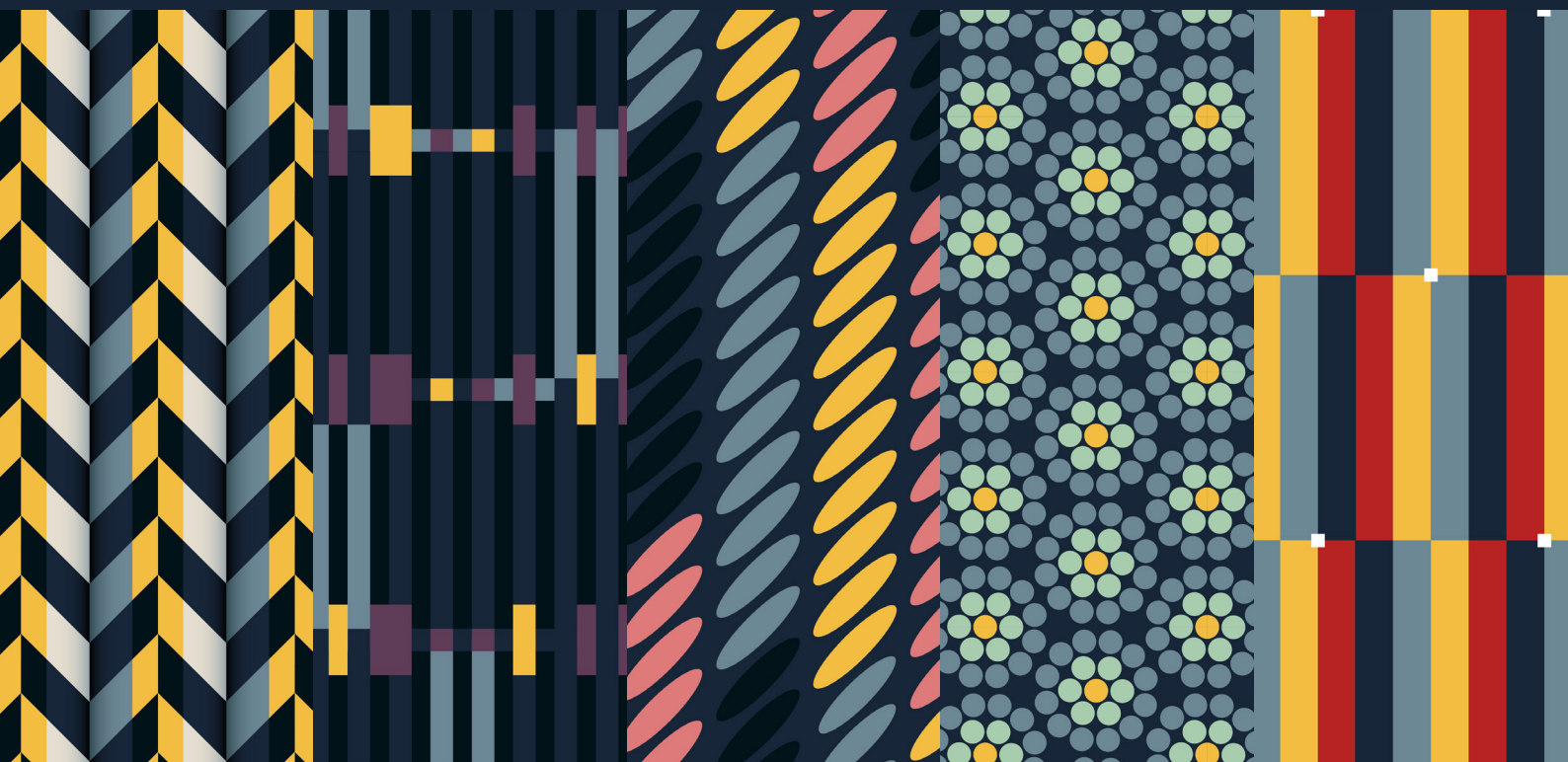


Making Progress

Sustainability Report 2024

OVS



OVS

1	Vision	6
2	Design for circularity	28
3	Being fair and transparent	40
4	Design a better work	50
5	Making fashion a better choice	64

1 Vision

OVS S.p.A. è il principale gruppo italiano di abbigliamento uomo, donna, bambino, attivo anche nei segmenti beauty e home decoration.

HIGHLIGHTS

2.243 negozi totali, di cui **868** diretti

Apertura, nei primi mesi del 2025, di un **polo logistico a Bari** dedicato al **ricondizionamento** dei capi e alla gestione del **second hand**

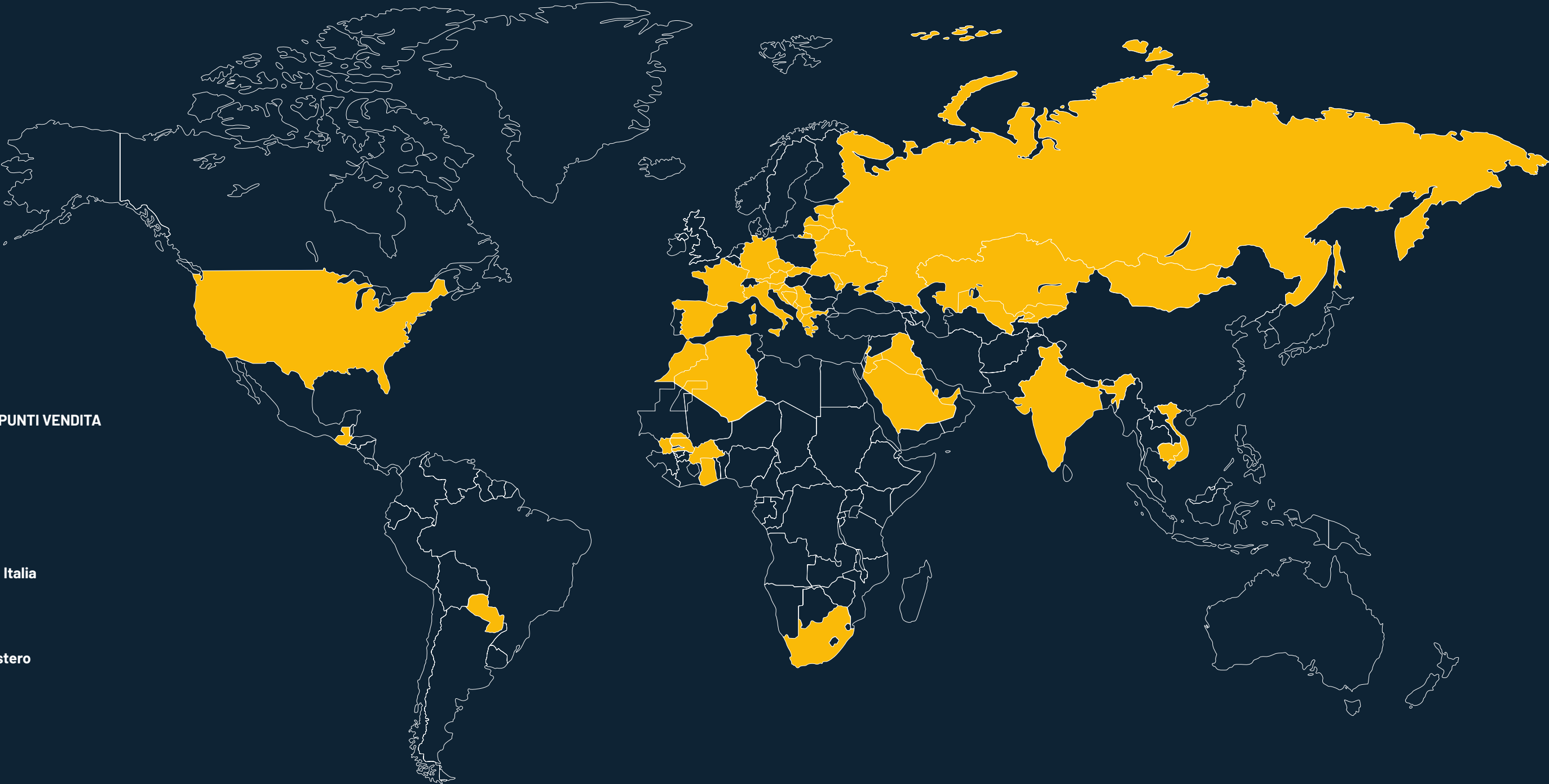
26% del volume produttivo OVS del 2024 proviene da fornitori Tier 1 con un **programma formalizzato di decarbonizzazione**

Remunerazione di AD e Dirigenti con Responsabilità Strategiche **legata a obiettivi di sostenibilità**

OVS, in breve

Opera con un modello di business verticalmente integrato, presidiando l'intera catena del valore, con una piattaforma che ospita brand propri capaci di soddisfare stili di vita e clientele diversi.

Ogni anno, OVS serve oltre 13 milioni di clienti, prevalentemente famiglie e bambini, grazie a una rete di negozi presenti in Italia e all'estero, nei principali centri storici, nei centri commerciali e nelle aree residenziali.



DISTRIBUZIONE DEI PUNTI VENDITA

52Paesi

1.751In Italia

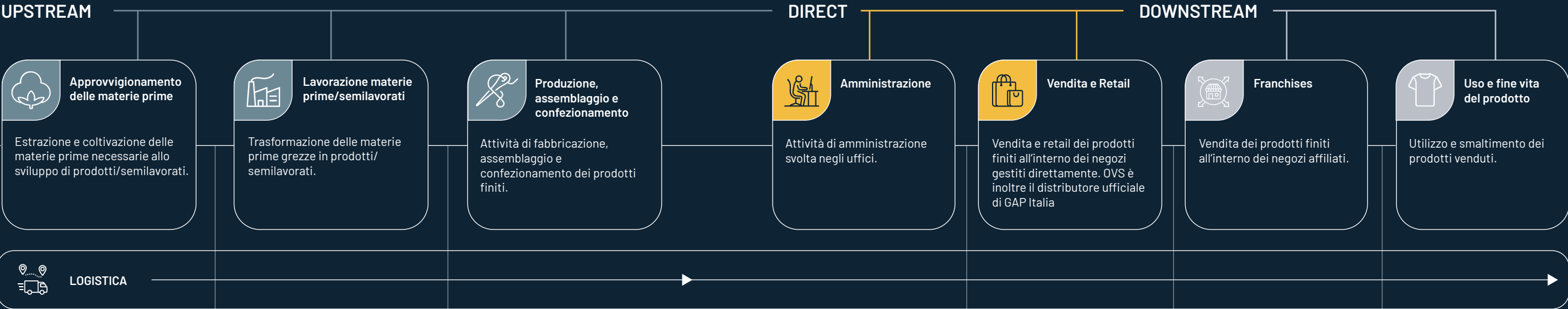
477All'estero

Modello aziendale

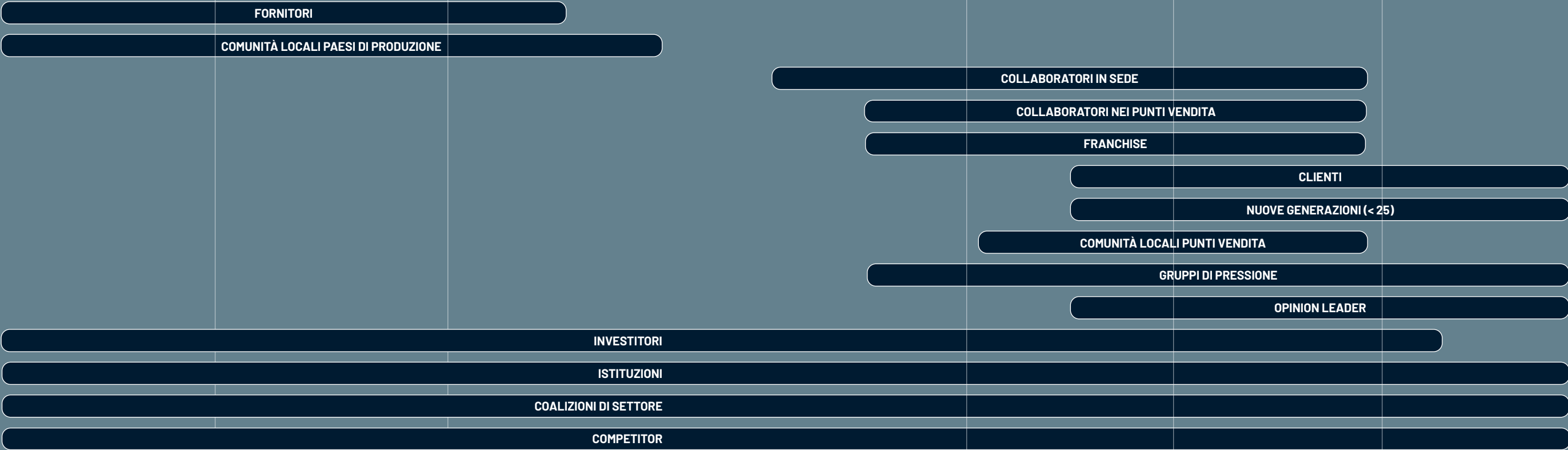
OVS è un retailer di abbigliamento con un modello di business integrato. I prodotti vengono disegnati e creati internamente (abbigliamento, accessori, casa, profumi) e prodotti da fornitori esterni. La vendita avviene attraverso una rete di negozi fisici (propri e in franchising) e tramite l'e-commerce. OVS è anche "marketplace", distribuendo marchi di terzi.



Catena del valore



Stakeholder





Vision

Design for
circularity

Being fair
and transparent

Design a
better work

Making fashion
a better choice

La catena del valore di OVS si articola in tre macro-aree:

*Le origini
del prodotto
(Upstream)*

Qui è dove nasce il prodotto, grazie all'approvvigionamento e al processo di lavorazione delle materie prime, della produzione e del confezionamento dei prodotti finiti. I principali paesi fornitori per volume di spesa ("Made In") sono Bangladesh, Cina, India, Italia, Myanmar e Pakistan. Questo processo è profondamente radicato nelle **Comunità Locali dei Paesi di Produzione**, il cui benessere sociale ed economico è una priorità per una filiera etica e sostenibile. In questa fase, inoltre, il confronto con le **Coalizioni di Settore** è fondamentale per promuovere standard più elevati e pratiche innovative a livello di settore.

*Nel cuore di
OVS (Direct)*

È il motore pulsante della nostra organizzazione. Le oltre 8.000 persone che compongono la nostra squadra, tra **Collaboratori di Sede** negli uffici e **Addetti alla Vendita** in prima linea nei negozi, gestiscono le complesse attività di amministrazione, design, logistica e vendita. Il loro impegno quotidiano garantisce non solo il servizio impeccabile ai nostri clienti nei negozi diretti, ma anche il supporto e la fornitura costante alla nostra rete di partner affiliati.

Dipendenti	Totale
Bangladesh	98
Cina	103
Croazia	29
Francia	5
India	47
Italia	8.104
Pakistan	12
Serbia	67
Spagna	60
Turchia	7
Totale	8.532

*L'incontro
con il mercato
(Downstream)*

L'ultima tappa del nostro percorso è quello che ci porta nelle città e nelle case delle persone. Qui, i nostri **Franchisee** agiscono come veri e propri ambasciatori del brand, estendendo la nostra presenza capillare. Insieme ai nostri punti vendita diretti, si inseriscono nel tessuto delle **Comunità Locali dei Punti Vendita** (Italia), diventandone parte attiva. E alla fine di questa catena, troviamo il nostro portatore di interesse più importante: i **Clienti**. Sono loro gli utilizzatori finali dei nostri prodotti ed è con la loro scelta d'acquisto e l'uso quotidiano che il capo assume il suo valore definitivo.

Sustainability Report 2024

La nostra catena del valore è un ecosistema complesso e interconnesso. Per questo è necessario un dialogo costante tra partner, collaboratori e il mercato, mantenendo un ascolto attivo di tutti i nostri **stakeholder**, la cui influenza e le cui aspettative modellano le nostre strategie e il nostro impatto.

Figure come i **Competitor** definiscono l'arena in cui operiamo, spingendoci a innovare costantemente. Allo stesso tempo, la nostra rotta è tracciata tenendo conto delle voci dei **Gruppi di Pressione** e degli **Opinion Leader**, che vigilano sul nostro operato e orientano la percezione del brand. Guardiamo con particolare attenzione alle **Nuove Generazioni (<25)**, non solo come futuri clienti, ma come bussola etica e di tendenza che guida il nostro impegno verso la sostenibilità. Il tutto avviene sotto l'occhio attento degli **Investitori**, che supportano la nostra visione strategica, e nel rispetto delle **Istituzioni** che regolano il settore.





Strategia di sostenibilità

Il nostro Piano di sostenibilità 2024-2026 è strutturato secondo **quattro pilastri**:

DESIGN FOR CIRCULARITY

Supportiamo la transizione verso un'industria della moda più sostenibile, disegnando e producendo capi caratterizzati da scelte di materie prime e processi produttivi a ridotto impatto e impegnandoci in una costante ricerca di soluzioni innovative che tutelino e preservino le risorse naturali.

BEING FAIR AND TRANSPARENT

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

DESIGN A BETTER WORK

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

MAKING FASHION A BETTER CHOICE

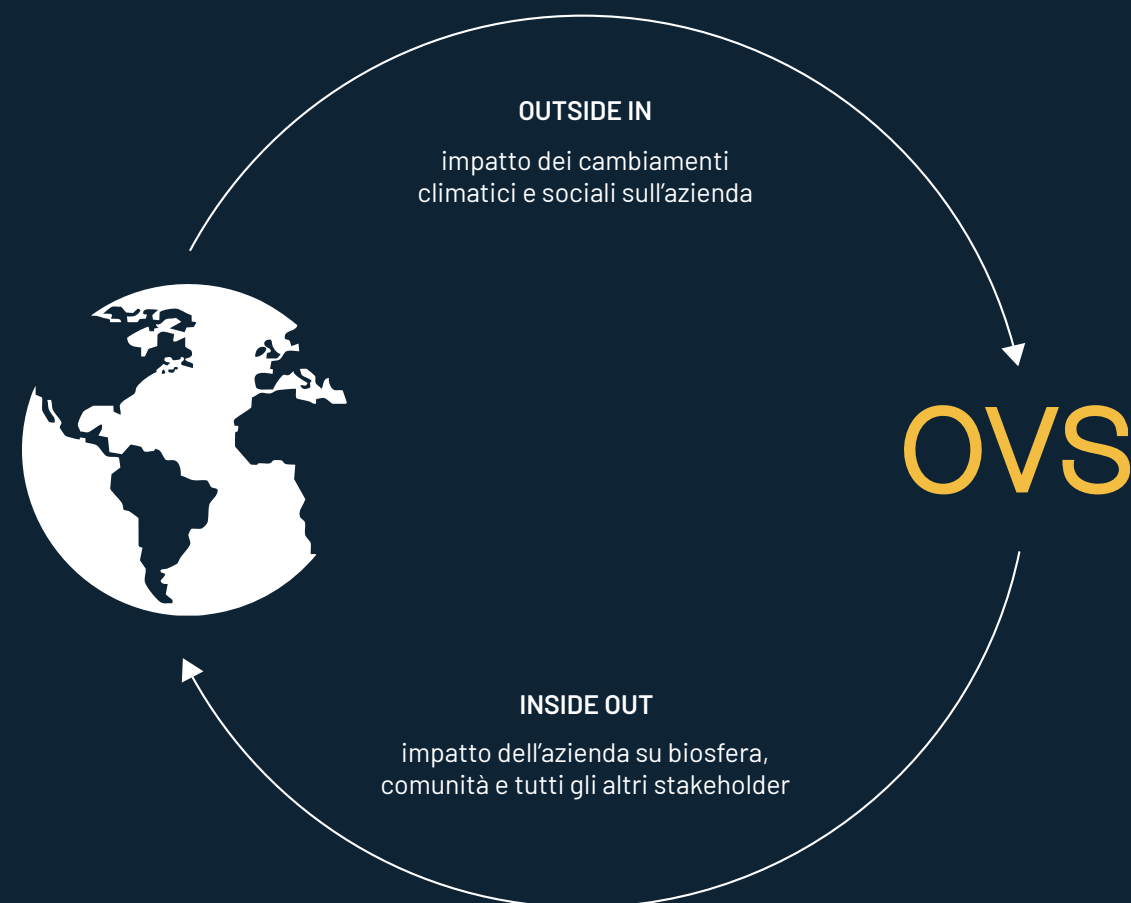
Ci impegniamo a essere trasparenti verso i nostri clienti fornendo informazioni complete sulla qualità e sostenibilità dei nostri prodotti, che stimolino scelte d'acquisto e di utilizzo consapevoli oltre ad accompagnarli in un percorso di evoluzione verso comportamenti sempre più virtuosi.

Nel corso del 2024 abbiamo aggiornato e ampliato gli obiettivi del Piano, in linea con le richieste della normativa entrante (Corporate Sustainability Reporting Directive) e secondo la struttura proposta dagli European Sustainability Reporting Standard (ESRS).

Impatti, rischi ed opportunità di OVS

Attraverso l'**analisi di Doppia materialità** introdotta dalla CSRD, la direttiva Europea sulla rendicontazione di sostenibilità aziendale, abbiamo condotto una valutazione strategica della nostra catena del valore, che tiene conto di due prospettive:

- **Inside out:** l'impatto negativo e positivo che OVS può generare sull'ambiente e sulla società tramite le sue attività;
- **Outside in:** i rischi e le opportunità che le grandi sfide della sostenibilità rappresentano per il modello di business dell'azienda.



Questa valutazione ha portato a una chiara gerarchia delle priorità. È emerso in modo netto che la sfida e, al contempo, la più grande opportunità risiedono nell'**Uso delle Risorse e nell'Economia Circolare (E5)**, tramite l'**offerta di servizi per il prolungamento della vita dei prodotti**, la **scelta di materie prime riciclate e certificate** e la **valorizzazione dei capi a fine vita**. Questa tematica è a cardine della strategia di OVS dal 2016, strettamente collegata anche agli impatti, rischi e opportunità relativi ai Cambiamenti Climatici (E1), e si conferma come il principale focus di ricerca e investimento nel nuovo piano strategico.

Accanto a questa priorità principale, l'analisi ha messo in luce altri ambiti fondamentali che richiedono un'attenzione specifica:

- **In materia ambientale**, sono stati ritenuti rilevanti i temi legati all'**Inquinamento (E2)**, dovuto al rilascio di microplastiche e sostanze chimiche nella fase di utilizzo e tintura dei capi, alla gestione responsabile delle **Risorse Idriche (E3)** in fase di produzione, e alla protezione della **Biodiversità (E4)** nella coltivazione del cotone.
- **Sul piano sociale e di governance**, l'attenzione si concentra sulle condizioni di lavoro e l'offerta di eque opportunità per i **Lavoratori nella Catena del Valore (S2)** e per le **Persone di OVS (S1)**, sull'inclusione e la trasparenza nella comunicazione con i **Consumatori (S4)** e sulla **Condotta dell'Impresa (G1)**. Questi aspetti sono considerati materiali per i significativi rischi e opportunità che possono generare e l'influenza che possono avere sulla stabilità e sulla crescita dell'azienda.

Temi materiali

Nella tabella di seguito sono riportati i temi identificati come rilevanti, con le valutazioni per **“Materialità d’impatto”**, che rileva impatti positivi e negativi, e **“Materialità finanziaria”**, che considera invece rischi ed opportunità.

AMBIENTE	Materialità d'impatto	Materialità finanziaria
Cambiamenti climatici		Adattamento Mitigazione
Inquinamento		Inquinamento dell'acqua Microplastiche
Acqua		Consumo di acqua
Biodiversità		Fattori di impatto diretto sulla perdita di biodiversità
Uso delle risorse ed economia circolare		Selezione ed approvvigionamento di materie prime Prolungamento vita dei prodotti
SOCIALI		
Persone di OVS		Condizioni di lavoro Parità di trattamento e di opportunità
Lavoratori nella catena del valore		Condizioni di lavoro Parità di trattamento e di opportunità Altri diritti connessi al lavoro
Consumatori		Impatti legati alle informazioni Inclusione sociale degli utilizzatori dei capi
GOVERNANCE		
Condotta d'impresa		Cultura d'impresa Gestione dei rapporti con i fornitori

La strategia di sostenibilità del Gruppo OVS è stata aggiornata alla luce dei risultati di quest'analisi, che hanno permesso di ridefinire le priorità per le attività e le risorse previste, integrando nuovi obiettivi relativi alle tematiche identificate come materiali.



Piano di decarbonizzazione

RISULTATI 2024



Da anni, analizziamo le nostre emissioni e il loro andamento: questo ci ha consentito di identificare le principali fonti che contribuiscono alla carbon footprint complessiva e di determinare così gli obiettivi di maggior dettaglio da raggiungere, identificando le azioni necessarie e le tempistiche di realizzazione.

L'impegno per portare avanti il nostro piano di decarbonizzazione è proseguito anche nel 2024. Le emissioni **Scope 1, 2, 3 sono diminuite** (rispetto alla baseline del 2019). In particolare, quelle di **Scope 3 incluse nel piano di decarbonizzazione sono scese del 22%**.

Vision

Design for
circularity

Being fair
and transparent

Design a
better work

Making fashion
a better choice

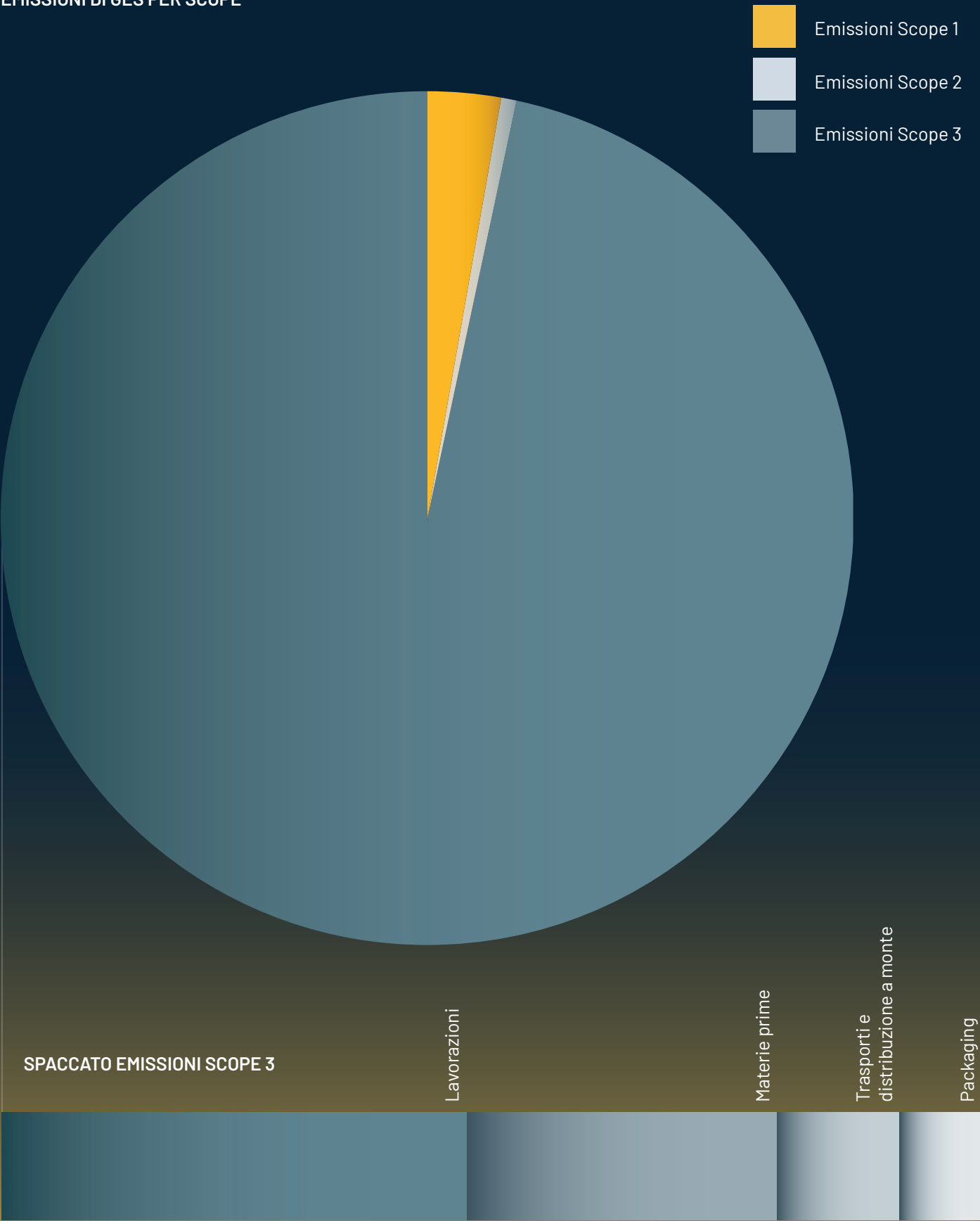
Emissioni Scope 1

Emissioni Scope 2

Emissioni Scope 3

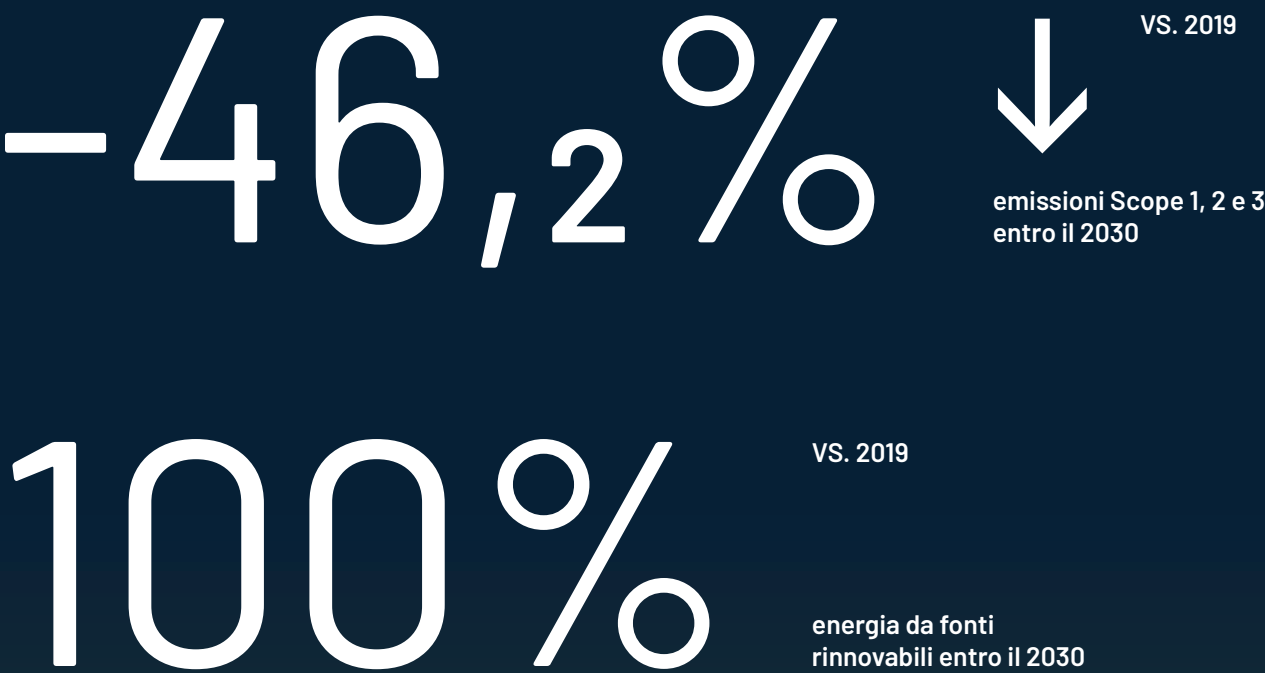
	2024	% sul totale delle emissioni
Emissioni fuggitive - Gas refrigeranti	3.759	
Combustione mobile - Benzina, Diesel per autotrazione	1.130	
Combustione stazionaria - GPL, Metano, Benzina, Gasolio per riscaldamento	2.388	
Emissioni Scope 1	7.278	1,68%
Energia elettrica - Non rinnovabile/non nota	735	
Teleriscaldamento - Non rinnovabile	770	
Emissioni Scope 2 (Market Based)	1.505	0,35%
Acquisto di beni e servizi	223.942	87%
→ Materie prime	86.787	34%
→ Lavorazioni	123.268	48%
→ Packaging	13.887	5%
Trasporti e distribuzione a monte	25.028	10%
Emissioni Scope 3	424.864	97,97%
TOTALE EMISSIONI Scope 1, 2, 3	433.647	

EMISSIONI DI GES PER SCOPE



TARGET SBTi

I risultati sono in linea con i target stabiliti nel 2022 secondo il framework di Science Based Target initiative (SBTi), in accordo al piano globale di contenimento dell'aumento di temperatura al di sotto di 1,5°C:



Per il raggiungimento dei target SBTi, abbiamo definito all'interno del nostro Piano strategico alcuni obiettivi specifici volti a ridurre la nostra impronta carbonica diretta, in particolare:

- l'estensione della **produzione di energia elettrica proveniente da impianti fotovoltaici** fino al 40% del nostro fabbisogno energetico, entro il 2028;
- la definizione di una policy di **trasporto merce per la limitazione della via aerea** entro il 2026.

Gli obiettivi relativi al prodotto e alla catena di fornitura sono presentati e descritti all'interno dei rispettivi capitoli.

2 Design for circularity

In OVS, siamo impegnati nella riduzione dell’impatto ambientale dei nostri prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita, fin dalla fase di design, attraverso una costante ricerca di soluzioni innovative in grado di minimizzare il consumo di risorse naturali.

HIGHLIGHTS

100% cotone più sostenibile

36% di poliestere riciclato

Nuova collezione **OVS Cotone italiano**

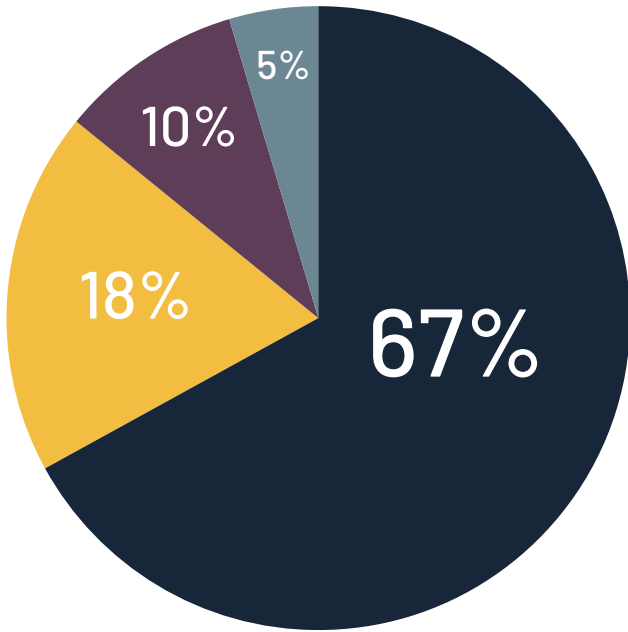
Strategia di approvvigionamento dei materiali

Per la produzione dei nostri capi ricorriamo a materie prime di origine naturale – in primis il cotone – e di materie prime di origine sintetica, come poliestere e poliammide.

Circa il 60% degli impatti di un capo d’abbigliamento è determinato dalla scelta dei materiali, per questo privilegiamo un assortimento realizzato con materie prime riciclate o provenienti da filiera sostenibile. I principali interventi sulla strategia di approvvigionamento dei materiali riguardano le fibre più utilizzate nelle nostre collezioni – cotone, poliestere e materiali di origine cellulosica – con l’obiettivo, entro il 2026, di avere il 65% di “More sustainable materials”, interamente tracciati lungo la catena di custodia e a ridotto impatto.

Nel 2024, i materiali di origine naturale da filiera sostenibile rappresentano il 45%, quelli riciclati di origine naturale o tecnica¹ il 14% e i materiali di origine tecnica con altre certificazioni il 2%. Complessivamente, pertanto, circa il 62% dei materiali utilizzati da OVS provengono da una filiera a ridotto impatto o sono riciclati.

USO DI FIBRE IN COLLEZIONE



¹ tecnica qui intesa come fibra non di origine naturale come da terminologia utilizzata nella Rendicontazione finanziaria

% MORE SUSTAINABLE MATERIAL SUL TOTALE DEL MATERIALE UTILIZZATO

Cotone più sostenibile

100%

Poliestere riciclato
36%

Materiale di origine cellulosica da filiera a ridotto impatto

64%

Materiali

La fibra predominante nei nostri capi è il cotone, che rappresenta il 67% sul totale dell'assortimento: nel corso degli anni abbiamo ridotto gli impatti legati alla produzione di questo materiale attraverso una strategia di approvvigionamento che privilegiando la diversità di materiale grezzo, dal biologico al riciclato o al cotone coltivato secondo il Better Cotton standard.

Il poliestere è la seconda materia prima più utilizzata: rappresenta il 18% sul totale dell'assortimento ed è per il 36% riciclato (certificato GRS o RCS).

I materiali di origine cellulosica, come la viscosa, rappresentano il 5% del totale delle materie prime e per il 64% provengono da fonti più sostenibili (certificati FSC o approvvigionati da fornitori che certificano la loro analisi sul ciclo di vita del materiale).

Le lane, che rappresentano circa l'1% dell'approvvigionamento totale delle materie prime, sono per il 26% riciclate (certificate OekoTex Recycled).

COTONE



Il cotone rappresenta il materiale principale delle nostre collezioni: nel 2024 ne abbiamo acquistate oltre 23 mila tonnellate. Dal 2021 il 100% del nostro cotone è biologico, riciclato o coltivato secondo il Better Cotton Standard, il principale programma a livello globale che promuove pratiche agricole volte a migliorare l'impatto sull'ambiente e le persone dell'industria del cotone.

Nel 2024, il 3% del cotone utilizzato nelle nostre collezioni è riciclato, il 24% è certificato biologico (secondo lo standard OekoTex Organic) e il 66% proviene da coltivazioni Better Cotton. Il restante 7% è rappresentato da altre tipologie di cotone provenienti da filiere virtuose ma per le quali non è stata ottenuta una certificazione di terze parti (ad esempio Cotone Italiano).

BETTER COTTON

Better Cotton è la principale iniziativa di sostenibilità per il cotone a livello mondiale. La sua missione è aiutare le comunità del cotone a prosperare, proteggendo e ripristinando l'ambiente. I Better Cotton Farmers imparano a coltivare il cotone utilizzando l'acqua in modo efficiente, prendendosi cura della salute del suolo e degli habitat naturali, riducendo l'uso delle sostanze chimiche più dannose e rispettando i diritti e il benessere dei lavoratori.

COTONE BIOLOGICO

La coltivazione del cotone attraverso i protocolli di agricoltura biologica consente la drastica riduzione, fino all'eliminazione totale, di tutte le sostanze chimiche dannose, l'impiego di minori quantitativi d'acqua, l'aumento della qualità del terreno e la promozione di condizioni di lavoro migliori per le persone coinvolte nella catena di fornitura.

COTONE RICICLATO

Per promuovere la valorizzazione dei materiali a fine vita, supportiamo attivamente la scelta di materiali riciclati. Ne facciamo un grande utilizzo nel denim, dove riusciamo a ridurre l'impatto dei nostri prodotti senza comprometterne la qualità. Inoltre, stiamo sviluppando delle soluzioni per l'impiego su larga scala del cotone riciclato anche nella maglieria.

Progetto Pilota

Nell'ambito del nostro impegno con Circular Fashion Partnership, nel 2024 abbiamo sviluppato un progetto pilota di produzione di fibra di cotone riciclata grazie al recupero degli scarti tessili presso un nostro fornitore in Bangladesh con cui collaboriamo da anni. Tramite la piattaforma Reverse Resources, è stato possibile garantire la tracciabilità del materiale dallo scarto al filato rigenerato.

Produzione
di filo rigenerato

1 fornitore che è riciclatore
e produttore di filato

Raccolta
degli scarti

3 fornitori

Produzione 2024
per la FW25

t-shirt con contenuto
di riciclato al 30%

OVS COTONE ITALIANO

Tra il 2022 e il 2024 abbiamo investito nella produzione di un filato di cotone biologico in Sicilia, un'iniziativa che ci ha consentito di controllare direttamente gli impatti lungo tutta la filiera. Abbiamo così realizzato la collezione OVS Cotone Italiano che dall'aprile 2023 ha portato tre collezioni di t-shirt uomo e donna interamente tracciate grazie all'utilizzo di un marcatore chimico applicato sulla materia prima in fase di ginnatura. A partire dalla collezione autunno-inverno 2025 l'approvvigionamento di Cotone Italiano proverrà dalla Puglia.

Fibre sintetiche

POLIESTERE



Dopo il cotone, la seconda fibra maggiormente utilizzata nelle nostre collezioni è il poliestere, materiale fondamentale per le sue tecniche di resistenza, tenuta all'acqua e traspirabilità, che utilizziamo sia per capi invernali, come i pile, sia per quelli estivi, come i costumi da bagno.

Come tutti i materiali sintetici derivati dal petrolio, il poliestere è una risorsa non rinnovabile. Per questo, da diversi anni stiamo aumentando progressivamente la percentuale di poliestere riciclato nelle nostre collezioni: nel 2024 è stata pari al 36% (rispetto al 22% dell'anno precedente).

OVS si impegna entro il 2026 a raggiungere il 70% di poliestere e poliammide riciclati e a integrare nuovi materiali sintetici riciclati in collezione, come ad esempio acrilico ed elastane riciclati.

70%

Entro
il 2026

Obiettivo di poliestere e
poliammide da sostituire
con materiali riciclati

CERTIFICAZIONI

Da oltre 25 anni i capi OVS sono certificati OEKO-TEX® Standard 100 (Classe I e Classe II), standard riconosciuto a livello globale che garantisce la sicurezza dei capi di abbigliamento, dal filato, al tessuto, agli accessori, fino al capo finito.

A febbraio 2025 OVS ha ottenuto le certificazioni GOTS, OCS, RCS, GRS, standard che garantiscono il contenuto di materiale riciclato e biologico nei prodotti, rafforzando la strategia di tracciabilità della filiera produttiva lungo tutta la catena del valore e migliorando la trasparenza nella comunicazione verso il cliente.

SICUREZZA DEI CAPI

Sottoponiamo tutti i nostri capi d'abbigliamento a test chimici per assicurarci che rispettino i limiti sull'uso delle sostanze potenzialmente pericolose, secondo la nostra Restricted Substance List redatta in conformità al regolamento Europeo 1907/2006 UE (REACH). Inoltre, per garantire la qualità del prodotto finale, vengono testate anche le performance fisiche più rilevanti (ad esempio test di lavaggio domestico).

Il ciclo di vita dei prodotti

OVS ha iniziato un percorso di integrazione dei principi di Eco Design nello sviluppo del prodotto. Questi principi guidano le scelte dei designer e degli sviluppatori di prodotto di OVS, estendendo la nostra responsabilità dall'ideazione del capo fino al suo fine vita, includendo materie prime, produzione, distribuzione, utilizzo e smaltimento.

PROLUNGAMENTO DELLA VITA DEI CAPI E RICICLO

Dopo la scelta delle materie prime, il prolungamento della vita del prodotto è una delle leve che permette di ridurre in maniera sostanziale l'impatto ambientale di un capo, un aspetto su cui ci siamo impegnati su diversi fronti negli ultimi anni:

Qualità

Abbiamo migliorato la qualità dei prodotti per aumentarne la durata dal punto di vista funzionale, attivando programmi di test fisico-meccanici che consentono di verificare la resistenza dei prodotti a lavaggi, asciugature, abrasioni, ecc. Questi programmi sono condivisi con i fornitori coinvolti nella produzione.

Stile

È stato avviato un processo di razionalizzazione stilistica, puntando alla creazione di capi, c.d. evergreen, che pur adottando un design contemporaneo risentono meno delle tendenze di moda e possono durare più a lungo dal punto di vista emozionale.

Riparabilità

I prodotti di OVS sono facilmente riparabili dai clienti, compatibilmente con la natura del danno, anche grazie ad alcuni pezzi di ricambio (ad esempio bottoni o tiretti delle chiusure zip) che vengono forniti con l'acquisto del capo. Per facilitare la riparazione dei prodotti e prolungarne la vita in alcuni punti vendita della rete è disponibile un servizio di sartoria.

Riciclabilità

Il 77,5% dei nostri articoli può essere utilmente indirizzato a fine vita verso canali di riciclo tessile grazie a una composizione mono-materiale o composizioni compatibili con le attuali tecnologie di riciclo. Il 21,3% dei nostri articoli può essere avviato a processi di riciclo destinati ad altri settori industriali.

Ricondizionamento e riutilizzo

Promuoviamo diverse attività, dal ricondizionamento degli abiti invenduti alla donazione in beneficenza degli abiti usati.

Upcycling

Nel 2022 abbiamo avviato il progetto REUP (vedi pag. xx), un'iniziativa di recupero, ricondizionamento e personalizzazione degli abiti invenduti grazie all'intervento artigianale a cura di alcuni ragazzi con disabilità intellettiva di Valemour, impresa sociale che favorisce l'inserimento di persone fragili in contesti lavorativi strutturati.

Nel 2024 OVS ha prodotto
169.029.843 capi di abbigliamento.
Promuoviamo diverse attività per
prolungare la vita dei prodotti.

18.358.743 ITEMS
Invenduto

14.378.043 ITEMS
Ricondizionato

17.802 ITEMS
Beneficienza

3.920.334 ITEMS
Stock

42.564 ITEMS
Macero

PACKAGING

Dal 2021 abbiamo eliminato la plastica monouso dal packaging di prodotto, oppure utilizziamo plastica riciclata. Il 100% delle polybag utilizzate per il trasporto dai paesi di produzione e degli appendini in plastica sono realizzati con materiali riciclati. Siamo inoltre intervenuti sugli imballaggi in modo da poterli riutilizzare più volte e da ridurre lo spreco di carta. Infine, presso il centro logistico di Pontenure, è attivo un programma di recupero e riutilizzo di scatoloni e pallet.

TRASPORTO

I carichi di spedizione vengono ottimizzati dialogando direttamente con le shipping line e con i fornitori affinché venga scelta la soluzione di trasporto meno impattante sull'ambiente, ad esempio evitando il trasporto aereo.



Gestione prodotti ricondizionati

Negli anni abbiamo perfezionato un programma di ricondizionamento e distribuzione della merce invenduta, che consente di ridurre al minimo le quantità da destinare al macero o ad altri canali. Dal 2021, ogni anno oltre 11 milioni di rimanenze sono state ricondizionate e ridistribuite ai punti vendita. Abbiamo così industrializzato la gestione dell'invenduto garantendo il ricondizionamento di una quota pari al 60%.

Ma non ci siamo fermati qui: nel 2023 abbiamo messo a punto la nostra strategia di circolarità elaborando il programma "Circular Operating System". L'obiettivo è integrare la circolarità nel business di OVS, costruendo un modello per la gestione e il riutilizzo degli scarti sia in fase pre-consumo (giacenze di invenduto) sia in fase post-consumo (capi usati).



NUOVO POLO PER IL RICONDIZIONAMENTO

Il futuro è a Bari!

A fine 2024 è entrato in funzione il nuovo polo per l'economia circolare e l'innovazione tecnologica di Bari, realizzato da OVS grazie al progetto di investimento avviato nel 2023 con la collaborazione del Politecnico attraverso il Contratto di Programma della Regione Puglia rivolto alle Grandi Imprese.

L'iniziativa è frutto di un investimento complessivo di 33 milioni di euro, di cui 19 milioni destinati all'ambito digitale e 14 milioni all'implementazione di sistemi innovativi per l'economia circolare.

Il polo tecnologico, con sede in un immobile di 15.000 mq situato nella zona industriale del capoluogo pugliese, ospita al suo interno un centro multifunzione che a regime avrà una capacità di ricondizionamento pari a 70.000 capi di abbigliamento al giorno, con l'obiettivo di raggiungere un totale di 15 milioni di pezzi ricondizionati nel 2026.

Attraverso questo centro logistico, grazie al contributo decisivo dell'automazione, saremo in grado di recuperare lungo la rete vendita i capi invenduti e ricostruire degli assortimenti più funzionali alle distribuzioni. In questo modo potremo ottimizzare sia il nostro magazzino sia i nostri budget di acquisto.

"Un sistema di e-commerce parte da un assortimento ordinato, con grandi quantità per ogni singola referenza, e lo distribuisce con una profondità molto limitata: tanti articoli suddivisi su tanti ordini. Questo sistema funziona al contrario: parte da un assortimento disordinato di tantissimi capi, con poche quantità per articolo, e va a ricostituire un magazzino ordinato con i vari referenze e la loro disponibilità in magazzino. Questo, ovviamente, rende molto più facile gestire quei capi e ridistribuirli."

Simone Colombo

3 Being fair and transparent

La produzione dei capi OVS coinvolge oltre 90.000 persone in 16 paesi, in aree del mondo molto diverse tra loro: è un ecosistema complesso, che richiede l'applicazione di procedure e sistemi di controllo.

HIGHLIGHTS

100% del volume produttivo attivo su **Higg (Tier 1)**

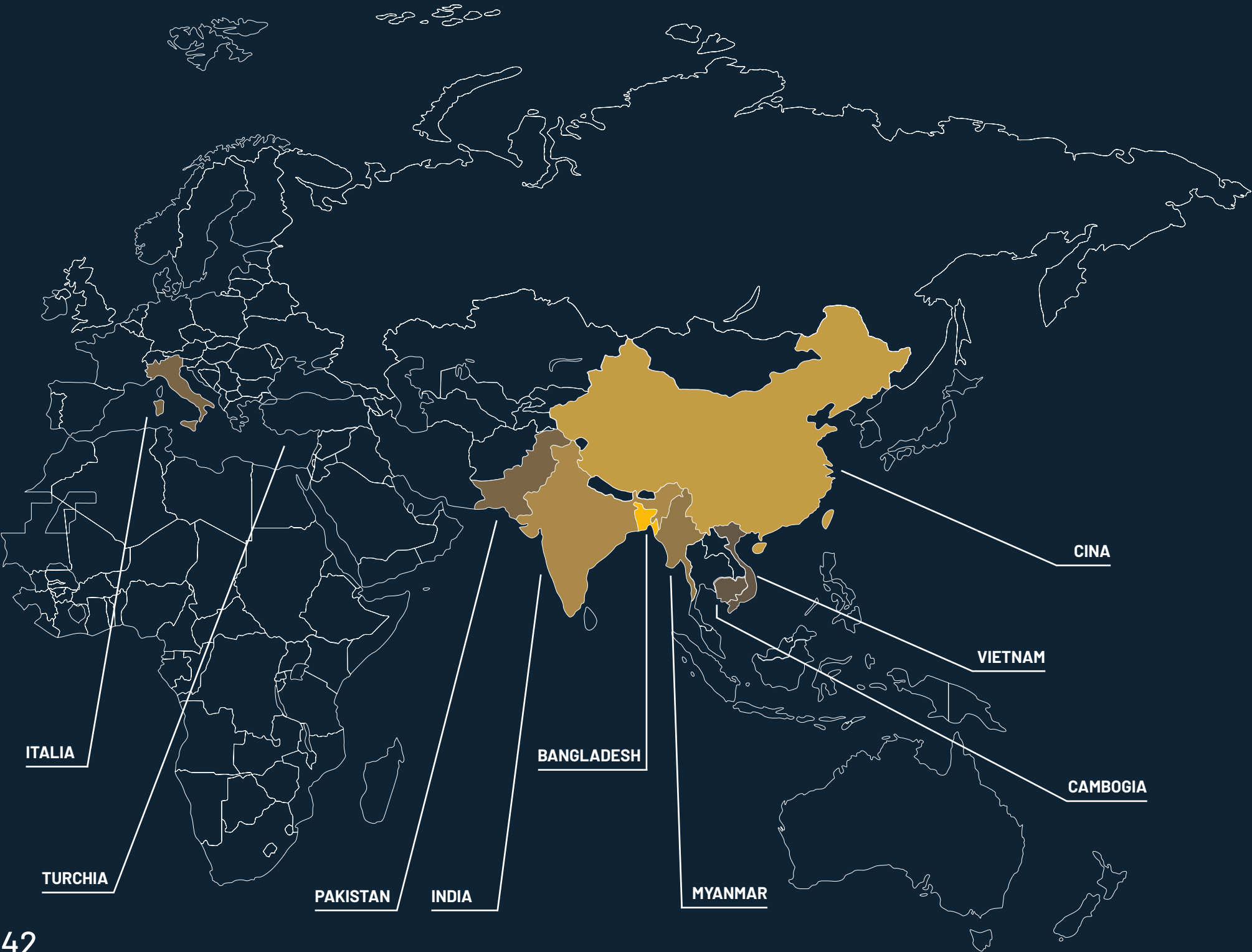
Avviato il **Clear Vision Workplace Program**

40% del volume produttivo di OVS è coperto da **fornitori Tier 1** che adottano sistemi di rappresentanza dei lavoratori democraticamente eletti

La nostra catena di fornitura

Monitoriamo costantemente le performance sociali e ambientali delle fabbriche con cui collaboriamo per incentivare pratiche che abbiano ricadute positive sulle persone e sull'ambiente, rendendo trasparenti i risultati di queste azioni nei confronti dei nostri clienti.

Accompagniamo e supportiamo i nostri fornitori in un percorso di crescita e creiamo alleanze con gli altri operatori del settore per guidare un miglioramento di sistema. Tutti i nostri fornitori sono tenuti a sottoscrivere e applicare il Codice di Condotta.



LA NOSTRA CATENA DI FORNITURA

CAMBOGIA
VIETNAM
ITALIA
PAKISTAN
MYANMAR
INDIA
CINA
BANGLADESH

I nostri programmi di monitoraggio

Monitoraggio sociale e ambientale

Il monitoraggio e la misurazione del profilo di sostenibilità dei nostri fornitori si basano su controlli periodici, diretti o tramite terze parti, sulle informazioni raccolte attraverso la piattaforma Worldly e su eventuali segnalazioni provenienti da rappresentanze sindacali o altre associazioni del territorio.

Il 100% del volume produttivo di OVS proviene da fornitori che condividono le loro performance di sostenibilità su Worldly tramite la compilazione dei moduli Higg FEM (Facility Environmental Module) e Higg FSLM (Facility Social and Labour Module).

Nel 2024, il 22% del volume produttivo è coperto da fornitori che hanno dichiarato di avere un piano di decarbonizzazione.

Livelli retributivi

Pur non gestendo direttamente i siti produttivi, siamo consapevoli di avere una grande responsabilità nell'assicurare condizioni di vita dignitose alle persone che producono i nostri capi. Per questo motivo analizziamo puntualmente le condizioni salariali nella nostra supply chain, confrontando i livelli retributivi con benchmark di riferimento, come quello di Global Living Wage Coalition, e identificando eventuali opportunità di miglioramento.

Sistemi di rappresentanza dei lavoratori

La scarsa diffusione di contratti collettivi e un'inadeguata rappresentanza dei lavoratori nelle contrattazioni salariali, oltre alla mancanza di strumenti di risoluzione dei problemi interni alle fabbriche, figurano tra le cause principali dei bassi livelli retributivi in alcuni paesi. Il contributo che possiamo dare, come OVS, è quello di favorire la nascita di sistemi di rappresentanza come leva per l'acquisizione e il rafforzamento dei diritti dei lavoratori.

Nel 2024, il 40% del volume produttivo di OVS è coperto da fornitori Tier 1 che adottano sistemi di rappresentanza dei lavoratori democraticamente eletti.



Azioni

Per il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Piano, portiamo avanti in maniera continuativa le seguenti azioni:

programma di monitoraggio e coinvolgimento di tutti i fornitori attraverso la piattaforma Higg e la compilazione del modulo FSLM.

mappatura annuale dei salari pagati nella filiera e confronto rispetto a benchmark per paese.

adesione a programmi internazionali per la tutela della sicurezza dei lavoratori nelle fabbriche e partecipazione a tavoli multistakeholder di settore.

Abbiamo inoltre avviato la definizione di un sistema di valutazione che premi i fornitori con performance sociali migliori.



Programmi internazionali per la sicurezza

OVS è tra i sottoscrittori del programma **"Accord on Fire and Building Safety"**, un accordo legalmente vincolante tra i marchi, le aziende produttrici e le principali sigle sindacali attive in Bangladesh, nato con l'obiettivo di migliorare la sicurezza delle fabbriche dopo la tragedia del Rana Plaza del 2013, in cui persero la vita oltre mille lavoratori e lavoratrici del settore tessile.

Terminato il periodo decennale di validità dell'accordo, nel 2023 OVS si è fatta promotrice del rinnovo di questo programma. Altro risultato importante è stata l'estensione della validità di Accord al Pakistan.



La nostra rete

Partecipiamo attivamente a diverse iniziative internazionali per il miglioramento della sostenibilità nell'industria della moda. Un vero cambiamento di sistema può essere realizzato solo alleandosi e collaborando con tutti gli attori coinvolti nella filiera tessile: brand, istituzioni, associazioni sindacali e lavoratori.

Cascale

OVS è membro Progressive+ di Cascale, un'alleanza globale multi-stakeholder nata con l'obiettivo di diffondere pratiche di sostenibilità e trasparenza. Attraverso gli strumenti innovativi di Worldly, di cui fa parte la suite di strumenti Higg Index, facilita il monitoraggio della filiera produttiva e la trasparenza nella condivisione dei dati.

La storia: Clear Vision Workplace Program

In tutto il mondo, almeno 1 miliardo di persone non dispone degli occhiali da vista necessari per lavorare, studiare, guidare in sicurezza e partecipare alla vita civile, con costi che secondo alcune stime ammontano a oltre 200 miliardi di dollari a livello globale.

Il programma Clear Vision Workplace (CVW) di VisionSpring, impresa sociale che in oltre vent'anni di attività ha offerto screening oculistici e occhiali da vista a oltre 14 milioni di persone, si pone l'obiettivo di colmare questo gap.

Come OVS abbiamo deciso di partecipare a questa iniziativa coinvolgendo Apparels Village Ltd, una delle fabbriche del Bangladesh con cui abbiamo un rapporto consolidato nel tempo.

settembre - ottobre 2024

Periodo di screening

2.700 (854 donne)

Numero di lavoratori sottoposti a screening

1.119 (41%)

Numero di lavoratori che necessitano di occhiali

938

Lavoratori che hanno ricevuto il loro
primo paio di occhiali grazie al programma



4 Design a better work

Il mondo OVS è formato da oltre 8.000 persone, distribuite tra sede centrale, negozi e divisioni operative estere. Ciascuna ha l'opportunità di esprimere i propri talenti e potenziali grazie a una ricca offerta formativa, una cultura della condivisione e un contesto di lavoro stimolante e inclusivo.

HIGHLIGHTS

Definizione e costituzione di **Policy** e **Comitato DEI** (Diversity, Equity, Inclusion)

25 ore medie di **formazione per dipendente**

3.636 dipendenti hanno aderito alla **NOL** (Nuova Organizzazione del Lavoro)

Sviluppo professionale e formazione

In OVS è disponibile un ricco ventaglio di iniziative di formazione, rivolto a tutte le nostre persone: dalle prime fasi di onboarding, ai Leadership Development Program fino alla Store Management School, tutti hanno la possibilità di crescere e sviluppare le proprie competenze.



217.843

Ore di formazione erogate tra sede e negozi in Italia

Nel 2024 abbiamo lanciato diverse nuove iniziative di formazione.

Masterclass
*“la diversità è
un valore”*

Partendo dalla sua storia personale, Shata Diallo, membro dell’intergruppo parlamentare per i diritti fondamentali della persona, ci ha aiutato a riflettere e ragionare sul modo in cui percepiamo le diversità e su come le strategie di inclusione possano aiutarci a far sentire ogni persona sicura di esprimere se stessa.

Dopo questo primo evento, dedicato al management aziendale, sono state svolte altre masterclass aperte a tutte le nostre persone sui seguenti temi: l’importanza del linguaggio, la costruzione di ponti e il coraggio civile.

Digital talks

A partire da ottobre 2024 abbiamo organizzato un ciclo di sei webinar dedicati al benessere finanziario, in collaborazione con Mindwork ed Excellence Education. L’iniziativa è nata dalla convinzione che il benessere non sia solo una questione di equilibrio mentale e fisico. Quante volte ci sentiamo sopraffatti/e da spese impreviste o preoccupati/e per il nostro futuro economico? Quali azioni possiamo mettere in campo per gestire i risparmi o investire nelle nostre priorità? L’obiettivo di questa serie di incontri è quindi quello di fornire gli strumenti per gestire le proprie finanze in modo più consapevole, equilibrato e sereno, per sentirsi sicuri e preparati di fronte alle sfide quotidiane.

Dopo questo primo ciclo, il calendario dei Digital Talks ha previsto altri incontri sulle seguenti tematiche: nutrizione consapevole; genetica e prevenzione; essere genitori di figli adolescenti; comunicazione genitori-figli; quando l’amore diventa una prigione.

*Leadership
a misura di
benessere*

Nell’ambito delle attività di sviluppo delle competenze dei nostri e delle nostre Store Manager Trainer, abbiamo ideato il percorso formativo “Leadership a misura di Benessere”. Non si tratta di un semplice investimento nella loro crescita professionale, ma di un impegno strategico per creare ambienti di lavoro più sani e produttivi.

Siamo infatti convinti che uno Store Manager consapevole dell’importanza del benessere psicologico possa intervenire con empatia e competenza, favorendo il benessere delle persone, potenziando la collaborazione e la motivazione, e, di conseguenza, i risultati aziendali.

Come Gruppo OVS, abbiamo deciso quindi di implementare strategie e azioni per potenziare la leadership di queste figure, che rivestono un ruolo fondamentale come facilitatori, mediatori e guide per i team di vendita, con l’obiettivo di formarle a un approccio manageriale orientato all’ascolto e all’empatia e a una corretta gestione dello stress, proprio e del team.

Tra maggio e giugno 2024, un primo gruppo di 60 Store Manager ha partecipato a due incontri formativi in presenza nel corso dei quali sono stati approfonditi i 5 pilastri per una leadership a misura di benessere:

- Essere leader (auto)consapevoli: una guida per orientarsi
- Cogliere i segnali: il valore del riconoscimento
- Costruire sicurezza psicologica
- Perno relazionale: come tutto passa dalla relazione
- Senso del limite: definire, proteggere e rispettare i confini

Comunicazione interna

NASCE WELLO

Lanciata a settembre 2024, WELLO è una piattaforma e applicazione mobile concepita come “single front door” digitale al mondo OVS. La progettazione ha seguito un approccio centrato sull'utente, integrando i feedback diretti dei dipendenti per garantire un'esperienza semplice, personalizzata e omnicanale, con un duplice obiettivo:

- unire le oltre 8.000 persone del Gruppo OVS, distribuite tra le sedi e la rete di negozi.
- rispondere alla crescente necessità di contrastare il “digital clutter” (sovraccarico informativo) e promuovere un'esperienza lavorativa più fluida e centrata sulle persone.

WELLO è una piattaforma che consente una comunicazione dinamica e partecipativa, collaborazione e connessione, accesso semplificato e centralizzato alle informazioni. Per esempio:

- news, annunci, procedure HR e servizi di welfare sono ora consultabili su un'unica piattaforma, inclusa la sezione “OVS Per Me”, che su WELLO ha trovato maggiore visibilità e semplicità di accesso, riducendo la dispersione e ottimizzando l'efficienza operativa.
- il magazine OVS MAG, evoluto in uno spazio interattivo dove ogni persona può commentare e contribuire attivamente alla narrazione aziendale.

Inoltre, per facilitare il dialogo e la condivisione di idee, sono stati creati gruppi di lavoro e community (“Spaces”).

Risultati

Raggiunto il 96% della popolazione aziendale in pochi mesi.

Oltre 1 milione di pagine visualizzate e una curva di interazione in costante crescita, con +9000 like e +600 commenti.



Diversità, Equità e Inclusione

Nel 2024 abbiamo avviato il processo per l'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere. Nell'ambito di questo percorso, OVS ha adottato una politica in tema Diversità, Equità e Inclusione, riaffermando così l'impegno a creare un ambiente di lavoro più inclusivo e rispettoso per tutte e tutti.

Diversità

Come contributo delle molteplici dimensioni dell'individuo, in cui possono rientrare: età, identità di genere, orientamento sessuale e affettivo, convinzioni religiose e politiche, etnia e background culturale, disabilità fisiche e intellettive, fragilità psicologiche e sociali.

Equità

Come trattamento equo nell'accesso al lavoro o nello sviluppo interno, per mitigare disuguaglianze sistemiche e/o situazioni individuali.

Inclusione

Come riconoscimento e valorizzazione delle unicità quali risorse per la creazione di valore.

La policy

La politica DE&I (diversità, equità e inclusione) delinea i principi generali, le azioni e le procedure che guidano le attività dell'azienda nell'ottica di tutelare e valorizzare le diversità. Per assicurare il rispetto della policy, è stato costituito un Comitato aziendale per la DE&I che, in stretta collaborazione con la funzione Risorse Umane, facilita l'attuazione del Piano Strategico.

Segnalazione di non conformità alla policy

Eventuali casi diretti o indiretti di non inclusività e/o di forme di discriminazione possono essere segnalati inviando un messaggio (non anonimo) a una casella mail dedicata; viene comunque garantita la riservatezza nella gestione della segnalazione.

Piano Strategico

Il Piano stabilisce le modalità con cui l'azienda può raggiungere i suoi obiettivi in ambito di inclusione, guida il lavoro del Comitato e assicura il monitoraggio dei KPI.

Sono state identificate **6 aree di impatto (Cultura, Comunità, Equità Remunerativa, Governance, Genitorialità/Equilibrio Vita Lavoro, Processi HR)**, in ciascuna delle quali rientrano obiettivi misurabili con relative azioni da attuare nel medio e lungo periodo.

Comitato per la D, E & I

Il Comitato è responsabile di verificare che le azioni del Piano vengano effettivamente messe in atto, nonché di guidarne l'applicazione revisionando periodicamente i suoi KPI. È composto da **8 membri**, con rappresentanti di sede e vendita, uomini e donne, manager e non, per garantire l'equilibrio.

Rappresentanza di genere

Nel 2024, il 22% del Top management - ovvero i primi riporti diretti all'AD - è composto da donne, mentre per le altre posizioni dirigenziali la rappresentanza femminile si attesta al 20%. Il dato risulta sostanzialmente in linea con il benchmark di mercato: nel settore del commercio al dettaglio la percentuale media di dirigenti donne è pari al 23,57%. Obiettivo dei prossimi anni, forti della spinta derivante dalla certificazione per la parità di genere e da tutte le iniziative e i processi associati, è lavorare su queste percentuali e farle crescere gradualmente.

Gender pay gap

Grazie alle politiche interne di valorizzazione delle persone e al percorso che abbiamo intrapreso da diversi anni per monitorare e limitare il divario retributivo tra donne e uomini, il Gender Pay-gap aziendale è molto contenuto. Per i ruoli di sede è minimo e inferiore ai parametri di mercato, mentre per i ruoli di negozio la differenza salariale di genere è in progressivo miglioramento. Utilizzando la metodologia indicata da standard ESRS, abbiamo analizzato e identificato in modo preciso la società OVS SpA, che rappresenta oltre il 90% dell'organico complessivo del Gruppo.



Divario retributivo di genere OVS S.p.A.

RUOLI IN SEDE



RUOLI IN NEGOZIO



Equilibrio vita-lavoro

Nuova Organizzazione Lavoro

Nel 2024 abbiamo esteso l'offerta di un nuovo modello organizzativo ad adesione volontaria per le persone impiegate negli store, in alternativa al classico modello orario aziendale (MOA).

La Nuova Organizzazione Lavoro (NOL) è un progetto ideato a partire dal 2022 grazie a tavoli di lavoro che hanno visto coinvolti Direzioni Vendite, Risorse Umane, Area e Store Manager, con l'obiettivo di creare un nuovo modello organizzativo che permetta, a parità di costo, un miglior bilanciamento vita/lavoro, grazie a una giornata lavorativa più concentrata e alla riduzione di spostamenti e viaggi, soprattutto dei full-time.

Dopo una prima fase di sperimentazione iniziata a luglio 2023, che ha riguardato 2.328 persone su 161 negozi, tra UPIM e OVS, nel 2024 è stata effettuata la mappatura di tutta la rete nazionale, in modo da definire il miglior modello per le varie realtà.

RISULTATI 2024: su una popolazione di vendita di 6.943 persone, hanno aderito al NOL 3.636 persone appartenenti a tutte le nostre divisioni (OVS, UPIM, STEFANEL, GAP).

Piano LTI

Dal 2021 gli obiettivi individuali tengono conto dei piani strategici di sostenibilità del Gruppo: il 20% della retribuzione variabile è legato al raggiungimento di obiettivi quali, per esempio, la percentuale di prodotti a ridotto impatto ambientale rispetto all'assortimento complessivo o il numero di fornitori verificati attraverso la piattaforma Worldly.

Anche la remunerazione dell'Amministratore Delegato e dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche è vincolata a obiettivi di sostenibilità, qualitativi e quantitativi: il 30% della parte variabile a breve termine (STI) è legata a obiettivi ESG; il 30% della parte a lungo termine (LTI) è vincolata alla riduzione del 19,3% dell'intensità delle emissioni Scope 3 entro il 2026 (rispetto al 2023) e all'aumento dei materiali "preferred" al 65% entro il 2026.

OVS per la comunità

Rimovere le barriere

Nell'ambito dell'impegno di OVS nel promuovere il lavoro come mezzo di inclusione, è stato intrapreso un percorso per favorire l'inserimento lavorativo di persone con disabilità intellettiva e in particolare per promuovere l'autonomia dei giovani con sindrome di Down, rimuovendo le barriere che impediscono l'integrazione piena e paritaria.

È dunque iniziata una collaborazione con due associazioni: nel 2023 con AIPD (Associazione Italiana Persone Down) e nel 2024 con AGPD (Associazione Genitori e Persone con sindrome di Down Onlus). Da novembre 2023 ad oggi, nove persone sono state inserite - in altrettanti negozi - all'interno di un percorso formativo per diventare addetto vendita. Cinque tirocini sono tuttora in corso e due persone sono state assunte.

Il superamento delle differenze ha creato valore condiviso che è stato riscontrato da tutte le parti coinvolte, tanto è vero che i feedback sono stati positivi sotto vari aspetti:

- alti livelli di motivazione, responsabilità, attenzione e dedizione al lavoro, produttività;
- entusiasmo della clientela che ha riconosciuto le persone con sindrome di Down come membri attivi del team di negozio;
- miglioramento del clima generale tra colleghi all'interno del punto vendita con maggiore serenità, senso di partecipazione collettiva e sensibilità ai temi legati alla diversità e inclusione.

OVS on Campus

Abbiamo ampliato il nostro calendario di iniziative relative all'universo Campus per continuare a fare da ponte in modo sempre più mirato e significativo tra il mondo della formazione e quello aziendale.

Coinvolgiamo le giovani generazioni nelle tante opportunità del Fashion Retail, progettando esperienze ad hoc nel percorso formativo e post lauream di studenti e studentesse. Istituti secondari di secondo grado, università e scuole di moda e design sono alcuni degli stakeholder con cui ci interfacciamo quotidianamente per coinvolgere e incontrare i nuovi talenti in visite aziendali, presentazioni in aula, progetti didattici e career days.

Come la visita degli studenti e studentesse dell'Università di Padova nella nostra sede centrale, la partecipazione ai Career days dell'Università Ca' Foscari, IUAV e del Politecnico di Bari, fino all'incontro con gli studenti MBA di SDA Bocconi e al dialogo con Accademia Costume & Moda, Domus Academy, Milano Fashion Institute e NABA.

Una contaminazione continua tra sapere ed esperienza realizzata grazie alla collaborazione sempre più forte con i nostri partner.

Progetto Welcome

Anche nel 2024 è proseguito, per il secondo anno consecutivo, il progetto Welcome, mirato all'avviamento professionale di rifugiati e beneficiari di protezione internazionale residenti nel nostro paese. In collaborazione con UNHCR e Fondazione Adecco, lavoriamo a livello locale per l'individuazione di profili da coinvolgere nei nostri store e nelle nostre sedi.

La rete è fondamentale nel buon esito di un percorso di inclusione: le strutture di accoglienza offrono spesso supporto nella mediazione culturale o nella gestione della parte burocratica di un inserimento. Fondamentale è anche la valorizzazione delle candidature ricevute sulla piattaforma Welcome-in-one-click che facilita la sinergia con la rete di associazioni locali.

Grazie alle forti collaborazioni instaurate, nel 2024 abbiamo avviato 12 percorsi e ampliato le aree geografiche aderenti, da Bolzano a Bergamo, passando per Firenze e Roma, fino a Bari, accrescendo anche la diversità di origine dei profili coinvolti, con 8 nazionalità differenti (Afghanistan, Albania, Ciad, Nigeria, Perù, Tunisia, Ucraina, Venezuela).



5 Making fashion a better choice

Grazie alla capillarità della nostra rete di negozi siamo molto vicini a milioni di persone. Negli oltre 2.000 punti vendita del Gruppo OVS raccontiamo ai nostri clienti le scelte strategiche sui materiali e sui processi produttivi con l'intento di mitigare il nostro impatto sull'ambiente.

HIGHLIGHTS

Terzo anno della partnership con **HUMANA People to People Italia**

Terzo anno della **collezione RE-UP**

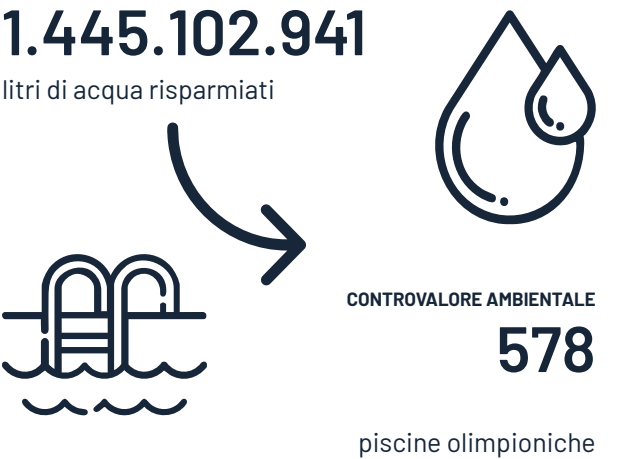
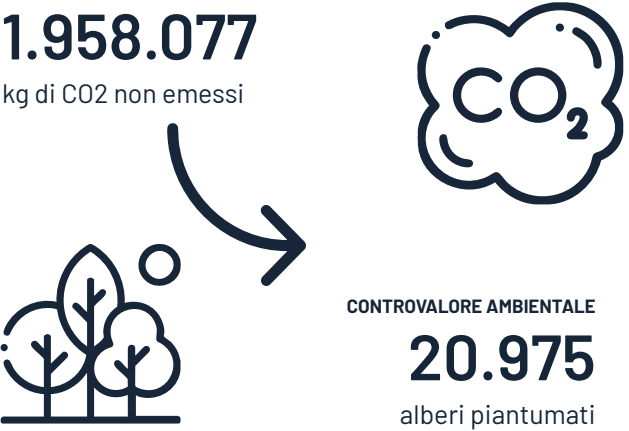
217.120 kg di abiti raccolti vs 96.000 nel 2023

Una seconda vita agli abiti usati

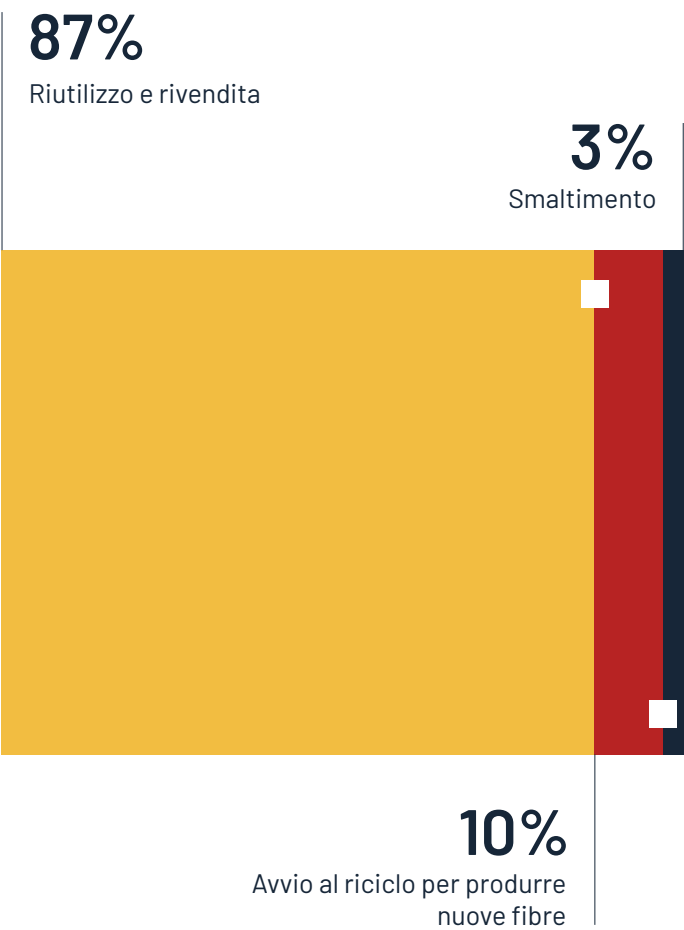
Anche nel 2024, per il terzo anno consecutivo, abbiamo portato avanti il programma “Dona i tuoi abiti usati a Humana”, l’iniziativa in partnership con Humana People to People Italia, organizzazione di cooperazione internazionale attiva in Italia dal 1998, che riscuote grande interesse e apprezzamento da parte dei nostri clienti come modo per generare insieme un cambiamento consapevole e sostenibile.

Rispetto al 2023, abbiamo registrato un fortissimo aumento del materiale raccolto negli oltre 800 negozi della rete vendita di OVS. Il totale dei capi ritirati nel 2024 è infatti più che raddoppiato: da circa 96 tonnellate a 217.

CONTROVALORE AMBIENTALE



DOVE VANNO I CAPI RACCOLTI



Eco Valore

Informazioni chiare per acquisti sostenibili

Con gli indicatori di Eco Valore forniamo ai nostri clienti tutte le informazioni necessarie per fare acquisti consapevoli. Rendendo trasparenti, per ogni capo, le informazioni relative ai materiali di composizione e al fornitore che lo ha prodotto, questa speciale etichetta permette di capire a colpo d’occhio l’impatto ambientale specifico di ciascun articolo grazie a tre indicatori chiave:

- consumo d’acqua
- emissioni di CO2 della fase di produzione del prodotto
- indice di circolarità, che esprime in una scala da 1 a 10 quanto è riciclabile un capo d’abbigliamento.

Siamo stati tra i primi marchi al mondo a rendere pubbliche queste informazioni per ogni capo e dal 2021 l’indice Eco Valore è stato esteso al 100% dei prodotti presenti sul nostro e-commerce.

Raccolta record Save the Children

428.000€

Devoluti in favore della **campagna Hunger**
e del **progetto "Punti Luce"**

Dal 2010 siamo orgogliosamente a fianco di Save The Children, l'organizzazione internazionale impegnata a garantire migliori condizioni di vita ai bambini in difficoltà in tante parti del mondo. Una partnership che si è arricchita nel corso degli anni di tante iniziative, come "Emergenza terremoto centro Italia", "Illuminiamo il Futuro", "Stop alla guerra sui bambini", "Girls", "Campagna Hunger" e "Conflitto in Ucraina".

Nel 2024 abbiamo ottenuto una raccolta record grazie anche a un'innovativa modalità di promozione delle due campagne con cui supportiamo abitualmente Save The Children in due diversi periodi dell'anno: "Back to School" e "Christmas Jumper Day".

In occasione di entrambe le raccolte fondi, sono stati organizzati dei contest tra i punti vendita per incentivare i nostri collaboratori a diventare ambasciatori di questo progetto e aumentare così il numero di donazioni da parte dei clienti.

Risultati

Back to School

Nel periodo 22 agosto-30 settembre 2024, l'intero ricavato della raccolta fondi alle casse dei negozi OVS (**105.000€**) è stato devoluto a favore dell'intervento di Save the Children contro la povertà educativa e materiale nei **Punti Luce in Italia**.

Christmas Jumper Day

Dal 2016 siamo partner principale di questo evento nato nei paesi anglosassoni e divenuto nel tempo una tradizione anche in Italia. A dicembre 2024, abbiamo venduto il maglione natalizio in oltre **600 negozi e online**, devolvendo a sostegno della campagna internazionale **Hunger** contro la malnutrizione infantile **200.000€** raccolti direttamente alle casse più il 10% del ricavato delle vendite (**123.000€**).

I "Punti Luce"

I **Punti Luce**, creati da Save the Children nel 2014 nei contesti maggiormente deprivati delle principali città italiane, sono spazi dove bambini e adolescenti dai 6 ai 17 anni possono partecipare gratuitamente ad attività formative di qualità.

L'obiettivo è quello di contrastare la povertà educativa sul territorio nazionale, ossia "l'impossibilità per i minori di apprendere, sperimentare, sviluppare e far fiorire liberamente capacità, talenti e aspirazioni".

Nell'arco di dieci anni, 26 Punti Luce attivati in 15 città hanno fornito supporto educativo a oltre 55.000 bambini e bambine.



Servizi di sartoria e riparazione in store

Il 2024 ha visto l'avvio del progetto pilota "Servizio di sartoria" riservato ai clienti OVS Friends, che offre la possibilità di richiedere interventi di riparazione e modifica su capi acquistati o usati dei nostri brand. L'iniziativa, che rientra tra le azioni previste dal Piano strategico di Sostenibilità, è partita in una prima fase in 5 store selezionati di Milano (Buenos Aires, City Life, Lorenteggio, Corso Garibaldi, Via Torino).

Siamo convinti che il servizio sartoriale in negozio possa rappresentare un valore aggiunto, sia in termini di sostenibilità che di valore per il brand. Offrire la possibilità di modificare e riparare gli abiti significa migliorare e ampliare l'esperienza d'acquisto, sensibilizzando il cliente verso modi diversi per prendersi cura dei capi e prolungarne l'utilizzo.

Novità della collezione RE-UP

Nel 2024 la collezione RE-UP, il progetto di upcycling frutto dell'impegno di OVS per una moda circolare e più sostenibile e realizzato grazie al lavoro creativo di giovani con disabilità intellettiva utilizzando tinture riciclate, si è arricchita della collezione bambino e bambina.

Un progetto vincente con un'idea forte alla base: non produrre nulla di nuovo, ma dare unicità, bellezza e valore a ciò che già esiste. RE-UP è infatti una collezione composta da capi invenduti e ricondizionati, personalizzati con varie tecniche di colorazione o stampa.

Restituire valore ai capi, ponendo maggiore attenzione ai materiali e ai processi creativi, valorizzando il potenziale delle persone e trasformando i capi invenduti in una nuova collezione, significa coniugare al meglio impegno sociale e riduzione dell'impatto ambientale.



IMPATTI POSITIVI DI RE-UP

Rinnovo di un prodotto invenduto evitando di produrre nuovi capi	Partnership profit-no profit
Utilizzo di risorse già disponibili riducendo gli sprechi	Filiera produttiva corta e tracciabilità
Unicità di ciascun capo e delle persone che li hanno disegnati e realizzati	Valorizzazione della creatività

COS'È L'UPCYCLING?

Con il termine upcycling si intende il recupero creativo di prodotti esistenti, come i capi di abbigliamento che abbiamo amato ma non mettiamo più, che vengono ripensati e trasformati per dare vita a qualcosa di nuovo e unico evitando gli sprechi. A differenza del riciclo, che mira al ripristino delle proprietà originarie dei materiali, l'intervento di upcycling attribuisce ai capi un maggior valore estetico grazie alla creatività.

I NOSTRI PARTNER

Valemour

generatore d'impresa nato per favorire l'inserimento lavorativo di giovani con disabilità intellettiva promuovendo la relazione tra società profit e non profit.

Recycrom™

una tintura innovativa brevettata da Officina +39, basata su una tecnologia in grado di riciclare gli scarti tessili trasformandoli in un'ampia gamma di polveri colorate che possono essere utilizzate per tingere qualsiasi fibra cellulosica con sistemi di tintura convenzionali, a immersione e attraverso la stampa serigrafica.

OVS