



# CARPISA

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024



# INDICE

## LETTERA DEL PRESIDENTE

## HIGHLIGHTS

### KUVERA & CARPISA:

#### LA STORIA DELLA SOCIETÀ, LA VISIONE DEL BRAND, L'AZIONE CONGIUNTA

- Un'identità italiana, uno sguardo sul mondo
- La Visione
- La Missione
- I valori del brand
- Un percorso di crescita
- Un settore in trasformazione
- Regolamento Ecodesign per prodotti sostenibili (ESPR)
- Regole sulla gestione dell'inventario
- Responsabilità estesa del produttore
- Più trasparenza per i consumatori
- L'obiettivo europeo per il 2030
- La risposta di CARPISA: innovazione e trasparenza come driver strategici
- L'espansione del brand: da Casa CARPISA a un network globale
- La catena del valore e la rete internazionale

#### SOSTENIBILITÀ AZIENDALE: METODOLOGIE E OBIETTIVI

- Carta della Sostenibilità, il punto di partenza del nostro impegno
- Gli stakeholder: entità di valore. Analisi di doppia materialità
- Due prospettive interconnesse
- Il valore strategico della doppia materialità
- Individuazione dei temi materiali
- Il processo per individuare impatti, rischi e opportunità materiali

#### VERSO UNA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ SOLIDA E MISURABILE

- Environmental: Gestire in modo consapevole l'impatto ambientale e promuovere efficienza lungo la filiera
- Social: Valorizzare le persone e costruire un ambiente di lavoro equo, inclusivo e orientato al benessere
- Governance: Integrare la sostenibilità nella gestione aziendale e diffondere una cultura responsabile
- Il nostro impegno al Parco Campo dei Fiori (VA)

#### CORPORATE GOVERNANCE & COMPLIANCE

- Una struttura organizzativa solida e trasparente
- Composizione del CDA
- Integrità e responsabilità: il Modello 231 e il sistema whistleblowing
- La governance della sostenibilità
- Il valore economico prodotto e distribuito

#### ECCELLENZA MANIFATTURIERA TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

- Green Oriented: un approccio più sostenibile
- Servizi su misura per il cliente
- Programma fedeltà CARPISA LOVERS
- Ricerca e sviluppo, tra visione e innovazione
- Realtà Virtuale
- Innovazione costante con il CARPISA Lab
- Ecodesign e circolarità dei materiali
- Green Oriented: risultati raggiunti e prospettive future
- Packaging sostenibile: pratiche attuali e sviluppi in corso
- Iniziative in corso sul fronte packaging
- Fornitori: un ecosistema competente e monitorato
- Wing Go by CARPISA

#### UNA SCELTA CONSAPEVOLE PER IL PIANETA

- La gestione delle risorse energetiche aziendali
- Sostenibilità negli Store CARPISA
- Gestione dei rifiuti lungo la catena operativa
- Il valore dei prodotti fallati

#### PERSONE E CULTURA AZIENDALE:

##### UN IMPEGNO CONDIVISO

- Valorizzare le persone: la community CARPISA al centro
- Il capitale umano come valore: Occupazione, stabilità e inclusione
- Formazione continua
- Un sistema di valutazione per sostenere il talento
- Iniziative di welfare: un supporto concreto a dipendenti e famiglie
- Promuovere equità e inclusione: un impegno strutturale
- Salute e sicurezza, un valore quotidiano
- Molto più di un traguardo: la scelta consapevole verso la parità di genere

## CONSUMATORI:

### UN IMPEGNO COSTANTE PER GARANTIRE QUALITÀ E SICUREZZA

- Strategie di comunicazione e marketing
- Campagne dedicate a collezioni di eccellenza
- L'etichettatura, uno strumento chiave per informare e tutelare
- E-commerce al servizio del cliente
- CARPISA LOVERS: più di un programma fedeltà, una relazione che cresce
- Le strategie di merchandising
- Dati canali di comunicazione 2024

### COMUNITA' - L'IMPEGNO VERSO LA COMUNITÀ LOCALE

- Il sostegno ai giovani talenti grazie a partnership con scuole e università
- Il laboratorio Artigiano Digitale 4.0 e la Fabbrica Intelligente
- Lo sport come leva sociale
- Dialogo e sinergie con le associazioni di categoria

### NOTA METODOLOGICA

### GRI REPORTING PACKAGE



## LETTERA DEL PRESIDENTE



“

### Cari Stakeholder,

è con grande senso di responsabilità e orgoglio che vi presento il Bilancio di Sostenibilità 2024 di CARPISA. Questo documento non è solo una rendicontazione delle attività svolte, ma rappresenta la testimonianza concreta del nostro percorso verso un modello di impresa rigenerativa, capace di generare valore condiviso e duraturo per l'ambiente, le persone e la società.

Viviamo un'epoca di trasformazioni profonde, in cui i segnali della crisi ecologica, dall'alterazione climatica al degrado degli ecosistemi, si fanno sempre più evidenti. In CARPISA siamo convinti che oggi più che mai serva uno sguardo lucido e coraggioso: la responsabilità delle scelte che compiamo ora determinerà il domani di tutti. Per questo crediamo che la sostenibilità non sia più un'opzione, ma un dovere condiviso, e un'opportunità concreta di creare valore per il pianeta, per le persone e per il futuro.

Il 2024 è stato un anno intenso, durante il quale abbiamo rafforzato la nostra strategia, rendendo la sostenibilità parte integrante dei processi aziendali e diffondendo una cultura autentica e trasversale. Abbiamo adottato l'approccio della doppia materialità, avviando un'analisi approfondita per identificare i temi più rilevanti per il nostro business e per la nostra catena del valore. Attraverso un confronto interno attivo con il top management e i principali responsabili aziendali, abbiamo individuato le aree strategiche prioritarie; tuttavia, sappiamo che il percorso di ascolto non finisce qui: la fase di coinvolgimento diretto degli stakeholders sarà uno degli obiettivi centrali per il prossimo anno, per costruire un quadro ancora più condiviso e allineato alle loro aspettative. Il dialogo rimane per noi un elemento essenziale, perché crediamo che la sostenibilità si costruisca anche grazie alla fiducia e alla collaborazione con clienti, fornitori, dipendenti e partner.

In questo contesto, l'innovazione responsabile continua a rappresentare uno dei pilastri del nostro impegno. Ne è esempio emblematico la linea GOTECH+ progettata secondo i principi dell'eco design e realizzata con una combinazione di materiali riciclati e naturali. Al contempo, lavoriamo per incrementare ancor di più la qualità e la durabilità dei nostri articoli, promuovendo un approccio al viaggio più sostenibile e attento all'uso consapevole delle risorse.

Sul fronte ambientale, a testimonianza dell'impegno continuo verso un retail sempre più sostenibile, sono stati realizzati interventi mirati sui sistemi di climatizzazione, sull'illuminazione a LED e sull'adozione di soluzioni per l'ottimizzazione della gestione termica su 63 punti vendita, comprendenti 29 nuove aperture e 31 ristrutturazioni. Inoltre, abbiamo avviato un percorso di compensazione delle emissioni legate alle nostre apparecchiature informatiche, combinando interventi globali e locali, come il supporto a un progetto in India per l'accesso all'energia rinnovabile e all'acqua potabile e la riqualificazione del Parco Campo dei Fiori in Italia. Guardando al futuro, ci siamo posti un obiettivo ambizioso: aumentare progressivamente l'impiego di energia da fonti rinnovabili fino a raggiungere il 100% entro il 2028, un traguardo che conferma la nostra volontà di ridurre l'impatto ambientale in modo strutturale.

Crediamo fortemente che la sostenibilità non riguardi solo l'ambiente, ma anche le persone. Il rinnovo della certificazione di parità di genere ottenuto quest'anno, in conformità con la prassi UNI/PdR 125:2022., è il risultato di un percorso che ha coinvolto l'intera organizzazione, spingendoci a migliorare le nostre politiche interne e a rafforzare il nostro impegno verso un ambiente di lavoro sempre più equo, inclusivo e rispettoso.

Tutte le iniziative portate avanti si ispirano a una visione chiara: essere un'azienda che crea valore attraverso la collaborazione e la condivisione, consapevole e solo lavorando insieme possiamo affrontare le sfide della sostenibilità. Per questo continuiamo a investire nella costruzione di relazioni solide con la nostra catena di fornitura, considerata un alleato fondamentale nel nostro percorso di crescita responsabile.

Siamo consapevoli che la strada verso un modello di business rigenerativo è ancora lunga, ma guardiamo al futuro con fiducia, convinti che innovazione, trasparenza e determinazione siano le chiavi per costruire un domani migliore. Ogni vostro consiglio, suggerimento o stimolo sarà per noi un'opportunità di crescita.

Vi ringrazio sinceramente per la fiducia e il sostegno che ci avete dimostrato finora e sono certo che, insieme, continueremo a fare passi importanti verso un futuro più sostenibile, inclusivo e resiliente.

**Raffaele Carlino**  
Presidente Carpisa

# HIGHLIGHTS

## IDENTITÀ

1999 - Nascita del brand Carpisa  
2011 - Ingresso nella Pianoforte Holding S.p.A.  
30 paesi serviti  
390 negozi nel mondo

## GOVERNANCE

118,3 milioni di euro - Valore economico generato (+2,8% vs 2023)  
Certificazione ISO 9001 per prodotti valigeria, borse e accessori  
Certificazione ISO 9001 per Carpisa Lab  
Adozione Modello 231

## SOCIAL

749 risorse  
84,65% figure femminili  
32 anni età media  
16,49% incremento organico rispetto al 2023  
7.500 totale ore di formazione erogate nel 2024  
Sistema di Gestione per la parità di genere certificato UNI/PdR 125:2022  
Programma loyalty CARPISA LOVERS  
Laboratorio Artigiano Digitale 4.0

## ENVIRONMENT

Materiali a basso impatto ambientale certificati dal produttore secondo:

- Global Recycling Standard (GRS)
- Recycled Claim Standard (RCS)
- Global Organic Textile Standards (GOTS)
- Organic Content Standard (OCS)
- Forest Stewardship Council (FSC)

17% incidenza delle linee a minor impatto sui volumi di vendita 2024

Obiettivo: 100% energia da fonti rinnovabili entro il 2028

## PRODOTTO E INNOVAZIONE

Lancio brevetto FlexiTech™  
Sistema QR-GO verso il passaporto digitale  
Estensione approccio Green Oriented all'intera offerta CARPISA

## PARTNERSHIP

Collaborazioni con Disney®, Hello Kitty, Sonic, Jeep®  
Licenze di prodotto con Minions® (Universal), Barbie (Mattel), Jeep®, Geolier  
Sponsorizzazioni sportive e product placement

# KUVERA & CARPISA

la storia della società  
la visione del brand  
l'azione congiunta



## UN'IDENTITÀ ITALIANA, UNO SGUARDO SUL MONDO

Kuvera S.p.A., con Inticom S.p.A., fa parte del Gruppo Pianoforte Holding, costituito nel 2011 grazie all'unione imprenditoriale delle famiglie Cimmino e Carlino.

Attraverso il brand CARPISA, l'azienda rappresenta una delle realtà più riconoscibili del gruppo. Il marchio nasce ufficialmente nel 1999, ma è già attivo nel 1986, grazie all'attività della famiglia Carlino nel punto vendita nel quartiere Vomero di Napoli.

Nel giro di pochi anni, CARPISA si afferma come una delle eccellenze italiane nel settore di borse, valigeria e accessori moda. La sua crescita si fonda sulla capacità di coniugare qualità, innovazione e accessibilità, distinguendosi per un'offerta competitiva, sempre in linea con le tendenze del mercato, e per un modello di business in continua espansione, fedele ai propri valori fondanti.

## LA VISIONE

CARPISA è un brand di riferimento a livello internazionale nel mondo della valigeria, delle borse e degli accessori moda. L'obiettivo è continuare a sviluppare prodotti che uniscano qualità, innovazione e convenienza, rafforzando al contempo l'impegno verso la sostenibilità. Il marchio ambisce a essere riconosciuto non solo per il design elegante e funzionale dei suoi articoli, ma anche per un approccio etico, consapevole e attento all'ambiente, capace di superare le aspettative dei consumatori di oggi e di domani.

## LA MISSIONE

CARPISA lavora per instaurare un dialogo diretto e autentico con i propri clienti, raggiungendoli attraverso una rete capillare di punti vendita e canali di comunicazione dedicati. Il brand si impegna a offrire prodotti che uniscano funzionalità, stile e accessibilità, interpretando con passione e competenza i desideri e le esigenze di un pubblico sempre più dinamico. L'obiettivo è quello di rendere ogni prodotto facilmente reperibile, desiderabile e alla portata di tutti, contribuendo così a costruire una community globale di clienti soddisfatti e fidelizzati, attraverso esperienze d'acquisto positive e memorabili.



**I VALORI DEL BRAND**

I valori aziendali rappresentano la bussola strategica che guida ogni scelta di CARPISA. Ciascuna lettera del nome racchiude un principio fondante, espressione concreta dell'identità e della responsabilità del brand.

- C** – Creatività
- A** – Attenzione al cliente
- R** – Rispetto
- P** – Passione
- I** – Innovazione
- S** – Spirito di squadra
- A** – Ambizione



## UN PERCORSO DI CRESCITA

Fin dalla sua nascita nel 1999, CARPISA ha vissuto un'evoluzione costante, ampliando la propria presenza in nuovi mercati, diversificando l'offerta e avviando progetti e partnership strategiche che ne hanno rafforzato il posizionamento. L'ingresso di Kuvera S.p.A. in Pianoforte Holding ha segnato un importante passo nel percorso di sviluppo, condividendo con il brand Yamamay, anch'esso parte del gruppo, la visione "Più uniti, più forti", emblema di una sinergia orientata alla crescita integrata e sostenibile.

### 1999

Nasce il brand Carpisa



### 2004

Apertura del 100° negozio in Italia e del primo punto vendita internazionale in Svizzera

### 2003

Carpisa è sponsor della squadra di pallanuoto vincitrice del campionato italiano



### 2005

Sponsorizzazione della squadra di basket vincitrice della Coppa Italia  
Apertura del primo ufficio sourcing e controllo qualità ad Hangzhou in Cina



### 2007

Inaugurazione del flagship store a Londra (Oxford Street)  
Lancio del programma "Valigia Assicurata"  
Partecipazione all'America's Cup come sponsor e licenziatario



### 2009

Inaugurazione della sede di Nola (NA)  
Apertura del flagship store nella Galleria Vittorio Emanuele a Milano

CARPISA Yamamay

### 2011

Ingresso in Pianoforte Holding e adozione del claim "Più uniti, più forti"

### 2008

Primo di sei riconoscimenti consecutivi come "Rivenditore italiano dell'anno"  
L'azienda supera i 100 milioni di euro di fatturato



## 2015

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



## 2016

Superati i 200 punti vendita in 45 Paesi

## 2017

Lancio dello store concept Go Carpisa

**GO**  
CARPISA

## 2018

Introduzione del Megastore dedicato a valigie, zaini e accessori

## 2020

Nasce la filosofia Green Oriented  
Campagna Tartalove con Legambiente  
Introduzione di CARPISA QR-GO nella linea valigeria  
Campagna "Recuperiamo, Rottamiamo, Cambiamo"



## 2021

Proseguimento del progetto Tartalove  
Collaborazione con Confindustria Alberghi per il progetto "Vacanza Italiana"  
Presentazione della valigia Green Oriented con logo 500e al Phygital Sustainability Expo  
Apertura del flagship store in Corso Vittorio Emanuele, Milano

## 2022

Collaborazioni con Disney, Pininfarina, Save The Planet, College, Panini, Jova Beach Party  
Partecipazione al Phygital Sustainability Expo  
Sponsorizzazione del 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

## 2024

Partnership con Disney® Hello Kitty, Sonic, Jeep® - Collaborazione con Promovetro per collezione Murano.  
Compensazione e riqualificazione del Parco Regionale Campo dei Fiori a Varese al fianco di CANON Italia.  
Brevetto FlexiTech (Patented pending)  
Sostegno all'associazione "Insieme Si Può Sarno ODV"  
Nascita di CARPISA LOVERS, il nuovo programma loyalty di Carpisa.  
Licenze di prodotto con Minions® (Universal), Barbie (Mattel), Jeep®, Geolier  
Sponsorizzazioni sportive: Federazione italiana di pallavolo maschile; Federazione italiana di pallavolo femminile;  
Serie "Vita da Carlo 3"  
Testimonial: Andrea Vavassori (tennista); Lara Colturi (sciatrice)



CARPISA  
**LOVERS**

## UN SETTORE IN TRASFORMAZIONE

Il comparto moda e accessori, in cui CARPISA opera, sta vivendo una profonda fase di rinnovamento, spinto dalla crescente consapevolezza ambientale dei consumatori, dall'evoluzione normativa europea e dalla necessità per le imprese di costruire modelli produttivi più resilienti e responsabili.

In particolare, attraverso la Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari<sup>[1]</sup>, L'Unione Europea ha delineato un percorso ambizioso che mira a trasformare l'intero sistema tessile rendendolo più sostenibile, trasparente e orientato al lungo termine.

Le principali direttive e regolamenti in arrivo definiscono una cornice sempre più stringente, ma anche ricca di opportunità per le aziende capaci di innovare.

Accanto a questa strategia, nel primo pacchetto sull'economia circolare, trova spazio la nuova direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde<sup>[2]</sup>, che mira a orientare i consumatori verso una maggiore consapevolezza legata all'ambiente e a incoraggiare le aziende a offrire prodotti più durevoli e sostenibili.

In questo scenario, la sostenibilità non è più solo un'opzione strategica, ma una condizione imprescindibile per restare competitivi e contribuire attivamente alla transizione ecologica.

## REGOLAMENTO ECODESIGN PER PRODOTTI SOSTENIBILI (ESPR)

Con l'introduzione del Regolamento sull'Ecodesign per i Prodotti Sostenibili, i prodotti tessili – categoria che include anche articoli di pelletteria – vengono individuati come prioritari per l'implementazione di nuovi standard di progettazione e informazione.

Le misure previste includono:

- Requisiti di prestazione: durata minima, efficienza nell'uso di risorse ed energia, disponibilità di pezzi di ricambio e contenuto minimo di materiali riciclati.
- Requisiti informativi: obbligo di comunicare in modo trasparente l'impronta ambientale
- e di carbonio dei prodotti attraverso il Passaporto Digitale, una sorta di carta d'identità digitale che accompagna ogni articolo lungo la catena del valore.

## REGOLE SULLA GESTIONE DELL'INVENDUTO

Il legislatore europeo sta accelerando sull'economia circolare e la sostenibilità, introducendo normative che cambieranno il modo in cui le aziende gestiscono i prodotti.

Tra le novità più rilevanti:

- Divieto di distruzione dei prodotti invenduti, con l'obbligo per le aziende di rendere pubbliche le modalità di smaltimento adottate.

Promozione dell'EU Ecolabel, certificazione volontaria europea per prodotti a basso impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.

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](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0099-AM-091-091_IT.pdf)



## RESPONSABILITÀ ESTESA DEL PRODUTTORE

Con l'adozione degli schemi EPR (Extended Producer Responsibility), i produttori saranno chiamati a farsi carico dell'intero ciclo di vita dei propri prodotti, incluso il fine vita. Il nuovo decreto italiano sui rifiuti tessili, atteso nel 2025, stabilirà:

- Contributi finanziari modulati sulla base delle prestazioni ambientali e della circolarità dei prodotti.

Responsabilità diretta dei marchi nella gestione della raccolta, del riciclo e del riutilizzo dei propri articoli.



## PIÙ TRASPARENZA PER I CONSUMATORI

La direttiva Empowering Consumers for the Green Transition, affiancata dalla proposta Green Claims, introduce nuovi obblighi di chiarezza e correttezza comunicativa:

- Divieto di dichiarazioni ambientali generiche o fuorvianti (greenwashing).
- Obbligo di fornire informazioni chiare su durata, riparabilità e garanzia legale dei prodotti.
- Rafforzamento delle etichette e delle informazioni disponibili nei punti vendita.

## L'OBIETTIVO EUROPEO PER IL 2030

La strategia dell'Unione Europea per la transizione ecologica del settore tessile si concretizza in una visione ambiziosa: entro il 2030, tutti i prodotti tessili immessi sul mercato europeo dovranno rispondere a standard elevati di sostenibilità ambientale e responsabilità sociale. L'obiettivo è quello di rendere strutturali caratteristiche come la durabilità, la riparabilità e la riciclabilità dei capi, favorendo la diffusione di articoli realizzati in prevalenza con fibre riciclate, privi di sostanze pericolose e prodotti in condizioni che rispettino i diritti umani e il benessere dei lavoratori.

L'idea che guida questa trasformazione è chiara: superare il modello "usa e getta" che ha dominato negli ultimi decenni, per affermare un nuovo paradigma fondato sulla qualità, sulla circolarità e sull'efficienza delle risorse. In questo scenario, l'industria tessile europea è chiamata a diventare più competitiva e resiliente, capace di innovare e di assumersi la piena responsabilità dei prodotti lungo l'intero ciclo di vita, dalla progettazione fino alla gestione del fine vita. Le attività di riutilizzo e riparazione dovranno diventare prassi consolidate, affiancate da sistemi di riciclo efficaci e da una drastica riduzione del ricorso all'incenerimento e alla discarica.

È un cambiamento culturale prima ancora che normativo, che ridefinisce il concetto stesso di valore nella moda: non più legato alla rapidità di consumo, ma alla capacità di creare prodotti che durano nel tempo, che rispettano l'ambiente e che rispondono in modo etico alle aspettative di una società sempre più attenta e consapevole.



## LA RISPOSTA DI CARPISA: INNOVAZIONE E TRASPARENZA COME DRIVER STRATEGICI

In un contesto in rapido mutamento, segnato da nuove normative e da una crescente attenzione da parte dei consumatori verso scelte di acquisto più consapevoli, CARPISA riconosce la necessità di ripensare profondamente il proprio approccio. L'evoluzione normativa europea, con l'introduzione di requisiti sempre più stringenti in materia di progettazione sostenibile, etichettatura trasparente e responsabilità estesa del produttore, rappresenta per l'azienda non solo una sfida, ma soprattutto un'opportunità per consolidare il proprio impegno verso modelli produttivi più responsabili.

È in questa prospettiva che CARPISA ha scelto di orientare i propri investimenti verso l'innovazione di prodotto, la selezione di materiali a minor impatto ambientale e il miglioramento continuo dei processi interni, con l'obiettivo di garantire soluzioni sempre più in linea con i principi dell'economia circolare. Alla base di questa visione si colloca una strategia chiara: proporre prodotti durevoli, funzionali e di design che rispettino i più recenti criteri ambientali e sociali promossi a livello europeo.

Parallelamente, l'azienda punta su una comunicazione sempre più trasparente e verificabile, capace di informare correttamente il consumatore e rafforzare il rapporto di fiducia con il brand. La condivisione di informazioni accurate sull'origine dei materiali, sulle performance ambientali dei prodotti e sul loro ciclo di vita diventa un elemento essenziale per differenziarsi in un mercato sempre più attento e competitivo.

## L'ESPANSIONE DEL BRAND: DA CASA CARPISA A UN NETWORK GLOBALE

Nel cuore dell'interporto campano di Nola (NA) si trova la sede operativa di CARPISA, un ambiente moderno di 1.200 m<sup>2</sup> concepito per rispondere alle esigenze di un'azienda dinamica e proiettata verso il futuro. Questo polo multifunzionale ospita aule per la formazione, uffici creativi, spazi condivisi, una mensa aziendale e una sala conferenze dotata delle più recenti tecnologie. Casa CARPISA non è solo il centro logistico e organizzativo dell'azienda, ma rappresenta un vero e proprio luogo identitario: un ecosistema progettato per promuovere la collaborazione, il benessere e la crescita delle persone che vi lavorano.

Questa sede riflette la visione di un brand che ha costruito il proprio percorso su un modello di business strutturato, multicanale e orientato alla crescita sostenibile. La strategia commerciale di CARPISA si fonda su una presenza capillare che abbraccia diversi canali: dai negozi diretti (DOS) al franchising, fino alla vendita online, che riveste un ruolo sempre più strategico. L'offerta si compone di borse, valigeria e accessori, con un posizionamento che unisce stile, funzionalità e accessibilità, intercettando le esigenze di un pubblico ampio e trasversale.

Sebbene il mercato domestico rimanga il principale bacino di riferimento, l'azienda continua a espandere il proprio perimetro internazionale, consolidando la propria identità globale e dimostrando una crescente capacità di adattamento a contesti culturali e commerciali differenti. Un approccio integrato che unisce innovazione, efficienza e attenzione verso le persone, e che guida CARPISA nel rispondere con prontezza alle sfide e alle evoluzioni del settore.



## LA CATENA DEL VALORE E LA RETE INTERNAZIONALE

GRI 2-6

La catena del valore di CARPISA è articolata in tre macro-fasi — Upstream, Direct e Downstream — che coinvolgono una rete globale di attori e processi, coerentemente con l'identità internazionale e responsabile dell'azienda. Questo sistema consente di monitorare gli impatti lungo l'intero ciclo di vita del prodotto, con un approccio orientato alla qualità, all'innovazione e alla sostenibilità.

### UPSTREAM – APPROVVIGIONAMENTO E PRIMA TRASFORMAZIONE

La fase iniziale del processo produttivo si concentra sull'origine e sulla lavorazione delle materie prime. I principali poli di fornitura si trovano in Cina e India, che insieme rappresentano il 100% del volume complessivo. In queste regioni avvengono le attività di estrazione, lavorazione e trasformazione dei materiali grezzi in semilavorati. I materiali impiegati da CARPISA sono prevalentemente poliestere, poliuretano e polipropilene — accompagnati da una crescente adozione di componenti riciclati come il PET riciclato (r-PET), utilizzato per le collezioni a ridotto impatto ambientale.

### DIRECT – CENTRO OPERATIVO E GESTIONE DEI PROCESSI

Il cuore operativo della catena del valore si trova in Italia, presso la sede di Nola, dove si concentrano le attività di progettazione, coordinamento, controllo e amministrazione. Da qui viene gestita l'intera supply chain, dal concept di prodotto alla sua realizzazione, grazie a un'infrastruttura logistica efficiente e ben interconnessa.

Questa fase è fondamentale per garantire standard qualitativi elevati, tracciabilità dei processi e capacità di risposta rapida alle richieste del mercato.



### DOWNSTREAM – DISTRIBUZIONE, UTILIZZO E FINE VITA

Una volta realizzati, i prodotti vengono trasportati via mare verso l'Italia, per poi essere distribuiti a livello globale. Al 2024, la rete commerciale di CARPISA copre 30 Paesi e conta oltre 390 punti vendita, suddivisi in 235 negozi in franchising, 86 store diretti (DOS) in Italia e 69 punti vendita affiliati all'estero. La presenza del marchio è solida in aree strategiche come il Mediterraneo, i Balcani e Medio Oriente, con un presidio anche nell'Europa centrale (Belgio e Svizzera) e in Africa (Gibuti ed Egitto).

Il canale fisico di distribuzione si articola in:

- CARPISA standard store e CARPISA new megastore, situati nei centri urbani e commerciali a più alta affluenza;
- Go CARPISA, negozi pensati per luoghi di transito come stazioni e aeroporti, capaci di offrire un'esperienza d'acquisto immediata e coinvolgente, trasformando la necessità in desiderio.

Al fianco della rete fisica, il canale e-commerce riveste un ruolo sempre più rilevante, contribuendo non solo all'ampliamento del raggio d'azione del brand, ma anche alla diversificazione dei touchpoint con il consumatore. Questa sinergia tra fisico e digitale rappresenta uno dei pilastri dell'evoluzione futura di CARPISA.

# SOSTENIBILITÀ AZIENDALE: METODOLOGIE E OBIETTIVI



# CARTA DELLA SOSTENIBILITÀ, IL PUNTO DI PARTENZA DEL NOSTRO IMPEGNO

GRI 2-23 | GRI 2-24

La sostenibilità, per CARPISA, non è solo un valore dichiarato, ma un percorso strutturato che prende forma nel tempo e si traduce in azioni tangibili. Con la consapevolezza che un approccio responsabile ai temi ambientali, sociali e di governance rappresenta un'opportunità concreta di crescita, non solo per l'azienda, ma per tutta la comunità, nel corso degli anni la Società ha sviluppato numerose iniziative di Responsabilità Sociale d'Impresa, concentrandosi in particolare sulla qualità del prodotto e sulla valorizzazione delle persone.

È in questo contesto che, nel 2020, Pianoforte Holding S.p.A. ha dato vita alla Carta della Sostenibilità: un documento guida che accompagna le società del Gruppo lungo il cammino verso una gestione sempre più consapevole, rispettosa dei diritti umani, dell'ambiente e delle comunità locali. Non si tratta di una semplice dichiarazione d'intenti, ma di una vera e propria bussola che orienta l'agire quotidiano e promuove la creazione di valore condiviso.

La Carta della Sostenibilità trova applicazione in tutti i Paesi in cui CARPISA è presente, e si integra in modo coerente con il Codice Etico, il Modello Organizzativo 231 e l'insieme delle policy, delle procedure e delle linee guida che regolano la vita dell'organizzazione. Nelle prossime pagine saranno approfonditi i principali ambiti dell'impegno aziendale in materia di sostenibilità: dall'analisi degli stakeholder e dei temi materiali, fino alle iniziative di sostenibilità già avviate e agli obiettivi strategici che guideranno le nostre azioni future.



## GLI STAKEHOLDER: ENTITÀ DI VALORE ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

GRI 3-1 | GRI 3-2 | GRI 2-2 | GRI 2-29

Nel percorso verso una sostenibilità autentica e misurabile, l'identificazione dei temi materiali rappresenta uno snodo cruciale. Essa consente di individuare quegli aspetti economici, ambientali e sociali che generano impatti rilevanti lungo la catena del valore e che influenzano, direttamente o indirettamente, le decisioni degli stakeholder e la performance dell'impresa.

In linea con le più recenti evoluzioni normative, CARPISA ha adottato l'approccio della doppia materialità, così come previsto dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), introdotti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Questa metodologia consente di restituire una visione strutturata, coerente e comparabile degli impatti, dei rischi e delle opportunità legati alle attività aziendali.

## DUE PROSPETTIVE INTERCONNESSE

Alla base della doppia materialità vi è l'integrazione di due approcci analitici distinti ma complementari:

- **Impact Materiality** (prospettiva inside-out): valuta gli effetti che l'azienda genera sull'ambiente, sulla società e sugli stakeholder. Include tematiche come le emissioni di CO<sub>2</sub>e, il consumo di risorse, la tutela dei diritti umani e le condizioni di lavoro.
- **Financial Materiality** (prospettiva outside-in): si concentra sull'impatto che le trasformazioni ambientali e sociali — come i cambiamenti climatici, le crisi delle risorse o l'evoluzione normativa — possono esercitare sulle strategie, sulle performance finanziarie e sulla resilienza dell'impresa.

Questa duplice lettura, nota come principio della doppia rilevanza, permette di cogliere in modo più profondo e integrato la natura dei rischi e delle opportunità legati alla sostenibilità, andando oltre una logica esclusivamente conformativa.

### IL VALORE STRATEGICO DELLA DOPPIA MATERIALITÀ

L'adozione del principio di doppia materialità non è soltanto un obbligo normativo, ma un vero e proprio strumento strategico. Per CARPISA, si traduce nella possibilità di: identificare e dare priorità a rischi e opportunità di natura finanziaria, valutando come i temi di sostenibilità possano incidere sulle performance economiche dell'azienda;

- Orientare in modo più efficace l'allocazione delle risorse, concentrandole su ambiti strategici per la sostenibilità e l'innovazione;
- Favorire la comparabilità con altri attori del settore, rendendo più trasparente la propria strategia di sostenibilità e migliorando la leggibilità delle proprie performance;
- Anticipare scenari futuri di rischio ambientale, sociale e di governance, adottando un approccio più resiliente e proattivo;
- Rafforzare il dialogo con gli stakeholder, integrando le loro aspettative nei processi decisionali aziendali;
- Dare priorità agli impatti socio-ambientali più significativi, contribuendo a una trasformazione responsabile lungo tutta la catena del valore;
- Costruire un Master Plan di miglioramento continuo, basato su evidenze concrete e su una lettura integrata degli impatti generati e subiti.

## INDIVIDUAZIONE DEI TEMI MATERIALI

Nel quadro dell'analisi di doppia materialità, CARPISA ha identificato i temi che, in coerenza con gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), risultano prioritari per il proprio modello di business e per l'intera catena del valore. Si tratta di aree strategiche in cui l'azienda è chiamata a presidiare con attenzione i propri impatti e a strutturare una rendicontazione trasparente, orientata al miglioramento continuo. I temi materiali individuati sono riportati di seguito.

- **Cambiamenti climatici**, con un focus sulla riduzione delle emissioni generate lungo il ciclo di vita dei prodotti e sull'adozione di strategie di adattamento al cambiamento climatico, per rafforzare la resilienza operativa e ambientale dell'azienda.
- **Uso delle risorse ed economia circolare**, che riguarda la scelta consapevole dei materiali, la progettazione di prodotti a ridotto impatto e la gestione dei rifiuti lungo tutta la catena produttiva, con l'obiettivo di promuovere modelli rigenerativi e circolari.
- **Forza lavoro propria**, intesa come impegno per la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo, sicuro e stimolante, che favorisca la crescita personale e professionale di tutte le persone che operano all'interno dell'organizzazione.
- **Lavoratori nella catena del valore**, con l'obiettivo di garantire il rispetto dei diritti fondamentali, la tutela delle condizioni di lavoro e la promozione della dignità delle persone lungo tutta la filiera produttiva, in un'ottica di responsabilità condivisa.
- **Consumatori e utilizzatori finali**, a cui CARPISA si rivolge attraverso una comunicazione trasparente, l'offerta di prodotti sicuri, di qualità e accessibili, e la promozione di comportamenti di consumo più consapevoli e sostenibili.
- **Condotta d'impresa**, che comprende l'adozione di principi di gestione etica, la promozione di una cultura aziendale fondata sull'integrità, la responsabilità e la trasparenza, elementi fondamentali per costruire relazioni di fiducia durature con tutti gli stakeholder.

# IL PROCESSO PER INDIVIDUARE IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ MATERIALI

Nel percorso di evoluzione verso un modello di business sempre più responsabile, CARPISA ha adottato un approccio strutturato per individuare gli impatti, i rischi e le opportunità (IRO) materiali connessi alle proprie attività.

Questo processo, allineato ai requisiti di identificazione dei temi materiali introdotti dagli ESRS (IRO-1), si fonda su una visione integrata degli effetti generati dall'azienda sull'ambiente e sulla società (prospettiva inside-out), e degli impatti che fattori esterni possono avere sulla performance e sulla resilienza dell'impresa (prospettiva outside-in).

## 1. ANALISI DEL CONTESTO E DELLA CATENA DEL VALORE E SELEZIONE DEI TEMI MATERIALI

La prima fase ha previsto un'analisi estesa del contesto normativo, industriale e sociale in cui CARPISA opera, con l'obiettivo di individuare i temi emergenti e le aspettative che influenzano il settore moda e accessori. Sono state prese in esame le tematiche di sostenibilità incluse negli standard ESRS (con riferimento all' AR16), di cui è stata analizzata la frequenza e rilevanza nei documenti di policy, rapporti di ricerca e, in via comparativa, le pratiche adottate da altri attori del mercato.

Contemporaneamente, è stata tracciata l'intera catena del valore aziendale, dal design alla produzione, dalla distribuzione alla vendita fino al fine vita dei prodotti.

Questo ha permesso di identificare le fasi più critiche in termini di impatto ambientale, sociale ed economico, e di costruire una mappa chiara delle attività su cui concentrare l'attenzione. Dall'unione di queste due prospettive — esterna e interna — è emersa una prima lista di temi materiali.



## 2. IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI, DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

Per identificare con precisione quali sono gli impatti attuali e potenziali delle attività della catena del valore di CARPISA sui temi di sostenibilità ambientali, sociali e di governance rilevanti, sono stati organizzati momenti di confronto con i principali responsabili delle funzioni strategiche aziendali. Questi incontri hanno coinvolto le figure a capo dei team di sostenibilità, finance, import, R&D e risorse umane, permettendo di ottenere una prospettiva a tutto tondo del business, dalla gestione dei rapporti con i fornitori, al design di prodotto e alle persone in uffici e negozi.

L'intero processo sarà completato attraverso survey dedicate rivolte ai principali stakeholder dell'azienda — clienti, dipendenti della sede e dei punti vendita, oltre ai fornitori della filiera — con l'obiettivo di raccogliere la loro percezione sugli impatti generati dall'azienda rispetto a diverse tematiche ambientali e sociali. I risultati di questo ascolto consentiranno di affinare la valutazione dei temi materiali dal punto di vista degli impatti verso l'esterno (impact materiality), contribuendo a costruire un quadro il più possibile condiviso e allineato alle aspettative degli stakeholder.

### 3. VALUTAZIONE E PRIORITIZZAZIONE DEGLI IRO

Una volta individuati gli impatti, i rischi e le opportunità (IRO) rilevanti, è stato necessario attribuire loro un valore comparabile. Gli IRO identificati sono stati valutati secondo la metodologia prevista dagli ESRS, sono stati inoltre localizzati sulla catena del valore, a seconda della fase in cui si verificano, ed è stato indicato l'orizzonte temporale di riferimento per ciascuno, da breve (0-1 anno) a lungo termine (5+ anni).

Sono stati organizzati momenti di confronto con i principali responsabili delle funzioni aziendali strategiche, in particolare la CFO e il team sostenibilità per identificare con maggiore precisione gli impatti, i rischi e le opportunità più rilevanti per il business.

La valutazione degli impatti ha preso in considerazione:

Ogni IRO è stato quindi valutato secondo una scala condivisa, che prende in considerazione criteri come:

- la scala dell'impatto
- il grado di irrimediabilità, nel caso di impatti avversi
- l'estensione dell'impatto lungo la catena del valore
- la probabilità che l'impatto si verifichi

La valutazione dei rischi e opportunità ha preso in considerazione:

- la magnitudo calcolata secondo soglie definite di incidenza sull'EBITDA
- la probabilità che il fenomeno rappresenti un rischio/ opportunità per CARPISA

L'analisi ha permesso di tradurre intuizioni qualitative in dati strutturati e di confrontare i temi in modo oggettivo. A valle di questa valutazione, i risultati sono stati rappresentati attraverso una matrice di doppia materialità, che mostra graficamente:

- i temi su cui CARPISA esercita il maggiore impatto verso l'esterno (prospettiva inside-out);
- i temi che possono influenzare più significativamente l'azienda dall'esterno

(prospettiva outside-in).

Questa rappresentazione non ha solo un valore descrittivo: costituisce uno strumento operativo per definire le priorità strategiche, guidare l'allocazione delle risorse, aggiornare gli obiettivi di sostenibilità e pianificare le azioni di miglioramento. In sintesi, consente a CARPISA di orientare in modo consapevole il proprio percorso evolutivo, rafforzando il presidio sui temi materiali e integrando la sostenibilità nel cuore delle decisioni aziendali.



# VERSO UNA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ SOLIDA E MISURABILE

## OBIETTIVI AMBIENTALI, SOCIALI E DI GOVERNANCE PER FAVORIRE IL CAMBIAMENTO

L'impegno di CARPISA verso un modello di sviluppo più sostenibile si traduce in obiettivi chiari, monitorabili e integrati nel sistema di gestione aziendale. La sostenibilità non è intesa come un'azione isolata, ma come un processo continuo che richiede visione strategica, coerenza operativa e coinvolgimento trasversale.

A partire dai principi definiti nella Carta della Sostenibilità, la Società ha tracciato un percorso di miglioramento strutturato sui tre pilastri di sostenibilità, individuando priorità e azioni concrete, accompagnate da indicatori di risultato e traguardi evolutivi.

La definizione e il monitoraggio costante di questi obiettivi permettono non solo di rafforzare l'impatto positivo delle attività aziendali, ma anche di rispondere in modo trasparente alle aspettative del mercato, della normativa e degli stakeholder.



# ENVIRONMENTAL

## GESTIRE IN MODO CONSAPEVOLE L'IMPATTO AMBIENTALE E PROMUOVERE EFFICIENZA LUNGO LA FILIERA

CARPISA riconosce l'importanza di monitorare e ridurre costantemente i propri impatti ambientali, con un approccio che coinvolge l'intera catena del valore, dai fornitori fino al consumatore finale. Nel corso del 2024, l'azienda ha compiuto passi significativi in questa direzione, approvando una nuova policy ambientale e nominando un Energy Manager dedicato allo sviluppo di un piano per l'efficientamento energetico e la riduzione delle emissioni. Queste azioni hanno gettato le basi per un percorso di miglioramento continuo, che guarda già agli obiettivi per il 2025: CARPISA punta a incrementare l'impiego di energia proveniente da fonti rinnovabili, con un traguardo intermedio del 25% entro il prossimo anno e la prospettiva di arrivare al 100% entro il 2028. Parallelamente, prosegue la revisione del Codice Fornitori, al fine di integrare criteri ambientali che rafforzino l'impegno per una filiera più responsabile. Questo approccio integrato non si limita alla gestione operativa, ma promuove una maggiore sensibilizzazione sui temi ambientali tra tutti gli attori coinvolti: dai collaboratori interni ai partner di filiera, fino ai clienti e agli stakeholder esterni. L'obiettivo è consolidare una cultura della sostenibilità che trasformi l'attenzione all'ambiente in un valore condiviso e in un vantaggio competitivo.

L'azienda ha inoltre attivato un canale interno di segnalazione (whistleblowing), accessibile tramite una casella e-mail dedicata all'ODV, in piena conformità alla normativa privacy. Le segnalazioni sono gestite in modo riservato e, se rilevanti, portate all'attenzione del CdA per un'eventuale azione.

Il sistema di controllo si completa con un Codice Etico e percorsi formativi rivolti ai dipendenti, che illustrano i principi fondamentali del Decreto e del Modello. Nel 2024, non sono stati registrati episodi di corruzione o non conformità normativa, confermando la solidità del presidio etico e regolamentare.

# SOCIAL

## VALORIZZARE LE PERSONE E COSTRUIRE UN AMBIENTE DI LAVORO EQUO, INCLUSIVO E ORIENTATO AL BENESSERE

Le persone sono il cuore pulsante di CARPISA, considerate un elemento essenziale per la crescita sostenibile e la competitività dell'azienda. In questa direzione, nel 2024 è stato rinnovato l'impegno verso l'equità di genere, ottenendo la certificazione UNI/PdR 125:2022, e sono stati attivati percorsi di formazione e placement dedicati a studenti e neolaureati, con l'obiettivo di avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro.

Per il 2025, CARPISA si pone obiettivi ancora più ambiziosi: migliorare il punteggio della certificazione di parità di genere, rafforzare il piano di welfare aziendale per ampliare i benefit e i servizi offerti ai dipendenti, realizzare un'indagine di clima organizzativo per monitorare il livello di soddisfazione interno e proseguire con programmi di inserimento mirati a giovani talenti.

Il Comitato DEI (Diversità, Equità e Inclusione), istituito per promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso delle differenze, continuerà a guidare queste azioni, con lo scopo di costruire una cultura aziendale basata sulla valorizzazione delle diversità, sull'ascolto e sul benessere di ogni persona, affinché tutti possano sentirsi accolti, riconosciuti e stimolati a crescere professionalmente.



# GOVERNANCE

## INTEGRARE LA SOSTENIBILITÀ NELLA GESTIONE AZIENDALE E DIFFONDERE UNA CULTURA RESPONSABILE

Per CARPISA, la governance della sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale, indispensabile per realizzare obiettivi ambientali, sociali e di governance di lungo termine. Nel 2024 sono stati raggiunti importanti traguardi: è stato aggiornato e diffuso il nuovo Codice di Condotta per i fornitori; sono stati avviati percorsi di formazione e sensibilizzazione sulla sostenibilità lungo la filiera; si è costituito un Comitato di Sostenibilità, incaricato di condividere le strategie di sostenibilità con tutte le funzioni aziendali; è stato definito un piano di comunicazione dedicato, culminato con l'apertura di una sezione dedicata sul sito istituzionale; infine, è stato redatto il primo Bilancio di Sostenibilità di gruppo.

Guardando al 2025, l'azienda intende rafforzare ulteriormente l'integrazione dei criteri di sostenibilità, con la mappatura dei processi aziendali in ottica sostenibile per sviluppare una valutazione complessiva della performance; l'avvio di percorsi formativi specifici per i dipendenti sulla prevenzione della corruzione e un piano di formazione sulla sostenibilità rivolto al board; la creazione di una newsletter periodica per informare e sensibilizzare gli stakeholder; e la progettazione di un piano di engagement per i clienti, con questionari volti a rilevare la loro attenzione e il loro coinvolgimento sui temi della sostenibilità.

Attraverso queste azioni, CARPISA conferma la volontà di costruire una governance solida, capace di diffondere una cultura aziendale responsabile e trasparente, in grado di affrontare con resilienza le sfide future e creare valore condiviso per tutte le parti interessate.

## STORIE DA RACCONTARE...

### SE LA FORESTA TORNA A VIVERE, ANCHE NOI RESPIRIAMO PIÙ A FONDO IL NOSTRO IMPEGNO AL PARCO CAMPO DEI FIORI (VA)

C'è un suono che appartiene a tutti noi, ma che spesso dimentichiamo: il fruscio lieve delle foglie al vento, il richiamo di un falco in volo, i passi discreti di un animale nascosto nel sottobosco. È il respiro vivo della natura, quella presenza silenziosa che ci accompagna, anche quando non ce ne accorgiamo. Nell'ottobre del 2020, quel respiro si è interrotto. La tempesta Alex ha attraversato con violenza il Parco Regionale Campo dei Fiori, in provincia di Varese, lasciando dietro di sé una ferita profonda. Alberi secolari abbattuti, sentieri spazzati via, habitat distrutti. Un luogo straordinario, ricco di biodiversità e di memoria, improvvisamente ridotto al silenzio. Avanti a uno scenario simile, non potevamo restare fermi. Abbiamo scelto di esserci, di prenderci cura, di fare la nostra parte. Così, per ogni tonnellata di CO<sub>2</sub> risparmiata attraverso il nostro sostegno a un progetto ambientale in India – che porta energia pulita, lampade solari e filtri per l'acqua a migliaia di donne nei villaggi del Karnataka, dell'Uttar Pradesh e del Maharashtra – abbiamo contribuito alla rinascita del Parco di Campo dei Fiori.

Un gesto che unisce due estremi del mondo, ma che nasce da un'unica convinzione: la sostenibilità deve essere reale, tangibile, vicina. Riqualificare il Parco non significa soltanto piantare nuovi alberi, ma ricostruire equilibri, restituire respiro alla terra, dare spazio alla vita. Significa credere che ogni azione concreta, anche piccola, possa generare un impatto positivo duraturo. Per noi, compensare non è solo una formula da bilancio: è un modo per prenderci cura dei luoghi che amiamo, per restituire valore, per coltivare futuro.

Questa è una delle storie che ci guidano e ci ispirano. Ci ricorda che la responsabilità non è un esercizio formale, ma una scelta quotidiana. Che la sostenibilità non è un traguardo da esibire, ma una direzione da seguire. Abbiamo deciso di esserci, con le nostre radici ben piantate nel territorio, ma con lo sguardo aperto sul mondo. Perché, come una foresta che rinasce dopo la tempesta, anche noi crediamo nel coraggio di rialzarsi sempre.



# CORPORATE GOVERNANCE & COMPLIANCE

## UNA STRUTTURA ORGANIZZATIVA SOLIDA E TRASPARENTE

GRI 2-9 | GRI 2-10 | GRI 2-11 | GRI 2-19 | GRI 2-20

A seguito della trasformazione della capogruppo Pianoforte Holding S.p.A. in holding finanziaria, avvenuta nel 2021, l'azienda ha adottato un proprio assetto di governance strutturato, volto a supervisionare e gestire in modo puntuale tutte le attività aziendali. L'obiettivo è assicurare una gestione conforme ai più alti standard etici e normativi, integrando la sostenibilità come valore trasversale alla strategia e alle operazioni.

Il modello di governance si fonda su una struttura tradizionale, composta dal Consiglio di Amministrazione (CdA) e dal Collegio Sindacale, con la revisione legale affidata a una primaria società di revisione internazionale appartenente alle big four.

L'Assemblea degli Azionisti rappresenta il cuore decisionale per l'indirizzo strategico dell'azienda. Secondo i principi del diritto societario italiano, delibera su questioni fondamentali come l'approvazione del bilancio, la nomina degli organi sociali e la definizione dei relativi compensi, nonché su eventuali tematiche straordinarie poste all'ordine del giorno.

Il Consiglio di Amministrazione, al 31 dicembre 2024, è composto da quattro membri, di cui uno indipendente. Detiene ampi poteri gestionali, ad eccezione di quelli espressamente riservati all'Assemblea. I componenti del CdA – tutti con un'età superiore ai 50 anni e con una presenza femminile pari al 25% – apportano competenze trasversali nei campi dello stile, prodotto, operations, finanza, marketing e comunicazione.

Tra i membri, uno ricopre il ruolo di Amministratore Delegato con deleghe operative, mentre il Consigliere Delegato Indipendente ha responsabilità in ambito sostenibilità.

La struttura retributiva segue quanto previsto dallo Statuto e non contempla componenti variabili né benefici pensionistici aggiuntivi.

Il Collegio Sindacale, al 31 dicembre 2024, risulta composto da cinque membri: un Presidente, due sindaci effettivi e due supplenti. È formato esclusivamente da uomini con consolidata esperienza professionale; il 20% dei membri ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre l'80% ha superato i 50 anni. Il Collegio vigila sul rispetto delle normative, garantendo trasparenza e correttezza nella gestione aziendale.

La revisione legale dei conti è affidata a PricewaterhouseCoopers S.p.A. (PwC), che assicura l'affidabilità delle pratiche contabili e dei processi di reporting attraverso attività di audit.

A supporto della strategia e dell'efficienza decisionale, l'azienda ha istituito diversi Comitati interni specializzati in aree chiave: Commerciale, Immobiliare, Visual/MKTG, Finanza, Prodotto/Acquisti, Risorse Umane/Formazione e Diversità, Equità e Inclusione (DEI).

Questi gruppi interfunzionali favoriscono l'innovazione, il confronto e una gestione efficace delle attività aziendali, assicurando tempi di risposta rapidi e qualità nelle decisioni.

L'organigramma riportato di seguito rappresenta visivamente la struttura organizzativa dell'azienda, evidenziando i ruoli, i collegamenti funzionali e le relazioni gerarchiche tra le diverse funzioni.

# COMPOSIZIONE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31 DICEMBRE 2024



**Raffaele Carlino**  
Presidente

Fondatore del brand, guida Carpisa nel ruolo di Presidente trasformandola in un punto di riferimento del panorama retail italiano. Imprenditore visionario e appassionato, ha costruito un modello d'impresa fondato su crescita sostenibile, responsabilità sociale e valorizzazione del territorio. Da sempre vicino al mondo dello sport e promotore di iniziative solidali e culturali, è riconosciuto per il suo impegno concreto a favore dell'inclusione, dell'empowerment femminile e dello sviluppo della comunità, con uno sguardo attento al capitale umano e alle sfide del futuro.



**Maurizio Carlino**  
CEO

Co-fondatore del brand Carpisa, ricopre il ruolo di Amministratore Delegato con un'impronta manageriale orientata alla crescita, all'organizzazione e all'innovazione. Sotto la sua leadership, l'azienda ha rafforzato la presenza sui mercati internazionali, distinguendosi per solidità strategica, visione operativa e capacità di adattamento. Figura chiave nello sviluppo del brand, è riconosciuto per la sua visione lucida, l'approccio strutturato e la profonda conoscenza del mercato.



**Luciano Cimmino**  
Consigliere

Cavaliere del Lavoro, è imprenditore e dirigente di grande esperienza nel settore retail, dove ha contribuito allo sviluppo di importanti realtà italiane. Ha affiancato al percorso professionale un impegno attivo in ambito politico e sociale, con una visione orientata allo sviluppo sostenibile e alla valorizzazione del tessuto economico e culturale del Paese. Porta nel Consiglio una prospettiva ampia, fondata su competenza, responsabilità e visione civica.



**Maria Antonella Ferri**  
Consigliere Delegato

Già Preside della Facoltà di Scienze Economiche e Giuridiche ed è Professoressa Ordinaria di Economia e Gestione delle Imprese e di Strategie e Marketing presso Universitas Mercatorum. È coordinatrice del PHD in "Gestione finanziaria e prevenzione della crisi d'impresa" presso Universitas Mercatorum ed ha progettato e coordina il Master Full Time Post Laurea in "Digital Marketing, E-Commerce e CRM nell'era dell'AI" presso la Business School del SOLE 24 ORE Formazione. È consulente per conto dell'ANVUR nel settore delle AFAM per la valutazione della sostenibilità economico-finanziaria. La sua attività di ricerca verte su temi quali la sostenibilità aziendale, responsabilità sociale d'impresa, business model innovativi e nuove frontiere del marketing. Ha pubblicato articoli su riviste internazionali, oltre a curare testi e capitoli di libri su tali tematiche.

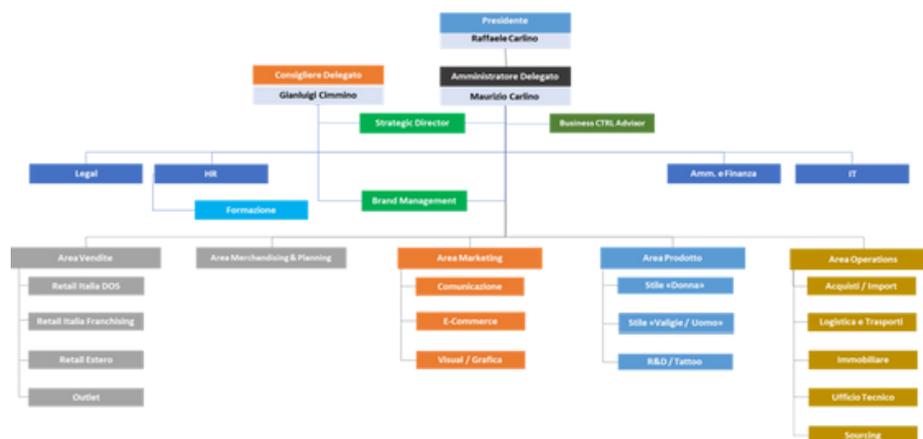
# INTEGRITÀ E RESPONSABILITÀ: IL MODELLO 231 E IL SISTEMA WHISTLEBLOWING

GRI 2-15 | GRI 2-16 | GRI 2-26 | GRI 2-27

Nel quadro della governance, Pianoforte Holding – insieme alle controllate Inticom e Kuvera – ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (Modello 231), strumento fondamentale per prevenire comportamenti illeciti e garantire trasparenza. Il Modello, periodicamente aggiornato per recepire le evoluzioni normative, si articola in due sezioni principali:

- una parte generale con il regolamento dell'Organismo di Vigilanza (ODV) e un sistema sanzionatorio;
- una parte speciale che identifica le aree di rischio e i comportamenti attesi, garantendo un monitoraggio adeguato.

L'Organismo di Vigilanza è indipendente e dotato di competenze professionali specifiche. Si riunisce trimestralmente, verifica l'efficacia del Modello e si interfaccia con il top management per analizzare le aree critiche. Regolarmente, diffonde newsletter informative ai dirigenti e agli altri organi sociali, promuovendo una cultura di integrità e aggiornamento continuo. L'azienda ha inoltre attivato un canale interno di segnalazione (whistleblowing), accessibile tramite una casella e-mail dedicata all'ODV, in piena conformità alla normativa privacy. Le segnalazioni sono gestite in modo riservato e, se rilevanti, portate all'attenzione del CdA per un'eventuale azione. Il sistema di controllo si completa con un Codice Etico e percorsi formativi rivolti ai dipendenti, che illustrano i principi fondamentali del Decreto e del Modello. Nel 2024, non sono stati registrati episodi di corruzione o non conformità normativa, confermando la solidità del presidio etico e regolamentare.



# LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

GRI 2-13 | GRI 2-14 | GRI 2-17 | GRI 201-1

La sostenibilità è considerata un pilastro della strategia aziendale. Il Consiglio di Amministrazione è responsabile della definizione delle linee guida ambientali, sociali ed economiche, approvando anche il Bilancio di Sostenibilità.

Per volontà del CdA, le attività relative alla transizione digitale e alla Corporate Social Responsibility (CSR) sono affidate al Consigliere Delegato Indipendente, figura con riconosciuta esperienza in ambito sostenibilità, sia a livello accademico che operativo. Oltre a supervisionare i progetti in corso, si confronta regolarmente con i responsabili delle diverse funzioni aziendali.

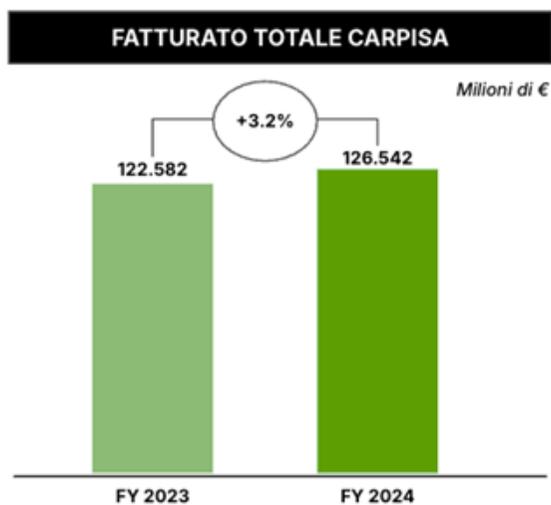
Per rafforzare ulteriormente l'impegno, l'azienda ha avviato il processo di costituzione di un team interno dedicato alla sostenibilità. Questo gruppo sarà incaricato del coordinamento operativo, del monitoraggio dei KPI e dell'allineamento di tutte le funzioni agli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.

Parallelamente, la Società ha in programma di attivare percorsi formativi per tutto il personale, con l'intento di diffondere conoscenze e consapevolezza sui temi ambientali, sociali e di governance, favorendo una partecipazione attiva e trasversale. Attraverso queste iniziative, l'azienda consolida un approccio responsabile al fare impresa, dimostrando che sostenibilità e competitività possono e devono coesistere per generare valore duraturo nel tempo.

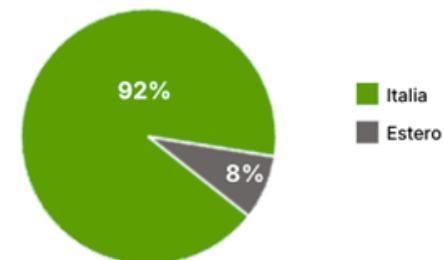
### IL VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO

Nel corso del 2024, CARPISA ha raggiunto un fatturato pari a 118,3 milioni di euro, mostrando un lieve incremento rispetto all'anno precedente (+2,8%). Il risultato riflette l'efficacia di un modello commerciale multicanale e geograficamente diversificato, capace di rispondere con flessibilità alle dinamiche di mercato.

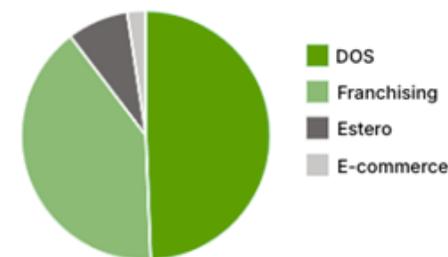
La composizione del fatturato evidenzia l'apporto differenziato dei canali di vendita: i punti vendita diretti mostrano un andamento positivo, con un incremento del 6,2% rispetto al 2023, mentre i negozi affiliati registrano un lieve incremento (+1,4%). In significativa crescita il canale e-commerce, che ha fatto segnare un aumento del 28,6%, testimoniando il consolidamento della strategia digitale e l'evoluzione delle abitudini di consumo.



### FATTURATO PER GEOGRAFIA



### FATTURATO PER CANALI DI VENDITA



	2024 (K€)
ITALIA	108.654
CEE	3.098
EXTRA CEE	6.605
<b>Totale</b>	<b>118.358</b>

Dal punto di vista geografico, il mercato italiano continua a rappresentare il principale bacino di riferimento, contribuendo per la quasi totalità dei ricavi. Tuttavia, le vendite nei Paesi dell'Europa Centrale e Orientale (CEE) e nelle aree extra-CEE evidenziano segnali di sviluppo, confermando la direzione verso una graduale internazionalizzazione delle attività.

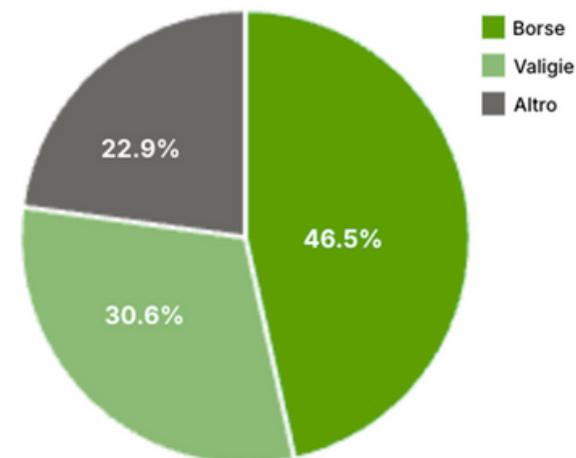
La ripartizione del fatturato secondo le categorie merceologiche sottolinea l'equilibrio strategico dell'offerta: le linee di borse, valigeria e accessori contribuiscono in modo sinergico al risultato economico, sostenendo una proposta commerciale ampia e coerente con il posizionamento del brand.

Il valore economico generato dall'attività aziendale è stato redistribuito tra i diversi stakeholder secondo criteri di trasparenza e responsabilità. La quota principale è stata destinata ai fornitori, che rappresentano il primo anello della filiera e ricevono circa il 70% del valore distribuito. A seguire, una parte rilevante delle risorse è stata allocata a favore del personale dipendente, mentre il restante è stato destinato a banche, assicurazioni, alla Pubblica Amministrazione e, in misura minore, alle iniziative per la comunità locale.

#### CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

Valori in Euro / Mila	2022	2023	2024	Variatz 2024 vs 2023
Punti Vendita Diretti	54.548	54.283	57.637	6,2%
Affiliati Italia	45.211	46.348	47.014	1,4%
Ricavi Estero	11.308	11.064	9.282	-16,1%
Altro (Economato)	1.608	1.234	1.596	29,3%
E Commerce	2.045	2.200	2.829	28,6%
<b>Ricavi Vendite e Prestazioni</b>	<b>114.720</b>	<b>115.129</b>	<b>118.358</b>	<b>2,8%</b>
Altri ricavi	7.818	7.453	8.184	9,8%
<b>Ricavi Totali</b>	<b>122.538</b>	<b>122.582</b>	<b>126.542</b>	<b>3,2%</b>
Consumo materie prime	(52.578)	(44.321)	(45.180)	1,9%
Costi per servizi	(20.259)	(21.015)	(21.265)	1,2%
Costi per beni di terzi	(19.617)	(21.581)	(21.998)	1,9%
Altri oneri di gestione	(1.210)	(1.077)	(1.856)	72,3%
Costi Esterni	(93.664)	(87.994)	(90.299)	2,6%
<b>Valore aggiunto</b>	<b>28.874</b>	<b>34.588</b>	<b>36.243</b>	<b>4,8%</b>
% sulle vendite	25,2%	30,0%	30,6%	1,9%
Costo del personale	(18.663)	(20.059)	(21.812)	8,7%
<b>Margine Operativo Lordo - Ebitda</b>	<b>10.211</b>	<b>14.529</b>	<b>14.431</b>	<b>-0,7%</b>
% sulle vendite	8,9%	12,6%	12,2%	-3,4%

#### ORDINATO PER CATEGORIE PRODOTTO



Questa struttura di distribuzione riflette il ruolo centrale delle relazioni lungo la catena del valore e la volontà dell'azienda di generare un impatto economico diffuso e duraturo, in coerenza con i propri principi di sostenibilità e creazione di valore condiviso.

# ECCELLENZA MANIFATTURIERA TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Il prodotti CARPISA rappresentano una sintesi virtuosa tra know-how artigianale e progresso tecnologico, offrendo soluzioni che uniscono estetica, funzionalità e attenzione all'ambiente. Ogni articolo è il risultato di processi produttivi curati nei minimi dettagli, orientati alla qualità e all'innovazione.



## IL NOSTRO 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® - attualmente integrato esclusivamente nella linea valigeria, a differenza di tutti gli altri prodotti green e in pelle per cui è presente solo un file di testo non interattivo - 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. La scelta di materiali è orientata a garantire sempre prodotti leggeri, resistenti, sicuri, funzionali e in alcuni casi personalizzabili. Fodere interne in 100% R-PET da plastica riciclata, composizioni in ABS e policarbonato da materia prima seconda, lucchetti con tecnologia TSA lock, ruote brevettate CARPISA Lab, cerniere YKK con sistema self-repairing e etichette in materiale riciclato sono solo alcune delle caratteristiche che attestano l'impegno verso la sostenibilità e l'innovazione.

La qualità è garantita da un processo strutturato che interessa tutte le fasi, dalle prime fasi di progettazione alla produzione, fino alla distribuzione finale. Inoltre, la qualità dei servizi interni CARPISA è assicurata dalla certificazione ISO 9001, che regola da oltre un decennio le diverse fasi di controllo qualità eseguite nei propri laboratori.

## GREEN ORIENTED: UN APPROCCIO PIÙ SOSTENIBILE

L'approccio Green Oriented riflette una visione integrata della sostenibilità, promuovendo l'uso di materiali a ridotto impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto e alla promozione della cultura sostenibile tra i consumatori.

Dalla progettazione all'imballaggio, l'obiettivo è sviluppare soluzioni ispirate all'ecodesign, utilizzando materiali naturali, riciclati, durevoli e confezionati secondo criteri di riciclabilità e compostabilità, minimizzando l'uso di imballaggi superflui.



# SERVIZI SU MISURA PER IL CLIENTE

CARPISA offre ai propri clienti una serie di servizi pensati per arricchire l'esperienza di acquisto, rendendola più completa e memorabile nel tempo. Di seguito vengono illustrati i servizi attualmente disponibili.

## CARPISA QR-GO

Questa soluzione rappresenta un passo iniziale verso l'adozione del passaporto digitale del prodotto, come previsto dalla Strategia dell'Unione Europea per un tessile sostenibile e circolare. Il sistema QR-GO è stato concepito per chi viaggia e desidera accedere rapidamente alle informazioni pratiche relative ai propri bagagli. Inquadrando il QR-code presente sui prodotti e registrandosi, è possibile utilizzare le seguenti funzionalità:

## LOST & FOUND

Servizio per il recupero del bagaglio in caso di smarrimento. Grazie alla scansione del codice, chi ritrova il bagaglio può contattare il proprietario tramite l'indirizzo e-mail associato (non visibile pubblicamente), nel pieno rispetto della normativa sulla privacy, agevolando il ritorno del bagaglio al legittimo proprietario.

## GARANZIA

Documento di acquisto sempre accessibile. Poiché lo scontrino è essenziale per l'attivazione della garanzia ma non sempre viene conservato, il cliente ha la possibilità di caricarne una foto o un file pdf all'interno della sezione dedicata, facilitando l'eventuale richiesta di assistenza.

## INFORMAZIONI

Dati tecnici disponibili in ogni momento. Include dettagli relativi a dimensioni, modalità di manutenzione, termini di garanzia e tutte le informazioni normalmente contenute nei cartellini del prodotto.

## TSA

Codice sempre accessibile con un click. Questa sezione consente di annotare il codice personale del bagaglio e conservarlo in modo sicuro, con la possibilità di modificarlo in qualsiasi momento.

## VALIGIA ASSICURATA

CARPISA offre a tutti i clienti che acquistano una valigia la possibilità di attivare una copertura assicurativa della durata di 12 mesi, valida in caso di smarrimento o mancato recupero del bagaglio durante un viaggio aereo, ovunque nel mondo. Questo servizio è disponibile presso tutti i punti vendita presenti sul territorio nazionale e nei Paesi appartenenti allo Spazio Economico Europeo (SEE). Si tratta di un'iniziativa esclusiva che distingue CARPISA nel panorama italiano, con l'obiettivo di supportare la passione per il viaggio offrendo maggiore tranquillità e sicurezza.

## CHECK LIST VIAGGIO

Pianificazione sempre sotto controllo. Uno spazio utile per creare e salvare liste personalizzate relative a ogni viaggio, consultabili in qualsiasi momento. Check dimensioni del bagaglio. Verifica della compatibilità con le compagnie aeree. Questa funzione consente di controllare rapidamente se il proprio bagaglio è conforme alle misure consentite dalla compagnia scelta. Ogni vettore adotta criteri specifici, pertanto la verifica preventiva evita spiacevoli imprevisti prima della partenza.

## CUSTOMER CARE

Supporto tempestivo e continuativo. Compilando il form disponibile sulla piattaforma, il cliente può mettersi in contatto diretto con il servizio di assistenza per qualsiasi esigenza legata al prodotto.

## SERVIZIO DI MANUTENZIONE IN-STORE

Carpisa offre un sistema efficace di fornitura di assistenza post-vendita, attraverso la sua rete di negozi, diramata sul territorio nazionale ed internazionale. Prodotti in garanzia e fuori garanzia, vengono attenzionati al personale dei negozi, altamente formato e specializzato nell'analisi dei danneggiamenti e sempre pronto ad offrire una assistenza diretta al consumatore finale. Nell'ottica di economia circolare e soddisfazione del cliente, tale servizio permette una drastica riduzione dei ritorni di mercato e dei volumi di materiale da smaltire, fidelizzando il consumatore attraverso un percorso virtuoso di accoglienza ed assistenza.

## PERSONALIZZAZIONE ETICHETTE E CORPORATE GIFT

CARPISA offre la possibilità di personalizzare le etichette del proprio bagaglio con soluzioni creative e colorate, rendendolo immediatamente riconoscibile. Inoltre, propone la realizzazione di collezioni personalizzate per aziende, ideali come gadget promozionali o regali aziendali.

# CARPISA LOVE RS

## PROGRAMMA FEDELTA' CARPISA LOVERS

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 a iscriversi al programma e promozioni esclusive riservate ai membri Carpisa Lovers.



## RICERCA E SVILUPPO, TRA VISIONE E INNOVAZIONE

Nel mondo del retail, la capacità di innovarsi costantemente e di offrire soluzioni allineate alle nuove tendenze e alle esigenze in evoluzione del mercato rappresenta un requisito fondamentale per garantire il successo aziendale. È proprio questa consapevolezza, unita all'impegno nel soddisfare appieno le aspettative del proprio pubblico, che ha spinto CARPISA sin dalla sua fondazione a investire con continuità nelle attività di Ricerca e Sviluppo (R&S). L'attività di R&S è portata avanti da un team dedicato che si occupa di ricerca di base e applicata, con l'obiettivo di sviluppare nuovi progetti innovativi e individuare soluzioni efficaci a problematiche concrete. Attraverso l'utilizzo di tecnologie avanzate di progettazione 3D e strumenti di prototipazione di ultima generazione, il team lavora per migliorare i progetti già esistenti e ridurre l'impiego di prototipi fisici.

Attraverso l'utilizzo di tecnologie avanzate di progettazione 3D e strumenti di prototipazione di ultima generazione, il team lavora per migliorare i progetti già esistenti e ridurre l'impiego di prototipi fisici. Allo stesso tempo, è costantemente impegnato nell'anticipare le richieste del mercato e nel proporre soluzioni sostenibili, sempre nel rispetto degli elevati standard qualitativi che contraddistinguono il marchio. Il valore di queste attività si riflette nei numerosi brevetti registrati nel tempo da CARPISA, che spaziano dall'invenzione industriale al design, fino a modelli di utilità e progetti ingegneristici, offrendo così un vantaggio competitivo e proteggendo le innovazioni sviluppate.

All'interno del perimetro delle attività di ricerca, un ruolo di primo piano è ricoperto dallo scouting di nuove opportunità progettuali e dalla partecipazione a bandi di finanziamento, sia a livello regionale che nazionale ed europeo. Questi bandi si concentrano su tematiche di grande rilievo, tra cui la sostenibilità ambientale, l'economia circolare, il riciclo dei materiali, l'uso di materiali funzionalizzati e naturali.



Ciò che caratterizza l'approccio di CARPISA in questo ambito è la partecipazione attiva a tutte le fasi del processo: dalla nascita dell'idea progettuale, alla stesura delle proposte, fino alla gestione e realizzazione operativa dei progetti approvati.

Tra le iniziative più rilevanti avviate negli ultimi anni, merita una menzione la collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) nell'ambito del progetto "Fabbrica Intelligente", che sarà approfondita nel prosieguo del documento.

Le attività di ricerca e sviluppo si svolgono all'interno di due ambienti tecnologicamente avanzati, appositamente ideati per favorire l'innovazione e stimolare la creatività: la stazione di Realtà Virtuale (RV) e il CARPISA Lab. Questi spazi rappresentano il cuore dell'ecosistema tecnologico aziendale, contribuendo in modo determinante alla trasformazione dei processi e allo sviluppo di soluzioni all'avanguardia.

### REALTÀ VIRTUALE

Uno spazio dedicato alla Virtual Reality consente ai designer di simulare, testare e valutare digitalmente materiali, forme e finiture, velocizzando i tempi decisionali e riducendo i prototipi fisici.

Il supporto della tecnologia RV consente un processo decisionale più rapido ed efficace per l'esplorazione di diverse opzioni di design, materiali e colori.



### INNOVAZIONE COSTANTE CON IL CARPISA LAB

CARPISA Lab, fondato nel 2013 presso la sede centrale dell'azienda, rappresenta un polo di eccellenza dedicato allo sviluppo di nuovi prodotti e funzionalità, oltre che alla sperimentazione di materiali e tecnologie d'avanguardia.

Distribuito su una superficie di 200 m<sup>2</sup>, il laboratorio è animato da un team di professionisti altamente specializzati, impegnati in attività continue di studio e ricerca su materiali innovativi, performanti e sostenibili. Nel tempo, lo spazio è stato progressivamente potenziato con l'introduzione di tecnologie all'avanguardia, tra cui software per la modellazione 3D, strumenti di Realtà Virtuale, stampanti 3D per la prototipazione rapida e uno scanner di ultima generazione, in grado di acquisire immagini ad alta risoluzione con estrema precisione su pellami e tessuti. Quest'ultimo dispositivo permette la creazione di copie digitali tridimensionali con caratteristiche equivalenti a quelle del materiale reale, migliorando il realismo visivo dei prototipi, riducendo gli sprechi e favorendo una maggiore integrazione tra i reparti coinvolti nello sviluppo prodotto.

L'insieme delle innovazioni implementate ha contribuito a potenziare significativamente i processi di controllo qualità applicati a valigie e borse, i test di collaudo sulla valigeria e le attività di analisi sia su materiali rigidi che su quelli flessibili.

Sulla scia dei risultati ottenuti nel settore valigeria e travel, l'azienda ha intrapreso un percorso mirato a rinnovare la gamma borse donna, seguendo una metodologia strutturata in tre fasi:

- analisi dettagliata delle caratteristiche tecniche e qualitative dei prodotti esistenti;
- definizione di test standardizzati per il controllo e la certificazione della qualità;
- attività di benchmarking per confrontare i prodotti con quelli della concorrenza.

Questo approccio consente una comprensione approfondita di punti di forza e aree di miglioramento, permettendo azioni mirate per accrescere prestazioni e funzionalità delle collezioni.

Nel 2022, il CARPISA Lab è stato ulteriormente arricchito con la creazione di una concept room interamente digitalizzata, pensata per visualizzare e confrontare le collezioni in formato virtuale. L'ambiente è stato dotato di schermi di grandi dimensioni e in altissima definizione, capaci di proiettare avatar a grandezza naturale che indossano i prodotti, garantendo così una visione realistica delle proporzioni. A completamento, è stato installato un ledwall da 4,5x2 metri, anch'esso ad alta definizione, utile per mostrare un'ampia gamma di articoli nelle loro dimensioni reali.

Il laboratorio è certificato secondo la norma internazionale ISO 9001 per i Sistemi di Gestione per la Qualità (SGQ), che attesta il mantenimento e il continuo miglioramento degli standard qualitativi. Come da prassi per le aziende certificate, CARPISA è soggetta a ispezioni annuali di sorveglianza per verificare la costante conformità del proprio sistema. Nel 2022, l'audit condotto dall'ente certificatore SGS ha confermato il rinnovo della certificazione, estendendone l'ambito anche al controllo qualità delle linee borse e prodotto Uomo.



- CARPISA GOTECH®, un materiale nato da un innovativo processo produttivo e una ricetta ponderata di ABS e Policarbonato di alto grado, capace di donare a un prodotto di consumo come la valigeria una resistenza e durabilità fuori dai comuni canoni.
- CARPISA WHEEL, una ruota progettata per garantire scorrevolezza e silenziosità su diverse superfici, disponibile in vari modelli, testata per assicurare performance elevate nel tempo. Pensata per ridurre i tempi di assistenza, questa soluzione consente ai clienti di sostituire autonomamente ruota, forca e supporto. La sua struttura removibile rende la valigia facilmente adattabile e conforme alle dimensioni richieste dalle compagnie aeree;
- TATTOO LAB, un servizio di personalizzazione delle valigie che utilizza una stampante ad alta definizione per applicare immagini e design esclusivi. Un'opportunità originale nel panorama travel e accessori, pensata per offrire ai viaggiatori un mezzo per esprimere la propria identità. Grazie a questa tecnologia, ogni valigia può trasformarsi in un oggetto distintivo ed elegante, con un'estetica personalizzata;
- CARPISA QR-GO®, un sistema basato su QR code pensato per sostituire parte dei tradizionali cartellini, razionalizzandone l'uso. Esteso a tutta la linea valigeria, consente un accesso rapido e digitale alle informazioni di prodotto.



Il CARPISA Lab prosegue con continuità il proprio impegno nella ricerca e sviluppo di nuovi materiali e soluzioni innovative attraverso progetti altamente specializzati, alcuni dei quali di seguito illustrati.

#### Ricerca di materiali innovativi

Uno degli ambiti centrali delle attività del laboratorio riguarda l'individuazione e l'analisi di materiali d'avanguardia, in grado di offrire performance elevate in termini di resistenza, durabilità e impatto ambientale ridotto.

#### Resistenza e durabilità

La qualità dei prodotti CARPISA si fonda sulla capacità dei materiali di mantenere le proprie prestazioni nel tempo. I materiali vengono sottoposti a severi test di resistenza per verificarne la tenuta in condizioni d'uso quotidiane, garantendo così articoli affidabili e longevi.

#### Studio del design

Il design rappresenta una componente strategica del laboratorio, costantemente oggetto di ricerca per sviluppare soluzioni che coniughino funzionalità e appeal estetico, in linea con le tendenze del settore.

#### Innovazione continua

Attraverso un approccio trasversale e multidisciplinare, il CARPISA Lab integra competenze diverse per dare vita a prodotti innovativi che rispondano alle evoluzioni del mondo della moda e dei viaggi. L'innovazione, infatti, non riguarda soltanto la creazione di nuovi articoli, ma anche il perfezionamento dei processi e delle metodologie già in uso.



## ECODESIGN E CIRCOLARITÀ DEI MATERIALI

IL'impegno nella ricerca di soluzioni in grado di ridurre al minimo l'impatto ambientale dei prodotti si concretizza attraverso politiche dedicate, coerenti con l'approccio Green Oriented. Come già illustrato nel paragrafo "La filosofia Green Oriented", tale orientamento prevede la sostituzione delle materie prime vergini con materiali riciclati, naturali o di origine vegetale. Affinché un prodotto possa essere classificato come Green Oriented, è necessario che almeno l'80% del suo peso totale sia costituito da componenti riciclati e/o naturali. L'identificazione dei materiali impiegati avviene secondo criteri rigorosi, appositamente definiti, e viene comunicata al cliente in modo chiaro e trasparente mediante cartellini dedicati e codici QR. Questo sistema consente al consumatore finale di effettuare scelte consapevoli e maggiormente orientate alla sostenibilità.

### ORIGINE E CARATTERISTICHE DEI MATERIALI RICICLATI

CARPISA impiega materiali riciclati provenienti da due principali filiere:

- Riciclo pre-consumo: consiste nel recupero degli scarti generati durante la produzione, che vengono reimmessi nel ciclo industriale, contribuendo così alla riduzione dei rifiuti e all'ottimizzazione dell'uso delle risorse.
- Riciclo post-consumo: si basa sull'utilizzo di materiali già impiegati dal consumatore e successivamente avviati al recupero. Questi materiali sono certificati secondo gli standard internazionali Recycled Claim Standard (RCS) e Global Recycled Standard (GRS), che ne attestano l'effettivo contenuto da riciclo e ne garantiscono la tracciabilità lungo l'intera supply chain.



### TESSUTI A IMPATTO AMBIENTALE RIDOTTO

Nel comparto tessile, la selezione dei materiali risponde a criteri stringenti di sostenibilità ambientale:

- Cotone organico: coltivato senza pesticidi o fertilizzanti chimici e certificato secondo gli standard GOTS (Global Organic Textile Standard) o OCS (Organic Content Standard), garantisce un ridotto impatto sull'ecosistema agricolo.
- Cotone rigenerativo: certificato Regenerative Organic Cotton (ROC), è prodotto secondo pratiche che migliorano la fertilità del suolo, aumentano la biodiversità e promuovono un'agricoltura rigenerativa.
- Materiali naturali: come paglia, bambù e sughero, che rappresentano alternative rinnovabili e meno impattanti rispetto ai materiali tradizionali.

Tutti i materiali a basso impatto ambientale utilizzati sono accompagnati da certificazioni rilasciate dai produttori, in linea con gli standard internazionali GRS, RCS, GOTS, OCS e FSC (Forest Stewardship Council), a garanzia della loro origine sostenibile e della gestione responsabile delle risorse.



### TRA INNOVAZIONE ATTUALE E SCENARI FUTURI

In CARPISA l'impegno verso la riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti rappresenta una costante priorità. In questo contesto si collocano le scelte sui materiali attualmente impiegati nelle principali linee produttive.

- Gomma riciclata al 50%, si distingue per la sua elevata resistenza agli agenti organici (come muffe e batteri), alle escursioni termiche e alle condizioni atmosferiche, garantendo prestazioni di lunga durata. Questo materiale viene impiegato principalmente per la realizzazione delle etichette delle valigie appartenenti alla linea Green Oriented.
- CARPISA GOTECH® rappresenta un'innovazione brevettata derivante dalla rielaborazione dei tradizionali materiali in ABS e policarbonato impiegati nel comparto valigeria. Costituito per il 70% da materiale riciclato, questo composto unisce resistenza agli urti e superficie antigraffio, ed è oggi utilizzato per la linea di valigie omonima.
- R-PET (Polietilene Tereftalato Riciclato), un polimero ottenuto dal recupero e dal trattamento del PET, comunemente impiegato nella produzione di bottiglie di plastica. La sua versatilità lo rende adatto a una vasta gamma di applicazioni, dai portafogli alle shopper, ed è stato adottato in modo sistematico per tutte le collezioni di valigeria e borse a partire dal 2021, in coerenza con l'approccio Green Oriented.

- RPP (polipropilene riciclato), che deriva dal trattamento di scarti post consumo.
- Il processo di produzione inizia con la selezione e la suddivisione degli imballaggi domestici, seguita da operazioni di macinazione, lavaggio, densificazione e granulazione. Questa fase consente di ottenere granuli con proprietà variabili in base alla composizione degli scarti inseriti negli estrusori. Il RPP può essere ottenuto anche da scarti post-industriali, come rifili, pezzi difettosi o cambi colore, lavorati tramite estrusori bivate per ottenere compound specifici in termini di elasticità, colore, densità e altre caratteristiche su richiesta.
- RPU (poliuretano riciclato), un materiale versatile, longevo e facilmente riciclabile. Al termine del ciclo di vita può essere incenerito per la produzione di energia, ridotto in polvere per l'isolamento o frantumato per la realizzazione di pannelli ad alta densità. Dopo una fase iniziale di sperimentazione, questo materiale è stato ufficialmente integrato nelle linee prodotte, in particolare nel comparto borse, a partire dal 2021.
- Nylon, per sua natura resistente, che si presta perfettamente a un processo di riciclo e riutilizzo, in linea con i principi dell'economia circolare. Oltre a essere impiegato nei prodotti finiti, trova applicazione anche nella realizzazione di accessori per la valigeria.
- Tessuto antibatterico o trattamento antibatterico, che impedisce la proliferazione di batteri sulla superficie grazie all'azione degli ioni d'argento. Questi ultimi, intrinseci nel materiale, conservano la loro efficacia per oltre 50 lavaggi, assicurando una lunga durata del prodotto.



Alla data di redazione del presente documento, sono in corso di valutazione ulteriori materiali a basso impatto ambientale, tra cui:

- materiali vegetali a base di buccia di mela o ananas, in percentuali variabili dal 35% al 65%, combinabili con altri componenti per garantire la corretta consistenza;
- materiali di origine naturale derivati da bambù, legno o funghi;
- materiali bio-based, ottenuti da biomasse, completamente privi di componenti fossili, con un'impronta carbonica ridotta grazie anche all'eventuale integrazione con altre materie a basso impatto;
- materiali rigenerati provenienti dagli scarti della rasatura della pelle, legati da lattice di gomma;
- materiali anti-taglio, resistenti a forbici e cutter, progettati per prolungare la durata dei prodotti.

**GREEN ORIENTED: RISULTATI RAGGIUNTI E PROSPETTIVE FUTURE**

Il 2024 ha segnato un ulteriore passo avanti nella crescita delle linee Green Oriented all'interno del portafoglio CARPISA. L'analisi dell'andamento nel triennio 2022-2024 evidenzia un aumento significativo, in termini percentuali di incidenza delle linee Green Oriented sulle vendite complessive. L'obiettivo strategico fissato per il 2027 è di raggiungere una quota pari al 30%. Valutando con attenzione le principali categorie di prodotto, emerge il ruolo trainante della valigeria, che nel 2024 ha inciso per il 76% sul totale superando di molti punti le previsioni, l'uomo ha inciso invece per il 16% e la linea donna, invece, ha raggiunto il 11.3%. In ottica futura, CARPISA si impegna a rafforzare l'utilizzo di materiali certificati dal punto di vista ambientale, a sviluppare strumenti tecnici per l'analisi dei materiali, e ad avviare progetti di economia circolare. Rientrano tra gli obiettivi anche la graduale sostituzione del packaging attualmente in uso e l'implementazione di collezioni con minore impatto ambientale, grazie anche al contributo delle tecnologie digitali. A completare questo percorso, la Società intende effettuare audit puntuali sui fornitori, per verificarne l'adesione agli standard di sostenibilità adottati.

Valutando con attenzione le principali categorie di prodotto, emerge il ruolo trainante della valigeria, che nel 2024 ha inciso per il 76% sul totale superando di molti punti le previsioni, l'uomo ha inciso invece per il 16% e la linea donna, invece, ha raggiunto il 11.3%. In ottica futura, CARPISA si impegna a rafforzare l'utilizzo di materiali certificati dal punto di vista ambientale, a sviluppare strumenti tecnici per l'analisi dei materiali, e ad avviare progetti di economia circolare. Rientrano tra gli obiettivi anche la graduale sostituzione del packaging attualmente in uso e l'implementazione di collezioni con minore impatto ambientale, grazie anche al contributo delle tecnologie digitali. A completare questo percorso, la Società intende effettuare audit puntuali sui fornitori, per verificarne l'adesione agli standard di sostenibilità adottati.

**STIMA ANDAMENTO COLLEZIONE VALIGERIA**



## PACKAGING SOSTENIBILE: PRATICHE ATTUALI E SVILUPPI IN CORSO

Le scelte adottate da CARPISA per la selezione dei materiali destinati al packaging riflettono pienamente l'impegno aziendale nel contenere gli sprechi e ridurre l'impatto ambientale. La preferenza è rivolta a materiali riciclati e riciclabili, selezionati sulla base di studi specifici che hanno portato all'adozione di soluzioni più sostenibili, tra cui:

- L'impiego di R-PET per la realizzazione delle cover protettive delle valigie, materiale ottenuto dal riciclo del PET, apprezzato per la sua elevata resistenza e per la capacità di essere reintrodotta più volte nel ciclo produttivo;
- L'utilizzo di carta certificata FSC per le shopping bag, così come il packaging destinato all'e-commerce e alla logistica, a garanzia della provenienza da foreste gestite secondo criteri di sostenibilità ambientale e sociale;
- L'introduzione di etichette in carta riciclata al 100% per i prodotti esposti, contribuendo all'economia circolare attraverso l'impiego di materie prime secondarie.

A queste misure si affianca l'adozione del sistema CARPISA QR-GO, pensato per sostituire i cartellini cartacei tradizionali e ridurre così ulteriormente l'utilizzo della carta. In linea con questa visione, è in programma l'introduzione di etichette prezzo realizzate in carta riciclata e in carta Kraft Avana anch'essa riciclata.

Ulteriori sviluppi riguardano la progressiva riduzione del volume di packaging proveniente dalla Cina destinato ai punti vendita e la promozione del riutilizzo di almeno il 50% dei cartoni presenti nei negozi, che saranno impiegati per successive spedizioni interne. Un ruolo centrale nel processo di progettazione e ottimizzazione del packaging è rivestito dalla stazione di realtà virtuale, che consente di simulare con precisione l'integrazione tra confezione e prodotto finito.

### QUESTO STRUMENTO OFFRE NUMEROSI VANTAGGI, TRA CUI:

- La possibilità di testare, in un ambiente virtuale controllato e interattivo, differenti configurazioni di design, materiali e colori, prima di passare alla fase produttiva;
- L'eliminazione della necessità di creare prototipi fisici multipli, contribuendo a contenere costi e impatto ambientale;
- Una sensibile riduzione dei tempi e dei costi di sviluppo;
- Il contenimento delle emissioni legate al trasporto e alla movimentazione di materiali;

l'adozione di un processo più efficiente e sostenibile nel suo complesso.

Dal 2023 la Società ha avviato una valutazione per sostituire l'attuale packaging utilizzato per gli acquisti effettuati tramite la piattaforma e-commerce, individuando soluzioni a ridotto impatto ambientale.

### INIZIATIVE IN CORSO SUL FRONTE PACKAGING

Il Progetto cover si propone di eliminare le polybag utilizzate per il singolo prodotto valigeria, che rappresentano una delle principali componenti ingombranti nei punti vendita. Collegato al precedente, il Progetto 5 in 1 mira a ottimizzare la logistica dei lotti in spedizione, aumentando da tre a cinque il numero di referenze contenute in ciascun collo proveniente dalla Cina. Le prime applicazioni hanno riguardato la linea di punta GOTECH®, con estensioni previste anche ad altre linee in materiale rigido e morbido.

È inoltre in fase di sperimentazione un nuovo materiale per le polybag, destinato a sostituire l'attuale HDPE con soluzioni biodegradabili e compostabili. Questo progetto, avviato nel 2021, prevede l'impiego di materiali innovativi come:

- Il PLA, derivato dalla condensazione dell'acido lattico ottenuto da zuccheri di mais e altre risorse naturali non petrolchimiche;
- Una plastica solubile in acqua, anch'essa compostabile, che si dissolve completamente a 70°C, riducendo drasticamente l'impatto ambientale.



## FORNITORI: UN ECOSISTEMA COMPETENTE E MONITORATO

GRI 2-6

CARPISA si dedica attivamente alla costruzione di una filiera responsabile, riconosciuta come elemento distintivo della propria gestione. L'esperienza maturata nel tempo ha rafforzato la convinzione che il miglioramento delle performance qualitative, ambientali e sociali passi attraverso una rete di fornitori selezionati, con cui l'Azienda intrattiene relazioni solide, durature e fondate su valori condivisi di professionalità, rispetto e integrità.

In funzione del settore di appartenenza e delle caratteristiche dell'attività aziendale, elementi come il Time To Market (TTM) e la puntualità nell'immissione dei prodotti sul mercato risultano strategici. Per questo motivo, CARPISA seleziona i propri partner produttivi mediante un processo accurato, che include la verifica di specifici requisiti: competenza tecnica nello sviluppo e nella realizzazione del prodotto, adeguata capacità produttiva e piena conformità alle normative ambientali e in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Questo metodo di selezione ha permesso di costituire un parco fornitori altamente qualificato, con cui esistono collaborazioni attive e proficue. Tali relazioni sono il presupposto per uno scambio costante di conoscenze, una gestione tempestiva delle eventuali criticità e la ricerca congiunta di soluzioni che riducano l'impatto ambientale. All'avvio della collaborazione, CARPISA richiede ai propri fornitori la sottoscrizione di una serie di documenti fondamentali: il Codice di Condotta, il Manufacturing Agreement e il Vendor Manual. Questi strumenti regolano in modo chiaro le condizioni contrattuali e definiscono nel dettaglio le istruzioni operative. Per assicurare il rispetto di tali standard, vengono eseguite ispezioni periodiche presso i siti produttivi. Qualora vengano rilevate non conformità sanabili, il fornitore è invitato ad attuare azioni correttive entro scadenze predefinite, che saranno oggetto di successiva verifica. In presenza di violazioni gravi, viene invece applicata una politica di tolleranza zero, con risoluzione immediata del contratto.



Attraverso questa struttura metodologica rigorosa, CARPISA non solo garantisce l'elevato livello qualitativo dei propri prodotti, ma contribuisce anche a promuovere un modello di business etico, sostenibile e conforme alle normative in materia ambientale e sociale. Per valutare le prestazioni tecniche, ambientali e sociali dei propri partner, CARPISA sottopone il 100% dei nuovi fornitori al Self-Assessment Questionnaire (SAQ), articolato in sei sezioni:

- Profilo del fornitore: raccoglie informazioni anagrafiche utili all'identificazione della struttura e delle attività del fornitore;
- Domande generali: verifica la tipologia di fornitura (materie prime o produzione) e l'eventuale possesso di certificazioni legate alla qualità, alla sostenibilità sociale e ambientale;
- Panoramica sulla forza lavoro: rileva il numero di dipendenti, suddivisi per genere e ruolo professionale, includendo informazioni sull'età minima e sui rapporti con le rappresentanze sindacali;
- Diritti dei lavoratori: analizza le misure adottate per tutelare i diritti fondamentali dei lavoratori, tra cui il riconoscimento del salario minimo e la regolamentazione del lavoro straordinario;
- Sito produttivo: raccoglie dati su eventuali certificazioni ambientali e di sicurezza, nonché sulla presenza di alloggi per i dipendenti, al fine di valutare le condizioni operative complessive;
- Salute, sicurezza e ambiente: approfondisce la disponibilità di certificazioni ambientali e sociali, le misure di tutela della salute e sicurezza, e l'utilizzo di materiali potenzialmente pericolosi;
- Subappaltatori: valuta se e come il fornitore si avvale di subappaltatori, assicurando che anche questi rispettino gli standard previsti da CARPISA.

Grazie a questo processo sistematico di valutazione, CARPISA garantisce che tutti i partner siano allineati agli elevati standard aziendali in materia di qualità, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale.

L'utilizzo del SAQ consente non solo una lettura immediata e dettagliata delle performance dei fornitori, ma anche l'individuazione di eventuali criticità. Tali evidenze permettono di attivare rapidamente piani di miglioramento e azioni correttive, assicurando il mantenimento di standard costantemente elevati.

Nel corso degli anni, CARPISA ha avviato un accurato processo di rivalutazione dell'intera rete di fornitori, fondato su criteri mirati e strategici, con l'obiettivo di migliorare costantemente l'efficienza e l'affidabilità della propria supply chain. I parametri di valutazione adottati si concentrano su aspetti chiave, tra cui:

- La presenza di un laboratorio interno dedicato al controllo qualità, indicativo della capacità del fornitore di effettuare verifiche rigorose e sistematiche sui prodotti, assicurando elevati standard qualitativi e uniformità delle forniture;
- La garanzia di puntualità nelle consegne, elemento fondamentale per rispettare le tempistiche del Time To Market. I fornitori che assicurano tempi di consegna certi contribuiscono alla piena aderenza agli impegni aziendali e a una gestione più efficiente delle scorte;
- Il possesso di certificazioni riconosciute in ambito qualità, ambiente e sicurezza, come le norme ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001, che testimoniano l'adesione a pratiche aziendali responsabili e la conformità a standard internazionali;
- La comprovata esperienza nell'impiego di materiali a basso impatto ambientale, in linea con le linee guida di sostenibilità dell'azienda. CARPISA valorizza particolarmente quei fornitori che fanno uso di materiali riciclati o derivanti da scarti produttivi, contribuendo così alla riduzione dell'impronta ambientale;
- La familiarità con strumenti digitali 2D e 3D per la progettazione, un requisito essenziale nel nuovo paradigma del design sostenibile. L'utilizzo di software avanzati consente di migliorare il dialogo tra progettazione e produzione, limitare drasticamente la realizzazione di prototipi fisici, snellire l'approvazione dei campioni e semplificare l'emissione degli ordini, incrementando al contempo la qualità finale del prodotto.

Tra le strategie di medio-lungo periodo, la Società si è posta l'obiettivo di trasferire parte delle attività produttive dalla Cina verso l'Europa. Questa scelta intende favorire una maggiore efficienza logistica, oltre a contribuire concretamente alla riduzione delle emissioni legate al trasporto. Avvicinando la produzione ai mercati principali, CARPISA rafforza la propria operatività e ribadisce l'impegno verso un modello di business più sostenibile e responsabile.



## WING GO BY CARPISA

### UN'IDEA CHE VIAGGIA LEGGERA, VERSO UN FUTURO PIÙ SOSTENIBILE

Tutto è iniziato da una domanda semplice, ma radicale: e se anche una valigia potesse contribuire a costruire un futuro migliore?

In CARPISA, il viaggio è sempre stato il nostro orizzonte. Ma col tempo abbiamo capito che la destinazione non è solo geografica ma etica. Da qui nasce WING GO, un progetto che non si limita a produrre un oggetto utile, ma che ridefinisce il modo stesso di pensare un trolley. Abbiamo utilizzato un materiale inerte, capace di unire tecnologia, responsabilità e leggerezza. Il risultato è un prodotto innovativo fatto interamente di polipropilene riciclato, pensato per essere robusto, durevole e amico dell'ambiente. Rappresenta una risposta concreta all'urgenza di ridurre sprechi e dare nuova vita a risorse già esistenti.

WING GO nasce con un intento preciso: trasformare l'idea di prodotto in quella di processo. Ogni sua parte racconta una scelta: filiere controllate, attenzione ai materiali, visione circolare. Non è solo un trolley, è un messaggio: viaggiare sostenibili non è solo una possibilità, è una responsabilità. E ogni oggetto che ci accompagna lungo il cammino può – e deve – essere parte della soluzione. Wing go è questo: un modo nuovo di partire, con la consapevolezza che la destinazione più importante è il futuro.

# UNA SCELTA CONSAPEVOLE PER IL PIANETA

Viviamo in un'epoca in cui le sfide ambientali sono sempre più urgenti: eventi climatici estremi, risorse naturali che si assottigliano, ecosistemi sotto pressione. In uno scenario così complesso, scegliere come agire non è più un'opzione, ma una responsabilità concreta. CARPISA affronta questa responsabilità con una visione chiara: ridurre l'impatto sull'ambiente senza rinunciare alla qualità, all'identità e all'innovazione.

Lo fa intervenendo là dove può generare un cambiamento reale: nella progettazione dei punti vendita CARPISA e nella selezione delle materie prime per prodotti e packaging. Ogni decisione punta nella stessa direzione: ridurre il consumo di risorse, minimizzare gli sprechi, ottimizzare processi e materiali.

Ma non si tratta solo di soluzioni tecniche: è una scelta culturale, che attraversa ogni livello aziendale e stimola nuovi modi di pensare, creare, collaborare. Per CARPISA, sostenibilità significa anche educare, ispirare, condividere: con i propri dipendenti, con i clienti, con tutta la filiera.



LA GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE AZIENDALI

Il parco auto aziendale è composto da 47 veicoli, di cui 46 gestiti tramite contratti di noleggio a lungo termine e uno di proprietà. Questa modalità di gestione garantisce una maggiore flessibilità operativa, oltre a un contenimento dei costi di manutenzione e gestione.

In linea con l'impegno aziendale verso la sostenibilità ambientale, il 68% della flotta è costituito da auto ibride, quindi +15% rispetto al 2023, che combinano un motore a combustione interna con uno elettrico, contribuendo alla riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e al miglioramento dell'efficienza nei consumi.

Il 21% dei veicoli è alimentato a gasolio, rispetto al 2023 il 50% in meno. Sebbene il diesel sia stato a lungo una scelta diffusa per le flotte aziendali grazie alla sua efficienza, la Società sta progressivamente riducendo il ricorso a questo tipo di alimentazione, orientandosi verso soluzioni più sostenibili.

L'8% è rappresentato da auto alimentate a GPL e da un veicolo esclusivamente solo alimentato elettricamente, utilizzati per esigenze operative specifiche.

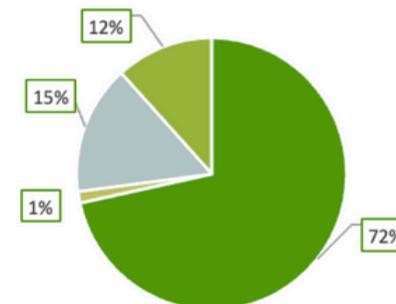
Nel complesso, la composizione del parco auto riflette l'impegno della Società nei confronti della responsabilità ambientale, con l'obiettivo di adottare soluzioni sempre più innovative e a basso impatto.

Nel corso del 2024, la Società ha inoltre concluso l'installazione di colonnine di ricarica per veicoli elettrici nel parcheggio della sede aziendale, incentivando quindi l'utilizzo di veicoli a ridotte emissioni.

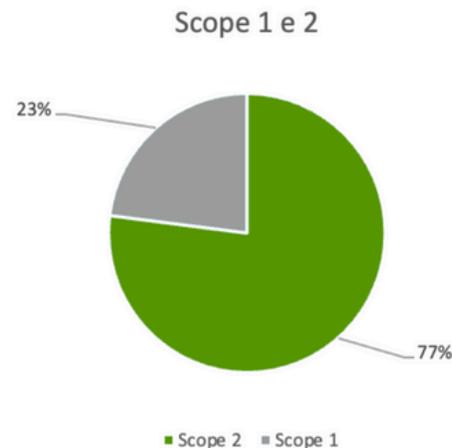


Nel 2024, in leggero aumento rispetto all'anno precedente, i consumi energetici interni all'Organizzazione sono stati pari a 21.189 4GJ, ai quali contribuiscono: l'energia elettrica in misura pari al 72%, il carburante (gasolio, benzina e GPL) utilizzato dalla flotta aziendale e per l'alimentazione del 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) e delle emissioni indirette da acquisto di vettori energetici (Scope 2), direttamente correlate ai propri consumi.



- Energia elettrica acquistata da rete
- Gasolio per gruppi elettrogeni
- Benzina per auto aziendali
- Gas
- GPL



## SOSTENIBILITÀ NEGLI STORE CARPISA

Dal 2021, l'azienda ha adottato una nuova strategia per la progettazione e l'adeguamento degli store a marchio CARPISA, orientata alla sostenibilità ambientale e alla qualità dell'esperienza d'acquisto. Ogni nuovo punto vendita, così come ogni intervento di restyling, viene sviluppato secondo criteri ecocompatibili, finalizzati a ridurre l'impatto ambientale e ad aumentare l'efficienza energetica complessiva della rete retail.

Le principali soluzioni introdotte includono:

- **Illuminazione a LED:** l'intera rete utilizza dispositivi di illuminazione a LED, che non contengono gas dannosi né sostanze tossiche e non emettono raggi UV o IR. Questa tecnologia garantisce una drastica riduzione dei consumi energetici e migliora al tempo stesso la qualità e la sicurezza degli ambienti per clienti e collaboratori.
- **Materiali riciclabili per gli interni:** è stato introdotto l'utilizzo di tessuto non tessuto interamente riciclabile per i rivestimenti, una scelta sostenibile che riduce la dipendenza da materiali a più alto impatto ambientale.
- **Collanti a basso impatto ambientale:** per l'installazione di pavimenti e carta da parati vengono utilizzati adesivi realizzati con materiali riciclati, che contribuiscono alla riduzione delle sostanze chimiche nocive impiegate nei processi di allestimento.
- **Pitture con assorbimento di CO<sub>2</sub>:** le superfici interne degli store sono verniciate con pitture ecocompatibili che assorbono anidride carbonica, contribuendo alla salubrità degli ambienti interni e alla riduzione complessiva dell'impronta di carbonio.
- **Barriere d'aria per l'ottimizzazione climatica:** nei punti vendita su strada sono installate barriere d'aria all'ingresso che limitano la dispersione termica stagionale, garantendo una climatizzazione più efficiente e una maggiore sostenibilità nei consumi.
- **Legno di Paulownia:** per la realizzazione di arredi e componenti strutturali viene utilizzato il legno di Paulownia, noto per le sue proprietà fonoassorbenti e isolanti (termiche, elettriche e igroscopiche), che lo rendono una risorsa naturale versatile e sostenibile.

Come presso la sede centrale di Nola, anche negli store è attivo un sistema avanzato di gestione energetica, che include dispositivi di free cooling con recupero dell'aria, recuperatori di calore, timer, orologi programmabili e sensori intelligenti per il controllo degli impianti. Questi strumenti consentono di ottimizzare il consumo energetico, evitando sprechi e assicurando condizioni ambientali confortevoli.

Nel solo 2024, sono stati realizzati interventi su 63 punti vendita, comprendenti 29 nuove aperture e 31 ristrutturazioni, a testimonianza dell'impegno continuo verso una rete retail sostenibile

**63 PUNTI VENDITA**

**29 NUOVE APERTURE**

**31 RISTRUTTURAZIONI**



# GESTIONE DEI RIFIUTI LUNGO LA CATENA OPERATIVA

GRI 306-1 | GRI 306-2

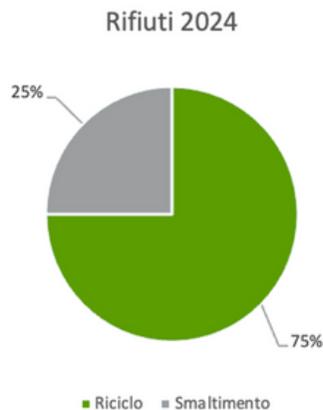
CARPISA adotta un approccio strutturato e conforme alla normativa vigente per la gestione dei rifiuti prodotti durante le proprie attività. Ogni fase del processo è accuratamente monitorata attraverso l'impiego di formulari dedicati e l'applicazione dei codici CER (Catalogo Europeo dei Rifiuti), in collaborazione con operatori specializzati esterni.

La Società gestisce anche rifiuti speciali, che comprendono:

- inchiostri esausti provenienti dall'attività del laboratorio tattoo;
- materiali misti generati dalla realizzazione di campionature di borse e valigeria;
- apparecchiature elettroniche dismesse (RAEE), trattate secondo procedure certificate
- per il corretto smaltimento

## SISTEMI DI RACCOLTA DIFFERENZIATA NEI SITI AZIENDALI

Presso la sede centrale di Nola è attiva una raccolta differenziata strutturata che comprende plastica, vetro, lattine, carta, cartone, frazione organica, rifiuti indifferenziati e pile esauste. Nei punti vendita distribuiti sul territorio nazionale, sono stati predisposti contenitori dedicati per la separazione di plastica e carta. A supporto, il personale riceve formazione specifica per il corretto conferimento dei rifiuti, in coerenza con le linee guida aziendali. Per gli store situati in centri commerciali, infine, la raccolta differenziata avviene tramite le apposite campane collocate nelle aree comuni, contribuendo al mantenimento della pulizia e del decoro degli spazi condivisi.



## Riduzione degli sprechi e promozione della cultura ambientale

La lotta agli sprechi rappresenta una delle aree materiali di intervento per CARPISA, che ha avviato un percorso di transizione digitale per ridurre progressivamente l'utilizzo della carta all'interno dei propri processi organizzativi. L'obiettivo è coniugare maggiore efficienza operativa con un minore impatto ambientale, attraverso soluzioni digitali che sostituiscano documenti e supporti cartacei ove possibile.

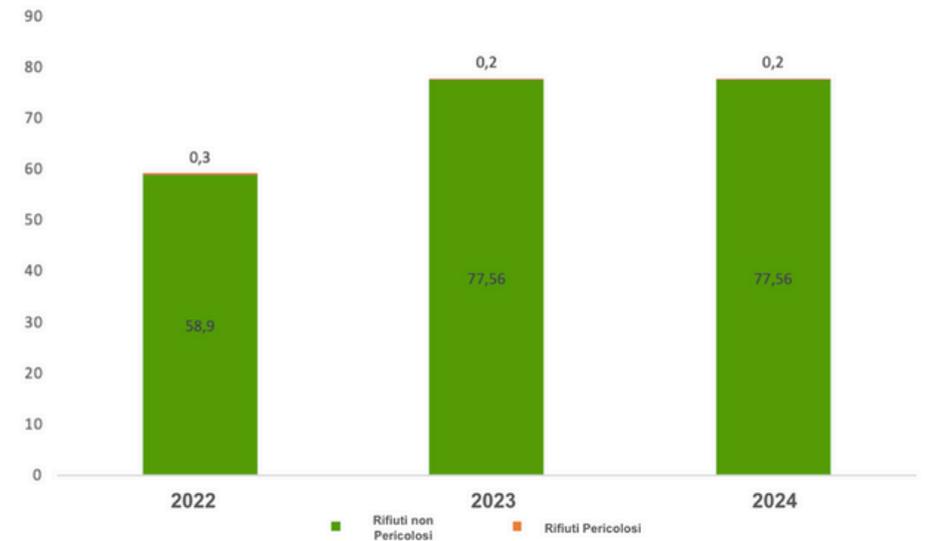
Tra le iniziative implementate presso la sede di Nola figurano:

- L'installazione di dispenser d'acqua su ogni piano;
- La distribuzione di borracce in alluminio a tutto il personale, in sostituzione dei bicchieri di plastica monouso.

In prospettiva, è prevista la sostituzione degli attuali dispenser con erogatori d'acqua evoluti, per incrementare ulteriormente le performance ambientali e la sensibilizzazione interna.

La Società è inoltre impegnata in progetti dedicati al packaging sostenibile e alla promozione di prodotti a basso impatto ambientale, contraddistinti da un'impronta green lungo l'intero ciclo di vita. Questi interventi, già in corso, contribuiranno alla riduzione dei rifiuti generati dalla produzione e dal confezionamento, rafforzando l'impegno aziendale verso un modello di sviluppo più responsabile.

Rifiuti per tipologia '22 - '24



## IL VALORE DEI PRODOTTI “FALLATI”

In CARPISA, vengono considerati “fallati” quei prodotti che risultano danneggiati o compromessi durante le fasi di trasporto, vendita o a seguito dell'utilizzo da parte del cliente. Questi articoli, laddove rientrano ancora nel periodo di garanzia, vengono riconsegnati al cliente secondo le condizioni previste.

In alternativa, se le condizioni del prodotto lo consentono, vengono riparati e successivamente reimmessi sul mercato attraverso la vendita presso gli store outlet, offrendo così una seconda vita agli articoli e rendendoli accessibili a prezzi più contenuti.

Quando il prodotto non può essere riparato, intervengono i tecnici specializzati per recuperare tutti i componenti ancora funzionali, come elementi metallici, parti meccaniche e accessori. Questo processo consente di valorizzare le risorse residue prima di procedere allo smaltimento dei materiali non più utilizzabili, che avviene nel pieno rispetto delle normative ambientali.

La priorità dell'azienda è sempre quella di ridurre al minimo lo spreco, favorendo soluzioni di riutilizzo e riciclo intelligente. L'impegno verso un modello di economia circolare si manifesta sin dalle prime fasi di progettazione del prodotto. In CARPISA si privilegiano materiali e soluzioni tecniche che facilitano lo smontaggio e il disassemblaggio, evitando accoppiamenti permanenti e scelte che possano ostacolare il riuso dei singoli componenti. Questa attenzione progettuale si riflette anche nelle successive fasi di sviluppo, con una coerenza operativa che rafforza l'obiettivo di rendere ogni prodotto più durevole, riparabile e riciclabile.

In linea con questo approccio, sono attualmente in corso studi e sperimentazioni volte a massimizzare l'utilizzo dei prodotti anche oltre il loro ciclo di vita originario, con l'obiettivo di creare soluzioni che consentano una seconda vita al bene, attraverso nuove modalità di utilizzo, rigenerazione o trasformazione. Questo impegno rappresenta un pilastro della strategia di sostenibilità di CARPISA, orientata alla riduzione degli sprechi, alla valorizzazione delle risorse e alla responsabilità ambientale lungo tutta la catena del valore.





**PERSONE  
E CULTURA  
AZIENDALE:  
UN IMPEGNO  
CONDIVISO**

**VALORIZZARE LE PERSONE:  
LA COMMUNITY CARPISA AL CENTRO  
GRI 2-8 | GRI 2-30 | GRI 402-1**

In CARPISA, le persone rappresentano il motore vitale dell'Organizzazione: un capitale umano essenziale che alimenta, sostiene e consolida il successo dell'impresa. Proprio per questo motivo, la Società si adopera costantemente per garantire un contesto lavorativo sereno e collaborativo, capace di motivare e valorizzare ogni singola risorsa, affinché ciascun dipendente possa sentirsi parte integrante e orgoglioso del percorso di crescita di CARPISA. A conferma di questo orientamento, si collocano numerose iniziative volte a sostenere lo sviluppo personale e professionale dei collaboratori, insieme alla promozione del lavoro in team, riconosciuto come leva strategica per rafforzare coesione, spirito di appartenenza e condivisione degli obiettivi. L'attenzione dell'azienda verso la valorizzazione delle persone si estende oltre i confini dell'organizzazione, coinvolgendo anche clienti e interlocutori esterni, attraverso una comunicazione chiara e immediata, e il territorio, mediante un impegno concreto rivolto alla crescita sociale e al benessere della comunità.

**IL CAPITALE UMANO COME VALORE:  
OCCUPAZIONE, STABILITÀ E INCLUSIONE**

Al 31 dicembre 2024, il personale di Kuvera Spa conta 749 dipendenti, di cui 2 Dirigenti, 13 Quadri, 728 Impiegati, 6 Operai attivi presso la sede centrale di Nola e nei numerosi store distribuiti a livello nazionale. Le donne rappresentano l'84,65% della forza lavoro.

Kuvera International, sede cinese del Gruppo, impiega ulteriori 24 risorse, così suddivise: 1 Dirigente, 3 Quadri e 21 impiegati. Accanto al personale dipendente, l'azienda si avvale anche della collaborazione di lavoratori non dipendenti. Nel 2024, questa categoria ha incluso complessivamente 62 stagisti e 3 collaboratori esterni. Il ricorso a tali tipologie contrattuali è strettamente connesso alla stagionalità tipica del settore retail, che comporta una fisiologica variazione della forza lavoro nei punti vendita nel corso dell'anno.



Tutti i dipendenti dell'azienda sono inquadrati secondo il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro del Commercio (CCNL Commercio) e, al momento dell'assunzione, ricevono una comunicazione puntuale e trasparente sui contenuti contrattuali, così da essere pienamente informati in merito a diritti e doveri che regolano il rapporto di lavoro.

L'azienda garantisce piena libertà di esercizio dei diritti sindacali e mantiene rapporti solidi e costruttivi con le principali organizzazioni rappresentative dei lavoratori. Al 31 dicembre 2024, il tasso di sindacalizzazione all'interno dell'Organizzazione si attesta all'8%, con 61 dipendenti iscritti, rispetto ai 64 del 2023.

I dipendenti vengono costantemente aggiornati in merito ai cambiamenti organizzativi, nel rispetto delle disposizioni normative vigenti e delle previsioni del CCNL. La Società dedica una particolare attenzione alla tutela dell'occupazione: nei casi di chiusura di punti vendita, viene sempre valutata e proposta una ricollocazione del personale, con incarichi coerenti con le mansioni precedenti.

Quando possibile, le nuove sedi vengono individuate nelle immediate vicinanze di quelle dismesse, in modo da ridurre al minimo l'impatto sui lavoratori, con particolare riguardo per le categorie più fragili, come le madri con figli di età inferiore a un anno, i beneficiari della Legge 104/92 o le persone iscritte al collocamento mirato.

Nel 2024, l'organico aziendale ha registrato una crescita dell'16,49% rispetto all'anno precedente, consolidando il trend positivo in atto sin dal 2021 in termini di incremento occupazionale.



**+16,4%**

INCREMENTO ORGANICO  
RISPETTO AL 2023



**32**

ETÀ MEDIA



**86,65%**

FIGURE FEMMINILI

## FORMAZIONE CONTINUA: CRESCITA E COMPETENZE PER TUTTI

Per sostenere la crescita professionale e personale dei talenti aziendali, l'organizzazione promuove iniziative orientate all'apprendimento continuo, con l'obiettivo di potenziare tanto le competenze tecniche quanto le soft skills. Il percorso formativo proposto ai dipendenti è concepito per favorire una conoscenza approfondita dei prodotti e dei servizi CARPISA, così da garantire un supporto efficace e puntuale alla clientela, sia in fase di acquisto sia per eventuali richieste di assistenza.

Tra le iniziative più rilevanti figura CARPISA Academy, una piattaforma digitale ideata e realizzata per facilitare l'accesso alla formazione, rivolta sia ai dipendenti interni che al personale dei punti vendita in affiliazione.

Nel corso del 2024, sono state erogate complessivamente 7.500 ore di formazione.

In parallelo, sono stati attivati diversi progetti formativi su tematiche eterogenee, tra cui:

- Formazione sul prodotto, articolata in corsi volti a presentare sia i prodotti continuativi che quelli di collezione, con particolare attenzione alle specifiche tecniche e alle ispirazioni stilistiche;
- Formazione alla vendita, finalizzata a trasmettere le principali tecniche di vendita per rafforzare il rapporto con la clientela e migliorare l'efficacia delle attività in store;
- Formazione al visual merchandising, che approfondisce le logiche di allestimento, la disposizione delle vetrine e l'importanza di un punto vendita armonico, per offrire al cliente un'esperienza d'acquisto soddisfacente.





## UN SISTEMA DI VALUTAZIONE PER SOSTENERE IL TALENTO

La Società effettua regolarmente un'analisi del percorso di crescita dei propri dipendenti, valutando l'evoluzione sia delle competenze tecniche (hard skills) che di quelle trasversali (soft skills), in relazione al ruolo ricoperto. Tale valutazione risulta particolarmente rilevante in prossimità delle scadenze contrattuali, momento in cui si procede a verificare le condizioni per l'eventuale conferma in servizio. A queste analisi si affiancano ulteriori momenti valutativi, dedicati all'esame di opportunità di avanzamento professionale, mobilità interna (job rotation) e revisione retributiva.

Nel 2023 è stato definito un sistema di performance management finalizzato alla costruzione di un modello di competenze e all'implementazione di una valutazione annuale strutturata, inserita in un preciso Year Cycle HR. Tale sistema, operativo dal 2024, introduce processi organizzati per la definizione dei piani di carriera, l'adozione di politiche retributive meritocratiche e la pianificazione di percorsi di sviluppo individuale, volti a valorizzare i talenti interni. Per i Responsabili di Funzione, la valutazione delle performance è supportata da un piano di incentivi basato su obiettivi annuali (MBO), legati a risultati concreti di performance e rendimento. Il personale dei punti vendita beneficia invece di piani di incentivazione specifici, elaborati in funzione dei risultati economici raggiunti rispetto agli obiettivi aziendali, monitorati su base mensile, trimestrale e annuale. Negli ultimi anni, CARPISA ha operato una riorganizzazione del proprio organigramma, riassegnando responsabilità manageriali a collaboratori cresciuti professionalmente grazie ai percorsi formativi aziendali. Questo approccio ha permesso di valorizzare gli sforzi individuali nel tempo e ha favorito l'attivazione dei Comitati Interfunzionali, organismi con funzioni consultive e responsabilità decisionali mirate.

La Società attribuisce grande importanza alla valutazione dell'efficacia dei percorsi formativi attivati, con l'obiettivo di monitorare i progressi nell'apprendimento e individuare tempestivamente eventuali aree di miglioramento. A tal fine, nell'ambito della piattaforma CARPISA Academy, vengono regolarmente somministrati test di ingresso e di uscita, accompagnati da valutazioni effettuate dai docenti e da questionari di gradimento compilati dai partecipanti al termine di ogni corso. Per quanto riguarda invece la formazione on the job, si utilizzano check list personalizzate in base al ruolo e alle mansioni svolte, così da misurare in modo diretto e immediato l'efficacia del percorso formativo erogato.

## INIZIATIVE DI WELFARE: UN SUPPORTO CONCRETO A DIPENDENTI E FAMIGLIE

GRI 403-6

Il benessere dei dipendenti è considerato un fattore determinante per la motivazione e la produttività. Per questo CARPISA ha adottato numerose misure orientate al miglioramento del work-life balance e al sostegno delle famiglie.

Tra queste iniziative, si segnala la polizza assicurativa in convenzione con Banca Intesa Sanpaolo, destinata ai dipendenti di sede e operativa sia per infortuni professionali che extra-professionali. La copertura include i casi di invalidità permanente e decesso, rafforzando così la sicurezza e la serenità dei lavoratori.

È stata inoltre confermata la piattaforma di welfare aziendale, che offre un'ampia gamma di servizi e agevolazioni - articolati in cinque aree principali - che evidenzia l'impegno costante della Società nel costruire un ambiente di lavoro che rispetti i bisogni personali e promuova la responsabilità sociale d'impresa.

Il benessere dei dipendenti è considerato un fattore determinante per la motivazione e la produttività. Per questo CARPISA ha adottato numerose misure orientate al miglioramento del work-life balance e al sostegno delle famiglie.

Tra queste iniziative, si segnala la polizza assicurativa in convenzione con Banca Intesa Sanpaolo, destinata ai dipendenti di sede e operativa sia per infortuni professionali che extra-professionali. La copertura include i casi di invalidità permanente e decesso, rafforzando così la sicurezza e la serenità dei lavoratori.

È stata inoltre confermata la piattaforma di welfare aziendale, che offre un'ampia gamma di servizi e agevolazioni - articolati in cinque aree principali - che evidenzia l'impegno costante della Società nel costruire un ambiente di lavoro che rispetti i bisogni personali e promuova la responsabilità sociale d'impresa.



AREA	SERVIZI OFFERTI
<b>Tempo libero e attività sportive</b>	Centri benessere, terme, fitness, viaggi, cinema, teatro, abbonamenti culturali, corsi hobbistici e linguistici
<b>Assistenza familiare</b>	Supporto domiciliare per anziani, rimborso per servizi di cura a familiari non autosufficienti
<b>Istruzione e formazione</b>	Rimborsi per asili, scuole, babysitter, libri, centri estivi e servizi mensa
<b>Buoni e voucher</b>	Buoni pasto, carburante, spesa e shopping in circuiti convenzionati
<b>Mobilità sostenibile</b>	Rimborso trasporto pubblico per dipendenti e familiari



## PROMUOVERE EQUITÀ E INCLUSIONE: UN IMPEGNO STRUTTURALE

GRI 2-21 | GRI 406-1

CARPISA fonda il proprio operato su un principio essenziale: il rifiuto di qualsiasi forma di discriminazione. Non sono tollerate distinzioni basate su orientamento politico o sindacale, credo religioso, nazionalità, origine etnica, età, genere, orientamento sessuale, stato di salute, condizione civile, aspetto fisico o situazione economica e sociale. Questo approccio, pienamente integrato nella cultura aziendale, si è riflesso anche nel 2024, durante il quale non sono stati segnalati episodi di discriminazione in linea con gli anni precedenti. L'inclusione si concretizza anche nel rispetto degli obblighi normativi relativi al collocamento mirato: nel tempo sono state attivate convenzioni con gli uffici competenti delle province di Napoli, Milano e Roma, territori in cui la presenza aziendale è particolarmente significativa. Nel 2024, tali accordi sono stati unificati in una convenzione su base nazionale stipulata con la Provincia di Napoli, a testimonianza della volontà di strutturare in modo ancora più efficace e coordinato l'inserimento lavorativo di persone con disabilità.

La valorizzazione della diversità e delle pari opportunità – anche in termini retributivi – è ritenuta dall'organizzazione una leva strategica per il contrasto agli stereotipi e per l'adozione di un modello di business equo, moderno e inclusivo. In questa direzione, è stato rinnovato il conseguimento della certificazione del Sistema di Gestione per la parità di genere secondo i requisiti della prassi di riferimento UNI/PdR 125:2022, confermando l'impegno della Società nella costruzione di un sistema di gestione dedicato alla parità di genere.

Per rispondere ai requisiti della prassi, CARPISA ha:

- Istituito un Comitato Guida formato da HR Manager e figure operative chiave;
- Stanziato un budget dedicato alle attività da realizzare nel triennio di validità della certificazione;
- Sefinito un piano di miglioramento finalizzato alla raccolta, rendicontazione e analisi dei dati di genere, con l'obiettivo di colmare eventuali disallineamenti.

La certificazione fornisce un quadro metodologico chiaro e misurabile per il miglioramento continuo delle condizioni lavorative delle donne e per l'individuazione dei processi più efficaci in ottica di equità.

A conferma dell'impegno in tema di equità salariale, la Società ha inoltre calcolato il rapporto tra la retribuzione annuale del dipendente con retribuzione più alta (Amministratore Delegato) e quella media dell'intera popolazione aziendale. Per l'anno 2024, il rapporto è pari a 7,25, in linea con il valore dell'anno precedente (7,50).



## SALUTE E SICUREZZA, UN VALORE QUOTIDIANO

GRI 403-1 | GRI 403-2 | GRI 403-3 | GRI 403-7 | GRI 403-9

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, così come delle persone che frequentano gli ambienti e i punti vendita CARPISA, rappresenta una priorità assoluta nella gestione aziendale e un impegno centrale nelle responsabilità della Società. In linea con le disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia, vengono adottate specifiche procedure e misure volte a garantire la sicurezza dei collaboratori e a mantenere ambienti di lavoro salubri e privi di rischi. L'attenzione per la prevenzione dei rischi legati alla salute e sicurezza sul lavoro si estende a tutte le persone coinvolte nelle attività aziendali: clienti, fornitori, consulenti, dipendenti, visitatori e altri soggetti con cui la Società interagisce.

Oltre al pieno rispetto degli obblighi normativi, vengono regolarmente effettuati interventi di adeguamento e miglioramento degli spazi della sede e dei punti vendita.

Ad oggi, i rischi professionali cui sono esposti i lavoratori risultano classificati da INAIL come di livello "basso" e non sono emerse situazioni di particolare criticità rispetto agli anni precedenti.

Fin dall'inizio del rapporto di lavoro, dipendenti e collaboratori sono coinvolti attivamente nei processi di prevenzione, formazione e monitoraggio in materia di sicurezza. In fase di assunzione, ogni risorsa riceve l'opuscolo sicurezza, redatto con la consulenza del Medico del Lavoro e dell'RSPP, contenente le principali indicazioni comportamentali da seguire per operare in ambienti sicuri. Durante tutto il periodo di lavoro, i dipendenti partecipano a percorsi formativi generali e specifici conformi al D.Lgs. 81/2008. I corsi, rivolti in particolare alle figure coinvolte nel Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro (RSPP, RLS, addetti al primo soccorso e antincendio), hanno l'obiettivo di promuovere una cultura della sicurezza capillare e condivisa.



Ogni lavoratore ha inoltre la possibilità di segnalare eventuali situazioni di rischio attraverso più canali: compilazione delle schede periodiche di controllo, e-mail o contatto diretto con l'Ufficio Tecnico. Il personale è soggetto a regolari accertamenti sanitari a cura del Medico Competente e può richiedere visite straordinarie qualora necessario. In base alla mansione svolta, viene attuata una sorveglianza sanitaria che include anche screening visivi, con frequenze diverse in funzione dell'attività e realizzati in sede o direttamente nei punti vendita. Anche nel 2024, CARPISA ha rinnovato il proprio sostegno all'iniziativa "Nastro Rosa" promossa da LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori), volta alla prevenzione del tumore al seno. . Nell'ambito di questa campagna, sono state organizzate attività informative e visite mediche presso la sede di Nola, con il coinvolgimento diretto dei medici volontari LILT.

L'iniziativa ha ricevuto un'accoglienza molto positiva da parte delle dipendenti.

Nel triennio 2022-2024 non si sono registrati infortuni gravi né decessi correlati all'attività lavorativa.

Rispetto al 2023, nel 2024 il numero totale degli infortuni ha registrato un lieve incremento: si contano 16 episodi (contro i 10 dell'anno precedente).



STORIE DA RACCONTARE..

## MOLTO PIÙ DI UN TRAGUARDO: LA SCELTA CONSAPEVOLE VERSO LA PARITÀ DI GENERE

Arrivare alla certificazione per la parità di genere non è stato, per noi, un semplice adempimento o un obiettivo da raggiungere. È stato un processo di trasformazione. Un cammino che ha richiesto lucidità, coraggio e la capacità di mettersi in discussione, come azienda e come individui.

Ci siamo interrogati su ciò che siamo davvero, al di là delle intenzioni dichiarate. Abbiamo guardato con attenzione ai numeri, ma anche a ciò che nei numeri non si vede: ai vissuti, alle percezioni, alle narrazioni taciute. Ci siamo chiesti se tutte le persone in azienda si sentano ascoltate, valorizzate, rappresentate allo stesso modo. E ci siamo resi conto che l'equità non si improvvisa: si costruisce con pazienza, lucidità e volontà di imparare. Il lavoro è stato intenso e approfondito. Abbiamo rivisto policy, riesaminato processi, aggiornato strumenti. Ma il passaggio decisivo è stato un altro: aprirci all'ascolto.

Raccogliere punti di vista diversi, accogliere storie individuali, lasciarci provocare da ciò che ancora non funziona. Ogni testimonianza ha contribuito a comporre un quadro più onesto, più complesso, più vero.

Così, nel 2024, la certificazione di parità di genere è arrivata. Ma non come un premio, quanto come una conferma: quella di aver intrapreso una direzione giusta. Perché la parità non si esaurisce in un attestato, ma si coltiva ogni giorno, nelle scelte quotidiane, nei gesti piccoli e nei meccanismi organizzativi.

Questa è una storia che condividiamo con orgoglio, ma soprattutto con senso di responsabilità. Perché la sostenibilità, per noi, non riguarda solo l'ambiente o i prodotti: è anche un impegno verso le persone, verso la loro dignità, il loro benessere, le opportunità che possiamo – e dobbiamo – offrire.

È da qui che vogliamo continuare. Perché solo un'organizzazione capace di garantire equità è davvero pronta ad affrontare le sfide del futuro. E solo riconoscendo il valore di tutte e tutti



## CONSUMATORI UN IMPEGNO COSTANTE PER GARANTIRE QUALITÀ E SICUREZZA

GRI 416-2

Il CARPISA Lab Competence Center, situato presso la sede di Nola, è il punto nevralgico in cui convergono tutte le attività di controllo qualità, ricerca, sviluppo e innovazione.

Questo centro di eccellenza è strutturato in due aree funzionali distinte: il laboratorio di caratterizzazione materiale e il laboratorio dedicato al prodotto finito.

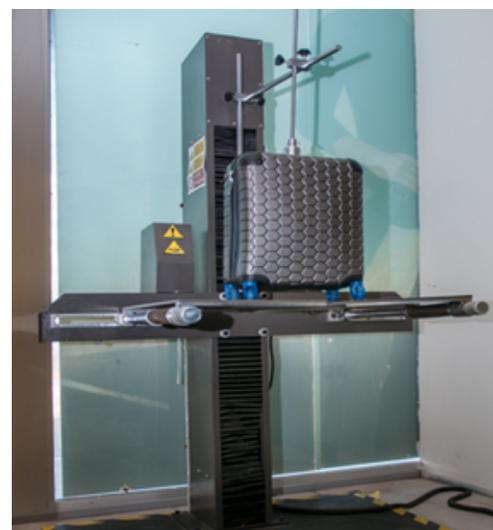
Nel primo laboratorio si eseguono test specifici sulle materie prime impiegate nei prodotti CARPISA, in un ambiente altamente specializzato e dedicato al settore tessile. Le attività si concentrano sull'analisi delle caratteristiche dei tessuti, al fine di verificarne composizione e resistenza fisico-meccanica. I controlli vengono effettuati su una selezione di campioni determinata in base al volume produttivo analizzato e coinvolgono tre fasi del ciclo produttivo: progettazione, pre-produzione e produzione.

Tra le principali prove condotte nel laboratorio di caratterizzazione materiale si annoverano:

- L'analisi qualitativa della composizione chimica dei materiali;
- Le verifiche di resistenza meccanica a trazione, allo strappo e all'abrasione;
- La valutazione della tenuta del colore, della resistenza alla bagnatura superficiale e alla penetrazione d'acqua;
- La misurazione di parametri fisici fondamentali come lo spessore, la grammatura, la definizione del filato e l'eventuale viraggio cromatico. Il laboratorio prodotto finito si concentra, invece, sull'esecuzione di prove fisico-meccaniche su articoli già completati, con particolare attenzione alla valigeria. Qui si effettuano test distruttivi per misurare le prestazioni reali dei materiali e degli accessori, simulando situazioni d'uso estreme.

Tra le prove effettuate rientrano:

- Il Tumble test, che simula l'urto e il graffio durante le fasi di imbarco e sbarco da stiva;
- Il Walking test, volto a verificare la resistenza delle ruote, la flessione del carrello e l'integrità del guscio nella zona delle ruote;
- Il Pull rod test, finalizzato a testare la scorrevolezza e la resistenza dei tubi del carrello durante i movimenti di sollevamento e riposizionamento;
- Il Drop test, una prova d'urto che consiste nel far cadere il bagaglio da un'altezza di un metro per verificarne la resistenza strutturale;
- Il Zipper test, che riproduce 7.500 cicli di apertura e chiusura per testare l'affidabilità della zip;
- Il Rain test, condotto in una cabina dedicata per simulare la pioggia e analizzare la tenuta all'acqua del bagaglio.



Ogni materiale viene sottoposto a test di collaudo volti a verificarne la conformità rispetto ai parametri di qualità e sicurezza richiesti, generando appositi report con esiti puntuali. Prima di avviare qualunque collaborazione con un fornitore, CARPISA Lab sottopone il prodotto a test preliminari secondo criteri definiti, in modo da approvarne la qualità e le certificazioni previste.

I test sono modulati in base alla categoria merceologica e seguono i riferimenti contenuti nel Quality Service Manual (QSM), che raccoglie tutti gli standard qualitativi e di sicurezza utili alla corretta valutazione del prodotto, dalla progettazione alla post-vendita. I controlli prevedono l'uso di strumenti avanzati, come:

- l'ELMENDORF, per test di resistenza allo strappo;
- il Martindale, per test di abrasione;
- dinamometri per misurare l'allungamento alla rottura;
- spray test per materiali impermeabili;
- spettrometri FTIR, per l'analisi a infrarossi dei materiali.

Grazie a queste tecnologie, il CARPISA Lab verifica che il 95% dei campioni analizzati in fase progettuale sia conforme alle specifiche previste.

. In caso di difformità riscontrate durante la produzione, quest'ultima viene immediatamente sospesa e riavviata solo dopo gli opportuni interventi correttivi.

A supporto del controllo qualità internazionale, anche in Cina è presente un CARPISA Lab, che collabora costantemente con il team italiano per garantire la piena conformità dei prodotti alle normative nazionali e internazionali, favorendo un efficace scambio informativo tra le sedi.

Il sistema di controllo qualità include anche la verifica della presenza di certificati GRS e TC da parte dei fornitori, che attestano l'impiego di tessuti provenienti da filiere certificate di riciclo. Questi attestati rivestono un ruolo centrale nella strategia di comunicazione trasparente verso clienti e stakeholder.

Tra i principali risultati raggiunti sul fronte della qualità e sicurezza del prodotto si segnalano:

- il rinnovo della certificazione ISO 9001 per la valigeria;
- l'estensione della stessa certificazione alle linee di borse;
- la prosecuzione delle attività del Laboratorio Artigiano Digitale 4.0, impegnato nella formazione di risorse interne specializzate nella pelletteria;
- lo sviluppo di collezioni Green Oriented realizzate con materiali riciclati o a basso impatto ambientale;
- l'ampliamento dell'approccio Green Oriented all'intera offerta CARPISA.

Nel corso del 2024, non sono stati registrati episodi di non conformità legati agli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.

## STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E MARKETING

GRI 417-3

CARPISA consolida il legame di fiducia costruito con il proprio pubblico attraverso una strategia comunicativa ispirata a principi di responsabilità e sviluppata secondo un approccio omnicanale. L'azienda sceglie consapevolmente una visione olistica, veicolando contenuti che vanno oltre la sola promozione della qualità del prodotto, con l'obiettivo di sostenere e diffondere una cultura della sostenibilità.

Nel corso del 2024, non sono stati segnalati episodi di non conformità rispetto a normative vigenti o codici di autoregolamentazione in tema di comunicazione e marketing, comprese attività pubblicitarie, promozionali e sponsorizzazioni.



## CAMPAGNE DEDICATE A COLLEZIONI DI ECCELLENZA

Nel corso del 2024, CARPISA ha continuato a rafforzare il proprio posizionamento attraverso campagne di comunicazione strategiche e storytelling orientati alla sostenibilità, all'innovazione e alle collaborazioni e sponsorizzazioni orientate all'esaltazione dei valori dello sport. Di seguito, alcune delle principali iniziative promozionali e creative.

### CARPISA GOTECH®

Trolley unisex Green Oriented dal design contemporaneo, pensati per offrire leggerezza, comfort e alta resistenza. Realizzati con materiali antigraffio, fodere interne in R-PET al 100% da plastica riciclata e composizioni ricche di ABS e policarbonato provenienti da materia prima seconda. Disponibili in quattro misure, dalla S alla XL, e in una gamma di colori che spazia dai toni più sobri a quelli più accesi.

### CARPISA e la Federazione Italiana di Pallavolo

Nel 2024, CARPISA rinnova con orgoglio la propria posizione di sponsor ufficiale della Federazione Italiana di Pallavolo, confermando il proprio sostegno alle Nazionali Seniores - maschile e femminile - per il biennio 2023-2025. Il brand consolida così il legame con un'eccellenza dello sport italiano, contribuendo a valorizzare un mondo fatto di impegno, determinazione, spirito di squadra e resilienza. Un anno particolarmente significativo per lo sport italiano, culminato con la storica vittoria della Nazionale femminile alle Olimpiadi.

### CARPISA e Lara Colturi

Nel 2024, CARPISA annuncia la sponsorship di Lara Colturi, promessa dello sci internazionale. Attraverso questa collaborazione, CARPISA rafforza la propria presenza nel mondo dello sport e si fa portavoce di un volto a sostenere lo sport giovanile e le eccellenze emergenti.

### CARPISA e Jeep®

Anche nel 2024, CARPISA conferma la collaborazione con Jeep®, brand simbolo di avventura, libertà e spirito outdoor, perfettamente in linea con l'identità di CARPISA. La collaborazione dà vita a una collezione esclusiva di trolley, borsoni e zaini che uniscono robustezza e design urbano, pensati per chi ama esplorare senza rinunciare a stile e funzionalità.





**CARPISA e Minions**

Nel 2024, CARPISA arricchisce l'offerta del segmento CARPISA Kids con una speciale capsule collection in collaborazione Minions, icone dell'universo Illumination di proprietà di . La collezione include mini-trolley, pensati per accompagnare i bambini nelle loro baby avventure. Con questa collaborazione, CARPISA rafforza la propria presenza nel mondo kids, offrendo un mix vincente di qualità, divertimento e identità visiva che parla direttamente ai più piccoli e alle loro famiglie.

**CARPISA e Barbie®**

Nel 2024, CARPISA celebra l'iconica figura di Barbie® con una capsule collection pensata per il segmento CARPISA Kids e dedicata a tutte le piccole esploratrici che vogliono esprimere il proprio stile con baby trolley dai colori vivaci e dai dettagli glamour. Attraverso questa collaborazione, CARPISA non solo arricchisce la propria proposta per il pubblico più giovane, ma promuove anche valori come creatività, fiducia in sé stessi e unicità.

**CARPISA e Geolier**

Nel 2024, CARPISA avvia una collaborazione con Geolier, uno dei protagonisti più influenti della scena musicale urban italiana. Artista autentico, legato alle sue radici e simbolo delle nuove generazioni, Geolier incarna perfettamente lo spirito contemporaneo del brand. La partnership si traduce in una capsule collection in edizione limitata, ispirata allo stile street e al linguaggio visivo del rapper napoletano, con accessori dal carattere deciso. Con questa iniziativa, CARPISA si apre al dialogo con un pubblico giovane e trasversale, rafforzando la propria presenza nel mondo della musica e della cultura urbana.

## L'ETICHETTATURA, UNO STRUMENTO CHIAVE PER INFORMARE E TUTELARE

GRI 417-2

CARPISA considera la comunicazione verso gli stakeholder un elemento centrale della propria strategia di sostenibilità, ponendo al centro trasparenza, sensibilizzazione del consumatore e conformità normativa. In linea con questi principi, la Società si impegna a garantire ai propri clienti tutte le informazioni utili per compiere scelte d'acquisto consapevoli e responsabili.

Grazie al supporto dell'Ufficio Grafico interno, ogni articolo CARPISA è corredato da un cartellino informativo chiaro e completo, pensato per offrire al cliente non solo un prodotto affidabile e performante, ma anche una comunicazione comprensibile e trasparente. Le etichette, progettate per essere facilmente decodificabili, forniscono indicazioni sintetiche ma efficaci, disponibili sia in lingua italiana che inglese per incontrare le esigenze del pubblico internazionale.

Nel rispetto delle disposizioni del Codice del Consumo, le etichette apposte sui prodotti riportano in modo puntuale:

- La denominazione legale o merceologica dell'articolo;
- Il nome, la ragione sociale o il marchio e la sede legale del produttore o, se diverso, di un importatore con sede nell'Unione europea;
- L'indicazione del Paese di origine, se esterno all'Unione europea;
- L'eventuale presenza di materiali o sostanze potenzialmente dannose per le persone, le cose o l'ambiente;
- I materiali utilizzati e le tecniche di lavorazione, quando questi elementi influenzano la qualità o le caratteristiche del prodotto;
- Le istruzioni per l'uso, le eventuali avvertenze e la destinazione d'uso, se funzionali a garantire una corretta fruizione in condizioni di sicurezza. A completamento delle informazioni riportate, sono incluse anche le indicazioni relative alla gestione dei Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE).

A completamento delle informazioni riportate, sono incluse anche le indicazioni relative alla gestione dei Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE) e di pile e accumulatori (PA) giunti a fine vita, chiaramente riconoscibili tramite i simboli appositi presenti su gadget e dispositivi elettrici ed elettronici. I prodotti AEE firmati CARPISA, inoltre, sono contraddistinti dal marchio CE e riportano dettagli precisi relativi al corretto utilizzo. I prodotti che rispettano determinati requisiti di sostenibilità sono accompagnati da certificazioni riconosciute a livello internazionale, offrendo così ulteriori garanzie sull'impegno dell'azienda verso pratiche produttive etiche e responsabili.

Trattandosi di un'attività particolarmente delicata, ogni etichetta viene progettata con attenzione per assicurare la massima chiarezza e completezza delle informazioni fornite al consumatore. Prima della produzione, ogni etichetta è sottoposta a un rigoroso processo di validazione, che ne verifica l'accuratezza dei contenuti e la conformità alle normative vigenti.

Tra le principali innovazioni CARPISA in ambito di comunicazione trasparente – già richiamate in questa rendicontazione – si segnala il sistema CARPISA QR-GO®, una piattaforma informativa dedicata alla valigeria che consente al cliente di accedere in modo semplice e diretto ai servizi offerti dal brand.

In particolare, attraverso la sezione 'Caratteristiche Valigia', il cliente può ottenere informazioni sulla provenienza e sul processo di riciclo dei materiali utilizzati per il prodotto acquistato, oltre a una sintesi dei principi alla base della filosofia Green Oriented.

Nel corso del 2024, non sono stati rilevati episodi di non conformità relativi alla corretta informazione ed etichettatura dei prodotti.



### POLITICHE DI PREZZI E DELLE PROMOZIONI STAGIONALI

La comunicazione relativa alle politiche di prezzo e ai periodi promozionali segue rigorosamente le normative locali vigenti nei Paesi in cui CARPISA è presente, nonché le linee guida regionali e le indicazioni fornite dalle associazioni di categoria di riferimento.

Anche in questo ambito, la Società adotta un approccio orientato ai valori di correttezza, trasparenza e immediatezza, con l'obiettivo di garantire al proprio pubblico una comunicazione trasparente e coerente con le esigenze reali dei consumatori, favorendo scelte consapevoli e responsabili. Il rispetto di tali principi è assicurato da strumenti visivi ufficiali – predisposti dalla sede centrale – impiegati per l'allestimento dei punti vendita, nonché da un sistema centralizzato per la gestione dei prezzi. Quest'ultimo consente il caricamento e l'aggiornamento uniforme dei prezzi di listino, compresi quelli relativi a promozioni o periodi di saldo, direttamente a cura della sede.

Anche per il 2024 non si rilevano segnalazioni significative, fatta eccezione per alcuni verbali ricevuti in merito a inosservanze del Codice del Consumo.

### GESTIONE DEI SERVIZI POST-VENDITA

#### GRI 418-1

CARPISA mette a disposizione dei propri clienti una gamma di servizi pensati per rispondere in modo puntuale e completo alle diverse esigenze, con modalità di contatto sia digitali sia dirette tramite il personale presente nei punti vendita.

Tra le iniziative che rientrano nei servizi post-vendita si annoverano anche i programmi di fidelizzazione, che consentono ai clienti di restare aggiornati sulle novità e promozioni, oltre a raccogliere punti con gli acquisti effettuati sia nei negozi fisici che tramite e-commerce. A partire dal 2022, la gestione dei dati relativi agli utenti iscritti alla loyalty è affidata alla piattaforma integrata Zendesk, che consente una visione centralizzata e accessibile delle informazioni, semplificando le attività di supporto e assistenza. L'iscrizione al programma e il trattamento dei dati avvengono nel pieno rispetto del Regolamento Generale per la Protezione dei Dati (GDPR) in vigore dal 2018.

Tutti i clienti, sia online che nei punti vendita, ricevono un'informativa chiara in materia di privacy e trattamento dei dati personali, con l'indicazione dei contatti utili per ricevere assistenza, inviare segnalazioni o richiedere la cancellazione dal programma fedeltà.

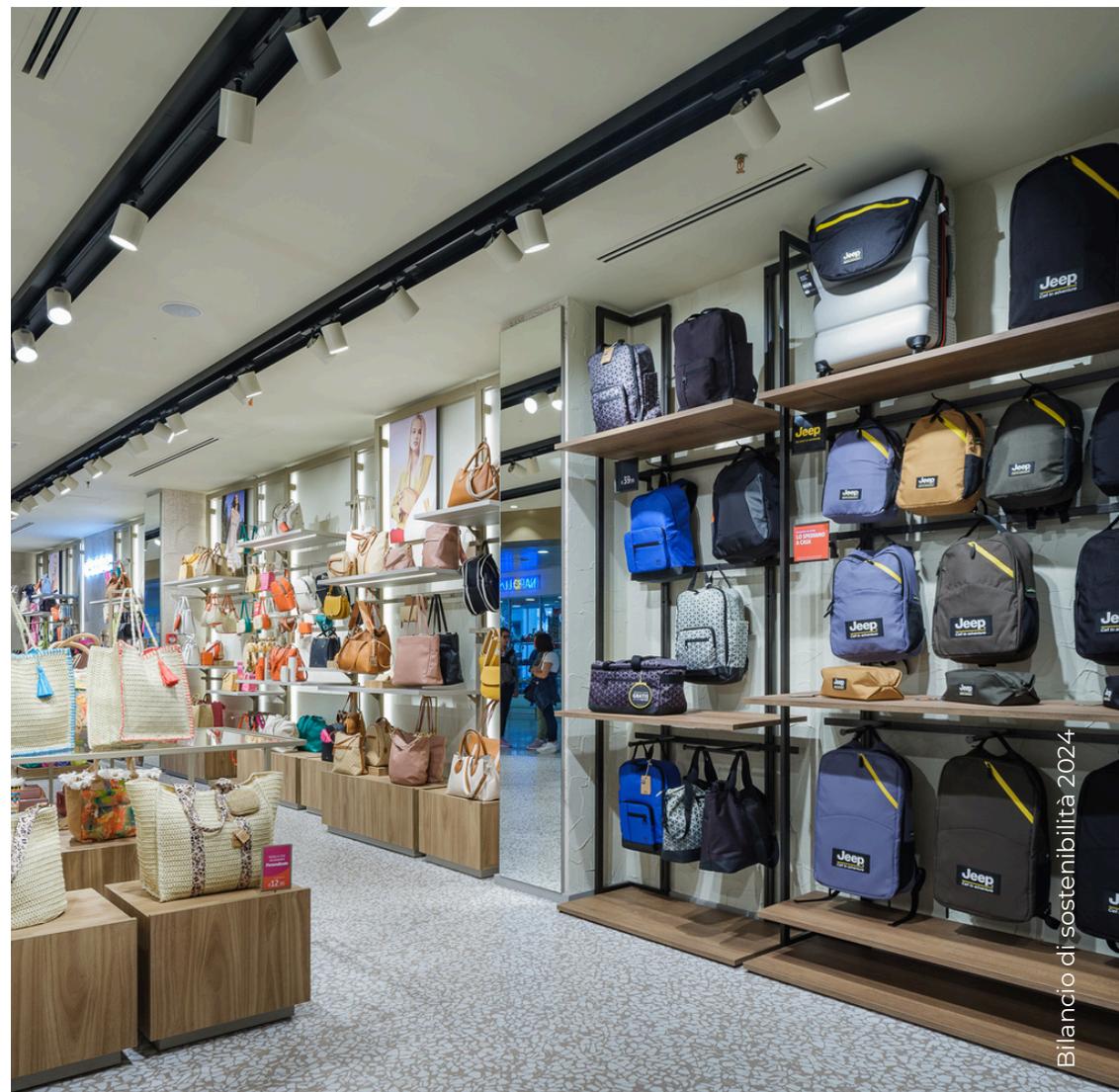
Eventuali segnalazioni in merito alla gestione dei dati personali prevedono il coinvolgimento diretto del Data Protection Officer (DPO) e dell'Ufficio Legale, a testimonianza dell'attenzione costante che la Società riserva alla protezione della privacy. Nel corso del 2024 non sono stati rilevati episodi documentati relativi a violazioni della privacy né casi di perdita di dati riferiti ai clienti.

### ASCOLTO DEI CLIENTI E GESTIONE DEI SERVIZI AFTER SALES CARPISA CUSTOMER CARE

Nel corso del 2024, il dipartimento Customer Care puntato ad un decremento dei tempi di risposta e ad una riduzione dei resi di cortesia.

Il nostro team di customer care è dedicato ad ascoltare e soddisfare le esigenze di tutti i clienti, offrendo assistenza personalizzata al cliente in base alle sue esigenze.

Siamo impegnati a fornire supporto completo durante l'intero processo di acquisto.



Dalla consulenza iniziale fino all'assistenza post-vendita, il nostro team è sempre disponibile per rispondere a domande, fornire informazioni e risolvere eventuali problematiche.

Crediamo che un servizio clienti efficace sia la chiave per costruire fiducia e lealtà e per questo il nostro obiettivo principale è favorire la creazione di una relazione aperta e partecipativa con ogni cliente. Una delle nostre priorità è la possibilità di riparare gli articoli anche in caso di danneggiamenti fuori garanzia. Questo approccio non solo aiuta i clienti a prolungare la vita utile dei loro acquisti, ma contribuisce anche a ridurre gli scarti dovuti a difettosità. Vogliamo essere parte di una soluzione sostenibile, minimizzando l'impatto ambientale attraverso il recupero e la riparazione dei prodotti. Garantire il rispetto della privacy e la sicurezza dei dati dei clienti è di fondamentale importanza per noi. Implementiamo sistemi adeguati di cybersecurity per prevenire tentativi illegali di accesso a informazioni sensibili.

Grazie ai rigorosi controlli effettuati durante la fase produttiva e all'efficacia dei nostri servizi post-vendita, Carpisa mantiene una percentuale di reso estremamente contenuta rispetto al totale delle vendite. Nel corso di quest'anno, abbiamo posto particolare attenzione alla riduzione dei resi di cortesia, intervenendo sul miglioramento delle descrizioni e delle schede tecniche dei prodotti. Questo ci ha permesso di offrire ai clienti informazioni più chiare e dettagliate, facilitando scelte d'acquisto più consapevoli e in linea con le loro reali esigenze.



n. ticket aperti  
**19.694**



n. ticket risolti  
**21.257**



% ticket risolti al  
primo contatto  
**81%**



tempo risoluzione  
completa  
**37 ore**

Grazie ai rigorosi controlli effettuati durante la fase produttiva e all'efficacia dei nostri servizi post-vendita, Carpisa mantiene una percentuale di reso estremamente contenuta rispetto al totale delle vendite. Nel corso di quest'anno, abbiamo posto particolare attenzione alla riduzione dei resi di cortesia, intervenendo sul miglioramento delle descrizioni e delle schede tecniche dei prodotti. Questo ci ha permesso di offrire ai clienti informazioni più chiare e dettagliate, facilitando scelte d'acquisto più consapevoli e in linea con le loro reali esigenze.

Carpisa si propone di raggiungere i seguenti obiettivi entro il 2025:

Ottimizzare ulteriormente le performance del customer care:

L'obiettivo è migliorare i tempi di prima risposta e di risoluzione completa dei ticket, riducendo così le attese per i clienti e aumentando l'efficienza del team nel gestire rapidamente le richieste. Resta centrale anche la riduzione dei resi di cortesia, attraverso un potenziamento delle informazioni a supporto della vendita e la proposta di soluzioni alternative per il cliente.

Implementazione del Downcycling: Punteremo a ottimizzare ulteriormente il processo di downcycling attraverso un'attenta selezione dei resi, identificando i prodotti ancora idonei al riutilizzo



**3,96%**

resi sul venduto

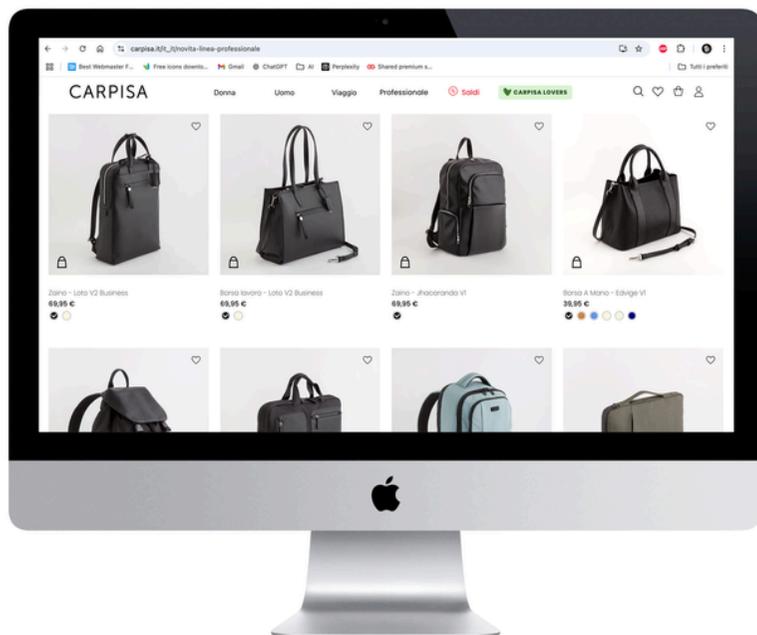
**17.30%**

resi per difettosità

## E-COMMERCE AL SERVIZIO DEL CLIENTE

Nel corso del 2024 CARPISA ha continuato a potenziare il proprio canale online attraverso una serie di iniziative strategiche:

- Traduzione dei siti web in francese, inglese, spagnolo e tedesco, ed espansione a nuove country con l'obiettivo di rendere l'esperienza d'acquisto più accessibile e immediata per i clienti locali;
- Introduzione della funzione di tracciamento delle spedizioni direttamente sul sito, per consentire ai clienti di monitorare in tempo reale lo stato delle proprie consegne;
- Incremento delle vendite su Zalando, primo marketplace in una serie di partnership commerciali in programma;
- Apertura nuovo Marketplace in Germania: Amazon
- Dedicata sul sito e-commerce una pagina nel footer intitolata "Innovazione e Sostenibilità", che raccoglie prodotti sostenibili e innovativi.
- Revisione completa del processo di checkout, finalizzata a garantire un'esperienza di acquisto più fluida, rapida e soddisfacente per l'utente;
- Consolidamento della collaborazione tra il team digital e il Customer Care, al fine di ottimizzare procedure interne e migliorare la comunicazione con la clientela.



Inoltre, la Società ha proseguito nello sviluppo della Customer Data Platform, elemento centrale dell'infrastruttura tecnologica che consente di ottenere una visione unificata e integrata del cliente, a prescindere dal canale di contatto scelto. Ha realizzato e lanciato la nuova loyalty: Carpisa Lovers

Grazie alla nuova piattaforma di marketing automation, CARPISA sfrutta algoritmi avanzati di Intelligenza Artificiale per identificare il momento, il canale e il contenuto più efficaci per ciascun cliente. La capacità di elaborazione dei dati consente, inoltre, di segmentare la clientela in cluster distinti basati su preferenze e caratteristiche personali, garantendo sempre il pieno rispetto delle normative GDPR.



**+19%**

Ricavi dal l'e-commerce  
vsl 2023



**8,9 mln**

Sessioni  
registrate



**+195,8%**

Ricavi vs 2023  
(esclusi marketplace)



**14**

Paesi serviti  
(inclusi marketplace)

# CARPISA LO VE RS

STORIE DA RACCONTARE...

## PIÙ DI UN PROGRAMMA FEDELITÀ, UNA RELAZIONE CHE CRESCE

Dietro ogni acquisto c'è una scelta. Dietro ogni scelta, una persona. È da questa consapevolezza che è nato CARPISA LOVERS, il nostro programma loyalty pensato non solo per premiare, ma per ascoltare, coinvolgere e valorizzare chi ci accompagna ogni giorno. Non volevamo costruire l'ennesimo sistema a punti. Volevamo creare una comunità vera, fatta di relazioni continue, esperienze personalizzate e piccoli gesti che raccontano cura. Con CARPISA LOVERS abbiamo immaginato un nuovo modo di stare vicini ai nostri clienti: attraverso vantaggi concreti, certo, ma anche attraverso un dialogo autentico.

Tre i livelli di partecipazione – Silver, Gold e Platinum – che non misurano solo quanto si acquista, ma quanto ci si sente parte di un percorso comune. Ogni soglia raggiunta dà accesso a nuovi benefici: dai voucher di benvenuto e di compleanno agli sconti riservati, spedizioni gratuite, accesso anticipato ai saldi e contenuti esclusivi. E accumulare punti è semplice: basta un acquisto, un'iscrizione alla newsletter, la compilazione del profilo o la partecipazione a un sondaggio. Ogni interazione conta, ogni gesto viene riconosciuto. CARPISA LOVERS è pensato per premiare non solo la fedeltà, ma la fiducia. Per noi, la sostenibilità è anche questo: creare relazioni durature, basate sul rispetto, la trasparenza e l'ascolto. Entrare nella community significa molto più che accedere a promozioni: significa essere parte di una storia condivisa. Perché chi ci sceglie non è solo un cliente. È parte della nostra identità. È un lover. E merita tutta la nostra attenzione.



## LE STRATEGIE DI MERCHANDISING

Nel 2024, CARPISA ha proseguito con determinazione il percorso di razionalizzazione e ottimizzazione delle collezioni, confermando l'impegno verso un approccio sempre più strategico e sostenibile nella gestione del prodotto. L'obiettivo di ridurre il numero complessivo degli SKU del 25% rispetto al 2019 è stato sostanzialmente raggiunto, con una riduzione confermata pari al 24%. Abbiamo introdotto nuove categorie di prodotto in risposta all'evoluzione delle abitudini di acquisto e viaggio, rilevate attraverso un attento monitoraggio dei trend di mercato e delle esigenze emergenti dei consumatori. Le nuove categorie sono state progettate per intercettare segmenti di consumo dinamici e in crescita, come la mobilità quotidiana, il viaggio breve e le esigenze ibride tra business e leisure. Grande attenzione è stata inoltre dedicata all'innovazione tecnologica dei materiali e delle funzionalità, con l'inserimento di articoli dotati di caratteristiche evolute (es. leggerezza, resistenza, organizzazione interna ottimizzata, compatibilità con device digitali). Elemento centrale di questo processo è stata la suddivisione dell'assortimento in due macro-categorie: continuativo e moda. Il prodotto continuativo, concepito per rispondere a esigenze stabili e non soggetto a saldi stagionali, ha beneficiato di una maggiore visibilità e di una rotazione costante. Al contrario, il prodotto moda ha continuato a rispondere con flessibilità ai trend stagionali, contribuendo a mantenere dinamica l'offerta.

Nel reparto **DONNA**, l'incidenza dell'incasso del prodotto continuativo ha raggiunto il 25% sul totale, a conferma dell'efficacia della strategia carry-over, supportata da una progettazione mirata e da una pianificazione degli acquisti più razionale. Per rafforzarne il posizionamento e l'appeal in store, la gamma colori del continuativo è stata rinnovata con l'introduzione di tonalità moda selezionate, migliorando la visibilità a scaffale e l'attrattiva del display permanente, pur mantenendo la coerenza del core range.

Nel reparto **UOMO**, il prodotto continuativo ha rappresentato il 68% dell'incasso totale. Un risultato che testimonia la solidità dell'assortimento carry-over in questa categoria, costruito su articoli iconici, funzionali e trasversali, con uno stile essenziale e riconoscibile. La stabilità della proposta ha consentito una riduzione della stagionalità e una maggiore efficienza nella gestione dell'offerta.

Nel reparto **VALIGERIA**, l'incidenza del continuativo ha raggiunto l'82% dell'incasso complessivo, confermando un assortimento altamente consolidato. In questo segmento, dove il consumatore privilegia affidabilità, funzionalità e coerenza nel design, la continuità dell'offerta rappresenta un vantaggio competitivo. La gestione stabile delle referenze ha inoltre contribuito alla riduzione delle rimanenze e a una maggiore efficienza logistica.

Parallelamente, è proseguito il rafforzamento della strategia di clusterizzazione degli store, basata su parametri qualitativi e quantitativi come di seguito:

- performance di vendita del singolo store
- caratteristiche del bacino d'utenza
- dimensioni e layout del punto vendita
- stagionalità locale e flussi turistici

Questo approccio ha consentito una distribuzione sempre più mirata delle referenze, con una loro allocazione strategica nei punti vendita a più alto potenziale di vendita.

Il risultato è stato una gestione più efficiente degli assortimenti, una significativa riduzione delle movimentazioni di merce e un impatto positivo sia sul piano operativo che ambientale.



# DATI CANALI DI COMUNICAZIONE 2024

## FACEBOOK

Tot. N. Post	336
Tot. Likes	103.492
Tot. Commenti	2.798
Tot. Shares	4.289

## INSTAGRAM

Tot. N. Post	354
Tot. Likes	619.637
Tot. Video Views	24.406.185
Tot. Commenti	8.404
Tot. Shares	2.953

## TIKTOK

Tot. N. Post	123
Tot. Likes	133.956
Tot. Video Views	22.017.583
Tot. Commenti	1.379
Tot. Shares	2.770





# COMUNITÀ L'IMPEGNO VERSO LA COMUNITÀ LOCALE

CARPISA ritiene che dedicare tempo e risorse alle persone rappresenti un investimento fondamentale per costruire un futuro solido e sostenibile. Su questa base, nel tempo la Società ha instaurato collaborazioni significative con istituti scolastici, università, realtà sportive e associazioni di categoria. Questi partenariati si distinguono per l'obiettivo comune di promuovere lo scambio di conoscenze e valori condivisi, sostenendo allo stesso tempo lo sviluppo di iniziative concrete e diversificate, pensate per generare un impatto positivo e duraturo sul territorio.



## IL SOSTEGNO AI GIOVANI TALENTI GRAZIE A PARTNERSHIP CON SCUOLE E UNIVERSITÀ

Le collaborazioni instaurate con istituti scolastici e centri di ricerca universitari sono focalizzate sullo sviluppo di progetti di ricerca e innovazione che coinvolgono direttamente giovani talenti e i laboratori di queste istituzioni. L'obiettivo principale è quello di individuare soluzioni innovative da applicare ai prodotti CARPISA, favorendo al contempo lo scambio di competenze e conoscenze con le nuove generazioni.

Tra le iniziative attive in questo ambito si segnalano:

- Programmi di alternanza scuola-lavoro, che spesso prevedono visite degli studenti agli uffici e ai laboratori aziendali;
- Seminari organizzati presso scuole superiori, dedicati all'illustrazione dell'organizzazione aziendale e al ruolo strategico della Ricerca & Sviluppo per il successo delle imprese;
- Stage rivolti a giovani diplomati, con l'obiettivo di inserirli in attività di laboratorio e ricerca, facilitando così il loro ingresso nel mondo del lavoro.

## IL LABORATORIO ARTIGIANO DIGITALE 4.0 E LA FABBRICA INTELLIGENTE

CARPISA è protagonista, in qualità di titolare esclusivo, del progetto MISE "Fabbrica Intelligente - INN.PRO.DES" (Innovazione dei Processi di Design e Prototipazione), sviluppato in collaborazione con l'Università di Roma Tre (UNIROMA3). Questo percorso, avviato nel 2021 e tuttora in corso, rappresenta un'eccellenza nel campo del design sostenibile, focalizzandosi sull'integrazione tra artigianato tradizionale e digitalizzazione dei processi di progettazione e prototipazione fino alla produzione finale.

Il laboratorio costituisce un'importante opportunità per giovani tirocinanti e appassionati che desiderano approfondire l'artigianato, combinando tecniche classiche con strumenti e processi digitali all'avanguardia. L'ambiente di lavoro si caratterizza per la presenza di attrezzature sia tradizionali che tecnologiche, che consentono di realizzare cartamodelli fisici e di utilizzare software CAD supportati da plotter automatici per il taglio della pelle. Grazie al progetto "Fabbrica Intelligente", CARPISA ha potuto accedere a risorse finanziarie dedicate, che hanno permesso il potenziamento dei laboratori con nuove macchine e software di ultima generazione. Nel medesimo anno è nata anche la collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria di UNIROMA3, partnership che si è consolidata nel 2023 e che ha come obiettivo lo studio, l'ottimizzazione e il monitoraggio dei processi produttivi aziendali.



In parallelo, è proseguito il percorso di reshoring, avviato nel 2021, che utilizza il Laboratorio Artigiano Digitale 4.0 per sviluppare linee produttive Made in Italy, coinvolgendo attivamente diverse risorse della comunità locale. A sostegno di questa strategia, CARPISA ha aderito al Cluster Tecnologico Nazionale Made in Italy, un consorzio composto da centri di ricerca universitari e dipartimenti di R&S di varie imprese, con l'obiettivo di partecipare a progetti nazionali dedicati al Made in Italy. Tale adesione apre nuove opportunità di accesso a bandi collegati al PNRR, favorendo lo sviluppo di iniziative innovative che vedono protagonisti anche giovani talenti del territorio. Nel 2022 sono state avviate attività di ricerca, selezione e formazione per integrare nuove figure professionali nei settori design, prodotto e artigianato. Le risorse individuate hanno seguito un intenso percorso formativo, con migliaia di ore dedicate al design 3D. Da questo processo è nato l'ufficio di modellistica digitale, composto da giovani professionisti, che ha rivoluzionato il flusso di lavoro del design, permettendo di visualizzare le collezioni in anteprima attraverso la modellazione 3D. Questo approccio innovativo ha comportato una significativa riduzione di costi e tempi, oltre a un'ottimizzazione delle collezioni che rispecchiano fedelmente l'idea originale dei designer.



**M** —  
**I** N  
**I** T —  
 cluster  
 tecnologico  
 nazionale  
**made  
 in Italy**

## LO SPORT COME LEVA SOCIALE

CARPISA riconosce nello sport un potente strumento di inclusione e uguaglianza, in grado di superare barriere sociali e culturali, promuovendo valori condivisi e modelli positivi. In quest'ottica si inseriscono le numerose iniziative di sponsorizzazione sportiva promosse nel tempo dalla Società, che spaziano dal volley al tennis, dallo sci alpino ad altre discipline, attraverso il coinvolgimento di atleti e personalità di rilievo internazionale, tra giovani promesse ed eccellenze affermate.

Tra le collaborazioni più significative si distingue il ruolo di premium sponsor delle Nazionali italiane di pallavolo maschile e femminile. Un impegno che testimonia la volontà di sostenere una cultura sportiva fondata sull'uguaglianza di genere e sulla valorizzazione di talenti trasversali, contribuendo alla diffusione di messaggi positivi e inclusivi. Guardando al futuro, CARPISA conferma e rafforza il proprio impegno a favore dello sport femminile attraverso un ambizioso progetto di sviluppo territoriale: la realizzazione di una cittadella dedicata al calcio femminile nell'area napoletana. L'iniziativa, pensata come un punto di riferimento per il Centro-Sud, si propone di generare nuove opportunità di aggregazione, formazione e inclusione sociale, contribuendo attivamente alla crescita del movimento sportivo femminile a livello nazionale.





## DIALOGO E SINERGIE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

### GRI 2-28

Il dialogo costante con le associazioni di categoria rappresenta per CARPISA un'importante occasione di confronto su tematiche strategiche per il settore, dalla sostenibilità alla gestione delle criticità emergenti. Queste collaborazioni favoriscono la condivisione di buone pratiche, il monitoraggio delle dinamiche di mercato e la partecipazione attiva alle attività di rappresentanza e advocacy.

Grazie alla sinergia tra enti di categoria, università e centri di formazione, la Società partecipa anche alla promozione di percorsi formativi gratuiti rivolti a realtà imprenditoriali e alla comunità locale, contribuendo alla diffusione di conoscenze e competenze professionali orientate all'innovazione e alla responsabilità sociale.

### Associazione

### Attività

**CONFINDUSTRIA  
MODA** FEDERAZIONE  
TESSILE E MODA 

Confindustria Moda è l'organizzazione che coordina la filiera italiana della moda e del tessile, promuovendone competitività, sostenibilità e innovazione. Attraverso la sua struttura associativa e il Centro Studi, rappresenta un interlocutore primario per lo sviluppo strategico del settore, con particolare attenzione a scenario organizzativo, congiuntura economica e obiettivi di medio-lungo termine.



L'Unione Industriali di Napoli è un'associazione imprenditoriale autonoma, apartitica e senza scopo di lucro, parte integrante del sistema Confindustria. CARPISA aderisce al network dell'Associazione con l'obiettivo di rafforzare il legame con il territorio e contribuire attivamente allo sviluppo locale, partecipando a eventi istituzionali, incontri tematici e tavoli di confronto dedicati. La presenza della Società all'interno dell'Unione è garantita da un membro del Consiglio di Amministrazione di Pianoforte Holding, che ricopre il ruolo di vicepresidente nazionale con delega al Mezzogiorno.

## Associazione



## Attività

Confimprese è un'associazione privata, riconosciuta e senza scopo di lucro, che dal 1999 affianca le aziende attive nel settore del commercio, in particolare quelle con reti in franchising o a gestione diretta. CARPISA prende parte all'associazione per cogliere nuove opportunità di networking e per favorire la pianificazione strategica delle proprie attività di crescita, sia sul mercato nazionale che internazionale.



Dal 1953, anno della sua istituzione, Kuvera S.p.a. – insieme alla capogruppo Pianoforte Holding – prende parte alle attività della Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro. Il Presidente della Holding è membro del Consiglio Direttivo della Federazione e, in questo contesto, la Società contribuisce attivamente alla promozione dello sviluppo economico e sociale nelle regioni del Mezzogiorno. Tra le iniziative più rilevanti si segnala la collaborazione alla redazione di uno studio nazionale dedicato ai temi di sostenibilità, realizzato con il contributo dei Cavalieri del Lavoro.



Fondata nel 1966, l'Associazione Italiana Pellettieri (ASSOPELLETTIERI) rappresenta un punto di riferimento per le aziende del comparto pelletteria, un settore strategico per l'economia nazionale, che riunisce marchi di lusso e piccole e medie imprese altamente specializzate. L'Associazione tutela gli interessi dei propri membri nei rapporti con le istituzioni pubbliche e gli enti governativi, collaborando inoltre con organismi internazionali per promuovere azioni di supporto al settore. Il suo impegno si concentra anche nell'affrontare le sfide attuali del comparto, stimolando una visione aziendale innovativa e orientata al cambiamento.



La Stazione Sperimentale per l'Industria delle Pelli e delle Materie Concianti (SSIP) rappresenta un polo di ricerca e formazione orientato allo sviluppo delle competenze delle nuove generazioni. Nell'ambito della collaborazione con questo ente, alcuni giovani talenti sono oggi coinvolti in percorsi di tirocinio pratico all'interno dei laboratori CARPISA, dove possono mettere in pratica quanto appreso e contribuire a progetti concreti.



## NOTA METODOLOGICA

GRI 2-1 | GRI 2-2 | GRI 2-3 | GRI 2-4 | GRI 2-5

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 2024, 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 Doppia materialità”.

I dati e le informazioni riportati si riferiscono all’esercizio 1° gennaio – 31 dicembre 2024, 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](mailto:sostenibilità@carpisa.com).

Il Bilancio non è soggetto a verifica di parte terza ed è stato redatto con il supporto metodologico di



# GRI REPORTING PACKAGE

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

Dipendenti (GRI 2-7)									
Dipendenti per contratto di lavoro									
	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Contratti a tempo determinato	15	171	186	19	262	281	34	284	318
Contratti a tempo indeterminato	69	328	397	70	283	353	80	301	381
Dipendenti a ore non garantite	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Apprendistato /inserimento <sup>3</sup>	3	19	22	3	35	38	1	49	50
<b>Totale</b>	<b>87</b>	<b>518</b>	<b>605</b>	<b>92</b>	<b>580</b>	<b>672</b>	<b>115</b>	<b>634</b>	<b>749</b>

Dipendenti (GRI 2-7)									
Dipendenti per tipologia di impiego									
	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Part-time	12	270	282	12	327	339	34	404	438
Full-time	75	248	323	80	253	333	81	230	311
<b>Total e</b>	<b>87</b>	<b>518</b>	<b>605</b>	<b>92</b>	<b>580</b>	<b>672</b>	<b>115</b>	<b>634</b>	<b>749</b>

<sup>3</sup> Nei contratti di apprendistato/inserimento sono considerati esclusivamente i dipendenti diretti.

Tassi di turnover in entrata e in uscita (GRI 401-1)

Turnover in entrata e in uscita per genere (%)									
	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Turnover positivo assunzioni	43%	65%	62%	68%	96%	92%	66%	91%	87%
Turnover negativo cessazioni	-39%	-67%	-63%	-62%	-84%	-81%	46%	82%	76%
<b>Totale</b>	<b>5%</b>	<b>-2%</b>	<b>-1%</b>	<b>6%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>20%</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>

Diversità, pari opportunità e inclusione



Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (GRI 405-1)									
Dipendenti per inquadramento									
	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	1	2	0	1	1	1	1	2
Quadri	2	7	9	4	6	10	6	7	13
Impiegati	78	510	588	82	573	655	102	626	728
Operai	6	0	6	6	0	6	6	0	6
<b>Totale</b>	<b>87</b>	<b>518</b>	<b>605</b>	<b>92</b>	<b>580</b>	<b>672</b>	<b>115</b>	<b>634</b>	<b>749</b>

Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (GRI 405-1)									
Dipendenti per inquadramento, genere e classe d'età									
	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	1	2	0	1	1	1	1	2

Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (GRI 405-1)

Dipendenti per inquadramento, genere e classe d'età

	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Dirigenti</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra 30 e 50	0	1	1	0	1	1	0	1	1
>50	1	0	1	0	0	0	1	0	1
<b>Quadri</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>13</b>
<30	0	0	0	1	0	1	0	0	0
tra 30 e 50	1	5	6	1	4	5	6	5	11
>50	1	2	3	2	2	4	0	2	2
<b>Impiegati</b>	<b>78</b>	<b>510</b>	<b>588</b>	<b>82</b>	<b>573</b>	<b>655</b>	<b>102</b>	<b>626</b>	<b>728</b>
<30	17	207	224	18	271	289	36	310	346
tra 30 e 50	53	288	341	56	288	344	58	299	357
>50	8	15	23	8	14	22	8	17	25
<b>Operai</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
<30	1	0	1	1	0	1	0	0	0
tra 30 e 50	1	0	1	1	0	1	2	0	2
>50	4	0	4	4	0	4	4	0	4
<b>Totale</b>	<b>87</b>	<b>518</b>	<b>605</b>	<b>92</b>	<b>580</b>	<b>672</b>	<b>115</b>	<b>634</b>	<b>749</b>

Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (GRI 405-1)

Età media ed anzianità media degli occupati di CARPISA (anni)

	2022		2023		2024	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
<b>Età media</b>	38	33	38	32	37	32
<b>Anzianità aziendale media</b>	7	5	6	4	5	4

Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini (GRI 405-2)

Rapporto nella remunerazione delle donne rispetto agli uomini\* (%)

Stipendio base medio<sup>5</sup>

	2022	2023	2024
<b>Dirigenti</b>	140%	100%	141%
<b>Quadri</b>	120%	140%	131%
<b>Impiegati</b>	68%	78%	83,5%
<b>Operai</b>	-	-	-

Remunerazione media<sup>6</sup>

	2022	2023	2024
<b>Dirigenti</b>	153%	100%	140%
<b>Quadri</b>	116%	141%	133%
<b>Impiegati</b>	68%	79%	84%
<b>Operai<sup>19</sup></b>	-	-	-

[4] 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.

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

[6] 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)

	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Casi registrabili di infortuni sul lavoro</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>16</b>
<i>sul lavoro</i>	0	9	9	0	8	8	2	14	16
<i>in itinere</i>	2	2	4	1	1	2	ND	ND	ND
<b>Ore lavorate</b>	<b>134.332</b>	<b>630.951</b>	<b>765.282</b>	<b>125.539</b>	<b>508.064</b>	<b>633.603</b>	<b>146.089</b>	<b>570.624</b>	<b>716.713</b>

Infortuni sul lavoro (n.) (GRI 403-9)

Tassi infortunistici<sup>7</sup>

	2022			2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Tasso di infortuni sul lavoro registrabili</b>	14,9	17,4	17	8	17,7	15,8	13,7	24,5	22,3

<sup>(1)</sup> Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = n. di infortuni sul lavoro registrabili / n. di ore lavorate \* 1.000.000.

La gestione delle risorse energetiche

GRI 305-1

Scope 1	UdM	2022	2023 <sup>8</sup>	2024
Totale emissioni Scope 1	tCO <sub>2</sub> eq	215	456	371

GRI 305-2

	UdM	2022	2023 <sup>8</sup>	2024
Energia elettrica acquistata da rete	Gj	15.598	14.276	15.348
Di cui sede	Gj	2.410	2.475	2.460
Di cui negozi	Gj	13.188	11.801	12.888
Gas	Gj		138	293
Casolio per gruppi elettrogeni	Gj		3	1
Casolio per auto aziendali	Gj		3.391	3.289
Benzina per auto aziendali	Gj	2.915	2.483	2.513
GPL	Gj		199	0
<b>Totale</b>	<b>Gj</b>	<b>18.513,0</b>	<b>20.488,4</b>	<b>21.444</b>

<sup>8</sup> 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

<sup>9</sup> 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 - kgCO<sub>2</sub>eq/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 - kgCO<sub>2</sub>eq/l
- Gasolio autovetture: Ecoinvent 3.10 - transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | Cutoff, U - kgCO<sub>2</sub>eq/l
- Benzina: Ecoinvent 3.10 - transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | Cutoff, U - kgCO<sub>2</sub>eq/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 - kgCO<sub>2</sub>eq/l

Scope 2	tCO <sub>2</sub> e			
Sede	tCO <sub>2</sub> e	390	207	200
Punti vendita	tCO <sub>2</sub> e	957	986	1050
<b>Totale emissioni Scope 2</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>1.347</b>	<b>1.193</b>	<b>1.250</b>

GRI 302-1

## Circolarità ed ecodesign GRI 301-1

	2022	2023 <sup>[1]</sup>	2024
	Quantità (t)	Quantità (t)	Quantità (t)
<b>Materiali in carta e cartoncino</b>	<b>1.939</b>	<b>2.230</b>	<b>2.090</b>
Cartoni	1.681	1.933	1.840
Shopping bag	121	139	130
Altro materiale packaging in carta e cartoncino	137	158	120
<b>Materiali in plastica</b>	<b>67</b>	<b>77</b>	<b>75</b>
Polybag	67	77	75
<b>Totale</b>	<b>2.006</b>	<b>2.307</b>	<b>2.165</b>

[1] 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	2024
15.01.01	imballaggi in carta e cartone	t	19,84
15.01.02	imballaggi in plastica		2,04
15.01.06	imballaggi in materiali misti		26,21
16.02.14	apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13		0,2
20.01.08	rifiuti biodegradabili di cucine e mense		15,82
20.01.10	abbigliamento		10,86
20.02.01	rifiuti biodegradabili		2,59
<b>Totale</b>			<b>77,56</b>

## Rifiuti pericolosi

CER	Descrizione	UdM	2023
08.03.12	Scarti di inchiostro, contenenti sostanze	t	0,02
<b>Totale</b>			<b>0,02</b>

# INDICE DEI CONTENUTI GRI

Kuvera S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024 con riferimento agli standard GRI.

STANDARD GRI	INFORMATIVA	PAGINA
<b>GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2022</b>	2-1 Dettagli organizzativi	74
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	74
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	74
	2-4 Revisione delle informazioni	74
	2-5 Assurance esterna	74
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	40
	2-7 Dipendenti	75
	2-8 Lavoratori non dipendenti	49
	2-9 Struttura e composizione della governance	25
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	24
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	24
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	26
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	26
	2-15 Conflitti d'interesse	26
	2-16 Comunicazione delle criticità	26
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	26
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	24
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	24
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	53
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	17
	2-23 Impegno in termini di policy	17
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	17
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	26
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	26
	2-28 Appartenenza ad associazioni	72

	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	17
	2-30 Contratti collettivi	49
<b>GRI 3: INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI 2022</b>	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	17
	3-2 Elenco di temi materiali	17
<b>GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016</b>	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	26
<b>GRI 301: MATERIALI 2016</b>	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	78
<b>GRI 302: ENERGIA 2016</b>	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	77
<b>GRI 305: EMISSIONI 2016</b>	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	78
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	78
<b>GRI 306: RIFIUTI 2020</b>	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	46
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	46
	306-3 Rifiuti prodotti	78
<b>GRI 401: OCCUPAZIONE 2016</b>	401-1 Nuove assunzioni e turnover	75
<b>GRI 402: RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT 2016</b>	402-1 Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	49
<b>GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018</b>	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	54
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	54
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	54
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	52
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	54
	403-9 Infortuni sul lavoro	77
	<b>GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016</b>	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	76
<b>GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016</b>	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	53
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	58
<b>GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016</b>	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	62
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	59
	<b>GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI 2016</b>	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti

# CARPISA

GRAZIE