

CARPISA

Moda e Innovazione:
un viaggio responsabile.



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023



Indice

Lettera del Presidente.....6

Highlights.....8

Kuvera & CARPISA: la storia della società, la visione del brand, l’azione congiunta

Anima italiana, visione internazionale12

Vision.....12

Mission.....13

Values.....13

La storia16

Analisi del contesto di riferimento20

CARPISA nel mondo: da Casa CARPISA alla rete di distribuzione20

Italian lifestyle: produzione artigianale e innovativa23

La filosofia Green Oriented.....26

I servizi dedicati al pubblico27

R&S: le attività di Ricerca e Sviluppo29

La stazione di Realtà Virtuale30

Innovazione costante con il CARPISA Lab30

Sostenibilità aziendale: metodologie e obiettivi

Un impegno concreto che inizia con la Carta della Sostenibilità36

Gli stakeholder: entità di valore36

Analisi di materialità38

Obiettivi ESG per un impegno duraturo38

Corporate Governance & Compliance

La struttura organizzativa aziendale42

Trasparente e corretta: una gestione guidata dal Modello 231 e dal whistleblowing44

La governance della sostenibilità45

Il valore economico prodotto e distribuito46

I fornitori: affidabili, competenti, verificati48

Impatti sociali positivi: azioni per la comunità e le persone

La community CARPISA: persone da valorizzare54

L’organico aziendale e l’attenzione per la salvaguardia dell’occupazione.....54

Soluzioni formative per ogni risorsa ed esigenza.....56

La valutazione delle performance56

Le iniziative a favore del benessere dei lavoratori e delle loro famiglie58

Diversità, pari opportunità e inclusione58

Salute e sicurezza tra gli aspetti primari della gestione aziendale60

Il supporto alla comunità locale62

Accanto ai giovani talenti attraverso le collaborazioni con scuole e università62

La promozione dello sport64

I rapporti con le associazioni di categoria64

Le attività di controllo qualità e sicurezza del prodotto66

Le attività di marketing e comunicazione72

Campagne esclusive per prodotti di valore72

Etichettatura: strumento di sicurezza e informazione76

Politiche di pricing e gestione dei saldi77

La gestione dei servizi after sales77

Il servizio di customer care78

E-commerce nella realtà aziendale79

Le strategie di merchandising80

Dati canali di comunicazione vs 202282

L’impegno per la minimizzazione dell’impatto ambientale

Un’azione consapevole e responsabile86

La gestione delle risorse energetiche aziendali86

Gli Store CARPISA e la progettazione Eco-Friendly88

Circularità ed ecodesign92

Risultati e prospettive delle linee Green Oriented98

Il packaging99

La gestione dei rifiuti aziendali101

Il riciclo dei prodotti “fallati”102

Nota metodologica103

GRI Reporting package104

Indice dei contenuti GRI110

Lettera del Presidente

Cari stakeholder,

Sono lieto di presentarvi il Bilancio di Sostenibilità 2023 di CARPISA; un documento che non solo riassume le attività compiute dalla nostra azienda, ma manifesta in modo concreto e trasparente il nostro impegno verso un futuro più sostenibile e responsabile.

Il 2023 è stato un anno di significativi cambiamenti per CARPISA, durante il quale abbiamo intensificato gli sforzi per integrare la sostenibilità in ogni aspetto delle nostre attività. Con l'introduzione di una nuova figura dedicata all'implementazione della strategia ESG aziendale dimostriamo con determinazione il nostro intento di diventare un punto di riferimento nel settore dei viaggi e della moda.

Il percorso virtuoso che stiamo intraprendendo inizia con l'adozione di un approccio sostenibile, progettando prodotti secondo i principi dell'ecodesign, impegnandoci costantemente nella ricerca di materiali con minor impatto ambientale e lavorando giorno dopo giorno al perfezionamento della qualità e della durabilità dei nostri articoli. Questi sforzi si traducono in autentica innovazione.

Da sempre credo fermamente che l'innovazione non consista solo nel creare oggetti nuovi e funzionali, ma si sostanzia anche in scelte rispettose nei confronti del nostro pianeta e delle nuove generazioni. Questo impegno ci ha permesso di offrire ai nostri clienti, sempre più attenti e sensibili alla moda sostenibile, articoli che soddisfano le loro esigenze estetiche e pratiche, contribuendo al contempo a generare valore positivo per l'ambiente e la società.

La sostenibilità per noi va oltre l'offerta di prodotti di qualità; comprende anche il benessere di tutte le persone che lavorano alla crescita del marchio CARPISA. Quest'anno abbiamo deciso, ambiziosamente, di ottenere la certificazione di parità di genere per sostenere concretamente l'empowerment femminile, promuovendo un ambiente aziendale sempre più inclusivo e rispettoso. Il nostro personale rappresenta la nostra risorsa più preziosa e la chiave del nostro successo. Incoraggiamo attivamente le pari opportunità e riconosciamo la diversità come un valore aggiunto imprescindibile.

Sono pienamente consapevole che essere sostenibili significa molto più che ridurre le emissioni o utilizzare materiali riciclati; significa adottare un approccio integrato che coinvolga tutti gli aspetti del business. Per questo motivo ogni nostra scelta è finalizzata alla costruzione di un futuro migliore e il nostro impegno si concretizza in iniziative volte a minimizzare l'impatto ambientale, a coinvolgere i nostri partner e fornitori nella promozione di pratiche di consumo responsabile e a generare valore orientato alla protezione, alla salvaguardia e allo sviluppo sostenibile del nostro pianeta.

Intendiamo migliorare ulteriormente le nostre capacità di innovazione, implementando linee di prodotti con minor impatto ambientale e continuando a perfezionare i nostri processi. Chi mi conosce sa che sono ottimista di natura e, come sempre, guardo con entusiasmo e determinazione al futuro, consapevole del fatto che la sostenibilità rappresenta un'opportunità per la crescita aziendale.

Il vostro sostegno e la vostra fiducia sono essenziali per il nostro successo. Insieme, possiamo fare la differenza, costruendo un mondo più equo, inclusivo e responsabile.

Vi ringrazio di cuore per il continuo supporto e vi esorto, come sempre, ad accompagnarci in questo ambizioso percorso per la sostenibilità aziendale.

Raffaele Carlino
Presidente CARPISA



“Il vostro sostegno e la vostra fiducia sono essenziali per il nostro successo.”
Raffaele Carlino

Highlights

IDENTITÀ

• **1999**

Nascita del brand CARPISA



• **2011**

Ingresso nella Pianoforte Holding S.p.A.



• **29**

Paesi serviti

• **330**

Negozi in Italia

GOVERNANCE

• **115,129** Mln/€

Valore economico generato (90,5% distribuito agli stakeholder)

• **ISO 9001**

Certificazione

Per prodotti valigeria, borse e accessori

Per CARPISA Lab



SOCIAL

• **672**

Risorse

• **86,3%**

Figure femminili rispetto al totale delle risorse

• **35** anni

Età media

• **+11%**

Incremento dell'organico rispetto al 2022

• **16.748**

Ore di formazione erogate nel 2023

• **UNI/PdR 125:2022**
Certificazione

Sistema di Gestione per la parità di genere



ENVIRONMENT



Materiali a basso impatto ambientale certificati dal produttore

• **17%**

Incidenza delle linee *Green Oriented* sui volumi di vendita 2023



**Kuvera & CARPISA: la
storia della società,
la visione del brand,
l'azione congiunta**



Anima italiana, visione internazionale

Kuvera S.p.A., insieme a Inticom S.p.A., è parte del Gruppo Pianoforte Holding costituito nel 2011 e nato congiuntamente dalle famiglie fondatrici Cimmino e Carlino.

Kuvera opera attraverso il brand CARPISA, fondato nel 1999 ma già attivo nel 1986 sul territorio napoletano, attraverso il negozio sito nel quartiere Vomero della famiglia Carlino.

In breve tempo, il brand è diventato un marchio italiano rinomato e apprezzato a livello globale, tra i leader nel settore borse, valigeria e accessori moda; un marchio in grado di distinguersi nel segmento di mercato presidiato per la capacità di offrire soluzioni uniche a prezzi altamente competitivi, per l'attenzione costante che riserva alle nuove tendenze e per l'abilità di estendere i confini del proprio business restando fedele ai valori aziendali.

Vision

In Italia e all'estero, CARPISA mira a diventare il marchio di riferimento nel segmento delle valigie, borse e accessori. L'obiettivo è continuare a offrire prodotti che incarnino l'eccellenza in termini di qualità, innovazione e convenienza, con un forte impegno verso la sostenibilità. CARPISA aspira a essere riconosciuta non solo per il design elegante e funzionale dei propri prodotti, ma anche per il suo approccio responsabile e attento all'ambiente, garantendo soluzioni che soddisfino e superino le aspettative dei clienti.



Mission

CARPISA intende raggiungere i consumatori in ogni angolo del mondo attraverso punti di contatto dedicati, che consentono di creare un legame diretto e personale con il pubblico.

Animata dal desiderio di offrire prodotti che siano all'altezza delle tendenze del mercato, ma che siano anche estremamente funzionali e accessibili, CARPISA si dedica con passione per comprendere e anticipare i bisogni dei suoi clienti, proponendo soluzioni innovative che si adattino perfettamente allo stile di vita contemporaneo, dinamico e in continua evoluzione.

Che si tratti di consumatori fedeli o di nuovi potenziali clienti, la missione è rendere i prodotti facilmente disponibili, desiderabili e alla portata di tutti. In questo modo, CARPISA punta a costruire una comunità globale di consumatori soddisfatti e fidelizzati, creando esperienze positive e memorabili attraverso ogni punto di contatto.

Values

I valori di CARPISA costituiscono la base della politica aziendale e orientano ogni strategia e decisione del brand. Ogni singola lettera del nome CARPISA esprime un principio, creando un insieme armonioso che testimonia la sua capacità di gestire il business in modo responsabile.

CARPISA



Creatività



Attenzione al cliente



Rispetto



Passione



Innovazione



Squadra



Ambizione



La storia

Dal 1999 ad oggi il brand CARPISA ha conquistato importantissimi traguardi, estendendo la rete di vendita in diverse parti del mondo, ampliando la gamma dei prodotti con soluzioni sempre conformi alle esigenze e preferenze estetiche del pubblico, avviando collaborazioni e progetti che hanno valorizzato e distinto l'approccio CARPISA nel settore e nei paesi presidiati.

L'ingresso di Kuvera S.p.A. nella Pianoforte Holding S.p.A. non arresta questo flusso di valore, e insieme al brand Yamamay (anch'esso parte della Pianoforte Holding S.p.A dal 2011) CARPISA inaugura il motto "Più uniti, più forti".

1999

Nasce il brand CARPISA



2003

CARPISA è sponsor della squadra di pallanuoto vincitrice del campionato italiano



2005

La squadra di basket sponsorizzata da CARPISA vince la Coppa Italia

In Cina con il primo ufficio sourcing e controllo qualità ad Hangzhou



2004

In Italia con 100 negozi monomarca e in Svizzera con il primo negozio internazionale



2007

Inaugurazione del flagship store di Londra (Oxford Street)

Lancio del primo programma *Valigia assicurata*

CARPISA è tra i 39 team sponsor e licenziatario dell'America's Cup



2008

Si festeggia il primo di sei premi consecutivi e successivi di "Rivenditore italiano dell'anno" di categoria e Kuvera supera i 100 milioni di fatturato

2011

CARPISA entra in Pianoforte Holding S.p.A e insieme a Yamamay sigla il motto "Più uniti, più forti"

CARPISA Yamamay

2009

Inaugurazione della sede di Nola (NA) e apertura del flagship store presso la Galleria Vittorio Emanuele di Milano





2016

+ 200 negozi: CARPISA è in 45 paesi del mondo

2015

Lancio della collezione borse disegnata in co-branding con Monica e Penelope Cruz

2017

Lancio dello store concept GO CARPISA

GO

CARPISA

2018

Nasce il concept Megastore dedicato a valigie, zaini e accessori



2020

L'impegno per la sostenibilità si manifesta attraverso più operazioni aziendali:

- nascita della filosofia *Green Oriented*;
- progettazione campagna *Tartalove* con Legambiente;
- avvio CARPISA QR-GO per tutta la collezione valigeria;
- realizzazione campagna "*Recuperiamo, Rottamiamo, Cambiamo*".



2021

Realizzazione progetto *Tartalove* con Legambiente

Progetto *Vacanza Italiana* con Confindustria Alberghi

Presentazione valigia *Green Oriented* con logo 500e al Phygital Sustainability Expo

Apertura del flagship di Milano in Corso Vittorio Emanuele

2022

CARPISA collabora con Disney, Pininfarina, Save The Planet, College, Panini, Jova Beach Party e partecipa nuovamente al Phygital Sustainability Expo

Sponsorizzazione dell'evento Concerto Love MI



2023

Nuove collaborazioni con Jeep®, Disney®, Gruppo Panini e Carhusia – I profumi di Capri

CARPISA diventa Premium Partner della FIPAV (Federazione Italiana Pallavolo) tramite un accordo di endorsement biennale

Sponsorizzazione di diverse manifestazioni quali: Festival della TV, Vip Champions Formentera



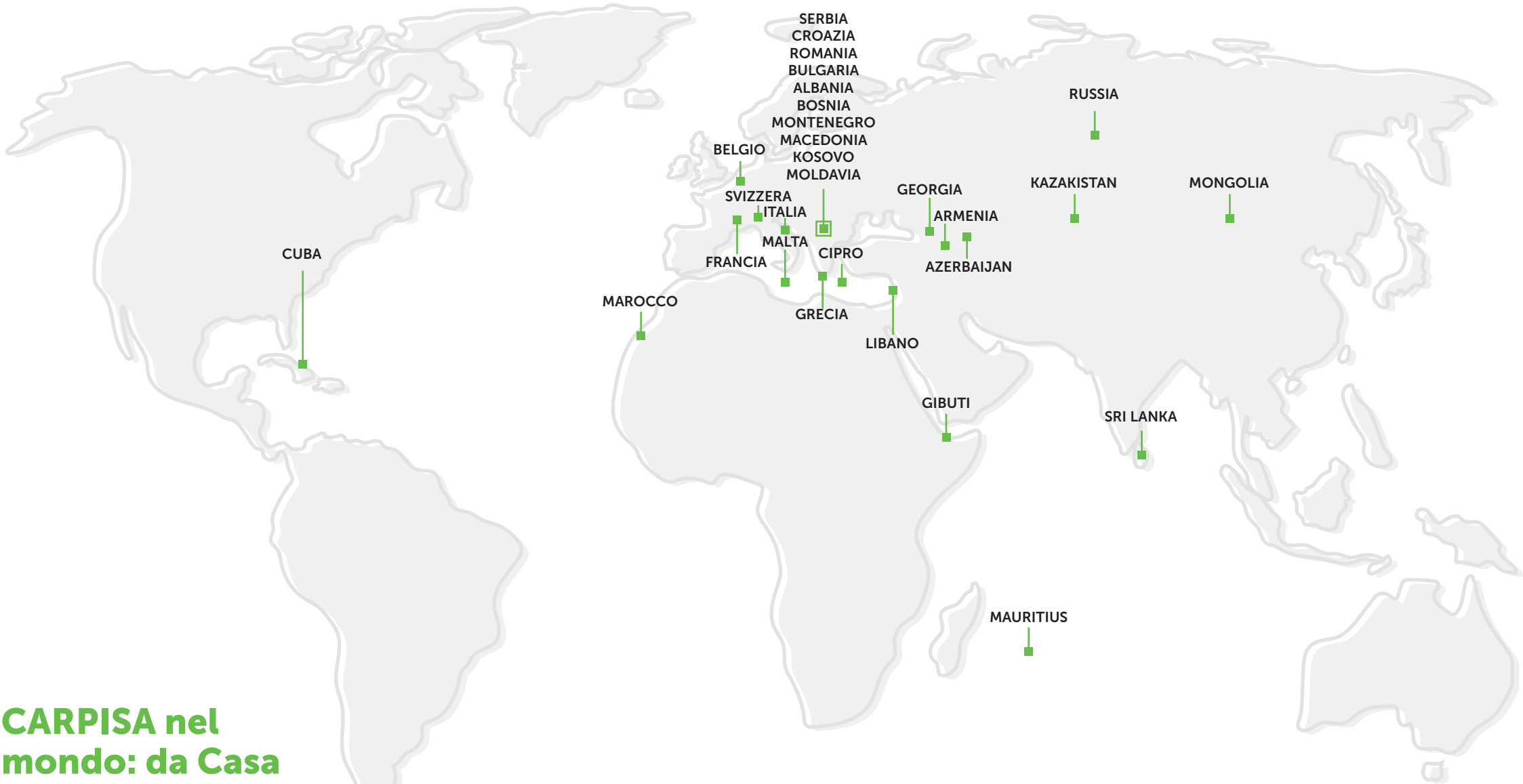
Analisi del contesto di riferimento

Il settore in cui CARPISA opera sta affrontando sfide significative legate alla sostenibilità. Gli aggiornamenti normativi e la crescente sensibilità dei consumatori verso prodotti a minor impatto ambientale spingono le aziende a concentrare i propri sforzi sull'innovazione dei prodotti e sull'adeguamento dei processi interni.

In particolare, la **Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari¹**, definita nel più ampio contesto del piano d'azione per l'economia circolare, introduce nuovi requisiti di progettazione ecocompatibile per i tessuti e prevede la fornitura di informazioni più chiare per i consumatori finali. Questa strategia risponde alla crescente vulnerabilità del settore tessile, minacciato da improvvisi cali della domanda, perturbazioni delle catene del valore, aumenti dei prezzi dell'energia e delle materie prime. Essa propone una linea guida per la transizione, necessaria e urgente, di un settore la cui impronta ambientale è considerevole.

Accanto a questa strategia, nel primo pacchetto sull'economia circolare, trova spazio la nuova direttiva sulla **responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde²**. Questa direttiva mira ad aiutare i consumatori a fare scelte rispettose dell'ambiente e a incoraggiare le aziende a offrire prodotti più durevoli e sostenibili. Vieta, inoltre, l'uso di indicazioni ambientali generiche e pratiche ingannevoli, promuovendo una maggiore trasparenza e responsabilità.

In questo contesto, per mantenere e migliorare il posizionamento sul mercato, diviene essenziale impegnarsi nel campo dell'innovazione dei prodotti e per l'uso di una comunicazione sempre più chiara e veritiera. **È in questa direzione che CARPISA sceglie di concentrare i propri sforzi**, sia nel presente che in futuro.



CARPISA nel mondo: da Casa CARPISA alla rete di distribuzione

La sede operativa di CARPISA è sita nell'interporto campano di Nola (NA), una struttura di 1200mq tecnologicamente innovativa, caratterizzata da sale riservate alla formazione professionale, uffici creativi, spazi comuni, una mensa aziendale e una sala conferenze tecnologicamente avanzata. **Casa CARPISA è un ambiente sano e conviviale**, confortevole, stimolante, che incarna appieno l'essenza del brand: una realtà dinamica, forte e attenta alle esigenze della sua squadra.



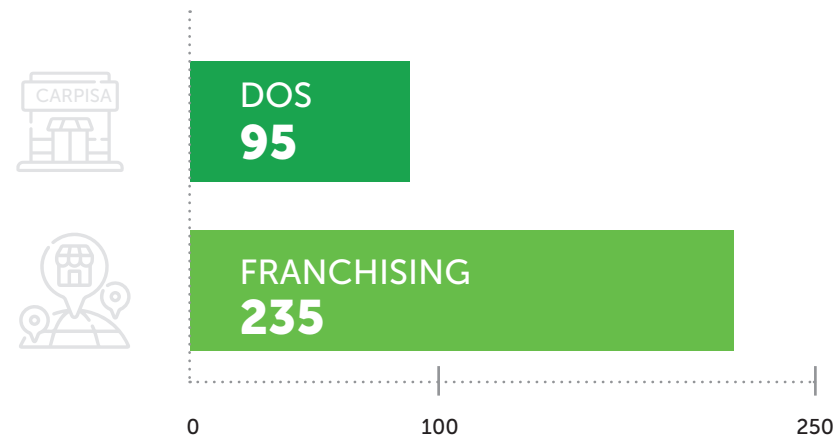
Il brand CARPISA vanta una presenza globale con uffici commerciali e di approvvigionamento siti in diverse parti del mondo e una rete di distribuzione che al 2023 interessa ben 30 Stati.

Dall'area mediterranea a quella balcanica, dall'Europa Centrale e Settentrionale al Medio Oriente e all'Africa, i prodotti CARPISA sono distribuiti in ogni dove, mediante DOS (Directly Operated Stores) e negozi in franchising.

I negozi CARPISA si suddividono in: CARPISA standard store e CARPISA new megastore posti nei principali centri città e grandi centri commerciali; negozi GO CARPISA presso stazioni ferroviarie e aeroporti e negozi Cyao, un nuovo store experience che valorizza lo stile italiano CARPISA e lo stile Yamamay per trasformare la visita del cliente da necessità a desiderio e offrire un'esperienza di shopping semplice e intuitiva.

1 La Strategia dell'UE per prodotti tessili e circolari è stata presentata a marzo 2022 da parte della Commissione Europea: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52022DC0141&from=EN>;
2 La proposta di direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde è stata approvata dal Consiglio Europeo a febbraio 2024: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0099-AM-091-091_IT.pdf

NEGOZI CARPISA IN ITALIA



Italian lifestyle: produzione artigianale e innovativa

I prodotti CARPISA incarnano **l'eccellenza derivante dall'unione tra tradizione artigianale e innovazione tecnologica**, perché realizzati da mani esperte e secondo processi produttivi incentrati sulla ricerca costante di soluzioni all'avanguardia, per restituire al consumatore una gamma di prodotti di qualità e capaci di soddisfare ogni esigenza.

L'approccio all'innovazione si pondera su quattro direttrici:

- 1. innovazione di prodotto**, intensa come scelta di materiali per ridurre l'impatto ambientale dell'intero ciclo di vita del bene (dalla produzione all'uso fino allo smaltimento) e favorire il comfort e il benessere degli utilizzatori;
- 2. innovazione di processo**, applicata alle fasi di progettazione e design per ridurre gli scarti e utilizzare le materie prime in modo consapevole;
- 3. collaborazione con enti di ricerca e dipartimenti universitari** per consentire lo scambio costante di informazioni sugli esiti delle ricerche condotte e condividere i laboratori in dotazione e le relative attrezzature di sperimentazione;
- 4. comunicazione e sensibilizzazione del cliente**, per comunicare in modo trasparente e chiaro le caratteristiche distintive dei prodotti, compresi i benefici ambientali e le innovazioni implementate.

Le linee di valigeria, zaini e borse per uomo e donna oggi sono in gran parte accomunate dalla filosofia *Green Oriented* e dal sistema CARPISA QR-GO®, rispettivamente un approccio orientato alla scelta di materiali a basso impatto ambientale e un sistema di comunicazione distintivo per ogni valigia, che consente al cliente l'accesso semplice e immediato ai servizi CARPISA.

Si prediligono materiali e soluzioni che consentano di garantire **prodotti sicuri, leggeri, stabili, funzionali, talvolta personalizzabili e rispettosi dell'ambiente**. La realizzazione di fodere interne 100% in R-PET proveniente da plastica da riciclo, composizioni con alte percentuali di ABS e policarbonato provenienti da materia prima seconda, lucchetti con tecnologia TSA lock (Transportation Security Administration), ruote ultrasensibili, piroettanti o 3.0 brevettate dal CARPISA Lab, cerniere YKK con sistema di cursore self-repairing ed etichette realizzate con materiale riciclato testimoniano questa attitudine.

La qualità dei prodotti è garantita da un processo strutturato di studio e valutazione che interessa tutte le fasi del prodotto: dalla progettazione al design, dalla scelta delle materie prime, fino alla produzione e alla distribuzione del prodotto. Inoltre, la qualità delle soluzioni CARPISA è assicurata dalla **certificazione ISO 9001**, estesa nel 2022 alle linee di prodotto valigeria, borse e accessori.







I servizi dedicati al pubblico

In CARPISA il cliente può scegliere di impreziosire il proprio acquisto attraverso servizi nati al fine di regalare una shop experience unica e valorizzata nel tempo. Di seguito, si dettagliano i servizi ad oggi attivi.

CARPISA QR-GO

Questa innovazione rappresenta un primo passo verso il passaporto digitale del prodotto previsto dalla **Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari**. Con QR-GO CARPISA mette a disposizione dei clienti una piattaforma pensata per chi in viaggio preferisce avere sempre a portata di mano le informazioni utili agli spostamenti. Basta inquadrare il QR-code presente sui bagagli e registrarsi, per accedere ai servizi disponibili:

Lost & Found

Recupero bagaglio in caso di smarrimento.
Grazie alla scansione del QR-code, il cliente CARPISA che smarrisce il bagaglio può essere contattato da chi lo ritrova all'indirizzo e-mail associato (che non sarà visionabile, nel pieno rispetto della privacy) e ricevere le informazioni necessarie al recupero del bagaglio.

Garanzia

Documento di acquisto sempre a portata di mano.

Lo scontrino è indispensabile per la garanzia, ma non sempre viene conservato dai consumatori. Nella sezione garanzia è possibile caricare una foto o un pdf dello scontrino, in modo da non perderlo e poter richiedere assistenza più facilmente.

Informazioni

Dettagli reperibili in ogni momento.

Per conoscere le dimensioni del bagaglio, circa la manutenzione, i termini di garanzia e tutte le altre nozioni in genere presenti sui cartellini del prodotto.

TSA

Il codice sempre a portata di click.

Con questa sezione viene data la possibilità al cliente di annotare il codice segreto del bagaglio per averlo sempre con sé e modificarlo ogni volta che lo si desidera.

Check list viaggio

I particolari del viaggio sempre a disposizione.
Uno spazio dedicato alle liste viaggio che il cliente può creare (per ogni destinazione), conservare e consultare ogni volta che vuole.

Check dimensioni del bagaglio

Bagagli da cabina e misure consentite.

L'opzione che permette di verificare se le dimensioni del bagaglio sono accettate dalla compagnia aerea scelta; basterà selezionarla dalla lista a disposizione per conoscere le dimensioni massime consentite. Ogni compagnia aerea segue proprie direttive in materia, pertanto, diventa necessario controllare la conformità del bagaglio prima della partenza per non incorrere in brutte sorprese.

Customer Care

Un supporto costante e imminente.

Attraverso la compilazione del form, è possibile mettersi in contatto con l'assistenza clienti per qualsiasi dubbio o supporto in merito all'articolo.

La filosofia Green Oriented

Green Oriented rappresenta un approccio innovativo improntato all'uso responsabile di materie e materiali a basso impatto ambientale e alla promozione della cultura sostenibile tra i consumatori. Mediante questo approccio, CARPISA ha avviato la progressiva sostituzione dei materiali classici per la realizzazione e il confezionamento del prodotto con materiali a ridotto impatto ambientale.

Dalla progettazione all'imballaggio, si punta alla realizzazione di prodotti affini al **principio dell'ecodesign**, caratterizzati da materiali naturali, riciclati, a basso impatto ambientale, durevoli, efficaci e confezionati secondo approcci tendenti all'uso di materiali compostabili o riciclabili e alla riduzione degli imballaggi superflui.





R&S: le attività di Ricerca e Sviluppo

Nel settore retail la capacità di evolversi e di proporre soluzioni sempre al passo delle nuove tendenze ed esigenze del mercato sono fattori imprescindibili per il successo aziendale. Questa consapevolezza, unita al desiderio di soddisfare ogni necessità del proprio pubblico, spinge CARPISA - sin dalle origini - ad investire in attività di Ricerca e Sviluppo (R&S).

La realizzazione di tali attività è resa possibile da un team di Ricerca e Sviluppo, che si occupa di **ricerca di base ed applicata** finalizzata alla realizzazione di nuovi progetti innovativi e alla risoluzione di problemi pratici. Attraverso studi di progettazione 3D e prototipazione di ultima generazione, il team R&S migliora i progetti esistenti e riduce l'utilizzo di prototipi fisici. Inoltre, per anticipare le esigenze dei consumatori e rispondere al meglio alle esigenze di mercato, è alla costante ricerca di soluzioni innovative e sostenibili, senza trascurare gli alti standard qualitativi che caratterizzano il brand. Grazie al lavoro di questa preziosa squadra, in questi anni CARPISA è riuscita a registrare **numerosi brevetti** per invenzione industriale, design, progetti in ingegneria e modelli di utilità che offrono un vantaggio competitivo, proteggendo le innovazioni chiave.

Nell'ambito dell'attività di ricerca, lo scouting di nuovi progetti innovativi e la partecipazione a bandi di finanziamento (regionali, nazionali ed europei) occupano una posizione importante. Si tratta di bandi spesso focalizzati su temi cruciali, come la sostenibilità ambientale, l'economia circolare, il riciclo, i materiali funzionalizzanti e i materiali naturali. Ciò che distingue l'approccio aziendale in tali partecipazioni è il **coinvolgimento attivo in ogni fase del processo**, dalla formulazione delle idee progettuali alla stesura delle proposte, fino alla gestione e realizzazione dei progetti finanziati.

Tra i progetti avviati, va menzionata la collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) nel contesto del progetto "Fabbrica Intelligente", che verrà approfondito nelle prossime pagine.

In CARPISA, le attività di ricerca e sviluppo si svolgono in due spazi all'avanguardia progettati per promuovere l'innovazione e la creatività, e che insieme formano e distinguono **l'ecosistema tecnologico CARPISA**: la stazione di Realtà Virtuale (RV) e il CARPISA Lab.

VALIGIA ASSICURATA

CARPISA ha deciso di offrire una garanzia che consente a tutti coloro che acquistano una delle sue valigie di viaggiare in aereo senza preoccupazioni. Con l'acquisto di una valigia del brand, i clienti possono attivare una copertura assicurativa della durata di 12 mesi, valida per casi di smarrimento o mancato recupero del bagaglio durante un viaggio aereo in qualsiasi parte del mondo.

Questa iniziativa è disponibile in tutti i punti vendita sul territorio nazionale e nei Paesi membri dello Spazio Economico Europeo (SEE). Questo servizio, unico ed esclusivo, è attualmente offerto solo da CARPISA in Italia. Con questa proposta, il marchio, noto e apprezzato per le sue soluzioni travel, borse e accessori, intende supportare la passione per i viaggi, garantendo la sicurezza necessaria per viverli al meglio.

PERSONALIZZAZIONE ETICHETTE E CORPORATE GIFT

Dalle etichette personalizzate, pensate per distinguere il proprio bagaglio con soluzioni colorate e divertenti, all'opportunità di creare una collezione personalizzata per la propria azienda e adottarla come gadget o regali aziendali.

CYAO CARD

Il programma fedeltà che riserva grandi vantaggi ai clienti iscritti, con la possibilità di accumulare punti per ogni euro speso e ricevere offerte, voucher compleanno, punti extra per chi invita i propri amici ad iscriversi al programma e promozioni esclusive riservate ai membri Cyao Card.

RISULTATI

Brevetti per invenzione industriale

Brevetti per modello industriale

Brevetti per modello di utilità

Marchi registrati a seguito di progetti speciali

Marchio figurativo

Premi SMAU

Pubblicazione scientifica sulla rivista internazionale MDPI Journal

La stazione di Realtà Virtuale

In CARPISA disponiamo di una sala interamente dedicata alla Realtà Virtuale (RV), che consente agli esperti di prodotto e designer di immergersi in un ambiente virtuale realistico, dove possono configurare e visualizzare prodotti speciali in modo dettagliato e interattivo.

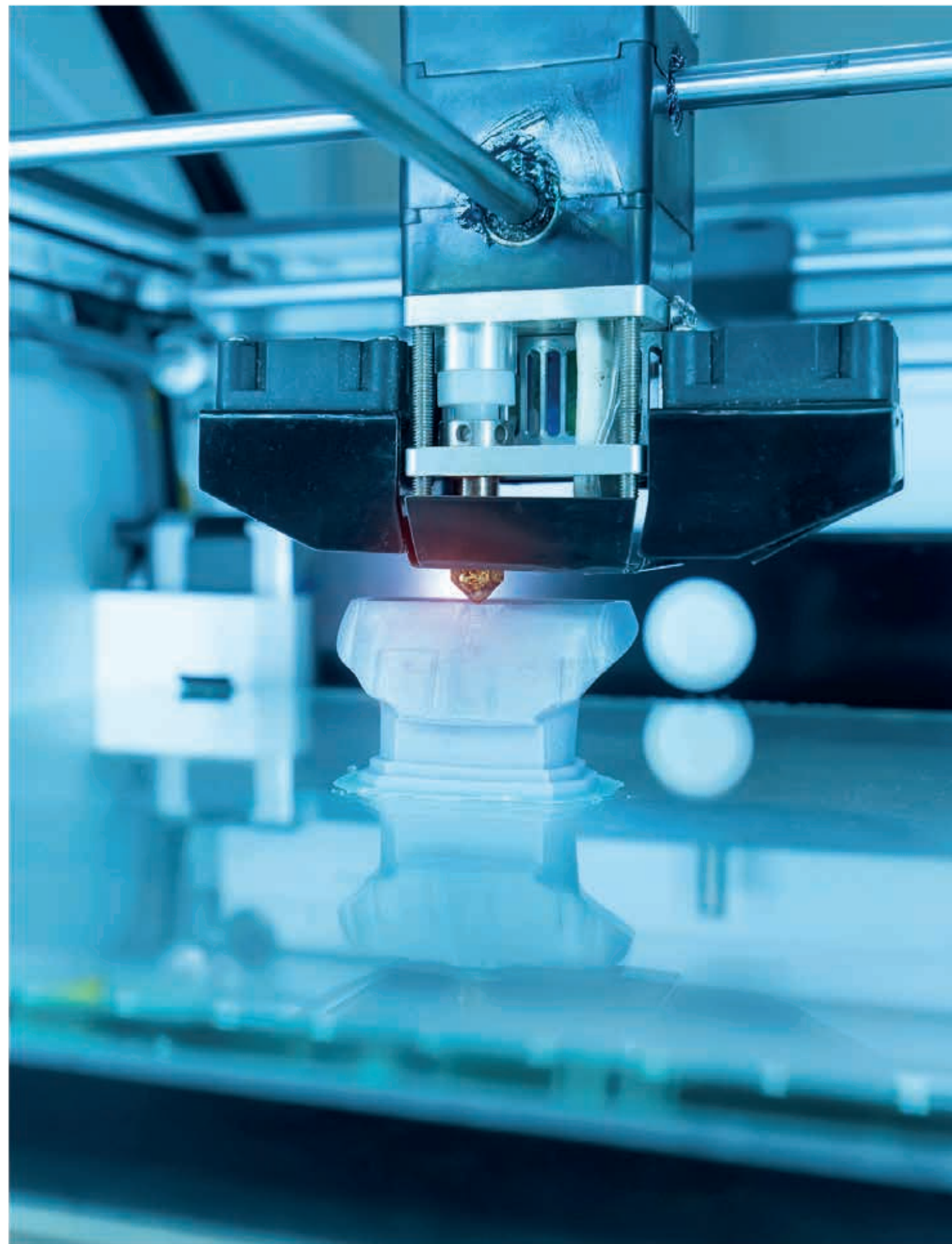
Utilizzando la RV, è possibile esplorare diverse opzioni di design, materiali e colori, consentendo un processo decisionale più rapido ed efficace.

Innovazione costante con il CARPISA Lab

CARPISA Lab è il laboratorio nato nel 2013 presso la sede centrale di CARPISA; rappresenta **un centro di eccellenza per lo sviluppo di nuovi prodotti e funzionalità**, ma anche per la ricerca di nuovi materiali e tecnologie.

CARPISA Lab è uno spazio di 200m² composto da personale altamente qualificato, impegnato nello studio e nella ricerca costante di materiali innovativi, performanti e sostenibili.

Negli anni il laboratorio è stato potenziato attraverso l'implementazione di moderne tecnologie, quali software 3D, Realtà Virtuale, stampanti 3D per rapid prototyping e uno scanner di ultima generazione capace di ottenere scansioni in alta risoluzione e al minimo dettaglio di pelle e tessuti. Questa tecnologia garantisce di aumentare il realismo dei capi e facilita il processo di sviluppo del prodotto, grazie alla realizzazione di copie 3D di tessuti dotate delle stesse proprietà e caratteristiche dell'equivalente fisico. L'uso dei tessuti digitali consente di ridurre i costi e lo spreco di materiali, favorisce la collaborazione tra i vari reparti e influenza in modo positivo la produttività aziendale.



L'insieme di tutte le innovazioni apportate nel tempo al CARPISA Lab ha favorito il miglioramento dei processi dedicati al controllo qualità per valigie e borse, al collaudo delle valigie e all'analisi di materiali rigidi e morbidi.

I successi conquistati negli anni in ambito di valigeria e mondo travel hanno indotto la Società ad investire in un percorso finalizzato all'innovazione della gamma borse CARPISA (collezione donna), secondo l'ormai collaudato approccio distinto in tre fasi:

1. analisi approfondita delle caratteristiche tecniche e qualitative degli attuali prodotti;
2. messa a punto di test standard per il controllo e la certificazione della qualità;
3. analisi di benchmarking.

Questo processo permette di conoscere a fondo i pregi e i difetti delle collezioni e - di conseguenza - di intervenire ottimizzandone la qualità e la funzionalità dei prodotti.

Nel 2022, presso il CARPISA Lab, è stata creata una **concept room** totalmente digitalizzata per visionare e confrontare le collezioni in formato digitale. La concept room è stata arricchita con vari schermi in altissima definizione e di grandi dimensioni, in modo da poter visualizzare avatar umani a grandezza naturale che possono indossare i prodotti con le reali dimensioni. Inoltre, è stato inserito un ledwall di 4,5x2 mt, anch'esso ad alta definizione, che consente di visionare, sempre in dimensioni reali, un elevato numero di prodotti.

Il CARPISA Lab è dotato della **certificazione ISO 9001**, norma internazionale per i Sistemi di Gestione per la Qualità (SGQ), garante del mantenimento e del miglioramento della qualità dei prodotti. Come azienda certificata CARPISA deve sottoporsi a verifiche annuali di sorveglianza per assicurare che il sistema di gestione per la qualità continui a soddisfare i requisiti della norma. Nel 2022, a seguito del consueto audit annuale dell'ente certificatore SGS, la certificazione è stata rinnovata ed estesa (ex-novo) anche al processo di controllo qualità in ambito borse.

Tra i progetti più prestigiosi nati nel contesto del CARPISA Lab ci sono:

CARPISA GOTECH®, un materiale nato dall'unione dell'ABS e del policarbonato, capace di donare ai prodotti particolare resistenza, specie alle linee di valigeria;



CARPISA WHEEL, una ruota silenziosa, in differenti versioni, testata per garantire una lunga durata su tutti i tipi di superficie e ideata per ridurre al minimo i tempi d'attesa in caso di assistenza, grazie alla possibilità fornita al cliente di provvedere in autonomia alla sostituzione di ruote, forca e supporto ruota. La ruota CARPISA rende la valigia versatile e adatta ad ogni occasione, perché basta rimuoverla per ottenere un bagaglio capiente e conforme alle dimensioni imposte dalle compagnie di volo;

TATTOO LAB, un servizio di personalizzazione delle valigie attraverso l'utilizzo di una stampante in grado di stampare immagini ad alta definizione, un'opportunità unica nel settore del viaggio e dell'accessorio. Ogni viaggiatore ha una storia unica da raccontare, e personalizzare la propria valigia con immagini significative o design esclusivi aggiunge un tocco distintivo e personale al proprio bagaglio. La stampa di immagini ad alta definizione consente di trasformare le valigie in vere e proprie opere d'arte, conferendo eleganza e originalità all'equipaggiamento da viaggio;

CARPISA QR-GO®, un QR code finalizzato a riassumere il contenuto dei cartellini in modo da limitarne l'utilizzo, esteso a tutte le linee di valigeria.

Il CARPISA Lab è costantemente impegnato nella ricerca e nello sviluppo di materiali e soluzioni innovative attraverso **progetti mirati** che descriviamo di seguito.



Ricerca materiali innovativi

Questo campo è tra i principali ambiti di studio del CARPISA Lab, con attività finalizzate alla ricerca e all'esame di materiali all'avanguardia, capaci di offrire prestazioni superiori in termini di resistenza, durabilità, e che abbiano un minor impatto ambientale.

Resistenza e durabilità

Due aspetti essenziali per garantire la qualità dei prodotti CARPISA nel tempo; rigorosi test di resistenza assicurano che ogni materiale possa sopportare le condizioni d'uso quotidiane senza compromettere l'integrità del prodotto. Questo impegno permette di offrire ai clienti articoli che durano nel tempo e che rappresentano un investimento sicuro.

Studio di design

Il design rappresenta un altro fondamentale pilastro del CARPISA Lab, sempre impegnato nello studio di nuove tendenze e tecniche di design per creare prodotti che siano non solo funzionali, ma anche esteticamente accattivanti.

Innovazione continua

Attraverso un approccio interdisciplinare, si combinano conoscenze e competenze diverse per sviluppare prodotti che siano all'avanguardia nel settore della moda e dei viaggi. In fondo, l'innovazione di prodotto comporta non solo la creazione di nuovi articoli, ma anche il miglioramento continuo dei processi e delle metodologie in uso.

Sostenibilità aziendale: metodologie e obiettivi



Un impegno concreto che inizia con la Carta della Sostenibilità

Consapevole dell’opportunità che un approccio ESG (Environmental, Social, Governance) riserva alla crescita aziendale e comune, negli anni la Società ha avviato diverse iniziative di Responsabilità Sociale d’Impresa, puntando - in particolare - sul prodotto e sulla valorizzazione delle risorse umane.

In questo contesto e in riferimento alla Pianoforte Holding S.p.A, nel 2020 nasce la **Carta della Sostenibilità**. Un documento che accompagna le società nel loro percorso di sostenibilità, e allinea l’impegno del Gruppo sul rispetto dei diritti delle persone, dell’ambiente, della collettività definendo una linea guida per l’agire quotidiano capace di creare valore condiviso.

La *Carta della Sostenibilità* è applicata in tutti i paesi in cui CARPISA opera, in armonia con il Codice Etico, il Modello Organizzativo 231 e l’insieme di politiche, linee guida, procedure, direttive e disposizioni che caratterizzano e orientano l’Organizzazione.

Nelle prossime pagine è possibile conoscere i dettagli dell’impegno aziendale in materia di sostenibilità, mediante l’approfondimento del processo di identificazione e prioritizzazione degli stakeholder, dell’approccio adottato per definire i temi materiali, delle iniziative intraprese in ambito ESG e degli obiettivi posti per il futuro.

Gli stakeholder: entità di valore

In CARPISA la voce degli stakeholder rappresenta un fattore indispensabile nel processo di definizione delle strategie del business. Consapevole del fatto che le azioni, i prodotti e i servizi offerti influenzano in modo diretto e indiretto le entità con cui si entra in contatto per lo svolgimento dell’attività imprenditoriale, la Società ritiene fondamentale attenzionare le esigenze e aspettative di tutti gli stakeholder, interni ed esterni all’Organizzazione.

Questa consapevolezza, in relazione agli impegni assunti in ambito ESG, ha comportato l’esecuzione di attività specifiche per individuare gli stakeholder aziendali, conoscere i loro interessi e le modalità di coinvolgimento in atto. Un processo denominato **mappatura degli stakeholder** illustrato di seguito.

CATEGORIA DI STAKEHOLDER	INTERESSE	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
Management Group	- Reputazione aziendale - Performance economico-finanziaria	Presentazione Bilancio di Sostenibilità	Annuale
		Conference call con i category expert per valutazione politiche di pricing e prodotto	Trimestrale
		Attività di aggiornamento con i responsabili delle singole aree commerciali	Costante
Dipendenti e loro rappresentanti	- Equilibrio vita/lavoro - Welfare aziendale - Sviluppo professionale - Pari opportunità	Presentazione Bilancio di Sostenibilità	Annuale
		- Comunicazioni ufficiali - Eventi aziendali - Attività di formazione - Informazione e sensibilizzazione relativa alle iniziative volte alla tutela dell’ambiente	Ad hoc
Fornitori	- Performance economica - Sicurezza dei dati - Brand reputation	Condivisione Bilancio di Sostenibilità	Annuale
		- Attività di dialogo, informazione e sensibilizzazione riguardo le novità relative alla gestione degli aspetti di sostenibilità lungo la catena di fornitura - Confronto dedicato per implementazione attività sostenibilità di CARPISA - Conference call/instant message	Costante
Proprietà	- Performance economico-finanziaria - Rispetto normative	Incontri e comunicazioni	Costante
		Assemblea degli azionisti	Ad hoc
Banche	- Performance economico-finanziaria - Compliance legale - Obiettivi strategici	Condivisione Bilancio di Sostenibilità	Annuale
		- Incontri sistematici - Eventi	Ad hoc
Associazioni di categoria	Sviluppo tematiche settore	Partecipazione a progetti specifici per il settore della moda e del tessile	Ad hoc
		Incontri ed eventi di networking	Ad hoc
Comunità locale	- Benessere del pianeta e delle persone - Sviluppo del territorio	Incontri networking e supporto	Ad hoc
Media	- Brand awareness - Brand reputation	Utilizzo canali social e televisione	Ad hoc
Comunità scientifica e Università	Know-how	- Attività formative - Attività di ricerca e sviluppo	Ad hoc
Consumatori e clienti	- Qualità del prodotto - Innovazione, ricerca e sviluppo - Economia circolare e sostenibilità	- Campagne di comunicazione online - Campagne di comunicazione offline - Canali social - Newsletter - Informazioni esposte nei punti vendita	Ad hoc

Analisi di materialità

L'individuazione dei temi materiali consente alle realtà impegnate in un percorso per la sostenibilità aziendale di comprendere quali aspetti economici, ambientali e sociali possono influenzare le decisioni degli stakeholder e generare impatti significativi per l'azienda.

Partendo dall'analisi di materialità effettuata nell'ambito della precedente rendicontazione, è stata svolta la revisione dei temi individuati e la riclassificazione degli stessi all'interno degli ambiti ESG. Questa attività ha comportato le variazioni dettagliate di seguito:

- il tema *packaging responsabile* è stato accorpato al tema *circolarità ed ecodesign*;
- il tema *negozi sostenibili* è stato annesso al tema *gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico*;
- il tema *sviluppo e innovazione* è stato tolto dall'elenco dei temi materiali e trattato all'interno della sezione riguardante il profilo dell'Organizzazione;
- i temi *comunicazione trasparente e marketing responsabile e ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales* sono stati uniti nel tema *Qualità e sicurezza del prodotto*;
- i temi *governance responsabile* e gestione dei *rifiuti* sono stati aggiunti poiché giudicati materiali e presidiati.

All'identificazione delle tematiche materiali è seguita l'associazione delle stesse agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti dalle Nazioni Unite nell'Agenda 2030. Tale associazione deriva dall'analisi degli indicatori GRI, rendicontati all'interno del presente documento, e degli obiettivi definiti rapportati agli SDGs e ai target secondo il framework Linking the SDGs and the GRI Standards.

Obiettivi ESG per un impegno duraturo

In questi anni la Società, a partire dalla *Carta della Sostenibilità*, ha scelto di evolversi a favore di un approccio responsabile e integrato, finalizzato a un'azione consapevole e capace di generare benefici comuni.

Tale approccio è caratterizzato da obiettivi chiari e tangibili, espressione trasparente dell'impegno per una gestione aziendale responsabile.

AREA	TEMATICA	DESCRIZIONE	SDGs CORRELATI
E	Gestione energetica e contrasto al cambiamento climatico	Politiche di monitoraggio e gestione efficiente dei consumi energetici per il raggiungimento di benefici diretti; analisi delle emissioni di carbonio prodotte dalle attività aziendali basate su schemi di certificazione internazionali.	 
E	Circolarità ed ecodesign	Ricerca di soluzioni finalizzata all'ottimizzazione dell'utilizzo dei prodotti, minimizzando la produzione di scarti e rifiuti, per diminuire l'impatto ambientale e lo sfruttamento di risorse vergini.	 
E	Gestione dei rifiuti	Gestione consapevole dei rifiuti pericolosi e non pericolosi connessi all'attività di business dell'azienda e promozione di metodi e pratiche di gestione consapevoli, quali: riutilizzo, differenziazione e riciclo dei rifiuti e degli scarti prodotti.	
S	Qualità e sicurezza del prodotto	Adozione di procedure e sistemi volti a garantire gli alti standard di qualità dei prodotti e la continua innovazione nel design, al fine di rispondere in modo sempre più completo ed efficace alle diverse esigenze e aspettative dei clienti finali.	 
S	Salute e sicurezza	Sensibilizzazione sulla cultura della sicurezza, attraverso il coinvolgimento di tutti gli operatori e garanzia di un ambiente salubre.	  
S	Gestione, sviluppo e benessere delle persone	Promozione di un ambiente di lavoro accogliente, stimolante e in grado di sviluppare il know-how aziendale tramite programmi di welfare, erogazione di attività formative e definizione chiara di percorsi di carriera.	   
S	Diversità, pari opportunità e inclusione	Valorizzazione delle risorse nel rispetto dei valori fondamentali, quali diversità, equità, inclusione e garanzia di una crescita professionale e personale in un ambiente di lavoro sicuro ed equo.	  
G	Governance responsabile	Integrazione dei principi ESG nella strategia d'impresa e formalizzazione di ruoli e responsabilità, per un efficace rispetto degli impegni presi e perseguimento degli obiettivi futuri di sostenibilità.	   
G	Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura	Valutazione degli impatti ambientali e sociali generati lungo la catena di fornitura con l'obiettivo di diffondere la cultura della sostenibilità attraverso la filiera.	 

ENVIRONMENT

Accrescere la consapevolezza sugli impatti ambientali legati alle attività aziendali è uno dei principali obiettivi. A tal fine, si intende condurre uno studio LCA (Life Cycle Assessment) sulla valigia GoTech, per analizzare l'intero ciclo di vita dei prodotti e servizi offerti dalla Società. Questo studio permetterà di identificare le aree critiche e le opportunità di miglioramento, al fine di ridurre l'impatto aziendale in termini di CO₂.

Attraverso questa valutazione dettagliata, si potranno sviluppare strategie e interventi mirati per ottimizzare l'uso delle risorse, migliorare l'efficienza energetica e promuovere pratiche sostenibili

lungo tutta la catena di produzione e distribuzione. L'obiettivo finale è di adottare un approccio più responsabile, che non solo riduca l'impatto ambientale, ma contribuisca anche a sensibilizzare dipendenti, clienti e stakeholder sull'importanza della sostenibilità nelle pratiche aziendali.

SOCIAL

La Società si impegna a creare un ambiente di lavoro stimolante e inclusivo, valorizzando al massimo le risorse umane. A tale scopo, è stato istituito un **Comitato DEI (Diversità, Equità e Inclusione)** con l'obiettivo di promuovere e implementare iniziative concrete per migliorare il benessere e la soddisfazione dei dipendenti.

Il Comitato DEI si concentra su diversi obiettivi strategici, tra cui l'introduzione di orari di lavoro flessibili e la revisione del sistema di valutazione delle performance per renderlo più equo e trasparente. Inoltre, ha avviato un'indagine interna per raccogliere feedback dai dipendenti, comprendere le loro aspettative e identificare aree di miglioramento.

Attraverso un sistema di gestione della parità di genere, la Società si impegna a garantire un trattamento equo per tutti i dipendenti, promuovendo un ambiente di lavoro in cui ogni individuo possa sentirsi valorizzato e rispettato.

Grazie all'impegno del Comitato DEI, la Società mira non solo a migliorare le condizioni lavorative attuali, ma anche a creare una cultura aziendale che supporti la diversità e favorisca la crescita personale e professionale di ogni dipendente.

GOVERNANCE

La governance di sostenibilità rappresenta un pilastro fondamentale per CARPISA nel perseguire obiettivi ambientali, sociali e di governance (ESG). È un approccio strategico che integra pratiche e politiche mirate a gestire responsabilmente le risorse naturali, migliorare il benessere delle comunità locali, favorire la crescita professionale e l'equilibrio dei dipendenti, ridurre l'impatto ambientale e promuovere la trasparenza aziendale.

Questo framework guida l'adozione di politiche chiare e procedure per integrare la sostenibilità nelle decisioni aziendali, nel potenziare la consapevolezza sulla sostenibilità e nel promuovere comportamenti responsabili. per garantire una gestione aziendale resiliente nel lungo termine.

La Società, in piena trasparenza, fornisce comunicazioni accurate sui progressi e sugli impatti delle sue iniziative sostenibili.

Corporate Governance & Compliance



La struttura organizzativa aziendale

A partire dal 2021, con il passaggio da holding industriale a holding finanziaria della capogruppo Pianoforte Holding S.p.A., Kuvera ha istituito una struttura di governance dedicata, finalizzata alla gestione e al monitoraggio di tutte le attività aziendali. Questo approccio mira a garantire la conformità dell’operato aziendale agli standard etici e normativi più elevati, promuovendo al contempo la sostenibilità in tutte le sue forme.

La governance di Kuvera si basa su una struttura tradizionale che prevede la presenza del Consiglio di Amministrazione (CdA) e del Collegio Sindacale, i quali svolgono un ruolo essenziale nel garantire una gestione efficiente e conforme alle normative. La Società ha inoltre affidato la revisione legale ad una società appartenente alle big four.

Gli organi aziendali sono di seguito descritti.

L’**Assemblea degli azionisti** rappresenta il fulcro per la definizione delle direzioni strategiche aziendali. Operando secondo il principio democratico della maggioranza, l’Assemblea prende decisioni cruciali in conformità al codice civile, come l’approvazione del bilancio, la nomina degli amministratori e dei sindaci e la determinazione dei compensi per le cariche aziendali. Inoltre, l’Assemblea esamina e si pronuncia su questioni di gestione societaria rilevanti, seguendo quanto stabilito dall’atto costitutivo o sottoposto alla sua valutazione dagli amministratori.

Il **Consiglio di Amministrazione**, al 31.12.2023 risulta formato da 4 membri, di cui uno indipendente, e detiene ampi poteri per la gestione sia ordinaria che straordinaria della Società ad esclusione di quelli riservati per legge all’Assemblea. Il CdA porta avanti una leadership esperta nel settore, con competenze che spaziano da aspetti come stile e prodotto, operazioni, finanza, marketing e comunicazione ed ha nominato un Amministratore Delegato a cui sono state conferite specifiche deleghe.

La totalità dei membri ha un’età superiore ai 50 anni e il 25% è rappresentato da donne, il Consigliere Delegato Indipendente, con delega alla sostenibilità. Ogni componente del CdA è essenziale per delineare obiettivi, strategie e politiche aziendali che guidano la crescita e il successo dell’Organizzazione.

Le politiche retributive relative ai membri del CdA seguono le regole dello Statuto che fa riferimento al Codice Civile; non è prevista alcuna parte variabile per la remunerazione dei consiglieri e i pagamenti di fine rapporto e benefici pensionistici seguono le norme di legge.

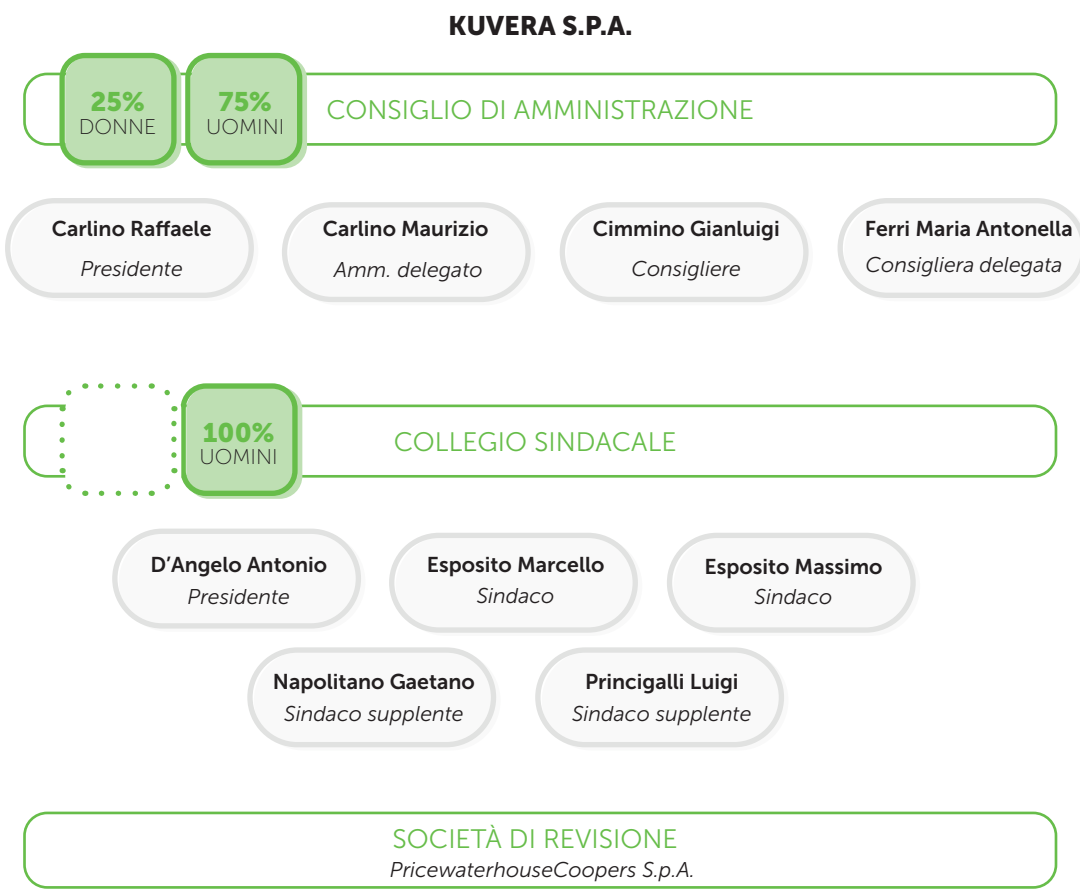
Il **Collegio Sindacale**, con il suo compito di vigilanza sull’osservanza delle leggi e dello Statuto, è garante del rispetto dei principi di corretta amministrazione. Composto principalmente da uomini con esperienza consolidata nel settore, il Collegio svolge un ruolo cruciale nell’assicurare l’integrità e la trasparenza delle operazioni aziendali.

Al 31.12.2023 il Collegio Sindacale è composto da 5 membri, di cui un Presidente, due sindaci effettivi e due sindaci supplenti. La totalità dei membri è rappresentata da uomini e il 20% ha età compresa fra i 30 e i 50 anni, con il restante 80% costituito da figure con età superiore ai 50 anni.

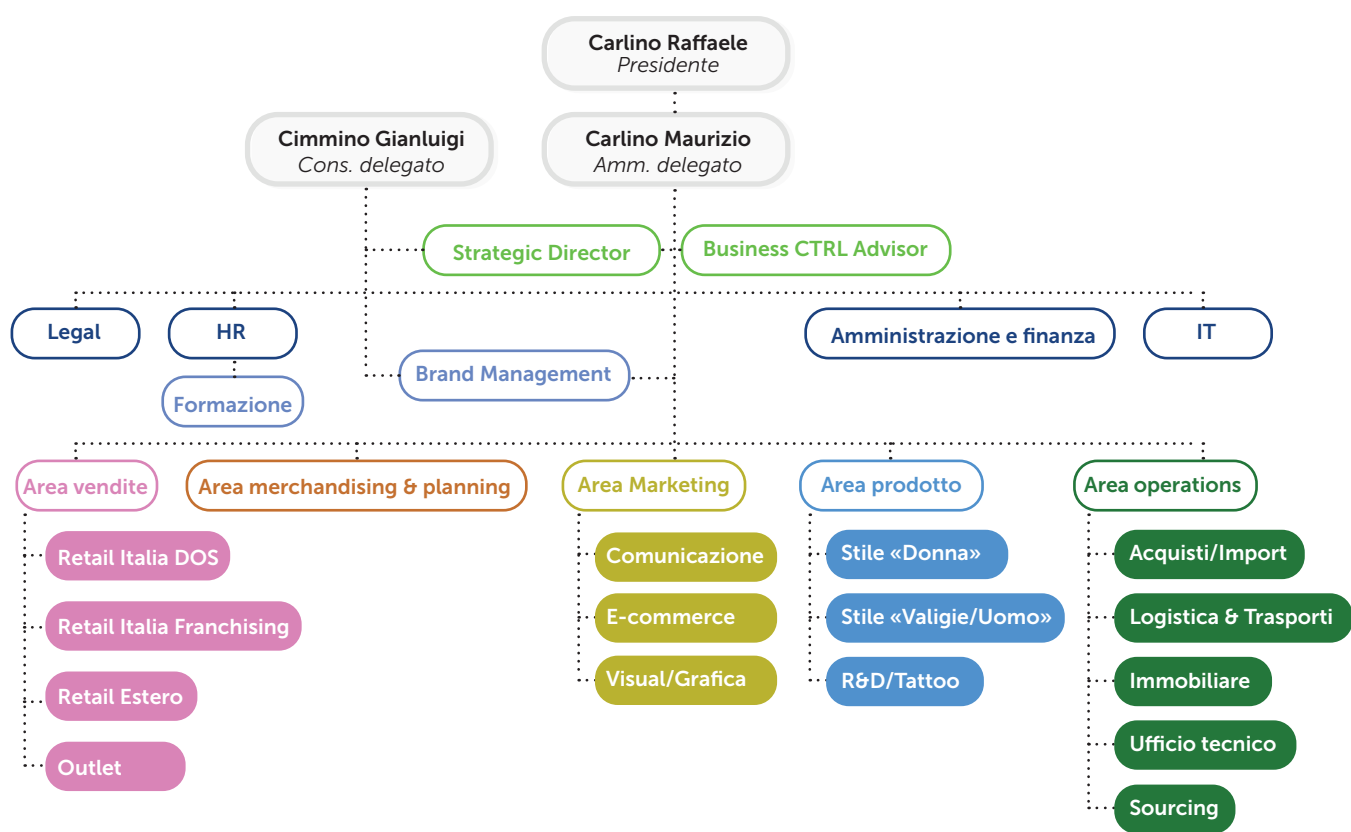
La **Società di Revisione dei conti**, rappresentata da PricewaterhouseCoopers S.p.A. (PwC), gioca un ruolo fondamentale nel garantire la trasparenza e l’affidabilità dei processi contabili, attraverso servizi di audit.

Per favorire un processo decisionale efficace e promuovere il raggiungimento degli obiettivi strategici, sono stati istituiti vari **Comitati interni**, ognuno specializzato in specifiche aree aziendali. Questi comitati, come quello Commerciale, Immobiliare, Visual/MKTG, Finanziario, Prodotto/ Acquisti e HR/Formazione, DEI, fungono da catalizzatori per l’innovazione e il miglioramento continuo, facilitando la collaborazione e lo scambio di idee tra le diverse funzioni aziendali.

Grazie a questa struttura interna, la Società riesce a fronteggiare le eventuali problematiche in modo celere ed efficiente, riducendo il rischio di errori o decisioni sbagliate, e al contempo **promuove l’innovazione e il miglioramento continuo** attraverso la collaborazione e il confronto di idee.



Con l’organigramma che segue si mostra graficamente la struttura organizzativa aziendale, con evidenza dei ruoli, dei legami funzionali e gerarchici.



Trasparente e corretta: una gestione guidata dal Modello 231 e dal whistleblowing

La holding di controllo Pianoforte, insieme alle società operative Inticom e Kuvera, ha sviluppato e implementato **un solido modello di organizzazione, gestione e controllo**, ex D.Lgs. 231/01 ("MOG", "il Modello 231"). Questo modello è soggetto a regolari revisioni e aggiornamenti per garantire la sua conformità alle normative vigenti, incluso l'adattamento ai nuovi reati inseriti nel catalogo previsto dal Decreto.

Il Modello comprende due sezioni: la parte centrale che include le linee guida dell'Organismo di Vigilanza (ODV) e un codice sanzionatorio, e la parte speciale, che dettaglia le norme di comportamento nelle aree di rischio, garantendo così una sorveglianza adeguata circa il suo corretto utilizzo.

L'Organismo di Vigilanza, istituito dalle società del Gruppo, ha il compito di vigilare sull'applicazione del modello e possiede i requisiti di indipendenza e professionalità richiesti. Si riunisce regolarmente, con una cadenza trimestrale, per condurre verifiche e indagini volte a garantire l'efficacia del Modello nella prevenzione dei reati e a valutare la validità dei controlli e delle procedure operative.

In linea con il piano annuale di attività, l'Organismo di Vigilanza si confronta periodicamente con i vertici dell'Organizzazione e i responsabili delle funzioni aziendali, per analizzare le aree a rischio e monitorare le possibili violazioni dei reati previsti dal Decreto. Inoltre, l'ODV invia newsletter informative ai dirigenti del Gruppo e ai membri degli altri organi societari, focalizzate sulle principali applicazioni pratiche del Decreto e sugli eventuali aggiornamenti normativi.

Kuvera S.p.A. ha istituito una casella di posta elettronica dedicata all'Organismo di Vigilanza, per **consentire la segnalazione di eventuali violazioni**, in modo sicuro, confidenziale e soprattutto conforme alle normative sulla privacy, garantendo la protezione del segnalante. Le segnalazioni ricevute vengono attentamente valutate e - se necessario - le questioni più rilevanti sono sottoposte all'attenzione del Consiglio di Amministrazione per una valutazione ulteriore e una soluzione.

L'Organismo di Vigilanza rende regolarmente conto al CdA (almeno una volta all'anno) e mantiene un costante scambio di informazioni con il Collegio Sindacale delle società.

È dedicata particolare attenzione alla formazione dei dipendenti, fornendo un chiaro quadro dei principi fondamentali del Decreto e del contenuto del MOG.

Oltre al Codice Etico e al Modello di Organizzazione, gestione e controllo, è attivo un sistema di segnalazione interna (**whistleblowing**) che mira a individuare e indagare tempestivamente su comportamenti illeciti o non conformi alle norme e procedure interne, garantendo l'anonimato e la privacy del segnalante.

Analizzando l'anno 2023, oggetto della presente rendicontazione, si rileva che non sono emerse criticità significative né casi di corruzione; inoltre, non sono stati riscontrati casi di non conformità alle leggi e ai regolamenti vigenti. Questo risultato conferma la tendenza dell'anno precedente e il **valore dell'approccio proattivo** della Società alla gestione dei rischi e alla conformità.

La governance della sostenibilità

In Kuvera S.p.A. gli obiettivi legati alla sostenibilità occupano una posizione di rilievo. Il Consiglio di Amministrazione, nel suo ruolo di guida delle operazioni, è incaricato di definire e gestire le azioni necessarie per lo sviluppo degli obiettivi ambientali, sociali ed economici della Società, oltre che approvare il Bilancio di Sostenibilità annuale.

Per assegnazione diretta del CdA, il Consigliere Delegato Indipendente è preposto alla gestione delle operazioni attinenti alla transizione digitale e alla Corporate Social Responsibility (CSR). Questo incarico prevede il monitoraggio costante delle iniziative intraprese e incontri periodici con i responsabili di funzione. La nomina è avvenuta in riconoscimento delle sue competenze ed esperienze maturate in tema ESG (Environmental, Social, Governance), tra cui la presidenza dell'Università Unimercatorum, la partecipazione a seminari sulle tematiche di sostenibilità, il coinvolgimento in diverse pubblicazioni e la partecipazione a gruppi di ricerca e comitati scientifici di CSR.

Partendo da questi presupposti, Kuvera S.p.A. sente la necessità di **strutturare e far progredire in maniera organica la consapevolezza e le conoscenze collettive riguardo alla sostenibilità**. Per questa ragione, la Società ha deciso di impegnarsi per la formalizzazione di una squadra interna dedicata alla gestione della sostenibilità aziendale. Questo team avrà il compito di coordinare tutte le iniziative, monitorare i progressi e garantire che ogni reparto operi in conformità agli obiettivi di sostenibilità.

Inoltre, Kuvera prevede di implementare programmi di formazione continua per tutti i dipendenti, al fine di aumentare la consapevolezza e le competenze in ambito ESG. L'obiettivo è che ogni membro dell'Organizzazione comprenda l'importanza della sostenibilità e contribuisca attivamente al raggiungimento degli ambiziosi obiettivi aziendali.

Con queste iniziative, Kuvera S.p.A. mira alla promozione di un modello di business sempre più responsabile, dimostrando che l'impegno verso la sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale e un fattore chiave per il successo a lungo termine.



Il valore economico prodotto e distribuito

Nel 2023 Kuvera ha registrato ricavi delle vendite e delle prestazioni pari a **115,129 milioni di euro**; valore sostanzialmente in linea con il fatturato dell'annualità precedente, al quale hanno contribuito i diversi canali di vendita in essere, seppur in modo differente. In effetti, nel 2023, le vendite nette generate attraverso i negozi affiliati registrano un leggero incremento pari all'1,6% rispetto ai dati 2022, mentre per le vendite derivanti dai punti vendita diretti si rileva un calo dello 0,5%; per quanto concerne il canale e-commerce si rileva un incremento delle vendite del 10,1% rispetto all'anno precedente.

2023 (K€)		
	ITALIA	103.706
	CEE	3.468
	EXTRA CEE	7.955
Totale		115.129

Il valore economico generato dall'attività imprenditoriale di Kuvera è stato distribuito tra i vari stakeholder. Nel prospetto seguente, elaborato sulla base del conto economico del periodo oggetto della presente rendicontazione, viene illustrata in modo puntale tale distribuzione, dettagliando:

- il valore economico generato: ossia il valore della produzione, determinato dai ricavi netti derivanti delle prestazioni dei servizi e altri ricavi e proventi;
- il valore economico distribuito: che include i costi distinti per categoria di stakeholder;
- il valore economico trattenuto: determinato dalla differenza tra il valore economico generato e distribuito.

Questo approccio permette di evidenziare con trasparenza come le risorse economiche siano allocate, assicurando che ogni stakeholder comprenda il proprio contributo e beneficio derivante dall'attività di Kuvera S.p.A.

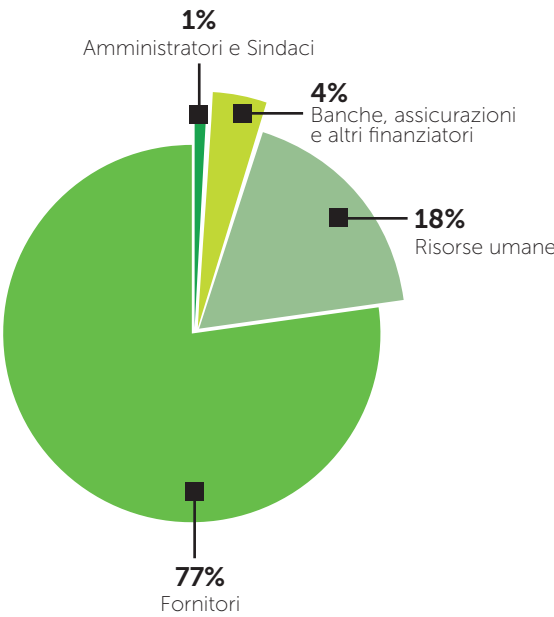


VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO

	2022	% on tot.	2023	% on tot.
Valore economico generato e ricevuto	123.548.436	100,0%	123.131.108	100,0%
Valore economico generato	122.549.416	99,2%	122.820.885	100%
Valore economico ricevuto	999.020	0,8%	310.223	0%
Valore economico distribuito	114.746.063	92,9%	111.396.311	90,5%
Fornitori	89.318.825	72,3%	85.797.277	69,7%
Amministratori e sindaci	1.366.194	1,1%	1.363.422	1,1%
Risorse umane	18.663.218	15,1%	20.058.906	16,3%
Banche, assicurazioni e altri finanziatori	3.860.804	3,1%	3.971.156	3,2%
Pubblica Amministrazione	1.432.689	1,2%	175.171	0,1%
Comunità locale	104.333	0,1%	30.379	0,0%
Valore economico trattenuto	8.802.373	7,1%	11.734.797	9,5%

In linea con il business aziendale, la maggior parte del valore economico distribuito è allocato ai fornitori (77% rispetto al totale del valore economico distribuito), seguito dal valore economico distribuito alle risorse umane (18%) e dal valore distribuito a banche ed assicurazioni (4%).

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO DA CARPISA 2023



I fornitori: affidabili, competenti, verificati

CARPISA è impegnata attivamente nello sviluppo di una catena di fornitura responsabile, considerata un elemento distintivo della sua gestione. L'esperienza maturata negli anni la induce a credere con fermezza nella possibilità di migliorare le proprie performance qualitative, ambientali e sociali, soprattutto perché supportata da una rete di fornitori con cui sussistono **rapporti solidi e duraturi**, fondati sulla professionalità, il rispetto reciproco e la piena condivisione di principi e valori.

Secondo il settore presidiato e l'attività d'impresa svolta, per CARPISA il Time To Market (TTM) e la correttezza del periodo di immissione in negozio rappresentano elementi cruciali. Pertanto, seleziona i propri fornitori attraverso **un accurato processo** che prevede la verifica di più requisiti, tra cui: l'esperienza tecnica nello sviluppo e nella produzione, un'adeguata capacità produttiva, il rispetto delle norme ambientali e di sicurezza sul lavoro.

Questo approccio le ha permesso di costruire un parco fornitori serio e altamente competente, composto da entità di valore con cui collabora attivamente. Queste partnership permettono di promuovere la condivisione di conoscenze, risolvere tempestivamente eventuali criticità e cercare continuamente nuove soluzioni a minor impatto ambientale.

Al momento della formalizzazione del rapporto commerciale, CARPISA sottopone ai propri fornitori la sottoscrizione del Codice di Condotta, insieme alla firma del Manufacturing Agreement e del Vendor Manual. Questi documenti definiscono chiaramente le condizioni del rapporto di fornitura e forniscono istruzioni operative dettagliate. Per garantire che tutti i fornitori rispettino il Codice di Condotta, vengono condotte ispezioni periodiche presso le loro sedi. Se si riscontrano non conformità risolubili, i fornitori sono invitati a implementare azioni correttive entro un termine prestabilito, con successivi controlli per verificare l'attuazione delle correzioni. Tuttavia, in caso di violazioni gravi, CARPISA adotta una politica di **"tolleranza zero"** procedendo immediatamente alla risoluzione del contratto.

Grazie a questo rigoroso e strutturato sistema di gestione della catena di fornitura, si garantiscono non solo elevati standard qualitativi per i prodotti,



ma si contribuisce anche alla creazione di un modello di business sostenibile, etico e rispettoso delle normative ambientali e sociali.

Per verificare in modo chiaro e immediato le performance tecniche, sociali e ambientali dei fornitori, CARPISA sottopone il 100% dei nuovi fornitori al **Self-Assessment Questionnaire** (SAQ - questionario di autovalutazione) articolato in sei sezioni:

- **profilo del fornitore:** dedicata alla raccolta delle informazioni anagrafiche del fornitore, permettendo una chiara identificazione e comprensione delle loro strutture operative;
- **domande generali:** destinata a investigare la tipologia del fornitore (materie prime e manufacturing) e a verificare il possesso di certificazioni pertinenti alla qualità, all'impegno sociale e ambientale;
- **panoramica sulla forza lavoro:** rivolta alla raccolta delle informazioni sul numero dei lavoratori, suddivisi per genere e figura professionale, includendo dettagli sull'età del lavoratore più giovane e i rapporti con le parti sociali;
- **diritti dei lavoratori:** mira a comprendere come vengono garantiti i diritti dei lavoratori, compresi il salario minimo riconosciuto e la gestione del lavoro in orario straordinario. Il contenuto di questa sezione assicura che i fornitori rispettino i diritti fondamentali dei loro dipendenti;
- **sito produttivo:** dedicata alla raccolta di informazioni riguardanti il possesso di certificazioni ambientali e relative alla salute e sicurezza del sito produttivo, nonché alla disponibilità di alloggi per i dipendenti. Questa sezione aiuta a valutare le condizioni operative del fornitore;
- **salute, sicurezza e ambiente:** destinata a indagare il possesso di certificazioni ambientali e sociali, le misure per garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro, e l'uso di materiali pericolosi nell'attività svolta. Le informazioni raccolte con questa sezione consentono di valutare l'impegno del fornitore in tema di sostenibilità e sicurezza;
- **subappaltatori:** parte conclusiva del questionario volta a comprendere se il fornitore si avvale di subappaltatori, assicurando che anche questi ultimi rispettino gli standard della Società.

Attraverso questo rigoroso processo di valutazione, CARPISA garantisce che tutti i fornitori siano allineati con gli elevati standard aziendali in termini di qualità, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale.

L'utilizzo del SAQ consente non solo di valutare in modo chiaro e immediato le performance tecniche, sociali e ambientali dei propri fornitori, ma anche di individuare eventuali gap o punti critici. Questa valutazione dettagliata permette di avviare tempestivamente azioni correttive per colmare tali lacune, assicurando che i fornitori mantengano sempre alti standard di qualità e sostenibilità.

Negli anni, CARPISA ha intrapreso un **rigoroso processo di rivalutazione di tutti i fornitori**, basato su parametri specifici e strategici, al fine di migliorare continuamente la propria catena di fornitura. Questi parametri interessano:

- il possesso di un laboratorio interno per il controllo qualità, la cui presenza denota la capacità del fornitore di eseguire controlli rigorosi e costanti sulla qualità dei prodotti, garantendo standard elevati e uniformi;
- le maggiori garanzie riguardo al rispetto delle tempistiche di consegna, data la crucialità del rispetto delle scadenze per il Time To Market. Fornitori affidabili che garantiscono tempistiche di consegna precise permettono alla Società di mantenere i propri impegni verso i clienti e di ottimizzare la gestione dell'inventario;
- il possesso di certificazioni relative a qualità, sicurezza e ambiente. CARPISA valuta positivamente i fornitori che possiedono certificazioni come ISO 9001 (qualità), ISO 14001 (ambiente) e ISO 45001 (sicurezza sul lavoro). Queste certificazioni attestano l'impegno del fornitore verso la gestione del business in modo etico e responsabile;

- l'esperienza nell'utilizzo e applicazione di materiali a ridotto impatto ambientale. La Società apprezza particolarmente i fornitori che utilizzano materiali provenienti da scarti di lavorazione o riciclati, in quanto questa pratica risulta in linea con gli obiettivi aziendali in tema ESG e riduzione dell'impatto ambientale;
- la dimestichezza nell'utilizzo di software 2D e 3D per la gestione dei progetti digitali. Questo aspetto è fondamentale per il nuovo processo di design sostenibile. L'uso di software avanzati consente di velocizzare il dialogo con le fasi produttive, ridurre drasticamente la produzione di prototipi fisici, accelerare il processo di approvazione dei campioni e l'emissione degli ordini di acquisto. Inoltre, migliora la qualità del prodotto finito, che viene realizzato secondo precise istruzioni indicate.

Nel prospetto che segue, si fornisce un chiaro dettaglio sulla **collocazione dei fornitori** nel periodo di riferimento, suddivisi secondo le diverse categorie merceologiche. Questo dettaglio illustra l'impegno nella gestione accurata e trasparente della catena di fornitura, evidenziando le diverse specializzazioni e competenze dei partner.

Uno degli obiettivi a lungo termine della Società riguarda lo spostamento di parte della produzione dalla Cina all'Europa. Questa strategia mira a ottimizzare le attività logistiche e a ridurre le emissioni nocive atmosferiche imputabili al trasporto. Spostando la produzione più vicino ai principali mercati, CARPISA non solo migliora l'efficienza operativa, ma contribuisce anche alla sostenibilità ambientale, riducendo l'impronta di carbonio associata al trasporto internazionale.

ATTIVITÀ, CATENA DEL VALORE E ALTRI RAPPORTI DI BUSINESS (GRI 2-6)	2021				2022				2023			
	Borse	Accessori	Valigeria	Totale	Borse	Accessori	Valigeria	Totale	Borse	Accessori	Valigeria	Totale
Fornitori per distribuzione geografica e categoria merceologica (%)												
Cina	31,0	35,2	14,1	80,3	38,9	31,5	13,0	83,3	39,1	31,3	13,0	83,4
Bangladesh	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Europa e Mediterraneo	2,8	2,8	2,8	8,4	1,9	1,9	3,7	7,4	1,9	1,9	3,7	7,4
India	5,6	5,7	0,0	11,3	7,4	1,9	0,0	9,3	7,3	1,9	0,0	9,2
Totale	39,4	43,7	16,9	100,0	48,1	35,2	16,7	100,0	48,3	35,1	16,7	100,0

**Impatti sociali
positivi: azioni per
la comunità e le
persone**



La community CARPISA: persone da valorizzare

In Kuvera le persone sono il cuore pulsante dell'Organizzazione, il capitale umano che anima, permette e rafforza il successo aziendale. Per questa ragione la Società si impegna a costruire e mantenere nel tempo un ambiente di lavoro che sia collaborativo e positivo, che possa al contempo motivare e valorizzare i dipendenti, affinché ogni risorsa possa essere orgogliosa di contribuire alla storia di CARPISA.

Sono diverse le attività che testimoniano tale attitudine, dagli investimenti finalizzati alla crescita personale e professionale dei dipendenti, alla promozione del lavoro di squadra, in quanto considerato un aspetto fondamentale per rafforzare il senso di appartenenza, coesione e condivisione.

L'attenzione aziendale per la valorizzazione delle persone sconfinava il perimetro dell'Organizzazione, coinvolgendo i clienti e il pubblico esterno con una comunicazione immediata e trasparente, e la comunità locale attraverso un impegno dedicato alla crescita e al benessere collettivo.

L'organico aziendale e l'attenzione per la salvaguardia dell'occupazione

Al 31 dicembre 2023, l'organico di Kuvera è composto da **672** risorse, distribuite fra la sede amministrativa di Nola e i punti vendita collocati sul territorio nazionale; **l'86,3% è rappresentato da figure femminili**.

Kuvera International, branch di Kuvera S.p.A. invece, con sede in Cina conta 24 dipendenti suddivisi come di seguito: 1 Dirigente, 3 Quadri, 20 impiegati.

Sono presenti anche lavoratori non dipendenti, nello specifico un insieme che nel 2023 risulta composto da: 113 stagisti, 3 collaboratori esterni e 1 risorsa con contratto in somministrazione.



35

ETÀ MEDIA

86,3%

FIGURE FEMMINILI

+11%

INCREMENTO ORGANICO
RISPETTO AL 2022

Il ricorso a queste tipologie di contratti è strettamente legato alla natura stagionale del settore presidiato, che comporta variazioni nella composizione del personale dei punti vendita nel corso dell'anno.

Tutti i dipendenti sono coperti dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro Commercio (CCNL Commercio) e ricevono **un'attenta informazione** a riguardo in fase di assunzione, al fine di consentire loro di conoscere a fondo i diritti e i doveri alla base della relazione lavorativa.

In Kuvera si garantisce il libero esercizio dei diritti sindacali e si coltivano solidi rapporti con tutte le principali associazioni di rappresentanza dei lavoratori. Al 31.12.2023, il tasso di sindacalizzazione è del 10,09%, con 64 dipendenti iscritti (68 nel 2022).

I dipendenti sono costantemente informati circa i cambiamenti organizzativi interni, nel pieno rispetto delle previsioni normative e di CCNL al riguardo. **La Società presta particolare attenzione alla salvaguardia dell'occupazione;** nei casi di dismissione dei punti vendita, infatti, propone a tutti i dipendenti interessati nuove opportunità di lavoro in continuità con le mansioni precedenti. Al fine di mitigare eventuali disagi connessi al trasferimento della sede di lavoro, la Società si impegna ad offrire un'occupazione presso punti vendita prossimi a quelli dismessi, un'attenzione che interessa in particolar modo le categorie di lavoratori più fragili (ad esempio madri con bambini di età inferiore a 1 anno, fruitori dei benefici previsti dalla L. 104/92, persone iscritte al collocamento mirato, ecc.).

Con riferimento all'andamento del personale dipendente, nel 2023 si registra un aumento dell'organico pari all'11% rispetto all'anno precedente; questo dato conferma il trend di crescita occupazionale iniziato nel 2021.

Soluzioni formative per ogni risorsa ed esigenza

Per favorire la crescita professionale e personale dei talenti aziendali si promuovono attività funzionali all'**apprendimento continuo**, mirate allo sviluppo sia di competenze tecniche che al rafforzamento delle soft skills. L'offerta formativa a disposizione dei dipendenti consente loro di conoscere a fondo le caratteristiche dei prodotti e i servizi CARPISA, così da supportare in modo completo e adeguato i clienti desiderosi di conoscere le peculiarità del prodotto/servizio o in cerca di assistenza.

Tra i progetti formativi avviati c'è **CARPISA Academy**, una piattaforma progettata e realizzata per facilitare l'accesso alla formazione di dipendenti e personale addetto dei negozi affiliati.

Nel 2023 sono state erogate complessivamente **16.748 ore di formazione**³. Inoltre, sono stati avviati **progetti formativi** che hanno riguardato tematiche diverse, nello specifico:

- **formazione sul prodotto:** strutturata con corsi orientati alla presentazione dei prodotti di collezione e continuativi, focalizzati sulle caratteristiche tecniche e le ispirazioni stilistiche delle diverse collezioni;
- **formazione alla vendita:** composta da corsi finalizzati a mostrare le principali tecniche di vendita utili a rafforzare la relazione con il cliente ed essere più efficaci nella vendita dei prodotti in store;
- **formazione al visual merchandising:** caratterizzata da corsi volti a chiarire le scelte di allestimento, le modalità di predisposizione delle vetrine, l'utilità di mantenere gli store in perfetta armonia, per regalare al cliente una piacevole esperienza di acquisto.

Per la Società è fondamentale **valutare l'efficacia delle iniziative di formazione intraprese**, in modo da monitorare l'apprendimento e

individuare eventuali gap esistenti. Per questa ragione, vengono svolti test in ingresso e in uscita, effettuate valutazioni da parte dei docenti e somministrati questionari di gradimento al termine di ogni corso frequentato nell'ambito della piattaforma CARPISA Academy. Con riferimento alla formazione on the job, invece, si predispongono check list personalizzate a seconda del ruolo ricoperto e della mansione svolta, al fine di comprendere in modo immediato l'efficacia della formazione erogata.

La valutazione delle performance

La Società esamina periodicamente il livello di crescita professionale e personale dei dipendenti, attenzionando soft e hard skills pertinenti alla mansione svolta. Ciò accade in particolar modo in prossimità delle scadenze contrattuali, al fine di valutare la conferma in servizio. A queste valutazioni si aggiungono quelle svolte per esaminare gli eventuali sviluppi di carriera, job rotation o salary review.

Nel 2023 è stato individuato un **sistema di performance management** utile alla costruzione di un modello di competenze e alla valutazione annuale del personale all'interno di un puntuale Year Cycle HR. Questo sistema (operativo nel 2024) consente la definizione di processi strutturati per lo sviluppo dei piani di carriera, la definizione delle politiche retributive basate sul merito e la costruzione di piani di sviluppo che valorizzano i migliori talenti.

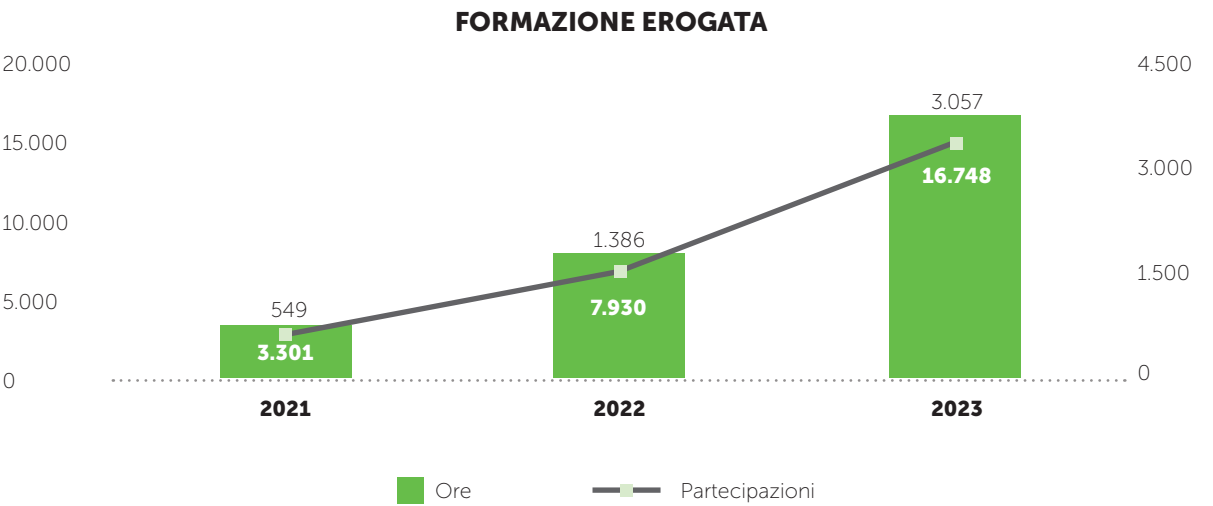
Per la valutazione delle performance dei Responsabili di Funzione ci si avvale di un piano di incentivi, costituito da MBO annuali correlati al raggiungimento di specifici obiettivi di risultato e rendimento.

Le performance del personale dei punti vendita sono invece valorizzate con specifici **piani di incentivazione**, tenendo conto dei risultati economici raggiunti e delle aspettative aziendali, con riferimento ai risultati mensili, trimestrali e annuali di ciascun negozio.

Nel corso degli ultimi anni CARPISA ha rivisto il proprio organigramma, riassegnando responsabilità manageriali a collaboratori cresciuti

prevalentemente grazie ai percorsi formativi aziendali intrapresi, valorizzando in questo modo gli sforzi compiuti dalle singole risorse negli anni precedenti e dando piena attuazione

alla costituzione di Comitati Interfunzionali, che hanno compiti di consultazione e responsabilità decisionali specifici.



3 Il dato si riferisce alle ore di formazione impartite ai dipendenti e agli affiliati calcolate senza il Fondo Nuove Competenze.

Le iniziative a favore del benessere dei lavoratori e delle loro famiglie

Consapevole dell'importanza del benessere personale e del suo impatto sulle motivazioni e sulla soddisfazione dei dipendenti, la Società si impegna a promuovere condizioni e soluzioni per migliorare l'ambiente di lavoro e **favorire un equilibrio adeguato tra vita privata e professionale**.

Nello specifico, in collaborazione con Banca Intesa Sanpaolo, è stata stipulata una **polizza assicurativa** destinata ai dipendenti di sede e finalizzata alla copertura necessaria in caso di infortuni verificatisi sia in ambito professionale che extra-professionale, che causano invalidità permanente o decesso. Questa soluzione dimostra la vicinanza della Società verso i dipendenti e le rispettive famiglie, pronta ad affrontare insieme eventi particolarmente gravi.

Come per gli anni precedenti, anche nel 2023, è stata attivata una piattaforma di **welfare aziendale** mediante cui i dipendenti possono accedere a diversi servizi e benefici. La piattaforma è strutturata come si mostra di seguito.

Ambiti	Attività
 Ricreazione e sport	Beauty farm, terme, fitness, palestre, impianti sportivi, viaggi, iscrizione a club privati/associazioni, ingressi/abbonamenti a cinema, teatri o musei, abbonamenti a quotidiani/riviste, corsi hobbistici ed extraprofessionali, corsi linguistici, corsi culturali per sé e i propri familiari
 Assistenza familiare	Assistenza domiciliare per anziani over 75, rimborso spese per servizi a supporto dei familiari non autosufficienti, servizi di cura per familiari anziani
 Istruzione scolastica	Asili infantili, centri estivi e invernali, test scolastici, rimborso tasse per scuole di ogni ordine e grado, rimborso per babysitter, servizi in età prescolare compresi quelli integrativi e di mensa ad essi connessi
 Voucher	Ristoranti convenzionati, buoni spesa, buoni carburante e buoni shopping
 Abbonamento al trasporto pubblico	Viaggio casa-lavoro, agevolazioni/rimborso trasporti pubblici per sé e i familiari a carico

Diversità, inclusione e pari opportunità, anche retributive, sono temi particolarmente attenzionati dalla Società, che ritiene di fondamentale importanza l'integrazione dei principi di parità di

Diversità, pari opportunità e inclusione

Kuvera ripudia ogni forma di discriminazione fondata su opinioni politiche e sindacali, religione e nazionalità, origini razziali o etniche, età e genere, orientamento sessuale, stato di salute e civile, aspetto fisico e condizione economico-sociale. Questo approccio guida l'operato d'impresa, come dimostrato dall'assenza di casi di discriminazione nel triennio oggetto di rendicontazione (2021-2023), a conferma della tendenza degli anni precedenti.

La Società attua le dovute prescrizioni di legge riguardanti l'inserimento in organico di dipendenti iscritti agli elenchi del collocamento mirato. Difatti, nel corso degli ultimi anni, sono stati sottoscritti tre accordi (c.d.: "convenzioni") con gli Uffici del Collocamento Mirato delle Province di Napoli, Milano e Roma, ossia nei luoghi in cui il numero di dipendenti risulta più ampio. Alla data di pubblicazione del presente documento (anno 2024) la Società ha sostituito le precedenti convenzioni con un'unica convenzione su base nazionale con la provincia di Napoli.

genere e di rispetto delle diversità tra gli obiettivi di business, come mezzo utile al contrasto degli stereotipi e all'eliminazione di ogni fonte di discriminazione. Questa opinione ha indotto



la Società a dotarsi nel 2023 del Sistema di **Gestione per la parità di genere** certificato secondo i requisiti della prassi di riferimento UNI/PdR 125:2022. In ottemperanza alle richieste definite dalla Prassi, la Società ha inoltre:

- istituito un Comitato Guida, composto da HR Manager e altre figure operative;
- definito un budget per le attività inerenti alla parità di genere da svolgere durante il triennio di validità della certificazione;
- elaborato un piano di miglioramento che prevede la misura, la rendicontazione e la valutazione dei dati relativi al genere con l'obiettivo di colmare i gap esistenti.

La certificazione consente di avere a disposizione una struttura e degli strumenti adeguati ad attenzionare gli obiettivi definiti per migliorare le condizioni lavorative delle donne, individuare i processi utili a tale scopo e misurare in modo chiaro e standardizzato i progressi compiuti in questo ambito.

Infine, a dimostrazione dell'attenzione aziendale riposta all'indagine retributiva, è stato effettuato il calcolo del rapporto di retribuzione totale annuale⁴, ossia il rapporto fra la retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione (Amministratore Delegato) e la retribuzione totale annuale media di tutti i dipendenti. Dal calcolo emerge un rapporto pari a 7,50 per l'anno 2023, in sostanziale allineamento con il rapporto retributivo totale dell'anno precedente (pari a 7,47⁵).

4 Ai fini del calcolo del rapporto di retribuzione totale annuale è stata considerata la retribuzione mensile percepita a dicembre 2023 moltiplicata per 14 mensilità;
5 A seguito di revisione della metodologia è stato necessario rivedere il dato presentato nel Bilancio di Sostenibilità 2022.

Salute e sicurezza tra gli aspetti primari della gestione aziendale

La salute e la sicurezza dei lavoratori e delle persone che entrano in contatto con gli ambienti e i punti vendita CARPISA sono tra le priorità della gestione aziendale, al centro delle responsabilità della Società. Nel rispetto della legislazione e delle normative vigenti in materia, si adottano specifiche procedure e regolamenti per garantire la salute e la sicurezza dei collaboratori, nonché ambienti di lavoro privi di pericoli.

L'impegno della Società per prevenire i rischi connessi alla salute e sicurezza sul lavoro **interessa ogni realtà con cui entra in contatto**, i clienti, i fornitori, i consulenti, i dipendenti, i visitatori ed ogni altro soggetto coinvolto nelle attività lavorative. Difatti, all'osservanza delle richieste normative in materia seguono attente attività di ristrutturazione e miglioramento della sede e dei punti vendita, nonché verifiche in fase di progettazione degli store CARPISA incentrate sul rispetto delle prescrizioni riguardanti le barriere architettoniche, i piani di sicurezza, i regolamenti antinfortunistici e antincendio. Tutte queste attività sono svolte con l'ausilio di una società esterna. Tra le attività specifiche per la sede si menziona la prova di evacuazione che ogni anno svolge il personale, durante cui il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) verifica il livello di preparazione degli addetti alle emergenze.

Con la collaborazione dei consulenti incaricati, RSPP e ASPP (Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione), sono stati svolti sopralluoghi presso tutti i punti vendita della catena retail in Italia, al fine di verificare l'organizzazione dei magazzini di negozio e le criticità relative alla movimentazione dei prodotti in negozio, fonte di rischio primaria di infortunio per gli addetti alle vendite. I rischi cui sono esposti i lavoratori sono tuttora considerati di grado "basso" secondo la classificazione INAIL e non si segnalano situazioni di particolare criticità rispetto agli anni precedenti.

I dipendenti e i collaboratori sono coinvolti in prima persona nei processi di prevenzione dei rischi, formazione e

controllo in tema di salute e sicurezza, informati sin dal loro ingresso sulle norme comportamentali da adottare per assicurare un ambiente di lavoro sicuro. Infatti, in fase di assunzione, a tutte le risorse viene consegnato **l'opuscolo sicurezza**, redatto con il supporto del Medico del Lavoro e del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione.

Per l'intera durata del rapporto lavorativo, i dipendenti sono inoltre interessati da **attività di formazione generale e specifica**, strutturate in conformità alle disposizioni previste dal D.Lgs. 81/2008.

Questi corsi sono in particolar modo indirizzati alle figure previste nel Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro (RSPP, RLS, Addetti al Primo Soccorso, Addetti Antincendio).

Ogni risorsa può segnalare la sussistenza di eventuali pericoli attraverso più modalità, compilando la periodica scheda di controllo, scrivendo tramite e-mail o contattando telefonicamente l'Ufficio Tecnico.

I dipendenti sono soggetti a regolari visite ed accertamenti sanitari svolti dal **Medico Competente**. Ogni risorsa, inoltre, può richiedere delle visite straordinarie, se necessarie. In base alla mansione svolta, si svolge un'attività di sorveglianza sanitaria che comprende anche lo screening della vista; questa attività avviene con cadenze diverse e viene effettuata in sede (sul territorio per i dipendenti dei punti vendita).

Come nell'anno precedente, anche nel 2023 CARPISA ha sostenuto insieme a LILT (Lega Italiana per la

Lotta contro i Tumori) l'iniziativa **"Nastro Rosa"** per la prevenzione del tumore al seno.

In questo contesto, si organizzano attività di informazione e sensibilizzazione, nonché visite periodiche (complete di screening ecografici) presso la sede di Nola, che coinvolgono direttamente i medici volontari LILT. L'iniziativa è stata accolta con entusiasmo dalle dipendenti.

Per il triennio 2021-2023 non si rilevano casi di infortuni con gravi conseguenze né decessi a seguito di infortuni sul lavoro.

Rispetto all'anno precedente, nel 2023 il numero di infortuni sul lavoro è leggermente diminuito; si registra, infatti, un numero di infortuni pari a 10 (13 nel 2022), di cui 8 sul luogo di lavoro e 2 in itinere.



Il supporto alla comunità locale

Chi dedica tempo e risorse alle persone compie il miglior investimento per il futuro. Questa convinzione ha indotto la Società ad avviare negli anni importanti collaborazioni con scuole, università, enti sportivi e associazioni di categoria, ognuna delle quali finalizzata alla condivisione di conoscenze e valori e allo sviluppo di **progetti significativi**, sebbene mediante attività differenti.

Dal 2021 è attiva una fattiva collaborazione con l'Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli" per promuovere iniziative per valorizzare le competenze dei giovani laureati e del capitale intellettuale d'eccellenza nel settore del design e moda avendo un'attenzione particolare al settore della formazione innovativa.



La Società partecipa concretamente al fianco della Fondazione Pontificia Scholas Occurrentes, organismo nato nel 2001 in Argentina come risposta culturale alla crisi politica, economica e sociale, per promuovere e sviluppare attività volte a favorire il corretto sviluppo dei giovani e a prevenire situazioni di disagio attraverso progetti educativi di sport, arte, cultura, tecnologia, inclusione sociale, rispetto e tutela dell'ambiente.



Accanto ai giovani talenti attraverso le collaborazioni con scuole e università

Le partnership siglate con istituti scolastici e centri di ricerca universitari vertono sullo sviluppo di attività di ricerca e innovazione, che interessano attivamente i giovani talenti e i laboratori di queste realtà. Lo scopo è individuare soluzioni innovative e all'avanguardia da applicare ai prodotti aziendali e condividere al contempo le competenze e conoscenze in possesso con giovani risorse. Le collaborazioni avviate in questo ambito riguardano:

- **programmi di alternanza scuola-lavoro**, con studenti spesso in visita presso gli uffici e i laboratori aziendali;
- **seminari tenuti in scuole superiori** sul tema dell'organizzazione aziendale, con particolare riferimento all'importanza delle attività di R&S per il vantaggio delle aziende;
- **stage per giovani diplomati**, finalizzati all'avvio di attività di laboratorio e ricerca.

IL LABORATORIO ARTIGIANO DIGITALE 4.0 E LA FABBRICA INTELLIGENTE

La nostra partecipazione come titolari esclusivi al progetto MISE – Fabbrica Intelligente – INN. PRO.DES (Innovazione dei Processi di Design e Prototipazione), in collaborazione con l'Università di Roma Tre (UNIROMA3), rappresenta il fiore all'occhiello e la principale innovazione nel campo del design sostenibile. Questo progetto, sviluppato nel 2021 e tutt'ora attivo, si concentra sull'artigianato e sulla digitalizzazione dei processi di design e prototipazione, fino alla realizzazione del prodotto finale.

Questo laboratorio rappresenta una grande occasione per i giovani tirocinanti e frequentatori interessati ad apprendere l'arte dell'artigianato attraverso le regole, gli strumenti e i processi più innovativi sul mercato. Il Laboratorio è permeato da attrezzature tradizionali e digitali, necessari per sapere come realizzare cartamodelli fisici, lavorare con software CAD e con relativi plotter automatici per il taglio della pelle.



Grazie al progetto "Fabbrica Intelligente", inoltre, è stato possibile attingere a risorse finanziarie che hanno consentito di dotare i laboratori di nuove attrezzature, software specifici e all'avanguardia.

Al 2021 risale anche la partnership avviata con il Dipartimento di Ingegneria di UniRoma3. Una collaborazione continuata nel 2023 legata al progetto "Fabbrica Intelligente" e finalizzata allo studio, ottimizzazione e supervisione dei processi aziendali.

Si menziona, inoltre, il percorso di "reshoring" - avviato già nel 2021 - che conta sull'utilizzo del Laboratorio Artigiano Digitale 4.0 per la creazione di linee produttive Made in Italy e prevede il coinvolgimento di più risorse provenienti dalla comunità locale.

Per supportare questo percorso, **la Società è entrata a far parte del Cluster Tecnologico Nazionale Made in Italy**; un consorzio formato da centri di ricerca universitari e dipartimenti di R&S di più aziende. La finalità primaria di questo consorzio è partecipare a progetti di carattere nazionale legati al Made in Italy. In particolare, questa partnership consentirà la partecipazione a nuovi bandi emessi in relazione al PNRR e dunque la possibilità di sviluppare nuovi progetti con l'ausilio dei giovani provenienti dal territorio locale.

Nel corso del 2022 sono state svolte attività di ricerca, selezione e formazione per l'integrazione di nuovo personale nell'ambito design, prodotto e artigianato. La selezione ha riguardato nuove risorse che hanno partecipato ad ulteriori migliaia di ore di formazione incentrate sul design 3D. In seguito, è stato costituito l'**ufficio di modellistica digitale** formato da giovani leve. Questo ufficio ha permesso di rivoluzionare il processo di design, in modo particolare la modellazione 3D, che può finalmente favorire la visione delle collezioni prima ancora di realizzarle. Tutto questo comporta un'importante riduzione di costi e tempi, nonché l'ottimizzazione delle collezioni, corrispondendo esattamente all'idea iniziale dei designer.

La promozione dello sport I rapporti con le associazioni di categoria

Lo sport contribuisce all'eliminazione delle disuguaglianze e alla definizione di un presente e un futuro improntati alla parità di genere. Questa consapevolezza spiega le attività di promozione sostenute negli anni dalla Società, che nel 2023 compare quale **premium sponsor** della nazionale di volley maschile e femminile.

In futuro, si prevede la realizzazione di una cittadella per il calcio femminile nel territorio napoletano, quale punto di attrazione, aggregazione e coesione sociale per il Centro-Sud.

La collaborazione con più associazioni di categoria favorisce il confronto e l'approfondimento sia su temi rilevanti per il settore che per la crescita sostenibile delle aziende. Inoltre, queste partnership permettono di confrontarsi sulle attività di lobby e sulla gestione delle emergenze.

Le collaborazioni con gli enti di categoria, unite alle partnership con i centri di formazione e le università, consentono alla Società di mettere a disposizione delle altre realtà imprenditoriali e della comunità locale percorsi formativi gratuiti.



Associazione

Attività



Sistema Moda Italia (SMI) è tra le principali organizzazioni di rappresentanza degli industriali del tessile e moda occidentali. SMI ha un ruolo di rappresentanza nei confronti dell'intera filiera, nei rapporti con le istituzioni, le Pubbliche Amministrazioni, le organizzazioni economiche e le politiche sindacali e sociali, tutelando e promuovendo gli interessi del settore e dei suoi associati e collaborando con Confindustria Moda. La Società è presente in SMI con un rappresentante del CdA della Pianoforte Holding, in qualità di vicepresidente nazionale con delega al Mezzogiorno. In questo contesto, la Società ha focalizzato i propri sforzi sull'implementazione della raccolta differenziata nel settore tessile (pre e post consumo), al fine di contrastare gli elementi in grado di ostacolare l'attivazione delle politiche di economia circolare. Il lavoro svolto si contestualizza all'interno della EU Strategy for Sustainable Textiles, pubblicata nel marzo 2022.



L'Unione Industriali di Napoli è un'associazione di imprenditori indipendente, apartitica e senza fini di lucro, appartenente al Sistema Confindustria. La Società prende parte al network dell'Associazione al fine di promuovere e favorire le relazioni con il territorio attraverso eventi, incontri territoriali e tavoli di lavoro. Inoltre, è presente nel comitato di Presidenza attraverso il vicepresidente con delega al credito e al fisco.



Confimprese è un'associazione privata, riconosciuta e senza scopo di lucro che, dal 1999, lavora a fianco delle imprese operanti nel commercio, con reti franchising e dirette. Confimprese supporta i soci aiutandoli nella creazione di nuove relazioni e nella pianificazione delle proprie attività di sviluppo, rivolte sia all'Italia che all'estero.



Socio fondatore de La Fondazione "ITS MODA CAMPANIA" che nasce nel 2017 a Napoli (NA), con la finalità di promuovere la diffusione della cultura tecnico scientifica, di sostenere le misure dello sviluppo dell'economia e le politiche attive del lavoro a sostegno dello sviluppo per l'indirizzo/settore di riferimento "Sistema Moda".



L'Associazione Italiana Pellettieri (ASSOPELLETTIERI), nata nel 1966, rappresenta le imprese di pelletteria; un settore di grande rilevanza per l'economia italiana, composto da brand di lusso e da PMI altamente qualificate. Questa associazione rappresenta gli interessi degli associati presso gli organi governativi e della Pubblica Amministrazione. Inoltre, lavora con i principali organismi internazionali per promuovere iniziative di sostegno settoriale, continuare ad affrontare le sfide contemporanee vissute dal settore e impegnarsi a trasmettere un nuovo approccio ai problemi aziendali.

Le attività di controllo qualità e sicurezza del prodotto

Il posto in cui si concentrano tutte le attività di controllo qualità, ricerca, sviluppo e innovazione è il **CARPISA Lab Competence Center** della sede di Nola. Le attività svolte presso questo centro di eccellenza sono suddivise funzionalmente in due aree: il laboratorio di caratterizzazione materiale e il laboratorio prodotto finito.

Nel primo, le attività svolte sono incentrate al **controllo delle materie prime alla base dei prodotti CARPISA** e corrisponde ad un contesto altamente specializzato al servizio del settore tessile.

Presso il **laboratorio di caratterizzazione materiale** si effettuano i principali test sui tessuti, finalizzati all'identificazione della composizione dei materiali e delle rispettive resistenze fisico-meccaniche.

Il controllo di questi materiali viene effettuato su una serie definita di campioni stabilita in base all'entità della produzione oggetto di esame. Il controllo dei materiali costituenti interessa almeno tre fasi di realizzazione del prodotto: la progettazione, la preproduzione e la produzione. Tra le principali prove effettuate presso il laboratorio di caratterizzazione materiale ci sono:

- l'identificazione qualitativa della composizione chimica del materiale;
- le resistenze meccaniche a trazione, allo strappo e all'abrasione;
- la resistenza al rilascio del colore, alla penetrazione di acqua e alla bagnatura superficiale;
- la misurazione delle principali caratteristiche fisiche, come spessore, definizione del filato, grammatura e viraggio del colore.

Il **laboratorio prodotto finito** è, invece, strutturato per l'esecuzione di prove fisico-meccaniche sui prodotti finiti, in particolar modo della categoria valigeria. Presso questo spazio si conducono test distruttivi atti a identificare le reali performance dei materiali costituenti del prodotto finito (semilavorati) e l'accessoristica a corredo del prodotto realizzato. I principali test qui eseguiti sono:



1. il **Tumble test**: prevede il rollaggio del bagaglio per valutare la resistenza all'impatto e al graffio di gusci e accessori, simulando la fase di stivaggio e scarico del prodotto dalla stiva in aereo;



2. il **Walking test**: tratta il trascinamento del bagaglio per valutare la resistenza all'abrasione delle ruote, la resistenza meccanica del guscio in prossimità delle ruote e la flessione del carrello di trasporto del bagaglio;





3. il **Pull rod test**: prevede test di sollevamento e riposizionamento del carrello di trascinamento, assemblato sul prodotto finito, al fine di verificare la scorrevolezza e la resistenza allo sfregamento relativo ai tubi e sui componenti;



4. il **Drop test**: si sostanzia in un test di caduta del bagaglio da un'altezza definita di 1 metro, per controllare la resistenza all'impatto del guscio in prossimità delle ruote e la resistenza dell'intero in caso di impatti di notevoli entità;

5. il **Zipper test**: tratta un test di sfregamento della zip che riproduce il reale funzionamento di una zip con 7500 cicli di apertura e chiusura della stessa;



6. il **Rain test**: prevede il posizionamento del bagaglio in una cabina che lo espone ad un flusso misurato di acqua, per una valutazione comparativa di penetrazione dell'acqua, secondo diverse strutture di bagaglio da realizzare e diversi accessori utilizzati.



Presso il CARPISA Lab, tutti i materiali sono oggetto di test di collaudo specifici, volti a verificare la conformità degli stessi ai parametri vigenti in tema di qualità e sicurezza di prodotto, seguiti da appositi report con esito della prova.

Prima di avviare qualsiasi trattativa con il fornitore, la Società è solita testare il prodotto nel CARPISA Lab secondo regole precise per poi essere approvato in base alla qualità e alle certificazioni richieste.

I test effettuati variano in base alla categoria merceologica del prodotto. In questa fase il **Quality Service Manual (QSM)** svolge un ruolo fondamentale, perché incaricato della raccolta di tutti i parametri di qualità e sicurezza da considerare per effettuare una corretta e precisa valutazione del prodotto in esame. Questi controlli vengono effettuati in ogni fase di lavorazione del prodotto, dalla progettazione fino all'assistenza post-vendita.

Attraverso strumentazioni all'avanguardia, come l'ELMENDORF (resistenza allo strappo), il Martindale (abrasimento), il dinamometro per l'allungamento rottura, spray test per i materiali impermeabili e FTIR (spettroscopia ad infrarossi), presso il CARPISA Lab si svolgono test accurati atti a verificare che in fase di progettazione il 95% dei campioni rispetti le caratteristiche progettuali/prototipali.

In caso di difformità riscontrate a produzione avviata, segue l'interruzione immediata della stessa e la rilavorazione del prodotto secondo i giusti parametri da seguire.



L'esistenza di un CARPISA Lab anche in Cina, incaricato del controllo qualità e che collabora con il Quality Control italiano, garantisce la conformità dei prodotti CARPISA alle norme nazionali e internazionali, massimizzando il dialogo tra le due sedi.

Il controllo qualità comprende anche controlli atti a verificare il possesso di **certificati GRS e TC**, comprovanti dell'attenzione delle aziende produttrici verso l'acquisto di tessuti da filiera riciclata; attestazioni che la Società ritiene fondamentali per garantire una comunicazione trasparente verso clienti e stakeholder.

Con riguardo alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, si evidenziano i seguenti risultati:

- rinnovo della certificazione ISO 9001 per il prodotto valigeria;
- ottenimento della certificazione ISO 9001 per il prodotto borse;
- continuazione delle attività del Laboratorio Artigiano Digitale 4.0, che continua a formare risorse interne specializzate nella produzione di borse e pelletteria;
- sviluppo di linee di prodotto *Green Oriented* con materiali riciclati o a basso impatto ambientale;
- estensione dell'approccio *Green Oriented* alla quasi totalità della collezione CARPISA.

Per il 2023 non si rilevano episodi di non conformità riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e dei servizi.

Le attività di marketing e comunicazione

Per rafforzare il rapporto di fiducia costruito negli anni con il proprio pubblico, CARPISA adotta **una strategia comunicativa responsabile e omnicanale**, dimostrando di preferire l'approccio olistico e la diffusione di informazioni che sconfinano l'ambito della qualità del prodotto, per contribuire alla promozione della cultura sostenibile.

Per il 2023, non si rilevano casi di non conformità rispetto a normative e/o codici di autoregolamentazione in materia di comunicazione e marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni.

Campagne esclusive per prodotti di valore

La storia di CARPISA è ricca di collaborazioni che hanno dato vita a collezioni uniche e indimenticabili, presentate al pubblico attraverso campagne di comunicazione mirate ad evidenziare le caratteristiche e i punti di forza della collezione. Eccone alcune:

CARPISA GOTECH®

Trolley *Green Oriented* unisex, dal design all'avanguardia, leggeri e confortevoli. Caratterizzati da materiale ultrasensibile, antiraffio, da fodere 100% in R-PET da plastica di riciclo e da composizioni con alte percentuali di ABS e policarbonato proveniente da materia prima seconda.

Disponibile in taglie dalla S alla XL e colori diversi, dalle tonalità classiche a quelle più vivaci.



CARPISA E PININFARINA

La collezione nata dalla collaborazione con la leggendaria design house che celebra l'innovazione e l'eccellenza italiana. La linea comprende trolley in tre taglie diverse, due zaini, una borsa da lavoro e una tracolla disponibili in nero e grigio, tutti caratterizzati dall'alto contenuto tecnologico e stilistico di CARPISA GOTECH®.

Le campagne 2023



CARPISA E IL GRUPPO PANINI

A marzo 2023, CARPISA ha lanciato una limited collection in collaborazione con il Gruppo Panini, leader mondiale nel settore delle figurine adesive e delle trading cards, con sede a Modena e filiali in Europa, USA e America Latina. "The Winners Collection" è stata una collezione unica ed esclusiva, caratterizzata da un design accattivante in perfetto stile urban, ispirato al mondo dello sport e all'italianità. Questa collaborazione ha permesso a CARPISA di combinare il suo expertise nel design di accessori con l'iconicità e il prestigio del Gruppo Panini, creando una collezione che ha catturato l'attenzione e l'interesse di un vasto pubblico, celebrando al contempo l'eccellenza italiana.



CARPISA E CARTHUSIA

CARPISA ha inaugurato la summer collection 2023 con un progetto nato in collaborazione con lo storico brand di profumi Carthusia - I profumi di Capri. Questa partnership ha dato vita a una capsule collection di borse e accessori in edizione limitata, arricchiti dalla celebre essenza "Aria di Capri", ispirata ai profumi dell'isola. Questa collaborazione si è inserita all'interno di un progetto più ampio, "Fatto ad Arte", che CARPISA ha intrapreso ormai da alcuni anni. Il progetto prevede la collaborazione del brand con realtà italiane che celebrano l'artigianalità nelle sue più alte forme di espressione, con l'obiettivo di valorizzare e divulgare l'artigianalità italiana.





CARPISA E DISNEY®

CARPISA ha celebrato la stagione estiva e dei viaggi con una collaborazione speciale insieme a Disney®. La capsule collection, in edizione limitata, ha unito la magia dei personaggi amati di Disney® e l'expertise di CARPISA, dando vita a una collezione giocosa e invitante che ha deliziato i fan di tutte le età. La capsule ha presentato una vasta gamma di accessori, tra cui borse, zaini, nécessaire e valigie personalizzabili, ispirati ai personaggi iconici di Disney®. Dalla vivacità di Minnie e Paperina allo spirito divertente di Topolino, ogni design ha riflesso il fascino senza tempo e la magia che solo il noto brand statunitense riesce a trasmettere.

CARPISA E GIOVANNI DI LORENZO (capitano della SSC Napoli)

CARPISA ha scelto il capitano della SSC Napoli, Giovanni Di Lorenzo, come testimonial della linea di trolley best seller GoTech+ per l'estate 2023. Di Lorenzo, noto per la sua passione e determinazione, incarna perfettamente i valori di eccellenza e innovazione del brand. Questa collaborazione evidenzia l'impegno del marchio nel sostenere figure sportive di spicco e rappresenta un ulteriore passo nella tradizione di CARPISA, che da sempre vede il mondo dello sport e della moda uniti in un connubio perfetto.



Jeep

CARPISA E JEEP

Zaini e valigie che rappresentano l'equilibrio perfetto tra avventura e stile di vita urbano. Trolley di diverse dimensioni realizzati in un robusto mix di ABS e policarbonato con fodera interna in 100% R-PET.

CONTINUO DELLA PARTNERSHIP CON PININFARINA

Nuovi modelli, nuovi colori, stessi valori comuni. Una collaborazione iniziata nel 2022 che si arricchisce di prodotti caratterizzati dall'innovazione CARPISA e dall'inconfondibile stile elegante di Pininfarina.

CARPISA E LA FEDERAZIONE ITALIANA DI PALLAVOLO

Proseguendo il proprio percorso nel mondo dello sport, CARPISA ha scelto di associare il proprio nome a due eccellenze italiane sportive: le Squadre Nazionali Seniores di Pallavolo FIPAV. La partnership, della durata di due anni (2023 – 2025), prevede un accordo di endorsement come Premium Partner sia per la squadra femminile che per quella maschile, per le categorie merceologiche di valigeria, trolley, borse e accessori per uomo e donna.



Etichettatura: strumento di sicurezza e informazione

CARPISA ritiene che la comunicazione agli stakeholder rappresenti un aspetto cruciale della propria strategia di sostenibilità, fondando i suoi pilastri strategici sul garantire trasparenza, educare i consumatori e assicurare la conformità normativa. Ispirandosi a questi valori, la Società mira a fornire tutte le informazioni necessarie per consentire ai propri consumatori di effettuare scelte consapevoli e responsabili.

Con l'ausilio dell'Ufficio Grafico interno, ogni prodotto CARPISA è caratterizzato da un cartellino che contiene informazioni reali e leggibili, al fine di fornire un'informazione esaustiva all'acquirente, oltre a un prodotto di qualità, sicuro e prestante. Le etichette CARPISA sono di facile interpretazione, contenenti informazioni sintetiche ed efficaci, trascritte sia in lingua italiana che inglese per il pubblico internazionale.

Tutte le etichette di prodotto riportano, in conformità con il Codice del Consumo, dettagliate informazioni circa:

- la denominazione legale o merceologica del prodotto;
- il nome o ragione sociale o marchio e la sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea;
- il Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea;
- l'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
- i materiali impiegati e i metodi di lavorazione, ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
- le istruzioni, le eventuali precauzioni e la destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.

A queste informazioni seguono quelle riguardanti la gestione dei Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE), pile e accumulatori (PA) a fine vita, evidenziata mediante l'apposizione dei simboli dovuti su prodotti e gadget elettrici ed elettronici. Inoltre, i prodotti AEE CARPISA presentano il marchio CE e le modalità d'uso.

I prodotti che soddisfano specifici standard di sostenibilità sono dotati di certificazioni



riconosciute, offrendo garanzie aggiuntive sull'impegno dell'azienda verso pratiche etiche e sostenibili.

Essendo un processo particolarmente delicato, ogni etichetta viene elaborata e studiata per fornire il maggior numero di informazioni utili al consumatore. Prima di essere prodotta, segue un processo di validazione che garantisce l'assenza di errori in termini di comunicazione e conformità alle norme di riferimento.

Tra le innovazioni CARPISA affini al tema della comunicazione trasparente, già menzionato nell'ambito della presente rendicontazione, c'è il CARPISA QR-GO®; una piattaforma di comunicazione applicata alle linee di valigeria che permette al cliente di accedere in modo semplice e immediato ai diversi servizi CARPISA. In questo contesto, precisamente attraverso la sezione 'Caratteristiche Valigia' della piattaforma si dà la possibilità al cliente di conoscere le specifiche circa l'ottenimento e il riciclo dei materiali costituenti del prodotto acquistato e conoscere in breve la filosofia *Green Oriented*.

Nel 2023, la Società non ha registrato casi evidenti di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti.

Politiche di pricing e gestione dei saldi

La comunicazione aziendale pertinente alle politiche di saldi e pricing segue le linee guida regionali in materia e le normative vigenti nei paesi in cui opera, insieme alle indicazioni in genere acquisite mediante le associazioni di categoria di cui fa parte.

Anche in questi contesti, CARPISA privilegia **i principi della correttezza, trasparenza e dell'immediatezza**, affinché il rapporto con il suo pubblico sia sempre veicolo di scelte responsabili e adatte ai propri bisogni.

Tutto questo è reso possibile da strumenti di visual istituzionali usati per gli allestimenti e forniti direttamente dalla sede centrale a tutti i punti vendita, e da un sistema univoco dedicato ai prezzi di listino. Quest'ultimo prevede il caricamento di tutti i prezzi di listino e l'aggiornamento degli stessi direttamente dalla sede in periodo di saldi o promozioni.

Anche in questo ambito, per l'anno 2023, non si attesta alcuna segnalazione rilevante, data la ricezione di alcuni verbali per mancato rispetto del codice del consumatore.

La gestione dei servizi after sales

I clienti CARPISA possono contare anche su servizi pensati per soddisfare ogni loro esigenza, strutturati per accogliere le richieste più disparate, esposte sia mediante i canali online che direttamente agli addetti dei punti vendita.

I programmi di fidelizzazione rientrano tra i servizi che CARPISA rende al pubblico, afferente – in modo specifico – ai servizi after sales. Il programma Cyao Card permette ai clienti di conoscere e restare aggiornati circa i prodotti e le novità, nonché accedere a promozioni dedicate e accumulare punti attraverso gli acquisti effettuati presso i punti vendita e mediante l'e-commerce online.

Dal 2022 i dati dei clienti aderenti al programma Cyao Card sono gestiti attraverso la piattaforma integrata Zendesk, al fine di reperire tutte le informazioni utili attingendo da un unico sistema.

La registrazione al programma Cyao Card e la gestione dei dati inseriti avvengono nel rispetto del regolamento Generale per la Protezione dei Dati in vigore dal 2018. Difatti, a tutti i clienti – online e in negozio – viene fornita l'informativa sulla privacy e sul trattamento dei dati personali.

Inoltre, sono indicati i contatti del customer care dedicato al programma fedeltà in caso di richieste, segnalazioni o per disiscrivere dal programma.

In caso di segnalazioni relative al trattamento dei dati personali dei clienti è previsto il coinvolgimento diretto del **Data Protection Officer (DPO)** e dell'Ufficio Legale, data la delicatezza del tema e l'estrema attenzione riservata dalla Società alla tutela della privacy.

Nel 2023 non sono pervenute denunce comprovate riguardanti violazioni della privacy dei clienti né si è verificata la perdita dei dati degli stessi.

Il servizio di customer care

Per gestire in modo strutturato e omnicanale i contatti dei clienti, la Società si serve della piattaforma Zendesk, che permette di ricevere e lavorare tutte le richieste di assistenza provenienti sia dal team in negozio che dai clienti, sia fisici che digitali.

Per soddisfare appieno le esigenze dei clienti, l'Ufficio Customer Care presta un servizio di assistenza in live chat e mailing, fornendo risposte chiare e puntuali in merito al prodotto e alla shop experience (in store e online).

Nel 2023 sono stati adottati **nuovi sistemi di AI (Intelligenza Artificiale) e di automazione**; nello specifico, è stato implementato un servizio di chatbot e di assistenti virtuali per rispondere in modo ancor più celere alle richieste comuni dei clienti, riducendo i tempi di attesa e migliorando l'efficienza operativa del servizio. L'adozione della machine learning per il monitoraggio e l'analisi dei ticket di supporto permettono di automatizzare la classificazione delle richieste e identificare proattivamente i problemi ricorrenti.

La Società intende continuare a innovare i propri servizi after sales per **fornire un'assistenza post-vendita di alta qualità attraverso canali multipli**, live chat, e-mail e assistenza in loco, assicurando risposte rapide ed efficaci. Inoltre, s'impegna ad offrire incentivi e programmi di fedeltà che premiano i clienti a fronte di acquisti ripetuti, con sconti, spedizioni gratuite o accesso anticipato alle novità di prodotto.

In tema di sostenibilità e responsabilità sociale, la Società intende integrare pratiche sostenibili nelle operazioni di customer care, come l'uso

di tecnologie a basso impatto ambientale, la promozione di soluzioni digitali che riducono l'uso di carta e altre risorse fisiche.

Le richieste dei clienti restituiscono un feedback fedele da cui è possibile attingere per migliorare i prodotti e servizi offerti. A questo proposito, è stato reclamato il profilo Trustpilot aziendale per poter interagire in modo più semplice con gli utenti che lasciano recensioni sulla piattaforma e poter fornire loro supporto e assistenza diretta.

Il **servizio di cortesia di CARPISA** rappresenta un altro importante servizio per i clienti in cerca di supporto per la riparazione dei prodotti, anche fuori garanzia. Questo servizio nasce allo scopo di fidelizzare i clienti e minimizzare i resi destinati a successivo smaltimento.

Il recente incremento delle vendite del prodotto valigeria nei paesi europei ed extra-europei ha reso necessaria l'implementazione del servizio customer care anche per i clienti esteri. Per ottimizzare in modo significativo i costi di invio di ricambi presso i punti vendita esteri, ridurre il numero delle spedizioni e l'impatto ambientale correlato, e ancora per limitare i numeri della logistica inversa, la Società ha studiato una soluzione definitiva che porterà vantaggi a medio e lungo termine.

La Società ha posto grande attenzione alle iniziative CARPISA di customer service dedicate al ciclo di vita del prodotto, formando in modo accurato il proprio personale affinché possa informare i clienti e fornire loro il materiale utile a rafforzare la consapevolezza delle informazioni apprese. Il percorso di formazione è stato esteso anche ai clienti esteri, attraverso materiale formativo ad hoc e prevedendo formazione in loco, laddove è risultato necessario. Si prevede in tal modo una sensibile riduzione dei numeri di logistica inversa ed un notevole incremento della customer satisfaction.

E-commerce nella realtà aziendale

Nel corso del 2023, CARPISA ha proseguito nello sviluppo del canale online attraverso diverse iniziative:

- traduzione dei siti in francese, inglese, spagnolo e tedesco al fine di rendere l'esperienza più accessibile ai clienti locali;
- introduzione della possibilità per i clienti di monitorare lo stato delle proprie consegne direttamente sul sito;
- avvio della vendita su Zalando, primo di altri marketplace previsti;
- sul sito e-commerce, i prodotti sostenibili e innovativi hanno una pagina dedicata nel footer denominata "Innovazione e Sostenibilità";
- revisione di tutta la fase di checkout che ha reso l'esperienza di acquisto più fluida e piacevole per l'utente;
- la collaborazione tra il team digital e il customer care ha continuato in modo proficuo, ottimizzando le procedure e la comunicazione con i clienti.

La Società, inoltre, ha continuato lo sviluppo della Customer Data Platform come cuore dell'infrastruttura tecnologica per consentire una visione unificata del cliente, indipendentemente dal canale di interazione scelto.

Grazie alla nuova piattaforma di marketing automation, CARPISA è in grado di utilizzare complessi algoritmi di Intelligenza Artificiale per identificare il momento, il canale e il contenuto migliori per ciascun cliente. Inoltre, grazie alla potenza di calcolo a disposizione, è possibile clusterizzare i clienti in base alle loro preferenze e caratteristiche fisiche, nel pieno rispetto delle regole imposte dal GDPR.

6,9

MILIONI DI SESSIONI

14

PAESI SERVITI
(INCLUSI MARKETPLACE)

+3,7%

RICAVI VS 2022
(ESCLUSI MARKETPLACE)



2023

22.836

N. TICKET APERTI

22.751

N. TICKET RISOLTI

81%

% TICKET RISOLTI AL
PRIMO CONTATTO

19%

% TICKET RIAPERTI

Le strategie di merchandising

La Società tratta con estremo riguardo il tema del rinnovamento e dell'upgrade delle collezioni, lavorando con costanza all'innovazione del prodotto e compiendo un'analisi sempre più razionale del numero di referenze.

Per ottimizzare e migliorare l'esposizione dei propri prodotti, sono in corso strategie di merchandising finalizzate alla semplificazione della struttura di collezione e incentrare sul numero degli Stock Keeping Units (SKU), sia in termini di sviluppo di nuove collezioni che di prodotti presenti in store.

Lo scopo della Società è ridurre gli SKU dei segmenti donna, uomo e valigeria di almeno il 25% rispetto al 2019. Una riduzione che avviene in modo progressivo, come testimoniato dai dati 2023 che confermano la riduzione degli SKU ad oggi pari al 24%.

Per conseguire una riduzione sempre più costante e progressiva degli SKU bisognerà razionalizzare il prodotto e suddividerlo in due macrocategorie relative secondo il ciclo di vita previsto. Questa operazione porterebbe a distinguere il prodotto continuativo dal prodotto moda. Nel dettaglio:

- **il prodotto continuativo** (35% in termini di SKU): è un prodotto non soggetto a rapide trasformazioni, sviluppato per rispondere alle esigenze di un ciclo di vita lungo ed escluso dalle campagne saldi di fine stagione;
- **il prodotto moda** (65% in termini di SKU): è un prodotto stagionale capace di interpretare i trend della moda e quindi caratterizzato da maggiore velocità di rotazione (vita del prodotto media o breve termine).

Infine, sempre allo scopo di ottimizzare e razionalizzare il prodotto, sono state adottate delle procedure per la clusterizzazione degli store, che considerano aspetti qualitativi e quantitativi diversi al fine di minimizzare l'impatto e la movimentazione della merce invenduta.



Dati canali di comunicazione vs 2022

Instagram

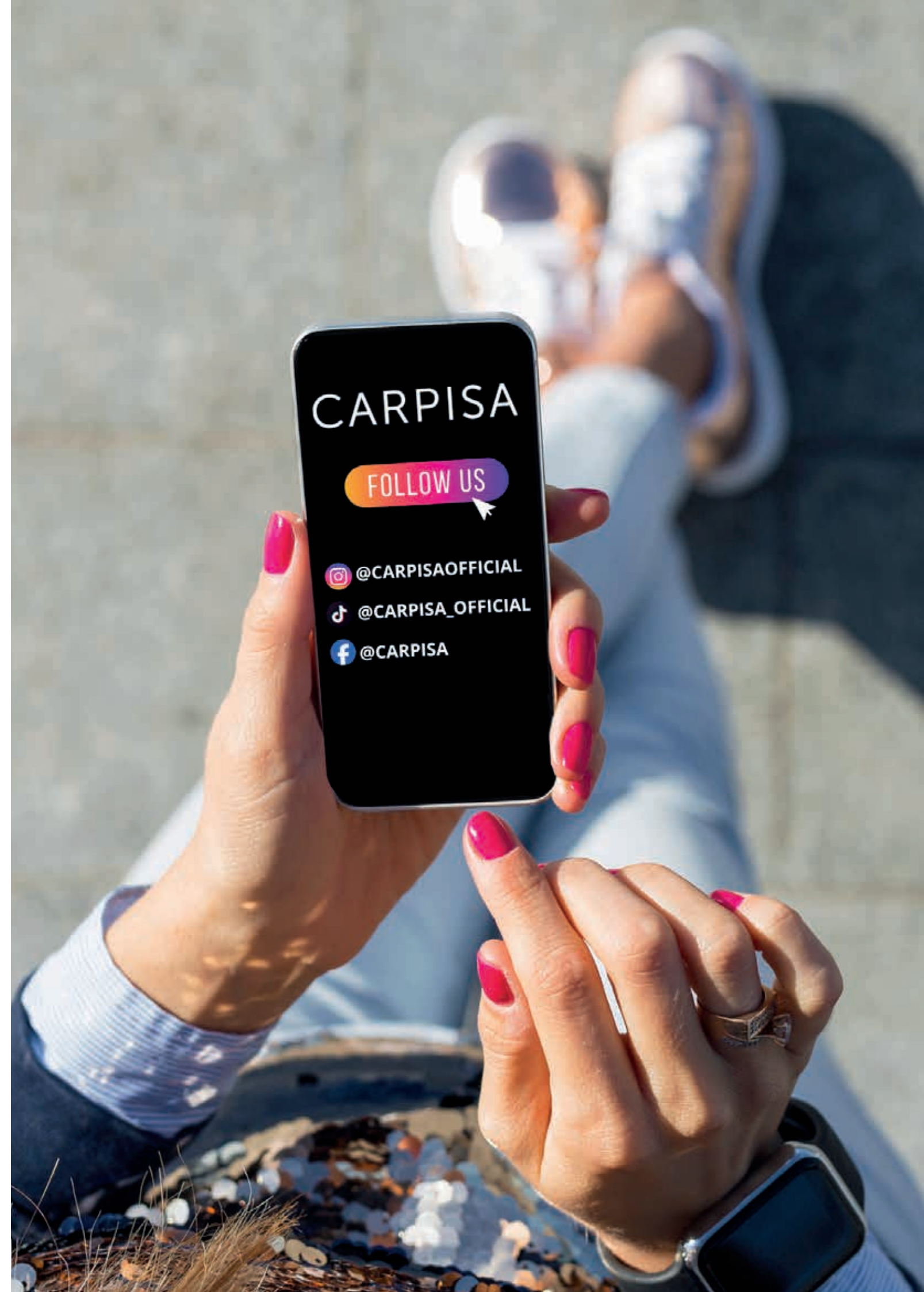
295 Post.....	+87,9%
46,4 MLN Reazioni.....	+301,95%
69,6 MLN Impressioni.....	+252,4%
2,2 K Commenti.....	+86,18%

TikTok

16 Post.....	-11,11%
2,5 MLN Visualizzazioni.....	+103,23%
153,5 K Visualizzazioni medie.....	+ 128,64%
132 Commenti.....	+ 86,18%

Facebook

386 Post.....	+24,92%
17,5 MLN Reazioni.....	-4,28%
30,3 MLN Impressioni.....	+1,4%
555 Commenti.....	-37,57%



L'impegno per la
minimizzazione
dell'impatto ambientale



Un'azione consapevole e responsabile

In un mondo in rapida trasformazione, sempre più segnato da fenomeni atmosferici estremi e dalla scarsità delle risorse naturali, le imprese devono agire con responsabilità e tenacia per migliorare il proprio impatto sul pianeta ed essere protagonisti attivi del cambiamento sostenibile.

In questo contesto, l'impegno di Kuvera si concentra in **due direzioni principali**: la progettazione degli store CARPISA e la selezione delle materie prime utilizzate per la realizzazione dei prodotti e del packaging.

L'obiettivo è trovare soluzioni che riducano il consumo di risorse energetiche e minimizzino l'impatto ambientale, promuovendo al contempo una cultura aziendale orientata alla sostenibilità. La Società è fermamente convinta che l'innovazione, la collaborazione e l'educazione possano favorire un cambiamento positivo, ispirando dipendenti, clienti e l'intero settore di riferimento.

La gestione delle risorse energetiche aziendali

In qualità di grande impresa, Kuvera S.p.A. è tenuta a redigere con cadenza quadriennale una diagnosi energetica ai sensi del D.Lgs 102/2014⁶. Questa attività consente alla Società di analizzare i propri consumi dell'anno di riferimento, confrontarli con la baseline e individuare degli indicatori di prestazione energetica da confrontare con i relativi benchmark interni e/o di settore. Inoltre, rappresenta un'azione essenziale per definire le aree di possibile efficientamento energetico attraverso un'analisi di fattibilità degli interventi.

Dal 2021, Kuvera S.p.A. ha introdotto la figura dell'**Energy Manager** per garantire una gestione ottimale dei consumi energetici. Questo professionista è responsabile dell'analisi, del monitoraggio e delle azioni di ottimizzazione

per l'uso razionale dell'energia. Grazie all'Energy Manager, la Società è in grado di adottare pratiche energetiche responsabili e mantenere la conformità alle normative vigenti, dimostrando il suo impegno verso la sostenibilità ambientale.

Le indagini condotte dall'Energy Manager hanno permesso di identificare e implementare una serie di **interventi fondamentali** per il miglioramento della gestione energetica aziendale, tra cui:

- l'installazione di sensori per l'accensione e lo spegnimento automatico delle luci. Questi dispositivi riducono il consumo energetico e migliorano l'efficienza complessiva degli impianti di illuminazione, garantendo che le luci siano attive solo quando necessario;
- l'adozione di sistemi di ventilazione dall'esterno. Tali sistemi aiutano a contenere i consumi di raffreddamento e riscaldamento nelle mezze stagioni, sfruttando le condizioni ambientali favorevoli per ottimizzare l'uso delle risorse energetiche;
- l'uso di un sistema centralizzato di domotica. Questa tecnologia permette di automatizzare lo spegnimento dei sistemi energetici durante gli orari notturni e/o non lavorativi, garantendo un risparmio significativo dei consumi energetici e riducendo gli sprechi;
- l'utilizzo di stampanti a risparmio energetico. Tali dispositivi evitano il riscaldamento continuo del toner, limitandolo ai soli momenti utili alla stampa. Questo intervento contribuisce a una riduzione dei consumi energetici legati alle attività di ufficio.

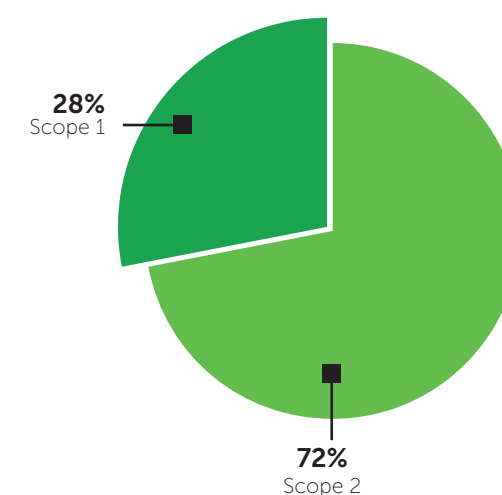
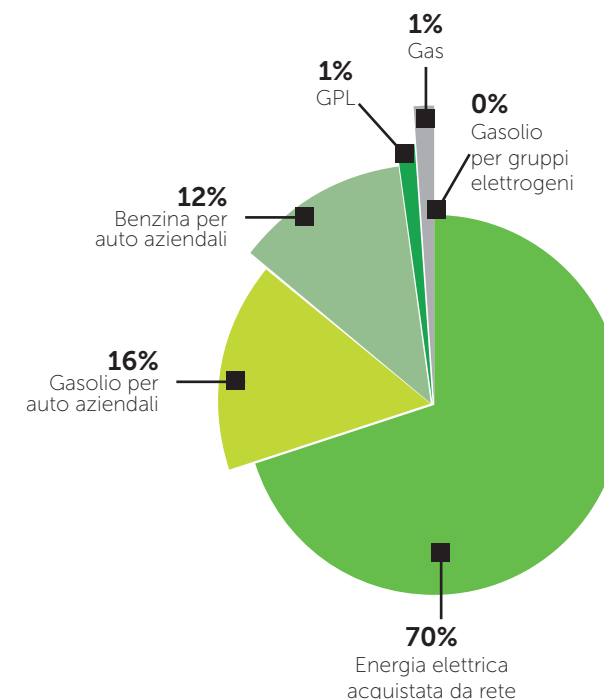
Kuvera S.p.A. è costantemente impegnata nella ricerca di ulteriori opportunità per migliorare la gestione energetica e ridurre l'impatto ambientale delle proprie operazioni secondo un approccio proattivo, capace al contempo di limitare i costi operativi e rafforzare l'immagine aziendale.

I **vettori energetici aziendali** sono rappresentati da:

- energia elettrica;
- gas naturale;
- carburante, in termini di gasolio, benzina e GPL.

Nel 2023, in sostanziale allineamento con l'anno precedente, i consumi energetici interni all'Organizzazione sono stati pari a 20.488,4 GJ, ai quali contribuiscono: l'energia elettrica in misura pari al 70%, il carburante (gasolio, benzina e GPL) utilizzato dalla flotta aziendale e per l'alimentazione del gruppo elettrogeno di emergenza per il 29% e il gas, utilizzato nella mensa aziendale, per il restante 1%.

Inoltre, la Società ha provveduto alla quantificazione delle emissioni dirette (Scope 1)⁷ e delle emissioni indirette da acquisto di vettori energetici (Scope 2)⁸, direttamente correlate ai propri consumi.



⁷ Le emissioni di Scope 1 comprendono:

- combustione da fonti fisse/stazionarie (consumo di gas naturale utilizzato per il riscaldamento o per il processo produttivo);
- combustione da fonti mobili (consumo di carburante della flotta di veicoli di proprietà utilizzati per lo spostamento dei dipendenti e per il trasporto di merci all'interno e all'esterno degli stabilimenti);
- perdite di gas refrigeranti.

⁸ Le emissioni di Scope 2 derivano dalla generazione di elettricità, calore e vapore acquistati e consumati dall'organizzazione.

⁶ In qualità di impresa multisito, Kuvera effettua la diagnosi energetica su un numero di siti proporzionati e sufficientemente rappresentativi per poter tracciare un quadro chiaro della prestazione energetica dell'intera impresa, individuati secondo le linee guida pubblicate da ENEA (clusterizzazione).

Il **parco auto aziendale** è costituito da 43 autovetture gestite con contratto di noleggio a lungo termine, ad eccezione di un'autovettura di proprietà. Questo approccio alla gestione della flotta consente una maggiore flessibilità operativa e una riduzione dei costi di manutenzione e gestione.

In linea con l'impegno per la sostenibilità ambientale, il 53% delle vetture è rappresentato da auto ibride, che combinano un motore a combustione interna con uno elettrico riducendo le emissioni di CO₂ e migliorando l'efficienza del carburante.

Il 42% delle vetture è alimentato a gasolio. Nonostante il diesel sia stato storicamente una scelta popolare per le flotte aziendali grazie alla sua efficienza nei consumi, la Società sta lavorando per ridurre progressivamente la propria dipendenza da questa fonte di carburante in favore di opzioni più ecologiche. Il restante 4% del parco auto è composto da un'auto GPL e un'auto a benzina utilizzata per svolgere esigenze specifiche.

Nel complesso, la composizione attuale del parco aziendale riflette l'impegno della Società in termini di responsabilità ambientale, con l'obiettivo di adottare soluzioni sempre più innovative e capaci di ridurre l'impatto delle proprie operazioni.

Nel corso del 2023, la Società ha avviato un importante progetto finalizzato all'inserimento di **colonnine per la ricarica elettrica** nel parcheggio della sede aziendale, la cui conclusione è prevista nel 2024.

Gli Store CARPISA e la progettazione Eco-Friendly

Nel 2021, sono stati implementati specifici criteri per l'apertura e il restyling degli store CARPISA, con l'obiettivo di creare una rete di punti vendita attenta all'ambiente e alle esigenze del pubblico. Nello specifico:

- **illuminazione LED:** adozione di lampade e faretti a LED che consumano meno energia rispetto alle luci tradizionali. Queste soluzioni sono prive di gas nocivi e sostanze tossiche, non emettono raggi UV (ultravioletti) o IR (radiazione infrarossa), consentono la significativa riduzione del consumo energetico e garantiscono la sicurezza e la salute di clienti e dipendenti;



- **tessuti riciclabili:** utilizzo di tessuto non tessuto 100% riciclabile per i rivestimenti. Questo materiale, ottenuto con procedimenti diversi dalla tessitura e privo di fibre naturali, rappresenta una soluzione ecologica e a minor impatto ambientale;
- **collanti ecologici:** impiego di collanti creati con materiali riciclati per l'incollaggio di pavimenti e carta da parati. Tale approccio riduce l'uso di sostanze chimiche nocive e promuove il riciclaggio dei materiali;
- **pitture ecocompatibili:** uso di pitture che assorbono CO₂ per la verniciatura delle pareti, migliorando la qualità dell'aria interna e contribuendo alla riduzione dell'impronta di carbonio complessiva degli store;
- **barriere d'aria per i negozi su strada:** poste all'ingresso degli store queste barriere favoriscono il mantenimento di una temperatura interna ottimale. Inoltre, riducono al minimo la dispersione del calore in inverno e del fresco in estate, migliorando l'efficienza energetica del negozio e garantendo un ambiente confortevole ai clienti;
- **legno di Paulownia:** adozione di un legno rinomato per le sue proprietà fonoassorbenti, di isolamento termico, elettrico e igroscopico per la realizzazione di più elementi degli store.

Come nella sede di Nola, i punti vendita sono dotati di sistemi avanzati di gestione energetica, tra cui free cooling con recupero dell'aria dall'esterno, recuperatori di calore, orologi, timer e sensori. Questi dispositivi permettono una gestione efficiente dell'energia, riducendo al minimo gli sprechi e migliorando il comfort interno degli store.

Grazie a queste iniziative, la Società continua a dimostrare il suo impegno verso la responsabilità ambientale, garantendo al contempo un'esperienza di acquisto piacevole per i clienti e il benessere delle comunità in cui opera.

Durante il 2023 sono stati effettuati interventi su 46 negozi, di cui 21 nuove aperture e 16 restyling di negozi esistenti.



Circolarità ed ecodesign

L'azione volta alla ricerca di soluzioni capaci di minimizzare l'impatto ambientale dei prodotti è sostenuta da politiche specifiche e mirate, allineate all'approccio *Green Oriented*. Come già descritto nel paragrafo "*La filosofia Green Oriented*", questo approccio si basa sulla sostituzione delle materie prime vergini con materiali riciclati, naturali e derivati da vegetali. Un prodotto *Green Oriented* deve contenere almeno l'80% di materiali riciclati e/o di origine naturale sul peso totale.

L'identificazione di questi materiali è agevolata da **rigorosi requisiti specifici**, che vengono comunicati chiaramente ai clienti attraverso appositi cartellini e codici QR. Questa trasparenza permette ai clienti di fare scelte informate e meglio orientate.

TIPOLOGIE DI MATERIALI RICICLATI

I materiali riciclati utilizzati nei prodotti CARPISA provengono da due fonti principali:

- **riciclo pre-consumo:** un processo che prevede la reintroduzione degli scarti di produzione all'interno del ciclo produttivo, riducendo così la quantità di rifiuti e sfruttando al massimo le risorse disponibili;
- **riciclo post-consumo:** un processo che interessa materiali certificati secondo gli standard Recycled Claim Standard (RCS) e Global Recycled Standard (GRS), che garantiscono l'effettivo contenuto di materie prime da riciclo in un semilavorato o prodotto finito. Queste certificazioni assicurano trasparenza e tracciabilità lungo l'intera catena di fornitura.

I MATERIALI UTILIZZATI NEI TESSUTI

Per quanto riguarda i tessuti, si impiegano materiali che rispettano elevati standard di responsabilità ambientale:

- **cotone organico:** certificato secondo gli standard Global Organic Textile Standards (GOTS) o Organic Content Standard (OCS). Questo cotone è coltivato senza l'uso di pesticidi o fertilizzanti chimici;

- **cotone rigenerativo:** certificato Regenerative Organic Cotton (ROC). Questo cotone non solo è coltivato in modo sostenibile, ma contribuisce anche a rigenerare la salute del suolo e a migliorare la biodiversità;
- **materiali naturali:** paglia, bambù e sughero sono materiali rinnovabili e a ridotto impatto ambientale rispetto ai materiali convenzionali.



I materiali a basso impatto ambientale sono certificati dal produttore in conformità con: **Global Recycled Standard (GRS)**, **Recycled Claim Standard (RCS)**, **Global Organic Textile Standards (GOTS)**, **Organic Content Standard (OCS)** e **Forest Stewardship Council (FSC)**.





TRA SOLUZIONI FUTURE E APPLICAZIONI IN USO

In CARPISA la ricerca di nuove soluzioni per ridurre e minimizzare l'impatto ambientale dei prodotti è un impegno costante. Ecco una panoramica dei materiali maggiormente utilizzati nelle linee di produzione:

- **gomma riciclata al 50%**, resistente agli agenti organici, come muffe e batteri, alle escursioni termiche e agli agenti atmosferici; presenta ottime caratteristiche di durabilità e viene adottata per le etichette delle valigie *Green Oriented*;
- **CARPISA GOTECH®**, un materiale brevettato composto al 70% da materiale proveniente da riciclo, creato dalla reingegnerizzazione dei processi di produzione dei normali materiali utilizzati nel settore valigeria, ABS e polycarbonato. Dotato di un'enorme resistenza agli urti e una superficie studiata per essere antiraffio, CARPISA GOTECH® è usato per il set di valigie che porta lo stesso nome;
- **R-PET (Recycled Polyethylene Terephthalate)**, un polimero ottenuto attraverso processi di recupero e compostaggio del PET, comunemente utilizzato nella produzione di bottiglie di plastica. R-PET è un materiale estremamente versatile, che viene utilizzato per creare numerosi prodotti (portafogli, borse, shopper e molto altro). A partire dal 2021, con la filosofia *Green Oriented*, l'uso di R-PET è stato esteso in ogni collezione dei prodotti valigeria e borse;
- **RPP (Recycled polypropylene)**, un polimero ottenuto da scarti post consumo. La produzione di granuli di PP derivanti dal post consumo inizia con la raccolta degli imballaggi flessibili e rigidi che vengono selezionati durante lo smistamento dei rifiuti domestici. L'imballaggio è suddiviso secondo tipologie e caratteristiche: macinato, lavato, densificato e granulato. Quest'ultima fase consente la creazione di tipologie di granuli con caratteristiche diverse in base all'ingresso di scarti negli estrusori oppure ottenuto da scarti post-industriali. Il granulo in PP da scarto post-industriale viene prodotto attraverso estrusori bivate che amalgamano lo scarto industriale secondo ricette standard o richieste dal cliente. Gli scarti post-industriali sono composti da rifili di lavorazione fatti con polimeri vergini, pezzi non conformi, cambi colore, scarti per

fine serie o pezzi difettosi. In questo caso si possono creare veri e propri compounds andando a modificare per esempio il modulo elastico, il colore, la densità, la fluidità e altri parametri richiesti dal cliente;

- **RPU**, uno dei materiali più ecosostenibili in circolazione perché a fine vita può essere incenerito, diventando nuova fonte di energia, polverizzato per la produzione di modelli di isolamento o frantumato per la produzione di pannelli ad alta densità. Dopo una fase di studio iniziale, dal 2021 questo materiale è stato ufficialmente integrato nelle linee di prodotto, in particolare quelle delle borse;
- **Nylon**, grazie alle sue caratteristiche di resistenza, il prodotto realizzato interamente con questo materiale può essere riciclato e riutilizzato, perfettamente in linea con la filosofia dell'economia circolare. Il nylon può essere impiegato anche per la creazione di accessori legati al mondo valigeria;
- **tessuto antibatterico o trattamento antibatterico**, che riduce la proliferazione batterica sulla superficie grazie alla presenza di ioni di argento che attaccano la membrana batterica e la distruggono. Gli ioni, intrinseci nel materiale, resistono a più di 50 lavaggi, consentendo un'ottima durabilità del prodotto nel tempo.



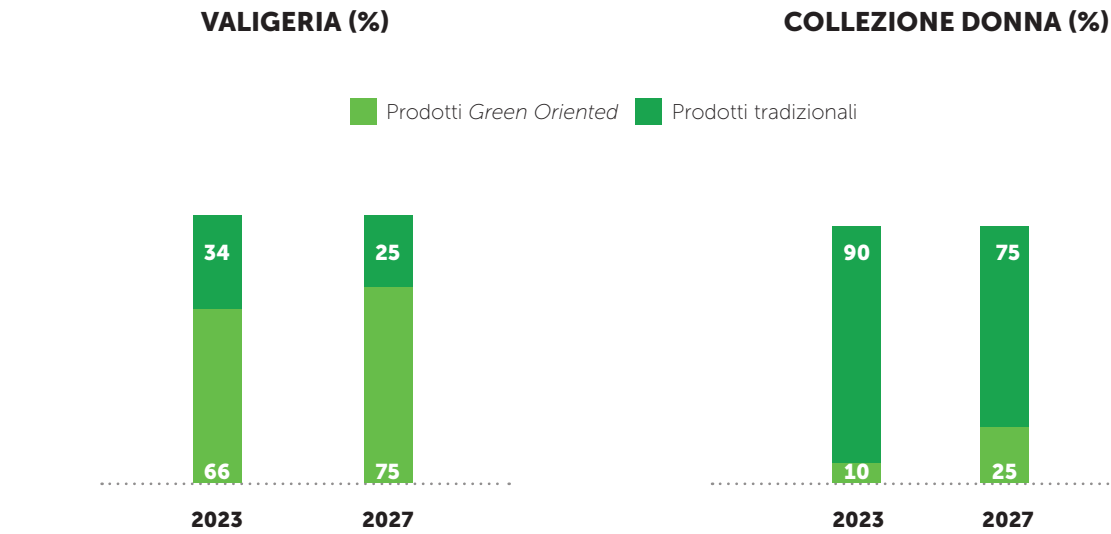
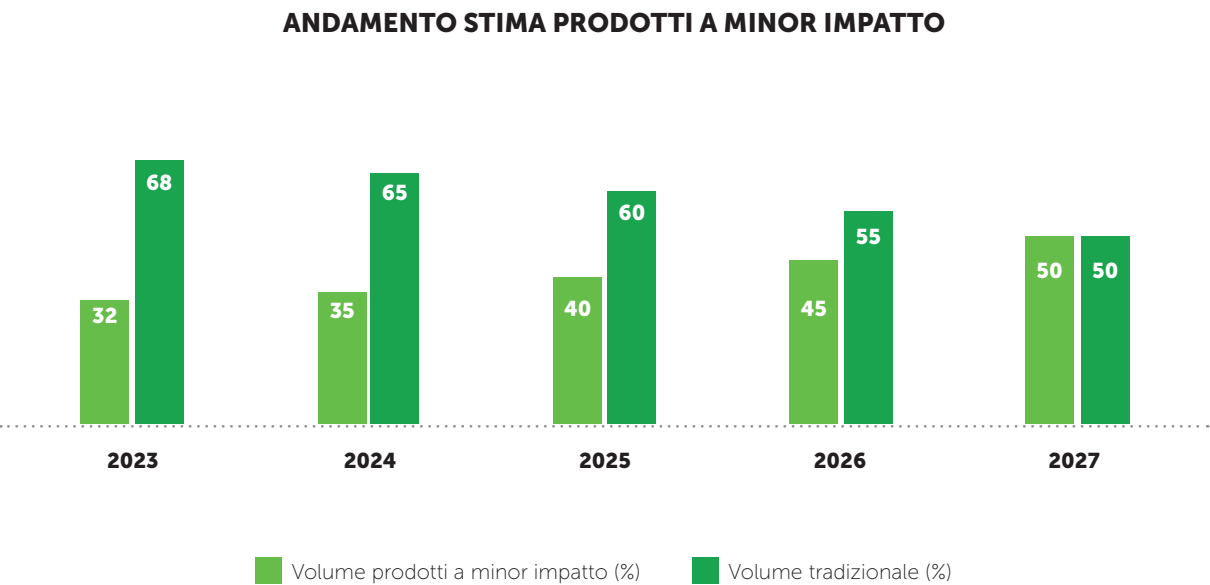
Alla data di scrittura del presente documento, sono in fase di studio:

- **i materiali con parte vegetale costituita da buccia di mele o ananas**, la cui percentuale solitamente varia tra il 35% e il 65% in modo da poter essere miscelata poi ad altri componenti per ottenere lo spessore ottimale;
- **i materiali con parte vegetale costituita da bambù, legno e/o derivante da funghi**;
- **i materiali bio-based**, di origine biologica (e.g. biomasse), che non includono componenti derivanti da carbone o petrolio (origine fossile) e che hanno il primario vantaggio di essere ottenibili da fonti rinnovabili come le biomasse, eventualmente in associazione ad altre per ridurre ulteriormente l'impronta carbonica (o carbon footprint);
- **i materiali rigenerati**, derivanti dallo scarto della rasatura della pelle con lattice di gomma come legante;
- **i materiali anti-taglio** (resistenti a forbici e taglierini) in grado di aumentare la shelf-life del prodotto.

Risultati e prospettive delle linee *Green Oriented*

Il 2023 si prospetta come un anno di crescita per l'impatto delle linee *Green Oriented* sui volumi di vendita complessivi. Analizzando lo storico, si osserva un forte aumento nel triennio 2021-2023, con un **incremento del 110%** dell'impatto in termini percentuali delle linee *Green Oriented*⁹ sul totale. L'obiettivo è raggiungere un target del 50% entro il 2027.

Guardando alle categorie di prodotto, sono particolarmente positivi i risultati e le prospettive delle linee valigeria e donna, con un impatto rispettivamente del 66% e del 10% nel 2023 e target di crescita al 2027 per raggiungere il 75% e il 25%.



Proiettata verso il futuro e con un trend d'acquisto orientato a scelte più consapevoli, la Società introdurrà diverse iniziative, impegnandosi nell'utilizzo di **materiali dotati di certificazioni ambientali** e nello sviluppo di strumenti e know-how specifici per l'analisi dei materiali. Inoltre, verranno implementati progetti mirati di economia circolare e si procederà alla **trasformazione graduale del packaging** di logistica e di prodotto, verso un packaging a minor impatto.

L'innovazione digitale sarà un supporto cruciale per la sostenibilità, insieme al rispetto delle normative di riferimento e all'implementazione di collezioni a minor impatto ambientale. Infine, verranno effettuati audit finalizzati alla valutazione dei fornitori, garantendo che tutte le parti coinvolte rispettino gli standard di sostenibilità a cui la Società tende.

Il packaging

Le scelte compiute per la selezione dei materiali utilizzati per il packaging dei prodotti riflettono l'impegno della Società per la riduzione degli sprechi e la minimizzazione dell'impatto ambientale. Si preferiscono materiali riciclati e riciclabili; inoltre, sono stati condotti studi approfonditi per identificare alternative a basso impatto ambientale che hanno portato alla realizzazione di nuovi sistemi di packaging, tra cui:

- **R-PET per le cover delle valigie:** un materiale derivato dal riciclo del polietilene tereftalato (PET), noto per la sua resistenza e la capacità di essere riciclato più volte, riducendo l'uso di plastica vergine e contribuendo alla riduzione dei rifiuti;
- **carta certificata FSC per le shopping bag dei negozi:** l'attestazione FSC (Forest Stewardship Council) garantisce la provenienza della carta da foreste gestite in modo responsabile, promuovendo la gestione sostenibile delle risorse forestali;
- **etichette in carta 100% riciclata per le borse esposte:** etichette composte al 100% da materie prime di origine riciclata, a supporto dell'economia circolare.

All'accurata selezione dei materiali, la Società affianca il sistema CARPISA QR-GO per sostituire i tradizionali cartellini dei prodotti riducendo l'uso della carta. Inoltre, intende realizzare le etichette prezzo in carta riciclata e carta Kraft Avana riciclata.

Ulteriori progetti futuri sono orientati alla riduzione del quantitativo di packaging proveniente dalla Cina che staziona nei negozi e al riuso di almeno il 50% dei cartoni presenti nei negozi e destinati ad altre spedizioni interne.

La stazione di realtà virtuale rappresenta **un elemento chiave nelle fasi di sviluppo e perfezionamento del packaging** e del design dei prodotti. Essa ha permesso di strutturare una metodologia virtuale che presenta innumerevoli vantaggi, permettendo di:

- simulare e visualizzare in modo dettagliato come il packaging si integrerà con il prodotto finale, rispondendo in modo efficace alle esigenze e ai requisiti definiti nella fase di progettazione;
- testare le diverse configurazioni di packaging, materiali e colori in un ambiente controllato e interattivo, consentendo ai designer di esplorare e ottimizzare le soluzioni prima di passare alla fase di produzione;
- eliminare la necessità di creare numerosi campioni fisici e - di conseguenza - evitare i costi aggiuntivi e l'impatto ambientale dovuto alla produzione di materiali e rifiuti associati;
- ridurre i tempi e i costi di sviluppo del prodotto;
- minimizzare le emissioni associate al trasporto e alla gestione dei materiali;
- contribuire alla sostenibilità aziendale attraverso la progettazione di un processo più efficiente.

La Società si impegna a massimizzare gli sforzi per studiare strategie efficaci per ridurre al minimo il packaging. Nel 2023, sono state avviate valutazioni per sostituire il packaging in uso per gli acquisti effettuati mediante la piattaforma e-commerce, facendo ricorso a soluzioni a minor impatto ambientale.

⁹ Contenenti almeno l'80% di materiali riciclati e/o di origine naturale sul peso totale dei materiali impiegati.

I PROGETTI PACKAGING IN CORSO

Progetto cover

Un progetto volto all'eliminazione delle polybag dal singolo prodotto valigeria, in quanto rappresenta il packaging più ingombrante dei punti vendita.

Progetto 5 in 1

Collegato al progetto cover, consiste nell'ottimizzazione dei lotti presenti in ogni spedizione. L'obiettivo è aumentare da 3 a 5 il numero di referenze spedite dalla Cina. Le prime implementazioni di questo progetto hanno riguardato la linea best seller GOTECH®, per poi interessare ulteriori linee in materiale rigido e morbido.

Un nuovo materiale per le polybag

Un progetto in fase di testing con una fase di studio cominciata nel 2021 e che interessa la sostituzione delle polybag HDPE con materiali biodegradabili e compostabili, per renderle sia compostabili che riciclabili.

Ad oggi, si sperimentano materiali come:

- il PLA, derivante dalla condensazione dell'acido lattico (trasformazione degli zuccheri ricavati dal mais e da altri materiali naturali e biodegradabili non derivanti dal petrolio);
- una plastica water soluble, derivante da materie organiche, compostabile, che immersa nell'acqua a 70°C si dissolve completamente.



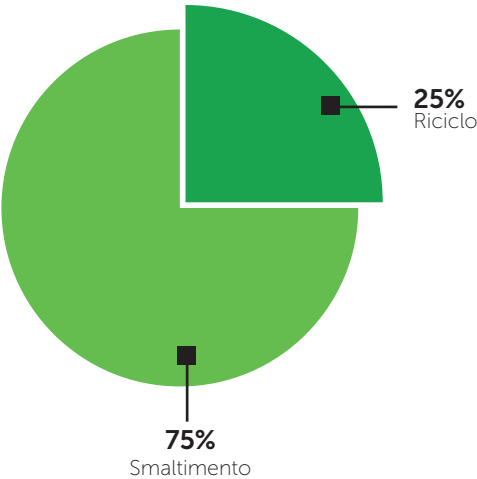
La gestione dei rifiuti aziendali

La Società pone grande attenzione alla gestione dei rifiuti correlati alle proprie attività. Ogni fase di smaltimento è attentamente monitorata e gestita attraverso l'utilizzo di formulari appropriati e l'applicazione di codici CER specifici, rispettando rigorosamente la normativa vigente. Lo smaltimento dei rifiuti è gestito attraverso una società esterna.

Nel contesto delle operazioni aziendali, si provvede alla gestione di più **rifiuti speciali** mediante un approccio attento e sicuro. Tra i rifiuti speciali gestiti ci sono:

- inchiostri esausti dei plotter del laboratorio tattoo;
- i materiali misti derivanti da campionature di borse e valigie;
- le apparecchiature RAEE (Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche).

RIFIUTI 2023



LA DIFFERENZIAZIONE DEI RIFIUTI

Presso la sede principale di Nola, i rifiuti vengono differenziati attraverso contenitori specifici per plastica, vetro, lattine, carta, cartoni, umido, indifferenziata e pile esauste.

Nei punti vendita distribuiti sul territorio nazionale, invece, sono stati implementati cestini separati per la raccolta differenziata di plastica e carta. Il personale è accuratamente formato sul tema del corretto smaltimento dei rifiuti.

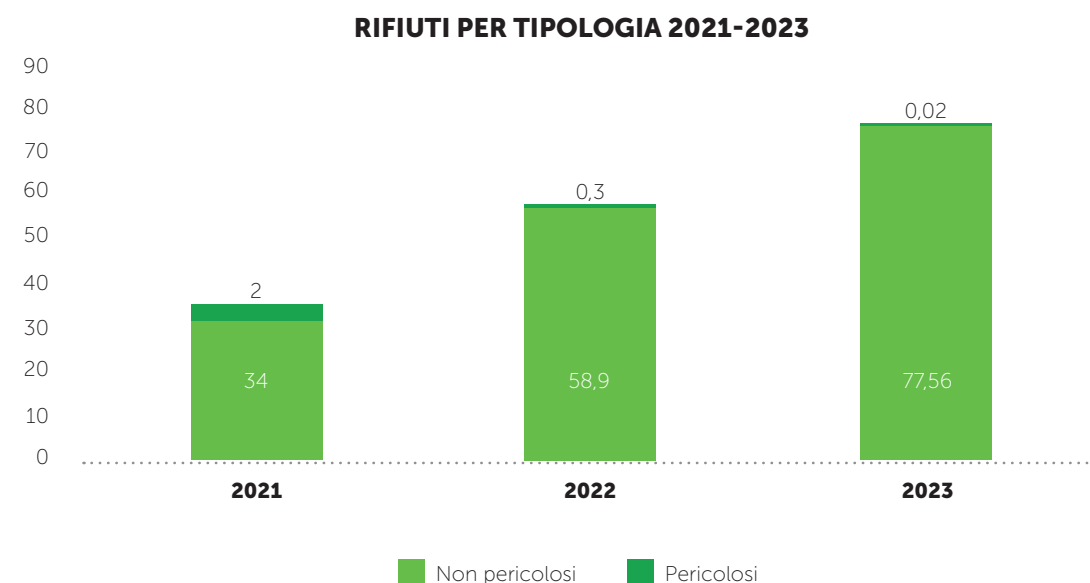
Infine, negli store CARPISA presenti nei centri commerciali, lo smaltimento dei rifiuti avviene attraverso campane per la raccolta differenziata posizionate strategicamente in aree apposite, per facilitare il conferimento dei rifiuti e mantenere gli spazi pubblici puliti.

LE INIZIATIVE PER LA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI

La gestione dei rifiuti è tra le tematiche materiali della Società, che sceglie di orientare i propri sforzi per la riduzione degli sprechi verso la digitalizzazione, per sostituire l'uso della carta con soluzioni digitali, laddove possibile. Questo approccio punta a migliorare l'efficienza operativa

e a ridurre l'impatto ambientale derivante dalla gestione dei materiali cartacei. Presso la sede di Nola, sono stati implementati dei dispenser d'acqua su ogni piano e ai dipendenti è stata donata una borraccia in alluminio. Queste iniziative permettono di ridurre l'uso dei bicchieri di plastica e promuovere tra le risorse la cultura della responsabilità ambientale. In futuro, si prevede la sostituzione dei dispenser d'acqua con innovativi erogatori.

Infine, tra le iniziative promosse per migliorare le proprie performance in tema di gestione dei rifiuti, figurano anche i progetti in corso relativi al packaging e alla promozione dei prodotti *Green Oriented*. In effetti, questi progetti permetteranno di gestire in modo più accurato e responsabile i rifiuti imputabili alle attività produttive e di packaging, oltre che contribuire al miglioramento delle performance ambientali della Società.



Il riciclo dei prodotti “fallati”

In CARPISA si definiscono “fallati” quei prodotti che sono stati compromessi dalle fasi di trasporto, di vendita o dall’uso dei clienti. Questi prodotti vengono riconsegnati al cliente (se ancora in garanzia) oppure riparati e - laddove possibile - rivenduti presso gli store outlet.

I prodotti fallati che non possono essere riparati, invece, vengono prima maneggiati dai tecnici per il **recupero dei componenti ancora utili** (trolley system, manici, viti, ecc.) e poi smaltiti in discarica.

La priorità è dare una seconda vita ai prodotti secondo un approccio di economia circolare e

riciclo intelligente, per restituire ai clienti prodotti di prima o seconda scelta a prezzi calmierati.

L’attenzione al riciclo e al riuso dei prodotti traspare già dalla fase di progettazione, durante cui si preferiscono materiali facili da smontare e si evitano elementi che potrebbero complicare il disassemblaggio del bene. Attitudine confermata anche dalle successive fasi di sviluppo del prodotto.

In sinergia con il riciclaggio e il recupero dei materiali, sono inoltre in atto studi e sperimentazioni per massimizzare l’uso dei prodotti o consentire loro di avere una seconda vita.



Nota metodologica

Il presente Bilancio di Sostenibilità rappresenta la rendicontazione di sostenibilità di Kuvera S.p.A. (nel documento anche “Kuvera, la Società, l’Organizzazione”), finalizzata alla comprensione e comunicazione delle attività svolte dalla Società nell’anno 2023, dal brand CARPISA da essa controllato e degli impatti prodotti.

La redazione del Bilancio di Sostenibilità è avvenuta attraverso la selezione degli indicatori contenuti nei *GRI Sustainability Reporting Standards* pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione di rendicontazione “Referenced”. Il set di indicatori GRI Standards utilizzati per la rendicontazione è indicato nel paragrafo “Indice GRI” del presente documento.

I principi generali applicati per la redazione del Bilancio di Sostenibilità sono quelli stabiliti dai GRI Standards, ovvero: *rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza*.

Gli indicatori di performance selezionati sono quelli previsti dagli standard di rendicontazione adottati, rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l’attività svolta dalla Società, dal brand e gli impatti prodotti. La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base dell’analisi di rilevanza delle tematiche di sostenibilità risultate rilevanti per Kuvera e il settore di riferimento, come descritto nel paragrafo “Analisi di materialità”.

I dati e le informazioni riportati si riferiscono all’esercizio 1° gennaio – 31 dicembre 2023, salvo dove diversamente indicato. Ove possibile, sono

stati riportati i dati comparativi riferiti agli esercizi precedenti, al fine di presentare l’andamento delle performance di Kuvera S.p.A. su un orizzonte temporale più esteso. Per fornire una rappresentazione puntuale delle performance, è stata privilegiata l’inclusione di indicatori quali-quantitativi direttamente rilevabili e misurabili, ricorrendo solo in limitati casi, puntualmente segnalati, a stime.

Nei casi in cui si è resa necessaria la revisione dell’informativa definita in precedenza, eventuali rettifiche di dati forniti nel precedente Bilancio di Sostenibilità vengono indicate e motivate contestualmente alla presentazione dell’informativa aggiornata.

Il presente Bilancio sarà pubblicato sul sito web ufficiale di CARPISA: <https://www.carpisa.it/>

Per richiedere maggiori informazioni in merito a quanto riportato nel presente documento è possibile scrivere al seguente indirizzo e-mail: sostenibilità@carpisa.com.



GRI Reporting package

L'ORGANICO AZIENDALE E L'ATTENZIONE PER LA SALVAGUARDIA DELL'OCCUPAZIONE

DIPENDENTI (GRI 2-7)	2021			2022			2023		
Dipendenti per contratto di lavoro	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Contratti a tempo determinato	9	147	156	15	171	186	19	262	281
Contratti a tempo indeterminato	70	358	428	69	328	397	70	283	353
Dipendenti a ore non garantite	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendistato/inserimento ¹⁰	4	22	26	3	19	22	3	35	38
Totale	83	527	610	87	518	605	92	580	672

DIPENDENTI (GRI 2-7)	2021			2022			2023		
Dipendenti per tipologia di impiego	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Part-time	12	292	304	12	270	282	12	327	339
Full-time	71	235	306	75	248	323	80	253	333
Totale	83	527	610	87	518	605	92	580	672

TASSI DI TURNOVER IN ENTRATA E IN USCITA

TURNOVER IN ENTRATA E IN USCITA PER GENERE (%) (GRI 401-1)	2021			2022			2023		
	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Turnover positivo - assunzioni	35%	51%	48%	43%	65%	62%	68%	96%	92%
Turnover negativo - cessazioni	-38%	-44%	-43%	-39%	-67%	-63%	-62%	-84%	-81%
Totale	-3%	6%	5%	5%	-2%	-1%	6%	12%	11%

10 Nei contratti di apprendistato/inserimento sono considerati esclusivamente i dipendenti diretti.

DIVERSITÀ, PARI OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNANCE E TRA I DIPENDENTI (GRI 405-1)	2021			2022			2023		
Dipendenti per inquadramento	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Dirigenti	0	1	1	1	1	2	0	1	1
Quadri	2	6	8	2	7	9	4	6	10
Impiegati	75	520	595	78	510	588	82	573	655
Operai	6	0	6	6	0	6	6	0	6
Totale	83	527	610	87	518	605	92	580	672

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNANCE E TRA I DIPENDENTI (GRI 405-1)	2021			2022			2023		
Dipendenti per inquadramento, genere e classe d'età	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Dirigenti	0	1	1	1	1	2	0	1	1
<30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tra 30 e 50 anni	0	1	1	0	1	1	0	1	1
>50	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Quadri	2	6	8	2	7	9	4	6	10
<30	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Tra 30 e 50 anni	1	4	5	1	5	6	1	4	5
>50	1	2	3	1	2	3	2	2	4
Impiegati	75	520	595	78	510	588	82	573	655
<30	12	201	213	17	207	224	18	271	289
Tra 30 e 50 anni	54	308	362	53	288	341	56	288	344
>50	9	11	20	8	15	23	8	14	22
Operai	6	0	6	6	0	6	6	0	6
<30	0	0	0	1	0	1	1	0	1
Tra 30 e 50	1	0	1	1	0	1	1	0	1
>50	5	0	5	4	0	4	4	0	4
Totale	83	527	610	87	518	605	92	580	672

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNANCE E TRA I DIPENDENTI (GRI 405-1)	2021		2022		2023	
Età media ed anzianità media degli occupati di CARPISA (anni)	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Età media	39	34	38	33	38	32
Anzianità aziendale media	7	5	7	5	6	4

RAPPORTO TRA SALARIO DI BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI (GRI 405-2)	2021	2022	2023
Rapporto nella remunerazione delle donne rispetto agli uomini ¹¹ (%)			
Stipendio base medio ¹²			
Dirigenti	-	140%	100%
Quadri	124%	120%	140%
Impiegati	70%	68%	78%
Operai	-	-	-
Remunerazione media ¹³			
Dirigenti	-	153%	100%
Quadri	120%	116%	141%
Impiegati	69%	68%	79%
Operai	-	-	-

11 I dati fanno riferimento ai dipendenti di CARPISA in Italia. Si specifica che nel 2021 tra i “Dirigenti” non sono presenti uomini, mentre nel triennio tra gli “Operai” non sono presenti donne, pertanto, non è stato possibile procedere al calcolo del rapporto retributivo.

12 RAL dipendenti donne/ RAL dipendenti uomini. Le variazioni anno su anno risentono di una scarsa numerosità di alcune categorie professionali.

13 Retribuzione totale dei dipendenti donne / Retribuzione totale dei dipendenti uomini. Nel calcolo della retribuzione totale sono stati tenuti in considerazione, oltre alla RAL, tutti gli elementi variabili, quali straordinari a forfait, indennità di cassa, fringe benefits, par/pir pagati, straordinari, lavoro supplementare, premi ed MBO. Le variazioni anno su anno risentono di una scarsa numerosità di alcune categorie professionali.

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

INFORTUNI SUL LAVORO (N.) (GRI 403-9)	2021			2022			2023		
Salute e sicurezza sul lavoro	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Casi registrabili di infortuni sul lavoro	1	10	11	2	11	13	1	9	10
<i>sul lavoro</i>	1	6	7	0	9	9	0	8	8
<i>in itinere</i>	0	4	4	2	2	4	1	1	2
Ore lavorate	109.749	565.738	675.487	134.332	630.951	765.282	125.539	508.064	633.603

Tassi infortunistici ¹⁴	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.	Uomini	Donne	Tot.
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	9,1	17,7	16	14,9	17,4	17	8,0	17,7	15,8

LA GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE

GRI 302-1	UdM	2021	2022	2023 ¹⁵
Energia elettrica acquistata da rete	Gj	14.499	15.598	14.276
<i>Di cui sede</i>	Gj	2.540	2.410	2.475
<i>Di cui negozi</i>	Gj	11.959	13.188	11.801
Gas	Gj			138
Gasolio per gruppi elettrogeni	Gj			3
Gasolio per auto aziendali	Gj			3.391
Benzina per auto aziendali	Gj	2.523	2.915	2.483
GPL	Gj			199
Totale	Gj	17.022,0	18.513,0	20.488,4

14 Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = n. di infortuni sul lavoro registrabili / n. di ore lavorate * 1.000.000.

15 Fonte dei fattori di conversione utilizzati:

- Energia elettrica: IPCC 2021 GWP 100 Vers.1.00
- Gas naturale: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - EN ISO 3675
- Gasolio: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - EN ISO 3675
- Benzina: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - ISO 1716
- GPL: DIN 5162 - EN ISO 3993

GRI 305-1	UdM	2021	2022	2023 ¹⁶
Scope 1				
Totale emissioni Scope 1	tCO ₂ e	367	215	456

GRI 305-2	UdM	2021	2022	2023 ¹⁷
Scope 2				
Sede	tCO ₂ e	551	390	207
Punti vendita	tCO ₂ e	868	957	986
Totale emissioni Scope 2	tCO ₂ e	1.419	1.347	1.193

CIRCOLARITÀ ED ECODESIGN

GRI 301-1	2021	2022	2023 ¹⁸
	Quantità (t)	Quantità (t)	Quantità (t)
Materiali in carta e cartoncino	1.105	1.939	2.230
Cartoni	1.000	1.681	1.933
Shopping bag	0	121	139
Altro materiale packaging in carta e cartoncino	105	137	158
Materiali in plastica	29	67	77
Polybag	29	67	77
Totale	1.134	2.006	2.307

16 Fonte dei fattori di conversione utilizzati:

- Gas naturale: Ecoinvent 3.10 - heat production, natural gas, at boiler condensing modulating <100kW | heat, central or small-scale, natural gas | Cutoff, U – IT - kgCO2eq/smc
- Gasolio: Ecoinvent 3.9.1 - diesel, burned in diesel-electric generating set, 18.5kW | diesel, burned in diesel-electric generating set, 18.5kW | Cutoff, U - kgCO2eq/l
- Gasolio autovetture: Ecoinvent 3.10 - transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | Cutoff, U - kgCO2eq/l
- Benzina: Ecoinvent 3.10 - transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | Cutoff, U - kgCO2eq/l
- GPL: Ecoinvent 3.10 - transport, passenger car, medium size, liquefied petroleum gas (LPG), EURO 5 | transport, passenger car, medium size, liquefied petroleum gas, EURO 5 | Cutoff, U - kgCO2eq/l

17 Fonte fattori di conversione utilizzati:

- energia elettrica: Ecoinvent 3.10 - Electricity, high voltage, production mix | electricity, high voltage | Cutoff, U - kgCO2eq/kWh

18 In mancanza di un sistema di monitoraggio puntuale, il dato riferito all'annualità del 2023 è frutto di una stima che tiene conto dell'andamento della crescita dei volumi prodotti e del fatturato rispetto al 2022.

LA GESTIONE DEI RIFIUTI AZIENDALI

GRI 306-3			
Rifiuti non pericolosi			
CER	Descrizione	UdM	2023
15.01.01	imballaggi in carta e cartone	t	19,84
15.01.02	imballaggi in plastica	t	2,04
15.01.06	imballaggi in materiali misti	t	26,21
16.02.14	apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16.02.09 a 16.02.13	t	0,2
20.01.08	rifiuti biodegradabili di cucine e mense	t	15,82
20.01.10	abbigliamento	t	10,86
20.02.01	rifiuti biodegradabili	t	2,59
Totale		t	77,56

GRI 306-3			
Rifiuti pericolosi			
CER	Descrizione	UdM	2023
08.03.12	Scarti di inchiostro, contenenti sostanze	t	0,02
Totale		t	0,02

Indice dei contenuti GRI

Kuvera S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2023 con riferimento agli standard GRI.

Standard GRI	Informativa	Pagina
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 202		
	2-1 Dettagli organizzativi	91
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	91
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	91
	2-4 Revisione delle informazioni	91
	2-5 Assurance esterna	91
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	12
	2-7 Dipendenti	92
	2-8 Lavoratori non dipendenti	52
	2-9 Struttura e composizione della governance	40
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	40
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	40
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	43
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	43
	2-15 Conflitti d'interesse	42
	2-16 Comunicazione delle criticità	42
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	43
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	40
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	40
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	56, 57
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	6
	2-23 Impegno in termini di policy	34
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	43
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	42
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	42
	2-28 Appartenenza ad associazioni	62
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	34
	2-30 Contratti collettivi	52

Standard GRI	Informativa	Pagina
GRI 3: INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI 2022		
	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	36
	3-2 Elenco di temi materiali	36
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016		
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	44
GRI 301: MATERIALI 2016		
	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	96
GRI 302: ENERGIA 2016		
	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	95
GRI 305: EMISSIONI 2016		
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	96
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	96
GRI 306: RIFIUTI 2020		
	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	89
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	89
	306-3 Rifiuti prodotti	97
GRI 308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016		
	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	46
GRI 401: OCCUPAZIONE 2016		
	401-1 Nuove assunzioni e turnover	92
GRI 402: RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT 2016		
	402-1 Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	52
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018		
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	58
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	58
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	58
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	56
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	58
	403-9 Infortuni sul lavoro	95

GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016		
	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	57, 93, 94
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	94
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016		
	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	56
GRI 408: LAVORO MINORILE 2016		
	408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	46
GRI 414: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 2016		
	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	46
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016		
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	64
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016		
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	72
GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI 2016		
	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	73







CARPISA

www.carpisa.it

