

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA, S.A.

EJERCICIO 2020

CALZEDONIA

intimissimi

intimissimi

uomo

TEZENIS

FALCONERI
SUPERIOR CASHMERE

ÍNDICE

<u>Contenido</u>	<u>Página</u>
Introducción al Estado de Información No Financiera	2
Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional	3
Trayectoria de la Empresa	5
Nuestras Marcas en España	8
Nuestros Valores	13
Análisis de Materialidad	14
Buen Gobierno	16
Nuestros Clientes	17
Iniciativas del Grupo referentes a la Sostenibilidad	20
Cuestiones medioambientales	21
Nuestros Empleados	33
Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos	60
Lucha contra la corrupción y el soborno	68
Información económica y fiscal	73
Anexo - Índice de Contenidos de acuerdo con la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad	75
Formulación del Estado de Información No Financiera (EINF) de Franchising Calzedonia España, S.A. del Ejercicio 2020	83

FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA, S.A. ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Introducción al Estado de Información No Financiera

El presente estado de información no financiera forma parte del Informe de Gestión del ejercicio 2020 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 del grupo Calzedonia a nivel Internacional

Desde el comienzo de nuestra historia, en Calzedonia hemos investigado no solo la calidad de los productos y la satisfacción en nuestros clientes, sino también la calidad de vida en los entornos que trabajan nuestros empleados.

Esta creencia se traduce en la búsqueda continua de un impacto positivo de nuestro trabajo en las relaciones personales, en nuestros clientes y proveedores, y en el entorno social y físico en el que trabajamos.

En la práctica significa buscar la mejora continua de nuestros procesos de producción, tanto en términos de energía como de emisiones; el diseño de productos cada vez más acurado desde el principio, para tener un bajo impacto medioambiental.

Significa, por ejemplo, trabajar para eliminar el plástico de un solo uso en la medida de lo posible y continuar impulsando la práctica del reciclaje.

Significa responder, dentro de los límites que sea posible para nosotros, a las necesidades de las personas y empresas que de alguna manera mantienen una cierta relación con nosotros.

Significa hacer lo que está en nuestras manos cuando hay emergencias o necesidades.

Todo esto no forma parte de un plan estratégico, sino que forma parte del ADN de Calzedonia.

Todos pasamos la mayor parte de nuestro tiempo en el lugar de trabajo, ya sean oficinas, tiendas o fábricas. Es importante que este tiempo sea de calidad, sin estar pendiente del reloj hasta la hora de salida. Es importante que las relaciones con las personas sean positivas y constructivas, que los entornos laborales sean agradables. Todo el mundo debería sentir que está haciendo algo útil e importante con su trabajo. El trabajo no es la finalidad sino un medio para el crecimiento y la realización personal. Buscamos lograr estos objetivos mediante el fomento de relaciones directas dentro de una organización lo más horizontal y menos jerárquica posible.

Creemos que el interés de la compañía es valorar y hacer crecer a sus empleados. Contratamos a jóvenes al final de sus estudios brindándoles la oportunidad para que puedan aspirar a ocupar puestos de gran responsabilidad rápidamente y/o promociones internas dentro de la organización.

Directamente supervisamos todo el ciclo de creación de valor desde el diseño hasta la producción, y su posterior venta en tiendas o mediante el canal online. Nuestro enfoque centrado en la calidad implica que cada etapa del proceso es igual de importante. La contribución de todos es esencial para lograr todos nuestros objetivos.

COMERCIO ELECTRÓNICO Y NUEVOS ESTILOS DE COMPRA

A pesar de que en Italia estas nuevas formas de compra se han desarrollado más tarde que en otros países, durante algunos años, estamos invirtiendo para construir nuestra propia plataforma de ventas y comunicación digital. ¡Ya hemos recibido los primeros feedback positivos esperando recibir muchos más!

MULTI-MARCA

Nuestra compañía, nacida con la marca Calzedonia, se ha transformado gradualmente en un grupo que administra múltiples marcas, que cada vez más adquieren sus propias características que las distinguen del resto, que operan con diferentes productos y en diferentes mercados. Esto reduce el riesgo implícito o relacionado con un mercado único.

SOSTENIBILIDAD

Nos preocupa la sostenibilidad no porque está de moda sino porque forma parte de los valores de la empresa. Uno de los objetivos que siempre hemos tenido claro es el de poder mejorar la vida de nuestros empleados, nuestros clientes y todo el entorno que nos rodea. Es gratificante y una fuente de orgullo cuando logramos alcanzar resultados positivos en esta área.

Tener empleados y colaboradores motivados, clientes satisfechos, reducir el volumen de residuos y contribuir al entorno en el que trabajamos es la base de nuestro compromiso de garantizar la salud y el crecimiento de nuestra empresa a lo largo del tiempo. La facturación y los beneficios son importantes, pero igualmente importante es la relación de confianza y fidelización que podemos establecer con nuestros clientes, proveedores y empleados. Este es el verdadero capital que se debería preservar y promover en el tiempo.

Durante el 2019, se definieron claramente nuestros objetivos de sostenibilidad. con el proyecto C-Evolution. El nombre quiere indicar un camino, una evolución, nuestro esfuerzo por la mejora continua. En la práctica, el proyecto se divide en dos líneas. La línea interna se trata de una mirada de programas de mejora en áreas individuales de actividad que tienen como objetivo maximizar impactos positivos de nuestro trabajo y tratar de minimizar los negativos. Todas las actividades que están coordinadas y en parte inspiradas por los gerentes de la sostenibilidad. La línea externa se encarga por un lado de empezar a comunicar lo que siempre hemos hecho y lo que estamos haciendo. Esto incluyó la publicación de nuestro primer informe de sostenibilidad, el inicio del sitio institucional www.calzedoniagroup.com y las campañas que estamos realizando. Por otro lado, hemos decidido colaborar con otros grandes grupos con el objetivo de contribuir de forma concreta a la solución de algunos de los principales problemas que agobian en el medio ambiente. Con esto en mente, nos unimos al Fashion Pact en 2019, asumiendo una serie de compromisos concretos definidos en el tiempo para la protección de los océanos, biodiversidad, y en la lucha contra el cambio climático. Mejorar es parte de nuestra cultura. Cuando entendemos eso nosotros mismos, nuestra familia, nuestra empresa, pero también nuestros proveedores y

clientes, y al final en el mundo que nos rodea todos estamos estrechamente vinculados. Esta es nuestra idea de sostenibilidad. Este es nuestro proyecto C-Evolution

El 2020 ha sido un año muy complejo, pero hemos asumido todos los desafíos con energía y profesionalidad.

Incluso durante los momentos más difíciles de esta pandemia no hemos parado en ningún momento, uniendo fuerzas, hemos continuado a creer e invertir también gracias a la fuerte identidad de nuestras marcas.

Las personas, un valor en el que siempre hemos creído, han sido fundamentales a la hora de afrontar los nuevos retos del 2020 con prontitud, flexibilidad y espíritu de colaboración, mirando al futuro con optimismo



Sandro Veronesi - Presidente y CEO del Grupo Calzedonia

Trayectoria de la Empresa

El 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 más de 50 países con más de 4.800 tiendas monomarca y con cobertura del 64% 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, Shanghai, Tokio 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 2020, la facturación del Grupo se ha visto reducida en cerca un 20% (en España la reducción ha sido del 31%), debido a los efectos por la pandemia COVID-19 que han supuesto el cierre temporal de tiendas, la limitación de aforo y horarios en nuestros puntos de venta, y la modificación de los hábitos de consumo en los mercados empeorando todo ello la situación socioeconómica del país, siendo la facturación Grupo respecto al ejercicio anterior por distribución geográfica como sigue:

	%	2020	%	2019
Italia	44,08%	855.511.381	43,83%	1.056.868.661
Países europeos	51,73%	1.004.142.303	52,49%	1.265.394.744
Otros países	4,19%	81.327.904	3,68%	88.624.295
Total	100,00%	1.940.981.588	100,00%	2.410.887.700

Durante el ejercicio 2020 a pesar de los numerosos lockdown consecuencia de la pandemia, la actividad de apertura y reposicionamiento del Grupo ha continuado en los diferentes mercados donde opera la y a final de año se alcanzaba la cifra de 4.900 puntos de venta mundo respecto 4.859 puntos de venta en 2019 distribuidos en los diferentes mercados. La variación de puntos de venta viene distribuida de la siguiente manera por Brand:

BRAND	2020			2019			Var. Num PV		
	Italia	Resto	Total	Italia	Resto	Total	Italia	Resto	Total
CALZEDONIA	574	1.571	2.145	589	1.582	2.171	(15)	(11)	(26)
INTIMISSIMI	490	1.058	1.548	500	1.043	1.543	(10)	15	5
INTIM. UOMO	167	56	223	158	37	195	9	19	28
167	353	382	735	345	361	706	8	21	29
OUTLET	27	25	52	35	26	61	(8)	(1)	(9)
FALCONERI	74	57	131	69	53	122	5	4	9
SIGNORVINO	19	0	19	17	0	17	2	0	2
ATELIER EME	47	0	47	43	1	44	4	(1)	3
TOTAL	1.751	3.149	4.900	1.756	3.103	4.859	(5)	46	41

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 más de 25 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 Calzedonia y estableciéndose a nivel internacional en el mundo de la moda del sector retail.

A cierre del ejercicio 2020, y resultado también de la situación de Pandemia por COVID-19 vivida durante el ejercicio, Franchising Calzedonia España, S.A. contaba con 618 puntos de venta propios y franquiciados en España (22 tiendas netas menos que el año anterior), siendo la filial con más presencia física distribuidos de la siguiente manera por Brand y canal de distribución:

BRAND	2020			2019			Var. Num PV		
	Propios	Franquicias	Total	Propios	Franquicias	Total	Propios	Franquicias	Total
CALZEDONIA	98	237	335	96	253	349	2	(16)	(14)
INTIMISSIMI	121	51	172	119	62	181	2	(11)	(9)
TEZENIS	90	13	103	86	16	102	4	(3)	1
FALCONERI	4	0	4	4	0	4	0	0	0
OUTLET	4	0	4	4	0	4	0	0	0
TOTAL	317	301	618	309	331	640	8	(30)	(22)

Desde 2017 se expandió con 2 puntos de venta en el mercado de Andorra que 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 4 puntos de venta ubicados en zonas estratégicas para el target y turismo de más alto poder adquisitivo como: C.C Illa Diagonal Barcelona, Paseo de Gracia en Barcelona, C/Serrano Madrid y Jaume III Palma de Mallorca siendo por ello una de las marcas más resentedas durante el ejercicio 2020.

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 instalaciones de producción y logística permite la consolidación del proceso de distribución, con plantas logísticas en Italia en Verona, Castagnaro (VR), Valesse (VR), Ducal (Croacia), San Paolo (BRASILE), Shanghai (CINA) y con plantas productivas en Castiglione delle Stiviere (MN), Brentino Belluno (VR), Avio (TN), Segusino (TV)), Gissi (CH), en Sri Lanka, Croacia, Bulgaria, Serbia, Bosnia y Etiopía.

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 31.12.2020 era de 38.292 uds, respecto al cierre del año anterior se registran 902 uds menos.

Los principales valores empresariales que caracterizan a Franchising Calzedonia España, S.A. son los siguientes:



Nuestras Marcas en España

CALZEDONIA



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.

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. 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 de marca están en constante aumento. Gracias a influyentes mundialmente famosos, como la embajadora digital italiana Chiara Ferragni, la marca mantiene a la comunidad siempre comprometida

 3,7 MILLONES DE SEGUIDORES

 3,8 MILLONES DE ME GUSTA

 12.200 INSCRITOS

 45,614 SEGUIDORES

INTIMISSIMI



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 Bundchen y Chiara Ferragni 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

 3,2 MILLONES DE SEGUIDORES

 3,2 MILLONES DE ME GUSTA

 22.800 INSCRITOS

 39,884 SEGUIDORES

TEZENIS



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 íconos 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.

 2,1 MILLONES DE SEGUIDORES

 2,5 MILLONES DE ME GUSTA

 7400 SUSCRIPTORES

 28,912 SEGUIDORES

INTIMISSIMI UOMO



Intimissimi Uomo representa el 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 íconos del estilo del mundo masculino como embajadores de la marca.

Desde 2019 Intimissimi Uomo es el patrocinador oficial del Giro d'Italia. Italianidad, pasión, innovación son los valores compartidos por las dos marcas, que han colaborado insertando un patrocinador en el interior del maillot rosa, en la piel del hombre, por primera vez en la historia del Giro.

 82.000 SEGUIDORES

 101,076 ME GUSTA

 263 SUSCRIPTORES

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.

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 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

 205.000 SEGUIDORES

 261.465 ME GUSTA

 542 SUSCRIPTORES

 899 SEGUIDORES

Nuestros valores

Los valores que caracterizan al Grupo Calzedonia 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 modus operandi transmitido y requerido de todos los empleados.

Estos valores son:

VISIÓN: 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: expresada en entusiasmo, participación e implicación en las 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

COLABORACIÓN: entendida como la capacidad de interactuar de forma activa y positiva con los compañeros para mejorar los resultados del Grupo.

ORIENTACIÓN A RESULTADOS: atención a la consecución de los objetivos individuales, de equipo y de empresa con la conciencia de que estos pasan necesariamente por la potenciación y realización del potencial de todos.

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

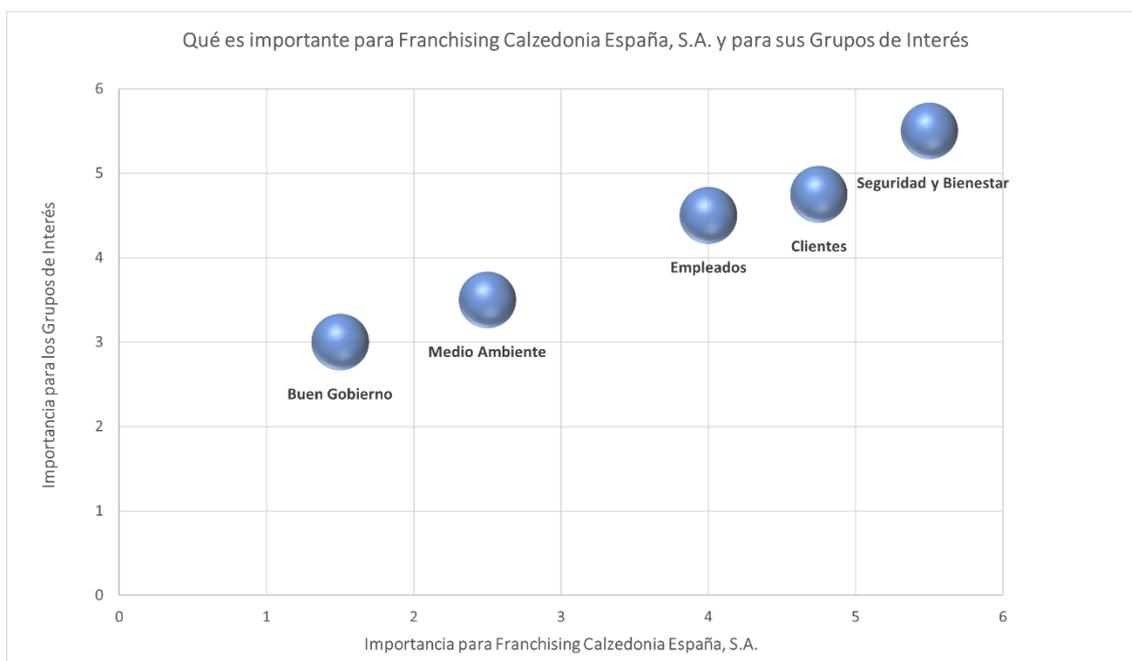
Estructura de la matriz de materialidad del GRUPO Calzedonia:



A partir de este análisis de materialidad elaborado por el Grupo, Franchising Calzedonia España, S.A. ha podido identificar sus temas más relevantes siendo éstas nuestros Clientes, Nuestros Empleados, el Medioambiente y el Buen Gobierno.

Especialmente por la pandemia vivida la empresa ha dedicado la mayor parte de sus recursos a garantizar la seguridad y bienestar de los clientes en nuestras tiendas y a garantizar la seguridad y bienestar de nuestros empleados tanto en nuestras tienda, en la red comercial y en oficinas.

Estructura de la matriz de materialidad de Franchising Calzedonia España, S.A.:



Buen Gobierno

El Grupo Calzedonia es de propiedad privada. Ninguna de las compañías que pertenecen al Grupo, hasta la fecha, figura inscrita en un mercado regulado. La empresa matriz operativa Calzedonia Holding S.p.A. es quien realiza la función de gestión y coordinación de todas las empresas del Grupo. El accionista de Calzedonia Holding S.p.A. es la empresa De la Costa Srl unipersonal, de Sandro Veronesi, fundador y presidente del Grupo.

Calzedonia Holding S.p.A., ha adoptado por un sistema de gobierno tradicional dotado de todas las facultades para la gestión ordinaria y extraordinaria de la sociedad, con facultad para dictar acuerdos sobre todos los actos que se estimen oportunos para la consecución del objeto social, con excepción de los de la competencia legal y estatutaria que es de la Junta General de Accionistas. El Consejo de Administración de Calzedonia Holding S.p.A. en funciones está compuesto por Sandro Veronesi Presidente y Director Ejecutivo, y Marco Carletto CEO.

Calzedonia Holding S.p.A. 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

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.

Por ello estamos ampliando los métodos de compra, devolución y pago. 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. En el ejercicio 2019 se implementó la posibilidad de realizar pedidos online desde puntos de venta con recogida en tienda, y en un corto plazo con envío a la dirección del cliente, mientras que se sigue trabajando en esta línea aportando mayores facilidades al cliente con otros servicios aún más avanzados. Estamos ampliando la gama de tarjetas de fidelidad y regalo, con interacciones extensas entre ambos canales online y offline.

En lo que respecta al método de pago, estamos invirtiendo en tecnología 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.

También intentamos mantener abiertos de una forma continuada los canales de comunicación con los clientes. Nos pueden contactar a través de nuestra página web activa las 24 horas del día, los 365 días del año, con una importante presencia en plataformas sociales y mercados.

El Servicio al Cliente está activo las 24 horas del día y accesible a través de un número 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. Los actuales métodos de compra implican necesariamente el intercambio mutuo de información y datos personales. Nos preocupamos por la privacidad de nuestros clientes y utilizamos las tecnologías disponibles para proteger su privacidad.

El Grupo Calzedonia garantizará la seguridad de cualquier medio de pago utilizado en las tiendas, ya sean tiendas físicas u online, con el fin de garantizar un adecuado seguimiento de los procedimientos de facturación y cobro, protegiendo así los datos de los clientes y evitando cualquier posible fraude.

El Código Ético 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 llevará 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 presentarán y promoverán 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

El Grupo Calzedonia 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 sean perjudiciales para la salud y seguridad de los clientes. Los empleados del Grupo Calzedonia 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 del producto.

El Grupo Calzedonia 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 y su resolución.

Todas las consultas o reclamaciones de clientes relacionadas con las tiendas físicas de España o Andorra son gestionadas por el Departamento de Atención al Cliente de FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA, S.A.

Dicho departamento, está disponible para los consumidores vía e-mail, a través de la dirección de correo electrónico atencion.cliente@calzedonia.es; vía telefónica, a través del teléfono 93.264.90.00; y a través de las hojas de reclamaciones disponibles en todos los puntos de venta físicos.

La gestión que se realiza de las consultas y reclamaciones recibidas es gestionada de manera eficaz, garantizándose en todo caso los plazos máximos de respuesta legalmente previstos. Se da cumplimiento igualmente a todas las obligaciones establecidas para el empresario en materia de consumo, comercio y gestión de hojas 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.

Los programas de gestión de incidencias utilizados por la compañía nos permiten obtener estadísticas detalladas de las reclamaciones recibidas pudiendo diferenciar según tipos de reclamación, marcas del grupo, etc. Si embargo, en el presente informe no es posible facilitar una información relativa al tipo de resolución ofrecida (positiva, negativa o resolución simple a una consulta), por ser éste un dato no disponible para el año 2020 debido a una limitación de los programas de gestión antes mencionados.

Pero como se ha dicho, absolutamente todas las reclamaciones obtienen una respuesta (salvo imposibilidad por falta de datos de contacto), sea esta favorable a las pretensiones del cliente, de respuesta a una consulta o bien desfavorable en aquellos casos en los que las peticiones de los consumidores no pueden ser atendidas por ir en contra de las normas de la empresa.

Los datos resumen del ejercicio 2020 vs 2019 con el número total de reclamaciones recibidas, dividido por marcas, sería el siguiente:

MARCA	2019		2020		
	Nº PUNTOS DE VENTA	RECLAMACIONES	Nº PUNTOS DE VENTA	RECLAMACIONES	Reclamaciones vs 2019
CALZEDONIA	349	668	334	985	47%
INTIMISSIMI	178	373	172	382	2%
TEZENIS	102	226	103	276	22%
OUTLET	4	2	4	3	50%
FALCONERI	4	2	4	0	-100%
DESCONOCIDO	-	6	-	8	33%
	637	1.277	617	1.654	9%

*En el presente gráfico se muestran el número de reclamaciones totales recibidas durante los años 2019 y 2020 por cada una de las marcas que conforman GRUPO CALZEDONIA ESPAÑA. En la última columna se muestra el dato relativo a porcentaje de crecimiento o decrecimiento en el número de reclamaciones recibidas en el año 2020 respecto el año 2019.

Iniciativas del Grupo referentes a la sostenibilidad

En el ejercicio 2019 se marcó el desarrollo de varias iniciativas en materia de sostenibilidad.

- La relevancia de los problemas materiales identificados en la matriz fue reconocida y difundida en todo el Grupo, y se inició la presentación de informes sobre los enfoques adoptados por el Grupo para gestionar los impactos sociales y ambientales de sus actividades. Con este fin, los jefes del grupo y las empresas de funciones participaron en la presentación del informe de sostenibilidad del Grupo.
- Se firmó la membresía del Fashion Pact, una coalición de empresas líderes en el sector de la moda y el textil, comprometida a lograr una serie de objetivos compartidos centrados en tres áreas temáticas principales: detener el calentamiento global, restaurar la biodiversidad y proteger los océanos.
- Se creó un departamento dedicado que es responsable de implementar la visión y la estrategia de sostenibilidad en las sucursales del grupo, monitorear y analizar los KPI vinculados a los objetivos ambientales y sociales, informar directamente al CEO y difundir las mejores prácticas dentro de la empresa y compartir los principios subyacentes a las elecciones realizadas para crear un círculo virtuoso e innovador.

Estas iniciativas se derivan de un proceso iniciado en 2017 por el Consejo de Administración del Grupo, resolviendo trabajar en dos direcciones: por un lado, mejorar y difundir las prácticas virtuosas ya existentes dentro del Grupo en términos de sostenibilidad y, por otro lado, otro, identificando cualquier problema crítico, áreas de mejora y posibles soluciones.

Durante el año 2020 la Junta Directiva aprobó las directrices para las iniciativas que se implementarán en el marco de un plan quinquenal (2020-2025). Durante el 2020 se

han alcanzado varios de los objetivos fijados en el Fashion Pact (para más información se puede consultar en la web del grupo www.calzedoniagroup.com)

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

Con este objetivo, se decide estructurar mesas redondas funcionales que representan comités operativos en los que se analizan los temas de medio ambiente, energía, personas, transporte y sociedad, analizando los principales problemas críticos, definiendo las prioridades de acción para cada área y evaluando Resultados logrados.

Las acciones implementadas se deciden de manera diferente 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.

Cuestiones medioambientales

Introducción y Política Ambiental

En el apartado correspondiente a cuestiones medioambientales, se presentan los efectos actuales y previsibles de la actividad de la compañía, las medidas para minimizar y/o prevenir los efectos y las metas a alcanzar.

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

CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	ACTUACION/RESPUESTA
Agotamiento de recursos	Análisis y seguimiento de los valores que nos indican estado de consumos de agua, luz, combustible, entre los más destacados, para poder realizar el adecuado seguimiento a medio como a largo plazo y establecer así una línea responsable de consumo, buscando si es posible, la reducción del consumo de estos, aplicando medidas más respetuosas con el medio ambiente.
Emisiones de gases de 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 evitar en parte las 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 medidas en la ocupación el territorio usando suelo urbano para la ubicación 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 la mejora constante de nuestros procesos y servicios, con el fin de optimizar el uso de recursos naturales y disminuir el impacto de nuestra actividad.

La política ambiental del Grupo Calzedonia a nivel mundial 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 Calzedonia 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 hará un esfuerzo especial para prevenir la contaminación mientras reduce tanto como sea posible el impacto ambiental potencial generado por su cadena de distribución.
- 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 la política ambiental es adoptada por cada una de las filiales de Grupo Calzedonia 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, focaliza esfuerzos propios para reducir en el consumo de agua en sus puntos de venta y oficinas, así como busca el 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 Calzedonia, cuya sede mundial está situada en Italia, siendo, por tanto, una filial dedicada exclusivamente a la venta de producto. El diseño, producción y logística están organizadas y gestionadas por la sede central de Italia.

El grupo Calzedonia 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, 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 Calzedonia en España, durante el año 2020, estuvo en torno a 306, alcanzando una superficie total de cerca de 40.000m², siendo en 2019 350 y unos 44.000m², parte de la reestructuración estaba prevista y otra parte, está relacionada con las consecuencias de la pandemia.

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 un almacén logístico para mobiliario y documentación, ya que el producto procede directamente desde la central italiana.

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, materias primas (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 desplazamientos de 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 no peligrosos	Contaminación del suelo, ocupación del territorio, emisiones gases de efecto invernadero

ASPECTO	CANTIDAD DE CONSUMO/ GENERACIÓN 2019	INDICADORES DE CONSUMO POR M ² 2019	CANTIDAD DE CONSUMO/ GENERACIÓN 2020	INDICADORES DE CONSUMO POR M ² 2020
Consumo de agua	5.626,42 m ³	0,13 m ³ /m ²	3.582,50 m ³	0,08 m ³ /m ²
Consumo eléctrico	10.454.794,74 kWh	237,67 kWh/m ²	7.978.169,37 kWh	182,52 kWh/m ²
Consumo de combustible por desplazamientos en vehículo	207.516,90 L	4,72 L/m ²	126.072,19 L	2,88 L/m ²
Consumo de productos de limpieza	9.629 L	0,22 L/m ²	24.680,60 L	0,56 L/m ²
Consumo de papel	14.875,00 kg	0,34 kg/m ²	13.599,40 kg	0,31kg/m ²
Generación de residuos no peligrosos	1.115,52 t	0,03 t/m ²	873,06 t	0,02 t/m ²

Si bien es cierto que en el año 2019 se observó una mejora en el desempeño ambiental de la compañía con respecto a 2018, en 2020 los consumos y la producción de residuos se ha visto fuertemente reducida con motivo de las restricciones en el desarrollo de la actividad de nuestra empresa como consecuencia de la pandemia.

Sin embargo, el consumo de productos químicos, especialmente desinfección y limpieza, se han incrementado considerablemente debido a los protocolos de seguridad frente al contagio de la COVID-19.

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 aireadores en los grifos y sistemas de doble descarga en las cisternas de los retretes.
- 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 ha permitido producir en 2020 el 40% de la energía consumida en oficinas.
- La reducción tan drástica del consumo eléctrico en el ejercicio de 2020 es consecuencia de las limitaciones en el desarrollo de la actividad comercial y la realización de teletrabajo llevado a cabo debido a la crisis del COVID-19.
- 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. Durante el año 2020, se ha reducido el consumo debido a las restricciones a la movilidad, el fomento del teletrabajo, las limitaciones de la actividad comercial y el cierre total de la actividad comercial durante los meses de Marzo, Abril y Mayo.
- Consumo de productos químicos. Como consecuencia de las medidas preventivas frente al contagio del Sars-Cov2, durante el 2020 se ha provisto a todos los centros de trabajo con productos químicos que años anteriores no se requerían como gel hidroalcohólico desinfectante de manos, desinfectante textil para la desinfección de prendas probadas, desinfectante de superficies etc. Esto ha supuesto un incremento de más del 50% del consumo de estos. 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 la reducción del consumo de papel. Para contribuir a la economía circular y reducir el impacto en la forestación, la mayor parte del papel adquirido es de origen reciclado. Aun así, como en el resto de los aspectos ambientales, la reducción está muy relacionada con las limitaciones de la actividad comercial debido a la pandemia y el teletrabajo.
- Generación de residuos no peligrosos: En 2020 es el primer año que contabilizamos los residuos generados por nuestros proveedores de mantenimiento y obras. En 2019 se produjeron 344 kg de residuos peligrosos (tóneres usados en el día a día de los puntos de venta y oficinas, así como fluorescentes fundidos, transformadores, baterías y pilas). En 2020 se han producido 15 kg de residuos peligrosos (baterías y pilas), ya que en 2020 no se han desechado RAEE ni equipos informáticos susceptibles de ser considerados residuos peligrosos, además de la reducción en el uso de estos aparatos.
- Si bien es cierto, no disponemos de la información de la cantidad de residuos peligrosos generados en las tareas de mantenimiento, especialmente de iluminación o de sustitución de los sistemas de iluminación durante las obras. Se está trabajando activamente para poder conseguir esta información en los próximos años.

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 2020 se ha mantenido un nivel alto de inversión en la renovación e instalación de equipos de climatización e iluminación más eficientes, alcanzando los 1.000.762 euros frente al 1.400.000 del año anterior. Los datos publicados en años anteriores incluían el coste del equipo de climatización, pero este año se ha cambiado el criterio incluyendo 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 de aparatos de climatización se ha mantenido, superando los 400.000 euros en este concepto, 20.000 más que el año anterior.

Por otra parte, el presupuesto destinado a la gestión de residuos procedentes de oficina y de las cerca de 300 tiendas, en 2020, fue 215.677 euros, superior a los ejercicios anteriores que estaban en torno a 180.000 euros. 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 la matriz 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 Calzedonia a nivel mundial pone de manifiesto el compromiso de la compañía con la salud de las personas y la sostenibilidad.

Contaminación Atmosférica

Desde enero de 2019 se ha puesto en funcionamiento la instalación de placas fotovoltaicas que permite autoabastecer una parte importante de la demanda energética de las oficinas. El aprovechamiento de la energía solar ha supuesto un ahorro de consumo eléctrico en 2020 de **27.606,90 kWh** y por tanto, **se ha evitado la emisión de 5.521,38 de Kg CO₂**, lo que supone aproximadamente un 40% del total de emisiones anuales de las oficinas.

Otra medida tomada desde 2018 en las oficinas centrales y destinada a la reducción de emisiones, es la instalación de un parking de bicis para promover la movilidad sostenible y hábitos de vida saludable entre la plantilla.

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. En 2020 se ha producido una emisión de 2kg por una incidencia en un aparato de climatización, reparándose de inmediato la avería para evitar nuevas emisiones de contaminación difusa. Los gases que por cambios normativos están prohibidos y son contenidos en aparatos más antiguos son retirados y gestionados por un gestor autorizado.

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.

Con el fin de eliminar la contaminación lumínica y reducir el consumo eléctrico, se instalan temporizadores en los rótulos de las fachadas para mantener la cartelería apagada la mayor parte de la noche.

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 los depósitos en vertedero. Actualmente no disponemos de la cantidad de residuos peligrosos generados por el cambio de sistemas de iluminación y operaciones

de mantenimiento correspondiente al año 2020, 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.

La generación de residuos considerados peligrosos derivados del uso de algunos aparatos eléctricos supone un hecho puntual y de poca relevancia, ya que en 2020 no alcanzó 0,01% del total de residuos generados.

Los residuos derivados de nuestra actividad en 2020 alcanzan 873,08 toneladas, los cuales son generados 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 125,42 toneladas. En 2019 se produjeron 1.115 toneladas. La reducción tan significativa en la producción de residuos no es consecuencia únicamente de la pandemia, sino también de los esfuerzos que el grupo Calzedonia está haciendo para reducir su impacto en este sentido.

Afianzando el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, el Grupo Calzedonia 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 se han desarrollado varias líneas de productos de las diferentes marcas del grupo, cuya parte de su composición proviene de plástico PET reciclado, usando la tecnología LYCRA® dualFX® EcoMade. Estas líneas se han comenzado a comercializar en España en 2020.

En fase de empaquetado el Grupo Calzedonia 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 es 100% reciclado antes de 2030. Algunas de las principales medidas ya implementadas son:

- Uso de embalajes de cartón reciclado. Dando prioridad a FSC 100% reciclado.
- Siempre que es posible retirada de los embalajes de plástico que no afectan a la calidad del producto. Por ejemplo, para las medias de Calzedonia, se ha retirado el sobre de plástico que envolvía la caja.
- Sustitución de plástico de un solo uso de los envases por papel certificado.
- Reducción del grosor del sobre de plástico, donde no ha podido retirarse.

En fase de comercialización Franchising Calzedonia España S.A. retiró las bolsas de plástico en 2018 de todos los establecimientos, proporcionando a los clientes el producto únicamente en bolsas de cartón.

Por otra parte, en 2020, Franchising Calzedonia España S.A., ha presentado la declaración de envases de Ecoembes con una cantidad de 714,95 toneladas de envases puestos en el mercado, liquidando la tasa correspondiente, lo cual ha supuesto una reducción del 30% con respecto al año anterior. Esta reducción no solo es debido a la contención de las ventas por la pandemia, sino también a los esfuerzos llevados a cabo desde la empresa para la reducción de envases puestos en el mercado.

En esta línea, para el 2021 están planificadas 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 combatir en este aspecto.

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, podríamos decir que 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, para así reducir también el consumo de agua.

En cuanto al uso de papel, en 2020, se han conseguido los siguientes resultados:

- Reducción de consumo neto de papel debido a la digitalización de procesos. No se ha adquirido papel para oficina durante el ejercicio de 2020.
- Ahorro de más 4,5 toneladas respecto a 2018 de papel secamanos, debido a la instalación de secadores de manos eléctricos en los baños.

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 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 2020, ascendiendo a un total de 2.929,65 toneladas de CO₂ equivalente.

En el periodo 2019, se produjeron 148.164,26 toneladas de CO₂ equivalente, una reducción tan drástica es consecuencia fundamentalmente de las limitaciones de movilidad y comerciales derivadas de la situación de pandemia.

Hasta la fecha no se han establecido metas de reducción, sin embargo, en transición hacia la descarbonización, se pretende realizar a lo largo de 2021 un cambio de contratación de suministro eléctrico en las tiendas, contratando garantía de origen o suministro a empresas con emisión cero.

Por otra parte, contemplamos que el cambio climático puede afectar al medio, 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 CO₂ 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 2020, 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 154 vehículos. Pudiendo observarse la cantidad de emisiones en la siguiente tabla:

ALCANCE 1	Fuentes GEI	2019	2020
	Instalaciones fijas ¹	0,00 t CO _{2eq}	0,00 t CO _{2eq}
	Desplazamientos en vehículos ²	517,34 t CO _{2eq}	341,40 t CO _{2eq}
	Refrigeración/Climatización ³	0,0000 t CO _{2eq}	143,03 t CO _{2eq}
TOTAL ALCANCE 1		517,34 t CO _{2eq}	484,43 t CO _{2eq}

- (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 del Alcance 1.
- (2) Datos estimados a partir del gasto de combustible en 2020 y la media de precios en 2020 obtenido a través del IPC y datos reales de facturación.
- (3) En las instalaciones de Fr. Calzedonia España, se ha detectado fugas de 68,5 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.

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	2019	2020
	Electricidad oficinas y punto de venta ⁴		2.668,82 t CO ₂

- (4) A partir del dato de electricidad consumida, medida en kWh por las diferentes comercializadoras, basado en método Market-Based (Datos 2020).

Alcance 3: En 2020 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 (t/ CO ₂)	2019	2020
Desplazamientos en avión	493,80	108,53
Alquiler de vehículos	12,71	-
Desplazamientos en tren	175,52	5,17
Taxi	3,19	1,17
Transporte de mercancías	144.292,20	878,51
Mensajería interna	0,67	3,98
TOTAL ALCANCE 3	144.978,09	997,36

Franchising Calzedonia España S.A., tras la auditoría energética realizada en 2016, 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:

- Instalación de máquinas de climatización más eficientes. En 2020, y a pesar de la pandemia, se produjo la renovación de los sistemas de climatización hasta en 73 tiendas, reduciendo el consumo de energía y optimizando el rendimiento estacional por medio de unidades interiores y exteriores eficientes, tecnologías innovadoras y controles de gestión energética inteligentes.
- Instalación de cortinas de aire, que, siempre que se puede, se instalan con batería de expansión. Con esta medida se reducen las pérdidas de aire frío o caliente de los accesos a las tiendas que en ocasiones se complementan con la instalación de puertas automáticas.
- En cuanto a la iluminación, las bombillas utilizadas en tienda, así como los rótulos luminosos siempre disponen de iluminación LED, dichas luces consumen de entre un 80 y un 90% menos que las bombillas y lámparas halógenas y tienen una vida útil más larga. En 2020 se ha seguido trabajando en la sustitución de las luminarias tradicionales por iluminación led.
- Sensores de movimiento en los almacenes de los puntos de venta para evitar consumo eléctrico en ausencia del personal.
- Instalación de placas solares en las oficinas centrales, que suponen un 40% de la energía total consumida en sede y un ahorro en 2020 de más de 5 toneladas de CO₂, mientras que en 2019 fue de 14 toneladas de CO₂. Esta diferencia se debe a que la energía autoproducida si no se consume no se puede acumular, el hecho de haber reducido la demanda durante la pandemia explicaría que no se haya aprovechado la misma cantidad o aproximada al año anterior.

Protección de la Biodiversidad

La mayor parte de los productos del Grupo Calzedonia, 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 Calzedonia, exige a sus colaboradores y proveedores que garanticen que dichos materiales no son 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 Calzedonia 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.

Franchising Calzedonia España S.A., no tiene un impacto acústico significativo en las áreas donde opera.

Nuestros Empleados

Política de Recursos Humanos

El recurso más importante del Grupo son las personas que trabajan con nosotros.

El número de empleados en las marcas del Grupo a 31.12.2020 ascendía a 38.292 personas, de las cuales 22.464 se dedicaban a unidades de producción, 12.584 a actividades comerciales y 3.244 en oficinas.

Del total de los empleados en el Grupo, España cuenta con alrededor de 2.000, por este motivo, siempre nos hemos propuesto crear las mejores condiciones posibles en el puesto de trabajo, brindando apoyo a nuestros trabajadores, promoviendo políticas de conciliación entre el trabajo y la familia, la dignidad e integridad psicofísica y la correcta gestión de la diversidad de los géneros menos representados, se promueven políticas para proteger la diversidad cultural y lingüística, étnica y religiosa con vistas a la integración y la inclusión.

Ante la situación epidemiológica en relación con la infección por Coronavirus y con el objetivo de paliar los efectos económicos de la misma, además de proteger a los empleados, Franchising Calzedonia España S.A. ha tenido que realizar suspensiones de contratos de forma temporal, ERTE de fuerza mayor por un tiempo determinado.

Las medidas preventivas adoptadas en todos los centros de trabajo han estado destinadas a contener la propagación del virus. Las medidas más destacables han supuesto la mejora de la ventilación forzada y natural, la limpieza y desinfección de superficies, puesta a disposición de geles hidroalcohólicos y desinfectantes con actividad viricida.

También se ha realizado una ordenación de los puestos de trabajo, zonas comunes, organización de los turnos y potenciación del teletrabajo en los puestos que ha sido posible para evitar la coincidencia masiva de personas.

Y se ha activado un protocolo interno estricto para evitar la presencia de personal con síntomas compatibles con COVID-19, e identificación de contactos estrechos para inicio de aislamiento domiciliario precoz.

Los valores del Grupo Calzedonia (pasión, pragmatismo, dinamismo, jugador de equipo, flexibilidad mental, amor y dedicación a un proyecto común) expresan nuestra ética de trabajo y se utilizan como parámetro para la selección de personal y objetivo de desarrollo en la actividad de los colaboradores en la empresa.

El estilo de liderazgo promovido dentro del Grupo interiorizado por Franchising Calzedonia España, S.A. deriva de la experiencia práctica vivida a lo largo de los años y representa un enfoque clave durante la reunión anual de evaluación.

Cualquier persona que desee solicitar una posición dentro del Grupo puede acceder a la web del Grupo Calzedonia que proporciona una visión general de la empresa y describe las áreas de negocio y las posiciones abiertas en las distintas regiones geográficas del país.

En nuestros procesos de selección se buscan perfiles que estén alineados con los valores, personas que busquen retos, con ganas de crecer profesionalmente, capaces de comunicar, resolutivas y comprometidos con el trabajo.

Desde el primer día en la empresa trabajamos la adaptación, proceso natural por el cual todos atravesamos y la formación, realizando un seguimiento exhaustivo y reuniones de feedback tanto del trabajador como con su responsable.

Formamos a los equipos desde su incorporación para ayudarlos en su integración y teniendo como objetivo crear expertos en nuestro sector, favoreciendo la igualdad de oportunidades, la promoción personal y 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.

Para la correcta evaluación de todos los perfiles, cada año se realizan reuniones oficiales de retroalimentación en las que las personas tienen la oportunidad de establecer, de acuerdo con su manager los objetivos a trabajar en los siguientes seis meses.

El área de Recursos Humanos dirige y apoya los procesos de feedback, recolectando la información necesaria para hacer un seguimiento de la disponibilidad, ambiciones y evaluaciones.

Para los recién llegados a la compañía (excepto incorporaciones en puntos de venta) las reuniones se organizan entre el manager, el colaborador y el departamento de Recursos humanos para facilitar el proceso de inserción.

El Grupo opera en más de 50 países alrededor del mundo, por ello Franchising Calzedonia España, S.A. ofrece oportunidades de promoción internacional a perfiles potenciales, en las diferentes delegaciones del grupo. En 2020 perfiles de la filial española han realizado misiones en el extranjero en países como Brasil, Italia (oficinas centrales) y Estados Unidos.

El Grupo Calzedonia promueve y estimula el crecimiento interno, permitiendo que los empleados continúen progresando profesionalmente.

Las posiciones de responsabilidad abiertas se ofrecen a los mejores talentos, generando así un vivero de perfiles potenciales, tanto para Italia como para el resto del mundo.

Creemos que la remuneración debe reflejar no solo la posición ocupada por el empleado, su experiencia, los niveles habituales de remuneración en el país, sino también, y en gran medida, los resultados obtenidos, tanto a nivel personal como a nivel de empresa. Calidad de trabajo y salarios acordes con el colaborador. Hacer que nuestros empleados participen en los resultados de la empresa o del Grupo.

Por este motivo, se han desarrollado sistemas de remuneración e incentivos que recompensan la calidad del trabajo realizado y hacen que nuestros empleados participen en los resultados de la empresa o, en ciertos casos, del Grupo. La base de

estos sistemas es el proceso denominado "meritocracia", transversal a todos los colaboradores, que proporciona una evaluación individual obtenida también a través de dos reuniones formales durante el año entre el colaborador y su manager. En particular los empleados de 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.

Los beneficios para el personal, son medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.

Con el fin de simplificar la vida de nuestros equipos, hemos implementado un plan de bienestar corporativo que nos permite aprovechar una serie de beneficios y servicios proporcionados en condiciones favorables.

Para el personal de oficinas, flexibilidad horaria tanto en la entrada como en la salida del trabajo, bolsa de horas anual disponible para asuntos propios, cursos de idiomas fuera del horario laboral, descuentos con agencias de viajes, subvención de la comida diaria para perfiles de oficina y mandos intermedios, seguro médico a cargo de la empresa, descuentos en los productos de las marcas del Grupo Calzedonia para todos los empleados, posibilidad de asistencia a los eventos organizados por el grupo tanto en España como fuera del país para todo el personal de la empresa.

Para los empleados de la red comercial, se ofrece la posibilidad de asistencia a los eventos organizados por el grupo tanto en España como fuera del país, descuentos en los productos de las marcas del Grupo Calzedonia.

Franchising Calzedonia España, S.A. pretende adherirse a la desconexión laboral para sus empleados en general pero todavía no dispone de medidas concretas en esta materia.

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

EMPLEADOS EN ESPAÑA:

2019

Empleados por sexo a 31/12/2019	Hombre	72
	Mujer	2028
	TOTAL	2.100

Empleados por edad a 31/12/2019	Menores de 30 años	1240
	Entre 30 y 49 años	855
	50 años o más	5
	TOTAL	2.100

Empleados por categoría profesional a 31/12/2019		Hombre		Mujer
	Apoderado/a	1	Apoderado/a	2
	Jefe/a Sección	23	Jefe/a Sección	135
	Administrativos/as	9	Administrativos/as	56
	Encargados/as	8	Encargados/as	346
	Dependientes/as	27	Dependientes/as	1.488
	Ayudantes	0	Ayudantes	0
	Personal almacén	2	Personal almacén	0
	Jefe mantenimiento	0	Jefe mantenimiento	0
	Técnico mantenimiento	2	Técnico mantenimiento	1
	TOTAL	72	TOTAL	2.028

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2019		Hombre	Mujer
	Contrato indefinido	57	1333
	Contrato temporal	15	695
TOTAL	72	2.028	

2020

Empleados por sexo a 31/12/2020	Hombre	84
	Mujer	1.865
	TOTAL	1.949

Empleados por edad a 31/12/2020	Menores de 30 años	999
	Entre 30 y 49 años	943
	50 años o más	7
	TOTAL	1.949

Empleados por categoría profesional a 31/12/2020		Hombre		Mujer
	Apoderado/a	1	Apoderado/a	2
	Jefe/a Sección	29	Jefe/a Sección	124
	Administrativos/as	10	Administrativos/as	53
	Encargados/as	12	Encargados/as	372
	Dependientes/as	29	Dependientes/as	1.313
	Ayudantes	0	Ayudantes	0
	Personal almacén	2	Personal almacén	0
	Técnico mantenimiento	1	Técnico mantenimiento	1
	TOTAL	84	TOTAL	1.865

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2020		Hombre	Mujer
	Contrato indefinido	73	1.530
	Contrato temporal	11	335
TOTAL	84	1.865	

EMPLEADOS EN ANDORRA:

2019

Empleados por sexo a 31/12/2019	Hombre	1
	Mujer	16
	TOTAL	17

Empleados por edad a 31/12/2019	Menores de 30 años	14
	Entre 30 y 50 años	3
	Mayores de 50 años	0
	TOTAL	17

Empleados por categoría profesional a 31/12/2019		Hombre		Mujer
	Encargados/as	0	Encargados/as	3
	Dependientes/as	1	Dependientes/as	13
	TOTAL	1	TOTAL	16

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2019		Hombre	Mujer
	Contrato indefinido	1	8
	Contrato temporal	0	8
	TOTAL	1	16

2020

Empleados por sexo a 31/12/2020	Hombre	2
	Mujer	29
	TOTAL	31

Empleados por edad a 31/12/2020	Menores de 30 años	24
	Entre 30 y 50 años	7
	Mayores de 50 años	0
	TOTAL	31

Empleados por categoría profesional a 31/12/2020		Hombre		Mujer
	Encargados/as	0	Encargados/as	4
	Dependientes/as	2	Dependientes/as	25
	TOTAL	2	TOTAL	29

Empleados por modalidad de contrato a 31/12/2020		Hombre	Mujer
	Contrato indefinido	1	13
	Contrato temporal	1	16
	TOTAL	2	29

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

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS EN ESPAÑA:

2019

	Por sexo	
	H	M
Contrato Indefinido	56,33	1.263,16
Contrato a temporal	7,05	276,93
Contrato a tiempo parcial	13,13	661,82

	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Contrato Indefinido	628,64	686,57	4,28
Contrato a temporal	226,24	57,68	0,06
Contrato a tiempo parcial	488,21	186,08	0,66

Categorías profesionales	Contrato Indefinido	Contrato a temporal	Contrato a tiempo parcial
Apoderado/a	3,01	0	0
Jefe/a Sección	154,50	0	0
Administrativos/as	62,88	0,54	0,93
Encargados/as	358,15	1,65	18,97
Dependientes/as	736,40	281,77	655,03
Ayudantes	0	0	0
Personal almacén	2	0,02	0,02
Jefe Mantenimiento	0	0	0
Técnico Mantenimiento	2,55	0	0

2020

	Por sexo	
	H	M
Contrato Indefinido	52,67	1.007,37
Contrato a temporal	3,98	150,37
Contrato a tiempo parcial	12,87	652,69

	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Contrato Indefinido	460,56	595,73	3,75
Contrato a temporal	114,68	39,34	0,33
Contrato a tiempo parcial	383,06	281,15	1,35

Categorías profesionales	Contrato Indefinido	Contrato a temporal	Contrato a tiempo parcial
Apoderado/a	3	0	0
Jefe/a Sección	116,65	0	0
Administrativos/as	48,29	1,57	2,05
Encargados/as	291,99	1,64	70,65
Dependientes/as	596,78	151,14	592,86
Ayudantes	0	0	0
Personal almacén	1,54	0	0
Técnico Mantenimiento	1,79	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS EN ANDORRA:

2019

Por sexo					
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
H	M	H	M	H	M
0,14	2,87	0,41	6,80	0,26	0,38

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
2,25	0,76	0	6,91	0,30	0	0,52	0,12	0

Por categoría profesional					
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
Encargados/as	Dependientes/as	Encargados/as	Dependientes/as	Encargados/as	Dependientes/as
0,76	2,25	0	7,21	0	0,64

2020

Por sexo					
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
H	M	H	M	H	M
1,00	8,76	0,36	3,15	0,36	2,11

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
5,39	4,37	0	3,10	0,41	0	2,06	0,41	0

Por categoría profesional					
Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
Encargados/as	Dependientes/as	Encargados/as	Dependientes/as	Encargados/as	Dependientes/as
3,37	6,39	0	3,51	0	2,47

Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

DESPIDOS EN ESPAÑA

2019

	Por sexo	
	H	M
Despidos	6	45

	Por grupos de edad		
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Despidos	25	26	0

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	0
Jefe/a Sección	8
Administrativos/as	1
Encargados/as	17
Dependientes/as	25
Ayudantes	0
Personal almacén	0
Jefe Mantenimiento	0
Técnico Mantenimiento	0

2020

Por sexo		
	H	M
Despidos	0	14

Por grupos de edad			
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Despidos	5	9	0

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	0
Jefe/a Sección	2
Administrativos/as	0
Encargados/as	4
Dependientes/as	8
Ayudantes	0
Personal almacén	0
Técnico Mantenimiento	0

DESPIDOS EN ANDORRA

Durante el año 2019 no se han producido despidos en Andorra.

2020

Por sexo		
	H	M
Despidos	0	6

Por grupos de edad			
	<30 años	Entre 30 y 49 años	50 años o más
Despidos	5	1	0

Categorías profesionales	Despidos
Apoderado/a	0
Jefe/a Sección	0
Administrativos/as	0
Encargados/as	1
Dependientes/as	5
Ayudantes	0
Personal almacén	0
Jefe Mantenimiento	0
Técnico Mantenimiento	0

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

REMUNERACION MEDIA DE LOS EMPLEADOS DE FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA S.A. 2019

La brecha salarial de FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA S.A. en 2019 es del **0,28**.

Promedio salario anual	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
Promedio total anual	21.291,69€	29.590,75€	0,28

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

REMUNERACION MEDIA DE LOS EMPLEADOS EN ESPAÑA 2019

Promedio salario anual	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
Promedio total anual	21.307,73€	29.645,45€	0,28

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

Promedio de retribuciones por edad	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	20.002,00€	22.072,58€	20.071,13€
Entre 30 - 49 años	22.828,23€	36.034,15€	23.429,31€
50 años o más	21.435,05€	-	21.435,05€

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Jefe de sección	34.184,17€	38.915,60€	34.852,39€
Administrativos	29.659,93€	36.697,54€	30.704,14€
Encargados	20.307,68€	22.403,19€	20.799,33€
Dependientes	19.329,20€	18.716,49€	19.316,78€
Ayudantes	-	-	-
Personal almacén	-	25.889,48€	25.889,48€
Técnico mantenimiento	26.379,47€	38.007,64€	33.949,18€

REMUNERACION MEDIA DE LOS EMPLEADOS DE FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA S.A. 2020

La brecha salarial de FRANCHISING CALZEDONIA ESPAÑA S.A. en 2020 es de **0,34**.

Promedio salario anual	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
Promedio total anual	20.916,86€	31.792,43€	0,34

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

REMUNERACION MEDIA DE LOS EMPLEADOS EN ESPAÑA 2020

Promedio salario anual	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
Promedio total anual	20.950,80€	32.247,06€	0,35

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

Promedio de retribuciones por edad	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	19.106,00€	21.771,74€	19.176,86€
Entre 30 - 49 años	22.692,78€	36.291,91€	23.554,53€
50 años o más	20.133,46€	19.166,33€	20.049,77€

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Jefe de sección	34.641,87€	43.051,14€	36.243,70€
Administrativos	31.532,11€	39.051,26€	32.830,54€
Encargados	20.515,37€	19.728,28€	20.494,76€
Dependientes	18.752,22€	18.103,72€	18.739,57€
Ayudantes	-	-	-
Personal almacén	-	29.451,82€	29.451,82€
Técnico mantenimiento	30.389,58€	40.521,66€	36.049,96€

REMUNERACION MEDIA DE LOS EMPLEADOS EN ANDORRA 2019

Promedio salario anual	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
Promedio total anual 2019	18.809,22€	15.603,27€	-0,21

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

Promedio de retribuciones por edad 2019	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	18.344,23€	*	18.344,23€
Entre 30 - 49 años	21.413,18€	*	21.413,18€
50 años o más	-	-	-

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

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional 2019	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Consejeros	-	-	-
Directivos	-	-	-
Encargados/as	22.921,60€	-	22.921,60€
Dependientes/as	18.241,99€	15.603,27€	17.994,61€

REMUNERACION MEDIA DE LOS EMPLEADOS EN ANDORRA 2020

Promedio salario anual	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Brecha Salarial
Promedio total anual 2020	17.033,51€	13.202,98€	-0,29

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

Promedio de retribuciones por edad 2020	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Menores de 30 años	14.742,87€	-	14.742,87€
Entre 30 - 49 años	22.732,17€	*	22.732,17€
50 años o más	-	-	-

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

Promedio de remuneraciones por clasificación profesional 2020	Salario promedio de mujeres	Salario promedio de hombres	Salario promedio
Consejeros	-	-	-
Directivos	-	-	-
Encargados/as	22.789,36€	-	22.789,36€
Dependientes/as	14.763,75€	13.202,98€	14.549,60€

REMUNERACION MEDIA DE LOS CONSEJEROS Y DIRECTIVOS

Promedio salario anual	Salario promedio 2018	Salario promedio 2019	Salario promedio 2020
Promedio total anual	164.953€	147.575€	139.142€

En Franchising Calzedonia España, S.A. la alta dirección está conformada por 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 2019 y 2020

En el 2020 en la empresa constan 2 personas con algún grado de minusvalía superior al 33%. En 2019 constaba el mismo número de personas, 2.

Organización del trabajo: organización del tiempo de trabajo; número de horas de absentismo 2019

Las horas de absentismo totales en el año 2019 han sido 207.686, teniendo en cuenta accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y contingencias comunes. La gran mayoría son procesos de incapacidad temporal derivado de contingencias comunes.

Organización del trabajo: organización del tiempo de trabajo; número de horas de absentismo 2020

Las horas de absentismo totales en el año 2020 han sido 215.225 horas, incluyen accidentes de trabajo, enfermedades profesionales, contingencias comunes y bajas COVID-19. Tanto en 2019 como en 2020 la gran mayoría son procesos de incapacidad temporal derivado de contingencias comunes.

Política Preventiva de Salud y Seguridad en el Trabajo:

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 está basada en 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.
- 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.

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.

Los riesgos se recogen en el documento, Evaluación de Riesgos Laborales, que contempla como mínimo los siguientes contenidos: deficiencia detectada/causa del riesgo, centro de trabajo y sección, acción correctora, nivel gravedad del riesgo/ nivel de prioridad, responsable de la resolución, fecha de realización (prevista y real) y presupuesto.

En 2020, se han realizado 25 Evaluaciones de Riesgos de las distintas especialidades (seguridad, higiene y/o ergonomía), llevados a cabo por los técnicos tanto del SPP como del SPA.

El programa de Corrección de Deficiencias se planifica anualmente y se realiza el seguimiento durante el año en curso. El SPP, a través de los Técnicos de Prevención, coordinan y hacen el seguimiento del plan de medidas correctoras.

En cumplimiento de la Ley de PRL y del R.D. Real Decreto 171/2004, sobre Coordinación de Actividades Empresariales, todos los trabajadores externos que prestan servicio a nuestra empresa, son informados sobre los riesgos existentes en nuestros centros y se comprueba que hayan realizado la formación en PRL adecuada a su puesto, dispongan del ofrecimiento de la vigilancia de la salud y los EPI's necesarios para desempeñar su trabajo en condiciones de seguridad y salud.

Como consecuencia de la pandemia Franchising Calzedonia España S.A. ha hecho un gran esfuerzo para minimizar el riesgo de contagio y, con el fin de garantizar la máxima seguridad tanto a trabajadores como clientes, se han creado protocolos, realizando formaciones a sus trabajadores sobre este nuevo riesgo para la salud y las medidas preventivas, así como proporcionando materiales de desinfección, higiene y mascarillas de acuerdo a la normativa vigente. Las mascarillas son de fabricación propia, ya que, durante los primeros meses de la pandemia, el Grupo Calzedonia reconvirtió una de las fábricas ubicadas en Italia para la fabricación de producto sanitario, haciendo donaciones a centros hospitalarios y contribuyendo a generar stock de material de protección.

Para poder garantizar que se cumplieran los protocolos de manera adecuada, se han llevado a cabo 114 auditorías internas en los puntos de venta de todas las marcas, con un resultado muy satisfactorio.

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 ha proporcionado medidas de protección adicional frente al contagio COVID-19.

Otra medida destinada a promover la seguridad y salud del personal sensible es la entrega de un cinturón especial para embarazada 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 2020 para fomentar la cultura preventiva y la seguridad de los trabajadores son:

- Revisión de procedimiento ya implantados en materia de PRL, sobre el desarrollo de la vigilancia de la salud a toda la plantilla.
- Difusión de documentación de PRL a Puntos de Venta a través de los canales de comunicación interna (Shoppy).
- Entrega de documentación y procedimientos de PRL específica de cada Punto de Venta (PAU del centro comercial, Evaluación de Riesgos etc.)
- Difusión de medidas de emergencia standard para Puntos de Venta Directos.
- 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.
- Seguimiento y controles trimestrales de elementos contraincendios/emergencias. Realizado por proveedor autorizado.
- Gestión de 52 Prestaciones por Riesgo durante el Embarazo de los 61 embarazos comunicados por la plantilla de Franchising Calzedonia España, S.A.

- Formación para la prevención del contagio frente a la COVID-19 a 1.669 trabajadores, incluyendo personal de oficinas como para el personal de punto de venta.
- 114 auditorías internas de protocolo COVID-19 y adecuación de los espacios de trabajo a la situación de pandemia.

En 2020, Franchising Calzedonia España S.A. se sometió a la preceptiva auditoría legal del SPP que tiene lugar cada 4 años, obteniendo un resultado muy positivo e identificando áreas de mejora, sobre las que se prevé seguir trabajando. Destacar que no se ha detectado no conformidades graves.

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

A continuación, se presentan los datos e índices de siniestralidad registrados en España en 2020 y 2019.

	CON BAJA				SIN BAJA			
	2019		2020		2019		2020	
	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre
In itinere	26	3	12	0	8	0	3	0
Centro de trabajo	33	0	24	0	38	1	26	1
EP	0	0	0	0	0	0	0	0

Índice de frecuencia de accidentes			
2019		2020	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
20,82	0	19,19	0

Índice de gravedad de accidentes			
2019		2020	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
0,34	0	1,28	0

Siendo:

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

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

*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 1.311.661 horas (1.633.790 horas en 2019), siendo 61.188 las horas trabajadas por hombres (49.014 horas en 2019) y 1.250.473 por mujeres (1.584.776 horas en 2019). Para realizar estos cálculos en años anteriores se habían estimado las horas trabajadas. Para el informe actual se han tenido en cuenta las horas reales. Al haber un cambio de criterio en el cálculo los resultados no son comparables y es por esta razón que existe una diferencia en la tabla anterior.

A continuación, se presentan los datos e índices de siniestralidad registrados en Andorra en 2019 y 2020.

	AT <u>CON</u> BAJA				AT <u>SIN</u> BAJA			
	2019		2020		2019		2020	
	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre	mujer	hombre
In itinere	0	0	0	0	0	0	0	0
Centro de trabajo	1	0	0	0	1	0	0	0
EP	0	0	0	0	0	0	0	0

Índice de frecuencia de accidentes			
2019		2020	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
170,07	0	0	0

Índice de gravedad de accidentes			
2019		2020	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
1,70	0	0	0

En 2019 y 2020 no se ha diagnosticado ningún caso de enfermedad profesional.

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 2020, las acciones que se han llevado a cabo son:

- Acción 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, con la inclusión de un Anexo destinado a definir la protección de las empleadas que sufren violencia de género.
- 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

El 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.

Por segundo año consecutivo, no se han desarrollado casos de denuncia por casos de vulneración de derechos humanos, 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 acceso 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 la salud y la seguridad en el 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

1. FORMACIÓN PRL

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. En el año 2020, se ha ofrecido en materia de seguridad y salud en el trabajo las siguientes formaciones:

- PRL personal de tienda (online)
- Formación de incorporación District Manager
- Formación para accidentados 2020
- Medidas preventivas frente a la propagación de la COVID-19 para el personal de oficinas
- Medidas preventivas frente a la propagación de la COVID-19 para el personal de punto de venta y fuerza de venta
- Formación sobre ergonomía en modalidad de trabajo no presencial.

Dirigidas a los colectivos y con la duración en horas en España que a continuación se expone:

	Horas formación PRL 2019	Horas formación PRL 2020
Jefe sección	93,5	67
Administrativos	22	29
Encargados	440	383
Dependientes	380	1.339
TOTAL	935,5	1.818

En 2019 se realizaron menor cantidad de horas de formación, ya que se planificó más tipología de inputs de menor duración al personal encargado de cada punto de venta. Esta serie de Inputs se han basado en 3 temáticas diferentes de formación referentes a las medidas de seguridad en los puntos de venta, conocimientos de primeros auxilios y el último curso sobre los procedimientos de Prevención de Riesgos Laborales internos de la organización.

En 2020, sin embargo, gracias a la incorporación de la formación online y debido a la necesidad formativa de transmitir los nuevos procedimientos de prevención frente al contagio COVID-19, se ha incrementado notablemente el esfuerzo formativo, ya que todo el personal en activo ha recibido estas formaciones, además, de la formación inicial de PRL.

Tanto la información como la formación aportada a los trabajadores y trabajadoras queda registrada documentalmente. En dichos registros queda constancia del

programa de contenidos de las acciones formativas, documentación entregada al alumno, controles de asistencia, copia de los certificados entregados etc.

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:

	Horas formación PRL 2019	Horas formación PRL 2020
Encargados	3	2
Dependientes	15	10
TOTAL	18	12

2. FORMACIÓN A PUNTOS DE VENTA Y RED COMERCIAL:

La formación ha sido siempre uno de los pilares del Grupo Calzedonia. Vinculada a la política de RRHH de promoción interna, el desarrollo de todos los perfiles que forman el grupo es fundamental, para así poder satisfacer las diferentes necesidades y oportunidades futuras.

Además, el desarrollo tecnológico y digital de la compañía supone la implementación de nuevos procedimientos en los diferentes niveles de la organización. En dicha implementación colaboramos con todos los departamentos, ofreciendo formaciones dirigidas a los diferentes colectivos afectados.

Como ya es bien sabido, el año 2020 ha estado marcado por la pandemia del COVID-19. Con el cierre de nuestras tiendas el 14 de marzo y la suspensión temporal de los contratos a través del ERTE, suspendimos toda actividad hasta julio de ese mismo año. Esto ha supuesto una enorme caída en la actividad del departamento y además ha supuesto una reinversión al no poder ofrecer formaciones presenciales como se solía hacer en el pasado.

La formación de nuevas incorporaciones, que solía ocupar una parte importantísima del trabajo ha sido prácticamente inexistente, pues a lo largo del último semestre de 2020 la contratación fue prácticamente nula.

Cabe destacar el impacto positivo que ha supuesto esta complicada situación. Reactivada la actividad, se decidió adaptar la plataforma formativa CalzAcademy, para poder ofrecer formación a los equipos de nuestra tienda de una manera digital y accesible. La plataforma permite la visualización de videos, imágenes y concluye con un pequeño test, que permite comprobar el aprendizaje del alumno. En caso de aprobar dicho examen, la plataforma genera un diploma.

Además, a través de la aplicación Microsoft Teams se decidió organizar formaciones digitales con diferentes grupos de la fuerza de venta. La importancia de estas reuniones no sólo estaba en el contenido a tratar, sino también en ofrecer un encuentro en un año donde la distancia, la incertidumbre y la falta de contacto dañaba la motivación y el buen hacer de nuestros equipos.

La rápida digitalización del departamento ha sentado las bases de una nueva forma de afrontar la formación, mucho más accesible, reduciendo el coste de desplazamientos y demás aspectos operativos y logrando un contacto mucho más asiduo con los equipos de las tiendas independientemente de su localización.

	Número de horas de formación específica actividad empresa 2019	Número de horas de formación específica actividad empresa 2020
Jefes Sección	24.216	1.888
Encargados	25.289	2.208
Dependientes	6.146	3.292
TOTAL	55.651	7.388

Accesibilidad 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 y 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 Calzedonia 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 Calzedonia 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 Calzedonia.

Los proveedores de productos terminados se seleccionan solo después de la verificación por parte de la oficina de investigación y desarrollo de materiales de Calzedonia 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 Calzedonia 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 Calzedonia 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.

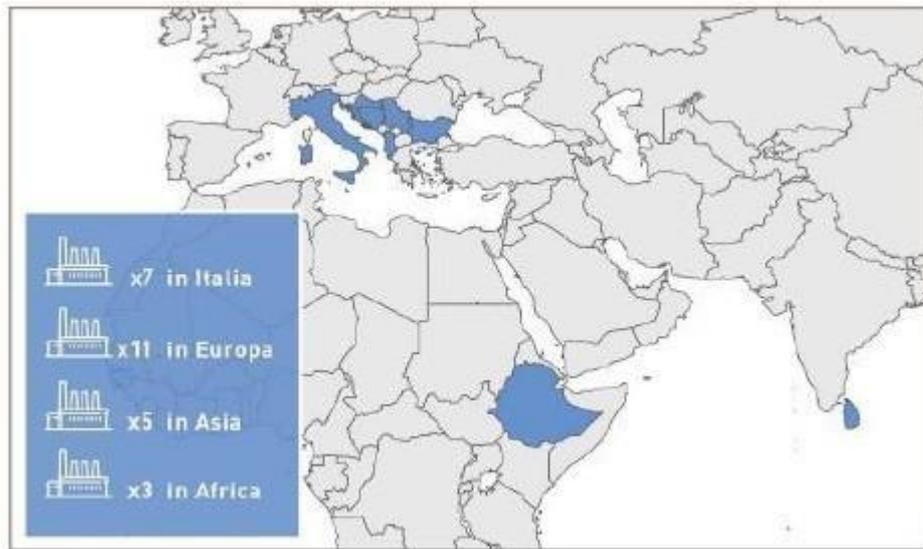
El camino por recorrer no siempre es fácil, como lo muestra una serie de sucesos acaecidos que han afectado a otros grupos de gran importancia, y es importante verificar en su totalidad todo el proceso de la cadena de producción. No siempre es posible tener la certeza de que las cosas se hacen de la 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.

Información sobre el respeto de los derechos humanos

El Grupo Calzedonia 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 alrededor del 77% de los bienes que se ofrecen en las tiendas con un control casi total de la cadena de suministro.

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



Para el Grupo Calzedonia, 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.

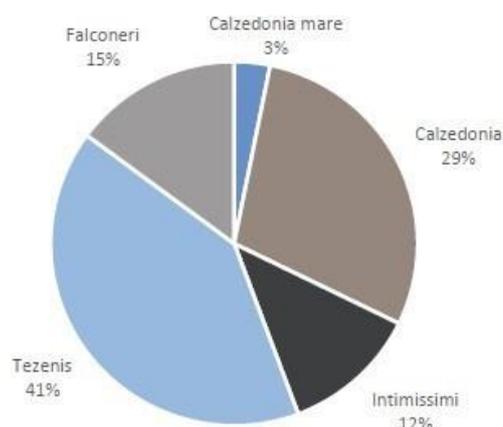
Las pruebas pueden realizarse, según corresponda, sobre las materias primas indicadas como muestras y / o avances y repetirse posteriormente en la fase de producción. Además, durante la producción se realizan controles de calidad y procesos para monitorear el desempeño de las operaciones, que además 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. En 2020 se han realizado más de 2.300 pruebas en las distintas referencias de productos de las distintas marcas del Grupo. En particular, al observar las marcas Calzedonia, Intimissimi y Tezenis, las pruebas incluyeron pruebas del 76% en artículos para adultos y del 24% en artículos destinados a niños (cabe señalar que la cantidad de artículos para niños es mucho menor que el número de artículos destinados a adultos).

Test por Marca 2020



Durante 2020, no hubo casos de incumplimiento en cuanto a impactos en la salud y seguridad, sin embargo, se recibieron 38 informes relacionados con artículos que causaron reacción alérgica, abrasión cutánea o sensibilidad a la silicona. Las reclamaciones recibidas de los clientes pasan por la Oficina de Atención al Cliente. Los productos mencionados fueron devueltos con el fin de valorar la necesidad de enviarlos a los laboratorios equipados para verificar la presencia de sustancias alergénicas que pudieron causar la erupción cutánea.

En todos los casos, los resultados de las pruebas mostraron que las sustancias analizadas fueron presente dentro de los límites permitidos por todos los requisitos internacionales contenidos en nuestras especificaciones técnicas de conformidad.

El Grupo Calzedonia 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.

Calzedonia, en 2019, incorporó una colección de medias, que luego pasó a ser continua, confeccionadas con fibra Q-NOVA, un hilo reciclado según un sistema trazado y certificado por el Global Recycle Standard (GRS), que permite la reducción de residuos y recursos. usado. Las pantimedias, disponible en tres deniers (40, 60 y 80 deniers), de hecho se obtiene a partir de residuos residuales, que se vuelven a fundir mediante un proceso de regeneración mecánica en KM 0 que permite obtener la reducción de las emisiones de CO₂. hasta un 80%, un menor consumo de recursos hídricos (-90%) y el uso de energía procedente de fuentes renovables.

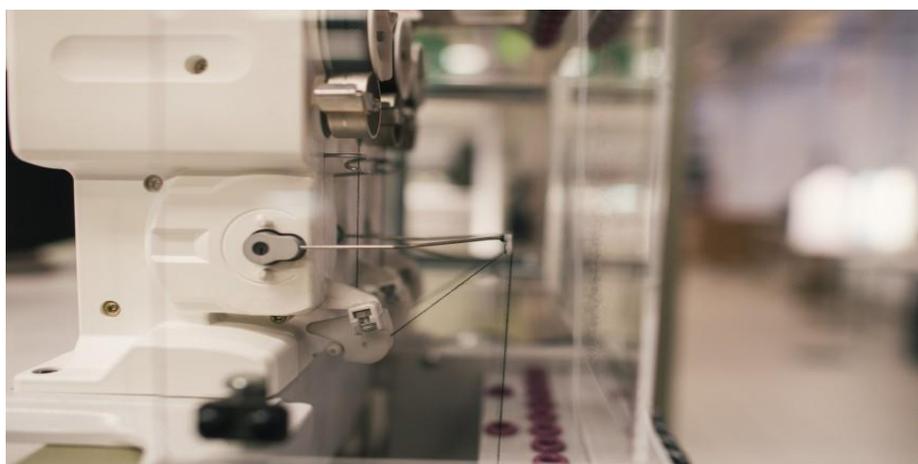
Además, nuevamente en el sector de la calcetería, el Grupo está desarrollando un proyecto para incluir el algodón BIO en los productos infantiles a partir de las colecciones 2020.

Falconeri prefiere el uso de fibras naturales para la creación de sus prendas, compatible con los límites técnicos de su producción. Sin embargo, existen producciones específicas orientadas a la sostenibilidad y materiales regenerados; en estos casos, la búsqueda de proveedores sigue criterios basados en certificaciones vinculadas a la sostenibilidad.

Una manta hecha con un 95% de hilo de cachemira y un 5% de lana reciclada certificada GRS se incluyó en la colección Otoño-Invierno 2019. Además, para 3 prendas se utilizó un acolchado elaborado con cachemir regenerado postconsumo, siempre certificado GRS.

En cuanto al angora, Falconeri utiliza un hilo que está compuesto por un 75% de lana y un 25% de angora por lo que el proveedor presenta un certificado de garantía y trazabilidad, a partir de la selección de fincas que cumplen con los estándares que dicta el DEFRA - Código Animal. Código de Bienestar Los mismos proveedores también han obtenido la certificación CAREGORATM.

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 y Croacia, 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.

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 Calzedonia 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.

El año 2020 no solo fue difícil por la pandemia de COVID-19 que ha afectado a todo el mundo, sino que nuestros compañeros etíopes también vivieron el estallido de una violenta guerra civil, lamentablemente todavía en curso en 2021. El epicentro del enfrentamiento es la región de Tigray, lugar donde se encuentra Itaca Textile, una de nuestras fábricas.

Ante esta terrible crisis, el Grupo ha vuelto a demostrar que reconoce sus responsabilidades, permaneciendo junto a sus empleados, con la esperanza de ofrecer estabilidad en un momento tan difícil. Calzedonia ha ayudado a sus empleados tanto continuando con el pago del salario mensual, a pesar del cierre del Establecimiento como mediante un mantenimiento activo de contactos con organizaciones internacionales presente en el territorio.

Todos los expatriados pudieron regresar a sus países de origen gracias a una Intervención combinada con las fuerzas de las Naciones Unidas

Envases y Embalajes

En sus opciones de envases y embalajes, el Grupo se orienta a optimizar el uso de papel y cartón y maximizar el reciclaje de etiquetas, bolsas de la compra y productos de papel. Además, se centró la atención en reducir la cantidad de envases utilizados, por ejemplo, con acciones para reducir el espesor de los diferentes componentes.

En 2020 los materiales de embalaje utilizados en nuestras tiendas y en nuestros canales de comercio electrónico hubo un total de 3.494 toneladas, de las cuales el 90% era papel originario y aproximadamente el 75% provenía de fuentes certificadas FSC o de material reciclado.

Desde hace mucho tiempo, la empresa ha reducido en un 35% el grosor de las bolsas de plástico utilizadas para transportar las prendas y el 20% del envoltorio de film utilizado para la protección de los paquetes que se envían, así como el peso del papel imprimible.

	2019	2020
Papel	4.128	3.135
deL cual FSC/ reciclado	3.005	2.346
Plástico	274	171
Metal	170	58
Téxtil	120	23
Madera	62	54
Otros	38	53
	4.792	3.494

Lucha contra la corrupción y el soborno

Política para prevenir la corrupción y el soborno:

El Código Ético del Grupo Calzedonia que sirve de guía a las filiales como Franchising Calzedonia España, S.A., fue aprobado por el Consejo de Administración de Calzedonia 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 Calzedonia y todos aquellos que, directa o indirectamente, participan en el éxito y contribución del bienestar económico de los países donde el Grupo Calzedonia opera.

Calzedonia 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 Calzedonia 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, Calzedonia 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).

Calzedonia 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 Calzedonia 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 Calzedonia no podrán realizar actividades como consultores, ejecutivos, directores, empleados o asesores de ninguna empresa competidora del grupo Calzedonia. En el marco de dicha política de respeto, se insta a los empleados a informar al Consejo de Administración de Calzedonia 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 Calzedonia para que las respectivas medidas para el beneficio mutuo del grupo y las personas involucradas puedan tomarse en consecuencia.

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 Calzedonia 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 Calzedonia 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, Calzedonia ha creado la FUNDACION SAN ZENO (se puede obtener más información en su propia web 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 1.300 iniciativas colaborando con más de 500 entidades, por un importe total superior a los 66 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. 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 Fundación San Zeno cumplió 20 años en el 2019. Solo cruzando las propias fronteras las ideas pueden convertirse en acciones. Efectivo, concreto, duradero.

Para apoyar a la Fundación, durante los meses de octubre y noviembre 2019 se llevaron a cabo una campaña de fondos en todas las tiendas Calzedonia e Intimissimi de Italia, mediante la cual, si el cliente se une, el 3% de su gasto se dona a la Fundación San Zeno.

En 2019 las distintas empresas del Grupo donaron al territorio más de 2 millones de euros en forma de aportaciones y patrocinios para iniciativas en el ámbito social, formativo, cultural, deportivo y eventos con el objetivo de promover del tejido productivo local.

Durante el año 2020 el Grupo se ha detenido a escuchar, para poder dar voz a proyectos nuevos. En un año extraordinario como el 2020 la prioridad fue nuestro viaje alrededor del mundo. La Fundación San Zeno ha tomado acciones extraordinarias durante el periodo COVID-19 en 15 países con 6 proyectos apoyando en 494.000 eur a instituciones en resiliencia en la búsqueda de estrategias innovadoras para dar respuesta a nuevas necesidades, dando apoyo tanto alimentario como relacional, ayudando a las empresas sociales a reinventar su acción e permitiendo a las instituciones continuar los caminos emprendidos donde no estaban previstos otras ayudas.



Por otra parte, 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.

Información económica y fiscal

Los beneficios obtenidos país por país

2019

	Beneficios obtenidos antes de impuestos (miles de euros)	Beneficios obtenidos después de impuestos (miles de euros)
Beneficios en España	10.162.933,39 €	7.846.018,9 €
Beneficios en Andorra	326.430,47 €	302.638,73 €

2020

	Beneficios obtenidos antes de impuestos (miles de euros)	Beneficios obtenidos después de impuestos (miles de euros)
Beneficios en España	-261.623,49€	-223.405,73€
Beneficios en Andorra	72.045,63€	72.045,63€

Los impuestos sobre beneficios pagados

2019

	Impuestos sobre beneficios Pagados por Resultado 2019- [Impuesto de Sociedades] (miles de euros)
España	1.971.225,27 € TOTAL. Pagos a cuenta 2019: 1.975.238,34€ -4.013,07 a devolver en 2020
Andorra	23.791,74€ TOTAL. Pago a cuenta 2019: 8.529,56€. A pagar en 2020: 15.262,18€

2020

	Impuestos sobre beneficios Pagados por Resultado 2020- [Impuesto de Sociedades] (miles de euros)
España	0 € TOTAL. Pagos a cuenta 2020: 0€ 0€ a devolver en 2021
Andorra	0 € TOTAL. Pago a cuenta 2020: 4.758,35€. A devolver en 2021: 4.758,35€

Las subvenciones públicas recibidas

En el ejercicio 2019 se percibió una subvención por importe de 31.971,29eur para la instalación de placas fotovoltaicas en nuestras oficinas centrales que fue concedida a finales del ejercicio 2018. El resto por importe de 1.682,86 eur pendiente se ha percibido durante el ejercicio 2020.

Durante el ejercicio 2020 se percibió la cantidad de 2.319 miles de euros como subvención de explotación correspondiente a la bonificación de pagos a la seguridad social por el personal afectado al ERTE desde el inicio de la pandemia.

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
Modelo de negocio			
Descripción del modelo de negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional. • Trayectoria de la Empresa. • Buen Gobierno. • Nuestros Valores. 	3-8, 13-14, 16-17	GRI 102-1, GRI 102-2, GRI 102-3, GRI 102-7
Mercados en los que opera	<ul style="list-style-type: none"> • Trayectoria de la Empresa. 	5-8	GRI 102-4, GRI 102-6
Objetivos y estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional. • Trayectoria de la Empresa 	3-6	GRI 102-14
Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional. • Trayectoria de la Empresa. • Nuestras Marcas en España. 	3-13	GRI 102-15
Estrategia y gestión de riesgos			
Descripción de las políticas que aplica la compañía	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestros Clientes. • Cuestiones medioambientales. • Nuestros Empleados. • Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos. • Lucha contra la corrupción y el soborno. 	17-19, 21-22, 26-27, 33-35, 49-50, 60-61, 68-70	GRI 103-1, GRI 103-2
Resultados de las políticas que aplican a la compañía	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestros Clientes. • Cuestiones medioambientales. • Nuestros Empleados. • Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos. • Lucha contra la corrupción y el soborno. 	17-19, 21-22, 26-27, 33-35, 49-50, 60-61, 68-70	GRI 103-3
Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del presidente del grupo Calzedonia a nivel Internacional. • Nuestras Marcas en España. • Buen Gobierno • Información sobre el respeto de los derechos humanos • Lucha contra la corrupción y el soborno 	3-5, 16-17, 62-63, 69-70	GRI 102-15

Perfil del estado de información no financiera			
Análisis de materialidad	• Análisis de Materialidad.	14-16	GRI 102-47
Marco de reporting utilizado	• Introducción al Estado de Información No Financiera.	2	Estándares GRI y marco de reporting interno
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	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos actuales y previsibles de la actividad. • Iniciativas del Grupo 2020 referentes a la sostenibilidad. 	20-25	GRI 103-1, GRI 307-1
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	• Cuestiones medioambientales	23	GRI 103-1
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	• Recursos Dedicados.	26	Inversiones medioambientales en base a proyectos ejecutados
Aplicación del principio de precaución	• Principio de precaución.	26-27	GRI 102-11
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	• Efectos actuales y previsibles de la actividad.	22-23	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	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación atmosférica. • Cambio Climático. 	27, 30-32	GRI 305-1, GRI 305-2
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"> • Efectos actuales y previsibles de la actividad. • Economía circular, prevención y gestión de residuos. 	22-25, 27-29	GRI 306-2

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"> • Efectos actuales y previsibles de la actividad. 	24	GRI 303-1 (2016)
Consumo de materias primas	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos actuales y previsibles de la actividad. 	24	GRI 301-1 (2016)
Consumo directo e indirecto de energía	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos actuales y previsibles de la actividad. 	24	GRI 302-1, GRI 302-3
Medidas para mejorar la eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos dedicados. • Cambio climático. 	26, 30-32	GRI 302-4
Uso de energías renovables	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación Atmosférica • Cambio climático. 	27, 30	GRI 302-1
Cambio climático			
Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación Atmosférica. • Cambio climático. 	27, 30-32	GRI 305-1, GRI 305-2
Medidas para adaptarse al cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos dedicados. • Contaminación Atmosférica. • Cambio climático. 	26-27, 30-32	GRI 201-2
Metas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático. 	30-32	GRI 305-5
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"> • Protección de la biodiversidad. 	32-33	GRI 304-2
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"> • Empleo: número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional; número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo. 	36-39	GRI 102-8
Promedio anual de contratos por modalidad de contrato desglosado por sexo, edad y clasificación profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional. 	39-42	GRI 102-8

Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional. 	42-44	GRI 401-1
Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	<ul style="list-style-type: none"> • Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor y brecha salarial. 	44-47	GRI 405-2
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor y brecha salarial. 	44-47	(Salario promedio de hombres - Salario promedio de mujeres) / Salario promedio de hombres
Remuneración media de consejeros y directivos	<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración media de los consejeros y directivos. 	47-48	GRI 102-38, GRI 405-2
Implantación de políticas de desconexión laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Recursos Humanos. 	35	GRI 401-2
Empleados con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Empleados con discapacidad. 	48	GRI 405-1
Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Recursos Humanos 	33-35	GRI 401-2
Número de horas de absentismo	<ul style="list-style-type: none"> • Organización del trabajo: organización del tiempo de trabajo; número de horas de absentismo. 	48	GRI 403-2 (2016)
Medidas para facilitar la conciliación	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Recursos Humanos 	33-35	GRI 401-2
Salud y Seguridad			
Condiciones de seguridad y salud en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. 	50-52	GRI 103-2
Accidentes de trabajo por sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo. 	52-54	GRI 403-2 (2016)
Índice de frecuencia por sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo. 	52-54	GRI 403-2 (2016)
Índice de gravedad por sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo. 	52-54	GRI 403-2 (2016)

Enfermedades profesionales por sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo. 	52-54	GRI 403-2 (2016)
Relaciones sociales			
Organización del diálogo social	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	56	GRI 103-2
Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos por país	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	56	GRI 102-41
Balance de los convenios en el campo de la seguridad y salud	<ul style="list-style-type: none"> • El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo. 	56	GRI 403-4 (2016)
Formación			
Políticas implementadas en el campo de la formación	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Recursos Humanos. • Formación: las políticas implementadas en el campo de la formación; la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales. 	56-59	GRI 404-2
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	<ul style="list-style-type: none"> • Formación: las políticas implementadas en el campo de la formación; la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales. 	57-59	GRI 404-1
Accesibilidad universal personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad universal de las personas con discapacidad. 	59	GRI 103-2
Igualdad			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Recursos Humanos. • Igualdad de oportunidades. 	33-35, 54-55	GRI 103-3
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	<ul style="list-style-type: none"> • Igualdad de oportunidades. 	54-55	GRI 103-2

Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad universal de las personas con discapacidad. 	59	GRI 103-2
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	<ul style="list-style-type: none"> • Política Preventiva de Salud y Seguridad en el Trabajo. • Igualdad de oportunidades. 	49-50, 54-55	GRI 102-16
Información sobre el respeto a los derechos humanos			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos. 	60-68	GRI 102-9, GRI 102-16
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	<ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos. 	60-68	GRI 102-16, GRI 414-1
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo. 	55	GRI 102-17
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	<ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación y proveedores y Derechos Humanos 	60	GRI 102-16, GRI 407-1
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestros empleados. • Igualdad de oportunidades. 	49, 54-55	GRI 102-16
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre el respeto de los derechos humanos. 	66	GRI 409-1
Abolición efectiva del trabajo infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre el respeto de los derechos humanos. 	66	GRI 408-1
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	<ul style="list-style-type: none"> • Política para prevenir la corrupción y el soborno. 	68-70	GRI 102-16

	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno. 		
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales. 	70	GRI 102-16
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	<ul style="list-style-type: none"> • Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro y Acciones de Asociación o Patrocinio. 	70-72	GRI 201-1
Información sobre la sociedad			
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre el respeto de los derechos humanos. 	60-67	GRI 103-2
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre el respeto de los derechos humanos. 	60-67	GRI 103-2
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre el respeto de los derechos humanos. 	60-67	GRI 102-43
Acciones de asociación o patrocinio	<ul style="list-style-type: none"> • Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro y Acciones de Asociación o Patrocinio. 	70-72	GRI 102-13
Subcontratación y proveedores			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Política de subcontratación y relación con proveedores. 	60-61	GRI 102-9, GRI 308-1
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Política de subcontratación y relación con proveedores. 	60-61	GRI 308-1

Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	<ul style="list-style-type: none"> Política de subcontratación y relación con proveedores. 	61	GRI 308-1, GRI 414-1
Consumidores			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores. 	18-29	GRI 416-1
Sistemas de reclamación	<ul style="list-style-type: none"> Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas. 	19-20	GRI 416-2
Quejas recibidas y resolución de las mismas	<ul style="list-style-type: none"> Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas. 	19-20	GRI 416-2
Información fiscal			
Beneficios obtenidos país por país	<ul style="list-style-type: none"> Los beneficios obtenidos país por país. 	73	GRI 201-1
Impuestos sobre beneficios pagados	<ul style="list-style-type: none"> Los impuestos sobre beneficios pagados. 	73-74	Impuestos sobre beneficios pagados en base a criterios contables
Subvenciones públicas recibidas	<ul style="list-style-type: none"> Las subvenciones públicas recibidas. 	74	GRI 201-4

Formulación del Estado de Información No Financiera (EINF) de Franchising Calzedonia España, S.A. del Ejercicio 2020

A 22 de marzo de 2021 y en cumplimiento con la normativa vigente, los miembros del Consejo de Administración integrado por D. Matteo Muraro, D. Carles Tello López, 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 2020, 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

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 2020, de Franchising Calzedonia España, S.A. (en adelante, la Sociedad) que forma parte del Informe de Gestión de la Sociedad.

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 Sociedad, 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 of 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 control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (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 Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias 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 Sociedad 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 Sociedad 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 2020 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad 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 2020.
- ▶ 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 2020.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 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 Sociedad correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2020 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.



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.

Este Informe se
corresponde con el
sello distintivo
nº 20/21/02685
emitido por el Col·legi
de Censors Jurats de
Comptes de
Catalunya

ERNST & YOUNG, S.L.


Antonio Capella Elizalde

19 de julio de 2021