar expresamente el Código Ético, mediante el cual se comprometen a velar por el cumplimiento de los principios y normas contenidos en el mismo. El Código, además de recordar la necesidad de cumplir con las leyes y reglamentos vigentes, describe las normas relativas a las áreas relacionadas con las personas, el medio ambiente, la transparencia, inspirándose en las disposiciones reglamentarias internacionales pertinentes, como los convenios de la OIT, y prestando especial atención a respeto de los Derechos Humanos en virtud de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos, así como otras mejores prácticas de la industria. El Grupo se ha fijado el objetivo de extender la obligación de aceptación del Código Ético como condición previa para trabajar con Oniverse a todos los proveedores.

Tras la elección de la colección y la definición de volúmenes, la oficina de Logística y Compras procede a la definición de la compra de los materiales definidos en la fase de desarrollo.

Por tanto, el suministro de la obra se encomienda a las plantas de producción del Grupo Oniverse.

Los proveedores de productos terminados se seleccionan solo después de la verificación por parte de la oficina de investigación y desarrollo de materiales de Oniverse del estado de las plantas de producción, que también son monitoreadas durante la producción a través de inspecciones en línea.

En particular, la oficina de Investigación y Desarrollo de Materiales acuerda una visita de investigación con el nuevo posible proveedor para evaluar su confiabilidad, capacidad de producción y requisitos técnicos. Solo si la retroalimentación es positiva, se le pedirá al proveedor que acepte nuestras Especificaciones Técnicas de Conformidad, el Código de Ética y los procedimientos operativos. En esta fase cognitiva, los proveedores también proporcionan pruebas y certificaciones de su producción responsable y rastreada.

El seguimiento de proveedores es un proceso continuo que prevé un diálogo constante con ellos también para verificar periódicamente el cumplimiento del Código de Ética en toda la cadena de suministro. Actualmente tratamos de visitar proveedores con los que desarrollamos volúmenes más importantes o proyectos particulares.

Si bien las visitas a las plantas de los proveedores son frecuentes dentro de los términos indicados anteriormente, hasta el momento no se ha puesto en marcha un proceso estructurado de auditoría de sostenibilidad en nuestros proveedores. Creemos que debemos actuar partiendo de una fase de sensibilización y comunicación de los valores que el Grupo Oniverse considera imprescindibles, comenzando por nuestros proveedores y subcontratistas ubicados en países del Lejano Oriente. El deseo del Grupo de establecer relaciones de cooperación a largo plazo se ve confirmado por este proceso de involucrar a los proveedores en temas de sostenibilidad, que tiene como objetivo difundir la importancia de crear entornos productivos sostenibles, velando por la protección del medio ambiente y la salud y seguridad en el lugar de trabajo, así como el cumplimiento de las normas y requisitos establecidos por las normativas locales e internacionales aplicables.

La gran parte de la cadena de suministro de Oniverse está formada por compañías que pertenecen al Grupo, cuya administración es de exclusiva responsabilidad del Grupo. Aunque el Grupo es consciente de los márgenes de mejora, está orgulloso de los resultados alcanzados diariamente en términos sociales, ambientales y de producción.

El proceso de compra en un grupo que produce bienes de consumo y quiere reducir los costes para el cliente final tiene varias complicaciones: es necesario encontrar materias primas y productos que satisfagan las demandas y los gustos de los consumidores; es necesario que estos materiales y estos productos, además de atractivos, sean seguros para el usuario; necesitan tener costes razonables y sostenibles para el modelo de negocio; y finalmente, deben ser producidos en condiciones respetuosas y sostenibles. Los proveedores de materiales no esenciales suministran principalmente mobiliario y sistemas de iluminación para las tiendas del Grupo.

El camino por recorrer no siempre es fácil, como lo muestra una serie de sucesos acaecidos que han afectado a otros grupos de gran importancia, y es importante verificar en su totalidad todo el proceso de la cadena de producción. No siempre es posible tener la certeza de que las cosas se hacen de la mejor manera, por esta razón el compromiso de todos es necesario para que, los actores del mercado y la cadena de producción y distribución emprendan un viaje de mejora gradual y continua. El Grupo ha iniciado este viaje y tiene la intención de seguirlo con determinación y claridad.

En línea con los principios anteriores, a partir de 2021, comenzamos a rastrear las políticas de sostenibilidad implementadas por nuestros proveedores. Estos datos representan un primer paso hacia la creación de un proceso de evaluación no basado únicamente en el rendimiento operativo.

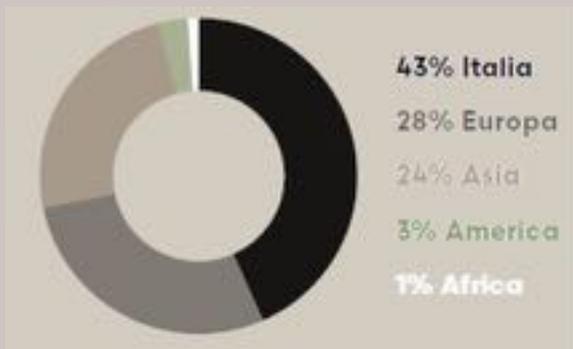
La información recogida está disponible en una sección específica de nuestro sitio web corporativo ( accediendo a través de este link

<https://www.calzedoniagroup.com/en/world-in-progress/supply-chain/responsible-management?uuid=bb1c3202-e89c-4f22-a285-18355076cd57> )

o en el *Open Apparel Registry*.

En la medida de lo posible, el Grupo opta por la contratación de proveedores locales en los distintos contextos en los que trabaja, con el fin de beneficiarse de las ventajas logísticas, generar ingresos y crear oportunidades de empleo en las comunidades en las que trabaja.

El Grupo Oniverse reparte su volumen de negocio de compras a los proveedores de los distintos países en los que opera, también con el fin de evitar cualquier dependencia de las compras que pudiera constituir un riesgo empresarial. Los principales proveedores del Grupo se encuentran en Italia, Europa y Asia, según las principales áreas de interés comercial operativo, como se muestra en el gráfico siguiente relativo al 2023:



El año 2021 también marcó el inicio del proyecto de gestión de la cadena de suministro sostenible, por el que el Grupo se fijó el ambicioso objetivo de evaluar a los actores de su cadena desde el punto de vista de la sostenibilidad y animarlos a la transición hacia una mejora continua de los impactos sociales y medioambientales. Por ello, hemos empezado a recabar información de nuestros proveedores sobre sus políticas sociales y medioambientales, insertando nuevas variables en el diálogo con ellos. Este esfuerzo aún no se ha convertido en un factor discriminatorio en la elección de la colaboración, pero cada vez es más importante para las futuras relaciones comerciales.

En 2022, el compromiso del Grupo creció aún más con el lanzamiento de un gran proyecto de mapeo, evaluación y auditoría de proveedores en toda la cadena de suministro. La calidad de los proveedores se evaluó en referencia a las principales áreas de criticidad en términos de ética laboral y cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales.

Durante 2023, esta verificación se realizó para el 4% de los nuevos proveedores. El Grupo, con el fin de mantener asociaciones respetuosas, tiene mucho cuidado en respetar los pedidos de suministro y las condiciones contractuales. Con respecto a los pedidos de suministro de 2023, el 25% se pagó en un plazo de 30 días del pedido, el 42% en 60 días, el 74% en 90 días, el 97% en 120 días y sólo el 3% entre 120 y 150 días.

Con el objetivo de difundir nuestros ideales y sensibilizar a todos los proveedores que componen nuestra cadena de suministro sobre cuestiones sociales y medioambientales, durante 2023, emprendimos un proceso de evaluación ESG de la cadena de suministro.

Tras la evaluación de las respuestas y después de un cuidadoso análisis sobre el riesgo de las operaciones del proveedor y el país en el que opera, el Grupo se reserva el derecho de organizar auditorías físicas con la finalidad de verificar directamente in situ el cumplimiento de las normas exigidas, así como la veracidad de lo declarado en el SAQ.

El objetivo de este proyecto es evaluar y limitar en la medida de lo posible los impactos que nuestra actividad pueda tener en las comunidades y sociedades en las que opera y en el entorno que las rodea.

El proyecto se inició en 2023 y en el primer trimestre evaluamos a proveedores correspondientes al 15% del valor comprado. Los objetivos de mapeo de nuestra cadena de suministro consisten en evaluar mediante auditorías:

- de aquí a 2027, el 50% de la cadena de producción del Grupo;
- de aquí a 2030, el 70% de la cadena de producción del Grupo.

Queremos animar a todos los que trabajan con nosotros a mejorar e invertir en un futuro común que adopte filosofías de colaboración en armonía con las personas y el medio ambiente

Desde Franchising Calzedonia España, S.A no se realizan auditorías a proveedores ya que el único proveedor es el mismo Grupo Oniverse.

En cumplimiento de nuestra misión de transparencia y sostenibilidad, hemos desarrollado el proyecto Pasaporte Digital de Productos. El objetivo de esta iniciativa es proporcionar a nuestros clientes un acceso inmediato y completo a información clave sobre cada artículo de nuestra colección.

Para garantizar un acceso fácil e inmediato a la información contenida en el Pasaporte Digital de Productos, hemos adoptado un sistema sencillo e intuitivo. Cada artículo de nuestra colección está equipado con un código QR que permite a los clientes acceder directamente al pasaporte digital a través del smartphone o mediante un enlace especial en la sección «Trazabilidad» de cada una de las páginas web de las marcas Calzedonia, Intimissimi, Tezenis y Falconeri.

## Compromiso de la empresa con los derechos humanos y con el desarrollo sostenible

El Grupo Oniverse opera consciente de que la cadena de suministro en el sector textil y de la confección presenta riesgos relacionados con la falta de visibilidad de toda la cadena de suministro. Por ello, es necesario el compromiso de todos los actores de la cadena de producción y distribución por un camino responsable de cooperación orientado a crear un modelo de negocio sostenible a largo plazo.

La gran mayoría de los productos distribuidos por Franchising Calzedonia España, S.A. son producidos en las fábricas de propiedad del que hoy producen el 76% de los bienes que se ofrecen en las tiendas con un control casi total de la cadena de suministro.

Este enfoque ha permitido mantener constantemente un detallado, minucioso y escrupuloso control sobre las condiciones de trabajo dentro de las instalaciones de producción y sobre el modo en que éstas actúan según el entorno en el cual se encuentran.

Durante 2023, Oniverse produjo 370 millones de prendas. De ellas, el 31,7% fueron producidas para Calzedonia, el 30% para Intimissimi, 37,6% para Tezenis, 0,52% para Falconeri, 0,03% para por Atelier Emè y un porcentaje muy pequeño para la marca Antonio Marras (debido tanto al tipo de producción como a la muy reciente adquisición).

Hasta la fecha, la producción internalizada proporciona aproximadamente

Gran parte de la cadena de suministro de Oniverse está formada por empresas pertenecientes al Grupo cuya gestión es de nuestra exclusiva responsabilidad. Las fábricas del Grupo se encuentran en Italia (Avio, Brentino Belluno, Biella, Castiglione delle Stiviere, Castel, Goffredo, Gissi, Grole), Croacia, Serbia, Bulgaria, Bosnia, Sri Lanka, Etiopía y Túnez.

Para el Grupo Oniverse, producción significa estándares de construcción y producción alineados con los requisitos italianos y europeos para todas las plantas, independientemente de su ubicación. Siempre tratamos de proporcionar a nuestras fábricas con las mejores tecnologías disponibles para asegurar condiciones de trabajo óptimas para nuestros empleados, eligiendo las máquinas y sistemas más avanzados que permitan minimizar el trabajo manual y repetitivo, cumpliendo con los más altos estándares de salud y la seguridad.

Si bien somos conscientes de nuestros márgenes de mejora, estamos orgullosos de las metas alcanzadas a diario como parte del camino del desarrollo sostenible que hemos emprendido. El empoderamiento de la mujer en la comunidad de referencia, la eficiencia energética de las plantas y la puesta en común de un modelo industrial que limita el desperdicio y promueve el respeto son ejemplos concretos de nuestras acciones de responsabilidad social.

También está en marcha un programa de seguimiento y estudio de posibles mejoras en referencia al mantenimiento y actualización de los procedimientos de seguridad de algunas de nuestras fábricas, para adecuar nuestro negocio a las mejores prácticas del sector.

Con el fin de prevenir y mitigar los riesgos de carácter físico, químico o mecánico y asegurar el cumplimiento de las Especificaciones Técnicas de Conformidad, se prueban todos los parámetros técnicos como la estabilidad de los tejidos, la tenacidad, la suavidad y el conteo de los hilos, la solidez color, así como evaluaciones con pruebas cualitativas como la reacción al sudor.

En particular, se reciben muestras representativas de los proveedores antes del envío. Estas muestras se examinan en el laboratorio ubicado en la sede del Grupo y en las plantas de producción. Para llevar a cabo los análisis más complejos, en los que se requieren instrumentos especiales, se utilizan laboratorios externos certificados (por ejemplo, pruebas estándar requeridas por la norma GB 18401, pruebas de inflamabilidad requeridas para la ropa según las normas 16 CFR 1610 y ASTM D1230, etc.).

Los informes de prueba publicados se catalogan para su posterior análisis con vistas a futuras mejoras y se mantienen disponibles. Esto puede suceder en casos de disputa sobre el producto terminado.

Las pruebas pueden realizarse, según corresponda, sobre las materias primas indicadas como muestras y / o avances y repetirse posteriormente en la fase de producción. Además, durante la producción se realizan controles de calidad y procesos para monitorear el desempeño de las operaciones, que además de optimizar los recursos, tienen como objetivo disminuir la segunda elección y por ende el desperdicio de material.

Siempre que se utilizan tejidos y / o hilos nuevos, se realizan todas las pruebas de laboratorio (por ejemplo, solidez, estabilidad, etc.) y, en función de la criticidad de la composición de la prenda y / o el tipo de material utilizado, se envían muestras para pruebas de laboratorio adicionales, como pruebas de composición e inflamabilidad.

Las pruebas se solicitan en la fase de muestreo y, a veces, se vuelven a realizar en producción. Todos los hilos, tejidos y accesorios entrantes se prueban normalmente durante todo el año.

La selección de los productos a ensayar con respecto a los posibles efectos en la salud y seguridad de los clientes se realiza teniendo en cuenta la criticidad de los materiales y accesorios que componen los artículos, así como la categoría de edad a la que están destinados.

Los informes de no conformidad realizados por nuestros clientes son de la Oficina de Atención al Cliente. En estos casos, el artículo se retira y se envía a uno de los laboratorios equipados para verificar la presencia de sustancias alergénicas que excedan los límites permitidos y que puedan irritar la piel.

La selección de los productos que deben someterse a ensayo con respecto a sus posibles efectos sobre la salud y la seguridad de los clientes se realiza teniendo en cuenta la criticidad de los materiales y accesorios que componen los artículos así como la categoría de edad a la que van destinados. Durante 2023 se realizaron 2.530 pruebas en laboratorios externos certificados sobre diferentes tipos de productos, de los cuales el 83% eran artículos para adultos y el 17% artículos infantiles. El Grupo no dispone actualmente de las herramientas para realizar las pruebas internamente, a excepción de la solidez del color.

Durante 2023, no hubo ningún caso de incumplimiento relacionados con la salud y la seguridad. Sin embargo, recibimos 307 informes de clientes sobre reacciones alérgicas o abrasiones en la piel; en ninguno de los casos en los que se analizaron no había pruebas de elementos capaces de desencadenar problemas de alergia cutánea.

El Grupo Oniverse se dedica constantemente a la investigación y el desarrollo de colecciones de moda. Todo el proceso de diseño de las colecciones se lleva a cabo dentro de la Compañía. La elección de materiales se define durante las fases de desarrollo de la colección por las oficinas de estilo y producto sobre la base de consideraciones estilísticas y cualitativas, estrategias de costes y capacidad de producción.

El Grupo, también en respuesta a las necesidades de los consumidores, avanza hacia la selección y el uso de tejidos más naturales que provienen de cadenas de suministro sostenibles. Por este motivo, las materias primas se seleccionan cuidadosamente, prefiriendo, en la medida de lo posible, aquellas de menor impacto ambiental.

El "Fashion Pact" es una coalición que, a partir de 2019, pretende reunir a las grandes empresas de la moda y el textil con el objetivo de reducir el impacto negativo de la industria en el medio ambiente. Ha identificado tres macroáreas hacia las que dirigir sus esfuerzos: frenar el calentamiento global, restaurar la biodiversidad y la protección de los océanos. Con respecto a cada una de ellas, se han fijado objetivos cuantificables y ambiciosos. Hasta la fecha, el Fashion Pact reúne a más de 200 marcas que representan un tercio de los volúmenes de toda la industria de la moda, acelerando los esfuerzos de empresas individuales mediante el intercambio de mejores prácticas.

Durante el 2022, el Grupo adoptó las siguientes soluciones: Sustitución de las bolsas de calcetería y ropa de plástico por alternativas más respetuosas con el medio ambiente, eliminación del film de polipropileno mediante la introducción del nuevo embalaje 100% papel en las medias Premium Collection, el uso extensivo de papel FSC en etiquetas, bases de papel y cartón, eliminación total del film térmico en los almacenes Ducal y Gissi, nuevo embalaje protector y pedulino para eliminar el gancho de plástico.



# ONIVERSE

A continuación, se presentan algunas imágenes de las fábricas del Grupo:





Siempre se ha propuesto crear las mejores condiciones posibles en el lugar de trabajo al apoyar a los empleados de las fábricas, incluso fuera, si fuera necesario, con iniciativas en diferentes áreas.

El riesgo en materia de trabajo forzoso y trabajo infantil es muy bajo, pues la mayor parte de fábricas son propiedad de la matriz en Italia y tienen una gestión directa por su parte tal como profundizamos más adelante.

Las mujeres constituyen la gran mayoría de los empleados y ocupan los primeros puestos en los departamentos y oficinas de las fábricas de acuerdo con una lógica empresarial de empoderamiento. El Grupo, en la medida de lo posible, intenta satisfacer las necesidades de las mujeres a través de diversas iniciativas.

Se han instalado sistemas de vigilancia de seguridad en las fábricas en Italia, Croacia, y Etiopía se ha desarrollado un sistema de monitoreo de seguridad laboral integrado con un software para la administración y el mantenimiento del sistema. En los centros de producción ubicados en Serbia, Bulgaria y Sri Lanka, se ha iniciado la implementación de sistemas para la seguridad y el mantenimiento.

# ONIVERSE

Durante la fabricación, se realizan controles de calidad y de proceso para monitorizar el desempeño de las operaciones, que además de optimizar los recursos tienen el objetivo de reducir el desperdicio de material. Las pruebas obtenidas en los procesos de calidad se almacenan para su posterior análisis con el fin de obtener mejoras futuras.

En todas las fases del trabajo, la búsqueda constante de nuevas soluciones de industrialización y mecanización ayuda a minimizar tanto como sea posible el trabajo manual y repetitivo, una fuente de problemas para las personas. Estamos en continua colaboración con proveedores de maquinaria para estudiar nuevas aplicaciones

Algunas de las fábricas del Grupo se encuentran situadas en países como Sri Lanka y Etiopía regulados por leyes diferentes a las europeas.

Por ello el Grupo se ocupa de las diferentes necesidades de sus empleados y trata de contribuir, en la medida de lo posible, de una manera específica, de acuerdo con las necesidades de la comunidad de sus empleados. En Sri Lanka existen cuatro empresas y más de 13.000 empleados.

La primera fábrica fue inaugurada en 1999, en un país aún devastado por la guerra civil.

El grupo ha crecido con el tiempo y considera a que

Ha contribuido al desarrollo de las áreas en las que trabaja. Las características del país han llevado a realizar una serie de acciones a favor de los empleados. Existe una preocupación por la salud del personal, y se dispone de espacios apropiados y personal calificado para atender a las necesidades de los empleados en situaciones de accidente, enfermedad o incidencias durante las horas de trabajo.

Dos veces por semana, en la enfermería de las empresas hay un médico y, a diario, hay disponibles dos o más enfermeras que pueden administrar medicamentos. Las comadronas profesionales están presentes dos veces al mes para proporcionar un chequeo médico a las empleadas embarazadas. Los asesores profesionales trabajan diariamente dentro de las compañías de producción para proporcionar un primer apoyo psicológico a los empleados que experimentan situaciones de dificultades personales o familiares.

Cada establecimiento tiene un comedor de la empresa con un área común que se utiliza para comer. El almuerzo o la comida se ofrecen gratuitamente a todos los empleados. Además, respetando la tradición cingalesa, el té se sirve dos veces al día en recesos especiales. Para aquellos que hacen horas extras también se ofrece disponibilidad de cena.

Se ofrece un servicio de transporte seguro y gratuito para todos los empleados. El grupo tiene un total de más de 250 líneas de autobuses que cubren una distancia promedio del hogar al trabajo de más de 50 km por fábrica. En los casos en que es necesario permanecer en la empresa más tiempo de la jornada establecida, se proporciona un servicio de minivan para garantizar que cada uno de los empleados regrese a casa de manera segura.

Se concede a los empleados cingaleses pequeños préstamos en efectivo a cero intereses. Los empleados del Grupo en Sri Lanka luego tienen acceso a gimnasios, canchas de fútbol, canchas de básquet y voleibol, para ser utilizados libremente después de las horas de trabajo. Cada año se organizan diversos eventos en las empresas (Fiesta de Navidad, Fiesta de Verano, Día de la Familia) que representan momentos de ocio y encuentro para los empleados con música y conciertos en vivo, refrigerios, juegos, regalos para los hijos de los empleados, visitas internas a los establecimientos para los miembros de la familia.

En la fábrica del Grupo en Etiopía existen beneficios y servicios para sus empleados tales como asistencia médica con personal calificado; espacios y herramientas disponibles para los empleados en caso de accidente / enfermedad; suministro de agua potable a través de entregas semanales, financiamiento de pozos, posibilidad de uso de duchas externas para los empleados; comedor corporativo con área común; organización e instalaciones para el transporte de casa al trabajo.

En Sri Lanka, en materia de diálogo entre empresa y empleados, existe desde el año 2006 el proyecto «Equipo de diálogo»: un equipo compuesto por un representante para cada departamento que se ocupa de recopilar los principales problemas de trabajo de sus compañeros y compartirlos con otros miembros del equipo y un representante de recursos humanos para encontrar soluciones colectivas compartidas con la empresa. Además, desde 2010, la compañía ha estado involucrada en la capacitación de un empleado cada 15 en IBPS (resolución de problemas basados en intereses) y mediación.

Por el contrario, en Etiopía no existe de momento ningún proyecto en este sentido debido a su reciente creación.

La decisión del Grupo Oniverse de verticalizar su modelo de negocio mediante la inversión en instalaciones productivas determina una serie de responsabilidades que el Grupo tiene decidido contratar, incluido el respeto por sus empleados y la ayuda mutua con comunidades adyacentes a las fábricas.

Las distintas empresas del Grupo apoyan económicamente iniciativas en el ámbito socioambiental, educativas, culturales, deportivas y solidarias a favor de las comunidades en las que trabajan. El importe total, considerando todas las donaciones realizadas durante el año, es de aproximadamente 4.313.870€. En 2022, las distintas empresas del Grupo donaron más de 4,20 millones de euros al territorio en forma de contribuciones y patrocinios para el bienestar social, formación, iniciativas culturales y deportivas y eventos para promover el tejido productivo local

La mayoría de las donaciones se destinaron a proyectos de asistencia y solidaridad, así como a iniciativas deportivas, apoyo cultural, educativo y de investigación.

El grupo apoyó con un importe de más de 750.000€ diversos proyectos. Además del apoyo prestado a los refugiados en Siria y Turquía, a raíz de las delicadas condiciones sociopolíticas presentes, el Grupo optó por apoyar proyectos en el sector sanitario con apoyo a la compra de ambulancias, para apoyar a la población local tras el terremoto de Alepo de principios de febrero de 2023 y contribuir a la continuación del proyecto Corredores Universitarios para Refugiados (Proyecto UNICORE), una iniciativa lanzada por ACNUR para que los jóvenes refugiados puedan continuar su carrera académica.

El grupo ha confirmado, también para 2023, patrocinios con equipos y eventos deportivos, promotores de los principios éticos de compartir y agregación social que crean valor para el territorio y las comunidades locales. Una iniciativa educativa apoyada durante el año fue para el Día de los Abuelos, en la que el municipio de Villafranca organizó una jornada con actividades y juegos entre ancianos y niños.

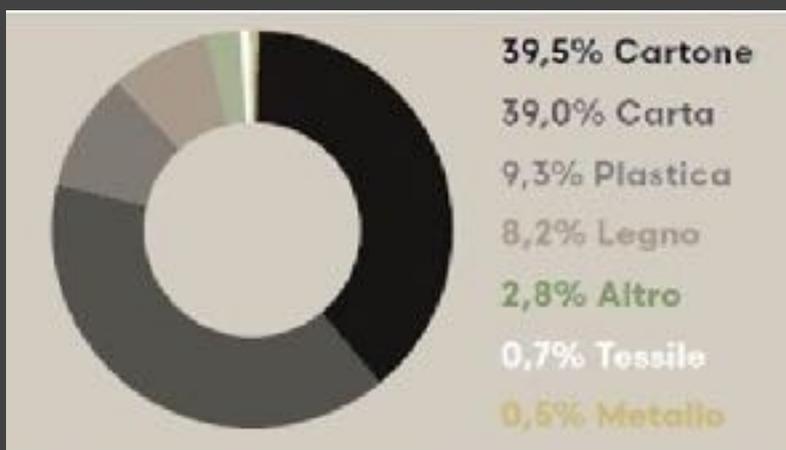
## Envases y embalajes

Dada la diversidad de necesidades productivas y comerciales las estrategias empleadas por Oniverse para reducir el impacto del embalaje son numerosas: desde la eliminación de material superfluo para reducir la cantidad de materiales desechables hasta la sustitución de envases de plástico por productos más degradables como el papel o el cartón, o la optimización del uso de papel reciclado en etiquetas, bolsas de la compra y artículos de papelería. Por último, siempre que es posible, el Grupo opta por productos duraderos en lugar de desechables, desarrollando localmente los envases necesarios para reducir el impacto del transporte y apoyar las economías locales.

Por ejemplo, las marcas del Grupo ofrecen a los clientes la posibilidad de adquirir una bolsa de algodón orgánico no desechable como alternativa a la bolsa de papel FSC reciclado. De este modo se reducirá, incluso en 2023, el consumo de bolsas para artículos comprados (-6% en comparación con 2022).

Otro proyecto fue el estudio en profundidad de determinados artículos de envases con el fin de reducir el volumen ocupado y, por tanto, el transporte de los productos acabados que contienen. Esta optimización condujo a la reducción de 6.000 cajas al año (equivalente a un 50% de los artículos seleccionados).

## A continuación, se muestra una representación de los envases y embalajes por tipo de material usado durante el ejercicio 2023:



En 2023, el Grupo adoptó las siguientes soluciones:

- Sustitución de calcetines y bolsas de plástico por alternativas más respetuosas con el medio ambiente (reducción del grosor, uso de materiales reciclados/alternativos)
- Se prefirieron los maniqués de plástico reciclable a los de fibra de vidrio (difícilmente reciclable)
- Nuevos envases 100% de papel para la Colección Premium de Calzedonia
- Amplio consumo de papel FSC en etiquetas, papel soporte y cartón
- Eliminación total del film retráctil en los almacenes de Ducal, Castagnaro y Gissi
- -Nuevo embalaje para los protectores de pies y plantillas de Calzedonia con el fin de quitar la percha de plástico
- Utilización parcial de la banda de papel para las prendas Intimissimi en sustitución de las bolsas de plástico
- Hemos intentado utilizar objetos más duraderos para dar longevidad a las decoraciones estacionales de los aparadores

A continuación, se indican las cantidades de envases por tipo utilizadas por el Grupo en el periodo de referencia:

PACKAGING (TON)			
	2021	2022	2023
CARTA	5.339	5.838	5.696
Di cui FSC/riciclata	70 %	76 %	92 %
CARTONE	5.941	6.850	6.570
Di cui FSC/riciclato	87 %	93 %	99,70 %
LEGNO	1.475	1.547	1.363
PLASTICA	1.528	1.657	1.554
Di cui riciclada	1 %	29 %	33 %
METALLO	71	65	82
TESSILE	52	127	110
ALTRO	170	286	313
TOTALE	14.576	16.370	15.688

Todos los proveedores de suelos cuentan con las certificaciones ISO 14001, ISO 14021, ISO 9001 con la etiqueta ecológica Ecolabel - Reglamento europeo por el que se establecen los criterios de la política medioambiental e industrial - y son miembros del Green Building Council Italia.

Se están evaluando las siguientes actividades para 2024:

- Extensión del uso de bandas de papel para prendas de vestir Intimissimi en lugar de bolsas de plástico;
- Uso de papel recubierto de polietileno para envasar calcetines y medias de Calzedonia y Tezenis en lugar de la bolsa de polipropileno;
- Eliminación completa del film térmico en el centro logístico de Vallese (Italia)

## Lucha contra la corrupción y el soborno

### Política para prevenir la corrupción y el soborno

El Código Ético del Grupo Oniverse que sirve de guía a las filiales como Franchising Calzedonia España, S.A., fue aprobado por el Consejo de Administración de Oniverse Holding S.p.A. el 12 de noviembre de 2018.

El Código Ético es una declaración pública que establece las pautas generales y las reglas de conducta para los empleados y colaboradores de Oniverse y todos aquellos que, directa o indirectamente, participan en el éxito y contribución del bienestar económico de los países donde el Grupo Oniverse opera.

Oniverse Holding S.p.A. y las empresas sujetas a su gestión y coordinación adoptan este código ético con el fin de definir los valores a seguir con la máxima claridad y transparencia al tiempo que dan concreción y credibilidad al contenido del código, y a este fin se han adoptado los instrumentos de organización y los principios de control general, entre los cuales, la legitimidad formal y sustancial de la conducta de los miembros de los órganos rectores y de los propios empleados en cualquier nivel organizativo, la transparencia contable y la difusión de una cultura orientada hacia el control y la gestión de las actividades.

Dada la actividad desarrollada por Franchising Calzedonia España, S.A., la compañía no es una entidad obligada a incorporar las medidas de Prevención de Blanqueo de Capitales establecidas en la Ley 10/2010

## Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno

El Grupo Oniverse está firmemente comprometido a luchar contra cualquier forma de corrupción en todos los países en los que opera y con ese fin, se compromete a prevenir y luchar contra cualquier forma de corrupción en el sentido más amplio, público o privado, y en particular:

- Corrupción activa donde una persona le da o promete a otra cualquier beneficio (dinero, regalos u otros) con el propósito de persuadir a esa persona para que no cumpla con sus propios deberes;
- Corrupción pasiva cuando una persona solicita o recibe de otra cualquier beneficio con el propósito de no cumplir con sus propios deberes.

En este sentido, Oniverse condena cualquier tipo de conducta o comportamiento contrario a las leyes y regulaciones o, en cualquier caso, conducta que incumpla las reglas internas o los principios de negocios sólidos y transparentes.

Regula la gestión y principios en los cuales se inspiran las empresas del Grupo según los métodos establecidos por este Código ético en las relaciones con los distintos interesados (autoridades públicas y funcionarios públicos en particular, pero también fabricantes y proveedores, socios comerciales, organizaciones no gubernamentales organizaciones y comunidades locales).

Oniverse garantiza la prevención de posibles delitos de corrupción basándose en todos los instrumentos y recursos disponibles a través de la capacitación del personal, a través del monitoreo constante de las actividades en riesgo y a través de la aplicación de sanciones por dichas violaciones.

El Grupo persigue estrictamente las conductas que no se ajustan a los principios éticos y legales e implementa políticas para interactuar e involucrar a miembros del personal y terceros (proveedores y colaboradores) con la

Convicción de que todas las partes interesadas pueden ayudar a prevenir y mitigar los riesgos propios en las actividades de la empresa en términos de sostenibilidad a medio-largo plazo

La compañía realiza un seguimiento para prevenir los conflictos de interés de modo que los empleados del grupo Oniverse evitarán cualquier situación que pueda causar cualquier conflicto entre sus intereses personales y los del grupo. Además, se abstendrán de representar al grupo y de participar o expresar su propia opinión durante cualquier actividad decisoria si ellos mismos o a través de cualquier parte relacionada tienen intereses personales, directa o indirectamente. No pueden depender de su propia posición dentro del grupo para obtener un beneficio económico o personal de ningún tipo o para aprovecharse de cualquier oportunidad de negocio para sí mismos. Los empleados del grupo Oniverse no podrán realizar actividades como consultores, ejecutivos, directores, empleados o asesores de ninguna empresa competidora del grupo Oniverse. En el marco de dicha política de respeto, se insta a los empleados a informar al Consejo de Administración de Oniverse Holding S.p.A. de cualquier conflicto de intereses, ya sea personal o con respecto a los propios parientes que puedan suponer un riesgo para la debida objetividad o profesionalidad en cumplir con sus propios deberes dentro del grupo Oniverse para que las respectivas medidas para el beneficio mutuo del grupo y las personas involucradas puedan tomarse en consecuencia. En 2023, con la entrada en vigor de la nueva legislación establecida en el Decreto Legislativo 24/2023, por el que se aplica la Directiva 2019/1937 de la UE (ley de denuncia de irregularidades), se aprobó el procedimiento de denuncia de irregularidades sobre la protección de las personas que denuncien infracciones de las que tengan conocimiento en el marco de su contexto laboral (también disponible en la web corporativa [calzedoniagroup.com/whistleblowing](http://calzedoniagroup.com/whistleblowing)). La confidencialidad y el anonimato del denunciante están plenamente garantizados.

Para ello se han activado canales internos de denuncia y se ha designado al Órgano de Vigilancia de la empresa para la gestión de los mismos en Franchising Calzedonia España, S.A. Las denuncias en materia sociolaboral, cuando fuera del ámbito de aplicación de la ley de denuncia de irregularidades, son recibidas por el departamento jurídico a través de procedimientos internos que garantizan la confidencialidad necesaria.

## **Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales**

Franchising Calzedonia España, S.A. es una entidad no sujeta a temas de blanqueo de capitales. La creación de un sistema de control y cumplimiento permite a la empresa identificar los instrumentos necesarios de prevención, control y reducción de riesgos, lo que permite que las discrepancias sean identificadas entre los objetivos preestablecidos y los resultados perseguidos y, por consiguiente, intervenir para implementar las acciones correctivas apropiadas. Así realizamos mediante controles internos de Auditoría y procesos de check contables y físicos el control de los ingresos obtenidos diariamente en nuestras tiendas, habiendo creado un departamento nuevo para analizar la prevención del Fraude.

El personal del Grupo Oniverse estará obligado a cumplir con las regulaciones y normas internas y seguir las instrucciones recibidas sobre la implementación de las mismas. El Código Ético deberá prevalecer sobre cualquier otra regulación interna, a no ser que esta última imponga normas más estrictas.

## **Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro y Acciones de Asociación o Patrocinio**

Franchising Calzedonia España, S.A. no realiza aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, no obstante, los empleados realizan aportaciones a título personal para causas sociales y benéficas que deciden los propios empleados.

El Grupo Oniverse siempre ha ofrecido su contribución a las comunidades en las que opera, impulsado por su compromiso de mejorar la calidad de vida de quienes han tenido menos oportunidades y el deseo de fortalecer las relaciones externas de la compañía.

Mediante el uso de los recursos de la empresa, el Grupo ofrece su contribución en apoyo de actividades sociales, deportivas, culturales, asistenciales e incluso pequeñas obras públicas, garantizando siempre el principio de transparencia.

En el ámbito social, Oniverse ha creado la FUNDACION SAN ZENO (se puede obtener más información en su propia web [www.fondationesanzeno.org](http://www.fondationesanzeno.org)), que destina fondos a organizaciones y asociaciones para proyectos educativos y laborales en Italia y en todo el mundo. Desde 1999, la Fundación San Zeno nacida por voluntad de Sandro Veronesi, ha apoyado cerca de 1.540 iniciativas colaborando con 520 entidades en 74 países diferentes, por un importe total superior a los 85 millones de euros.

El desarrollo profesional es la principal vía para lograr la estabilidad económica y una vida digna. Por ello nos comprometemos, también a través de la labor de nuestra Fundación que apoya proyectos dedicados a la formación y la inserción laboral, a apoyar activamente la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de los colectivos más pobres y marginados, contribuyendo a dar dignidad social y solidez económica a la población con su trabajo.

El trabajo no es solo una fuente de ingresos, sino que también se convierte en una herramienta de inclusión social para superar los obstáculos a la integración y la afirmación de la propia identidad. Los proyectos apoyados por la Fundación San Zeno, a través de la vía del desarrollo laboral, tienen como objetivo último la inclusión social y la reducción de las desigualdades.

La mayoría de las intervenciones fueron de carácter asistencial y solidario. En cuanto a la distribución geográfica de las intervenciones, por otro lado, la mayoría de las donaciones económicas se realizan desde Italia, seguidas por las empresas del Grupo en Asia. Más concretamente, las empresas que operan en el territorio de Sri Lanka realizaron donaciones e intervenciones durante el año por un total superior a 150.000 euros.

2023 fue un año de gran inestabilidad, crisis, fuertes tensiones políticas y conflictos prolongados o nuevos. La Fundación San Zeno ha seguido trabajando en busca de organizaciones fiables y proyectos sostenibles.

Se aprobaron un total de 71 proyectos en 17 países diferentes durante el año. Aportaciones equilibradas entre lo asignado al país internamente y lo asignado al extranjero, donde la educación, la formación profesional y el trabajo fueron las áreas prioritarias.

Se buscaron iniciativas que promovieran el trabajo y las relaciones, implicando también a organismos públicos y llegando a un elevado número de beneficiarios directos. Se apoyaron intervenciones en el mundo penitenciario y se acompañaron realidades comprometidas en ofrecer respuestas concretas al malestar juvenil.

Ser, acompañar y generar fueron las palabras que guiaron las acciones de la Fundación San Zeno en 2023.



Franchising Calzedonia España, S.A. no realiza acciones de asociación o patrocinio, mientras que el Grupo actúa en asociaciones deportivas, culturales e incluso de obras públicas.

Algunas filiales comerciales como Franchising Calzedonia España S.A., también han promovido proyectos de sensibilización para la lucha contra el cáncer de mama mediante la campaña "Octubre Rosa" que viene realizando desde hace ya varios años donando por parte de la filial española durante este ejercicio 2023 cerca de 90.000eur.

Este año 2023 Franchising Calzedonia España S.A. con su marca Intimissimi Uomo se ha sumado a la sensibilización por el movimiento que lucha contra el cáncer de próstata masculina durante el November movement donando más de 13.000eur para esta causa.



# Información económica y fiscal

Los beneficios obtenidos país por país

## 2023

	Beneficios obtenidos antes de impuestos (miles de euros)	Beneficios obtenidos después de impuestos (miles de euros)
Beneficios en España	6.294 miles €	4.657 miles €
Beneficios en Andorra	97 miles €	78 miles €

## 2022

	Beneficios obtenidos antes de impuestos (miles de euros)	Beneficios obtenidos después de impuestos (miles de euros)
Beneficios en España	9.371 miles €	7.139 miles €
Beneficios en Andorra	93 miles €	101 miles €

# Información económica y fiscal

Los impuestos sobre beneficios pagados

## 2023

Impuestos sobre beneficios Pagados por Resultado 2023 [Impuesto de Sociedades] (miles de euros)

E  
s  
p  
a  
ña

1.389,60 miles € TOTAL.  
Pagos a cuenta 2023: 0€  
1.389,60 miles € a pagar en 2024

A  
n  
d  
o  
r  
a

0€ TOTAL. Pago a cuenta 2023: 0€. A pagar en 2024: 0€

## 2022

Impuestos sobre beneficios Pagados por Resultado 2022- [Impuesto de Sociedades] (miles de euros)

E  
s  
p  
a  
ña

2.179,72 miles € TOTAL.  
Pagos a cuenta 2022: 1.082,97 miles €  
1.096,74 miles € a pagar en 2023

A  
n  
d  
o  
r  
a

0€ TOTAL. Pago a cuenta 2022: 0€. A pagar en 2023: 0€

Las subvenciones públicas recibidas

No se han recibido subvenciones en 2023 ni en 2022.

# Anexo - Índice de Contenidos de acuerdo con la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad

A través de esta tabla se vinculan los apartados del presente Estado de Información No Financiera que dan respuesta a los contenidos requeridos por la Ley 11/2018, en materia de información no financiera y diversidad.

Contenidos según la Ley 11/2018	Apartado	Página	Criterio de reporting
<b>Modelo de negocio</b>			
Descripción del modelo de negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional.</li> <li>· Trayectoria de la Empresa.</li> <li>· Buen Gobierno.</li> <li>· Nuestros Valores.</li> </ul>	3-8, 14-15, 18-19	GRI 2-1, GRI 2-2, GRI 2-6, GRI 2-9
Mercados en los que opera	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Trayectoria de la Empresa.</li> </ul>	5-8	GRI 2-1, GRI 2-6
Objetivos y estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional.</li> <li>· Trayectoria de la Empresa</li> <li>· Compromisos y políticas</li> </ul>	3-8	GRI 2-1, GRI 2-6 4, GRI 2-23
Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional.</li> <li>· Trayectoria de la Empresa.</li> <li>· Nuestras Marcas en España.</li> <li>· Gestión de los temas materiales</li> </ul>	3-14	GRI 2-1, GRI 3-3
<b>Estrategia y gestión de riesgos</b>			
Descripción de las políticas que aplica la compañía	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nuestros Clientes.</li> <li>· Cuestiones medioambientales.</li> <li>· Nuestros Empleados.</li> <li>· Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos.</li> <li>· Lucha contra la corrupción y el soborno.</li> </ul>	19-25, 29-41, 41-73, 73-85, 85-90	GRI 2-23, GRI 2-24
Resultados de las políticas que aplican a la compañía	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nuestros Clientes.</li> <li>· Cuestiones medioambientales.</li> <li>· Nuestros Empleados.</li> <li>· Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos.</li> <li>· Lucha contra la corrupción y el soborno.</li> </ul>	19-25, 29-41, 41-73, 73-85, 85-90	GRI 103-3
Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional.</li> <li>· Nuestras Marcas en España.</li> <li>· Buen Gobierno</li> <li>· Gestión de los temas materiales</li> <li>· Información sobre el respeto de los derechos humanos</li> <li>· Lucha contra la corrupción y el soborno</li> </ul>	3-4, 9-14, 18-19, 77-83, 85-90	GRI 2-1, GRI 2-65, GRI 3-3

Perfil del estado de información no financiera

Análisis de materialidad	· Análisis de Materialidad.	16-17	GRI 3-1, GRI 3-2
Marco de reporting utilizado	· Introducción al Estado de Información No Financiera.	2	Estándares GRI y marco de reporting interno GRI 2-3, GRI 2-5

Cuestiones medioambientales

Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	· Efectos actuales y previsibles de la actividad. · Iniciativas del Grupo referentes a la sostenibilidad.	25-28, 30-33	GRI 3-3
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	· Cuestiones medioambientales	29	GRI 3-3
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	· Recursos Dedicados.	33-34	Inversiones medioambientales en base a proyectos ejecutados
Aplicación del principio de precaución	· Principio de precaución.	34	GRI 2-1, GRI 2-23
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	· Efectos actuales y previsibles de la actividad.	30-33	GRI 3-3 Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental

Contaminación

Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente. Cualquier otra forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	· Contaminación atmosférica. · Cambio Climático.	34-35, 38-40	GRI 3-3
--	---	-----------------	---------

Economía circular y prevención y gestión de residuos

Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Efectos actuales y previsibles de la actividad.</li> <li>· Economía circular, prevención y gestión de residuos.</li> </ul>	30-33, 36-37	GRI 3-3 GRI 306-3 (2020)
---	---	--------------	-----------------------------

#### Uso sostenible de los recursos

Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Efectos actuales y previsibles de la actividad.</li> </ul>	32	GRI 3-3, GRI 303-3
Consumo de materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Efectos actuales y previsibles de la actividad.</li> </ul>	38	GRI 3-3, GRI 301-1
Consumo directo e indirecto de energía	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Efectos actuales y previsibles de la actividad.</li> </ul>	30-33	GRI 302-1, GRI 302-3
Medidas para mejorar la eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Recursos dedicados.</li> <li>· Cambio climático.</li> </ul>	33 - 35,38 - 40	GRI 3-3
Uso de energías renovables	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Iniciativas del Grupo referentes a la sostenibilidad</li> <li>· Cambio climático.</li> </ul>	25 - 27,40	GRI 302-1

#### Cambio climático

Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Contaminación Atmosférica.</li> <li>· Cambio climático.</li> </ul>	34-35, 38	GRI 305-1, GRI 305-2
Medidas para adaptarse al cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Recursos dedicados.</li> <li>· Cambio climático.</li> </ul>	33-34,38-40	GRI 3-3
Metas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuestiones Medioambientales.</li> </ul>	29	GRI 3-3

#### Protección de la biodiversidad

Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad. Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Protección de la biodiversidad.</li> </ul>	40-41	GRI 3-3
--	---	-------	---------

#### Cuestiones sociales y relativas al personal

##### Empleo

Número y distribución de empleados por país, sexo, edad, clasificación profesional y modalidad de contrato de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Empleo: número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional; número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.</li> </ul>	44-48	GRI 2-7, GRI 405-1
---	---	-------	--------------------

Promedio anual de contratos por modalidad de contrato desglosado por sexo, edad y clasificación profesional	· Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	48-51	GRI 2-7
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	· Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	52-55	GRI 401-1
Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	· Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor y brecha salarial.	55-59	Criterio interno
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	· Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor y brecha salarial.	55-58	(Salario promedio de hombres - Salario promedio de mujeres) / Salario promedio de hombres
Remuneración media de consejeros y directivos	· Remuneración media de los consejeros y directivos.	59	Criterio interno
Implantación de políticas de desconexión laboral	· Política de Recursos Humanos.	41-44	GRI 3-3
Empleados con discapacidad	· Empleados con discapacidad.	59	GRI 405-1

#### Organización del trabajo

Organización del tiempo de trabajo	· Política de Recursos Humanos	41-44	GRI 3-3
Número de horas de absentismo	· Organización del trabajo: organización del tiempo de trabajo; número de horas de absentismo.	59	Criterio interno
Medidas para facilitar la conciliación	· Política de Recursos Humanos	43-44	GRI 3-3

#### Salud y Seguridad

Condiciones de seguridad y salud en el trabajo	· Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	61-65	GRI 403-1
--	---	-------	-----------

Índice de frecuencia por sexo	· Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	65-67	GRI 403-9
Índice de gravedad por sexo	· Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	65-67	GRI 403-9
Enfermedades profesionales por sexo	· Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	65-67	GRI 403-10

#### Relaciones sociales

Organización del diálogo social	· Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	69	GRI 3-3
Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos por país	· Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	69	GRI 2-30
Balance de los convenios en el campo de la seguridad y salud	· El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	69	GRI 403-4 (2016)

#### Formación

Políticas implementadas en el campo de la formación	· Política de Recursos Humanos. · Formación: las políticas implementadas en el campo de la formación; la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	69-73	GRI 404-2
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	· Formación: las políticas implementadas en el campo de la formación; la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	69-73	Criterio interno
Accesibilidad universal personas con discapacidad	· Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	73	GRI 3-3

#### Igualdad

Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	· Política de Recursos Humanos. · Igualdad de oportunidades.	43-44, 67-68	GRI 3-3
Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres) y medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	· Igualdad de oportunidades.	67-68	GRI 3-3, GRI 2-23

Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	· Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	73	GRI 3-3
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	· Política Preventiva de Salud y Seguridad en el Trabajo. · Igualdad de oportunidades.	60-61,67-68	GRI 3-3, GRI 2-23

Información sobre el respeto a los derechos humanos

Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	· Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos.	73-83	GRI 2-26, GRI 3-3
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	· Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos.	73-83	GRI 2-23, GRI 2-26, GRI 3-3
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	· Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	68-69	GRI 2-1, GRI 406-1, GRI 411-1
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	· Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos	74	GRI 2-1, GRI 2-66, GRI 407-1
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	· Nuestros empleados. · Igualdad de oportunidades · Gestión de los temas materiales · Compromisos y políticas	44, 67-68	GRI 2-1, GRI 2-66, GRI 3-3, GRI 2-23
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	· Información sobre el respeto de los derechos humanos.	81	GRI3-3, GRI 409-1

Abolición efectiva del trabajo infantil	· Información sobre el respeto de los derechos humanos.	81	GRI3-3, GRI 408-1
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</b>			
Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	· Política para prevenir la corrupción y el soborno. · Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	85-87	GRI 2-1, GRI 2-23, GRI 24, GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 3-3,
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	· Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	87-88	GRI 2-1, GRI 2-23, GRI 24, GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 3-3,
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	· Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro y Acciones de Asociación o Patrocinio.	88-90	GRI 201-1
<b>Información sobre la sociedad</b>			
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>			
Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	· Información sobre el respeto de los derechos humanos. · Gestión de los temas materiales	77-83	GRI 103-2, GRI 3-3
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	· Información sobre el respeto de los derechos humanos. · Gestión de los temas materiales	77-83	GRI 103-2, GRI 3-3
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	· Información sobre el respeto de los derechos humanos. · Gestión de los temas materiales	77-83	GRI 102-43, GRI 3-3
Acciones de asociación o patrocinio	· Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro y Acciones de Asociación o Patrocinio. · Gestión de los temas materiales	88-90	GRI 2-1, GRI 2-63, GRI 3-3
<b>Subcontratación y proveedores</b>			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	· Política de subcontratación y relación con proveedores.	73-77	GRI 2-6, GRI 2-24
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	· Política de subcontratación y relación con proveedores.	73-77	GRI 2-6, GRI 2-24

Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	· Política de subcontratación y relación con proveedores.	73-77	GRI 3-3
Consumidores			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	· Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	21	GRI 3-3
Sistemas de reclamación	· Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	22-25	GRI 2-16, GRI 2-25
Quejas recibidas y resolución de las mismas	· Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	22-25	GRI 2-25, Criterio Interno
Información fiscal			
Beneficios obtenidos país por país	· Los beneficios obtenidos país por país.	91	GRI 207-4
Impuestos sobre beneficios pagados	· Los impuestos sobre beneficios pagados.	92	GRI 207-4 Impuestos sobre beneficios pagados en base a criterios contables
Subvenciones públicas recibidas	· Las subvenciones públicas recibidas.	92	GRI 201-4

# Formulación del Estado de Información No Financiera (EINF) de Franchising Calzedonia España, S.A. del Ejercicio 2023

A 22 de marzo de 2024 y en cumplimiento con la normativa vigente, los miembros del Consejo de Administración integrado por D. Matteo Muraro, D. Carles Tello, Dña. Eva Font Muntadas y Dña. Eva Roqué Rodrigo, formulan el Estado de Información No Financiera (EINF) del ejercicio anual cerrado a 31 de diciembre de 2023, y delegan en Dña. Eva Roqué Rodrigo el visto de todas las hojas de los documentos originales anexos a este escrito.

D. Matteo Muraro  
Presidente



Dña. Eva Roqué  
Secretaria



Dña. Eva Font  
Consejera



D. Carles Tello  
Consejero

