



**MONCLER<sup>®</sup>**

“MODERN SLAVERY STATEMENT” PER L’ANNO 2017

## Introduzione

Il presente documento è stato approvato dal Consiglio di amministrazione di Moncler UK Limited in data 29 marzo 2019 e descrive le misure adottate per assicurare, così come richiesto dalla legge del Regno Unito “Modern Slavery Act 2015 – Section 54”, l’assenza di ogni forma di “schiavitù moderna, lavoro forzato e traffico di esseri umani” al proprio interno e lungo la propria catena di fornitura. Il contenuto di tale dichiarazione si riferisce all’esercizio fiscale chiuso il 31 dicembre 2017.

Moncler UK Limited fa parte del Gruppo Moncler (di seguito anche “Moncler” e/o “Azienda”), una realtà impegnata a condurre il proprio business con professionalità, promuovendo l’adozione di comportamenti etici e virtuosi e garantendo un atteggiamento di totale condanna nei confronti di qualsiasi forma di abuso dei diritti umani. In particolare, Moncler si impegna a combattere la schiavitù moderna in ogni sua manifestazione, sia all’interno della propria organizzazione, sia lungo la propria catena di fornitura, in linea con i principi enunciati nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e nei Principi Guida delle Nazioni Unite su Business e Diritti Umani.

In Moncler eccellenza significa qualità e stile, ma anche impegno a promuovere una catena di fornitura attenta e rispettosa dei diritti dei lavoratori. L’Azienda crede nel valore delle relazioni stabili, basate sulla fiducia e sulla cooperazione e predilige rapporti di lungo termine con quei fornitori che garantiscono affidabilità nella performance produttiva e al tempo stesso condividono i valori di Moncler.

## Il profilo dell’Azienda

Moncler, nata a Grenoble nel 1952, è un’azienda leader nel settore del lusso per la produzione di outerwear. Il duvet con Moncler diventa iconico, un classico del guardaroba contemporaneo che si pone oltre le tendenze, allargando i confini del marchio fino a comprendere tutte le stagioni dell’anno e coniugando le esigenze più estreme dei capi tecnici alla quotidianità metropolitana. Prodotti unici, di altissima qualità, “senza tempo”, versatili e innovativi, che possono essere indossati in qualunque occasione.

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

Moncler è presente in più di 70 mercati a livello globale sia attraverso il canale retail, costituito da punti vendita monomarca a gestione diretta (201 store nel 2017) e dal negozio online, sia attraverso il canale wholesale, rappresentato da punti vendita multimarca e monomarca gestiti da terzi all’interno dei Department Store (59 shop-in-shop nel 2017). L’Azienda opera localmente attraverso strutture regionali: EMEA, Americhe, Asia e Resto del Mondo.

Al 31 dicembre 2017, il numero totale dei dipendenti era pari a 3.498 (70% donne) e l’area geografica con maggior organico l’EMEA (63% delle persone).

## Il profilo della catena di fornitura

I fornitori coinvolti nella produzione di prodotti Moncler nel 2017 erano 409<sup>1</sup> e divisi in quattro categorie: materie prime (66%), façonisti (16%), commercializzato (17%) e servizi (1%).

Negli anni Moncler ha messo in atto un processo di razionalizzazione del parco fornitori, che sta portando progressivamente ad una riduzione degli stessi, al fine di poter esercitare un più attento controllo della filiera, sviluppare sinergie e relazioni di collaborazione sempre più strette e proficue con coloro che sono maggiormente allineati con i valori e le aspettative dell'Azienda, anche in termini di standard etici e sociali.

La maggior parte dei fornitori (il 93%<sup>2</sup>) sono localizzati nell'area EMEA con prevalenza in Italia (oltre il 70% del totale). Con riferimento al livello di concentrazione, si rileva che circa i primi 50 fornitori rappresentano circa il 70% del valore degli ordini. L'Azienda è attenta a rilevare tempestivamente situazioni di criticità, che potrebbero causare potenziali discontinuità di fornitura, e a mitigarne le conseguenze.

## Le politiche dell'azienda per la tutela dei Diritti Umani

Moncler ha adottato specifici strumenti interni al fine di garantire e salvaguardare la conduzione trasparente e responsabile della propria catena di valore. Tali strumenti sono:

- il **Codice Etico**, aggiornato nel 2017, raggruppa l'insieme dei valori che l'Azienda riconosce, condivide, promuove e ne richiede il rispetto, nella consapevolezza che condotte ispirate ai principi di diligenza, correttezza e lealtà, costituiscano un importante motore per lo sviluppo economico e sociale. Il Codice si ispira alle principali normative e regolamentazioni esistenti a livello nazionale e internazionale in tema di responsabilità sociale d'impresa e diritti umani, come la Carta dei Diritti delle Nazioni Unite, la Carta dei diritti dell'Unione Europea, gli standard di lavoro dignitoso contemplati nelle convenzioni ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico). In particolare, nel Codice è specificato che tutti i fornitori sono contrattualmente obbligati a rispettare, e a far rispettare ai loro terzisti, i principi e le regole di comportamento in esso contenuti. La violazione costituisce un inadempimento contrattuale e può comportare specifiche sanzioni fino alla risoluzione del contratto, a seconda della gravità.
- il **Codice di Condotta dei Fornitori**, adottato nel 2016, illustra i requisiti di Moncler in relazione alle principali aree del processo di approvvigionamento responsabile ed è composto da sei sezioni che stabiliscono disposizioni vincolanti relativamente a: Lavoro e Diritti Umani, Salute e Sicurezza, Ambiente, Salute e Benessere Animale, Sicurezza e Qualità dei prodotti e dei servizi, Etica Aziendale e Protezione della Proprietà Intellettuale. L'Azienda richiede ai propri fornitori e ai loro terzisti di attenersi in modo vincolante ai principi sanciti nel Codice di Condotta.

---

<sup>1</sup> Dal conteggio sono esclusi i fornitori di servizi di prototipia e modelleria e i fornitori con un fatturato d'ordine inferiore a 1.000 euro l'anno.

<sup>2</sup> Percentuale calcolate sul numero di fornitori.

## Il processo di risk assessment e di due diligence dei fornitori

Il modello di business di Moncler prevede che la produzione dei propri prodotti avvenga solo in parte internamente, attraverso il sito produttivo di proprietà in Romania, e che prevalentemente sia demandata a *façonisti* e fornitori di commercializzato in Italia e all'estero. Inoltre, l'Azienda acquista materie prime e servizi da un ampio numero di fornitori nel mondo. L'eterogeneità dei partner e l'estensione geografica nella quale Moncler opera hanno portato a investire ingenti risorse per prevenire e monitorare l'esistenza di eventuali rischi legati a violazioni dei diritti umani lungo la catena di fornitura, con un focus particolare verso i *façon*, i laboratori specializzati e i più rilevanti operatori della logistica.

Inoltre, Moncler si adopera attivamente nella continua condivisione delle buone prassi, volte a garantire uno sviluppo responsabile e sostenibile del business.

L'attenzione di Moncler agli aspetti etico-sociali lungo la catena di fornitura parte fin dalla fase di selezione del fornitore, prosegue in sede contrattuale con l'accettazione del Codice Etico e del Codice di Condotta dei Fornitori e include una sistematica attività di sensibilizzazione e di audit in loco. La conoscenza, la condivisione di *best practice* e la verifica sono, infatti, fondamentali non solo per limitare situazioni di rischio, ma anche e soprattutto per generare cultura e promuovere uno sviluppo responsabile e sostenibile del business, a beneficio dell'intera filiera.

In primo luogo, tutti i fornitori sono contrattualmente vincolati a rispettare e a far rispettare ai propri eventuali terzi preventivamente autorizzati da Moncler il Codice Etico e il Codice di Condotta dei Fornitori e le regole di comportamento che l'Azienda ha predisposto e comunicato. La violazione dei principi in essi stabiliti costituisce un inadempimento contrattuale e legittima Moncler a risolvere di diritto il contratto in essere.

In secondo luogo, Moncler esegue audit etico-sociali sulla propria filiera al fine di verificare il rispetto delle leggi applicabili e dei principi contenuti nei Codici sopra menzionati. In linea con gli anni precedenti, al fine di garantire la massima imparzialità, anche nel 2017 le verifiche sono state commissionate ad un ente terzo qualificato e con riconosciuta esperienza.

Gli audit sono focalizzati sulla verifica del rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo e del lavoratore, con particolare attenzione ai temi del lavoro forzato, lavoro minorile, libertà di associazione, orario di lavoro, salario minimo garantito e, non ultimo, della salute e sicurezza. Nel corso del 2017, l'Azienda si è concentrata, in particolare, sulla verifica di tutti i *façonisti* diretti del capospalla, nonché sulla verifica di un campione significativo di fornitori appartenenti alle altre categorie merceologiche, effettuando nel periodo 60 audit etico-sociali (sia sui fornitori che sui subfornitori) a copertura del 81% dei volumi prodotti dai *façon* capospalla, del 46% dei volumi di maglieria, del 41% dei volumi accessori (scarpe e borse) e del 100% dei volumi da fornitori diretti di piuma.

Fermo restando l'atteggiamento di "tolleranza zero" verso violazioni gravi, per le quali l'Azienda si riserva il diritto di risolvere con effetto immediato il rapporto contrattuale in essere con il fornitore, Moncler è impegnata ad accompagnare la propria filiera di fornitura in un percorso di consapevolezza e di miglioramento continuo, richiedendo laddove se ne rilevasse la necessità l'implementazione di azioni correttive entro un termine ragionevole. Al fine di verificare l'effettiva adozione delle misure correttive entro la scadenza condivisa, l'Azienda svolge degli audit di follow up.

Dal 2016 l'attività di verifica è stata affiancata dall'invio, ai fornitori di materie prime, di un questionario di *self assessment*, volto a valutare aspetti sia sociali sia ambientali e ad avere così una mappatura più completa della propria filiera.

Moncler sta, inoltre, arricchendo il sistema di valutazione dei fornitori (*vendor rating*) con l'inserimento di nuovi indicatori tra cui anche alcuni relativi alla sostenibilità. Ad ogni indicatore viene attribuito un peso che contribuisce a stabilire la valutazione del singolo fornitore in base ai risultati raggiunti nelle diverse aree di valutazione.

Infine, da marzo 2016 è attivo un sistema di *whistleblowing*, che può essere utilizzato anche dai fornitori e dai loro dipendenti per segnalare eventuali comportamenti illeciti o il mancato rispetto di norme e regolamenti e dei principi sanciti nel Codice Etico di Moncler. Negli ultimi mesi del 2017, al fine di rafforzare ulteriormente il processo, di gestire e storicizzare eventuali segnalazioni, l'Azienda ha avviato lo studio per l'adozione di una piattaforma web e linee telefoniche ad hoc, gestite da un soggetto terzo specializzato. Tale sistema sarà attivo entro il primo semestre 2018.

### **La formazione promossa in tema di Diritti Umani**

Per favorire la reciproca conoscenza, consolidare la collaborazione con la propria catena di fornitura, approfondire contenuti contrattuali e operativi, nonché far partecipi i partner del percorso di sostenibilità che l'Azienda sta implementando, nel mese di febbraio 2017 è stato organizzato presso la sede corporate di Trebaseleghe (Padova) un incontro con i fornitori nazionali e internazionali coinvolti nella produzione di capispalla. Durante l'incontro sono stati affrontati diversi temi, tra cui alcuni approfondimenti sui principali requisiti del Codice di Condotta dei Fornitori e sui principi di approvvigionamento responsabile. L'attività di sensibilizzazione sui temi etici e sociali è proseguita nel corso dell'anno attraverso incontri *one-to-one* presso la sede produttiva di alcuni façonisti. Sempre nel corso del 2017, all'interno del sito corporate Moncler è stata creata una sezione riservata ai fornitori, utilizzata oltre che per lo scambio di comunicazioni e documenti anche per erogare formazione online. La prima attività di formazione ha riguardato i principi dell'approvvigionamento responsabile.

Inoltre, almeno una volta a stagione i tecnici di produzione Moncler, che visitano costantemente i laboratori dei fornitori, vengono invitati in Azienda per una settimana di training su procedure, standard produttivi e qualitativi. Durante questi incontri, i tecnici vengono formati anche su altri temi rilevanti per Moncler, tra cui quelli inerenti agli aspetti etico – sociali affinché si possano fare promotori della diffusione della cultura presso i fornitori.

L'Azienda è anche impegnata ad assicurare, tra i propri dipendenti, la capillare diffusione, la corretta comprensione e lo sviluppo di comportamenti virtuosi e coerenti con quanto previsto nel proprio Codice Etico. In virtù dell'aggiornamento del Codice, avvenuto nel 2017, l'Azienda ha previsto una formazione online dedicata, che includerà anche aspetti legati ai diritti umani, pianificata per il 2018 per i propri dipendenti in Italia e poi progressivamente estesa a livello mondo.

## **Impegni per il futuro**

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

Il presente statement è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Moncler UK Limited in data 29 marzo 2019 e sottoscritto da:

Robert Philippe Eggs

(Presidente del Consiglio di Amministrazione)