



B

2023

ILANCIO _
DI SOSTENIBILITÀ

KIKO
MILANO



NDICE

| | |
|--------------------------|---|
| Lettera agli Stakeholder | 4 |
| Nota Metodologica | 6 |
| Highlights 2023 | 8 |

1 KIKO: UN VIAGGIO DI INNOVAZIONE E PASSIONE

| | |
|--|----|
| 1.1 Manifesto di Sostenibilità <i>Environment, Social, Governance</i> | 12 |
| 1.2 Mission e Principi Guida | 18 |
| 1.3 Il Modello di Business | 20 |

2 LA SOSTENIBILITÀ SECONDO KIKO

| | |
|---|----|
| 2.1 Il Processo di Identificazione degli Impatti | 26 |
| 2.1.1 Stakeholder Engagement | 28 |
| 2.1.2 L'Analisi di Materialità | 30 |
| 2.2 Gestione dei Rischi e delle Opportunità | 36 |
| 2.2.1 Enterprise Risk Assessment | 40 |
| 2.3 Il Percorso Strategico di KIKO Verso gli Obiettivi di Sostenibilità | 44 |

3 GOVERNANCE AZIENDALE, ETICA E INTEGRITÀ

| | |
|--|----|
| 3.1 Struttura e Funzioni del Consiglio di Amministrazione | 52 |
| 3.2 La Funzione Global Audit | 54 |
| 3.3 Leadership Team e Strategia Aziendale | 55 |
| 3.4 Sostenibilità e Coinvolgimento dell'Organo Decisionale | 56 |

4 I PRESIDI PER LA GESTIONE DI UN BUSINESS RESPONSABILE

| | |
|--|----|
| 4.1 Modello 231 | 60 |
| 4.2 Codice Etico e Global Policies | 62 |
| 4.3 Whistleblowing e Gestione dei Conflitti di Interesse | 68 |

5 RESPONSABILITÀ ECONOMICA

| | |
|---|----|
| 5.1 Gestione Trasparente e Solidità Finanziaria | 74 |
| 5.2 Valore Tangibile per Tutti gli Stakeholder | 76 |

6 PRESERVAZIONE E VALORIZZAZIONE DELL'AMBIENTE

| | |
|---|----|
| 6.1 La Risorsa Energetica Utilizzata in Armonia con l'Ambiente | 82 |
| 6.2 L'impronta Carbonica e la Riduzione dell'Impatto Ambientale per le Generazioni Future | 86 |
| 6.3 La Gestione Efficiente dei Rifiuti per Ridurre gli Scarti | 90 |
| 6.4 La Valorizzazione delle Materie Prime Sostenibili | 94 |
| 6.5 Iniziative di Economia Circolare per la Gestione del Packaging | 96 |

7 LA COMMUNITY AZIENDALE DI KIKO

| | |
|--|-----|
| 7.1 Le Persone al Centro della Strategia di Crescita Aziendale | 100 |
| 7.2 Benessere Individuale e Crescita Professionale | 102 |
| 7.3 La Sicurezza delle Nostre Persone | 108 |
| 7.4 Il Nostro Impegno: Celebrare la Diversità Ogni Giorno | 112 |

8 L'INTERAZIONE RESPONSABILE CON LA CATENA DEL VALORE

| | |
|--|-----|
| 8.1 Il Presidio della Catena di Fornitura | 116 |
| 8.2 KIKO al Fianco dei Suoi Clienti: Prodotti di Qualità e Comunicazione Trasparente | 120 |
| 8.3 La Tutela della Privacy | 124 |
| 8.4 Comunità e Territorio al Centro della Sostenibilità di KIKO | 126 |

| | |
|-------------------|-----|
| GRI Content Index | 130 |
|-------------------|-----|



ETTERA — AGLI STAKEHOLDER

Un anno di **progressi rivoluzionari** in materia di **sostenibilità** per KIKO.

PER KIKO IL 2023 HA SEGNATO UN PUNTO DI SVOLTA NEL PROPRIO PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ.

Abbiamo raggiunto una serie di primati significativi che hanno gettato **solide basi per il nostro programma di sostenibilità KIKO Cares**, sul quale continueremo a costruire nei prossimi anni.

Un **pilastro cardinale di questo progresso** è stato il nostro **primo Bilancio sulla sostenibilità**, in linea con il quadro della Global Reporting Initiative (GRI). Questo quadro ci ha consentito sia di identificare e gestire i rischi e le opportunità legati alla sostenibilità, che di migliorare la nostra comunicazione con le parti interessate.

Per affinare ulteriormente la nostra strategia, abbiamo condotto la nostra **prima valutazione di materialità**.

Questo sforzo di collaborazione, che ha coinvolto i nostri dipendenti, il gruppo dirigente, i clienti e altri stakeholder chiave, **ci ha aiutato a individuare i temi ambientali, sociali e di governance (ESG) più urgenti** per la nostra organizzazione.

L'analisi di materialità non solo ha rafforzato la nostra strategia di sostenibilità esistente, ma l'ha anche spinta verso un approccio più lungimirante.

Anticipando l'imminente regolamento europeo CSRD, abbiamo incluso in questo Bilancio in modo proattivo sia la valutazione della materialità che l'**allineamento al GRI**, assicurandoci di essere ben preparati per i futuri requisiti normativi.

Sul fronte ambientale, abbiamo condotto la nostra **prima valutazione dell'impronta di CO₂ a livello aziendale**. Comprendere il nostro impatto ambientale è fondamentale per prendere decisioni informate che guidano un cambiamento positivo e ci consente di comprendere sia i limiti dei nostri sforzi sia quanto lavoro ancora deve essere fatto.

Sul piano sociale, **l'impegno nei confronti dei nostri partner continua**. Per citarne alcuni, **restiamo impegnati a sostenere i progressi della ricerca scientifica** in collaborazione **con la Fondazione Veronesi**. Inoltre, **il nostro lavoro con AiBi supporta delle madri ad ottenere l'indipendenza**, generando un impatto sociale. Intendiamo continuare a sostenere le nostre partnership, dimostrando la nostra dedizione agli sforzi socialmente rilevanti.

QUESTI RISULTATI RIFLETTONO IL NOSTRO COSTANTE IMPEGNO VERSO LA SOSTENIBILITÀ E SOTTOLINEANO LA NOSTRA VISIONE PER UN FUTURO PIÙ RESPONSABILE E SOSTENIBILE. IL NOSTRO PERCORSO È APPENA INIZIATO, GUARDIAMO AL FUTURO VIAGGIO CON OTTIMISMO ED ENTUSIASMO.



NOTA METODOLOGICA

KIKO, con il suo Bilancio di Sostenibilità 2023, celebra il raggiungimento del secondo anno di reportistica ESG, rispecchiando la filosofia aziendale di continua evoluzione e aggiornamento.

Il Bilancio di Sostenibilità presentato è stato **redatto seguendo le riconosciute direttive internazionali degli standard GRI (Global Reporting Initiative)**, secondo l'ultimo aggiornamento entrato in vigore il 1° gennaio 2023. Questo set di indicatori rappresenta di fatto una linea guida specifica per rendicontare informazioni e contenuti in ambito di sostenibilità. La logica adottata nell'utilizzo degli standard GRI è quella **"with reference to"** e punta ad assicurare l'allineamento a tutte le indicazioni e gli aggiornamenti normativi.

Il Bilancio di Sostenibilità 2023 è stato **approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 03.10.2024**. I dati e le informazioni riportati nel Bilancio fanno riferimento all'esercizio finanziario chiuso al 31 dicembre 2023 e sono stati ottenuti e validati attraverso un processo di identificazione e selezione dei temi di maggiore importanza per l'Azienda e i suoi portatori di interesse. Il Bilancio di Sostenibilità è redatto a seguito del Bilancio Fiscale e riguarda KIKO S.p.A. nell'interezza del suo perimetro, dettagliato nell'apposito capitolo del documento.

Il processo di reporting ha coinvolto un team interdisciplinare, in gran parte costituito dai responsabili delle varie funzioni aziendali, coadiuvati dalla funzione Global Audit e Brand Building. In linea con il processo di redazione, hanno gestito la raccolta, l'analisi e il consolidamento dei dati e delle informazioni riportate.

COMMENTI ED OPINIONI SUL REPORT DI SOSTENIBILITÀ
POSSO ESSERE INVIATI ALL'EMAIL: ESG@KIKOCOSMETICS.COM

RIFERIMENTI NORMATIVI:

- **"Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosure"** (TCFD) pubblicato nel giugno 2017.
- Serie completa degli **standard della Global Reporting Initiative (GRI)**, pubblicati in Italia nel gennaio 2023.
- Set di **rischi specifici per settore** pubblicati nel maggio 2022 dal **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**.
- **Direttiva UE 2022/24647 con riferimento alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, entrata in vigore nel gennaio 2023.
- **"General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information"** del giugno 2023, redatto dall'International Sustainability Standards Board (ISSB).
- **Regolamento (UE) 2020/85212** che fa riferimento all'indicazione della **Tassonomia UE**, entrato in vigore nel luglio 2020.

Nella sezione finale del documento è riportato il **GRI Content Index**.



HIGHLIGHTS



SOCIALI

7.269
NUMERO DIPENDENTI

116 DIPENDENTI
APPARTENENTI ALLE CATEGORIE PROTETTE

32 ANNI
ETÀ MEDIA (60% UNDER 30)

33.219 ORE
DI FORMAZIONE EROGATE

94%
DIPENDENTI DONNA

5 ORE MEDIE
DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE

AMBIENTALI

102.703 GJ
CONSUMI ENERGETICI

38% FORNITURA
DI ENERGIA ELETTRICA COPERTA
DA GARANZIE D'ORIGINE RINNOVABILE

2.557 tCO₂eq
EMISSIONI SCOPE 1+2
(MARKET BASED)

35%
% MEDIA DI INGREDIENTI SOSTENIBILI
NELLE NUOVE FORMULAZIONI

-19%
RIDUZIONE INTENSITÀ EMISSIVA

100% DI IMBALLAGGI
IN CARTA CERTIFICATA CON
PROVENIENZA DA FORESTE GESTITE
RESPONSABILMENTE

GOVERNANCE

1.085
PUNTI VENDITA

€ 797,19 MILIONI
RICAVI DELLE VENDITE

66
NUMERO DI PAESI

92%
PERCENTUALE DEL VALORE ECONOMICO
DISTRIBUITO SUL GENERATO



UN VIAGGIO — 1

DI INNOVAZIONE E PASSIONE



MANIFESTO DI SOSTENIBILITÀ

In KIKO, **la bellezza è al centro di tutto ciò che facciamo**. La nostra missione è celebrare l'arte della bellezza in tutte le sue forme, creando prodotti che esprimono la nostra **passione per l'innovazione e la qualità**.

ENVIRONMENT

KIKO CARES FOR THE PLANET

In KIKO, lavoriamo costantemente per **ridurre il nostro impatto ambientale** e promuovere pratiche sostenibili.



RIDURRE LE NOSTRE EMISSIONI

Implementiamo tecnologie e processi efficienti dal punto di vista energetico per ridurre le nostre emissioni di carbonio.



MATERIALI E INGREDIENTI RESPONSABILI

Aumentiamo la quota di prodotti con ingredienti sostenibili, riducendo l'utilizzo di ingredienti dannosi all'ambiente.

Adottiamo progressivamente packaging con materiali riciclabili riducendo al minimo gli sprechi.



GESTIONE DEI RIFIUTI RESPONSABILE

Sosteniamo la riduzione, il riutilizzo e il riciclo dei materiali in tutte le fasi della nostra catena del valore.

Collaboriamo con partner e fornitori per garantire una gestione responsabile dei rifiuti.



GENERARE UN IMPATTO AMBIENTALE POSITIVO

Adottiamo pratiche sostenibili per preservare e ottimizzare l'uso delle risorse naturali, minimizzando lo spreco e promuovendo la rigenerazione ambientale.



SOCIAL

KIKO CARES FOR THE PEOPLE

In KIKO, ci impegniamo a **migliorare la qualità della vita delle persone** attraverso iniziative sociali e comunitarie.



PROMUOVERE IL BENESSERE DELLE NOSTRE PERSONE

Sosteniamo il benessere fisico e mentale dei nostri dipendenti attraverso programmi di formazione, sviluppo professionale e iniziative di salute e sicurezza.



CELEBRARE LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE

Promuoviamo un ambiente di lavoro inclusivo e diversificato, dove ogni dipendente può esprimere liberamente la propria individualità.



GENERARE UN IMPATTO SOCIALE POSITIVO

Investiamo nelle comunità locali attraverso progetti di responsabilità sociale che promuovono l'educazione e l'indipendenza.

Collaboriamo con organizzazioni non-profit per sostenere cause sociali e contribuire al miglioramento della società.



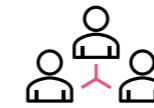


Il **Manifesto di Sostenibilità di KIKO** rappresenta il nostro impegno a lungo termine verso un futuro più sostenibile. **Crediamo che la bellezza possa essere un potente strumento di cambiamento positivo**, e ci dedichiamo a creare un mondo in cui la bellezza sia accessibile a tutti, in armonia con l'ambiente e la società. Siamo pronti a continuare questo viaggio, lavorando con gli stakeholder per **raggiungere i nostri obiettivi di sostenibilità e creare un impatto positivo duraturo**.

G OVERNANCE

KIKO CARES FOR ITS GOVERNANCE

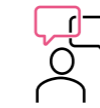
In KIKO, ci impegniamo a **governare con integrità**, trasparenza e innovazione.



INCENTIVARE LA COLLABORAZIONE FRA GLI ATTORI DELLA CATENA DI FORNITURA

Sosteniamo la ricerca e lo sviluppo di soluzioni innovative che combinano creatività e sostenibilità.

Collaboriamo con fornitori per creare prodotti che siano non solo belli, ma anche sostenibili.



COMUNICAZIONE TRASPARENTE

Promuoviamo il dialogo con i nostri stakeholder, inclusi clienti, dipendenti, fornitori e comunità locali, per comprendere le loro esigenze e aspettative.



SOLIDA GOVERNANCE ESG

Promuoviamo una cultura aziendale basata sull'etica e sull'integrità, garantendo trasparenza in tutte le nostre operazioni e comunicazioni.

Adottiamo pratiche di governance rigorose, assicurando che le nostre decisioni siano guidate da principi di sostenibilità e responsabilità sociale.

ALL BIG THINGS START FROM SMALL



M

MISSION E PRINCIPALI GUIDA

KIKO ha **un belief, un purpose e una mission** ben definiti. Questi tre elementi descrivono **ciò che guida il nostro business** e, insieme ai nostri valori, orientano ogni giorno l'operato aziendale.

BELIEF

Crediamo che colori, arte e creatività abbiano il potere di trasformare la nostra vita quotidiana.

PURPOSE

Non ci limitiamo a vendere prodotti di bellezza, ma ci occupiamo di aumentare la fiducia in sé stessi stimolando la libera espressione della propria individualità.

VALUES

Ci identifichiamo nei valori che guidano il nostro operato quotidiano: democratizzare il concetto di bellezza attraverso prodotti accessibili e di qualità; supportare l'artigianalità; contribuire ad una trasformazione positiva per l'ambiente, la società e il tessuto economico che ci circonda; diffondere, grazie ai nostri prodotti, attimi di spensieratezza e allegria.

MISSION

Offriamo a tutti l'Arte italiana della Bellezza, creando, progettando e innovando prodotti cosmetici di alta qualità per aiutarti a esprimere la tua vera personalità, anche grazie al contributo di beauty advisor esperti.





L MODELLO — 1.3 DI BUSINESS

Il Gruppo KIKO opera nel settore della cosmesi in **66 Paesi** distribuendo in via esclusiva i prodotti monomarca attraverso **punti vendita** a gestione diretta ("DOS"), in Franchising, Wholesale (WHS) fisici. KIKO opera inoltre attraverso il **canale E-commerce gestito direttamente** (sito kikocosmetics.com) e attraverso l'uso di "marketplace".

In particolare, il Gruppo si focalizza sulle seguenti **categorie del settore della cosmesi**:

COLOUR COSMETICS

aggregazione di make-up viso, make-up occhi, prodotti per le labbra e prodotti per le unghie.

SKINCARE

prodotti dedicati alla cura del viso, del corpo e delle mani.

COMPLESSIVAMENTE I **PUNTI VENDITA DEL GRUPPO KIKO** AL 31 DICEMBRE 2023 **SONO 1.085** (866 "DOS", 4 WHS FISICI E 215 IN FRANCHISING) **IN AUMENTO DI 82 UNITÀ RISPETTO AL 2022**, AVENDO COMPLETATO **112 NUOVE APERTURE** (DI CUI 79 FRANCHISING) E 30 CHIUSURE (DI CUI 5 FRANCHISING).

LEGENDA

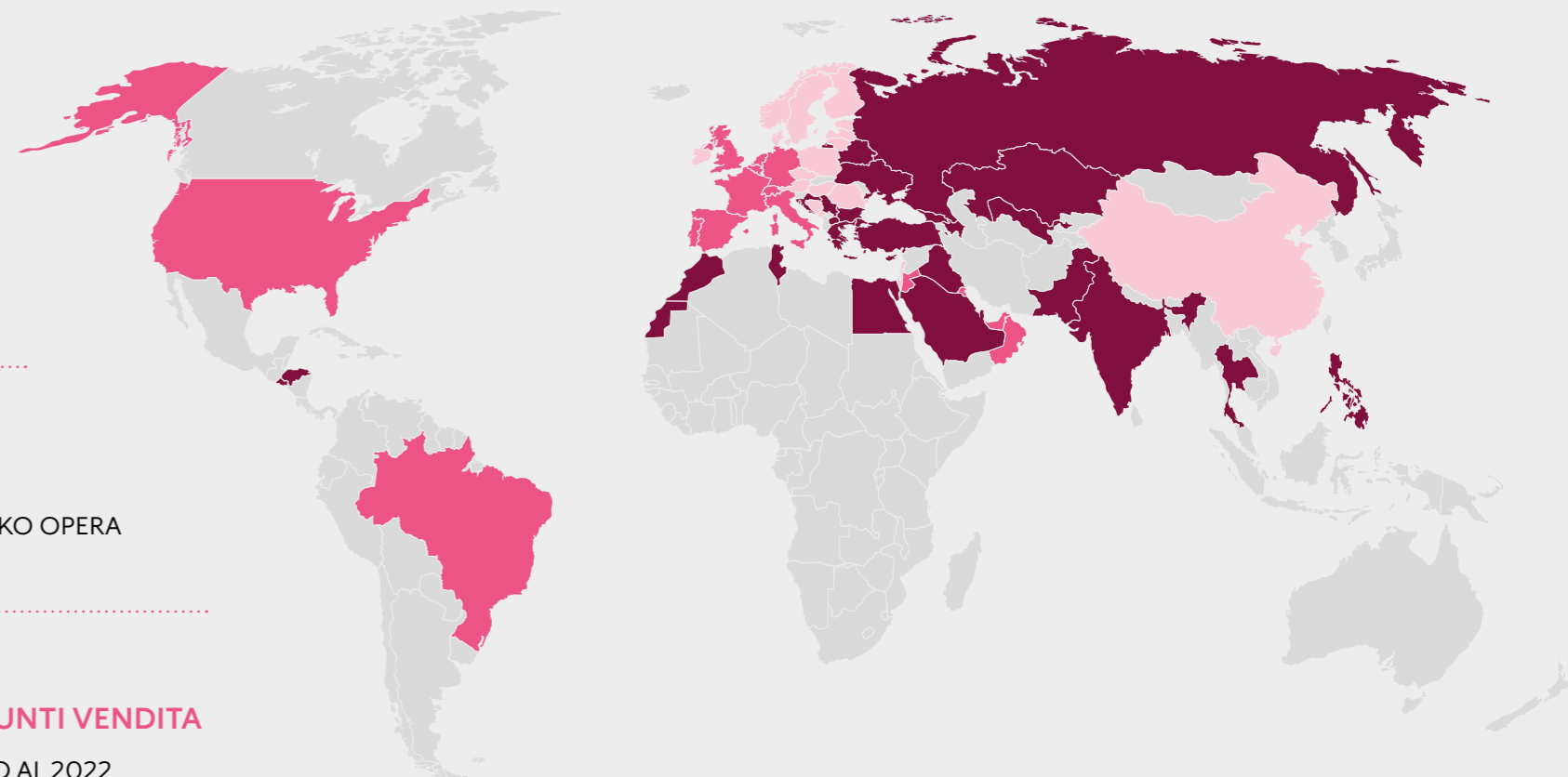
- ONLINE
- RETAIL
- FRANCHISING



66 PAESI
NEI QUALI KIKO OPERA

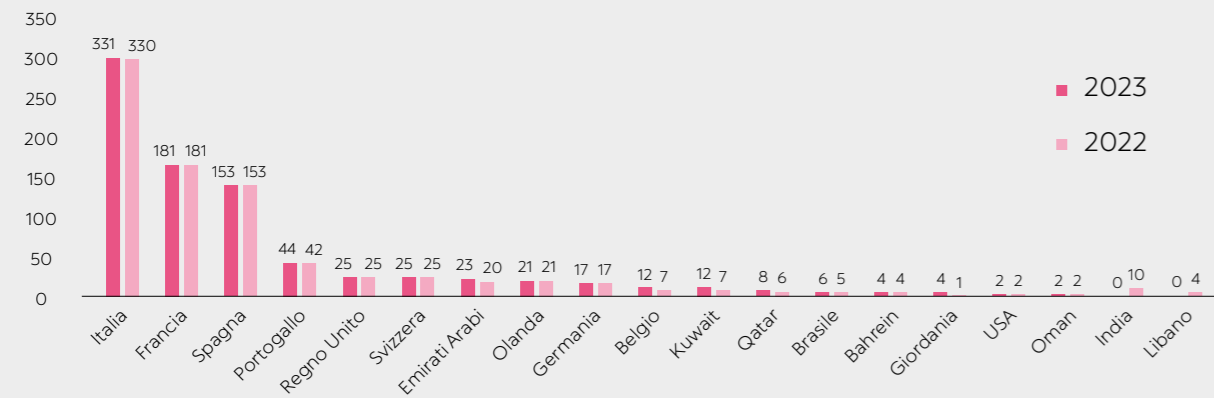


1.085 PUNTI VENDITA
+82 RISPETTO AL 2022

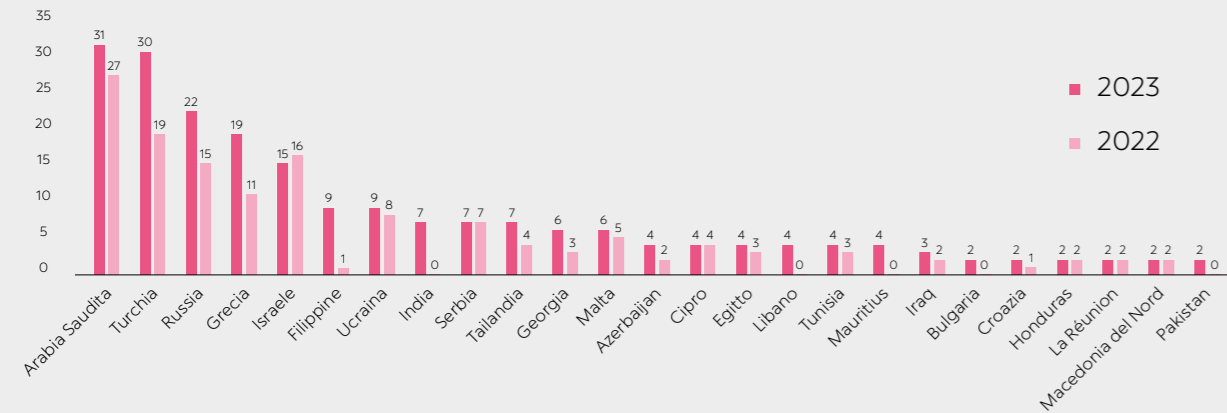


LE TABELLE CHE SEGUONO RAPPRESENTANO LA **DISPOSIZIONE GEOGRAFICA DEL GRUPPO**, CONFRONTATA CON QUELLA DEL 2022.

GRUPPO KIKO - PUNTI VENDITA 2023 E 2022



GRUPPO KIKO - PUNTI VENDITA FRANCHISING 2023 E 2022



I **principali mercati per KIKO** risultano essere i Paesi Europei (in particolare, **Italia, Francia, Spagna, Portogallo**) e Middle East (in particolare, **Emirati Arabi**).

Coerentemente con la strategia di trasformazione di KIKO in un Beauty Brand Globale, il Gruppo continua il suo sviluppo, accelerando **l'espansione Franchising (+79 negozi)**.

Parallelamente è proseguita la grande spinta sullo **sviluppo dei canali digitali**, non solo **attraverso il sito di proprietà attivo in 27 paesi**, ma anche attraverso **il rafforzamento dei canali wholesales digitali con Amazon, Zalando e Flaconi**, aumentando la penetrazione della marca con categorie di consumatori specifiche e complementari.

Il **canale wholesales fisico**, avviato nel 2022 con l'attivazione di una catena di profumerie **in Svizzera**, è caratterizzato da **4 punti vendita** e prevede una prossima espansione in altri Paesi.

IL PROGETTO DI UNIFIED COMMERCE

Nel biennio 2022-2023, **KIKO ha avviato un progetto di Unified Commerce con l'obiettivo di rendere coerente l'esperienza d'acquisto dei clienti su tutti i touchpoint del brand**, seguendo un approccio omnichannel. Questo progetto mira a una maggiore personalizzazione del customer service e della customer experience, incluso il **lancio del programma fedeltà globale "KIKO ME"**. L'ottimizzazione del servizio online e dei punti vendita fisici, il miglioramento della delivery e la gestione dei magazzini e degli stock sono aspetti centrali del progetto, implementato gradualmente all'interno del Gruppo. Inoltre, il progetto include un forte focus sulla protezione dei dati personali in conformità alle normative vigenti.

Lo Unified Commerce rappresenta una **trasformazione completa dal punto di vista IT e dell'approccio al cliente**, permettendo a KIKO di offrire un'esperienza multicanale all'avanguardia. Tra i principali benefici e servizi che verranno introdotti ci sono **il programma loyalty, i servizi mobile POS in store, l'Endless Isle** (che consente l'acquisto integrato tra retail e online, permettendo al cliente di ricevere a casa un prodotto non disponibile in negozio o di ritirarlo successivamente), **e il Click & Collect** (che permette di acquistare online e ritirare in store).

Nel 2024, è previsto il completamento della **nuova piattaforma di Unified Commerce**, che integrerà tutti i canali e sistemi, migliorando sensibilmente il servizio ai clienti e garantendo un aumento di efficienza e capacità di crescita per il business di KIKO.





A SOSTENIBILITÀ — 2

SECONDO KIKO



L PROCESSO _____ 2.1

DI IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI

La **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** stabilisce nuovi requisiti di **rendicontazione per le aziende riguardanti le loro pratiche di sostenibilità**. Il processo di identificazione degli impatti secondo la CSRD inizia con un'**analisi del contesto** in cui le aziende operano, comprendendo le principali problematiche ambientali, sociali e di governance rilevanti per il loro settore e area geografica. Successivamente, è essenziale **coinvolgere gli stakeholder**, inclusi clienti, fornitori, dipendenti, comunità locali e investitori, **per raccogliere feedback** e comprendere le loro preoccupazioni e aspettative.

Le aziende devono quindi **mappare tutti i potenziali impatti ESG delle loro operazioni, prodotti e servizi lungo tutta la catena del valore**. Una volta identificati gli impatti, è necessario valutarne la materialità, ovvero determinare quali sono i più rilevanti per l'azienda e i suoi stakeholder.





S TAKEHOLDER ENGAGEMENT 2.1.1

KIKO gestisce un coinvolgimento proattivo e strategico con i suoi stakeholder primari per mantenere relazioni solide e positive. In questa maniera KIKO crea valore condiviso nelle comunità in cui opera: **questo si traduce in iniziative sociali significative e collaborazioni**, che contribuiscono a **un impatto positivo sul territorio**.

Inoltre, **l'ascolto attento delle esigenze e dei feedback** degli stakeholder permette a KIKO di innovare continuamente e migliorare la qualità dei propri prodotti e servizi. Questa interazione costante con le parti interessate stimola l'azienda a rimanere competitiva e rilevante nel mercato, rispondendo in modo efficace alle aspettative dei consumatori e delle comunità locali.

L'engagement degli stakeholder non è dunque solo un elemento chiave per la strategia di sostenibilità, ma **rappresenta anche un motore fondamentale per la crescita e il miglioramento** continuo.

STAKEHOLDERS

COINVOLGIMENTO

| | |
|----------------------------------|---|
| DIPENDENTI | Programmi di formazione e sviluppo, valutazioni delle prestazioni, incontri regolari e feedback |
| CLIENTI | Sondaggi, recensioni online, social media e programmi di fidelizzazione, audit e incontri ad hoc |
| FORNITORI | Relazioni strette attraverso contratti, incontri regolari e audit per garantire qualità e sostenibilità |
| COMUNITÀ LOCALI | Consultazioni e incontri con i rappresentanti delle comunità |
| ISTITUTI FINANZIARI | Relazioni continue con banche e investitori attraverso report finanziari e meeting. |
| ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA | Partecipazione attiva in associazioni di categoria per condividere best practice e influenzare le politiche del settore |
| MEDIA E STAMPA | Relazioni pubbliche attraverso comunicati stampa, eventi mediatici e interviste |



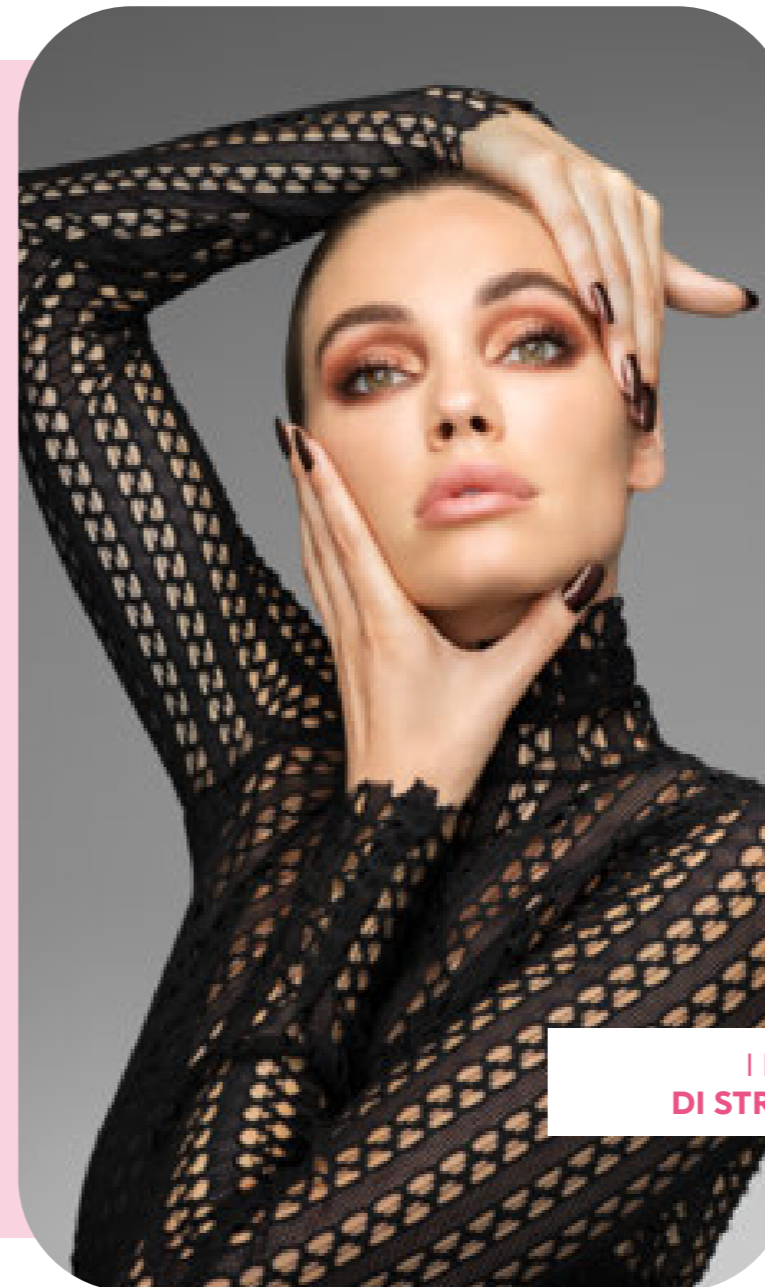


'ANALISI _____ 2.1.2 DI MATERIALITÀ

A partire dal 5 gennaio 2023, è entrata in vigore la nuova direttiva europea sulla rendicontazione di sostenibilità aziendale, nota come **"Corporate Sustainability Reporting Directive" (CSRD)**.

Tale direttiva rappresenta un significativo passo avanti nell'ambito della trasparenza e della responsabilità delle imprese, imponendo requisiti stringenti per la divulgazione delle informazioni ambientali, sociali e di governance (ESG).

In questo contesto, **KIKO ha scelto volontariamente di redigere il proprio primo Bilancio di Sostenibilità**, ponendosi in una posizione di avanguardia rispetto ad altre imprese del settore e **dimostrando il proprio impegno verso la trasparenza e la responsabilità ambientale e sociale**, nonché la volontà di allinearsi alle nuove normative europee in materia di reporting e compliance.



IL QUESTIONARIO DI MATERIALITÀ

Per individuare le tematiche direttamente correlate al business dell'Azienda, è stato somministrato un questionario di rilevazione sia ai dipendenti sia a diversi gruppi di stakeholder.

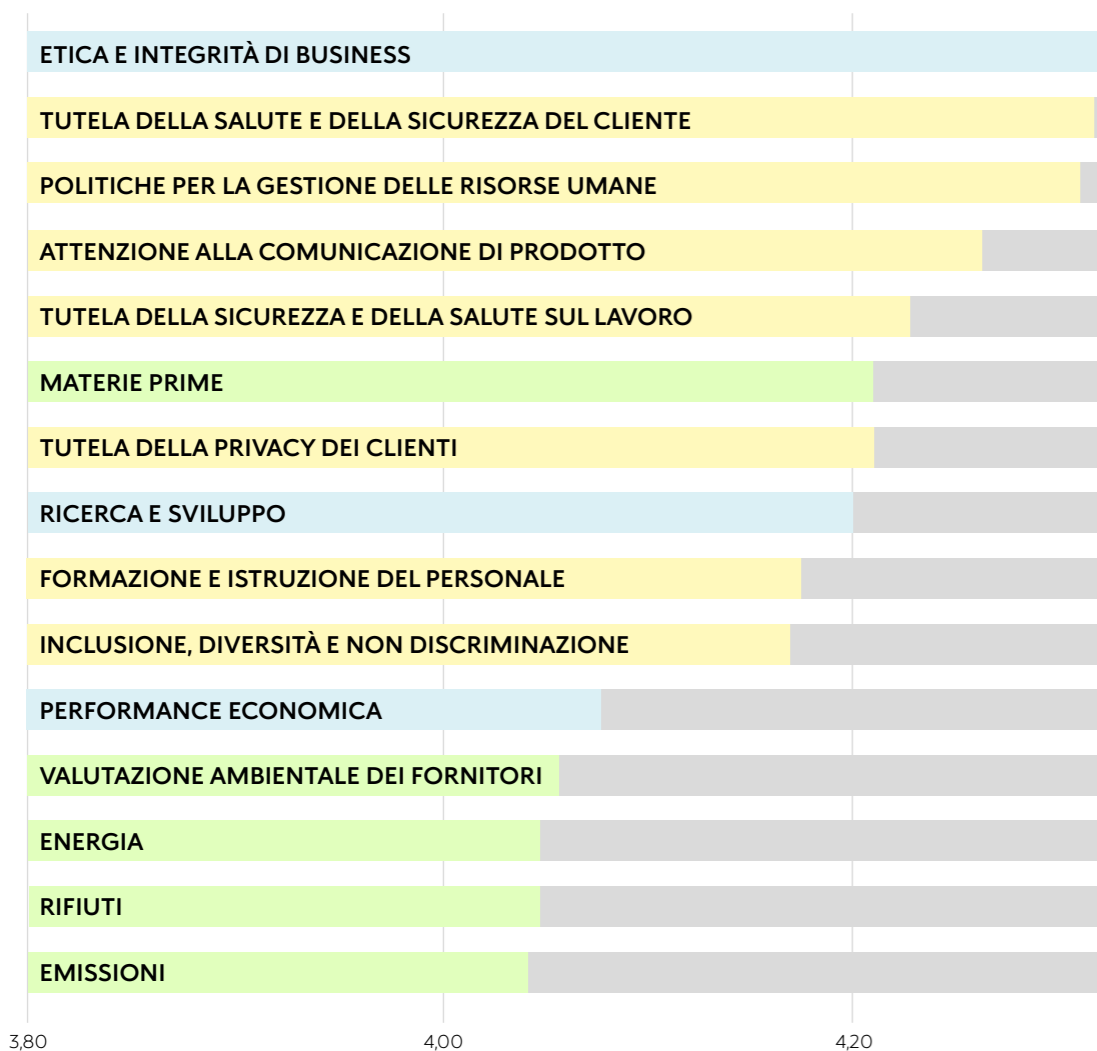
Agli stakeholder è stata richiesta una valutazione puntuale per quanto concerne **la rilevanza e il presidio di alcune prerogative ESG** specifiche all'interno dell'Azienda rispetto alla realtà di riferimento. L'assegnazione di un punteggio su scala numerica **da 1 (non rilevante) a 5 (estremamente rilevante)** ha permesso di individuare e classificare per priorità i temi materiali per KIKO, in termini di obiettivi e strategie.

Attraverso l'attività di raccolta e interpretazione dei risultati è stato possibile **comprendere le priorità strategiche di KIKO**, le principali opportunità/criticità del business e come queste possano influire sulla dimensione del valore condiviso e della sostenibilità, **individuando così 15 temi materiali, ciascuno associato ad un impatto positivo e uno negativo**.

Nello specifico la somministrazione del questionario, le cui risposte sono state trattate in forma anonima, ha registrato **616 riscontri**, di cui **581 provenienti dal Management (4%) e dal resto dei dipendenti (96%)** dell'Azienda e **35 provenienti da stakeholder esterni**, principalmente fornitori, istituzioni e clienti.

I RISULTATI DELLA MATERIALITÀ HANNO GUIDATO LA DEFINIZIONE DI STRATEGIE MIRATE, AL FINE DI GESTIRE EFFICACEMENTE LE ESTERNALITÀ.

PRIORITIZZAZIONE DEI TEMI MATERIALI



- TEMI AMBIENTALI
- TEMI SOCIALI
- TEMI DI GOVERNANCE

Il grafico riporta la **prioritizzazione dei temi materiali** per l'Azienda in ordine di punteggio ottenuto **(in una scala da 1 a 5)**.

Emerge chiaramente che, sia sulla base delle valutazioni interne del Management e dei dipendenti, sia attraverso le considerazioni esterne degli stakeholder, **i temi di maggiore rilevanza** per l'Azienda sono quelli legati all' **"Etica ed integrità di business"**, alla **"Tutela della salute e della sicurezza del cliente"** e alle **"Politiche per la gestione delle risorse umane"**.

Per offrire una visione più ampia sulla sostenibilità aziendale, KIKO ha sviluppato un **processo di gestione del rischio** che considera tra le altre anche le tematiche identificate come materiali a valle di questo processo.

La tabella successiva viene proposta per **collegare i temi materiali individuati con i riferimenti normativi e gli standard** presenti a livello internazionale.

| TEMI | SDGs | SASB | ESG CERTIFICATION | EFRAG | GRI |
|---|--|---------------------------------|--|---|---|
| ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS | Obiettivo 16: Pace, giustizia e istituzioni solide | Business Ethics | Codice di condotta | ESRS G1 Condotta aziendale | Richiamo a tutti quanti |
| TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA DEL CLIENTE | Obiettivo 17: Partnership per gli obiettivi | Customer Welfare | Sicurezza e qualità del prodotto/servizio | ESRS S4 Clienti e utenti finali | 416 Salute e sicurezza dei clienti |
| POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE | Obiettivo 8: Lavoro dignitoso e crescita economica | Employee Health & Safety | Produttività, competenze e sviluppo dei lavoratori | ESRS S1 Forza lavoro propria | 402 Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali |
| ATTENZIONE ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO | Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabile | Product Quality & Safety | Sicurezza e qualità del prodotto/servizio | ESRS G1 Condotta aziendale | 416 Salute e sicurezza dei clienti |
| TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO | Obiettivo 3: Buona salute e benessere per le persone | Labor Practices | Conformità legale | ESRS S1 Forza lavoro propria | 403 Salute e sicurezza sul lavoro |
| MATERIE PRIME | Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabile | Materials Sourcing & Efficiency | Emissioni di gas serra | ESRS E5 Risorse ed economia circolare | 301 Materiali |
| TUTELA DELLA PRIVACY DEI CLIENTI | Obiettivo 16: Pace, giustizia e istituzioni solide | Customer Privacy | Sicurezza e qualità del prodotto/servizio | ESRS S4 Clienti e utenti finali | 418 Privacy dei clienti |

| TEMI | SDGs | SASB | ESG CERTIFICATION | EFRAG | GRI |
|---|--|--|--|--|--|
| RICERCA E SVILUPPO | Obiettivo 9: Imprese, Innovazione e Infrastrutture | Business Model Resilience | Capacità e competenza organizzative | ESRS G1 Condotta aziendale | 202 Presenza sul mercato |
| FORMAZIONE E ISTRUZIONE DEL PERSONALE | Obiettivo 4: Educazione paritaria e di qualità | Employee Engagement, Diversity & Inclusion | Produttività, competenze e sviluppo dei lavoratori | ESRS S2 Lavoratori della catena del valore | 404 Formazione e istruzione |
| INCLUSIONE, DIVERSITÀ E NON DISCRIMINAZIONE | Obiettivo 10: Ridurre le disuguaglianze | Employee Engagement, Diversity & Inclusion | Diritti umani | ESRS S1 Forza lavoro propria | 405 Diversità e pari opportunità |
| PERFORMANCE ECONOMICA | Obiettivo 8: Lavoro dignitoso e crescita economica | Business Model Resilience | Politica ambientale, sociale e di governance | ESRS S3 Comunità interessate | 201 Performance economica |
| VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI | Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabile | Materials Sourcing & Efficiency Materials Sourcing & Efficiency | Impegno degli stakeholder | ESRS S2 Lavoratori della catena del valore | 308 Valutazione ambientale dei fornitori |
| ENERGIA | Obiettivo 7: Energia pulita e accessibile | Energy Management | Consumo energetico | ESRS E5 Risorse ed economia circolare | 302 Energia |
| RIFIUTI | Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabile | Waste & Hazardous Materials Management | Inquinamento e rifiuti | ESRS E5 Risorse ed economia circolare | 306 Rifiuti |
| EMISSIONI | Obiettivo 13: I cambiamenti del clima | GHG Emissions | Emissioni di gas serra | ESRS E2 Inquinamento | 305 Emissioni |





GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

2.2

Come azienda globale, KIKO è esposta a **rischi esterni e incertezze** derivanti da fattori esogeni o specifici dei settori operativi in cui svolge le sue attività, nonché a rischi derivanti dalle scelte strategiche e dalla gestione interna.

Per affrontare questa complessità, **KIKO ha messo in atto una serie di sistemi e procedure di controllo** che hanno portato alla creazione della mappa dei rischi aziendali, una politica globale di gestione del rischio e una metodologia per identificare, valutare e monitorare tali rischi, riportando i risultati all'organo di governo.

LA BASE DELLA GESTIONE DEL RISCHIO

Il **Comitato delle Organizzazioni Sostenitrici della Commissione Treadway (COSO)** ha sviluppato un quadro di riferimento ampiamente riconosciuto per la gestione del rischio e il controllo interno, noto come il "**COSO Framework**".

Questo framework si articola attorno a **cinque componenti chiave**, ognuna delle quali contiene diversi principi che guidano l'implementazione di un sistema efficace di controllo interno.



AMBIENTE DI CONTROLLO

Il primo componente è l'ambiente di controllo, che stabilisce la base di un sistema di controllo interno solido, influenzando la consapevolezza del controllo di un'organizzazione. I principi associati includono dimostrare impegno verso l'integrità e i valori etici, esercitare la supervisione del Consiglio di Amministrazione, stabilire strutture, autorità e responsabilità, dimostrare impegno verso la competenza e rafforzare la responsabilità.



VALUTAZIONE DEI RISCHI

Il secondo componente, la valutazione del rischio, è il processo di identificazione e analisi dei rischi rilevanti per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Questo include specificare obiettivi adatti, identificare e analizzare i rischi, valutare i rischi di frode e identificare e analizzare i cambiamenti significativi.





ATTIVITÀ DI CONTROLLO

Le attività di controllo costituiscono il terzo componente e sono le azioni intraprese attraverso politiche e procedure che aiutano a garantire che le direttive del management siano eseguite. I principi comprendono selezionare e sviluppare attività di controllo, selezionare e sviluppare controlli generali sulle tecnologie e implementare politiche e procedure.



INFORMAZIONI E COMUNICAZIONI

Il quarto componente riguarda le informazioni e le comunicazioni, che sono necessarie per supportare il funzionamento del sistema di controllo interno. Questo componente include l'uso di informazioni rilevanti e di qualità, la comunicazione interna e la comunicazione esterna.



ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO

Infine, il quinto componente, le attività di monitoraggio, assicura che i controlli interni continuino a funzionare nel tempo. I principi includono condurre valutazioni continue e/o separate e valutare e comunicare le carenze.



IL RIFERIMENTO NORMATIVO PRESO IN CONSIDERAZIONE E UTILIZZATO È L'AGGIORNAMENTO DEL 2017 CON IL TITOLO "COSO - ENTERPRISE RISK MANAGEMENT - INTEGRATING WITH STRATEGY AND PERFORMANCE" DEL DOCUMENTO PUBBLICATO NEL 1992.

In coerenza con i Principi del COSO, **KIKO riconosce le seguenti fondamenta come base per la gestione dei rischi:**

I. TRASPARENZA

Ogni operazione, transazione, azione deve essere giustificata, dimostrabile e affidabile;

II. SEPARAZIONE DELLE FUNZIONI E DEI POTERI

Nessuno può gestire autonomamente un intero processo e avere poteri illimitati;

III. ADEGUATEZZA DELLE REGOLE INTERNE

Le regole aziendali devono essere coerenti con le operazioni svolte e con il livello di complessità organizzativa, al fine di prevenire il commettere di reati, come stabilito nel Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo;

IV. TRACCIABILITÀ E DOCUMENTAZIONE

Ogni operazione, transazione, azione, così come le attività di verifica e controllo correlate, devono essere documentate e la documentazione deve essere adeguatamente tracciabile.

ENTERPRISE RISK ASSESSMENT

2.2.1

A partire dal 2022, **KIKO S.p.A. ha formalizzato la sua prima Mappa dei Rischi aziendale** (Risk Register), il cui aggiornamento è previsto nel primo trimestre del 2024. Il processo di Enterprise Risk Assessment ha coinvolto tutte le unità organizzative, considerando le prime e le seconde linee manageriali e ha permesso di raccogliere informazioni con una vista aggiornata e complessiva sulle diverse aree di rischio.

Il riferimento al COSO ha permesso di costruire un **Risk Catalogue integrato nella Policy ERM**, che ha identificato le seguenti **categorie di rischio**:



RISCHI INTERNI

In questo caso si fa riferimento al **non corretto funzionamento dei processi** aziendali, con particolare riferimento ai processi di **Core Business e a quelli di Business Support**.

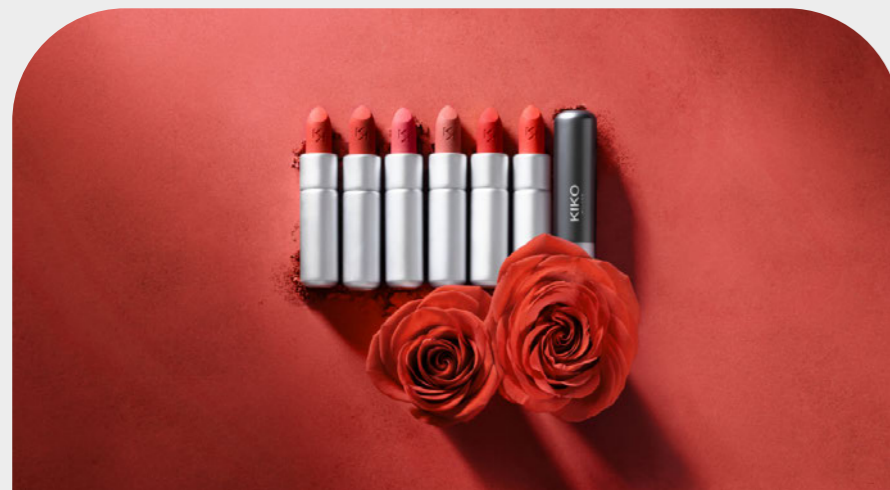
Tra le attività di Business Support, KIKO ha dato priorità alla gestione delle risorse umane **sia dal punto di vista della selezione sia della retention del personale**.

KIKO è caratterizzata da una struttura organizzativa e processuale ben articolata, suddivisa in Funzioni dotate di responsabilità e compiti ben definiti. Questo aspetto, e in particolare **le competenze tecniche interne, sono fondamentali** e permettono a KIKO di far fronte a rischi sempre più articolati come quelli di **Cybersecurity** o obsolescenza operativa.

In termini di Core Business KIKO monitora in modo attento e proattivo la domanda richiesta dal mercato e gestisce in maniera coerente i diversi canali di vendita che approvvigiona quotidianamente. In maniera analoga l'approccio internazionale induce KIKO a monitorare l'aggiornamento di norme specifiche sino a quelle di livello regionale o locale.

RISCHI ESTERNI

Sono rischi che derivano da elementi caratterizzanti l'ambiente macroeconomico generale. Si tratta essenzialmente di **rischi legati sia all'instabilità sociopolitica ed economica dei diversi Paesi, che alla disponibilità delle infrastrutture e ad eventuali sanzioni internazionali**, oltre che all'**evoluzione della normativa** di riferimento, piuttosto che rischi finanziari, legati alla liquidità, al mercato e al credito.



RISCHI STRATEGICI

Inevitabile è l'esposizione a **rischi di natura strategica**, ovvero quei rischi derivanti da cambiamenti del quadro operativo, dalla mancata attuazione di adeguate e/o idonee decisioni, dalla scarsa reattività a variazioni del contesto competitivo. **Di particolare rilevanza per KIKO** possono risultare una **riduzione della propensione al consumo**, l'adozione e l'**intensificazione da parte delle società concorrenti di strategie fortemente competitive** sui prezzi o il **cambiamento delle preferenze dei consumatori** volte a prediligere prodotti alternativi.

RISCHI ENVIRONMENTAL, SOCIAL & GOVERNANCE (ESG)

In coerenza con l'approccio tripartito che guida la strategia di sostenibilità di KIKO, **i rischi ambientali sono identificati secondo le 3 verticali:**

RISCHI AMBIENTALI

Mitigazione ed adattamento degli impatti dei cambiamenti climatici, animal welfare, disponibilità e consumo delle risorse, sostenibilità dei prodotti.

RISCHI SOCIALI

Salute e sicurezza dei consumatori e dei dipendenti, gestione sostenibile della catena di fornitura, rispetto dei diritti umani e dei lavoratori, formazione e sviluppo dei dipendenti, customer experience, soddisfazione dei clienti e reclami, marketing responsabile e trasparenza della comunicazione.

RISCHI DI GOVERNANCE

Pratiche anticorruzione in conformità a leggi e regolamenti pertinenti così come integrità aziendale e governo dei temi di Corporate Social Responsibility.

IL PRESIDIO

Il **Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Organismo di Vigilanza** vengono informati di eventuali criticità strategiche e operative dalle funzioni di riferimento in occasione degli incontri periodici programmati. In aggiunta la funzione di Global Audit riporta loro **i risultati di progetti di audit** definiti nel piano di audit, i risultati del **Risk Monitoring**, l'attività di follow up e qualsiasi altra informazione rilevante da riportare.

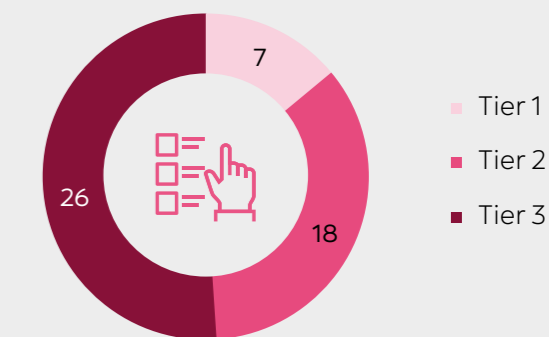
METODO DI VALUTAZIONE

Ciascun rischio viene **valutato in termini di probabilità ed impatto**, così da stabilire il livello di rilevanza del rischio e di intervenire sui singoli casi, implementando una serie di interventi presidiati dalle Funzioni interessate (Risk Owner) al fine di mitigare gli stessi. Una volta stabiliti i rischi sui quali intervenire celermente e adottati i provvedimenti del caso, viene implementato un **sistema di monitoraggio periodico (Risk Monitoring) con lo scopo di comprendere l'efficacia delle azioni di mitigazione implementate dalla funzione e conseguentemente l'esposizione al rischio dell'azienda.**

Le attività di Risk Assessment hanno portato a **identificare complessivamente 51 rischi**. L'incidenza della probabilità e dell'impatto permettono quindi di posizionare i rischi all'interno di una matrice e identificare quelli che vengono riconosciuti come più significativi, considerando anche i fattori di mitigazione e le iniziative in atto per identificare il rischio residuo.



NUMEROSITÀ DEI RISCHI PER TIER A LIVELLO RESIDUO





L PERCORSO

STRATEGICO DI KIKO VERSO GLI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

2.3

“Bellezza” è la parola chiave della **strategia di sostenibilità aziendale**, qui intesa nella sua accezione più estesa, come diritto universale ad appannaggio di tutti gli individui e caratteristica intrinseca dell’ambiente circostante. I concetti di *Art, Beauty e Joy* diventano, in questa cornice di sostenibilità, la perfetta descrizione di ciò che KIKO si ripropone di essere e di portare nel mondo attraverso il proprio operato.

Il percorso di KIKO verso la creazione di una solida strategia di sostenibilità affonda le sue radici nel **programma “KIKO Cares”, creato nel 2021 al fine di raccogliere, sotto un unico ombrello, le numerose iniziative ESG già promosse da KIKO e i progetti futuri** in ambito sociale, ambientale e di governance.

Con l’obiettivo di porre la sostenibilità al centro delle scelte e delle strategie aziendali, nel corso del 2022 il programma è stato oggetto di aggiornamenti e modifiche che hanno condotto ad un vero e proprio manifesto dell’impegno aziendale, presente e futuro, a tutela del pianeta, delle persone e volto a garantire una governance aziendale trasparente. Il documento, infatti, si sviluppa intorno a **tre grandi direttrici**: *KIKO Cares for the Planet, KIKO Cares for the People, KIKO Cares for its Governance*, abbracciando in questo modo i tre pilastri della sostenibilità.

KIKO CARES

FOR THE PLANET

1. Ridurre le Nostre Emissioni
2. Materiali e Ingredienti Responsabili
3. Gestione dei Rifiuti Responsabile
4. Generare un Impatto Ambientale Positivo

FOR THE PEOPLE

1. Promuovere il Benessere delle Nostre Persone
2. Celebrare la Diversità e l’Inclusione
3. Generare un Impatto Sociale Positivo

FOR ITS GOVERNANCE

1. Incentivare la Collaborazione fra gli Attori della Catena di Fornitura
2. Comunicazione Trasparente
3. Solida Governance ESG

Va inoltre sottolineato che **la strategia di sostenibilità è stata concepita sin da subito in termini globali**: i pilastri e gli obiettivi presenti nel Piano coinvolgono, per precisa volontà aziendale, tutte le sedi e i Directly Operated Stores (DOS) presenti nei Paesi in cui KIKO opera.

Per trasformare gli obiettivi in azioni concrete, **l’azienda ha scelto di individuare**, per ciascuna delle tre verticali del Piano strategico, **pilastri e obiettivi**, collegando questi ultimi a target specifici.

In corrispondenza di ciascun pilastro strategico sono stati indicati uno o più target puntuali, volti a raggiungere i goal prefissati al 2030, ciò testimonia la visione lungimirante dell’azienda e la presenza di progettualità di ampio respiro.

Inoltre, ciascun goal è stato costruito con il duplice obiettivo di **concorrere alla realizzazione degli obiettivi strategici aziendali** e, contestualmente, **contribuire al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile previsti dall’Agenda 2030 dell’ONU**: una visione olistica che conferma l’impegno di KIKO a beneficio della collettività e del cammino comune verso uno sviluppo sostenibile.



| CAPITOLI | PILASTRI | OBIETTIVI | TARGET INTERMEDI | TARGET AL 2030 |
|---|--|--|---|--|
| FOR THE PLANET | Ridurre le nostre emissioni | Aumentare l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili con Garanzie d'Origine (GO) | 50% DOS europei entro il 2025 | >90% DOS europei |
| | | Calcolare la Carbon Footprint aziendale | Scope 1 e 2 entro il 2024 Scope 3 entro il 2025 | Efficientamento delle emissioni GHG |
| | Materiali e ingredienti responsabili | Utilizzo responsabile dei materiali negli stores | 90% plastica riciclata entro il 2024 | >90% di plastica riciclata |
| | | Incrementare la percentuale di packaging sostenibile | 10% di plastica riciclata post-consumo (PCR) nel packaging del 50% dei prodotti entro il 2025 | 30% di plastica PCR nel packaging del 50% dei prodotti |
| | | | 100% carta proveniente da foreste sostenibili entro il 2023 | Mantenimento del target |
| | | Incrementare la percentuale di ingredienti sostenibili | >35% ingredienti sostenibili in nuove formulazioni entro il 2024 | >60% ingredienti sostenibili |
| 100% MICA sostenibile (e altre materie prime a rischio per lavoro minorile) entro il 2023 | Mantenimento del Target | | | |
| FOR THE PEOPLE | Promuovere il benessere delle nostre persone | Valorizzare le nostre persone | Garantire formazione sui temi ESG al 100% dei dipendenti entro il 2025 | Coinvolgimento dell'intera popolazione |
| | | Condividere la nostra cultura | Incentivare la comunicazione interna attraverso momenti di condivisione rivolti alla popolazione aziendale sui temi ESG entro il 2024 | Coinvolgimento dell'intera popolazione |

| CAPITOLI | PILASTRI | OBIETTIVI | TARGET INTERMEDI | TARGET AL 2030 | |
|--------------------|--|---|--|---|---------------------------|
| FOR THE PEOPLE | Celebrare la diversità e l'inclusione | Garantire l'inclusione di tutti gli individui | Calendario inclusivo entro il 2024 | Coinvolgimento dell'intera popolazione | |
| | | | Linea di supporto psicologico entro il 2026 | Coinvolgimento dell'intera popolazione | |
| FOR ITS GOVERNANCE | Generare un impatto sociale positivo | Supportare attivamente la ricerca | Valorizzare e supportare le donne attraverso progettualità specifiche | Raggiungere 50+ donne entro il 2025 Raggiungere 300+ donne entro il 2030 | |
| | | | Supportare 4+ progetti di ricerca entro il 2025 | Supportare 20+ progetti di ricerca entro il 2030 | |
| | Incentivare la collaborazione fra gli attori della catena di fornitura | Aumentare la percentuale di fornitori monitorati tramite EcoVadis | Diffondere il Codice di condotta per i Partner Commerciali | Sottoporlo al 100% dei Partner Commerciali entro il 2025 | Conferma del monitoraggio |
| | | | Mappare i fornitori aziendali sulla base di parametri ESG | 100% di fornitori mappati entro il 2025 | Conferma del monitoraggio |
| FOR THE PEOPLE | Comunicazione trasparente | Comunicare le proprie performance ESG in maniera trasparente attraverso una comunicazione interna ed esterna efficace | >95% fornitori diretti + >95% fornitori indiretti (specifiche categorie) entro il 2025 | Mantenimento delle percentuali | |
| | | | Creazione di uno Steering Committee ESG entro il 2025 | Coinvolgimento ricorrente del Committee | |

KIKO FOR THE PLANET



KIKO ha scelto di mettere in campo numerose **azioni per mitigare e ridurre l'impatto ambientale del proprio business**. In particolare, la strategia aziendale in ambito environmental si articola lungo quattro direttrici.

In primo luogo, **calcolare e ridurre le emissioni aziendali attraverso un'analisi puntuale delle emissioni di Scope 1, 2 e 3** e la stesura di un piano di riduzione delle emissioni. In tema di riduzione, l'azienda ha avviato, già da alcuni anni, un percorso virtuoso che ha portato all'acquisto di energia pulita con Garanzie d'Origine per la totalità di store e uffici in Italia e in Belgio (da luglio 2023), con l'obiettivo di raggiungere il 100% di energia verde acquistata in almeno **il 90% dei DOS Europei entro il 2030**.

Il secondo obiettivo aziendale è relativo all'**incremento dell'utilizzo di materie prime e ingredienti sostenibili**. A questo proposito, nel corso del 2023 l'azienda ha già raggiunto notevoli risultati, fra cui **l'utilizzo del 100% di carta proveniente da foreste sostenibili** all'interno del packaging e la scelta di **ingredienti 100% child labour free** per i prodotti.

Il terzo filone vede l'azienda impegnata nell'**implementazione di un sistema di gestione dei rifiuti sostenibile** che preveda l'attivazione di partnership con organizzazioni del territorio con l'obiettivo di ridurre lo spreco in ogni sua forma e valorizzare scarti e rifiuti.

Infine, la quarta e ultima direttrice riflette la volontà di KIKO di **generare un impatto positivo a livello ambientale** e, anche in questo caso prevede la creazione di partnership e collaborazioni virtuose volte a generare un beneficio comune per l'intera comunità.

KIKO FOR THE PEOPLE



Con l'obiettivo di generare un impatto positivo a livello sociale, KIKO ha definito un'ambiziosa **strategia che ruota attorno a tre filoni**. In primo luogo, **valorizzare e favorire la crescita delle proprie persone attraverso percorsi di formazione** ad hoc e programmi volti a promuovere il benessere individuale. Il secondo ambito d'interesse riguarda la **celebrazione della diversità in ogni sua forma e la promozione dell'inclusione** di ogni individuo indipendentemente da etnia, genere, religione e idee politiche, sia all'interno che all'esterno dei confini aziendali. A questo riguardo, a partire dal 2024, KIKO attiverà una serie di iniziative, fra cui la creazione di un calendario aziendale inclusivo che si adatti alle festività e alle ricorrenze dell'eterogenea popolazione

aziendale e l'attivazione di una rete di ascolto psicologico a disposizione dei dipendenti. Con l'ultimo filone, KIKO intende **raggiungere, attraverso partnership virtuose con organizzazioni non profit (ONP), coloro che vivono situazioni di disagio**. L'azione di KIKO è rivolta in particolare alle donne in condizioni di difficoltà, con l'obiettivo di valorizzarle e garantirne il benessere e la tutela. Per questo motivo, da anni l'azienda ha stretto collaborazioni di lungo corso con organizzazioni attive nell'ambito dell'empowerment femminile fra cui: Associazione Amici dei Bambini (AiBi) e Fondazione Umberto Veronesi in Italia, Fundación Ana Bella in Spagna e Agefip in Francia.

KIKO FOR ITS GOVERNANCE



La **strategia di KIKO in relazione alla governance ESG** prevede delle azioni rilevanti in ambito di gestione della **catena di fornitura, struttura aziendale e comunicazione interna**. In particolare, già dal 2022 KIKO ha attivato un percorso virtuoso di analisi dei propri fornitori chiave attraverso la piattaforma EcoVadis e si ripropone, nel prossimo futuro, di monitorare attraverso lo strumento il 100% dei fornitori diretti e alcune categorie di fornitori indiretti. Parallelamente, l'azienda intende **creare una mappatura ESG dei fornitori non iscritti a EcoVadis** e

sottoporre alla totalità degli attori parte della supply chain il Codice di Condotta aziendale. In termini di struttura e comunicazione interna, le iniziative previste sono molteplici e tutte contraddistinte dal medesimo obiettivo: **coinvolgere l'intera popolazione aziendale nel percorso ESG intrapreso** sia attraverso la condivisione di una comune cultura di sostenibilità, sia tramite un sistema di attento monitoraggio e controllo della strategia ESG.



Governance 3

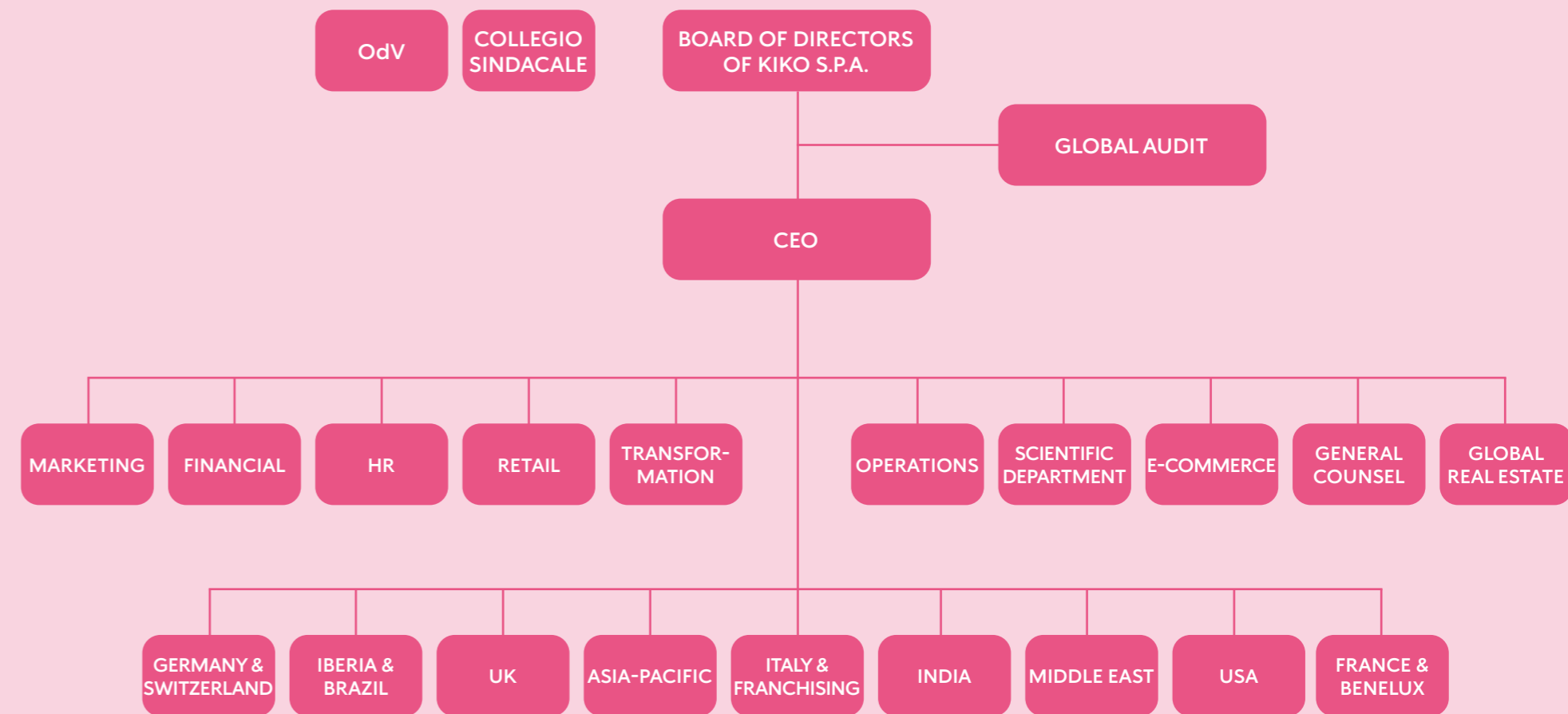
AZIENDALE, ETICA E INTEGRITÀ

La governance aziendale di KIKO è stata istituita per riflettere l'importanza degli organi amministrativi e manifesta la propria efficacia attraverso un sistema di controllo rigoroso e trasparente, che garantisce la conformità con gli standard etici più elevati.

Questo approccio è pensato non solo per proteggere gli interessi degli azionisti e degli investitori, ma anche per promuovere la fiducia tra tutti gli stakeholder. Pertanto, ogni decisione strategica e operativa è supportata da una solida struttura di governance, che assicura la supervisione costante delle attività aziendali e l'adeguata gestione dei rischi.

La governance di KIKO promuove inoltre la responsabilità e l'accountability a tutti i livelli dell'organizzazione.

I valori condivisi all'interno del Codice Etico e delle policy aziendali guidano il comportamento e le decisioni di ogni dipendente, garantendo coesione e allineamento verso gli obiettivi comuni. Questo modus operandi inclusivo e orientato alla trasparenza è essenziale per mantenere una cultura aziendale coesa e guidata alla performance, dove l'integrità e il rispetto dei principi etici sono al centro di ogni iniziativa.





STRUTTURA

E FUNZIONI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

3.1

Il **Consiglio di Amministrazione di KIKO**, composto da sette membri, **svolge un ruolo cruciale nella direzione strategica dell'Azienda**. Il Consiglio è responsabile della definizione e guida della strategia economica, approvando, adottando e attuando progetti, politiche e procedure aziendali, comprese quelle relative alle pratiche ESG. La supervisione della leadership aziendale e l'approvazione del Bilancio di Sostenibilità sono anch'essi compiti del Consiglio.

I soci della Società hanno selezionato i membri del Consiglio di Amministrazione tenendo conto della loro esperienza nei settori finanziario, immobiliare, retail, consumo, bellezza e lusso, rispettando i criteri normativi applicabili. Attualmente, **è in fase di valutazione l'integrazione delle quote rosa nel Consiglio, nonché l'inclusione di competenze in settori emergenti, come quello digitale**, in risposta all'evoluzione del business del gruppo. Inoltre, l'indipendenza di alcuni membri è ritenuta fondamentale ed è riflessa nell'attuale composizione del Consiglio.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI KIKO S.P.A.

| NOME E COGNOME | GENERE | ETÀ | NOMINA | CARICA |
|------------------|--------|-----|------------|----------------------|
| ANTONIO PERCASSI | M | 70 | 28/06/2021 | PRESIDENTE |
| SIMONE DOMINICI | M | 53 | 18/07/2022 | CONSIGLIERE DELEGATO |
| CLAUDIO TIERNO | M | 50 | 28/06/2021 | CONSIGLIERE |
| LUCA PERCASSI | M | 43 | 28/06/2021 | CONSIGLIERE |
| MARIO VOLPI | M | 63 | 28/06/2021 | CONSIGLIERE |
| NICOLA COLAVITO | M | 45 | 05/12/2022 | CONSIGLIERE |
| STEFANO PERCASSI | M | 48 | 28/06/2021 | CONSIGLIERE |

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un **Amministratore Delegato (CEO)** cui sono stati delegati ampi poteri per la gestione della Società, con specifici limiti di spesa. Specifiche deleghe sono state attribuite anche al **Presidente del Consiglio di Amministrazione, Antonio Percassi**, che non è un senior executive della Società.

COLLEGIO SINDACALE DI KIKO S.P.A.

| NOME E COGNOME | GENERE | ETÀ | NOMINA | CARICA |
|---------------------|--------|-----|------------|-------------------|
| MAURIZIO DALLOCCHIO | M | 65 | 28/06/2021 | PRESIDENTE |
| ELENA VISTARINI | F | 64 | 28/06/2021 | SINDACO EFFETTIVO |
| PIERO ALBANI | M | 47 | 28/06/2021 | SINDACO EFFETTIVO |
| LINDA GAZZILLO | F | 56 | 28/06/2021 | SINDACO SUPPLENTE |
| MAURIZIO LOMBARDI | M | 53 | 28/06/2021 | SINDACO SUPPLENTE |

Il Collegio Sindacale ha la **responsabilità primaria di vigilare sulle azioni dei membri del Consiglio di Amministrazione**, garantendo che l'Azienda sia gestita e amministrata nel rispetto della legge e del suo statuto. Questo organo è composto da tre membri con ampia e comprovata esperienza in tutti gli aspetti della corporate governance. Il Collegio Sindacale assicura il rispetto degli standard di corporate governance delineati nei codici di condotta e vigila sull'efficienza del sistema di controllo interno e gestione del rischio.

LA FUNZIONE GLOBAL AUDIT

3.2

Il Consiglio di Amministrazione coordina e supervisiona la funzione di Global Audit, responsabile dell'audit interno, del controllo interno e della gestione del rischio. La funzione Global Audit opera in maniera obiettiva e indipendente, **con la missione di supportare la direzione di KIKO attraverso un'analisi e supervisione efficace, sistematica e disciplinata dei processi aziendali.** Questo include la gestione del rischio, il controllo interno e la governance, nonché i rischi connessi al D.Lgs. 231/2001.

Per adempiere alla sua missione, la funzione Global Audit **trasmette relazioni di audit con i rilievi emersi e verifica l'implementazione delle raccomandazioni proposte.** Supervisiona e analizza i processi, gli elementi e le aree della Società per garantire l'affidabilità delle informazioni finanziarie e operative, l'efficacia e l'efficienza dei processi, la conformità ai regolamenti interni e alle procedure, e la salvaguardia delle risorse di KIKO.



LEADERSHIP TEAM E STRATEGIA AZIENDALE

3.3

Il Leadership Team di KIKO, composto dai Direttori delle singole Funzioni, gioca un ruolo fondamentale nel determinare la direzione dell'Azienda e garantire il raggiungimento degli obiettivi di successo e sostenibilità. Questo Team è **guidato dall'Amministratore Delegato**, che definisce, esegue e controlla il piano organizzativo dell'Azienda, abbracciando la strategia ESG e comunicando efficacemente con tutte le parti interessate.

Il Leadership Team di KIKO è guidato da una chiara Mission: innovare, progettare e creare prodotti beauty responsabili e di alta qualità, ispirando le persone a esprimere la propria individualità.

Tra le priorità strategiche del Leadership Team vi sono: **l'elevazione del Brand, il raggiungimento degli obiettivi commerciali, il miglioramento della redditività e l'espansione omnichannel.**



SOSTENIBILITÀ ___ 3.4

E COINVOLGIMENTO DELL'ORGANO DECISIONALE

Il **Consiglio di Amministrazione**, con il supporto del **Leadership Team**, coinvolge gli stakeholder fondamentali nei processi di KIKO assicurando **l'integrazione dei criteri ESG nelle strategie e nei processi aziendali**. Considerare le aspettative degli stakeholder, identificati come coloro che possono influenzare o essere influenzati dalle attività del Gruppo, è infatti fondamentale al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

KIKO crede che l'engagement e il senso di appartenenza si basino sulla condivisione e l'allineamento alle scelte aziendali. In tale ottica, **l'ESG Company Profile**, primo documento strategico di KIKO in ambito sostenibilità, **è stato redatto per manifestare l'impegno del Brand nella tutela ambientale e sociale**, tenendo conto della soddisfazione e del coinvolgimento degli stakeholder. Questo documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione e comunicato alle parti interessate.

Inoltre, viene organizzato ogni anno lo **Strategic Deployment Meeting (SDM)**, un incontro **che coinvolge i Senior Leader e i principali stakeholder globali** per condividere le priorità strategiche, i lanci commerciali e i principali progetti globali.

Eventuali criticità riguardanti impatti negativi sugli stakeholder sono comunicate dall'Organismo di Vigilanza al Consiglio di Amministrazione se legate ai reati coperti dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001. I risultati di questi processi informano le decisioni strategiche, la sostenibilità delle scelte aziendali a lungo termine, la gestione delle opportunità, e la revisione delle politiche aziendali e degli obiettivi.



Il Consiglio di Amministrazione garantisce l'integrazione dei criteri ESG nelle strategie e nei processi aziendali attraverso diverse misure:

VALUTAZIONE DEI RISCHI ESG

Viene garantito l'allineamento delle politiche e procedure aziendali, comprese quelle riguardanti l'ESG, alle migliori pratiche e normative vigenti.

Il Consiglio esamina i rischi relativi all'ambito ESG e le opportunità di miglioramento per la pianificazione strategica.

SUPERVISIONE DELLE POLITICHE AZIENDALI

Il Consiglio monitora e riferisce sui rischi legati agli aspetti ESG tramite i report di Enterprise Risk Management e i risultati ESG attraverso il Bilancio di Sostenibilità.

MONITORAGGIO E REPORTING

L'efficacia e la trasparenza delle decisioni organizzative, insieme alla supervisione delle attività di business, progetti strategici, e i valori condivisi nel Codice Etico, costituiscono **le fondamenta della Governance aziendale di KIKO**.



PRESIDI — 4

PER LA GESTIONE DI UN BUSINESS RESPONSABILE

KIKO, come Azienda globale e complessa operante nel settore della cosmetica, **pone un'enfasi significativa sull'importanza di un comportamento etico e controllato in tutte le sue attività**. Questo principio non è solo una formalità, ma rappresenta il fondamento su cui l'Azienda costruisce il suo successo e la sua reputazione nel mercato internazionale.

I valori cardine di KIKO - trasparenza, onestà, integrità e responsabilità sociale ed ambientale - non sono solo enunciati su carta, ma sono vissuti e promossi quotidianamente da ogni membro del team.

La trasparenza è cruciale per KIKO, non solo nell'interazione con i consumatori e i partner commerciali, ma anche all'interno dell'organizzazione stessa. Essa garantisce che le informazioni siano chiare, accessibili e condivise in modo aperto, facilitando la fiducia e la collaborazione all'interno del team e con gli stakeholder esterni. L'onestà, d'altro canto, permea ogni decisione e azione dell'Azienda, assicurando che tutte le attività siano condotte con sincerità e rispetto verso chiunque sia coinvolto.

L'integrità è un principio non negoziabile per KIKO. Non si concretizza unicamente nel rispettare rigorosamente le leggi e i regolamenti, ma anche adottare comportamenti etici a prescindere dal fine regolatorio istituzionale.

La responsabilità sociale ed ambientale è un'altra pietra angolare dell'impegno di KIKO verso la sostenibilità e il benessere delle comunità in cui opera. Oltre a perseguire il profitto, l'Azienda si impegna a minimizzare l'impatto ambientale delle sue operazioni e a contribuire positivamente alle comunità locali.

Questi valori sono il filo conduttore che guida ogni decisione, politica e pratica aziendale, assicurando che l'Azienda mantenga gli standard più elevati in tutte le sue interazioni e operazioni globali.

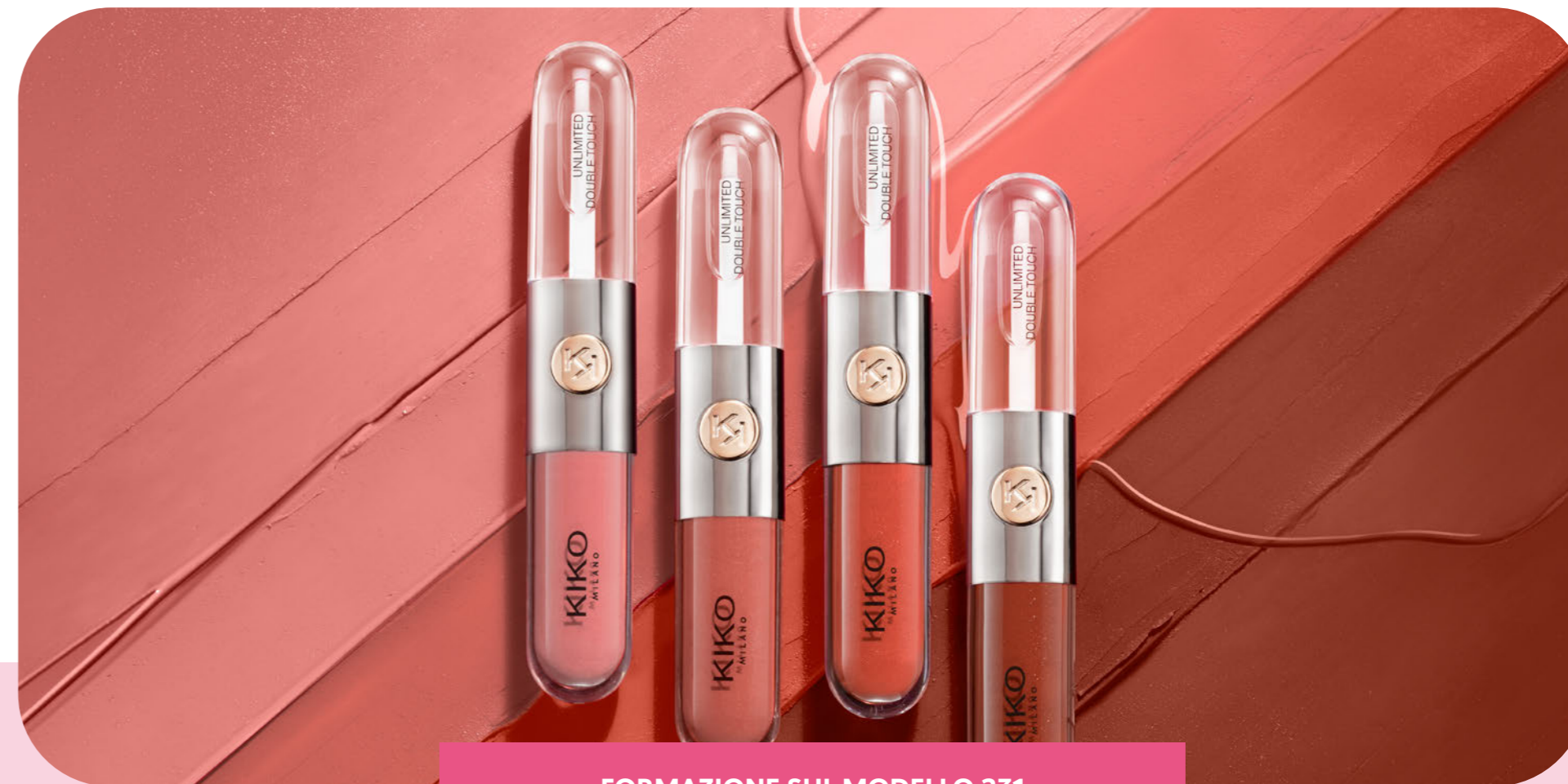
M

ODELLO 231 4.1

Nel 2022, **KIKO ha aggiornato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (Modello 231)**, adottato nel 2016, come richiesto dal decreto legislativo n. 231/2001.

Questa legge italiana stabilisce la responsabilità amministrativa delle entità per i reati commessi nel loro interesse o a loro vantaggio, da parte di dirigenti, manager, dipendenti e terzi, tra cui consulenti, fornitori e partner. Lo scopo del Modello 231 è la **prevenzione dei reati attraverso la definizione di un sistema strutturato di procedure e attività di controllo** per la gestione e il monitoraggio dei processi sensibili.

In conformità al Decreto, **KIKO ha istituito un Organismo di Vigilanza (OdV)**. Questo organismo ha il compito di monitorare l'efficacia dei meccanismi di controllo interno, come stabilito dalla legge italiana, e raccogliere eventuali segnalazioni dagli stakeholder relative agli argomenti previsti dal decreto. L'OdV è **composto da un membro esterno, il Presidente con esperienza in diritto penale, e dal Responsabile dell'Audit come membro interno**.



FORMAZIONE SUL MODELLO 231

Dal 2019 è previsto un **corso obbligatorio di formazione per tutti i dipendenti italiani**, che consiste in un corso online per i dipendenti della sede centrale e una brochure riassuntiva con gli aspetti più rilevanti del decreto per i dipendenti dei negozi.



CODICE ETICO

E GLOBAL POLICIES

4.2

Dal 2016, **KIKO** si è dotata di un **Codice Etico** che formalizza i valori etici fondamentali a cui si ispira. L'ultima revisione del documento risale a marzo 2020. Tale documento, tradotto in tutte le lingue parlate nel Gruppo, è **disponibile** sia per tutti i dipendenti tramite l'intranet aziendale sia per gli stakeholder esterni **su [kikocosmetics.com](https://www.kikocosmetics.com)**.

Il Codice Etico definisce i valori e i principi da seguire per tutti coloro che lavorano e collaborano con l'Azienda, promuovendo il rispetto in un ambiente stimolante e professionale. Pertanto, tutti **i dipendenti si impegnano a lavorare in conformità con il Codice Etico**, la cui conoscenza è obbligatoria per ogni persona che lavora per KIKO e le sue controllate.



FORMAZIONE SUL CODICE ETICO

A marzo 2023, **KIKO** ha lanciato una **formazione obbligatoria sul Codice Etico** attraverso la **piattaforma aziendale di eLearning, BeKIKO LH**. A tutti i dipendenti, inclusi quelli della sede centrale, degli uffici locali e dei negozi, è stato richiesto di completare un corso specifico e superare un test finale.

La funzione di Global Audit monitora periodicamente lo stato di completamento del test a livello globale, comunicando i risultati agli HR locali e aggiornando anche l'OdV.

Dal 2021 è stata predisposta una **"clausola Codice Etico"** da includere nei nuovi contratti o **Termini e Condizioni (T&C)**, con l'obiettivo di assicurare che tutte le parti coinvolte nelle attività commerciali con KIKO rispettino i principi fondamentali di integrità e trasparenza. Inoltre, **la funzione di Global Audit** esegue controlli di due diligence etici e reputazionali prima di stipulare contratti con nuovi partner commerciali.



I 13 PRINCIPI DI CONDOTTA DI KIKO

01. INTEGRITÀ

Le attività di KIKO sono gestite in maniera professionale e responsabile per evitare potenziali conflitti di interesse, assicurando comportamenti caratterizzati da onestà, moralità e correttezza.

02. TRASPARENZA

Nei rapporti interni ed esterni al Gruppo, KIKO si impegna a fornire informazioni chiare, complete, tempestive e veritiere.

03. IMPARZIALITÀ

Le decisioni e i comportamenti di KIKO rispettano le caratteristiche personali di ciascuno, incentivando e premiando integrità e responsabilità, e ripudiando qualsiasi forma di discriminazione basata su età, stato di salute, sesso, orientamento sessuale, religione, razza, opinioni politiche e culturali, nonché condizione personale o sociale.

04. PRUDENZA

Le attività di KIKO sono gestite con piena consapevolezza dei rischi, con l'obiettivo di una sana gestione degli stessi.

05. ONESTÀ E CORRETTEZZA

L'onestà è uno dei principi fondamentali di KIKO. Tutte le azioni e operazioni devono essere ispirate a correttezza, trasparenza, tracciabilità, documentabilità e segregazione delle funzioni, in conformità con le norme vigenti e le procedure interne.

06. RISPETTO DELLA NORMATIVA A TUTELA DEL COMMERCIO

KIKO assicura il rispetto dei principi di trasparenza, onestà, correttezza e buona fede, richiedendo a tutti di escludere qualsiasi comportamento volto a infrangere le regole del commercio.

07. QUALITÀ DEI PRODOTTI

KIKO si impegna a migliorare continuamente la qualità dei propri prodotti, ascoltando le richieste dei clienti e monitorando le esigenze del mercato per evitare la vendita di prodotti contraffatti o non conformi.

08. RISPETTO DELLE REGOLE A TUTELA DEL DIRITTO D'AUTORE

KIKO tutela la proprietà intellettuale, inclusi marchi, brevetti, modelli, segreti industriali e diritti d'autore, vietando qualsiasi forma di riproduzione o commercializzazione illecita di opere altrui.

09. RESPONSABILITÀ – RISPETTO DELLA LEGGE

KIKO ritiene imprescindibile la conformità alle leggi, ai regolamenti e alle procedure vigenti. Ogni individuo deve conoscere le implicazioni legali relative alla propria mansione e operare con professionalità, diligenza, efficienza e correttezza.

10. RISPETTO DEGLI OBBLIGHI CON KIKO

I dipendenti devono perseguire gli obiettivi e gli interessi del Gruppo, evitando attività e comportamenti che possano compromettere l'imparzialità di giudizio e creando conflitti di interesse.

11. RISERVATEZZA E TUTELA DELLA PRIVACY

KIKO raccoglie e tratta dati personali e informazioni nel rispetto delle leggi sulla riservatezza, proteggendo le informazioni relative a dipendenti, collaboratori e clienti.

12. TUTELA DELL'AMBIENTE

KIKO si impegna a rispettare e salvaguardare l'ambiente, promuovendo comportamenti sostenibili e minimizzando gli impatti ambientali negativi.

13. TUTELA DELLA DIGNITÀ

In KIKO, tutte le persone hanno diritto a essere trattate con dignità e rispetto. L'Azienda garantisce un ambiente di lavoro ispirato alla tutela della dignità e dell'invulnerabilità della persona, non tollerando alcuna forma di discriminazione, sfruttamento o molestia. KIKO si impegna a collaborare con partner che condividano i suoi valori etici.

KIKO SI ISPIRA A UNA SERIE DI PRINCIPI DI CONDOTTA GENERALI CHE DEVONO ESSERE RISPETTATI DA TUTTI COLORO CHE AMMINISTRANO, CONTROLLANO, LAVORANO E COLLABORANO CON IL GRUPPO.

GLOBAL POLICIES

Per sostenere il **Codice Etico**, KIKO ha definito un insieme di **24 Global Policies**, suddivise in cinque gruppi:



7 politiche riguardanti la **lotta alla corruzione**;



8 politiche riguardanti l'**impegno esterno**;



2 politiche riguardanti il **rispetto delle persone**;



4 politiche riguardanti la **salvaguardia delle informazioni**;



4 politiche riguardanti **altri aspetti**, come la **Politica di Gestione del Rischio** e la **Politica di Smart Working**.



Tutte le politiche sono state **approvate dal Consiglio di Amministrazione** e sono tradotte in tutte le lingue locali, **accessibili tramite l'intranet dell'azienda ai dipendenti in tutti i mercati mondiali**. Inoltre, il Dipartimento Global Audit invia promemoria periodici per garantire la consapevolezza e l'adesione a queste politiche.

NELLO SPECIFICO DELL'ANTICORRUZIONE, KIKO SPA SI È DOTATA DI 7 POLICY:

1. Lotta alla corruzione: **accuratezza delle relazioni, reporting e contabilità** (ultimo aggiornamento: novembre 2023)
2. Lotta alla corruzione: **Anticorruzione** (ultimo aggiornamento: novembre 2023)
3. Lotta alla corruzione: **Anti riciclaggio** (ultimo aggiornamento: novembre 2023)
4. Lotta alla corruzione: **regali e ospitalità** (ultimo aggiornamento: novembre 2022)
5. Lotta alla corruzione: **proteggere gli assets fisici e finanziari di KIKO & proprietà intellettuale & pubblicità** (ultimo aggiornamento: gennaio 2019)
6. Lotta alla corruzione: **Operazioni con parti correlate** (ultimo aggiornamento: gennaio 2019)
7. Lotta alla corruzione: **Conflitto di Interessi** (ultimo aggiornamento: settembre 2021)



WHISTLEBLOWING

E GESTIONE DEI CONFLITTI D'INTERESSE

4.3

KIKO si impegna a operare con onestà, integrità e nel rispetto dei più elevati standard di apertura, correttezza e responsabilità. Ciò include aspettative riguardo a tutto il personale e ai terzi con cui l'Azienda interagisce, affinché mantengano standard elevati in linea con il Codice Etico, le Policy e le Procedure aziendali.

A tal fine, dal 2019 è stato istituito il canale **Whistleblowing**, un mezzo ufficiale aziendale per segnalare sospetti di illeciti. La gestione delle segnalazioni è dettagliata all'interno di una specifica procedura, aggiornata a settembre 2023 e consultabile sulla intranet aziendale.

Il canale Whistleblowing mira a:

- incentivare dipendenti e terzi a segnalare tempestivamente sospetti di illeciti, con la garanzia che le loro segnalazioni saranno prese in considerazione e indagate;
- fornire ai dipendenti una guida su come formulare segnalazioni adeguate;
- rispettare la Direttiva Europea (UE) 2019/1937 e le leggi locali applicabili nei paesi in cui KIKO opera, riguardanti la protezione del segnalante e del segnalato

Le segnalazioni devono essere fatte attraverso i canali ufficiali noti al personale, consulenti, collaboratori, fornitori e altri soggetti terzi con relazioni commerciali con la Società:

○ SITO WEB: <https://kikomilano.whistlelink.com/>

○ POSTA ELETTRONICA: whistleblowing@kikocosmetics.com

In caso di ricezione di segnalazioni tramite canali diversi da quelli ufficiali, i destinatari devono immediatamente inoltrarle alla funzione di Global Audit utilizzando i canali ufficiali, nel rispetto dei principi di riservatezza. La funzione Global Audit è responsabile di **garantire l'assoluta riservatezza e anonimato** delle persone che effettuano le segnalazioni.

La funzione di Global Audit tra i suoi compiti ha quelli gestire i canali di segnalazione, condurre le indagini e comunicare i risultati delle indagini agli organi aziendali competenti, inclusi il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Organismo di Vigilanza (OdV).

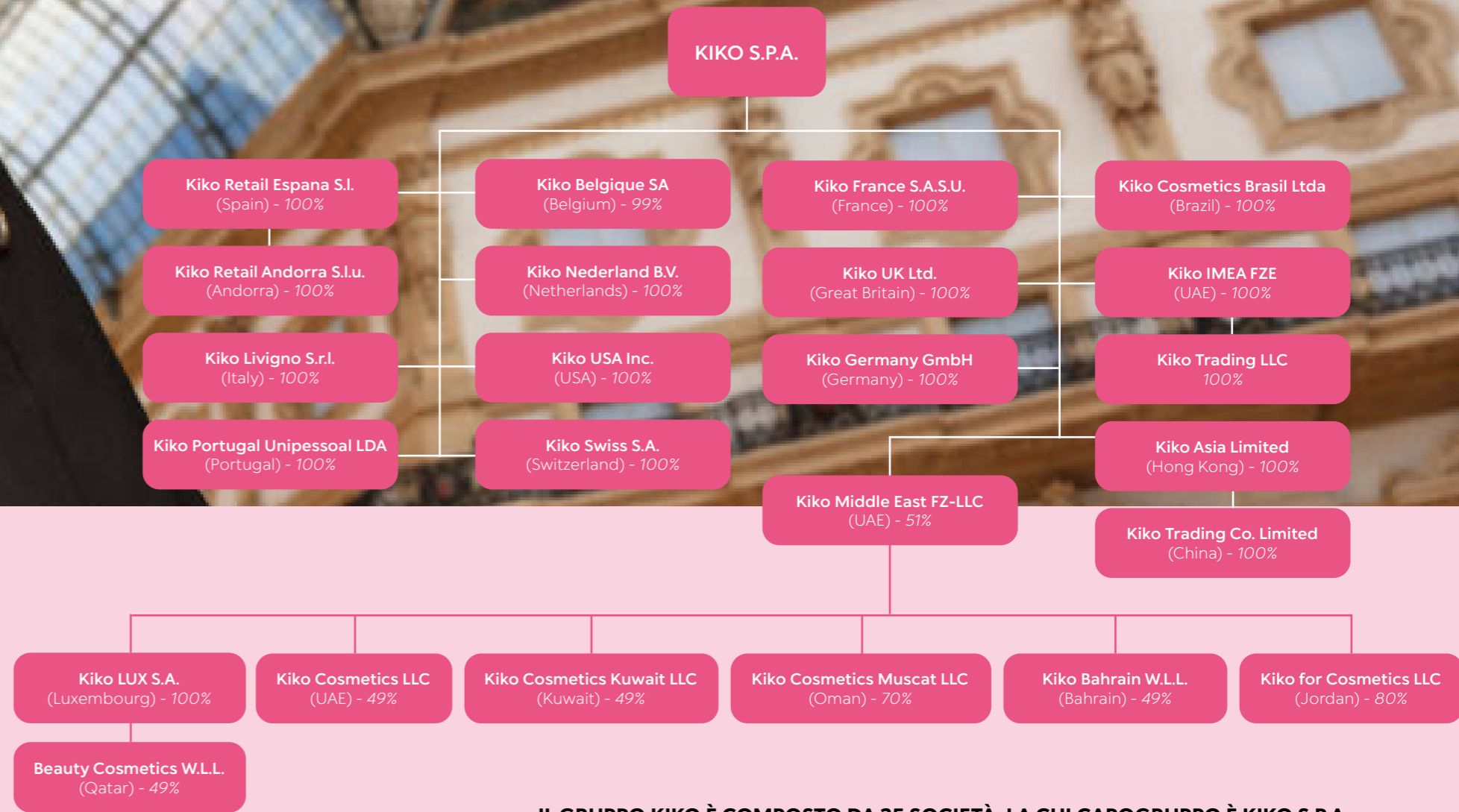
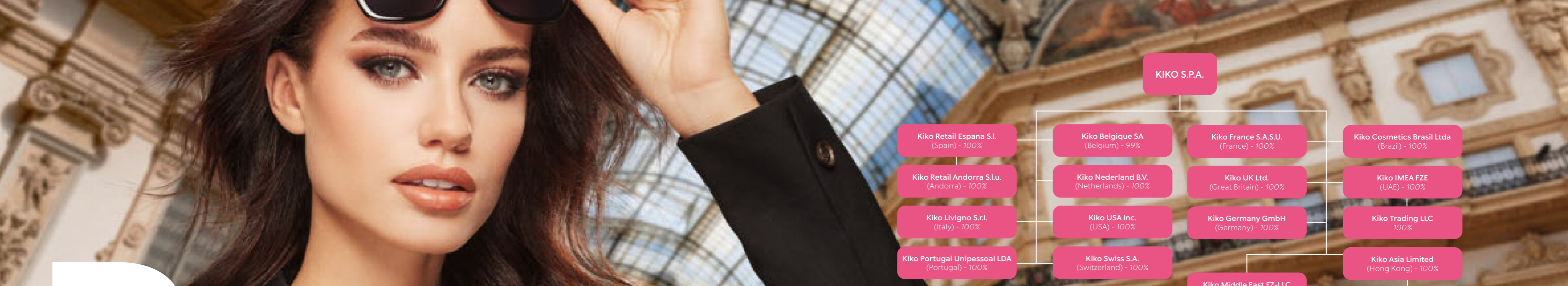
A livello globale, vengono regolarmente inviati promemoria periodici a tutti gli stakeholder interni per informarli dell'esistenza di questo canale di segnalazione. Per quelli esterni, in tutti gli accordi con i collaboratori esterni sono inclusi specifici riferimenti etici che indicano come condurre le attività commerciali con KIKO e i canali a disposizione per riportare eventuali anomalie.

LA GESTIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE

Il Consiglio di Amministrazione di KIKO ha approvato una serie di politiche contro la corruzione, compresa una specifica sui conflitti di interesse, consultabile da tutti i dipendenti tramite l'Intranet aziendale.

Tale politica prevede l'obbligo per tutti i dipendenti di segnalare immediatamente al proprio responsabile qualsiasi eventuale attività personale, finanziaria o politica che possa creare un conflitto di interessi reale, percepito o potenziale con il loro ruolo in KIKO. Al momento dell'assunzione, inoltre, viene richiesta la compilazione di un form specifico su questa tematica a tutti i dipendenti.

Si segnala che durante l'esercizio 2023, non sono state registrate operazioni atipiche o inusuali di rilievo. Per un maggior grado di dettaglio sulle transazioni finanziarie e commerciali tra le società del Gruppo e i soggetti affiliati ai soci e/o agli amministratori, il Bilancio consolidato 2023 tiene traccia dei relativi costi e ricavi, sempre in ottica di compliance e trasparenza.



IL GRUPPO KIKO È COMPOSTO DA 25 SOCIETÀ, LA CUI CAPOGRUPPO È KIKO S.P.A.
 QUI SI RIPORTA LA COMPOSIZIONE DEL GRUPPO ALLA DATA DEL 31/12/2023.

R

ESPONSABILITÀ — 5

ECONOMICA

IL CONTESTO MACROECONOMICO¹

Il 2023 è stato caratterizzato da un contesto macroeconomico complesso, segnato da sfide geopolitiche e una crescita economica globale rallentata. Le tensioni politiche in Medio Oriente e Ucraina hanno contribuito alle pressioni inflazionistiche e al deterioramento delle prospettive economiche globali. Nonostante un rallentamento dell'inflazione grazie alla diminuzione dei prezzi energetici, i livelli sono rimasti ancora elevati, influenzando negativamente il potere d'acquisto delle famiglie e frenando i consumi. **L'Eurozona ha vissuto un anno di stagnazione economica**, con debolezza nel settore manifatturiero e delle costruzioni, **mentre l'economia statunitense ha rallentato nel quarto trimestre** dopo una forte espansione estiva guidata dai consumi delle famiglie. **In Cina, invece, la crisi del settore immobiliare** ha contribuito al rallentamento dell'attività economica.

Nonostante queste difficoltà, **i mercati finanziari hanno registrato una forte crescita, con il Nasdaq in rialzo del 43% e l'S&P 500 del 24%**, evidenziando una disconnessione con l'economia reale.

La ripresa del turismo ha accelerato in Europa, Asia e Medio Oriente nella prima metà del 2023, sostenuta dalle vendite ai turisti, ma ha visto un ritorno a livelli più normali nella seconda metà dell'anno.

¹ Fonte: Banca d'Italia: Pubblicazioni - Bollettino Economico



ANDAMENTO DEL SETTORE COSMETICO A LIVELLO GLOBALE

Nel 2023, il mercato del Beauty ha continuato ad essere estremamente dinamico, registrando una crescita dell'8%, secondo uno studio di L'Oréal. Tale incremento è stato sostenuto dall'elevata valorizzazione nei mercati maturi e dai significativi guadagni nei mercati emergenti, nonostante le fluttuazioni dei prezzi delle materie prime e le incertezze dello scenario geopolitico.

Il settore cosmetico ha dimostrato quindi grande robustezza e resilienza, adattandosi costantemente alle nuove aspettative dei consumatori, che cercano non solo qualità, prestazioni e innovazione, ma anche significato in ciò che acquistano. Inoltre, il mercato è sempre più caratterizzato da un approccio omnichannel, con **una crescente complementarità tra i canali online e retail**. A livello globale, infatti, **circa il 27% di tutti i prodotti di bellezza vengono venduti online**, ampliando significativamente la portata oltre il tradizionale ambito della vendita al dettaglio.

Tra le diverse categorie di prodotto, **lo skincare ha visto una crescita particolare**, spinta da due tendenze strutturali: la ricerca di salute e sicurezza, alimentata dalla crescente presenza di disturbi della pelle², e l'aumento delle procedure estetiche, insieme a un uso più ampio di prodotti skincare prescritti dai dermatologi. Fattori come l'invecchiamento, i cambiamenti climatici e lo stress contribuiscono ulteriormente a questa tendenza.

Un'altra caratteristica emersa dal mercato globale del Beauty è stata **l'intersezione tra la domanda di personalizzazione dei consumatori e l'avvento di soluzioni tecnologiche avanzate**, come l'intelligenza artificiale, la realtà aumentata e l'apprendimento automatico. **Il 91% dei giovani e dei millennial preferisce infatti prodotti e servizi personalizzati**, e si prevede che il numero di consumatori connessi aumenterà significativamente, passando da 5,3 miliardi nel 2023 a 7,5 miliardi nel 2030³.

² Fonte: Global burden of skin disease in 2010

³ Fonte: Digital 2023: Meltwater / We Are Social





GESTIONE

TRASPARENTE E SOLIDITÀ FINANZIARIA

5.1

KIKO ha sempre adottato una politica fiscale basata su certezza, prudenzialità e trasparenza, mirata a minimizzare il rischio di non conformità rispetto alla normativa tributaria. La politica fiscale di KIKO si fonda sull'impegno alla conformità e trasparenza fiscale, assicurando che tutte le dichiarazioni fiscali siano accurate e tempestive e mantenendo una comunicazione aperta con le autorità fiscali. **Il team fiscale**, composto da professionisti qualificati, **partecipa regolarmente a corsi di aggiornamento** per adattare rapidamente le politiche alle modifiche legislative e ridurre il rischio di errori.

KIKO ha **mappato le principali aree di rischio fiscale, implementando strategie per gestirle**, come la gestione fiscale conforme alle scritture contabili, la gestione dei prezzi di trasferimento nelle operazioni transfrontaliere e l'adeguamento alle normative fiscali locali.



Particolare attenzione è dedicata anche alla gestione delle imposte indirette, alla conformità fiscale delle operazioni di commercio elettronico e all'ottimizzazione dei crediti d'imposta.

Il CdA ha la responsabilità ultima della supervisione della compliance alla strategia fiscale aziendale, approva le politiche fiscali e riceve regolari aggiornamenti sulle questioni fiscali e sui rischi associati.

Il CFO è responsabile della supervisione esecutiva delle politiche fiscali e della gestione dei rischi fiscali, **assistito dall'Head of Global Tax** che guida il team fiscale in collaborazione con altre funzioni aziendali, garantendo un approccio integrato alla gestione fiscale.

Nel corso del 2023, **KIKO ha rafforzato il presidio e controllo attraverso il modello global tax compliance**, volto a migliorare la gestione del rischio fiscale in capo alle società controllate. Utilizzando un unico consulente accentrato è possibile gestire tutti gli adempimenti fiscali in ogni paese coinvolto, monitorando in modo più approfondito.

Inoltre, a dicembre 2023, **KIKO ha siglato due APA (Advance Pricing Agreement unilaterali) con l'autorità fiscale italiana, garantendo certezza fiscale** relativamente alle principali transazioni intercompany del gruppo.



VALORE TANGIBILE 5.2 PER TUTTI GLI STAKEHOLDER

Nell'attuale scenario aziendale, è cruciale che le imprese vadano oltre la semplice ricerca del massimo profitto e si dedichino invece a ottimizzare il beneficio per tutti i loro stakeholder, a partire dalla comunità in cui operano.

La teoria del valore condiviso assume oggi un'importanza senza precedenti, poiché comporta il risolvere le sfide sociali attraverso l'azione stessa delle imprese.

La generazione e la distribuzione di valore economico rappresentano indicatori essenziali dell'impegno dell'azienda verso questa teoria, poiché mirano a creare ricchezza per tutte le parti coinvolte.



€ 797,19 MILIONI

RICAVI DELLE VENDITE



92%

% VALORE ECONOMICO
DISTRIBUITO SUL GENERATO

In questo contesto, **KIKO si distingue come un esempio di azienda che abbraccia la teoria del valore condiviso**, integrando la sostenibilità sociale e ambientale nelle proprie strategie operative.

Non si tratta solo di un impegno etico, ma di un approccio strategico che contribuisce alla competitività e alla crescita a lungo termine dell'azienda.



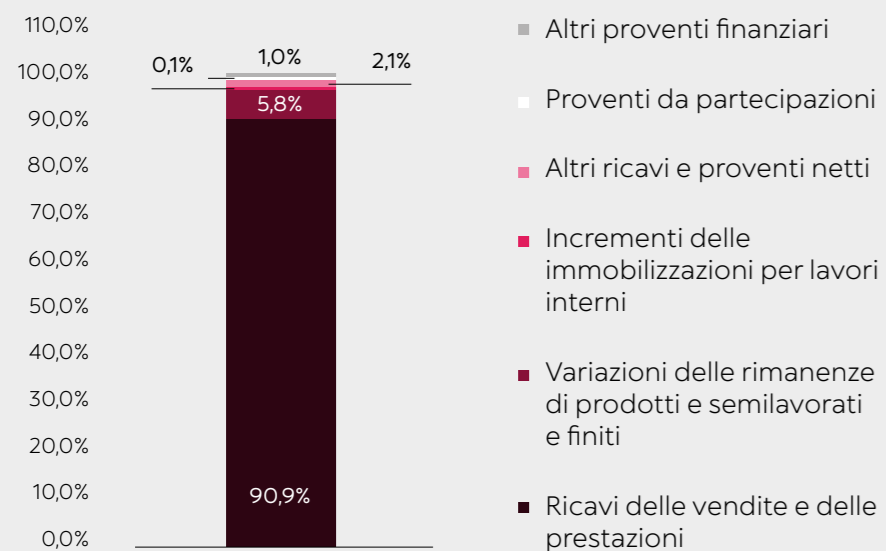
IL VALORE ECONOMICO GENERATO DA KIKO GROUP NEL 2023 AMMONTA A CIRCA 877 MILIONI DI EURO, DI CUI IL 92% DISTRIBUITO AGLI STAKEHOLDER.

KIKO fornisce un quadro del **valore economico generato e distribuito** dall'azienda ai propri stakeholder quali fornitori, dipendenti, finanziatori, Pubblica Amministrazione. Tale valore **rappresenta la ricchezza prodotta dall'azienda e il relativo impatto sulle principali categorie di stakeholder**, in conformità ai requisiti degli standard GRI.

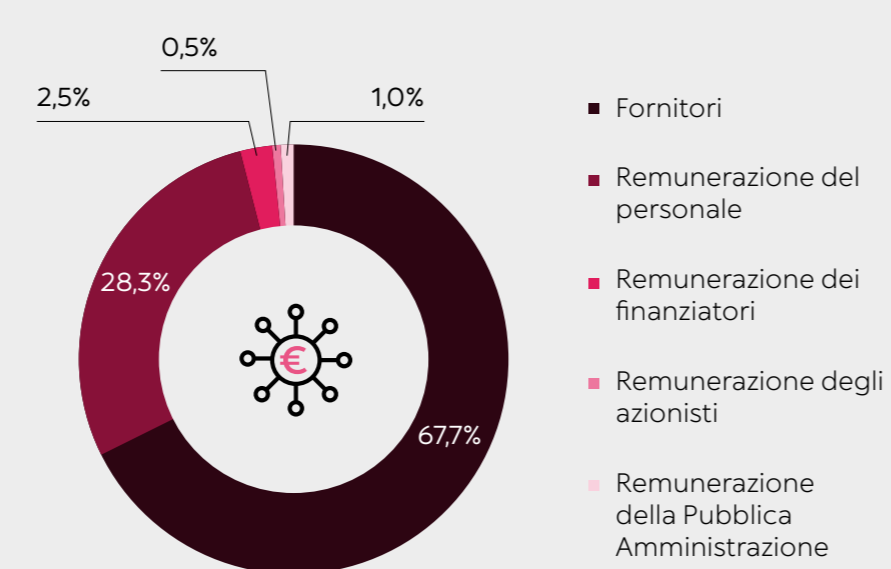


Nell'esercizio 2023, il **92% della ricchezza aziendale prodotta è stata distribuita ai propri stakeholder**; in particolare, **fornitori e dipendenti** sono le categorie che hanno beneficiato maggiormente, ricevendo rispettivamente circa il **67,7%** e il **28,3%** del valore distribuito complessivo.

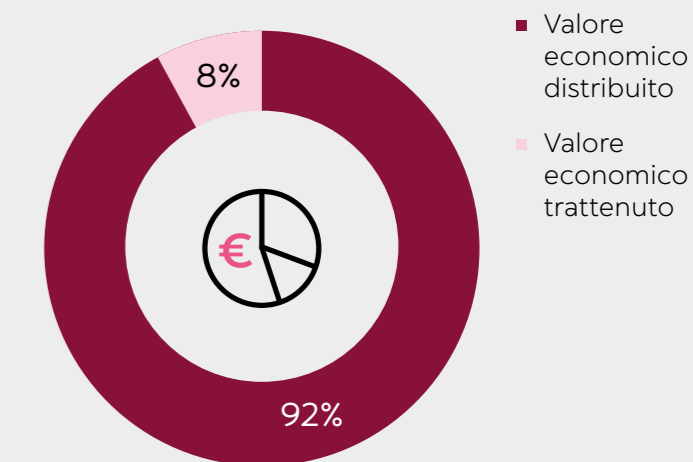
COMPOSIZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO



COMPOSIZIONE DEL VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO



DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO





P

RESERVAZIONE — 6
E VALORIZZAZIONE DELL'AMBIENTE

A RISORSA 6.1

ENERGETICA UTILIZZATA IN ARMONIA CON L'AMBIENTE

KIKO è da tempo impegnata nella riduzione del proprio impatto ambientale, portando avanti iniziative specifiche e ponendosi obiettivi ambiziosi di miglioramento. L'adozione di tali pratiche rappresenta un driver fondamentale per la crescita dell'azienda attraverso l'attrazione di nuovi talenti e risorse da investitori sensibili alle tematiche ambientali, oltre che un dovere per **contribuire alla costruzione di un nuovo modello economico sostenibile** e attento alla protezione dell'ambiente per le generazioni future.

Tra i temi di principale attenzione c'è **la corretta gestione dell'energia nelle sue varie forme**. A questo scopo, **nel corso del 2024, KIKO avvierà un percorso di rendicontazione dei propri consumi energetici, a livello global**. Come ogni realtà che muove i primi passi nell'avviare un sistema di monitoraggio dei dati ambientali, non è stato possibile raccogliere dati completi in modo uniforme per ogni regione geografica. Ad oggi, le informazioni primarie reperite fanno riferimento ai consumi dell'**headquarter di Bergamo** e della **maggior parte degli stores europei**¹; sul resto del mondo, sono state derivate assunzioni ragionevoli sulla base dei dati disponibili.

¹ Risultano altresì esclusi i consumi associati al consumo di carburanti per autotrazione, poiché attualmente non reperibili e comunque considerati trascurabili sul totale.



102.703 GJ
CONSUMI ENERGETICI



-18%
INTENSITÀ ENERGETICA DEL
FATTURATO TRA 2022 E 2023



38% DELLA FORNITURA
DI ENERGIA ELETTRICA È COPERTA
DA GARANZIE D'ORIGINE RINNOVABILE

PER LA NATURA DEL BUSINESS, I CONSUMI REGISTRATI SONO IMPUTABILI PER LA QUASI TOTALITÀ (99,9%) ALLE UTENZE ELETTRICHE. MARGINALI I DATI RELATIVI AI CONSUMI DI GAS NATURALE PER IL RISCALDAMENTO DEGLI AMBIENTI, RISCOINTRATI IN UN NUMERO RISTRETTO DI NEGOZI IN ITALIA.

Sul fronte dell'approvvigionamento di energia elettrica, **a partire dal 2022 KIKO ha intrapreso un progressivo passaggio a contratti di fornitura coperti al 100% da Garanzie d'Origine rinnovabile (GO)**. Contratti di tale natura sono già attivi per le forniture **su tutto il perimetro italiano e belga** (da luglio 2023); a partire dal 2024 sono già previste **estensioni alle forniture di Francia, Paesi Bassi, e Spagna**, mentre il Portogallo dovrà aspettare l'inizio del 2025. Per gli altri Paesi, le opportunità di nuove forniture rimangono in corso di valutazione.

A livello assoluto, a seguito dell'analisi dei dati primari e le stime operate, **tra il 2022 e il 2023 si osserva una lieve contrazione (pari al 2%) dei consumi energetici totali** del Gruppo, confermando un profilo di consumo in leggero ribasso nel biennio oggetto di rendicontazione. Considerando invece la relazione tra consumi energetici e prestazioni economiche, **a fronte di un aumento del 19% dei ricavi delle vendite, si osserva una riduzione dell'intensità energetica del fatturato pari ad un -18%**.

Alla luce della qualità e dell'incertezza dei dati raccolti, l'impegno di KIKO per le prossime annualità si tradurrà in un percorso volto al miglioramento e al consolidamento del sistema di monitoraggio avviato quest'anno, al fine di garantire una corretta e dettagliata analisi delle informazioni, in via propedeutica all'identificazione delle potenziali iniziative di efficientamento e riduzione dei consumi.





NOTA ALLA TABELLA

I consumi degli stores situati in Brasile, Francia, Belgio, Paesi Bassi e Medio Oriente (Emirati Arabi Uniti, Kuwait, Bahrain, Qatar, Oman, Giordania) sono stati ricostruiti a partire dal consumo medio per metro quadro riscontrato per gli store situati in Italia, Germania, Spagna, Portogallo, UK e USA.

I dati primari raccolti sugli uffici riguardano esclusivamente l'Headquarter di Bergamo; i dati sugli uffici a livello global risultano attualmente difficilmente reperibili e comunque trascurabili sul totale.

LO SAPEVI CHE?

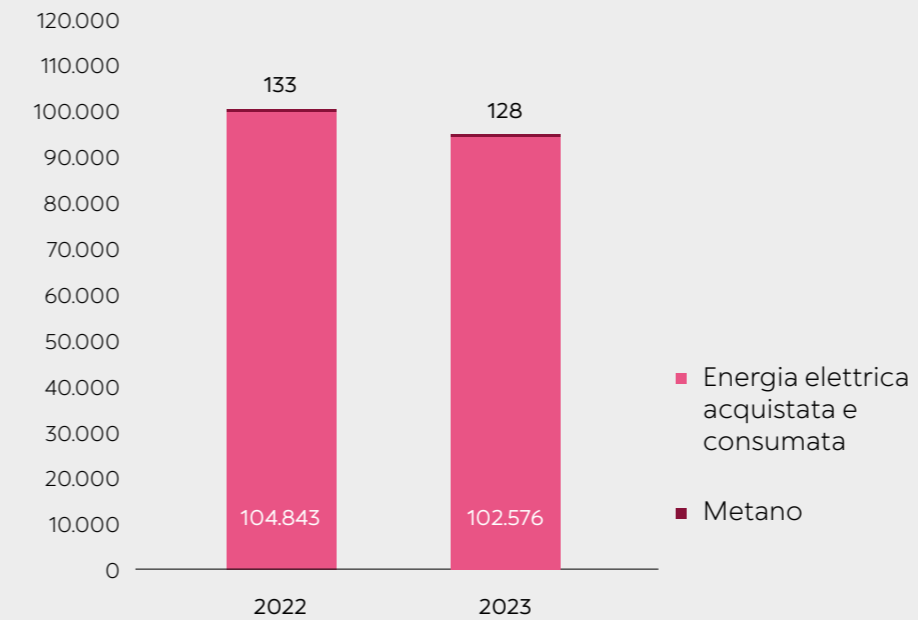


Il consumo energetico di KIKO nel 2023 è paragonabile a quello necessario per effettuare **20 voli** transcontinentali da New York a Londra con un Boeing 747.

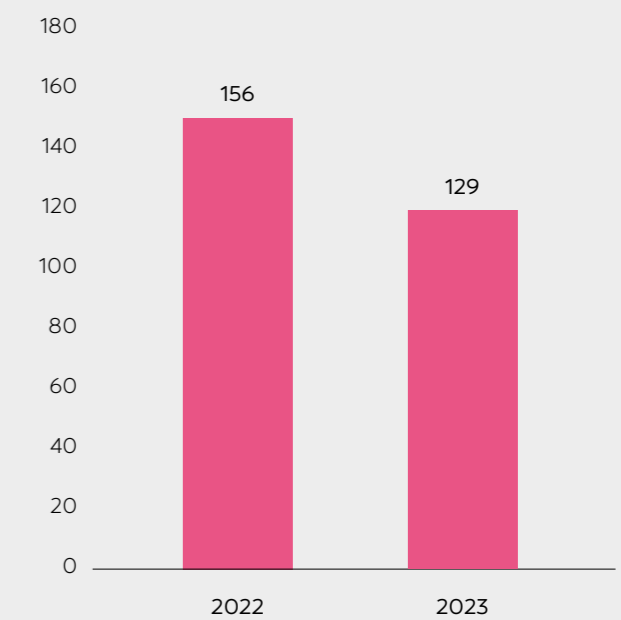
| GRI 302-1 ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE | | U.M. | 2022 | 2023 |
|---|---|-----------|----------------|----------------|
| ENERGIA ELETTRICA | Totale energia elettrica acquistata e consumata | GJ | 104.843 | 102.576 |
| | di cui coperta da Garanzia d'Origine | GJ | 46.275 | 45.972 |
| METANO | Gas naturale per riscaldamento | GJ | 133 | 128 |
| Consumi energetici totali | | GJ | 104.976 | 102.703 |

| GRI 302-3 INTENSITÀ ENERGETICA DEI CONSUMI INTERNI | | U.M. | 2022 | 2023 |
|--|--|-------|---------|---------|
| Totale consumi energetici | | GJ | 104.976 | 102.703 |
| Fatturato | | M€ | 671,0 | 797,2 |
| Intensità energetica | | GJ/M€ | 156 | 129 |

CONSUMI ENERGETICI (GJ)



INTENSITÀ ENERGETICA DEL FATTURATO (GJ/M€)



'IMPRONTA 6.2

CARBONICA E LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE PER LE GENERAZIONI FUTURE

La **rendicontazione delle emissioni di gas serra** è una componente fondamentale per la gestione dell'impatto ambientale delle attività aziendali. Misurare e rendicontare accuratamente le emissioni consente alle aziende di **identificare aree critiche, sviluppare strategie di riduzione delle emissioni efficaci**, contribuendo attivamente al contrasto del cambiamento climatico. Secondo quanto definito dal GHG Protocol, standard di rendicontazione internazionale, **le emissioni di gas serra vengono classificate in tre "Scope" principali:**

EMISSIONI SCOPE 1

Rappresentano le emissioni dirette di gas serra provenienti da fonti che sono di proprietà o controllate dall'azienda; queste includono, ad esempio, le emissioni derivanti dalla combustione di carburanti nei veicoli aziendali, nelle caldaie o nei generatori di proprietà.

EMISSIONI SCOPE 2

Comprendono le emissioni indirette associate all'energia acquistata dall'azienda; queste riguardano principalmente l'elettricità e il riscaldamento acquistati da fornitori esterni.

EMISSIONI SCOPE 3

Corrispondono alle emissioni indirette associate alla catena del valore dell'azienda, sia a monte sia a valle le sue attività dirette (es. approvvigionamenti, trasporto e distribuzione, gestione dei rifiuti, etc.).



2.557 t CO₂eq

EMISSIONI SCOPE 1+2 (MARKET-BASED)



-19%

INTENSITÀ EMISSIVA

PER L'ANNO DI RENDICONTAZIONE CORRENTE, **KIKO HA SCELTO DI QUANTIFICARE LE SUE EMISSIONI SCOPE 1 E 2**, AVVIANDO UN'ANALISI PRELIMINARE DELLE CATEGORIE EMISSIVE SCOPE 3 PIÙ RILEVANTI ALL'INTERNO DEL PROPRIO BUSINESS.

Per il calcolo delle emissioni Scope 2 esistono due approcci distinti, che forniscono due prospettive di rendicontazione differenti:

- **Secondo il metodo Location-Based**, le emissioni Scope 2 vengono calcolate utilizzando i fattori di emissione medi della rete elettrica della nazione di riferimento; così facendo si tiene conto dell'impatto ambientale generale della rete di approvvigionamento locale, senza considerare le specifiche scelte di fornitura dell'azienda.

- Viceversa, **seguendo l'approccio Market-Based**, le emissioni Scope 2 vengono calcolate considerando la quota parte di energia rinnovabile certificata con Garanzia d'Origine derivante dalla scelta di approvvigionamento energetico dell'azienda; questo metodo risulta quindi premiante nei confronti delle forniture "green".

Nel caso di KIKO, **lo Scope 2 è stato calcolato secondo entrambi gli approcci**, ma per valorizzare la scelta aziendale di approvvigionarsi gradualmente di energia 100% rinnovabile, la narrazione verterà sui risultati ottenuti con l'approccio market-based.

Il quadro emissivo risultante per il 2022 e il 2023 ricalca quanto già osservato per i consumi energetici, con **le emissioni Scope 1 (associate al consumo di gas naturale) limitate a meno dell'1% del totale; il 99,7% lo fa lo Scope 2, con le emissioni associate ai consumi energetici di uffici e negozi. Il beneficio derivante dall'acquisto di energia elettrica rinnovabile con Garanzie d'Origine emerge molto chiaramente dal confronto delle emissioni Scope 2 market e location based: nel 2023 le prime ammontano a 2.505 tonnellate di CO₂ equivalente, mentre le seconde corrispondono a più del doppio.** L'estensione della fornitura 100% rinnovabile a livello global garantirà una progressiva riduzione delle emissioni associate, fino a raggiungerne l'azzeramento.





COMPLESSIVAMENTE, COME PER I CONSUMI ENERGETICI, **TRA IL 2022 E IL 2023 IL TOTALE DELLE EMISSIONI SCOPE 1 E 2 HA VISTO UNA LIEVE RIDUZIONE, PARI AL 4%, MENTRE L'INTENSITÀ EMISSIVA SUL FATTURATO REGISTRA UNA DIMINUIZIONE PIÙ RILEVANTE, CORRISPONDENTE AD UN -19%.**

In linea generale, le considerazioni fatte sulla qualità e l'accuratezza dei dati energetici si ripercuotono anche sulle stime emissive correlate; la sistematizzazione delle informazioni che KIKO intende garantire per i propri dati ambientali garantirà, a cascata, un miglioramento della qualità del proprio inventario emissivo, permettendo delle valutazioni più mirate sugli interventi di riduzione e compensazione da pianificare nel tempo.

NOTA ALLA TABELLA

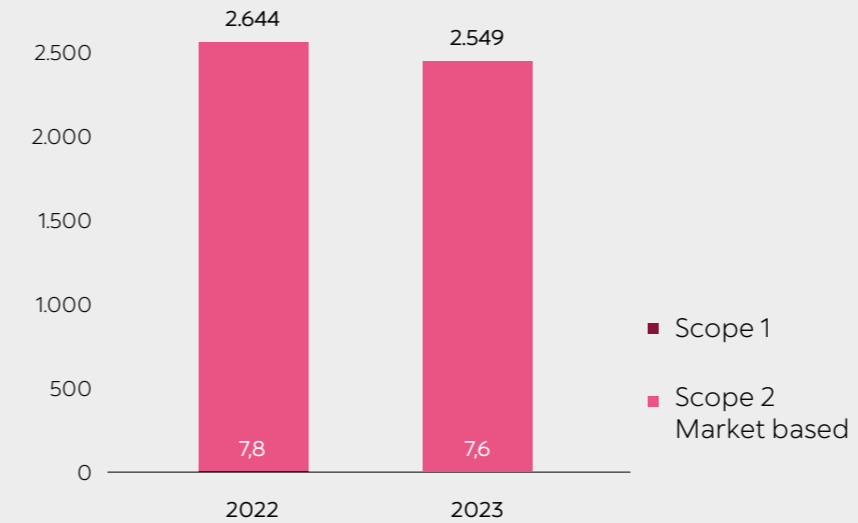
Le emissioni Scope 2 sono state calcolate utilizzando i fattori di emissione dell'International Energy Agency (IEA, Emission Factors for Energy 2022).

| GRI 305-4 INTENSITÀ EMISSIVA | U.M. | 2022 | 2023 |
|---|-----------------------------|----------|------------|
| Fatturato | € | 671.017 | 797.187 |
| Intensità Scope 1+2 Market based | g CO₂eq/€ | 4 | 3,2 |

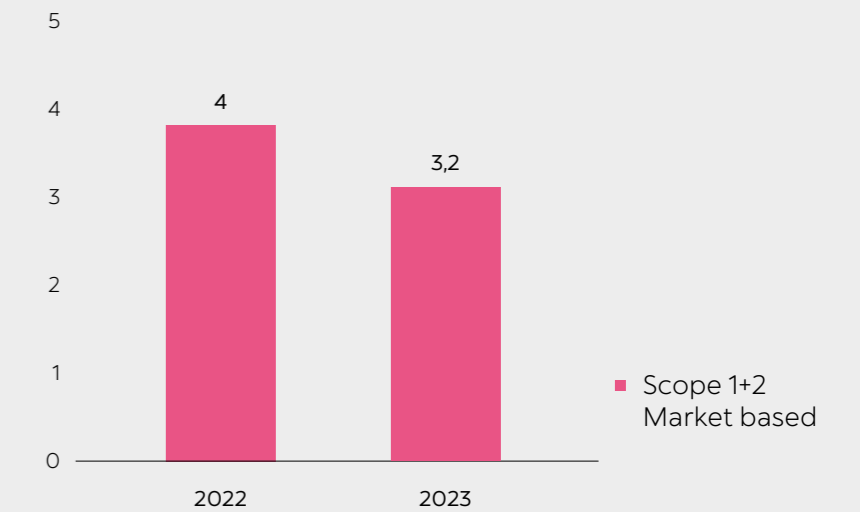
GRI 305 | EMISSIONI

| | U.M. | 2022 | 2023 |
|--|---------------------------|--------------|--------------|
| GRI 305-1 Emissioni dirette Scope 1 | | | |
| Metano | t CO ₂ eq | 7,8 | 7,6 |
| Totale Scope 1 | t CO ₂ eq | 7,8 | 7,6 |
| GRI 305-2 Emissioni indirette Scope 2 | | | |
| Da energia elettrica acquistata – Location based | t CO ₂ eq | 6.884 | 6.692 |
| Da energia elettrica acquistata – Market based | t CO ₂ eq | 2.644 | 2.549 |
| Totale Scope 1 + Scope 2 Location based | t CO₂eq | 6.892 | 6.700 |
| Totale Scope 1 + Scope 2 Market based | t CO₂eq | 2.652 | 2.557 |

EMISSIONI SCOPE 1 E SCOPE 2 MARKET BASED (tCO₂eq)



INTENSITÀ EMISSIVA DEL FATTURATO (kgCO₂eq/K€)



A GESTIONE

EFFICIENTE DEI RIFIUTI PER RIDURRE GLI SCARTI

6.3

Nel contesto della sostenibilità ambientale, **la gestione dei rifiuti rappresenta uno degli elementi cruciali per minimizzare l'impatto ecologico delle attività quotidiane.** L'impegno di KIKO è sempre più rivolto alle pratiche di economia circolare e mira non solo a ridurre la quantità di rifiuti destinati alle discariche, ma anche a **valorizzare le risorse attraverso il recupero e il riciclo**, contribuendo così alla salvaguardia dell'ambiente e al benessere delle comunità.

Data la natura delle operazioni svolte dall'organizzazione e dalla tipologia di sedi rientranti all'interno del perimetro di rendicontazione (uffici e stores), non esiste un obbligo normativo per il monitoraggio dei dati in materia di rifiuti. Infatti, **la gran parte dei rifiuti prodotti è assimilabile agli urbani e soggetta alla raccolta delle municipalizzate locali**, pertanto esula dai requisiti di tracciabilità e trasparenza applicati a livello nazionale.

Il quadro si amplia ulteriormente considerando la dimensione globale dell'azienda, le cui sedi sono localizzate in paesi con regolamentazioni meno stringenti sul fronte rifiuti, il che rende il collettamento delle informazioni parziale e frammentato.

LA FORZA DEL RECUPERO

La sede di Parigi rappresenta un esempio virtuoso per la gestione rifiuti in KIKO, in quanto, in collaborazione con l'azienda coinvolta nelle operazioni di raccolta e conferimento, **la totalità dei rifiuti prodotti viene destinata ad operazioni di recupero**¹. Nel corso del 2022 e del 2023, tale iniziativa ha permesso di **riciclare 387 kg di carta e 18 kg di toner**, con un **risparmio complessivo di circa 74 kg di CO₂**².

¹ Classificate con codice R5.

² Dato comunicato dall'azienda Le Joyeux Recycleurs nei report forniti a KIKO.

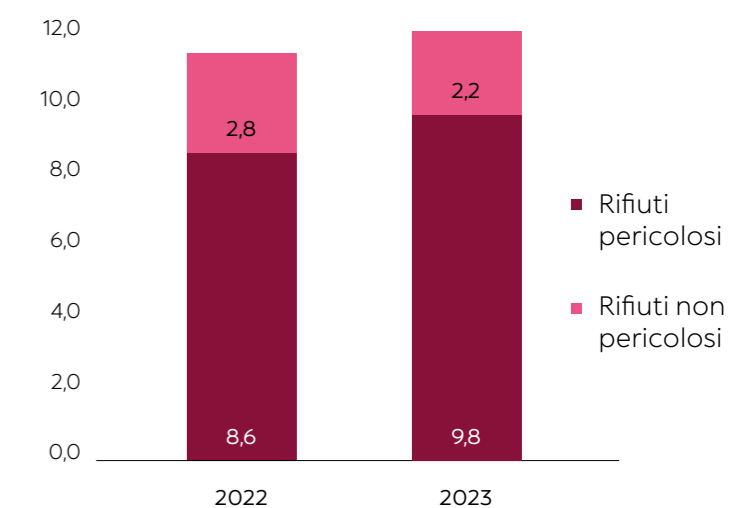


I dati di seguito riportati fanno dunque riferimento alle informazioni disponibili unicamente per gli uffici di Bergamo e gli stores del perimetro italiano.

Come prevedibile dalla natura del business di KIKO, **i principali flussi di rifiuti tracciati corrispondono a quelli generati dagli stores**, con un contributo sul totale **pari al 98% nel 2023**. La grande maggioranza dei rifiuti prodotti è rappresentata dai **prodotti fuori specifica o invenduti**, individuati come categoria di rifiuti pericolosi, **che nel 2023 rappresentano l'81% del totale**. Ad oggi, nella normale pratica industriale, questa tipologia di rifiuti viene **destinata principalmente ad operazioni di smaltimento, con una quota associata pari al 79% nel 2023**. Ad ogni modo, tra il 2022 e il 2023, non si registrano crescite significative nei flussi totali di rifiuti prodotti, con un valore complessivo limitato ad un +5%.

In conclusione, anche sul fronte gestione rifiuti è intenzione dell'azienda procedere allo sviluppo di policy e procedure dedicate, che permettano un monitoraggio dei dati più completo e omogeneo su tutto il perimetro di rendicontazione.

RIFIUTI (tonnellate)



NOTA ALLA TABELLA

Dati riferiti unicamente agli uffici di Bergamo e agli stores presenti sul territorio nazionale.

GRI 306-4 | RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO

RIFIUTI PERICOLOSI

| | U.M. | 2022 | | | 2023 | | |
|--------------------------------|----------|----------|--------------|------------|----------|--------------|------------|
| | | IN LOCO | SITO ESTERNO | TOTALE | IN LOCO | SITO ESTERNO | TOTALE |
| Preparazione per il riutilizzo | t | 0 | 1,9 | 1,9 | 0 | 1,7 | 1,7 |
| Riciclo | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Altre operazioni di recupero | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Totale | t | 0 | 1,9 | 1,9 | 0 | 1,7 | 1,7 |

RIFIUTI NON PERICOLOSI

| | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| Preparazione per il riutilizzo | t | 0 | 1,6 | 1,6 | 0 | 0,8 | 0,8 |
| Riciclo | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Altre operazioni di recupero | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Totale | t | 0 | 1,6 | 1,6 | 0 | 0,8 | 0,8 |

GRI 306-3 | RIFIUTI PER COMPOSIZIONE

| | U.M. | 2022 | 2023 |
|------------------------|----------|-------------|-------------|
| Rifiuti pericolosi | t | 8,6 | 9,8 |
| Rifiuti non pericolosi | t | 2,8 | 2,2 |
| Totale | t | 11,4 | 12,0 |

GRI 306-5 | RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO

RIFIUTI PERICOLOSI

| | U.M. | 2022 | | | 2023 | | |
|---|----------|----------|--------------|------------|----------|--------------|------------|
| | | IN LOCO | SITO ESTERNO | TOTALE | IN LOCO | SITO ESTERNO | TOTALE |
| Preparazione per lo smaltimento | t | 0 | 6,7 | 6,7 | 0 | 6,7 | 6,7 |
| Incenerimento con recupero di energia | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Incenerimento senza recupero di energia | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Conferimento in discarica | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Altre operazioni di smaltimento | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Totale | t | 0 | 6,7 | 6,7 | 0 | 6,7 | 6,7 |

RIFIUTI NON PERICOLOSI

| | | | | | | | |
|---|----------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| Preparazione per lo smaltimento | t | 0 | 1,2 | 1,2 | 0 | 1,2 | 1,2 |
| Incenerimento con recupero di energia | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Incenerimento senza recupero di energia | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Conferimento in discarica | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Altre operazioni di smaltimento | t | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Totale | t | 0 | 1,2 | 1,2 | 0 | 1,2 | 1,2 |

A VALORIZZAZIONE 6.4

DELLE MATERIE PRIME SOSTENIBILI

KIKO è ben consapevole che **non è sufficiente garantire l'origine naturale delle materie prime affinché possano essere definite sostenibili**. Oltre alla provenienza dei materiali, è infatti necessario tenere in considerazione **i processi di approvvigionamento, estrazione e lavorazione**, garantendo buone pratiche a impatto ridotto sugli equilibri degli ecosistemi e sulle comunità locali.

È alla luce di questa consapevolezza che, all'interno di KIKO, è stata plasmata una definizione di materie prime sostenibili che tiene in considerazione il concetto di "impatto" esteso dalla sfera ambientale a quella sociale.

I materiali oggetto di fornitura sono definiti "sostenibili" se e solo se:

- sono prodotti, coltivati o ottenuti attraverso **una filiera di approvvigionamento che riduce il consumo di risorse naturali e gli impatti ambientali** diretti e indiretti sugli ecosistemi;
- **mirano a migliorare l'impatto sociale**, ad esempio attraverso l'esclusione di materiali OGM e ingredienti potenzialmente rischiosi per la salute del Pianeta e dell'uomo, **garantendo l'assenza di lavoro minorile** su tutta la catena di fornitura.



OLIO DI PALMA

UTILIZZATO SOLO SE CERTIFICATO RSPO (ROUNDTABLE ON SUSTAINABLE PALM OIL)



35% IN MEDIA

DI INGREDIENTI SOSTENIBILI IN TUTTE LE NUOVE FORMULAZIONI



100% DEI PRODOTTI

PERMANENTI È PRIVO DI MICROSFERE DI PLASTICA SOLIDA



100% DEI PRODOTTI

NUOVI SONO PRIVI DI SOSTANZE PREOCCUPANTI (SVHC) PER LA SALUTE DELL'UOMO E DEGLI ECOSISTEMI

All'interno delle sue Quality Guidelines, **KIKO richiede ai suoi fornitori che le nuove formulazioni siano prive delle sostanze vietate raccolte nella propria Blacklist e che contengano una quota minima di ingredienti sostenibili pari al 30%**.

Nel 2023, tale requisito è stato largamente soddisfatto, **con una media del 35% di ingredienti sostenibili** presenti in tutte le nuove formulazioni; l'obiettivo per il 2030 vede questa percentuale salire fino al 60%.

LO SAPEVI CHE?

I **PFAS** sono **sostanze perfluoroalchiliche contenute negli oggetti di utilizzo quotidiano**, dalle stoviglie antiaderenti agli imballaggi idrorepellenti, che negli ultimi anni sono state oggetto di indagine per i loro effetti sulla salute e sull'ambiente. Ad oggi, gli studi di impatto dei PFAS stanno approfondendo i **potenziali effetti negativi sull'atmosfera** (nello specifico, sullo strato di ozono) **e nell'uomo**, che li ingerisce per bioaccumulo nei vegetali e nelle risorse idriche, con potenziali conseguenze sugli organi interni (come fegato e tiroide).



INIZIATIVE 6.5 DI ECONOMIA CIRCOLARE PER LA GESTIONE DEL PACKAGING

In KIKO, **circularità significa** massimizzare la vita utile dei beni, quindi **riciclare e riutilizzare i materiali per creare nuovi prodotti**, contribuendo a ridurre l'uso delle risorse naturali e l'impatto ambientale derivante. Per questo motivo, **gli imballaggi di KIKO prediligono l'utilizzo di materiali omogenei, riciclabili o riciclati, dotati di certificazioni di sostenibilità**. Un percorso intrapreso già a partire dal 2015, che ha visto l'azienda **introdurre importanti iniziative**:

SOSTITUIRE LA CARTA BIANCA CON CARTA KRAFT
proveniente da foreste gestite responsabilmente per tutti gli imballaggi secondari.

INCREMENTARE COSTANTEMENTE L'UTILIZZO DI BIOPOLIMERI
(es. di zucchero o PLA) in sostituzione alla plastica vergine.

ELIMINARE I FOGLIETTI ILLUSTRATIVI
da tutte le confezioni per ridurre i consumi di carta.

ELIMINARE LE CHIUSURE MAGNETICHE
sostituendole con quelle a pressione, promuovendo imballaggi monomateriale, più facilmente riciclabili.

RIMPIAZZARE LE PELLICOLE METALLICHE
con stampe off-set, meno inquinanti.

RIMUOVERE I TAPPI SECONDARI
da tutti gli smalti per ridurre il contenuto di plastica.

INCREMENTARE LA PERCENTUALE DI PLASTICA PCR
(Post Consumer Recycled) in tutti i nuovi prodotti.

ELIMINARE LA PLASTICA DALLE SPEDIZIONI DIRETTE
e-commerce worldwide.

Ogni iniziativa di sostenibilità in KIKO è costruita da un lato sulla base di un crescente senso di responsabilità aziendale, dall'altro a seguito dell'attenzione di un mercato sempre più consapevole e consumatori sempre più attenti all'impatto del proprio stile di vita e delle proprie scelte di acquisto.

Per questo motivo, **i Clienti di KIKO rimangono tra le principali fonti di ispirazione aziendale**, ed i canali di ascolto e feedback sono sempre attivi e aperti in ottica di continuo miglioramento.



100%
% DI IMBALLAGGI IN CARTA CERTIFICATA CON PROVENIENZA DA FORESTE GESTITE RESPONSABILMENTE





A COMMUNITY 7 AZIENDALE DI KIKO

Nel corso degli anni, KIKO è riuscita ad intessere, con i propri dipendenti, un rapporto di reciproca fiducia basato sulla condivisione di valori comuni e sulla partecipazione attiva di ogni individuo al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Proprio come accade in una community, infatti, ciò che contraddistingue i dipendenti di KIKO in tutto il mondo è l'adesione ad un sistema valoriale condiviso, in cui ciascun individuo può riconoscersi.

La capacità di coinvolgere i propri dipendenti nella costruzione di valori comuni è senza alcun dubbio un punto di forza di KIKO che ha saputo porre le proprie persone al centro della strategia di crescita, rendendole protagoniste della vision e della mission aziendali.



E PERSONE 7.1

AL CENTRO DELLA STRATEGIA DI CRESCITA AZIENDALE

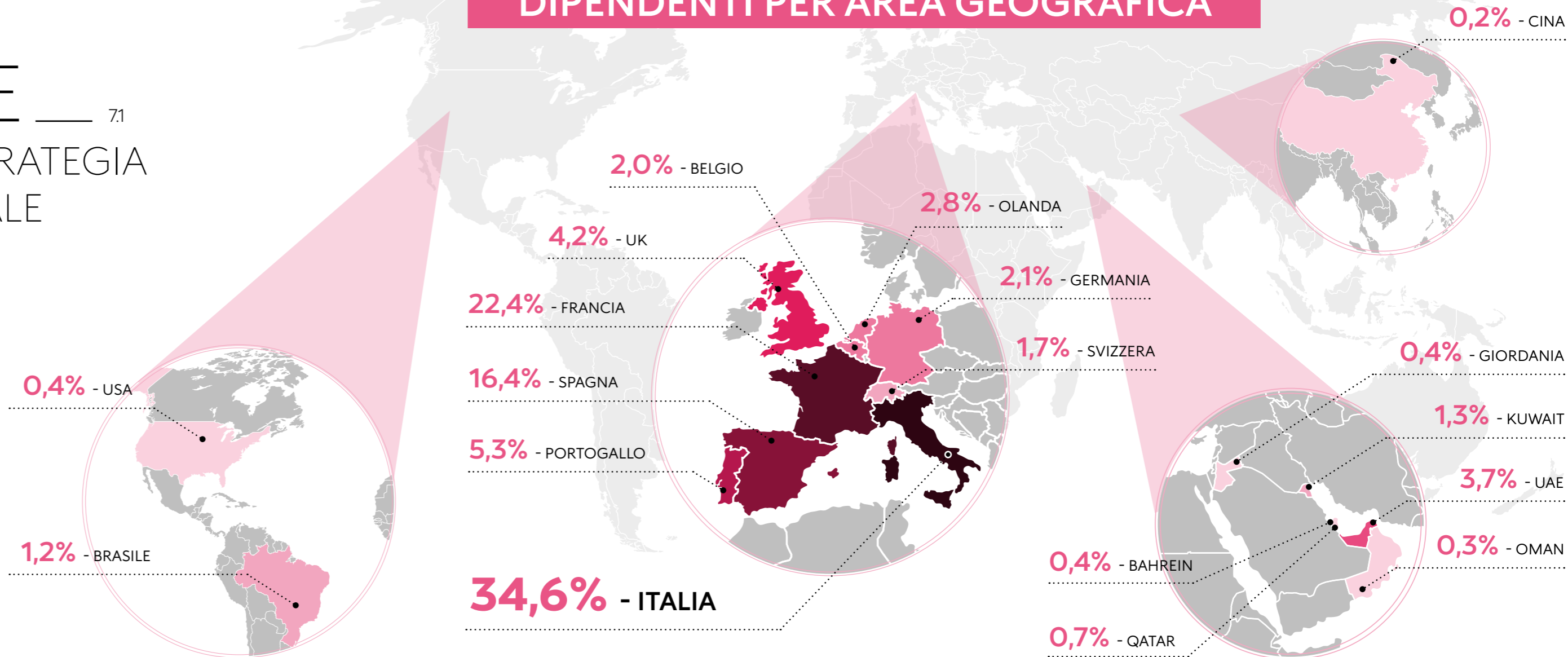
Nel corso del 2023, **KIKO ha raggiunto i 7.269 dipendenti, con un aumento del 4% circa** rispetto al 2022. Tale variazione di organico, riferita sia al perimetro Retail e sia al personale di sede, è legata al rafforzamento della struttura per sostenere i progetti di sviluppo del business.



7.269

NUMERO DI DIPENDENTI

DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA





BENESSERE 7.2

INDIVIDUALE E CRESCITA PROFESSIONALE

In KIKO, la **gestione delle risorse umane è guidata dalla volontà di coniugare il benessere individuale e la crescita professionale di ciascuna risorsa**, in linea con le aspirazioni e le esigenze di ognuno.

Per questo motivo, sin dal momento dell'assunzione, ciascun dipendente è inserito all'interno di **un percorso di crescita ad hoc, fondato su 3 pilastri:**

- **Accompagnare e supportare il dipendente in tutte le fasi del percorso lavorativo**, a partire dall'onboarding, affinché possa sperimentare un'esperienza lavorativa coinvolgente che lo vede al centro di un progetto coerente di crescita e sviluppo
- **Promuovere la cultura del feedback reciproco e costruttivo**, al fine di alimentare solide relazioni volte a raggiungere insieme il risultato
- **Costruire un percorso di crescita su misura**, volto alla valorizzazione del potenziale di ognuno e al raggiungimento degli obiettivi individuali e aziendali.



33.219 ORE
DI FORMAZIONE EROGATE



5 ORE MEDIE
DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE

Nel quadro descritto, il benessere dei dipendenti rappresenta la condizione fondamentale affinché il percorso di crescita possa realizzarsi. Per questo motivo, **KIKO ha condotto una serie di iniziative volte a consolidare la cultura del benessere in azienda e favorire l'equilibrio vita privata-lavoro**. In primo luogo, l'azienda garantisce ai propri dipendenti degli uffici **una politica di smartworking flessibile** che comprende la possibilità, per i neogenitori, di richiedere un'estensione del numero dei giorni di lavoro da remoto.

Tutti i dipendenti italiani hanno inoltre accesso ad un pacchetto di welfare aziendale volto ad agevolare l'acquisto di beni e servizi di varia natura con scontistiche dedicate. Parallelamente, i dipendenti hanno accesso **ad un fondo sanitario integrativo** per la realizzazione di screening e visite mediche a prezzi agevolati e in tempistiche ridotte.

Infine, con l'obiettivo di diffondere la cultura della prevenzione, **in collaborazione con Fondazione Umberto Veronesi, KIKO ha organizzato a livello headquarter incontri formativi volti a sensibilizzare i dipendenti**. In ambito di welfare, inoltre, ciascuna società del Gruppo KIKO può scegliere di attivare dei pacchetti e delle **iniziative ad hoc**, in linea con le specifiche esigenze sociali e culturali dei dipendenti presenti nelle varie aree del mondo.

UN ESEMPIO VIRTUOSO È **KIKO UK** CHE HA RESO DISPONIBILE A TUTTI I PROPRI DIPENDENTI **"YULIFE"**: UN'APP DI **EMPLOYEES ENGAGEMENT** FOCALIZZATA **SULLE TEMATICHE DELLA SICUREZZA E DEL BENESSERE**.



Dal 2020, grazie alla collaborazione con “Crescere Insieme”, l'azienda ha avviato un ciclo di incontri su tematiche legate al benessere della persona. Inoltre, l'obiettivo del prossimo triennio è quello di rafforzare tale filone formativo, attraverso focus tematici in materia di benessere mentale, fisico ed emotivo.

Il benessere dei dipendenti è parte integrante dell'ambizioso programma di formazione che KIKO ha pensato per le proprie risorse.

Attraverso la piattaforma BeKIKO Learning Hub (LH), l'azienda mette a disposizione dei dipendenti percorsi di formazione di alta qualità, customizzati sulla base del ruolo e della posizione ricoperta e fruibili in modalità e-learning.

Al fine di garantire pari diritti e crescita a tutti i dipendenti, i contenuti della piattaforma sono rivolti all'intera popolazione aziendale: ai collaboratori del Retail, a quelli dell'Headquarter e delle filiali.

A partire dal 2023 è stato implementato un “Percorso di apprendimento sulla cultura dei dati”, volto a creare una cultura aziendale comune in materia di gestione del dato.

L'obiettivo dell'intera offerta formativa è quello di favorire la crescita in competenze delle persone, siano essere tecniche «hard skills» o «soft» e manageriali.

A conferma di ciò, a partire dal 2023, la piattaforma BeKIKO LH ha accolto il programma “Boost”: un percorso di formazione sul benessere e la gestione del cambiamento. Il programma affronta, attraverso contenuti dedicati, le 4 dimensioni del benessere individuale: fisica, mentale, emotiva e motivazionale e mira a fornire ai partecipanti strumenti concreti per gestire proattivamente il cambiamento a livello personale e lavorativo, realizzando a pieno il proprio potenziale.



L'importanza attribuita alla formazione individuale è confermata dai dati evidenziati nella tabella, relativi alle ore di formazione erogate nel corso del 2023 suddivise per categoria di dipendenti e tipologia di corso fruito. In particolare, **la maggioranza delle ore di formazione è rivolta alla categoria degli impiegati in cui rientra la totalità dei dipendenti degli stores**. Il personale presente nei negozi KIKO, infatti, riceve una formazione tecnica specifica in merito a tematiche caratterizzanti del business aziendale a livello retail.

Data la grande attenzione aziendale verso la crescita delle proprie persone, **il 21% delle ore di formazione erogate riguardano aspetti legati alle soft skills e all'acquisizione di competenze manageriali**. I dipendenti, inoltre, ricevono formazioni specifiche in materia di sicurezza sia a livello di stores che di uffici. Inoltre, nel 2023, 4.278 dipendenti hanno partecipato al corso di formazione sul Codice Etico, per un totale di 1.283 ore (il 4% delle ore di formazione complessive). Nel corso del 2023 **ogni dipendente di KIKO ha ricevuto mediamente 5 ore di formazione**.

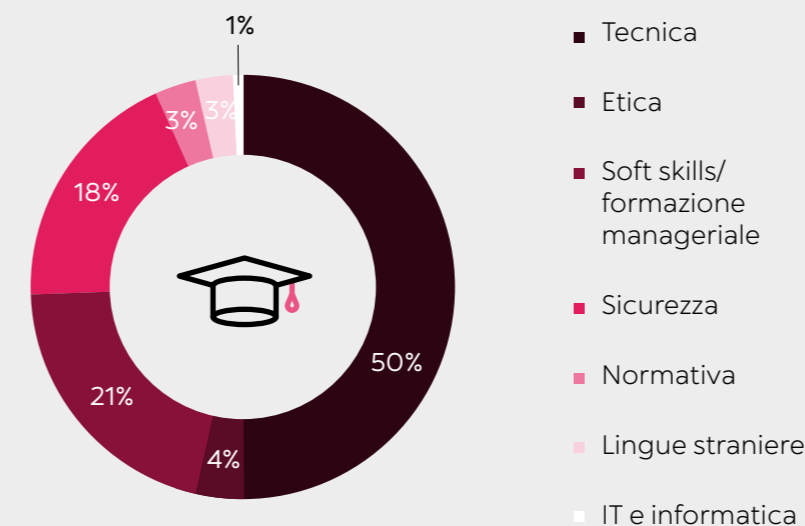


GRI 404-1 | ORE DI FORMAZIONE ANNUA PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE 2023

| | |
|------------------------------|---------------|
| Totale dei dipendenti | 33.219 |
| Donna | 29.940 |
| Uomo | 3.279 |
| Dirigenti | 357 |
| Donna | 135 |
| Uomo | 222 |
| Quadri | 7.034 |
| Donna | 6.274 |
| Uomo | 760 |
| Impiegati | 25.828 |
| Donna | 23.531 |
| Uomo | 2.297 |

CON L'OBIETTIVO DI ACCOMPAGNARE LE PROPRIE PERSONE IN UN PERCORSO DI CRESCITA COERENTE E PROGRESSIVO, KIKO HA STRUTTURATO UN PROCESSO INTERNO DI GESTIONE DELLE PERFORMANCE. TALE PROCESSO PREVEDE TRE TOUCHPOINT FONDAMENTALI NEL CORSO DELL'ANNO.

FORMAZIONE EROGATA NEL 2023



Il primo è quello della definizione degli obiettivi individuali SMART, in cui vengono definiti i target di ciascuna risorsa sulla base del ruolo ricoperto e delle aspirazioni del dipendente in linea con gli obiettivi aziendali.

Il secondo step è quello della Revisione di Metà Anno, in cui viene valutato l'avanzamento degli obiettivi stabiliti così da individuare eventuali aree di miglioramento e, laddove necessario, ridefinire le performance attese.

Infine, **il processo si conclude con la Conversazione di Fine Anno**, un momento di feedback reciproco, fondamentale per lo sviluppo della carriera delle persone, volto al riconoscimento dei risultati con l'obiettivo di identificare aree di miglioramento, promuovere l'apprendimento continuo e pianificare le opportunità future di crescita.

Il processo di Gestione delle Performance, garantisce che i dipendenti, nel corso della loro esperienza in azienda, siano accompagnati in un percorso di crescita e sviluppo continuo, volto a valorizzare appieno il potenziale di ciascuno.

Con l'obiettivo di coinvolgere i propri dipendenti non soltanto in percorsi di crescita personali ma anche nella costruzione di obiettivi aziendali comuni, KIKO prevede degli incontri mensili e annuali di condivisione delle scelte strategiche aziendali e dei progetti futuri. Questo è il caso dell'**HQ Connect, evento con cadenza mensile, guidato dal CEO e volto ad allineare i dipendenti dell'Headquarter sui risultati e sulle priorità strategiche future**. Annualmente si tiene invece lo **Strategic Deployment Meeting (SDM)**, incontro che coinvolge Senior Leader e principali stakeholder a livello globale, per condividere le progettualità in programmazione.

A SICUREZZA _____ 7.3 DELLE NOSTRE PERSONE

In linea con i principi aziendali, **il benessere psico-fisico delle proprie persone rappresenta, per KIKO, una priorità assoluta.** Con l'obiettivo di definire delle linee guida globali e regolare divieti e doveri in materia di salute e sicurezza, **KIKO ha redatto una politica condivisa: "Rispettare le Persone: Salute e Sicurezza sul Lavoro"**. Considerate le specificità normative di ciascun Paese, la policy rappresenta un punto di partenza, eventualmente da integrare con regole e procedure aggiuntive, in conformità alle leggi e ai regolamenti nazionali.

Per garantire la tutela della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro, KIKO segue un duplice approccio strategico: in primo luogo **adottando misure e procedure in linea con la normativa vigente** a livello nazionale e **alimentando una cultura della sicurezza** in cui ciascun dipendente si senta coinvolto e direttamente responsabile delle proprie azioni, volte a garantire la propria incolumità e quella degli altri.

IL DECRETO 81/08 E I PRESIDI DI SICUREZZA IN ITALIA

Secondo quanto stabilito dal Decreto 81/08, **KIKO ha redatto un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)** in cui vengono documentati pericoli e rischi legati all'attività lavorativa, inclusi quelli che interessano i dipendenti di aziende esterne, i clienti e i visitatori. Il documento è redatto **dal Datore di Lavoro e dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), con la collaborazione del Medico Competente e dei Rappresentanti dei Lavoratori (RLS).** L'azienda ha inoltre predisposto un "Organigramma della Sicurezza e Salute del Lavoro" per identificare le figure responsabili della supervisione e gestione della salute e sicurezza. In assenza di cambiamenti sostanziali che richiedano una revisione dei rischi e delle misure ad essi associate, la valutazione dei rischi viene aggiornata annualmente.

Con l'obiettivo di prevenire e minimizzare il rischio di infortunio, KIKO mette a disposizione dei propri dipendenti servizi di medicina del lavoro. In particolare, per i dipendenti che operano a livello di uffici **è prevista la visita di sorveglianza sanitaria periodica** svolta da medico competente. I dipendenti degli stores hanno la possibilità di interpellare il medico competente e richiedere una visita ogni qualvolta lo ritengano necessario.

Nei negozi, la responsabilità di applicare le norme di sicurezza e di segnalare eventuali miglioramenti necessari è in capo allo Store Manager, supportato dall'Area Manager. In linea generale, date le caratteristiche del business di KIKO, **le analisi condotte hanno evidenziato un rischio molto basso di lesioni o insorgenza di malattie professionali.** In caso di infortuni, questi ultimi vengono indagati dal dipartimento HSE e HR analizzando le cause e definendo così le opportune azioni correttive affinché gli episodi non si ripetano. Inoltre, al fine di verificare l'adeguata implementazione delle norme in materia di salute e sicurezza, gli store sono periodicamente oggetto di audit interni da parte di HSE e Area Manager e da consulenti esterni.



La sicurezza è un criterio fondamentale anche nella selezione dei fornitori, manutentori esterni e ditte in appalto all'azienda. Ogni qualvolta viene instaurato un nuovo rapporto commerciale con un soggetto terzo, **KIKO richiede la firma del Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI)** volto ad identificare pericoli potenziali derivanti dall'interazione fra le attività delle imprese terze o dei lavoratori autonomi e quelle del personale KIKO, e definiscono le misure di coordinamento necessarie per garantire la salute e la sicurezza dei lavoratori.

I dipendenti sono incoraggiati a segnalare qualsiasi tipologia di situazione a rischio riferendo direttamente agli Store Manager e Area Manager, nel caso in cui siano operativi negli store, o inviando una comunicazione diretta al referente per la salute e la sicurezza qualora siano impiegati a livello di sede centrale. Per favorire l'engagement dei dipendenti, l'azienda ha attivato una serie di misure atte a sensibilizzare la popolazione sui rischi legati alla mancata sicurezza sul luogo di lavoro, ciò attraverso **una capillare strategia di formazione e informazione.**

In particolare: al momento dell'assunzione, **ciascun dipendente è sottoposto a formazione generale e specifica sulla salute e sicurezza in modalità e-learning**, lo stesso percorso formativo deve essere ripetuto ogni cinque anni. A tali corsi previsti dalla legge vigente, **KIKO ha aggiunto, nel 2023, una formazione specifica sui rischi legati alla qualità dell'aria nei luoghi di lavoro e ai rischi correlati allo svolgimento della propria operatività in locali interrati.** Per alcuni dipendenti, coinvolti nella gestione delle emergenze, **è inoltre prevista una formazione ad hoc in materia di Primo Soccorso e Antincendio.**



VIENE RIPORTATO IL NUMERO DI INFORTUNI RELATIVO AL BIENNIO CONSIDERATO:

| GRI 403-9 NUMERO DI INFORTUNI CHE HANNO COINVOLTO LAVORATORI DIPENDENTI E NON | U.M. | 2022 | 2023 |
|---|----------|------------|------------|
| Numero totale di infortuni registrabili | n | 164 | 216 |
| Di cui occorsi ai dipendenti | n | 164 | 216 |
| Di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti | n | 0 | 0 |

COINVOLGIMENTO E PRESIDIO

Nel 2024 è previsto l'avvio di **due nuovi corsi in materia di sicurezza**: il primo relativo alla **guida sicura** e, il secondo, dedicato ai dipendenti dei negozi, focalizzato sulla **gestione delle aggressioni all'interno degli store.**

Annualmente, viene inoltre indetta una riunione alla quale partecipano Datore di Lavoro, RSPP, Medico Competente, RLS e eventuali altre figure interessate per monitorare l'andamento degli infortuni, la qualità della formazione in materia di salute e sicurezza e l'eventuale aggiornamento del DVR. A partire dal 2024, verrà implementata una sessione di HSE Review che vedrà coinvolti, Country Director e Retail Director, con l'obiettivo di **creare un canale di comunicazione e coordinamento permanente sui temi della salute e della sicurezza.**

Infine, per garantire una piena integrazione delle progettualità aziendali sopra descritte, KIKO ha introdotto nel 2023 un nuovo gestionale aziendale sulla sicurezza: **Zucchetti Safety**, all'interno del quale confluiranno tutte le iniziative in materia di HSE.





IL NOSTRO

IMPEGNO: CELEBRARE LA DIVERSITÀ OGNI GIORNO

Il rispetto dei diritti di ogni individuo, indipendentemente da etnia, cultura, genere, età, credo, orientamento sessuale, nazionalità, religione e opinioni, rappresenta il cardine della relazione fra KIKO e i propri dipendenti. Per questo motivo, **l'azienda è attivamente impegnata nella creazione di un contesto lavorativo in cui la diversità sia un valore da celebrare ogni giorno**, attraverso logiche di inclusione a tutti i livelli aziendali.

Tali valori si riflettono direttamente sulla popolazione aziendale in cui **le donne rappresentano il 94% del totale dei dipendenti**. Inoltre, con **un'età media dei dipendenti pari a 32 anni e oltre il 60% della popolazione aziendale con età compresa tra i 20 e i 30 anni** KIKO si conferma un'azienda capace di valorizzare le giovani risorse, agevolandone l'accesso al mercato del lavoro.

Con l'obiettivo di formalizzare il proprio impegno nella lotta ad ogni forma di discriminazione, **KIKO ha redatto la Politica di Rispetto, Dignità e Trattamento Equo**. Il documento, insieme al Codice Etico, detta le linee guida aziendali in materia di tutela di uguaglianza, meritocrazia e trasparenza e deve essere condiviso e seguito dall'intera popolazione aziendale KIKO a livello globale.



94%
DI DIPENDENTI DONNA



60%
DI DIPENDENTI UNDER 30



32 ANNI
ETÀ MEDIA DEI DIPENDENTI



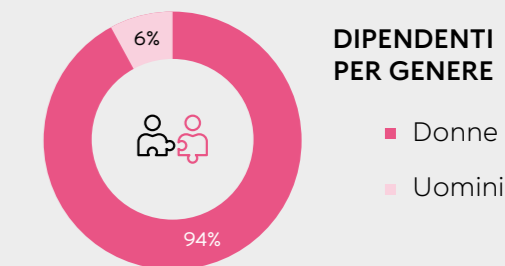
116 DIPENDENTI
APPARTENENTI A
CATEGORIE PROTETTE

Inoltre, consapevole dell'importanza della costruzione di una cultura comune sui temi della diversità e inclusione, **KIKO ha attivato una sessione formativa ad hoc, "Inclusive Mindset"**, rivolta a tutti i dipendenti e finalizzata a promuovere il concetto di diversità come valore positivo e fonte di crescita comune. Gli impegni descritti trovano conferma nella scelta di **garantire 116 posti di lavoro a persone fragili** che rientrano nelle categorie protette.

Attraverso il Codice di Condotta per i Partner Commerciali che verrà pubblicato nel corso del 2024, **l'azienda si impegna affinché i principi di tutela della diversità e lotta alla discriminazione vengano rispettati** non soltanto all'interno del perimetro aziendale ma **a tutti i livelli della catena del valore**. In ottica futura, inoltre, KIKO ha improntato un ambizioso programma di iniziative volte a favorire l'inclusione e il benessere di tutti i dipendenti. Fra queste, creare un calendario aziendale inclusivo che si adatti alle festività e alle ricorrenze dell'eterogenea popolazione aziendale. Inoltre, è in previsione l'attivazione di una rete di supporto psicologico con l'obiettivo di garantire uno spazio di ascolto e confronto a tutti i dipendenti.

| GRI 405-1 CATEGORIE PROTETTE | 2022 | 2023 |
|--------------------------------|------------|------------|
| Donna | 114 | 114 |
| Uomo | 3 | 2 |
| Totale | 117 | 116 |

| GRI 405-1 DIPENDENTI PER ANZIANITÀ | 2022 | 2023 |
|--------------------------------------|------|------|
| Età media occupati | 33 | 32 |
| Anzianità media di servizio | 6 | 5 |





'INTERAZIONE — 8

RESPONSABILE CON
LA CATENA DEL VALORE

Generare un impatto positivo per i propri stakeholder rappresenta, per KIKO, uno dei valori cardine dell'operato aziendale. Attraverso la propria mission, **l'azienda mira infatti a promuovere una trasformazione positiva in termini ambientali, sociali ed economici**, favorendo la diffusione del concetto di bellezza universale di cui è fautrice.

Tale trasformazione, nell'ottica aziendale, coinvolge non soltanto l'insieme dei clienti, ma anche tutti gli attori che operano lungo la catena del valore dell'azienda.

Nel corso del capitolo saranno affrontate e dettagliate le strategie aziendali con cui **KIKO ha scelto di farsi promotrice di un cambiamento positivo relazionandosi con i propri fornitori, con i clienti e con l'intera comunità.**



L PRESIDIO 8.1

DELLA CATENA DI FORNITURA

Per KIKO, il controllo e la gestione della catena di fornitura rappresentano elementi di fondamentale importanza per la stabilità del business aziendale. Agendo a valle della supply chain, infatti, il monitoraggio delle performance dei propri fornitori è indispensabile al fine di garantire la qualità dei prodotti KIKO e la soddisfazione dei clienti.

Con l'obiettivo di coinvolgere l'intera catena di fornitura nel percorso ESG intrapreso, KIKO ha scelto di valutare i propri fornitori non soltanto sulla base di standard tecnici ma anche sulle loro performance di sostenibilità. Tale decisione è perfettamente in linea con l'obiettivo aziendale di mitigare l'impatto generato a monte e a valle della supply chain, generando un impatto positivo sull'intera catena del valore.

La strategia aziendale di KIKO in materia di supply chain sostenibile prende le mosse da una conoscenza approfondita dei propri fornitori, con cui l'azienda instaura relazioni stabili e di lungo periodo. In particolare, i fornitori aziendali possono essere suddivisi in due macro-insiemi: fornitori diretti, o di prodotto, e fornitori indiretti.

I FORNITORI DIRETTI, SITUATI PER IL 76% IN EUROPA, FANNO CAPO ALLE SEGUENTI CATEGORIE



FORNITORI DI BULK



FORNITORI DI CONFEZIONAMENTO



FORNITORI DI PACKAGING PRIMARIO

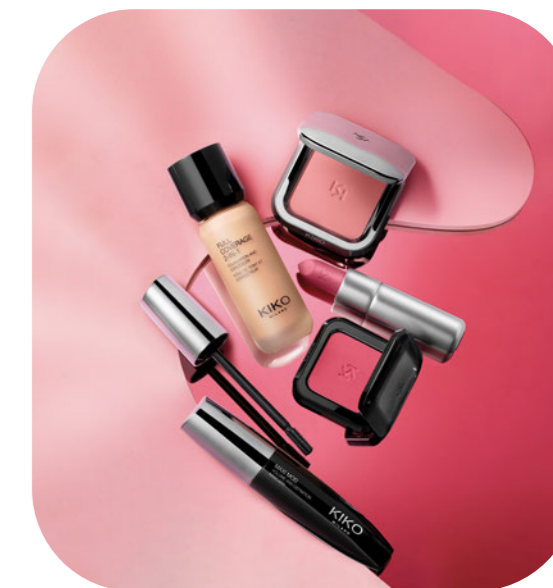


FORNITORI DI ACCESSORI



FORNITORI DI PACKAGING SECONDARIO

PER QUANTO RIGUARDA I FORNITORI INDIRETTI, SONO SITUATI PER IL 96% IN EUROPA.

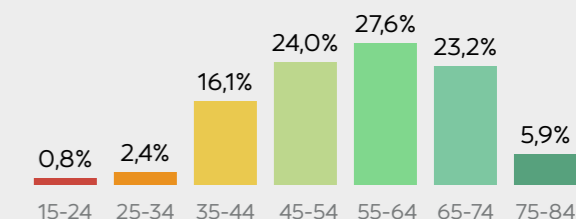


Negli ultimi anni, KIKO ha chiesto ad un pull di fornitori chiave di certificare le proprie performance ESG attraverso la piattaforma EcoVadis, uno strumento volto a fornire un punteggio in centesimi sulla base dei risultati ambientali, sociali ed economici delle aziende.

Nel 2023, i fornitori che hanno risposto al questionario EcoVadis sono stati complessivamente 61 e, fra questi, l'81% ha ricevuto un punteggio superiore a 45.

Per 30 fornitori il processo di valutazione da parte di EcoVadis è ancora in corso e soltanto 1 fornitore ha declinato l'invito alla compilazione del questionario.

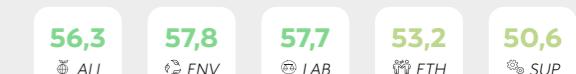
61 AZIENDE VALUTATE
(SIA SU INVITO KIKO SIA VIA CONDIVISIONE)



81%

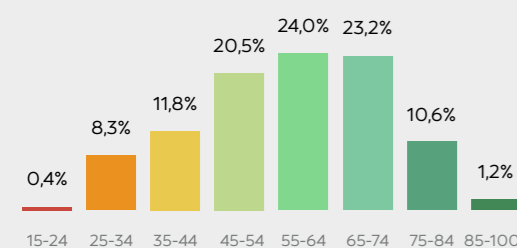
HA OTTENUTO UN PUNTEGGIO DI 45+

HIGH RISK MEDIUM ENGAGED INNOVATORS

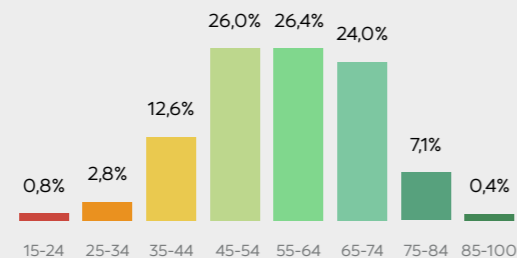


DISTRIBUZIONE DEI PUNTEGGI PER TEMA

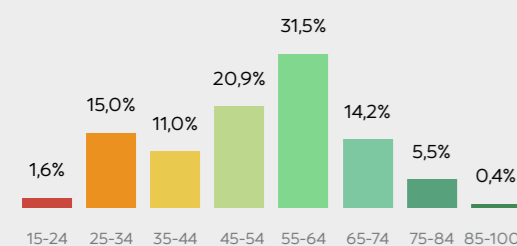
ENVIRONMENT



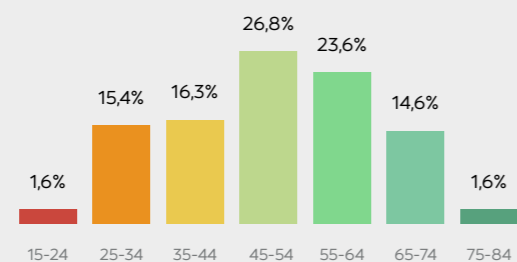
LABOR & HUMAN RIGHTS



ETHICS



SUSTAINABLE PROCUREMENT



Considerati gli ottimi risultati raggiunti, KIKO ha scelto di fissare degli obiettivi sempre più sfidanti e, **entro il 2024, l'azienda mira a certificare i fornitori diretti che rientrano nelle seguenti categorie di spesa:**

- **FORNITORI DI BULK**
*con spesa maggiore o uguale ad **1 milione**;*
- **FORNITORI DI CONFEZIONAMENTO;**
- **FORNITORI DI PACKAGING**
*(primario e secondario) che generano l'**80% di spesa sul totale** della categoria;*
- **FORNITORI DI ACCESSORI**
*che generano l'**80% di spesa sul totale** della categoria.*

Entro il 2025 inoltre, **KIKO intende implementare un sistema di mappatura dei fornitori basato su parametri ESG.** Ciò attraverso un questionario di qualifica in cui al fornitore verrà richiesto di rispondere a quesiti relativi ad aspetti ESG rilevanti quali, ad esempio, la presenza o meno del report di sostenibilità e del calcolo delle proprie emissioni aziendali, l'iscrizione ad EcoVadis, la presenza di un manager di sostenibilità interno all'azienda e di eventuali target ESG.

Al fine di verificare il rispetto delle condizioni contrattuali, **KIKO sottopone i propri fornitori ad audit e controlli specifici.** In particolare, i fornitori di bulk, packaging (primario e secondario), accessori e servizi logistici vengono sottoposti ad audit dei processi di qualità **in conformità alla ISO 22716 e ISO 9001.** Il Dipartimento Tecnico, in accordo con il Controllo Qualità, effettua inoltre **audit etici** presso i fornitori extra-europei. In particolare, vengono effettuate ispezioni su tematiche di natura ambientale e sociale (salute e sicurezza, lavoro minorile e giovani lavoratori, orario di lavoro, salari e benefit e standard lavorativi).

Nell'ottica di formalizzare l'adesione dei fornitori a principi e logiche ESG, a partire dal 2023 **KIKO ha introdotto, all'interno dei contratti commerciali** sottoscritti con i fornitori, alcune clausole aggiuntive. Fra queste, **l'invito ad operare nell'ambito del framework dell'Agenda 2030,** contribuendo al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile; **l'impegno a garantire, per l'intera durata del contratto, elevati standard in ambito ambientale e sociale, una comunicazione trasparente sulle proprie performance nonché il monitoraggio e la valutazione delle stesse attraverso EcoVadis.**

IL PROCESSO DI SELEZIONE DEI FRANCHISING

Così come per i fornitori, anche nella scelta dei propri partner commerciali, KIKO applica un rigido **schema di valutazione volto ad assicurare l'affidabilità e il rispetto dei principi etici da parte dei franchisees** presenti a livello globale.

Lo **screening preliminare dei partner** viene effettuato sulla base di **6 parametri:**

1. **RETAIL EXPERTISE**
2. **REAL ESTATE EXPERTISE AND NETWORKING**
3. **COSMETICS PRODUCTS AND ACCESSORIES IMPORT AND DISTRIBUTION REGULATORY AND QUALITY**
4. **FINANCIAL SOLIDITY**
5. **LEGAL CHECK**
6. **PARTNER REPUTATION**





KIKO AL FIANCO

DEI SUOI CLIENTI: PRODOTTI DI QUALITÀ E COMUNICAZIONE TRASPARENTE

8.2

Il concetto di “**democratizzazione della bellezza**”, parte integrante dei valori di KIKO, si traduce concretamente nel porre il cliente al centro delle strategie aziendali, garantendo **prodotti di alta qualità a prezzi accessibili e competitivi**. È proprio sulla base di un’attenta analisi dei bisogni dei suoi clienti che KIKO ha intrapreso un percorso di continua ricerca e innovazione, volto a migliorare costantemente i prodotti e a progettarne di nuovi in linea con le esigenze del consumatore, sempre più attento alla qualità e alla sostenibilità dei cosmetici che acquista.

Il filone della ricerca e dell’innovazione di prodotto si lega a doppio filo con **la crescente attenzione verso la tutela dell’ambiente**. Ciò si riflette nella continua **ricerca di materie prime sostenibili e rispettose dei diritti umani** oltre che nella **scelta di packaging a ridotto impatto ambientale**.

Al fine di garantire elevati standard in termini di qualità e sicurezza dei prodotti, l’azienda si è dotata di solide procedure interne che coinvolgono l’intera supply chain. In particolare, è attraverso le **Quality Guidelines**, che KIKO condivide con i propri fornitori le politiche e le linee guida aziendali in materia di qualità e compliance. In quanto allegato del contratto di fornitura, le Quality Guidelines hanno valore cogente e ciascun fornitore è obbligato a rispettarle.

WE CARE ABOUT YOU

KIKO si prende cura dei propri clienti assicurandosi che tutti i **prodotti** siano **realizzati esclusivamente con ingredienti sicuri**, evitando materie prime dubbie o sospette. Anticipa, quando possibile, le nuove normative sugli ingredienti in discussione che non sono ancora vincolanti, sottoponendo gli stessi a test clinici ai massimi standard mondiali. Nel 2022 e 2023, **l’azienda ha effettuato oltre 40.000 test clinici, analitici e di controllo** in tutte le categorie di prodotti. Per garantire che i prodotti non siano solo sicuri, ma offrano anche prestazioni e benefici positivi per la pelle, l’azienda aggiunge ingredienti in percentuali funzionali per garantirne l’efficacia, testandoli nel prodotto finito.

LA QUALITÀ AL CENTRO DEL BUSINESS AZIENDALE



WE CARE ABOUT THE FUTURE

KIKO è impegnata in un percorso di **miglioramento della propria impronta ambientale complessiva**, attraverso la scelta di **ingredienti sostenibili** nei prodotti; l’incremento di **materiali riciclati e riciclabili**, la riduzione del consumo energetico attraverso **l’uso di energia verde** nei propri negozi.

WE CARE ABOUT SCIENCE

L’evoluzione dei prodotti KIKO si basa su **solide fondamenta scientifiche**, oltre che su un continuo processo di ricerca e sviluppo allineato ai più alti standard di settore. L’obiettivo aziendale è **garantire a tutti i clienti un beneficio diretto dall’utilizzo dei prodotti KIKO**.

Oltre a definire, attraverso le Quality Guidance, le caratteristiche qualitative delle componenti del prodotto, **KIKO, in maniera del tutto volontaria, ha stilato una lista ingredienti di cui vieta o limita l’utilizzo in quanto considerati non sostenibili e/o non rispettosi dei diritti umani**. Tale “Black List” è condivisa con i fornitori affinché rispettino le indicazioni del committente.

La verifica degli standard descritti avviene seguendo un rigido protocollo interno, in compliance con il Regolamento UE 1223/2019 sulla qualità dei cosmetici. In particolare, ciascun nuovo prodotto, prima di essere immesso sul mercato, viene sottoposto ad una **specifica valutazione della sicurezza oltre che a test clinici, test di invecchiamento accelerato e test sul sistema conservante dei prodotti a potenziale rischio di contaminazione microbiologica.**

Soltanto se il risultato è quello auspicato, viene avviata la produzione dello specifico prodotto che, arrivato in magazzino, verrà nuovamente sottoposto ad analisi microbiologica (nel caso in cui rientri fra i prodotti considerati a rischio). Il controllo della qualità dei prodotti KIKO non si conclude con la vendita negli stores. Infatti, in linea con quanto previsto dalla Cosmetovigilanza, l'azienda prevede delle procedure interne di monitoraggio delle segnalazioni di eventuali effetti indesiderati legati all'utilizzo dei propri cosmetici.

A conferma dell'impegno aziendale in termini di qualità e sicurezza, **nel 2023 KIKO registra la totale assenza di episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti.**

Per garantire l'effettiva applicazione dei processi descritti, KIKO ha strutturato un team interno di Direzione Scientifica, responsabile per il controllo qualitativo dei prodotti, che si interfaccia e collabora con laboratori esterni e agenzie regolatorie. Il team, di cui fanno parte responsabili della Qualità, della Global Regulatory e Product Engineer, riporta direttamente al CEO. **L'azienda, inoltre, ha ottenuto nel 2002 la ISO 9001:2015 per la vendita e distribuzione dei cosmetici ed ha implementato un Sistema di Gestione della Qualità.**

Con l'obiettivo di accompagnare i propri clienti in tutte le fasi del customer journey, KIKO ha sviluppato una serie di procedure interne volte a **garantire un'informazione completa, corretta e trasparente dei cosmetici KIKO** e a recepire eventuali reclami da parte dei clienti.

Per quanto riguarda le strategie di marketing, ogni comunicazione con scopi pubblicitari viene sottoposta ad un processo interno di revisione che coinvolge l'Ufficio Legale, per verificare che slogan e testi descrittivi del prodotto siano in linea le normative nazionali ed europee e il Controllo Qualità, chiamato ad esaminare i testi e apportare eventuali precisazioni in base ai risultati dei test effettuati sul prodotto.

Il processo descritto è oggetto di specifico audit annuale volto a verificare la conformità delle procedure adottate. **Nel 2023 KIKO registra la totale assenza di episodi di non conformità in materia di informativa sui prodotti.**

Con l'obiettivo di instaurare una relazione trasparente e duratura con i propri clienti, KIKO è accanto ai consumatori anche in fase post-vendita grazie alla **creazione di canali ad hoc volti a raccogliere feedback, segnalazioni e monitorare eventuali reclami.** A questo scopo è attivo il **Servizio Clienti KIKO**, a disposizione dei consumatori sia per eventuali richieste di informazioni, sia per segnalazioni. L'attività e la qualità del Servizio Clienti sono attentamente monitorate tramite l'utilizzo di un sondaggio post-contatto che ha permesso all'azienda di costruire dei veri e propri KPI di valutazione relativi all'efficacia del servizio. Fra questi il numero di contatti necessari per gestire un singolo caso; la percentuale di reclami che richiedono un intervento di secondo livello da parte di personale interno KIKO e il tempo utilizzato per gestire un reclamo.

È inoltre in fase di valutazione l'introduzione di una survey ad hoc in tutti gli store fisici. Attraverso la **KIKO Customer Survey** l'azienda intende misurare il livello di gradimento dei clienti rispetto ai prodotti e alla **customer experience in negozio.**



TECNOLOGIA

Anni di ricerca e analisi comparative sugli ingredienti ad alta tecnologia, sulle formule e sui principi attivi per offrire prodotti distintivi e innovativi, in linea con i più recenti progressi nella ricerca cosmetica.



SICUREZZA

Ogni formula è sottoposta a una valutazione di sicurezza da parte di un esperto (come richiesto dal Regolamento Europeo 1223/2009) e a test clinici per testarla dermatologicamente, oftalmologicamente (per i prodotti relativi alla zona occhi) e per la non-comedogenicità.

EFFICACIA

Creiamo prodotti intelligenti e altamente strategici per rispondere alle esigenze specifiche dei nostri clienti, cercando di soddisfarle appieno.



PERCEZIONE

Creiamo prodotti con l'obiettivo di offrire momenti di benessere e piacere attraverso texture inaspettate, morbide e fondenti, oltre a profumazioni vibranti ed eleganti.

TRASPARENZA

La complessità nell'industria cosmetica può essere paralizzante per i consumatori. I nostri trattamenti sono accompagnati da istruzioni dettagliate e rispettano tutte le promesse fatte.



LUSSO

Effettuiamo una ricerca approfondita per selezionare i materiali più clean e di alta qualità per ottenere la combinazione più efficace, piacevole e sicura. Ogni aspetto dello sviluppo di un prodotto, dalla formulazione all'imballaggio, è gestito con la massima cura.

PRATICITÀ

I comodi formati e i packaging contemporanei e funzionali sono disegnati con linee smart del design accattivante.



A TUTELA _____ 8.3 DELLA PRIVACY

Sin dal 2018, KIKO ha posto in essere le attività necessarie ad **assicurare la compliance al Regolamento UE 2016/679**, noto anche come **General Data Protection Regulation “GDPR”**. Nell'esercizio 2022, KIKO ha proseguito con le attività necessarie ad assicurare la compliance al Regolamento. In particolare, il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 31 gennaio 2023, ha approvato un nuovo organigramma privacy (“Modello”), per tenere conto delle nuove esigenze del Gruppo anche alla luce del processo di Unified Commerce intrapreso, in cui il trattamento dei dati personali assume un ruolo centrale.

In linea con i principi di definizione di ruoli e responsabilità imposti dal GDPR, all'interno del Modello, KIKO ha assegnato a tutti coloro che trattano dati personali, precisi ruoli data protection, competenze e responsabilità, prevedendo – inter alia – **l’istituzione di un Team Privacy** composto dai referenti delle principali dipartimenti che trattano dati all'interno dell'organizzazione (Legale, HR, CRM, Customer Care, IT ed E-commerce), **con il ruolo di organizzazione, supervisione e coordinamento dell’attuazione del Modello**, nonché delle attività di trattamento e dei correlati adempimenti previsti dal GDPR. Inoltre, KIKO e le società controllate europee inclusa la Gran Bretagna (“Affiliate europee”), hanno provveduto alla nomina di un responsabile per la protezione dei dati (DPO) esterno.

Nell'ambito di tali attività, il Team Privacy, con il supporto del DPO, riferisce periodicamente all'Amministratore Delegato. Al di sotto del Team Privacy, sono stati nominati i Referenti Interni nelle persone dei capi dipartimento dell'organizzazione e con deleghe relative alla gestione organizzativa e operativa delle attività di trattamento svolte nell'ambito dell'area di competenza e dei correlati adempimenti previsti dal GDPR.

Tutti i dipendenti che trattano dati sono qualificati Autorizzati al trattamento e tenuti all'osservanza delle istruzioni funzionali ex art 29 GDPR impartite dalla Società. La Società prosegue, inoltre, nella corretta nomina dei Responsabili del trattamento ex art 28 GDPR, attraverso **la sottoscrizione di un Data Processing Agreement**, qualora ingaggi soggetti esterni all'organizzazione che trattano i dati per conto della Società (Titolare), senza agire sotto l'autorità o controllo diretto del medesimo.

Al fine di garantire un costante monitoraggio del livello di compliance al GDPR da parte delle Affiliate europee, controllate da KIKO S.p.A., i rispettivi country director (e alcuni direttori dei dipartimenti più rilevanti, a seconda della struttura della controllata) **sono stati nominati Referenti Interni** e riferiscono periodicamente al Team Privacy di KIKO S.p.A., oltre a interpellarlo per questioni critiche e/o urgenti. L'individuazione degli Autorizzati al trattamento e dei Responsabili delle Affiliate europee segue i criteri adottati da KIKO S.p.A.

Il nuovo organigramma ha garantito un supporto attivo nelle attività di monitoraggio del DPO oltre che nella implementazione delle attività progettuali ed evolutive dei vari dipartimenti della Società (CRM, e-commerce, HR).

Inoltre, sono state riviste le informative nonché le modalità e i casi di raccolta del consenso al fine di adeguare i contenuti ai nuovi trattamenti dei dati effettuati con l'implementazione graduale del progetto di Unified Commerce in store e online, in conformità alla normativa applicabile e all'evoluzione giurisprudenziale e dottrinale.

In termini di verifica, il DPO effettua audit periodici rivolti a specifiche funzioni considerate “privacy sensitive”. Attualmente tali controlli sono circoscritti all'headquarter, a partire dal biennio 2024-2025 coinvolgeranno anche le Affiliate europee. Ad audit ultimato, il DPO sottopone all'azienda un verbale all'interno del quale vengono evidenziate eventuali criticità e azioni di miglioramento. **Nel corso del 2023 KIKO conferma di non essere a conoscenza di denunce comprovate in tema di privacy** provenienti da parti esterne o enti regolatori.

GENERAL DATA PROTECTION REGULATION

A partire dal 25 maggio 2018 è divenuto direttamente applicabile negli Stati membri dell'Unione Europea il Regolamento UE 2016/679 in materia di “Protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE”, denominato anche **“General Data Protection Regulation”** (di seguito il “Regolamento”). Il Regolamento **tutela il diritto alla protezione dei dati personali, al fine di garantire che il trattamento degli stessi da parte di terzi sia conforme alle regole e ai principi stabiliti dalla legge**. Il Regolamento mira, inoltre, ad adeguare il quadro normativo vigente al mutato contesto sociale ed economico e ad **assicurare un livello coerente di protezione delle persone fisiche in tutta l'Unione Europea**, nonché a prevenire le disparità che possono ostacolare la libera circolazione dei dati personali nel mercato interno.

COMUNITÀ 8.4 E TERRITORIO AL CENTRO DELLA SOSTENIBILITÀ DI KIKO

Art, Beauty and Joy sono la perfetta rappresentazione di ciò che KIKO intende portare nel mondo, a beneficio dell'intera società e degli individui che ne fanno parte. Fra gli obiettivi aziendali emerge, infatti, la volontà di agire in totale armonia con i differenti contesti culturali in cui KIKO è presente a livello globale, dando vita a logiche di cooperazione e incentivando il benessere sociale.

Sulla base di tali presupposti, nel corso degli anni **l'azienda ha stretto rapporti di partnership con numerose Organizzazioni Non Profit (ONP)**. A livello procedurale **è il team ESG a selezionare le organizzazioni più in linea con i valori di KIKO** e a proporre le partnership prima all'Amministratore Delegato e successivamente all'intero Consiglio di Amministrazione. La scelta delle realtà con cui instaurare solide relazioni è guidata dai principi etici e dai valori a cui si ispira l'azienda: in primis **favorire il benessere delle donne e lottare contro ogni forma di discriminazione**.

Sin dal principio, il brand ha scelto di interpretare **il concetto di bellezza nella sua accezione più estesa**: non soltanto come elemento estetico ma **come sinonimo di libertà, sicurezza, consapevolezza di sé e del proprio valore**. Per questo motivo, KIKO è attivamente impegnata in progetti sociali rivolti in particolare alla popolazione femminile, affinché ogni donna possa sentirsi non soltanto bella e sicura di sé, ma anche libera da ogni pregiudizio e discriminazione.

Nel quadro descritto rientra **la partnership di lungo corso con Associazione Amici Dei Bambini (Ai.Bi.)**, che KIKO sostiene nell'ambito del progetto pluriennale "Il trucco che fa bene".

Il programma, **dedicato alle donne accolte nelle strutture di accoglienza Ai.Bi.**, mira a promuovere il benessere femminile a trecentosessanta gradi, attraverso webinar di make-up, incontri formativi con figure esperte di risorse umane volti a favorire l'integrazione delle partecipanti nel mondo del lavoro e percorsi individuali di sostegno psicologico.

Nel 2023, grazie al sostegno di KIKO, è stato inaugurato lo sportello psicologico di prevenzione alla violenza "BENESSERE DONNA", realizzato in collaborazione con il comune di Buccinasco presso un bene confiscato alla mafia e restituito alla comunità.

DONNE RAGGIUNTE GRAZIE ALLA PARTNERSHIP CON Ai.Bi.

- **48 donne** hanno partecipato ai webinar di make-up a cura dei make-up artist KIKO.
- **5 donne** hanno preso parte ad un ciclo di webinar e colloqui one-to-one volti a favorire l'inclusione lavorativa femminile.
- **8 donne** hanno avviato percorsi individuali di supporto psicologico nelle strutture di accoglienza Ai.Bi.
- **16 donne** prese in carico dagli sportelli BENE-ESSERE DONNA per l'avvio di percorsi di supporto psicologico.



L'azienda si è fatta portavoce di "Dona un sorriso": campagna di comunicazione contro la violenza sulle donne e ha contribuito alla mission di Ai.Bi. attraverso la donazione di prodotti. Inoltre, **KIKO ha partecipato all'evento "4 WEEKS 4 INCLUSION"** con un webinar dal titolo "L'inclusione lavorativa delle donne: antidoto alla violenza".



Nell'ambito della Beauty Week 2023, **KIKO ha contribuito attivamente alla realizzazione dell'evento "Beauty Gives Back" organizzato dalla Onlus La Forza e il Sorriso.** L'evento, giunto alla sua settima edizione, mira a diffondere in tutta la penisola **laboratori di bellezza dedicati alle donne in trattamento oncologico** presso strutture sanitarie e associazioni di volontariato, regalando un momento di leggerezza e conforto alle pazienti sottoposte a terapie e cure invasive.



Il supporto alla ricerca è inoltre al centro della **partnership pluriennale con Fondazione Umberto Veronesi (FUV)** che, anche nel 2023, ha dato vita alla campagna "Amati, scegli la prevenzione". Il ricavato della raccolta fondi è stato devoluto a FUV **per finanziare, attraverso 2 borse di studio della durata di 1 anno, il lavoro di due ricercatrici impegnate nella ricerca per la cura e la prevenzione del tumore al collo dell'utero e gli altri tumori causati dal Papillomavirus (HPV).**



CON L'OBIETTIVO DI GENERARE UN IMPATTO POSITIVO A LIVELLO GLOBALE, KIKO HA ATTIVATO PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI AD HOC ANCHE AL DI FUORI DEL PERIMETRO ITALIANO, AMPLIANDO IN QUESTO MODO IL TARGET DEI BENEFICIARI RAGGIUNTI.

In particolare, **in Francia KIKO collabora con** due diverse organizzazioni non governative: **Solidarité Femmes a sostegno delle donne vittima di violenza e Agefip, nata per favorire l'integrazione lavorativa delle persone con disabilità.**



In Spagna l'azienda ha scelto di supportare la Fundación Ana Bella, attiva sui temi della lotta contro la violenza sulle donne e la loro reintegrazione nel mercato del lavoro.



Nel Medio Oriente, infine, KIKO ha stretto rapporti con l'organizzazione Al Jalila Foundation e la Dubai Foundation For Women and Children.



Come già anticipato, tutte le collaborazioni descritte fanno capo a partnership di lungo corso e **ciò conferma l'impegno concreto dell'azienda nell'essere al fianco delle persone più vulnerabili**, in un percorso di crescita comune. A partire dal 2024, KIKO intende consolidare le partnership attive e implementare un monitoraggio puntuale di tutti i progetti con l'obiettivo di identificare il numero di donne raggiunte da ciascuna iniziativa.














GRI — CONTENT INDEX

| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|-------------------------------------|---|--|--|
| GRI 2 - INFORMATIVA GENERALE | | | |
| 2-1 | Dettagli dell'organizzazione | 1.3 Il modello di Business | |
| 2-2 | Entità incluse nel bilancio di sostenibilità dell'organizzazione | Nota metodologica | |
| 2-3 | Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti | Nota metodologica | |
| 2-4 | Rideterminazione delle informazioni | Nota metodologica | |
| 2-5 | Assurance esterna | | Il presente bilancio non è sottoposto ad assurance esterna |
| 2-6 | Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali | 1.3 Il modello di Business | |
| 2-7 | Dipendenti | 8.1 Il presidio della catena di fornitura | |
| 2-9 | Struttura e composizione della governance | 3 Governance aziendale, etica e integrità | |
| 2-10 | Nomina e selezione del massimo organo di governo | 3.1 Struttura e funzioni del Consiglio di Amministrazione | |
| 2-11 | Presidente del più alto organo di governo | 3.1 Struttura e funzioni del Consiglio di Amministrazione | |
| 2-12 | Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti | 3.4 Sostenibilità e coinvolgimento dell'organo decisionale | |
| 2-14 | Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità | 3.4 Sostenibilità e coinvolgimento dell'organo decisionale | |



| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|-------------------------------|--|---|---|
| 2-15 | Conflitti d'interesse | 4.3 Whistleblowing e Gestione dei Conflitti di Interesse | |
| 2-16 | Comunicazione delle preoccupazioni critiche | 2.2 Gestione dei rischi e delle opportunità | |
| 2-22 | Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile | 2.3 Un'impronta strategica verso il futuro | |
| 2-25 | Processi per rimediare agli impatti negativi | 2.3 Un'impronta strategica verso il futuro | |
| 2-26 | Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare preoccupazioni sulla condotta aziendale | 4.3 Whistleblowing e Gestione dei Conflitti di Interesse | |
| 2-28 | Adesione ad associazioni | 1.3 Il modello di Business, 8.3 Comunità e territorio al centro della sostenibilità di KIKO | |
| 2-29 | Approccio al coinvolgimento degli stakeholder | 2.1.1 Stakeholder engagement | |
| 2-30 | Accordi di contrattazione collettiva | | 100% dei dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva in Italia |
| GRI 3 - TEMI MATERIALI | | | |
| 3-1 | Processo per determinare i temi materiali | 2.1.2 L'analisi di materialità | |
| 3-2 | Lista dei temi materiali | 2.1.2 L'analisi di materialità | |
| 3-3 | Management dei temi materiali | 2.1.2 L'analisi di materialità | |



| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|--|---|---|---|
| PERFORMANCE ECONOMICA | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 5 Responsabilità economica | |
| GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICHE (2016) | | | |
| 201-1 | Valore economico direttamente generato e distribuito | 5.3 Valore tangibile per tutti gli stakeholder | |
| PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 8.1 Il presidio della catena di fornitura | |
| ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 3 Governance aziendale, etica e integrità | |
| GRI 205 - ANTICORRUZIONE (2016) | | | |
| 205-1 | Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione | 2.2.1 Enterprise Risk Assessment | |
| 205-3 | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese | | Non presenti episodi di corruzione |
| GESTIONE DEL RISCHIO IN MATERIA FISCALE | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 5.1 Gestione trasparente e solidità finanziaria | |
| GRI 207 - IMPOSTE (2019) | | | |
| 207-1 | Approccio alla fiscalità | 5.1 Gestione trasparente e solidità finanziaria | |
| 207-2 | Governance fiscale, controllo e gestione del rischio | 5.1 Gestione trasparente e solidità finanziaria | |

| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|----------------------------|--|---|---|
| RICERCA E SVILUPPO | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| MATERIE PRIME | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 6.4 La valorizzazione delle materie prime sostenibili | |
| ENERGIA | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 6.1 La risorsa energetica utilizzata in armonia con l'ambiente | |
| GRI 302 - ENERGIA (2016) | | | |
| 302-1 | Consumo di energia interno all'organizzazione | 6.1 La risorsa energetica utilizzata in armonia con l'ambiente | |
| 302-3 | Intensità energetica | 6.1 La risorsa energetica utilizzata in armonia con l'ambiente | |
| 302-4 | Riduzione del consumo di energia | 6.1 La risorsa energetica utilizzata in armonia con l'ambiente | |
| EMISSIONI | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 6.2 L'impronta carbonica e la riduzione dell'impatto ambientale per le generazioni future | |
| GRI 305 - EMISSIONI (2016) | | | |
| 305-1 | Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1) | 6.2 L'impronta carbonica e la riduzione dell'impatto ambientale per le generazioni future | |
| 305-2 | Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2) | 6.2 L'impronta carbonica e la riduzione dell'impatto ambientale per le generazioni future | |

| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|---|---|---|---|
| 305-4 | Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) | 6.2 L'impronta carbonica e la riduzione dell'impatto ambientale per le generazioni future | |
| 305-5 | Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) | 6.2 L'impronta carbonica e la riduzione dell'impatto ambientale per le generazioni future | |
| RIFIUTI | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 6.3 La gestione efficiente dei rifiuti per ridurre gli scarti | |
| GRI 306 - RIFIUTI (2020) | | | |
| 306-1 | Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti | 6.3 La gestione efficiente dei rifiuti per ridurre gli scarti | |
| 306-2 | Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti | 6.3 La gestione efficiente dei rifiuti per ridurre gli scarti | |
| 306-3 | Rifiuti generati | 6.3 La gestione efficiente dei rifiuti per ridurre gli scarti | |
| 306-4 | Rifiuti non conferiti in discarica | 6.3 La gestione efficiente dei rifiuti per ridurre gli scarti | |
| 306-5 | Rifiuti conferiti in discarica | 6.3 La gestione efficiente dei rifiuti per ridurre gli scarti | |
| VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 8.1 Il presidio della catena di fornitura | |
| POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 7 La community aziendale di KIKO | |
| TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO | | |   |
| 3-3 | Management del tema materiale | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |

| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|--|--|--|---|
| GRI 403 - SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (2018) | | | |
| 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-2 | Identificazione dei pericoli, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-3 | Servizi per la salute professionale | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-4 | Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-5 | Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-6 | Promozione della salute dei lavoratori | 7.2 Benessere individuale e crescita professionale | |
| 403-7 | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-8 | Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-9 | Infortuni sul lavoro | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| 403-10 | Malattia professionale | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| FORMAZIONE E ISTRUZIONE DEL PERSONALE | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 7.2 Benessere individuale e crescita professionale | |

| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|--|---|---|---|
| GRI 404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE (2016) | | | |
| 404-1 | Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente | 7.2 Benessere individuale e crescita professionale | |
| 404-2 | Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione | 7.2 Benessere individuale e crescita professionale | |
| INCLUSIONE, DIVERSITÀ E NON DISCRIMINAZIONE | | |   |
| 3-3 | Management del tema materiale | 7.5 Il nostro impegno: celebrare la diversità ogni giorno | |
| GRI 405 - DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2016) | | | |
| 405-1 | Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti | 7.5 Il nostro impegno: celebrare la diversità ogni giorno | |
| IMPATTI SULLA COMUNITÀ LOCALE | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 8.4 Comunità e territorio al centro della sostenibilità di KIKO | |
| GRI 413 - COMUNITÀ LOCALI (2016) | | | |
| 413-1 | Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo | 8.4 Comunità e territorio al centro della sostenibilità di KIKO | |
| 413-2 | Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali | 8.4 Comunità e territorio al centro della sostenibilità di KIKO | |
| TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE DEL CLIENTE | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 7.3 La sicurezza delle nostre persone | |
| GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI (2016) | | | |

| GRI | SPECIFICA DELL'INDICATORE | PARAGRAFO | NOTE |
|--|---|--|---|
| 416-1 | Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| 416-2 | Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| ATTENZIONE ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| GRI 417 - MARKETING ED ETICHETTATURA (2016) | | | |
| 417-1 | Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| 417-2 | Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| 417-3 | Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing | 8.2 KIKO al fianco dei suoi clienti: prodotti di qualità e comunicazione trasparente | |
| TUTELA DELLA PRIVACY DEI CLIENTI | | |  |
| 3-3 | Management del tema materiale | 8.3 La tutela della privacy | |
| GRI 418 - PRIVACY DEI CLIENTI (2016) | | | |
| 418-1 | Fondati reclami riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti | | Non si segnalano denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti |

KIKO
MILANO