CARPISA

Bilancio di sostenibilità

2021

Indice

Lettere agli stakeholder **2**
Highlight di sostenibilità 2021 ..... **4**
Carpisa e il contesto di riferimento **5**
Il contributo agli SDGs **7**
Profilo del brand **10**
L'identità e la storia di Carpisa 10
I valori di Carpisa 13
Presenza di Carpisa in Italia e nel mondo 14
Valore aggiunto prodotto e distribuito 15
Governance **16**
La governance di Carpisa 16
La governance di sostenibilità di Carpisa 17
Stakeholder engagement e analisi di materialità **19**
Gli stakeholder di Carpisa 19
Le priorità di Carpisa 23
Prodotto **27**
Sviluppo e innovazione 27
Materiali smart e sostenibili 30
Design sostenibile e circular economy 33
Merchandising 35
Qualità e sicurezza del prodotto 35
Approvvigionamento responsabile 38
Comunicazione trasparente e marketing responsabile 40
Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales 44
Persone **47**
Gestione e sviluppo delle persone 47
Diversità, pari opportunità e inclusione 54
Salute e sicurezza 58
Welfare e benessere 60
Relazioni industriali 62
Supporto alla comunità locale 63
Pianeta **66**
Protezione del territorio e della biodiversità 66
Gestione responsabile delle risorse 67
Negozi sostenibili 71
Packaging responsabile 72
Nota metodologica **74**
Indice dei contenuti GRI **75**

Lettere agli stakeholder

Cari stakeholder,

parto da una riflessione fatta in questo ultimo periodo che mi ha portato a ricordare tutta la storia di Carpisa.

Mio nonno, di cui porto con orgoglio il nome, aveva un negozio di pelletteria. Subito dopo la guerra, mio padre Gennaro decise di passare dalla vendita alla produzione aprendo una piccola fabbrica artigianale di borse nella quale andavo a dare una mano ogni pomeriggio dopo la scuola. Ancora oggi che siamo presenti in tutto il mondo la nostra impresa resta a "conduzione familiare".

Riavvolgendo il nastro degli eventi, potrei dire che l'affermazione del nostro gruppo nasce da una serie di intuizioni e scelte che a prima vista potevano sembrare "a rischio", illogiche, in controtendenza, e che invece si sono rivelate "azzeccate", all'avanguardia, con quella capacità di vision in grado di immaginare e "vedere" il futuro e rompere gli schemi creando qualcosa di nuovo e opportuno.

La sostenibilità è sempre più integrata nelle decisioni di investimento rappresentando un fattore capace di generare un forte impatto sul core business della società.

Va considerata come qualcosa di innovativo e all'avanguardia non solo legata al green in quanto tale, ma anche al welfare, ai processi sostenibili, alla qualità e sicurezza del prodotto.

Il design, che è da sempre uno dei pilastri di Carpisa, rientra anch'esso nel concetto di sostenibilità. Il design sostenibile implica un nuovo processo che consente di ridurre sprechi di tempo e di risorse e che permette una più rapida evoluzione delle idee e delle innovazioni.

Un'azienda al giorno d'oggi può definirsi responsabile e sostenibile quando implementa i propri processi interni al fine di utilizzare materie prime riciclate, riciclabili e reperibili in natura senza modifiche sostanziali e dannose per gli ecosistemi.

I segreti del nostro successo sono la presenza di personale fortemente motivato, un forte legame con il territorio e una continua innovazione senza rinunciare alle tradizioni familiari.

Ed è proprio il senso della famiglia che è sempre stato diffuso tra i nostri collaboratori che più che appartenere ad un'azienda sentono di appartenere a "Casa Carpisa".

Quest'ultima si fonda su persone e professionisti entusiasti e motivati. Le persone sono il motore della crescita e della trasformazione dell'azienda. Abbiamo avviato iniziative di welfare aziendale per aumentare il benessere dei nostri lavoratori. È stata ad esempio attivata una Polizza Collettiva Infortuni destinata ad ognuno dei nostri dipendenti così come in passato sono stati erogati premi di produzione collettivi in occasione del raggiungimento di obiettivi economici.

In questo 2021 abbiamo fatto ricorso agli ammortizzatori sociali previsti per il Covid provvedendo ad anticipare gli importi relativi alla cassa integrazione ai dipendenti in un difficile contesto economico che ha colpito direttamente il nostro settore.

Puntiamo da sempre a valorizzare il capitale umano attraverso la promozione di un apprendimento continuo in ambito tecnico, senza dimenticare l'importanza delle soft skills. Offriamo alle nostre persone una crescita professionale strutturata e la condivisione di conoscenza.

Ringrazio tutti i miei collaboratori e tutti coloro che stanno credendo in questi nostri valori e stanno contribuendo ai cambiamenti positivi che rientreranno in quelle famose scelte "a rischio" e "illogiche" che hanno reso Carpisa la grande azienda che è oggi.

Raffaele Carlino

Presidente Carpisa

Cari stakeholder,

il concetto di sostenibilità è ormai parte integrante delle strategie di business di Carpisa. È certamente il motore che regola, già da qualche anno, le attività della Ricerca, Sviluppo e Innovazione del Carpisa Lab.

Noi del team, con tutta l'azienda a supporto, siamo concentrati sui temi rilevanti che risultano prioritari per la strategia sostenibile dell'Azienda:

- Sviluppo e innovazione
- Approvvigionamento responsabile
- Salute e sicurezza
- Qualità e sicurezza del prodotto
- Packaging responsabile
- Materiali smart e sostenibili
- Design sostenibile (approccio circolare).

Il tema del design sostenibile, ovvero della digitalizzazione in atto dei nostri processi, rappresenta senza dubbio la sfida del prossimo futuro. Potremo garantire processi snelli e risultati concreti, drastica riduzione del numero di prototipi realizzati per la costruzione delle collezioni, tempi più rapidi di progettazione, maggiore rispondenza del prodotto finale al progetto degli stilisti, show case e vetrine digitali.

È chiaro, dunque, che la sostenibilità vista a 360° rappresenta la nostra sfida più grande insieme all'accettazione del cambiamento di cui dovremo essere tutti convinti.

Carpisa Lab Team

Highlight di sostenibilità 2021

PRODOTTO

€ 129,8 mln
Retail sales
(+2,7% vs 2020)

7,0 mln
Pezzi venduti
(-8,7% vs 2020)

23
Brevetti

424
Negozi
(-9,0% vs 2020)

PERSONE

700
Dipendenti

86%
Donne

160.463
Cyao Card holder*
(-8,4% vs 2020)

3.301
Ore di formazione erogate

1,4 mln
Follower di Facebook e Instagram

PIANETA

-39%
Rifiuti prodotti vs 2020

-17%
packaging utilizzato vs 2020

100%
Carta certificata

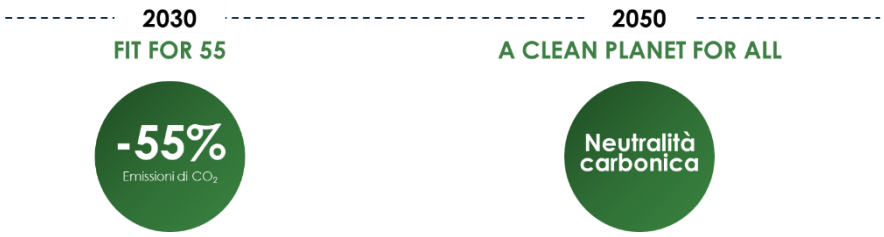
FSC
per le shopper

* Per CYao Card holder si fa riferimento ai clienti di Carpisa che hanno utilizzato una CYao Card (nel 2020, il dato era 175.099).

Carpisa e il contesto di riferimento

Dal 2015, con gli **Accordi di Parigi**, le istituzioni hanno avviato studi di fattibilità per la realizzazione di strategie ambiziose con l'obiettivo di limitare l'aumento delle temperature a 1,5°C. Tale impegno, insieme al raggiungimento della neutralità carbonica al 2050, è stato ribadito anche in occasione della **COP26**, la conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, tenutasi a Glasgow tra ottobre e novembre 2021.

Con l'obiettivo di promuovere l'uso efficiente delle risorse seguendo strategie circolari, ripristinare la biodiversità e ridurre l'inquinamento, nel 2018, l'Unione europea ha varato il "**Green Deal europeo**", che, nel 2021, è stato arricchito dal pacchetto "**Fit for 55**". Quest'ultimo rafforza il target di riduzione delle emissioni di anidride carbonica al 2030 passando dal 40% al 55% rispetto ai livelli del 1990 per contribuire significativamente al raggiungimento della carbon neutrality al 2050 con il pacchetto "**A Clean Planet for All**".



Secondo le stime della Commissione europea, il consumo comunitario di tessuti rappresenta il **quarto maggior impatto su ambiente e cambiamento climatico,** dopo cibo, settore residenziale e mobilità, e il **terzo per quanto riguarda l'uso dell'acqua e del suolo**. Infatti, ogni anno, in Europa, vengono buttati circa 5,8 milioni di tonnellate di tessuti, equivalenti a circa 11,3 kg per persona. Inoltre, la dispersione di microplastiche dai tessili sintetici e dalle calzature durante tutte le fasi del loro ciclo di vita incrementa ulteriormente l'impatto ambientale del settore, che è anche **tra i primi cinque maggiori impatti in termini di uso di materie prime ed emissioni di gas a effetto serra**.

Questi impatti negativi nascono da un modello lineare caratterizzato da tassi ridotti di utilizzo, riutilizzo, riparazione e riciclaggio dei tessili e che spesso non considera l'applicazione di modelli di economia circolare in tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto. A tal proposito, la Commissione ha in programma di affrontare la questione delle diverse fasi del ciclo di vita in cui le fibre sintetiche sono rilasciate nell'ambiente mediante una serie di **misure di prevenzione e riduzione**, definendo specifiche di progettazione vincolanti da introdurre nell'ambito del regolamento sulla **progettazione ecocompatibile di prodotti sostenibili**.

La pandemia e l'aggressione militare russa all'Ucraina hanno fortemente influenzato la domanda, la catena del valore e i prezzi dell'ecosistema tessile europeo, che è chiamato ad affrontare notevoli sfide, anche in termini di sopravvivenza.

Per contribuire alla ripresa del settore, in linea con gli obiettivi del Green Deal europeo, del Circular Economy Action Plan e del pacchetto Fit for 55, e dato il peso del settore a livello occupazionale che impiega più di 1,5 milioni di europei e che rappresenta una risorsa chiave per stimolare il lavoro locale e opportunità di business, a marzo 2022, la Commissione ha presentato la "**Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari**". Tale strategia sarà alla base del **percorso di transizione verde e digitale dell'ecosistema tessile** per renderlo non solo più sostenibile, ma anche più resiliente, favorendo l'adozione di modelli circolari di produzione, consumo e commercio. Il percorso di transizione prevederà processi di co-creazione con gli stakeholder, i quali verranno direttamente coinvolti nella realizzazione di una visione comune per l'ecosistema e in impegni specifici entro la fine del 2022.

Di particolare rilevanza, è l'impegno in merito alla **trasparenza**, all'**accessibilità** e alla **chiarezza delle informazioni** che permettano al consumatore di compiere scelte più consapevoli e, al contempo, contribuiscono ad incrementare la visibilità e la credibilità delle imprese e dei prodotti sostenibili. In quest'ottica, è prevista l'introduzione di un **passaporto digitale dei prodotti per i tessili** basato su obblighi di informazione sulla circolarità e altri aspetti ambientali fondamentali. In aggiunta, la Commissione intende investire nel **settore del riutilizzo e della riparazione** per realizzare **modelli economici circolari** e porre fine alla sovrapproduzione e al consumo eccessivo di capi di abbigliamento.

In questo contesto, i **partenariati pubblico-privati** saranno fondamentali nel sostenere la ricerca, l'innovazione e gli investimenti nel settore. Tra questi "Europa biocircolare" intende ridurre la dipendenza dell'industria dai combustibili fossili grazie alla bio-innovazione nel settore tessile e a sviluppare nuovi tipi di fibre tessili, mentre "Process4Planet" mira a promuovere la circolarità e una significativa decarbonizzazione delle industrie di trasformazione europee, compresa l'industria tessile.

La **Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari** nasce con l'obiettivo di dirigersi verso una maggiore sostenibilità dell'ecosistema tessile, attuando cambiamenti radicali nel modo lineare attualmente prevalente in cui i prodotti tessili sono progettati, fabbricati, utilizzati e buttati via. In questo modo si riduce l'impatto sui cambiamenti climatici, l'uso non sostenibile delle risorse e l'inquinamento ambientale, nonché si pone fine alla violazione dei diritti umani nelle catene del valore tessile.

Fonte: Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari, Commissione europea, 2022

In aggiunta alle linee guida dettate a livello internazionale, noi di Carpisa faremo leva anche sulle opportunità del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)** sviluppato secondo quanto indicato dal programma Next Generation EU con cui l'Unione europea prevede di supportare gli Stati Membri nella ripresa post-pandemica, attraverso un fondo pari a €790 miliardi. Di questi, €191,5 sono destinati all'Italia, il cui governo ha delineato sei missioni tra cui distribuirli. Rispetto a queste, Carpisa potrà usufruire dei finanziamenti per la **digitalizzazione (Missione 1), la rivoluzione verde e la transizione ecologica (Missione 2), l'istruzione e la ricerca (Missione 4) e l'inclusione e la coesione (Missione 5)**.

La Missione 2 del PNRR è particolarmente rilevante per i nostri obiettivi volti ad un'economia sempre più circolare, in quanto prevede la definizione e l'approvazione di una **Strategia nazionale per l'economia circolare**, nel corso del 2022, incentrata su eco-progettazione ed ecoefficienza, con diversi obiettivi, tra cui: sviluppare sistemi di incentivazione fiscale per supportare l'utilizzo di materiali derivanti dalle filiere del riciclo, promuovere il diritto al riuso e alla riparazione e riformare i sistemi di EPR (Extended Producer Responsibility) e dei Consorzi per supportare il raggiungimento degli obiettivi comunitari.

Come Carpisa continueremo ad investire in **ricerca e sviluppo e nuove tecnologie rispettose dell'ambiente**, realizzando prodotti sempre più sostenibili e circolari, grazie anche alle modifiche apportate ai processi di lavorazione, che permettono di aumentare la durabilità dei nostri prodotti e la possibilità di adottare politiche di take-back. Inoltre, in Carpisa abbiamo investito molto nella creazione CARPISA QR-GO®, che rappresenta un primo passo verso il passaporto digitale dei prodotti per i tessili inserito nella **Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari** dalla Commissione europea e andremo avanti in questa direzione per una sempre maggiore trasparenza nelle informazioni fruibili al consumatore.

Grazie agli strumenti europei e nazionali a nostra disposizione, noi di Carpisa intendiamo cogliere l'occasione di dare valore e concretizzare ulteriormente i nostri obiettivi, con l'intento di accelerare la transizione digitale ed ecologica non solo del nostro marchio, ma anche del nostro Paese realizzando un'economia più sostenibile e circolare e promuovendo, al contempo, la creazione di un sistema sociale coeso e inclusivo.

Il contributo agli SDGs

Nel 2015, l'ONU ha approvato il programma d'azione conosciuto come **Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile** con lo scopo di guidare i 193 Paesi membri dell'Organizzazione al raggiungimento, entro il 2030, di **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**, che impegnano tutti i Paesi e gli individui nel contrastare il cambiamento climatico, garantire adeguate condizioni di salute e benessere, preservare la vita e la biodiversità sulla terra e nel mare, ridurre le disuguaglianze e produrre e consumare responsabilmente.

Carpisa, consapevole del ruolo che il retail riveste a livello locale e globale, contribuisce concretamente al raggiungimento degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU** concentrandosi in particolar modo su otto di questi, considerati **prioritari,** per i quali sono stati definiti attività e obiettivi.

IMPEGNI	INIZIATIVE	SDGs
PRODOTTO		
Sicurezza del prodotto Garantire la sicurezza dei prodotti lungo tutta la catena del valore. Assicurare la riduzione degli impatti ambientali tramite l'utilizzo di materiali green di qualità	• Standard di compliance per la produzione di **prodotti sicuri** per i consumatori, **escludendo** l'utilizzo di **sostanze chimiche** nocive. • **Test di collaudo specifici** per tutti i materiali per verificare che rispondano a parametri di qualità e sicurezza. • Il Carpisa Lab Competence Center, certificato **ISO 9001**, rappresenta sempre più il **centro di controllo qualità, ricerca, sviluppo e innovazione del prodotto**. • Separazione del laboratorio in **due divisioni**, una specializzata nella caratterizzazione dei materiali e l'altra nello studio del prodotto finito e della sua funzionalità, per effettuare test più specifici ed efficienti. • Controllo della validità dei **certificati Global Recycled Standard (GRS)** e della loro rispondenza alle linee di riferimento. • Selezione dei fornitori che possiedano il maggior numero possibile di certificazioni legate ai **processi**, agli **standard di qualità** e alla **sicurezza ambientale**. • Condivisone del **Quality Service Manual (QSM)** con i fornitori affinché tutta la catena di fornitura possa essere allineata agli standard di qualità aziendali.	3 SALUTE E BENESSERE 6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI 14 LA VITA SOTT'ACQUA 15 LA VITA SULLA TERRA
Qualità del prodotto Garantire la qualità lungo tutta la catena del valore, dalla fase di progettazione e di acquisto di materie prime fino alla fase d'uso da parte del cliente.	• Distribuzione di un **Self-Assessment Questionaire (SAQ)** per la scelta e valutazione dei nostri fornitori, con particolare riguardo all'applicazione del Codice di Condotta. • Requisiti stringenti per i produttori e i fornitori al fine di assicurare un prodotto di qualità. • Padronanza sempre maggiore del **Carpisa Lab in Cina** in termini di controllo qualità e supervisione, per garantire la qualità del prodotto a partire dalle aree produttive. • Selezione di fornitori con laboratori di controllo qualità interni per garantire **un controllo più veloce** di ogni linea di fornitura. • Rinnovo della **Certificazione ISO 9001** per i prodotti Valigeria; messa in opera e perfezionamento del processo di Certificazione ISO 9001 per i prodotti Borse.	3 SALUTE E BENESSERE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Prodotti responsabili e rispetto dell'ambiente Sostenere l'integrazione di soluzioni e materiali innovativi e sostenibili nello sviluppo dei nuovi prodotti.	• Ricerca continua di materie prime innovative e a ridotto impatto ambientale, riciclate e riciclabili (es. Carpisa GOTECH®, RPET, Haygo, tessuto antibatterico, ecc.). • Nuovo processo di "**Design Sostenibile**" e circolarità dei prodotti. • Progetto **MISE – Fabbrica Intelligente – INN.PRO.DES** per la digitalizzazione sostenibile dei processi di design. • Mantenimento e implementazione della filosofia "**Green Oriented**". • **Selezione di fornitori** che hanno dimestichezza nell'applicazione di materiali sostenibili e nell'utilizzo di software 2D e 3D. • Progetto "**The Second Life**", in cui i vecchi prodotti consegnati dai clienti sono stati raccolti e riutilizzati per dare vita a prodotti nuovi. • Progetto "**5 in 1**" finalizzato a ridurre il numero di spedizioni a parità di volume, così da limitare l'inquinamento causato dai trasporti.	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 14 LA VITA SOTT'ACQUA 15 LA VITA SULLA TERRA
PERSONE		
Benessere & Welfare Assicurare il benessere e il miglioramento della qualità della vita dei dipendenti e dei loro familiari attraverso un pacchetto di benefit di varia natura.	• Attivazione del **Piano di Welfare** per i dipendenti. • Iniziativa **Nastro Rosa** per la prevenzione del tumore al seno con **LILT** ripresa nel 2021. • **Test antigienici gratuiti** a tutti i dipendenti e norme aziendali preventive per fronteggiare l'emergenza Covid-19.	3 SALUTE E BENESSERE 5 PARITÀ DI GENERE

IMPEGNI	INIZIATIVE	SDGs
	• Ricorso ad **ammortizzatori sociali** per garantire la stabilità finanziaria dei dipendenti a seguito della pandemia.	
Community Garantire il sostegno e lo sviluppo della collettività. Supporto, anche economico e finanziario all'economia locale.	• Iniziativa **Scuola Artigiani 4.0.** che rappresenta una vera e propria scuola di formazione per giovani tirocinanti, nonché un incentivo alla produzione Made in Italy che privilegia le risorse locali. • Rapporti con **scuole e università** per programmi di alternanza scuola-lavoro, seminari e stage per giovani diplomati oltre a partnership con istituti di ricerca e centri tecnologici. • Collaborazione con il dipartimento di ingegneria di **UniRoma3** legata al progetto di Fabbrica Intelligente. • Presenza nelle principali istituzioni territoriali di sistema: Confindustria Napoli e Assopellettieri. • Carpisa è socia fondatrice **della fondazione ITS Campania Moda**. • Carpisa ha una partnership con **OFFICINA VANVITELLI** dell'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli. • **Donazioni e sponsorizzazioni** (es. supporto ad attività sportive locali, partecipazione a campagne di tutela dell'ambiente, partecipazione a iniziative per persone in condizioni di difficoltà).	
PIANETA		
Sede, negozi ed e-commerce Assicurare i requisiti di sostenibilità, come l'impiego di sistemi di illuminazione e condizionamento a basso impatto ambientale, nei negozi a gestione diretta.	• **Diagnosi energetica** del fornitore elettrico quadriennale. • **Efficientamento energetico** dei negozi attraverso il piano **relamping**. • Progettazione e realizzazione di **negozio ecosostenibile**. • Studio di fattibilità per l'ottenimento della **ISO 14001**.	
Packaging, trasporto e logistica Assicurare il design e la realizzazione di packaging a basso impatto ambientale (es. Shopping bag, imballaggi, accessori espositivi) e la riduzione della mobilità.	• **Gestione responsabile di imballaggi e packaging** finalizzata al minor consumo di risorse. • **Utilizzo del 100% carta certificata FSC** per tutte le shopper. • **"Progetto cover"** volto ad eliminare completamente le polybag sul singolo prodotto Valigeria e a ridurre l'impiego di cartone. • **"Progetto 5 in 1"** finalizzato a ridurre il numero di spedizioni a parità di volume, così da limitare l'inquinamento causato dai trasporti.	
Protezione del territorio e della biodiversità Promuovere azioni volte e minimizzare gli impatti ambientali lungo tutta la catena del valore.	• Conclusione del progetto **Tartalove con Legambiente**. • Progetto di **economia circolare "The Second Life"** che riunisce alcune aziende leader campane in un'innovativa campagna di sensibilizzazione dei prodotti considerati "usati" e finalizzata a riutilizzare le borse usate per produrne di nuove destinate ad un evento di beneficenza. • Calcolo dell'**emissione di CO_2** insieme ad **Azzero CO_2**, dovuta all'intero processo, dai trasporti allo smaltimento, con successiva compensazione attraverso un progetto di forestazione nel Comune di Ferrara. • Adesione al cluster tecnologico nazionale Made in Italy, **cluster MINIT** per partecipare a progetti di utilizzo di **risorse** del territorio **completamente Made in Italy**.	

Profilo del brand

L'identità e la storia di Carpisa

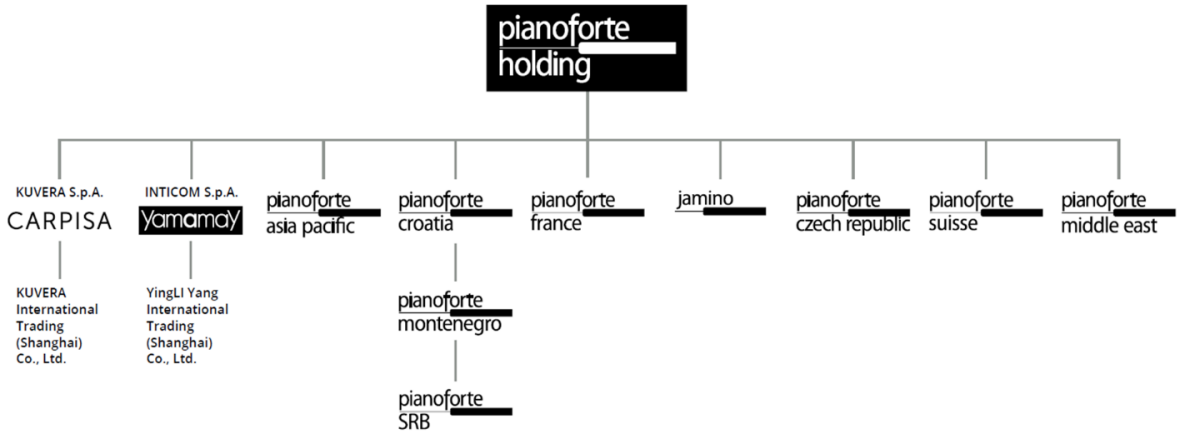
Carpisa, marchio di proprietà di Kuvera S.p.A., nasce nel 1986 con il primo negozio nel quartiere Vomero di Napoli, da un'idea imprenditoriale della famiglia Carlino, e dopo pochi anni dalla sua nascita diventa leader nel settore borse, valigeria e accessori moda.

Il simbolo del brand è una piccola tartaruga che da sempre lo contraddistingue. In pochi anni si rivela un fenomeno commerciale capace di offrire un prodotto sempre alla moda con un rapporto qualità prezzo assolutamente unico.

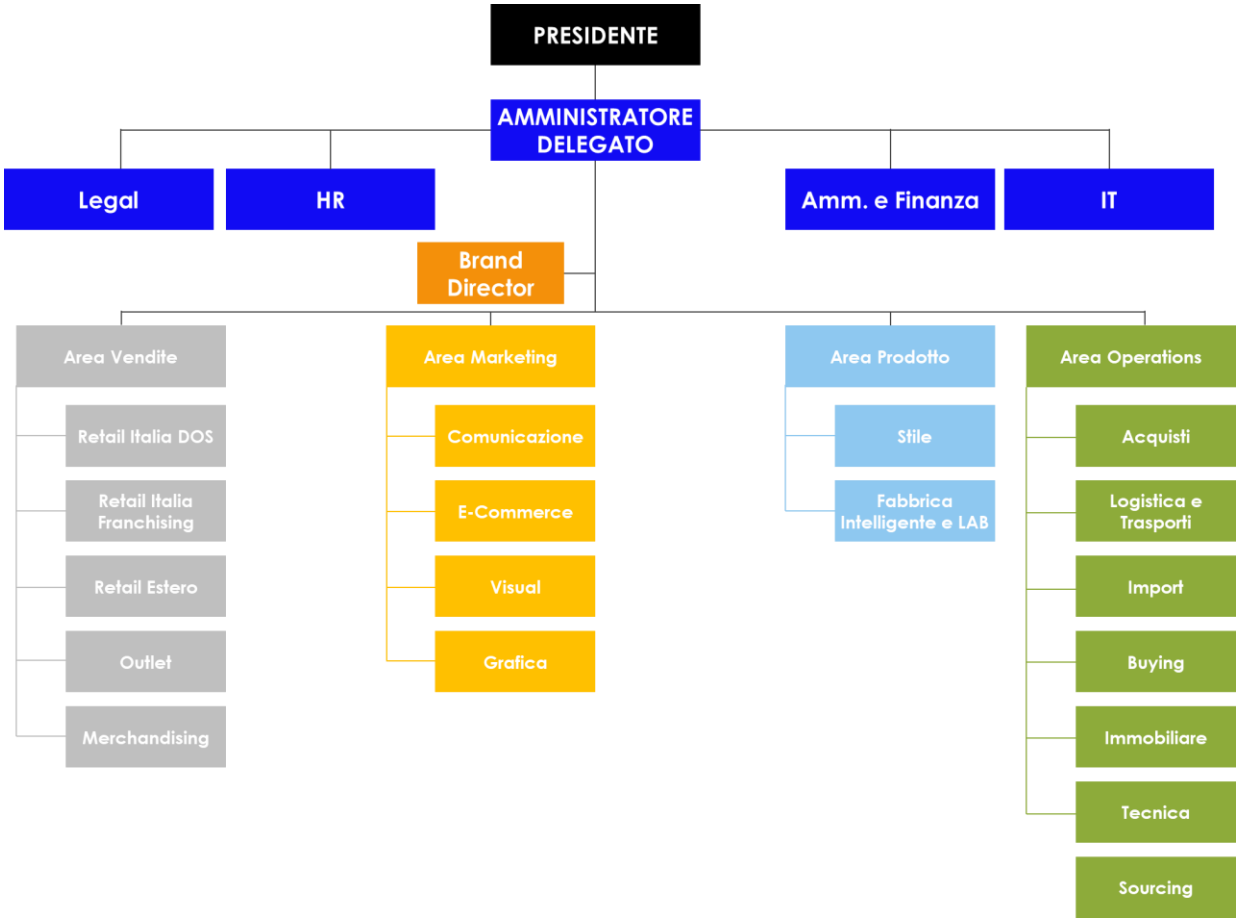
Il purpose di Carpisa:

"Supportiamo i nostri clienti nel creare il proprio stile grazie ad accessori e borse contemporanee al miglior prezzo possibile. Vogliamo essere i migliori compagni di viaggio per i nostri clienti: che sia una vacanza, un viaggio di lavoro o uno spostamento quotidiano. Ci impegniamo per creare e progettare borse, valigie e accessori viaggio solidi, duraturi e affidabili per proteggere, trasportare e contenere anche le emozioni. Vogliamo essere sempre vicini ai nostri clienti e ci impegniamo a costruire prodotti e processi sostenibili perché ogni viaggio possa contribuire al rispetto dell'ambiente e delle future generazioni."

Organigramma del Gruppo PIANOFORTE HOLDING S.p.A. al 31.12.2021.



Organigramma Carpisa



CARPISA

2001

Nascita di Carpisa

2003

Vittoria della squadra di pallanuoto, sponsorizzata da Carpisa del Campionato Italiano

2004

Raggiunti i 100 negozi mono-marchio in Italia

Apertura del primo negozio internazionale in Svizzera

2005

Vittoria della squadra di basket di Carpisa della Coppia Italia

Istituito un ufficio sourcing e controllo qualità a Hangzhou in Cina

2007

Partecipazione in qualità di sponsor e licenziatario all'America's Cup di Valencia con +39 Team

Apertura del Flagship store a Oxford Street, Londra

Lancio del primo programma "Valigia Assicurata"

2008

Superati i 100 milioni di turnover di Kuvera

Vittoria del primo su sei premi consecutivi come "Rivenditore italiano dell'anno" nella sua categoria

2009

Inaugurazione della nuova sede a Nola (NA)

Apertura del Flagship store in Galleria Vittorio Emanuele a Milano

2015

Lancio della collezione di borse da donna disegnata in co-branding con Monica e Penelope Cruz, che diventa la nuova testimonial del marchio

2016

Raggiunta una presenza globale in 45 Paesi con più di 200 negozi

2017

Lancio del nuovo store concept "Go Carpisa"

2018

Presentazione del nuovo concept di "Megastore" dedicato al mondo delle valigie, zaine e accessori da viaggio

2020

Adozione della nuova filosofia aziendale

"Green Oriented"
Partecipazione alla campagna "Tartalove« insieme a Legambiente

Diffusione del CARPISA QR-GO® su tutta la collezione valigeria

Campagna "Recuperiamo, Rottamiamo, Cambiamo" per favorire lo smaltimento responsabile di vecchi trolley o borse

2021

Calcolo delle emissioni di CO_2 da compensare tramite l'acquisto di crediti internazionali, in collaborazione con AzzeroCO_2

Collaborazione con Jeremy Scott, proprietario di Moschino, che ha disegnato le grafiche per alcune nostre linee di borse e valigie

Progetto Green Oriented in collaborazione con Fedez e Luis Sal: postcast e capsule collection "Muschio Selvaggio"

Realizzazione del progetto "Tartalove" con Legambiente iniziato nel 2020

Progetto Vacanza Italiana: Carpisa e Confindustria Alberghi

Phygital Sustainability Expo: presentazione di Carpisa e 500 Elettrica di una valigia Green Oriented con logo 500e e stampa logo evento a Roma presso Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali.

Apertura di un flagship store eccezionale a Milano in Corso Vittorio Emanuele

Nel 2021 Carpisa ha compiuto 20 anni: evento CARPISA 20 ANNI, PER TUTTI

2022

Collaborazioni con Disney, Pininfarina, Save The Planet, College, Panini, Jova Beach Party

Partecipazione al Phygital Sustainability Expo

I valori di Carpisa

I valori di Carpisa sono alla base della sua politica aziendale e guidano le decisioni riguardanti ogni aspetto del brand. **I suoi valori sono racchiusi nelle iniziali, che riflettono la capacità dell'Azienda di gestire il business responsabilmente.**

C	CONTEMPORANEITA' DELLO STILE
A	ALTA FUNZIONALITA'
R	RESISTENZA E DURABILITA'
P	PRODOTTO DI QUALITA' AL GIUSTO PREZZO
I	INNOVAZIONE E ITALIANITA'
S	SOSTENIBILITA' E SPIRITO DI SQUADRA
A	ATTENZIONE AL CLIENTE

Facendo parte del Gruppo Pianoforte Holding, Carpisa ne abbraccia anche i relativi valori.

Fiducia	Passione	Rispetto	Integrità	Creatività e innovazione
Collaborare ed ascoltare per creare risultati positivi e sostenibili, nel rispetto della diversità	Lavorare con motivazione e senso di responsabilità nel rispetto degli obiettivi e con il desiderio di essere i migliori sul mercato	Mettere a proprio agio e promuovere il benessere delle persone per creare un ambiente di familiare, rispettando le necessità di ognuno	Avere sempre un comportamento etico e trasparente in ogni scelta quotidiana	Operare con immaginazione, originalità e spirito positivo nelle attività di ogni giorno dando grande valore alle innovazioni dei prodotti

Presenza di Carpisa in Italia e nel mondo

Mediterraneo

Cipro
Grecia
Isole Canarie
Italia
Malta
Spagna

Balcani

Albania
Bosnia
Croazia
Macedonia del Nord
Montenegro
Serbia
Kosovo

Medio Oriente e Africa

Djibuti
Tunisia
Libano
Marocco

Centro e Nord Europa

Armenia
Bulgaria
Francia
Svizzera
Lettonia
Moldavia
Regno Unito
Belgio

Former USSR

Georgia
Kazakistan
Russia
Azerbaijan

Asia

India
Mongolia
Sri Lanka
Mauritius

America Latina

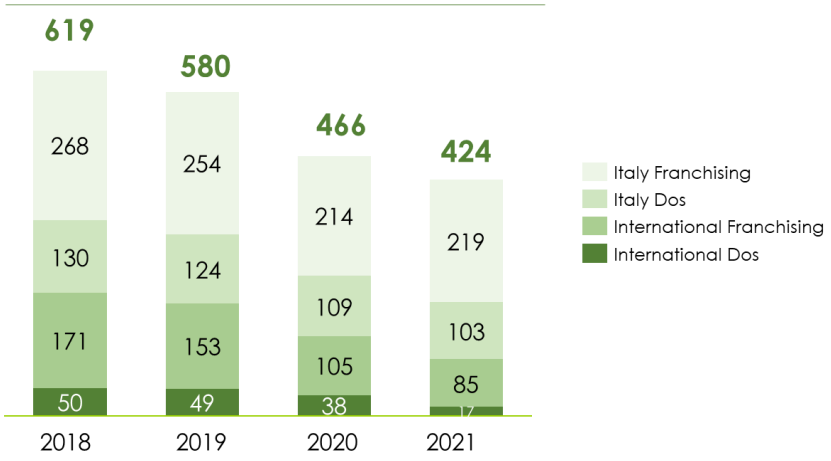
Cuba

424
Negozi

322
Italia

102
Estero

Classificazione Negozi (2018-2021)



Valore aggiunto prodotto e distribuito

Nel 2021 Carpisa ha registrato ricavi delle vendite e delle prestazioni pari a € 85,914 milioni.

Il **Valore Aggiunto** mostra la capacità di Carpisa di distribuire ricchezza ai suoi stakeholder. La metodologia è basata sullo standard redatto dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS) e sui GRI Standards, i framework di rendicontazione di riferimento rispettivamente a livello nazionale ed internazionale.

I valori riportati nella grafica sottostante sono relativi al 2021 ed espressi in migliaia di euro.

Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto (migliaia di €)

	2021
Valore Aggiunto Netto generato (A)	**14.774,03**
Valore Aggiunto distribuito (B)	**14.766,00**
di cui a dipendenti (stipendi, salari, oneri, TFR, costi per servizi al personale)	15.565,00
di cui Finanziatori (interessi sul debito)	1.434,00
di cui Azionisti	-
di cui Pubblica Amministrazione (imposte dirette, indirette e tasse)	-2.233,00
di cui Comunità (liberalità e sponsorizzazioni)	-
Valore Aggiunto trattenuto nel Gruppo (A-B)	8,03

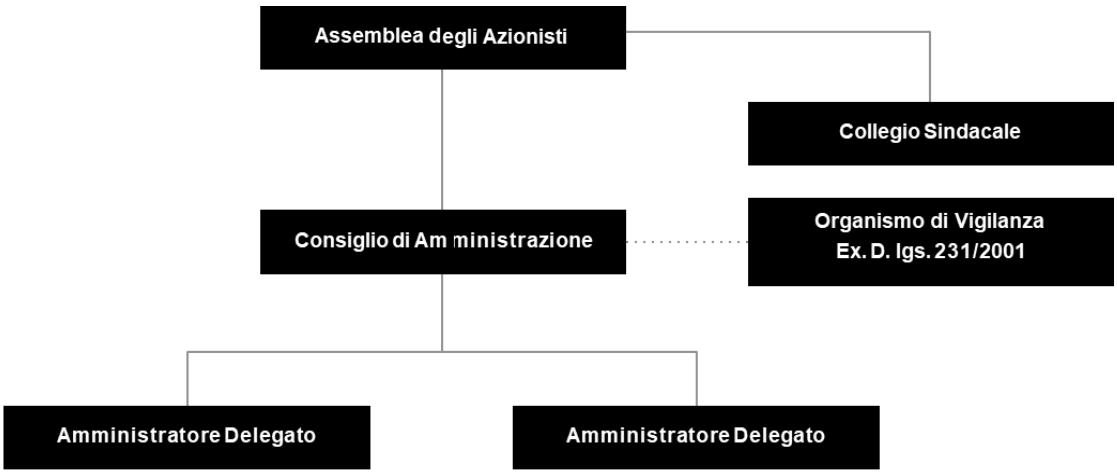
Governance

La governance di Carpisa

Carpisa fa parte del Gruppo Pianoforte, la cui governance è articolata sull'Assemblea degli Azionisti che elegge un Consiglio di Amministrazione.

Dal 2021, in occasione dell'approvazione del bilancio di esercizio relativo al 2020, la struttura di governance è stata rivista dai soci del Gruppo. La gestione dei due brand, tra cui Carpisa, è stata posta al centro per sostenere la continuità di business, accompagnare le politiche di crescita, generare una cultura della sostenibilità ancora più radicata e assicurare una relazione continua e virtuosa con gli stakeholder di ciascun marchio.

Pertanto, il Gruppo nel 2021 ha modificato il ruolo della Pianoforte Holding S.p.A. da holding industriale a finanziaria, così da determinare una maggiore efficienza organizzativa e un migliore presidio delle funzioni operative. A seguito di tale modifica, Carpisa ha delineato una propria struttura di governance e gestisce le proprie attività con maggiore autonomia.



La Holding è organizzata come segue:

- L'**Assemblea degli Azionisti** delibera sulle materie rimesse alla stessa dalla Legge o dallo Statuto.
- Il **Consiglio di Amministrazione** rappresenta l'organo esecutivo della Società a cui è affidato il compito di realizzare le decisioni prese dall'Assemblea e lo svolgimento dell'attività di impresa. Il Consiglio di Amministrazione di Pianoforte Holding S.p.A. è composto da 4 membri: un presidente, un vice-presidente, un consigliere e un presidente onorario.
- Nel luglio 2021 **Pianoforte ha inoltre nominato un membro indipendente donna** all'interno dei CdA di Inticom S.p.A. e Kuvera S.p.A. al fine di arricchire le competenze e le esperienze dei consigli nonché confermare la cultura inclusiva e promotrice delle pari opportunità che da sempre contraddistinguono il Gruppo. Il CdA di Carpisa è composto da un presidente, un amministratore delegato, un consigliere delegato e un consigliere delegato indipendente donna.
- Il **Collegio Sindacale** rappresenta l'organo di controllo cui è affidato il compito di vigilare sulle attività degli Amministratori, assicurandosi che la gestione e l'amministrazione del Gruppo Pianoforte vengano svolte nel rispetto della legislazione vigente e dello statuto.
- L'**Organismo di Vigilanza (OdV)** ha il compito di vigilare sull'applicazione e l'osservanza del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. n. 231/2001, nonché curarne l'aggiornamento.

Il Modello Organizzativo 231

Kuvera S.p.A. ha da tempo adottato ed implementato il proprio modello di organizzazione, gestione e controllo (anche il "Modello"). Il Modello è sottoposto periodicamente ad aggiornamento e revisione, specialmente per recepire i nuovi reati presupposto, di volta in volta inseriti nel catalogo compreso negli articoli 24 e seguenti del Decreto. Il Modello prevede una Parte Generale, contenente, in particolare, lo Statuto dell'Organismo di Vigilanza e il codice sanzionatorio e da una Parte Speciale, con le norme generali di condotta nelle aree di rischio individuate in relazione ai reati presupposto contemplati dal Decreto.

La governance di sostenibilità di Carpisa

Carpisa, da anni, partecipa a gruppi di lavoro nell'ambito della **Sostenibilità**, per individuare ed incorporare nel sistema aziendale le linee guida, i principi e le best practice emergenti, come le linee guida di Confindustria sulla Responsabilità Sociale. Inoltre, si impegna a migliorare costantemente le proprie linee di indirizzo per focalizzare il suo operato e l'agire quotidiano con l'obiettivo ultimo di creare valore condiviso.

Nel **Codice Etico**, nel **Modello Organizzativo 231**, nella Carta della Sostenibilità e nelle **politiche, linee guida, procedure, direttive e disposizioni definite a livello di Gruppo** e applicate anche a Carpisa, il Gruppo Pianoforte evidenzia il proprio supporto ai principi previsti dalla normativa e dagli standard emanati dalle Organizzazioni internazionali di riferimento.

In particolare, il Gruppo agisce in conformità a quanto indicato nella **Carta dei Diritti delle Nazioni Unite**, nella **Carta dei Diritti dell'Unione Europea**, ai **principi** e ai **diritti fondamentali nel lavoro** definiti dall'**ILO** (International Labour Organization), alle **Linee Guida per le Imprese Multinazionali** dell'**OCSE** (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) e ai **principi del Global Compact** dell'**ONU**.

A testimonianza di tale impegno, il Gruppo Pianoforte ha assegnato **specifiche responsabilità** in ambito di sostenibilità agli organi di governo aziendali, al fine di ottenere un approccio il più possibile olistico e integrato alla gestione del business. In particolare, sono coinvolti nelle decisioni strategiche in questi ambiti: il **Consiglio di Amministrazione di Pianoforte Holding**, il **Comitato Sostenibilità**, affiancato dagli **Ambassador della sostenibilità** e lo **Steering Committee**, fino ad arrivare al **Gruppo di Lavoro**, incaricato della gestione più operativa dei temi di sostenibilità.

Al fine di accrescere la consapevolezza sulle tematiche di sostenibilità su tutti i livelli, la Holding organizza delle sessioni di **induction** rivolte ai vertici aziendali e ha progressivamente integrato la sostenibilità nelle decisioni aziendali strategiche. Il percorso di aggiornamento sui temi di individuazione e gestione del rischio e di responsabilità sul cambiamento climatico pianificato per il secondo semestre del 2021, seppur confermato, sarà affrontato nel 2022 per consentire il riassetto organizzativo in corso.

La struttura organizzativa del Gruppo è votata ad ottenere un adeguato ed efficiente presidio delle diverse unità funzionali, oltre a permettere l'adeguata flessibilità e rapidità decisionale.

Il **Consiglio di Amministrazione** (CdA) viene aggiornato ogni tre mesi dallo Steering Committee su tutte le attività di sostenibilità implementate.

Lo **Steering Committee** fornisce un importante supporto al CdA valutando le iniziative e le progettualità eventualmente sottoposte al CdA dal Gruppo di Lavoro e dal Comitato di Sostenibilità. Lo Steering Committee è composto dall'Amministratore Delegato di Pianoforte, dall'Amministratore Delegato di Inticom S.p.A. e dall'Amministratore Delegato di Kuvera S.p.A.

Il **Comitato di Sostenibilità** ha il compito di definire e realizzare i piani di sostenibilità verificandone la coerenza con gli indirizzi aziendali e di monitorare gli obiettivi e le iniziative di sostenibilità. Inoltre, il Comitato di Sostenibilità si occupa di coordinare l'implementazione delle attività da parte del Gruppo di Lavoro, avendone la responsabilità. Il Comitato di Sostenibilità di Carpisa è composto da un consigliere indipendente del CdA con delega alla sostenibilità e dal Responsabile di Ricerca e Sviluppo.

Gli **Ambassador della sostenibilità** sono figure portavoce delle iniziative di sostenibilità che promuovono e sostengono le attività di sostenibilità con uno story-telling coerente, robusto e trasparente. Per Carpisa, la figura che ricopre il ruolo di Ambassador è il Direttore Prodotto di Carpisa.

Il **Gruppo di Lavoro** si occupa dell'implementazione e della gestione operativa delle attività di sostenibilità definite dal Comitato di Sostenibilità e della collaborazione con le altre funzioni aziendali per la realizzazione di specifici progetti. Quest'anno il Gruppo di Lavoro si è ampliato andando ad includere ulteriori figure dotate di competenze specifiche, come quelle relative agli aspetti legali. In particolare, le Funzioni di Carpisa che partecipano al Gruppo di Lavoro sono: Sourcing, Comunicazione, Ufficio Risorse Umane, Ufficio Sviluppo Negozi e Gestione Sede, Ufficio R&D e Merchandising – Pianificazione - acquisti.

La Carta della Sostenibilità

Approvata a febbraio 2020, la Carta di Sostenibilità rappresenta il documento in cui Carpisa, all'interno del Gruppo Pianoforte, ha formalizzato il proprio impegno definendo linee guida e principi rispetto alle tematiche legate alla sostenibilità che impattano su persone, ambiente, comunità, fornitori e clienti.

Il documento è nato con l'intento di sensibilizzare maggiormente sulle tematiche ESG (Environmental, Social and Governance) legate al business, principalmente in riferimento al **rispetto dei diritti umani, dell'ambiente e della collettività**.

La Carta della Sostenibilità è applicata in tutti i Paesi in cui Carpisa opera, in armonia con il Codice Etico, il Modello Organizzativo 231 e l'insieme di politiche, linee guida, procedure, direttive e disposizioni di cui è composto il corpo normativo del Gruppo.

2022 Sustainability Ranking

Carpisa già da anni fa della trasparenza nelle informazioni una priorità, in linea con le politiche della Commissione Europea, e, a tal proposito, ha partecipato al "**Sustainability Report Award**" **2022** del Corriere della Sera e la Bologna Business School, rientrando tra le cinque migliori aziende nell'industria della moda. Nella valutazione del Bilancio di Sostenibilità 2020, è stato particolarmente apprezzato l'impegno nel rendicontare le numerose iniziative aziendali e il loro impatto sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, nonché l'importanza riservata all'uguaglianza di genere e le metriche scelte per descrivere la performance del brand non sono nell'ambito della composizione del personale, ma anche nella gestione dei rifiuti e delle emissioni.

Stakeholder engagement e analisi di materialità

Gli stakeholder di Carpisa

Le recenti sfide emerse, in particolare a seguito dell'evento pandemico, hanno accentuato l'importanza, da un lato, di accrescere l'integrazione del canale fisico e digitale, dall'altro di prestare maggiore attenzione alle responsabilità aziendali verso la sostenibilità ambientale e sociale.

Carpisa ha colto tali sfide come opportunità per realizzare la completa integrazione degli store fisici e online facendo leva sulle capacità operative aziendali in termini di produzione, logistica, servizio cliente, comunicazione e offerta. L'impegno in questo contesto favorirà il marchio nel cogliere anticipatamente le esigenze dei consumatori e i canali di vendita del futuro.

La creazione di una nuova catena del valore, tesa a creare profitto e crescita in modo sostenibile, condiviso e rispettoso delle persone e dell'ambiente è l'obiettivo verso il quale questa transizione digitale si sta dirigendo.

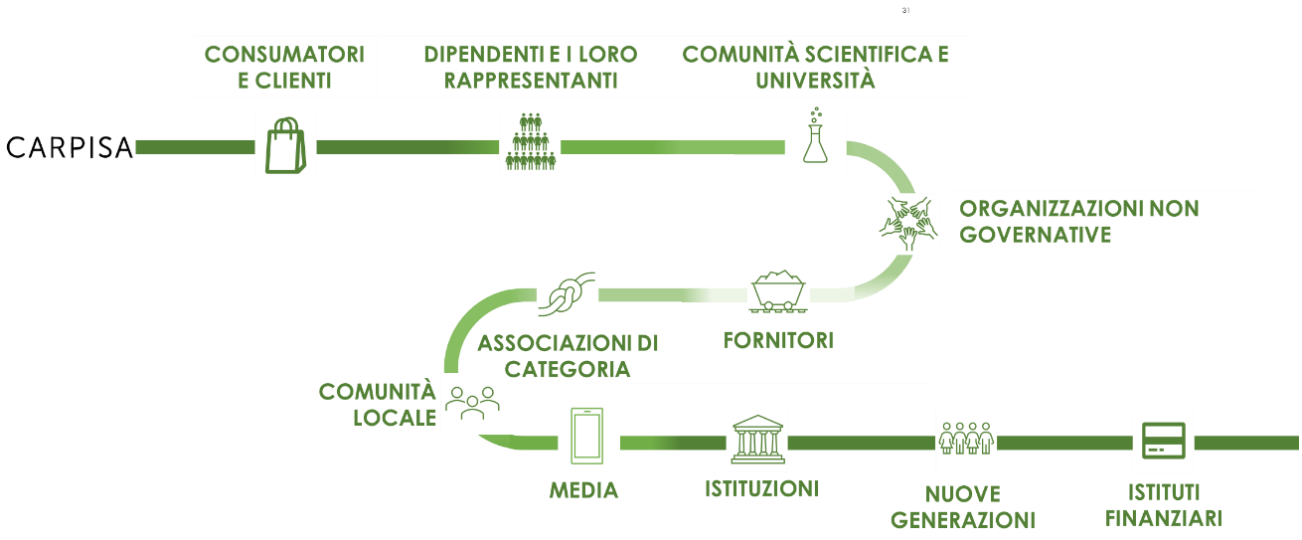
A questo proposito, Carpisa rinnova il suo impegno con azioni concrete affinché il mondo retail cambi pelle, rispondendo agli interessi degli stakeholder, sempre più sensibili alle tematiche ambientali e socioeconomiche.

Mantenere **relazioni costanti, solide** e **basate sulla trasparenza** con i propri stakeholder chiave è prioritario per Carpisa, quale modo per concretizzare il senso di responsabilità che l'Azienda ha nei confronti del contesto sociale con cui interagisce.

Un **continuo dialogo** diretto e attivo con gli stakeholder, nel corso dell'anno, per comprendere le loro esigenze, aspettative e richieste diventa lo strumento per costruire relazioni stabili in grado di durare nel tempo. Al contempo, Carpisa, coglie le occasioni di incontro, oltre che per informare i suoi interlocutori sulle azioni che desidera implementare e sui cambiamenti di scenario in cui l'Azienda opera, anche per sensibilizzarli su temi riguardanti l'ambiente, la società e la governance.

Secondo i Principi definiti dallo Standard "AA1000 Stakeholder Engagement Standard", Carpisa ha individuato **11 categorie di stakeholder** in grado di influenzare le proprie decisioni aziendali e il raggiungimento dei propri obiettivi e capaci di consentire all'Azienda di intercettare i rischi da evitare e le opportunità da sfruttare.

Anche nel 2021, Carpisa ha coinvolto i propri stakeholder, presentando loro le linee strategiche, gli obiettivi e le azioni definite dal brand, con l'obiettivo di creare occasioni di confronto per comprendere le necessità degli stakeholder lungo tutta la catena del valore.



Nel 2021, Carpisa ha portato avanti numerose attività di coinvolgimento degli stakeholder, nonostante le limitazioni imposte dal Covid-19, con lo scopo di condividere linee strategiche, obiettivi e attività, nonché comprendere le necessità degli stakeholder lungo tutta la propria catena del valore.

Di seguito sono riportate le principali modalità di coinvolgimento degli stakeholder del 2021, dove la Società ha messo in atto soluzioni e strumenti alternativi di dialogo, andando ad arricchire il suo impegno nell'organizzazione di eventi online. Per un maggiore dettaglio in merito alle attività svolte con le istituzioni e le associazioni di categoria, si faccia riferimento al capitolo "Persone, Supporto alla comunità locale".

Categoria di stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Attività di coinvolgimento 2021
Consumatori e clienti	Comunicazione diretta su temi legati all'inclusività, alla parità di genere e all'ambiente anche attraverso le campagne di comunicazione online e offline. Comunicazione diretta ai consumatori finali sui temi legati alla sostenibilità dei nostri prodotti di collezione, sulle modalità di produzione, riciclo e smaltimento tramite QR code, canali social, cartellini. Comunicazione diretta ai clienti affiliati sui temi legati alla sostenibilità dei nostri prodotti di collezione, sulle modalità di produzione, riciclo e smaltimento tramite meeting di collezione e comunicazione di schede tecniche.	• Campagne di green marketing volte a raccontare i processi e prodotti attraverso tutti i canali social, la stampa e le informazioni esposte nei punti vendita e formazione degli affiliati • Questionari online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità
Dipendenti e i loro rappresentanti	Corsi di formazione dedicati ai temi ambientali, sociali, al cambiamento climatico, nonché alla salute e sicurezza. Corsi di aggiornamento in base all'ufficio di appartenenza e ai materiali utilizzati. Campagne di sensibilizzazione volte alla riduzione della plastica e della carta negli uffici e nei negozi. Relativamente alle attività di Merchandise Planning i principali stakeholder coinvolti all'interno del processo di pricing ed attività connesse, risultano essere: • Responsabili delle singole aree commerciali (Italia ed Estero) e • Area Manager/District Manager.	• Comunicazioni con il personale di sede e dei negozi per raccontare i cambiamenti in atto e l'intenzione di includere politiche volte alla tutela dell'ambiente e al miglioramento del rapporto vita-lavoro • Incontri di presentazione del Bilancio di Sostenibilità • Proseguimento dell'attività di sensibilizzazione per ridurre il consumo di carta per le stampe • Visite in laboratorio • Distribuzione di bottiglie in alluminio per ridurre al minimo il consumo di plastica derivante da bottiglie e bicchieri • Riunioni settimanali di aggiornamento con i Responsabili delle singole aree commerciali • Riunioni bimestrali di aggiornamento con Area Manager / District Manager • Formazione bisettimanale del personale presso i punti vendita focalizzata sul customer service. Distribuzione di schede tecniche dettagliate dei prodotti con all'interno i punti di forza salienti in modo da favorire una percezione di impatto del tema "sostenibilità"

			• Attività di sensibilizzazione per ridurre il consumo di carta per le stampe • Questionari online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità
	Comunità scientifica e Università	Scambio di know-how e sviluppo di progetti e collaborazioni.	• Questionario online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità • Carpisa ha una partnership con OFFICINA VANVITELLI dell'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli
	Organizzazioni Non Governative	Dialogo volto allo sviluppo economico e sociale del territorio in cui l'Azienda si inserisce.	• Collaborazione con Legambiente
	Fornitori	Dialogo costante sui cambiamenti legati al raggiungimento degli obiettivi di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), sulle tematiche di sostenibilità inserite all'interno del Piano Triennale e per analizzare i trend di mercato e i principali fenomeni ambientali e sociali che impattano sulla catena di fornitura monitorando le politiche di cui i fornitori si stanno dotando autonomamente e i principali cambiamenti nell'ambito della supply chain. Richiesta di requisiti minimi per la qualità e sicurezza dei prodotti (es., certificazione GRS e/o FSC e/o certificazioni di materiale riciclato), certificazioni quali la ISO 9001, ISO 140001 e ISO 450001 e altri corsi di formazione in merito.	• Campagna di ricerca di nuovi "fornitori digitali" per consentire di eseguire il processo di progettazione e la fase della trattativa ordini totalmente in forma digitale • Questionario online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità • Coinvolgimento sempre più radicato dei fornitori e dei loro sub-fornitori nella filosofia "Green Oriented" per la riduzione dei materiali non sostenibili al fine di dare loro la possibilità di adeguarsi in termini di certificazioni sui materiali, implementare la lista di subfornitori e dotarsi di attrezzature di controllo conformi alle richieste e ai tempi stabiliti • Condivisione costante di processi, timing, obiettivi di produzione e di sostenibilità. Ogni fornitore è messo costantemente al corrente dei nuovi strumenti digitali utilizzati da Carpisa adattando al meglio i singoli processi di prototipi, pre-produzione e produzione. Condividiamo, in maniera continuativa, con loro, anche la scelta dei produttori di materia prima e delle relative certificazioni "ambientali" che riteniamo obbligatorie
	Associazioni di categoria	Collaborazioni su temi rilevanti per il settore in cui Carpisa opera, nonché quelli legati alla crescita sostenibile che facilitino il confronto per le attività di lobbying e la gestione delle emergenze.	• Partecipazione a progetti specifici per il settore della moda e del tessile con Istituzioni e Associazioni di categoria, tra cui: o SMI – Sistema Moda Italia o CONFINDUSTRIA – Unione Industriali di Napoli o Confimprese o Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro o ASSOPELLETTIERI - Associazione Italiana Pellettieri

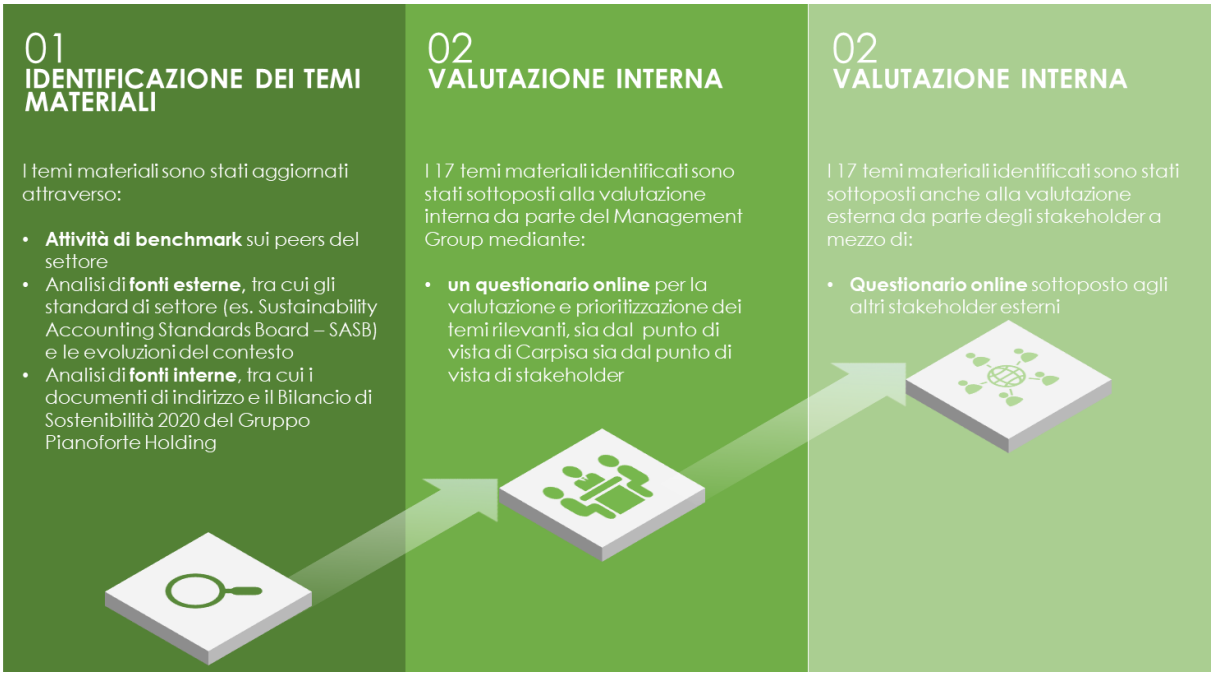
			• Partecipazione a progetti con Centri di Ricerca:
			  ○ UniRoma3 – Dipartimento di Ingegneria
			  ○ MINIT - Cluster Tecnologico Nazionale Made in Italy
			• Questionario online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità

	Comunità locale	Iniziative volte a favorire lo sviluppo del territorio, includendo lo sport, la prevenzione e la tutela dell'ambiente.	• Partnership con Calcio Napoli Femminile e con LILT in ottica di prevenzione
	Media	Comunicazione trasparente e basata sullo storytelling che vada oltre gli scopi commerciali, che veicoli messaggi volti a sensibilizzare i temi riguardanti l'intera comunità, tra i quali il rispetto dei diritti di diversità e inclusione e la tutela dell'ambiente.	• Ruolo strategico della comunicazione sui social e tramite cartellonistica • Questionario online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità
	Istituzioni	Dialogo costante con le istituzioni a livello nazionale e internazionale per mantenere il Gruppo aggiornato e condividere best practice emergenti dal settore in termini di linee guida, sistemi aziendali, politiche e principi.	• Eventi tenuti in collaborazione con Confimprese, Federfranchising, Confesercenti • Questionario online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità
	Nuove generazioni	Coinvolgimento delle nuove generazioni attraverso attività di sensibilizzazione e orientamento rivolte agli studenti delle scuole superiori e universitari.	• Attivazione di stage professionalizzanti, tirocini, programmi di alternanza scuola-lavoro, seminari e stage per giovani diplomati • Inaugurazione del Laboratorio Artigiano Digitale 4.0, che ha visto la partecipazione di 15 giovani tirocinanti provenienti da scuole di formazione in ambito moda
	Istituti finanziari	Dialogo basato sul racconto prospettico, che include beni intangibili e una visione di medio periodo, soprattutto in considerazione della nuova direttiva europea sul Sustainability Reporting, che invita alla costruzione di racconti meno autoreferenziali da parte dell'Azienda e fornisce standard di riferimento oggettivi relativi alle tematiche ESG.	• Diffusione del Bilancio di Sostenibilità esclusivamente in forma digitale • Questionario online per l'aggiornamento dell'analisi di materialità

Le priorità di Carpisa

Mediante le attività di coinvolgimento degli stakeholder, Carpisa ha realizzato la propria **analisi di materialità** al fine di individuare i temi di sostenibilità rilevanti (c.d. "temi materiali") per l'Azienda; ovvero quei temi in grado di riflettere in maniera significativa gli impatti economici, ambientali e sociali dell'organizzazione o di influenzare le decisioni dei propri stakeholder.

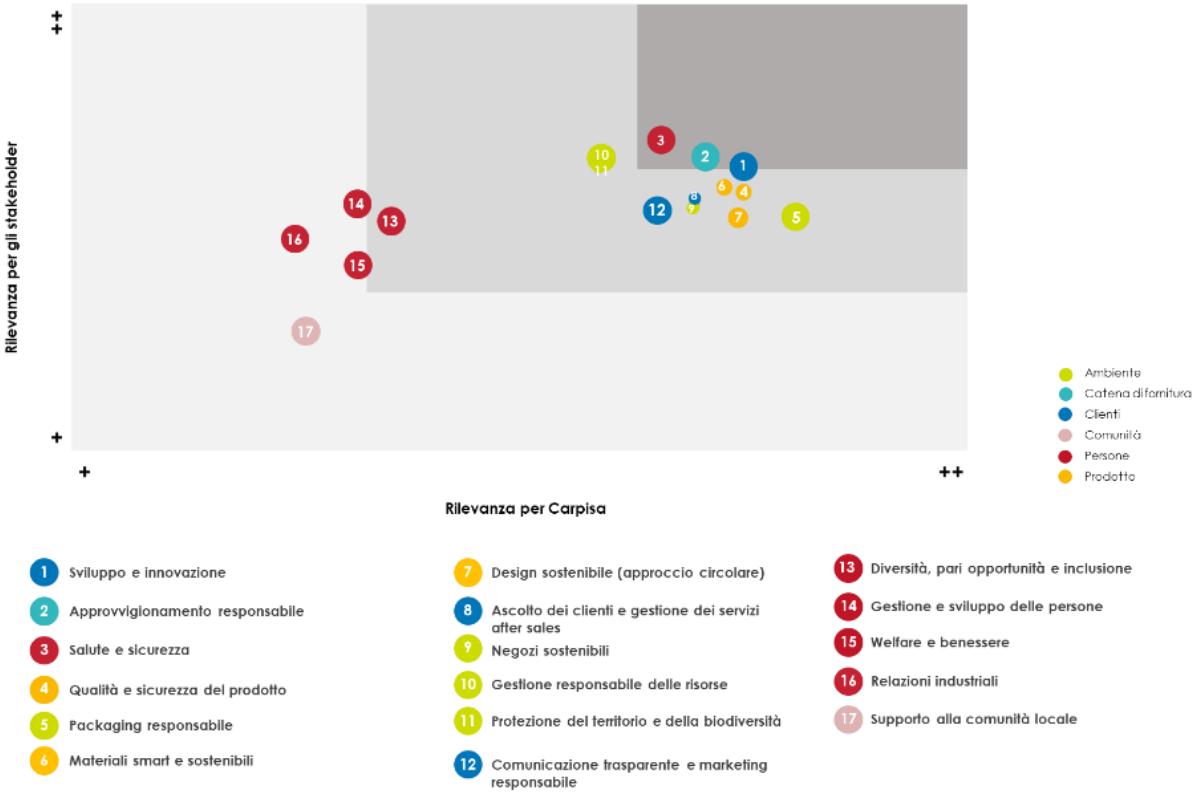
In linea con i principi dei GRI Standards, il processo per l'aggiornamento dei temi materiali ha previsto tre fasi:



Nel 2021, per valutare la rilevanza esterna, Carpisa ha coinvolto circa 51 stakeholder appartenenti a diverse categorie, tra cui fornitori, istituti finanziari, enti ed istituzioni, università e comunità scientifica, associazioni di categoria, consumatori e clienti e dipendenti e i loro rappresentanti. Per valutare la rilevanza interna, è stato coinvolto il Management Group del brand, che ha consentito di ottenere una vista olistica e condivisa delle priorità della Società. In totale, sono stati coinvolti circa 88 stakeholder (+59 rispetto all'anno precedente), raggiunti attraverso **questionari online**, con un tasso di risposta complessivo di circa il 58%.

La matrice di materialità di Carpisa è stata approvata e validata dallo Steering Committee il 13 luglio 2022 e confermata successivamente dal CdA tenutosi il giorno 29 luglio 2022.

Matrice di materialità



Nella matrice sono rappresentati i differenti temi materiali in funzione del rispettivo grado di rilevanza.

Nello specifico, sia per Carpisa che per gli stakeholder esterni, "**Sviluppo e innovazione"** guadagna il primo posto, confermandosi come un tema centrale nelle priorità aziendali.

"Approvvigionamento responsabile" si colloca al secondo posto, rimanendo sostanzialmente invariato in termini di materialità rispetto all'anno scorso e ponendosi ancora una volta come cruciale per l'Azienda e i suoi stakeholder esterni. A seguire la tematica "**Salute e sicurezza sul lavoro"** si conferma rilevante a livello strategico mantenendo l'importanza acquisita anche a seguito dell'evento pandemico.

Cresce l'importanza attribuita nella valutazione alla **"Qualità e sicurezza del prodotto"** rispetto al 2020, indice che Carpisa sta aumentando il proprio impegno per applicare standard e politiche volti a garantire prodotti di qualità e sicuri, lungo tutta la catena del valore, dalla fase di progettazione e di acquisto di materie prime fino alla vendita al cliente finale.

La rilevanza del tema "**Packaging responsabile"** rimane sostanzialmente invariata rispetto al 2020, riflettendo l'impegno di Carpisa nella continua ricerca di materiali innovativi e sostenibili.

Rispetto all'anno precedente, il tema **"Negozi sostenibili"** è stato percepito come maggiormente rilevante, soprattutto secondo la prospettiva degli stakeholder, mettendo in luce il crescente impegno aziendale per creare negozi sostenibili attraverso l'adozione di requisiti di sostenibilità e certificazioni ad hoc, l'impiego di fonti rinnovabili per la fornitura energetica, sistemi di illuminazione a LED e condizionamento a basso impatto ambientale, nonché l'utilizzo di materiali ecologici ed ecosostenibili nei negozi a gestione diretta.

Le analisi sopra descritte hanno consentito di individuare anche i temi che, pur non essendo materiali, risultano tuttavia rilevanti per Carpisa, o per i suoi stakeholder, e che vengono attentamente presidiati e monitorati. Nel 2021, le tematiche relative al supporto alla comunità locale, relazioni industriali, welfare e benessere e gestione e sviluppo delle persone sono risultate rilevanti, ma non materiali.

Gli aspetti relativi al tema governance, alla conformità normativa e alla performance economica sono stati considerati come prerequisiti per una **conduzione sostenibile del business** e sono rendicontati all'interno del presente documento, nonostante non siano inseriti nella matrice di materialità.

Rilevanza	Tema materiale	Definizione
1	Sviluppo e innovazione	Favorire l'innovazione del modello di business e dei propri prodotti e servizi cogliendo e sfruttando le opportunità, anche e soprattutto legate all'innovazione dei materiali, alla digitalizzazione e alle nuove tecnologie (es. AI, data analytics, omnicanalità) per rispondere adeguatamente alle esigenze del mercato.
2	Approvvigionamento responsabile	Promuovere pratiche di approvvigionamento responsabili, selezione e monitoraggio dei fornitori incoraggiandoli a monitorare le proprie performance ambientali e sociali. Promuovere il rispetto dei diritti umani e delle pratiche di lavoro e la lotta alla corruzione. Garantire la tracciabilità e la trasparenza della catena di fornitura attraverso il controllo costante della stessa, la definizione di prerequisiti e criteri di sostenibilità, attività di screening e di verifica, mappatura e monitoraggio dei fornitori.
3	Salute e sicurezza	Promuovere la salute e sicurezza, programmi di formazione e prevenzione, anche con riferimento ad eventi pandemici, oltre che di monitoraggio dei tassi di infortunio. Garantire un ambiente di lavoro sicuro, anche grazie all'adozione di sistemi di gestione certificati.
4	Qualità e sicurezza del prodotto	Applicare standard e politiche volti a garantire prodotti di qualità e sicuri, lungo tutta la catena del valore, dalla fase di progettazione e di acquisto di materie prime fino alla vendita al cliente finale.
5	Packaging responsabile	Adottare materiali a basso impatto ambientale per la realizzazione e design del packaging destinato ai clienti finali e di quello utilizzato nei processi logistici (shopping bag, imballaggi, accessori espositivi, etc.). Promuovere l'eliminazione della plastica monouso.
6	Materiali smart e sostenibili	Promuovere attività di ricerca e sviluppo, mantenendo alti livelli di artigianalità che contraddistinguono il marchio, al fine di sviluppare e integrare soluzioni di eco-design e utilizzare materiali innovativi e sostenibili.
7	Design sostenibile (approccio circolare)	Sviluppare prodotti prendendo in considerazione gli impatti ambientali generati lungo il loro intero ciclo di vita adottando i principi dell'economia circolare e criteri di eco-design, scegliendo materiali a basso impatto ambientale, al fine di allungare l'uso e la vita del prodotto, nonché favorire il recupero e il riciclo dei materiali.
8	Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales	Ascoltare e soddisfare le esigenze di tutti i clienti offrendo prodotti e servizi che rispondano alle aspettative delle diverse fasce di clientela, favorendo la creazione di una relazione aperta e partecipativa. Garantire il rispetto della privacy e la sicurezza dei dati dei clienti, implementando sistemi adeguati di cybersecurity, che prevengano tentativi illegali di accesso a informazioni sensibili.
9	Negozi sostenibili	Favorire la creazione di negozi sostenibili attraverso l'adozione di requisiti di sostenibilità e certificazioni ad hoc, l'impiego di fonti rinnovabili per la fornitura energetica, sistemi di illuminazione a LED e condizionamento a basso impatto ambientale, nonché l'utilizzo di materiali ecologici ed ecosostenibili nei negozi a gestione diretta.
10	Gestione responsabile delle risorse	Ridurre gli impatti ambientali e contrastare il cambiamento climatico, attraverso iniziative che favoriscano l'utilizzo di energia rinnovabile, l'efficientamento energetico, la riduzione di emissioni di GHG, la gestione responsabile dei rifiuti, della risorsa idrica, delle risorse (es. carta, plastica) e mobilità nelle sedi e lungo tutta la filiera.
11	Protezione del territorio e della biodiversità	Promuovere iniziative di riduzione dell'impatto ambientale, lungo tutta la catena del valore, a favore della tutela dei territori e della biodiversità, con particolare attenzione alla protezione degli oceani. Monitorare attentamente l'approvvigionamento delle materie prime, l'uso di

		prodotti chimici e ridurre significativamente la plastica favorendo l'uso di quella riciclata.
12	**Comunicazione trasparente e marketing responsabile**	Creare un rapporto di fiducia con gli stakeholder garantendo una comunicazione trasparente e corretta delle informazioni e delle campagne di marketing, nonché delle attività dell'Azienda, dei prodotti e dei servizi offerti.
13	**Diversità, pari opportunità e inclusione**	Implementare programmi e progetti volti ad assicurare le pari opportunità, l'uguaglianza e la non discriminazione in Azienda. Diffondere e creare una cultura inclusiva, che valorizzi qualsiasi forma di diversità, l'ascolto di ognuno e che promuova azioni e comportamenti positivi. Rafforzare l'inclusività dei prodotti, per rispondere alle esigenze di tutti i nostri clienti.
14	**Gestione e sviluppo delle persone**	Garantire un processo continuo di valorizzazione e crescita del capitale umano attraverso attività di formazione e sviluppo delle competenze fortemente orientate all'innovazione digitale e allo sviluppo dei prodotti per i dipendenti, al fine di consolidare e trasferire skill, attrarre nuovi talenti e trattenerli. Sviluppo di iniziative rivolte alla diffusione delle discipline STEM (Science, Technology, Engineering and Math), soprattutto tra le donne. Accrescere la motivazione e la soddisfazione delle persone, creando un senso di appartenenza all'Azienda.
15	**Welfare e benessere**	Promuovere iniziative di welfare che mirano alla creazione e alla diffusione di benessere, anche fisico e mentale, al miglioramento della qualità della vita dei dipendenti e dei loro familiari attraverso un pacchetto di benefit di varia natura.
16	**Relazioni industriali**	Assicurare e promuovere un rapporto trasparente e corretto con istituzioni e sindacati volto ad instaurare un dialogo virtuoso nel rispetto dei diritti dei lavoratori.
17	**Supporto alla comunità locale**	Supportare le comunità e gli enti locali con iniziative mirate a sostegno dello sviluppo della collettività, anche attraverso elargizioni di denaro, donazioni di prodotti e sostegno organizzativo, volte alla promozione dell'occupazione, sviluppo, educazione e crescita socio-economica locale dei territori. Promuovere un dialogo aperto e partecipativo con le comunità, anche grazie al contributo dei dipendenti.

Prodotto

In Carpisa, la ricerca di **soluzioni innovative** per fornire ai clienti prodotti di qualità e funzionali, caratterizzati dall'uso di **materiali smart** e **sostenibili**, è alla base di tutto il processo produttivo. Sin dalla fase di progettazione e design, passando per la scelta attenta delle materie prime, fino ad arrivare alla produzione e alla distribuzione dei nostri prodotti, mettiamo in atto un processo strutturato di studio e valutazione, per soddisfare i bisogni dei nostri consumatori in ogni occasione.

Quattro direttrici guidano il nostro approccio all'innovazione:

1. **innovazione di prodotto**, che comprende la scelta di materiali sostenibili in termini di impatti ambientali legati alla produzione, l'utilizzo e lo smaltimento dei prodotti, e il comfort e il benessere degli utilizzatori;
2. **innovazione di processo,** che include la fase di progettazione e di design sostenibile, in un'ottica di riduzione degli scarti e di utilizzo consapevole delle materie prime;
3. **collaborazione costante con enti di ricerca e dipartimenti universitari**, che consentono il continuo interscambio di informazioni sui risultati della ricerca e la condivisione dei laboratori e delle relative attrezzature di sperimentazione;
4. **comunicazione al cliente e sensibilizzazione** sulle caratteristiche di sostenibilità dei prodotti, tema per il quale il Gruppo si impegna a comunicare con correttezza e trasparenza.

Sviluppo e innovazione

Carpisa, facendo parte del settore retail in cui la **capacità di evolversi** e di proporre **nuove soluzioni** sono caratteristiche fondamentali per il successo del business, è da sempre indirizzata verso l'**innovazione**. Essa è parte sostanziale di tutte le attività del marchio, in particolare rispetto alla ricerca e sviluppo di prodotti, processi, funzionalità, servizi al cliente, formazione sul prodotto e qualità.

La ricerca e lo sviluppo di prodotti, processi, funzionalità, servizi al cliente, formazione sul prodotto e qualità sono alla base delle nostre attività legate all'innovazione e sono realizzate grazie ad un team di **Ricerca e Sviluppo** diretto da un ingegnere aerospaziale supportato da altri quattro ingegneri esperti di materiali. La loro collaborazione si è tradotta in notevoli miglioramenti al processo di progettazione, utilizzando strumenti innovativi, quali software 3D, Realtà Virtuale e stampanti 3D per rapid prototyping. Negli anni, questo impegno costante si è tradotto nella registrazione di numerosi **brevetti** per invenzione industriale, design, progetti di ingegneria e modelli di utilità[1] e siamo stati in grado di continuare ad acquisire brevetti nonostante le difficoltà dettate dalla situazione pandemica.

8 brevetti per Invenzione Industriale

13 brevetti per modello ornamentale

2 brevetti per modello di utilità

1 progetto di lavoro di ingegneria emesso dal «Ministero dei Beni e delle Attività Culturali del Turismo»

3 marchi registrati a seguito di progetti speciali

1 marchio figurativo

3 Premi Smau

1 pubblicazione scientifica sulla rivista internazionale MDPI Journal

Nell'ambito della ricerca, siamo coinvolti nello scouting di nuovi progetti e partecipiamo attivamente a bandi di finanziamento regionale, nazionale ed europeo sviluppati attorno ai temi di sostenibilità ambientale, economia circolare, riciclo, materiali funzionalizzati e materiali naturali. Tra questi, di particolare rilievo, è la collaborazione con il **Ministero dello Sviluppo Economico** (MISE) attraverso il progetto della Fabbrica Intelligente, approfondito in "Design sostenibile e circular economy" del presente capitolo.

Il nostro centro di ricerca e sviluppo è caratterizzato da due spazi all'avanguardia:

- una sala allestita con una **stazione di Realtà Virtuale** che permette una **configurazione realistica di prodotti speciali** con una riduzione di almeno il 30% di materiali nella realizzazione di prototipi

[1] Per "modelli di utilità" si intendono nuovi modelli atti a conferire particolare efficacia o comodità di applicazione o di impiego di macchine o parti di esse, strumenti, utensili ovvero oggetti di uso in genere, quali i nuovi modelli consistenti in particolari conformazioni, disposizioni, configurazioni o combinazioni di parti.

e che è dotata anche di una **stazione con scanner 3D** per accessori o body scanner per corpi più grandi. È inoltre presente una **stampante 3D** per la realizzazione in casa di prototipi per accessori di progettazione;

- il **Carpisa Lab**, un laboratorio dotato di moderne attrezzature e strumentazioni e **certificato ISO 9001**, la norma internazionale per i Sistemi di Gestione per la Qualità (SGQ), che costituisce una garanzia per i nostri clienti circa il mantenimento e il miglioramento nel tempo della qualità dei prodotti che offriamo.

Il Carpisa Lab

Nato nel 2013 in uno spazio di 200 m^2 nella sede di Nola, il Carpisa Lab pone **l'innovazione al servizio del cliente**, attraverso l'utilizzo di nuovi materiali, apparecchiature e laboratori specializzati, che consentano di progredire in questi termini. Il laboratorio è gestito da ingegneri specializzati nello studio di nuovi materiali, polimeri e tessuti, che possano avere un utilizzo commerciale innovativo. Negli anni, abbiamo dotato il laboratorio di moderne attrezzature per lo svolgimento della **progettazione 3D**, supportata dalla Realtà Virtuale, e lo abbiamo organizzato per svolgere il processo di **controllo qualità** di valigie e borse, il processo di **collaudo valigie, nonché** l'**analisi di materiali rigidi e morbidi**.

Il Carpisa Lab è ormai un vero e proprio centro di eccellenza per lo sviluppo di nuovi prodotti e funzionalità, ma anche per la ricerca di nuovi materiali e tecnologie.

"È qui che il nostro personale cerca di individuare nuovi materiali valutando prestazioni e resistenza, ma sempre con uno sguardo rivolto all'ecosostenibilità, tema attuale e molto sentito dalla nostra Azienda"

Francesco Costa

Responsabile del reparto per Ricerca, Sviluppo e Innovazione di Carpisa

Da anni l'impegno si è manifestato con grande successo in ambito Valigeria e mondo travel ma, nel 2021, è iniziato un nuovo percorso atto ad innovare il mondo delle **Borse – collezione donna**. L'approccio è stato quello ormai collaudato che si divide in tre fasi:

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

Questo processo consente di conoscere approfonditamente pregi e difetti delle nostre borse e dunque di intervenire ottimizzandone la qualità e la funzionalità.

Il nostro laboratorio è inoltre dotato della certificazione **ISO 9001** che rispecchia i nostri obiettivi legati alla soddisfazione dei clienti, nonché al miglioramento continuo delle prestazioni aziendali. Inoltre, siamo soggetti ad **audit** annuali da parte dell'Ente Certificatore (SGS), che finora non hanno mai evidenziato casi di non conformità tali da compromettere la certificazione, bensì hanno fatto emergere una valutazione positiva rispetto alla costante implementazione del processo di gestione della qualità.

Nell'ambito della ricerca e applicazione di nuovi materiali, l'obiettivo principale è quello di poter utilizzare materiali provenienti da riciclo, naturali o facilmente riciclabili; in quest'ultimo caso sviluppando specificamente **progetti di "economia circolare"**.

Tra gli altri progetti più all'avanguardia sviluppati dal Carpisa Lab, vi sono:

- **Carpisa GOTECH®**, un materiale nato dall'unione dell'ABS e del Policarbonato che risulta essere particolarmente resistente.
- **Ruota Carpisa**, una ruota silenziosa, in differenti versioni, testata per garantire una lunga durata su tutti i tipi di superficie e ideata per ridurre al minimo i tempi d'attesa per l'assistenza, in quanto battistrada, cerchione e forca sono sostituibili direttamente dal cliente. L'applicazione di questa ruota sulle valigie ha permesso inoltre, essendo staccabile, di realizzare un bagaglio che avesse il massimo volume rimanendo all'interno delle dimensioni consentite dalle compagnie low cost.
- **Tattoo Lab**, un servizio di personalizzazione prodotto, che prevede visite di cortesia da parte dei clienti per visualizzare le modalità di stampa, la qualità e la tipologia di personalizzazione.

- **Carpisa QR-GO®**, un QR code, finalizzato a riassumere il contenuto dei cartellini in modo da limitarne l'utilizzo esteso a tutte le linee Valigeria e, nel corso del 2022, anche al mondo delle borse. Per ulteriori approfondimenti sul Carpisa QR-GO®, si veda il capitolo "Prodotto, Qualità e sicurezza del prodotto".

Dal 2020, con la nascita della nuova filosofia aziendale "**Green Oriented**", il **Carpisa Lab** e gli uffici afferenti hanno acquisito ulteriore importanza nel percorso di sostenibilità del nostro marchio, in quanto è stata avviata la progressiva sostituzione dei materiali classici per la realizzazione e il confezionamento del prodotto con materiali ad "**impatto ambientale zero**".
I prodotti "Green Oriented", sottoposti a verifiche di qualità e conformità sempre più stringenti grazie all'uso di spettrofotometria IR e calorimetria a scansione differenziale, si distinguono dall'etichetta creata ad hoc, per fornire una chiara comunicazione dell'impegno aziendale sul tema Sostenibilità.
A tale proposito, nel 2021 abbiamo raggiunto l'obiettivo di estensione della caratteristica "Green Oriented" alla quasi totalità della collezione Carpisa.

Materiali smart e sostenibili

I nostri uffici di ricerca e sviluppo sono alla continua ricerca di materiali riciclati intelligenti e responsabili, in collaborazione con aziende chiave in Italia e nel mondo. L'utilizzo di materiali innovativi ed eco-friendly è strettamente legato ai nostri obiettivi di economia circolare, di innovazione e sviluppo. Siamo infatti consapevoli che gli interessi dei nostri clienti includono non solo l'estetica e l'utilità dei prodotti, ma anche la **qualità dei materiali**, che stanno diventando sempre più smart e sostenibili.

I nostri materiali sostenibili sono certificati dal produttore in conformità con **Global Recycled Standard (GRS)** e **Global Organic Textile Standards (GOTS).** Grazie al supporto della gestione locale della filiera in Cina, queste certificazioni sono sempre presenti per tutta la vita del prodotto e garantiscono che il fornitore non modifichi il materiale durante il processo.

Le certificazioni dei nostri materiali

Già dal 2020 abbiamo lanciato sul mercato una linea di prodotti "**Green Oriented**" caratterizzata da **materiali sostenibili** ed **innovativi**. Nello specifico di seguito sono elencati i materiali da noi utilizzati:

- **MATERIALI BIOBASED**, di **origine biologica** (e.g. biomasse), che non includono componenti derivanti da carbone o petrolio (origine fossile) e che hanno il primario vantaggio di essere ottenibili da una fonte rinnovabile come le biomasse, eventualmente in associazione a fonti di energia rinnovabile per ridurne ulteriormente la carbon footprint.

- **MATERIALI RIGENERATI**, derivanti dallo scarto della rasatura della pelle con lattice di gomma come legante.

- **GOMMA RICICLATA AL 50%** utilizzata per la produzione di etichette apposte sulle valigie "Green Oriented": è resistente agli agenti organici, come muffe e batteri, alle escursioni termiche e agli agenti atmosferici e presenta ottime caratteristiche di durabilità.

- **CARPISA GOTECH®**, un materiale brevettato composto al 70% da materiale proveniente da riciclo, creato dalla reingegnerizzazione dei processi di produzione dei normali materiali utilizzati nel settore Valigeria, ABS e policarbonato, usato per il set di valigie che porta lo stesso nome. Il CARPISA GOTECH® è dotato di un'enorme resistenza agli urti e una superficie studiata per essere antigraffio. Per il 2021, prevediamo di studiarne l'utilizzo anche nel settore Borsa donna, di sperimentarne la combinazione con altri materiali sostenibili e di aumentarne la percentuale di quota riciclata.

- **RPET** (Recycled Polyethylene Terephthalate), un polimero ottenuto attraverso processi di recupero e compostaggio del PET, comunemente utilizzato nella produzione di bottiglie di plastica. RPET è un materiale estremamente versatile, che viene utilizzato per la creazione di numerosi prodotti, tra cui portafogli, borse, shopper, e molto altro. Nel 2021, con la filosofia "Green Oriented", abbiamo esteso l'uso di RPET in ogni collezione dei prodotti Valigeria e Borse.

- **HAYGO**, un mix di polipropilene e paglia composto al **20% da materiale naturale**.

- **RPU**, **uno dei materiali più ecosostenibili in circolazione** perché a fine vita può essere incenerito, diventando nuova fonte di energia, polverizzato per la produzione di modelli di isolamento o frantumato per la produzione di pannelli ad alta densità. Dopo una fase di studio iniziale, nel 2021 abbiamo ufficialmente integrato RPU nelle nostre linee, in particolare quelle delle borse.

- **Nylon**, utilizzato per la produzione di una borsa con un unico materiale, grazie alle sue caratteristiche di resistenza, il prodotto può essere **riciclato e riutilizzato**, perfettamente in linea con la filosofia dell'economia circolare.

- **Tessuto antibatterico** o trattamento antibatterico, che riduce la proliferazione batterica sulla superficie grazie alla presenza di ioni di argento che attaccano la membrana batterica e la distruggono. Gli ioni, intrinsechi nel materiale, resistono a più di 50 lavaggi, consentendo un'ottima durabilità del prodotto nel tempo. Con questo tessuto con trattamento antibatterico sono state realizzate delle borse denominate "**safe bag**".

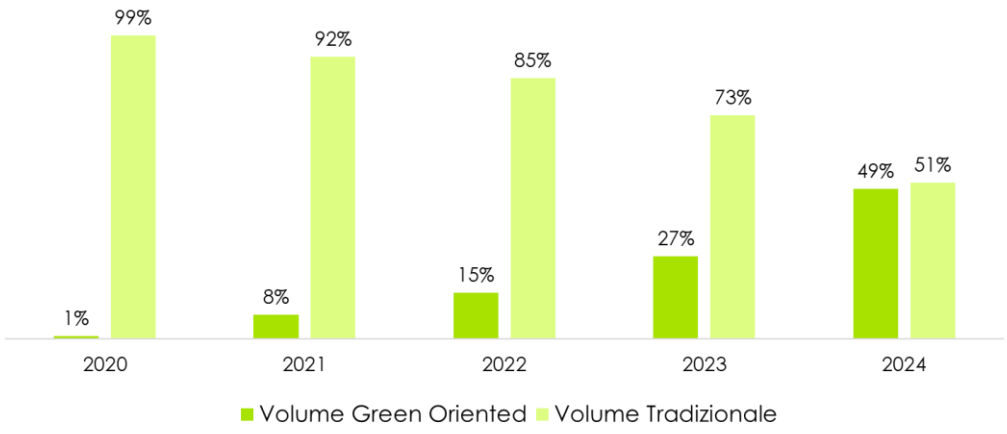
Sono in fase di studio materiali con:

- **parte vegetale costituita da buccia di mele o ananas**, la cui percentuale solitamente varia tra il 35-65% in modo da poter essere miscelata poi ad altri componenti per ottenere lo spessore ottimale;
- **parte vegetale costituita da bamboo e legno**.

Come previsto, nel corso del 2021, abbiamo organizzato un progetto di **economia circolare** per il recupero di materiali dai prodotti di scarto chiamato "**The Second Life**" che ha visto coinvolte alcune aziende campane, leader in determinati settori, nella realizzazione di un'innovativa campagna di sensibilizzazione dei prodotti considerati "usati". Per maggiori approfondimenti, si veda il capitolo "Prodotto - Comunicazione trasparente e marketing responsabile".

Continuando a svolgere le nostre attività di ricerca e sviluppo, prevediamo di aumentare, anno dopo anno, l'incidenza delle linee "Green Oriented" sulle collezioni, in particolare con riferimento alle collezioni Borsa donna e Valigeria.

Obiettivi Green Oriented* prodotto Carpisa (2021-2024)



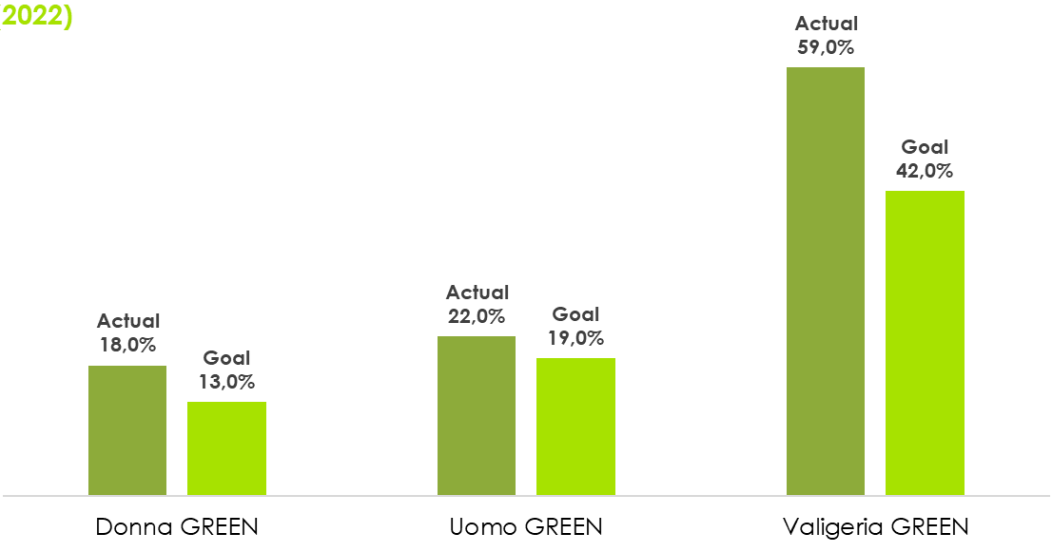
* I prodotti Green Oriented di Carpisa hanno un contenuto totale di materiale sostenibile pari ad almeno l'80%.

Andamento volumi GREEN attesi e reali (2022)

Note
- I dati sono aggiornati al 30/06/2022
- Sono state considerate le categorie donna, uomo e valigeria
- Non sono stati considerati accessori (per il ridotto numero di volumi rispetto le altre categorie)
- Non sono state considerate linee in pelle (per il ridotto numero di volumi)

Come si evince dal grafico sopra riportato, nel 2022 il risultato dell'andamento volumi GREEN è stato molto positivo ed addirittura oltre le attese. In particolare, l'andamento dei volumi GREEN reali è stato pari al 26,3% superando nettamente l'obiettivo del 15% del Piano Industriale. Anche osservando l'andamento dei volumi GREEN per categoria di prodotto, si registra un aumento di tali volumi rispetto al target nelle tre categorie, con una crescita particolarmente significativa nella Valigeria.

Andamento volumi GREEN attesi e reali Donna/Uomo/Valigeria (2022)



Note:
- I dati sono aggiornati al 30/06/2022
- Sono state considerate le categorie donna, uomo e valigeria
- Non sono stati considerati accessori (per il ridotto numero di volumi rispetto le altre categorie)
- Non sono state considerate linee in pelle (per il ridotto numero di volumi)

Design sostenibile e circular economy

I temi legati al **design sostenibile** e alla **circolarità dei prodotti** sono diventati per l'Azienda un impegno quotidiano che ha accompagnato tutte le attività del 2021.

È stato ampliato l'utilizzo e la diffusione, all'interno di tutte le collezioni, di un numero sempre maggiore di materiali ecosostenibili, così come è stata ampliata la vendor list di fornitori certificati ed il database interno di materiali. Resta sempre presente il costante impegno verso la ricerca di materiali sempre nuovi per migliorare i nostri prodotti nel rispetto dell'ambiente.

Numerosi sono stati i progetti che hanno visto come tema fondamentale l'utilizzo di materiali e design sostenibili.

Il progetto **5 in 1**, che ha avuto come obiettivo quello di ottimizzare il numero di prodotti per ogni spedizione e quindi ridurre drasticamente la CO_2 emessa, è stato concluso e vedrà la sua prima applicazione nel 2022 sulla nostra linea di Valigeria best seller, Carpisa GOTECH®. Per ulteriori approfondimenti, si veda il capitolo "Pianeta, Protezione del territorio e della biodiversità".

Dal 2020, la nostra partecipazione come titolari esclusivi al progetto **MISE – Fabbrica Intelligente – INN.PRO.DES** (acronimo di Innovazione dei processi di design e prototipazione), in collaborazione con l'**Università di Roma 3** (UNIROMA3), rappresenta Il fiore all'occhiello e la principale innovazione in tema di design sostenibile. Il progetto, che è stato sviluppato per tutto il 2021 e proseguirà nel 2022, è incentrato attorno al mondo dell'**artigianato**, della **digitalizzazione dei processi di design** e **prototipazione**, fino alla realizzazione del prodotto "**Made in Italy**".

INN.PRO.DES, Innovazione dei Processi di Design e Prototipazione

Il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) ha avviato un progetto che spinge le aziende partecipanti ad applicare idee virtuose e all'avanguardia per creare un Laboratorio Artigiano 4.0 attraverso l'acquisto di **attrezzature digitali** e la formazione di **nuove figure professionali**. Tale laboratorio diventerà un **Centro di eccellenza** per il **design** e la **prototipazione avanzate** in grado di ridurne i rispettivi costi e tempi.

Il Laboratorio Artigiano 4.0 permetterà la creazione di una piattaforma integrata di servizi digitali di market analysis, progettazione, realizzazione di modelli digitali attraverso software 3D, prototipi e show case.

Un secondo risultato del Laboratorio Artigiano sarà la creazione di una nuova figura professionale all'interno dell'Azienda: il "**Modellista Digitale**", che si occuperà di acquistare strumentazioni all'avanguardia per la realizzazione interna di prototipi e modelli, che potranno essere tradotti immediatamente in prodotti Pronto Moda.

Con fierezza è possibile affermare che Carpisa è tra le prime realtà ad abbracciare il mondo digitale, a farne uno stile di vita lavorativa, assolutamente rinnovata nelle modalità e nella mentalità e ad avviare le prime attività legate al Laboratorio Artigiano 4.0. Infatti, in quest'ottica, nel 2021, abbiamo riadattato i nostri uffici per le fasi di progettazione e di prototipia, per la realizzazione di un'area dedicata alla «**modelleria digitale**». L'ufficio è supervisionato da una nostra esperta di prodotto e formato da un team di giovani risorse che hanno completato corsi specifici di modellazione 3D. A supporto del progetto, abbiamo acquistato software di modellazione che consentono di produrre collezioni e prototipi digitali con estremo fotorealismo e simulazione, oltre ad uno scanner digitale per tessuti.

Infatti, sono state presentate le prime linee interamente digitali che consentono di arrivare alla fase di ordine dei prodotti senza produrre prototipi fisici. Questo comporta **meno sprechi di materiale utilizzato** e **riduzione del numero di trasporti aerei**, con conseguente **riduzione della CO_2**.

Per il 2022 è prevista la creazione di un**a Concept Room digitale** nella quale potrà essere osservata nel dettaglio l'intera collezione in formato digitale con possibilità di realtà virtuale, un simulatore costi e, per il 2023, un configuratore di prodotti in tempo reale che sarà successivamente trasferito anche sul nostro canale e-commerce.

Nel loro insieme, la creazione del Laboratorio Artigiano 4.0, del Modellista Digitale e del rispettivo ufficio forniranno una **risposta innovativa alla crescente richiesta di personalizzazione da parte dei clienti** che

potranno interagire con un modulo specifico di e-commerce e ridurranno drasticamente tempi, costi e soprattutto gli impatti ambientali dell'intero processo.

Con la nascita del centro di Modellistica Digitale, abbiamo già potuto documentare i primi risultati:

- riduzione significativa dei prototipi fisici realizzati con conseguente impatto estremamente positivo sulla sostenibilità ambientale ed economica;
- drastica riduzione dei tempi di progettazione e costruzione collezione che vede un time to market più aggressivo;
- efficientamento dei progetti di collezione che adesso rispondono molto meglio ai desiderata del designer e meno alla libera interpretazione dei fornitori.

Carpisa Smart Factory: il design sostenibile

Lo scopo della digitalizzazione nel mondo della moda è definire un **modello che coniughi tecnologia digitale e artigianalità**, dove gli ingegneri ottimizzano le fasi del processo e le attrezzature, e dove le risorse acquisiscono un grado di competenza, professionalità e formazione digitale e artigiana ai massimi livelli.
Durante il 2021, il progetto Carpisa Smart Factory ha introdotto nuovi importanti cambiamenti su tre macroaree: persone, processi e attrezzature digitali.

PERSONE

- Formazione digitale degli stilisti
- Inserimento di Modellisti Digitali

PROCESSI
Piattaforma tecnologica digitale

- Vendor List Digitale, sistemi di simulazione dei costi dei prodotti, riduzione prototipi, velocizzazione dell'intero processo di costruzione collezione
- Layout adeguati alle nuove esigenze funzionali della Fabbrica Intelligente

ATTREZZATURE DIGITALI
Tecnologie innovative

- Realtà Virtuale
- Virtual Fitting
- Schermi 3 D Olografici
- Video wall (CONCEPT ROOM)
- Plotter digitali per taglio automatico materiali

Gli obiettivi del design sostenibile

- Riduzione del 60% del numero di prototipi realizzati per la costruzione delle collezioni
- Riduzione del 70% dei tempi di costruzione della collezione, quindi time to market più veloce
- Velocizzazione del processo di acquisto del 50% grazie al supporto alla preventivazione in real time
- Drastica riduzione dei casi di "satisfaction for necessity" grazie alla maggiore coerenza della collezione all'idea progettuale
- Miglioramento del rapporto qualità/prezzo e del percepito del prodotto conseguente ad un progetto ''perfetto''

Merchandising

Secondo quanto già evidenziato ed accaduto per gli anni 2019-2020, abbiamo proseguito anche nel 2021 e continuiamo anche ora nel processo di **rinnovamento ed upgrade delle collezioni**. Partendo dalla continua innovazione, il focus delle collezioni è la Sostenibilità nella sua interezza e uno studio sempre più razionale del numero di referenze.

Nell'ottica di ottimizzare, esporre e presentare al meglio i nostri prodotti, stiamo agendo con strategie di merchandising volte alla semplificazione della struttura di collezione e alla contrazione del numero di SKU (Stock Keeping Units), sia in termini di sviluppo di nuove collezioni, che in termini di prodotti già presenti negli store.

La progressiva riduzione delle SKU è finalizzata a migliorare l'efficienza economica ed evitare politiche di smaltimento forzato di fine stagione. Tale riduzione viene applicata con strategie mirate a generare efficienza produttiva, distributiva e di smaltimento. Per il 2024 prevediamo una riduzione delle SKU dei vari segmenti (donna, uomo e Valigeria) di almeno il 25% rispetto al 2019.

Qualità e sicurezza del prodotto

Il **Carpisa Lab Competence Center** rappresenta sempre più il centro di controllo qualità, ricerca, sviluppo e innovazione prodotto che assorbe ed elabora le più esigenti richieste da parte dell'Azienda e di tutti gli stakeholder interessati.

Tutti i materiali sono sottoposti a test di collaudo specifici per verificare che rispondano ai parametri di qualità e sicurezza e ne consegue un report con esito della prova. In particolare, prima di avviare qualsiasi trattativa con il fornitore, il prodotto viene testato nel Carpisa Lab secondo regole precise e viene successivamente approvato in base a qualità e certificazioni richieste. I test effettuati variano a seconda della categoria merceologica del prodotto e sono frutto di attente valutazioni e analisi. In questa fase, il **Quality Service Manual** (QSM) svolge un ruolo fondamentale, in quanto raccoglie tutti i parametri di qualità e sicurezza che devono essere considerati per effettuare una corretta e precisa valutazione del prodotto in oggetto. Questi controlli vengono effettuati sistematicamente ad ogni fase di lavorazione del prodotto, dalla progettazione alla produzione, fino all'assistenza post-vendita.

Nel Carpisa Lab ci assicuriamo che, in fase di progettazione, almeno il 95% dei campioni rispettino le caratteristiche progettuali/prototipali, come indicatore della qualità del controllo dell'intero processo. Per effettuare i test, il Carpisa Lab è dotato delle strumentazioni più all'avanguardia, tra cui: ELMENDORF (resistenza allo strappo), Martindale (abrasimetro), dinamometro per l'allungamento a rottura, spray test e waterproof test per i materiali impermeabili, FTIR (spettroscopia ad infrarossi) etc.

In caso di non conformità riscontrate a produzione avviata, segue un'interruzione immediata e la rilavorazione del prodotto secondo i parametri consentiti dalle normative vigenti.

Durante l'anno 2021, in base ad esigenze aziendali, si è attuata una separazione dei laboratori, dando vita ad un laboratorio di **caratterizzazione materiali**; un'area con tutte le strumentazioni che consentono di testare le proprietà fisico-meccaniche dei materiali costituenti i nostri prodotti secondo le normative quali ISO, ASTM, QB-T.

Nel 2021, abbiamo realizzato il 45% dei prototipi delle borse donna nei nostri laboratori con i relativi processi di controllo qualità e sdifettamento, alcuni anche sviluppando spunti dai giovani talenti che stanno svolgendo tirocini e percorsi professionalizzanti presso la nostra Azienda.

In un'altra area è stato predisposto **lo studio del prodotto finito e di funzionalità**, con tutte le strumentazioni di collaudo destinate nello specifico alla Valigeria, come Tumble test, walking test, drop test etc. Quest'area è inoltre dedicata a una sperimentazione in cui, in base al prodotto esaminato e a relative peculiarità, si testano le funzionalità dello stesso con prove sperimentali normate, mirate ad ottenere risultati sulle performance del prodotto finito.

Per ottimizzare il processo di controllo e qualità e per sensibilizzare tutti i fornitori su questa tematica, abbiamo riprodotto il Carpisa Lab anche in Cina, il quale ha una padronanza sempre maggiore in termini di controllo qualità e supervisione, dando vita ad un vero e proprio lavoro di squadra a distanza. L'esistenza del Carpisa Lab in Cina permette di testare gran parte dei campioni prototipali e di produzione, garantendo un notevole risparmio in termini di movimentazione dei campioni tra Cina ed Italia.

In termini di sostenibilità, il controllo qualità abbraccia anche tutta la sezione di controllo dei certificati GRS, la loro validità e le rispondenze alle linee di riferimento.

A tal proposito, all'interno del QR Code applicato sulla Valigeria, è prevista una sessione relativa alla sostenibilità come concetto assoluto e come concetto relativo a Carpisa, nonché una sessione esplicativa del materiale utilizzato per la linea specifica con descrizione del processo di lavorazione e riciclo del materiale. La possibilità di avere **un numero sempre maggiore di spazi** volti ad esprimere i concetti di collezione, gli ideali e gli obiettivi, è un grande valore aggiunto per il marchio.

Nell'ambito della Qualità e della Sicurezza dei prodotti, abbiamo proseguito nel:

- rinnovo della certificazione ISO 9001 (anno 2015), prodotto Valigeria;
- messa in opera e sdifettamento processo di certificazione ISO 9001, prodotto Borse, che si completerà nel 2022;
- messa in opera della Scuola Artigiani 4.0, che ha portato alla realizzazione di prodotti handmade, "Made in Naples", di elevata qualità;
- implementazione del laboratorio presso l'area geografica in cui si sviluppano le nostre produzioni;
- continuo sviluppo di linee "Green Oriented" con materiali riciclati o a bassissimo impatto ambientale.

Trasparenza e tracciabilità: la PRODUCT ID CARD di Carpisa

Il concetto di "Green Oriented", nato nel 2020 come una vera e propria filosofia aziendale, è mirato ora ad una presenza sostanziosa e massiccia di materiali sostenibili sull'intera collezione.

Il progetto di Innovazione Qualità Borse ha visto l'affermarsi del "**PRODUCT ID CARD**": una vera e propria carta d'identità del tessuto contenente tutte le voci relative alle caratteristiche fisico/meccaniche da rilevare sul materiale della borsa, nonché le voci relative ai risultati dei test a cui sottoporre il prodotto.

Il processo che fu formalizzato seguendo il ciclo di Deming, ossia lo sdifettamento del processo a piccoli passi, ha portato dapprima ad un lavoro su alcune linee pilota, per poi estendersi all'intera collezione Borse.

Su questa scia, continua la realizzazione di prototipi fisici all'interno dei nostri laboratori che ci consente di affinare sempre più i processi di controllo qualità e perfezionamento.

Nel 2021, non abbiamo registrato episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e dei servizi.

Etichettatura

Così come per lo scorso anno, le etichette rivestono un ruolo strategico nelle nostre attività di comunicazione e il Carpisa Lab collabora sempre più e con maggiore sinergia con l'Ufficio grafico per elaborare e rafforzare i contenuti, siano essi cartellini del prodotto stesso, tutti realizzati in cartoncino riciclato, o cartelli supporto vendita in store.

Questa sinergia ha portato ad un maggiore coinvolgimento **di tutte le risorse interessate**, tra cui anche i designer, solitamente non direttamente coinvolti e che ora sentono in prima persona il bisogno di esprimere i concetti innovativi e funzionali dei prodotti che ideano.

Le nostre etichette contengono informazioni standard **sintetiche**, ma **efficaci**, che vengono tradotte anche in lingua inglese, affinché siano accessibili alla clientela internazionale. Inoltre, per i prodotti Valigeria specifichiamo che la collezione Carpisa è esente da elementi chimici tossici, nel rispetto della salute e dell'ambiente.

Realizziamo anche dei **cartellini speciali** che evidenzino le peculiarità del prodotto, le novità stilistiche e le funzionalità attraverso una **comunicazione attenta e mirata**. Ne sono un esempio le etichette dei prodotti più innovativi, dotati di accessori brevettati a cura del Carpisa Lab, o i prodotti realizzati in materiali sostenibili dotati di etichette in cartoncino riciclato su cui sono stati inseriti simboli green.

Attraverso il supporto di Remedia, favoriamo la gestione eco-sostenibile di Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE), pile e accumulatori (PA) a fine vita prestando grande attenzione nell'apporre i simboli corretti ai prodotti e ai gadget elettrici ed elettronici. Inoltre, dotiamo i prodotti AEE del simbolo CE e delle modalità di utilizzo.

In tema di comunicazione e sostenibilità continua uno dei nostri progetti più innovativi e sostenibili, che posiziona Carpisa al primo posto tra le aziende di accessori: il **CARPISA QR-GO®**. Nel 2021, è stato completato il percorso di registrazione del marchio e il QR Code è stato esteso a tutte le linee di collezione Valigeria dal 2021 costituendo uno strumento sempre più mirato alla comunicazione trasparente del prodotto, delle sue funzionalità e del processo produttivo.

Sviluppato già a partire dal 2019 sulla Valigeria, prevede l'applicazione di un'etichetta con QR Code sul singolo prodotto che permette di usufruire di una serie di **servizi personalizzati** e multilingua, dedicati al tema "viaggio", tra cui: il caricamento di documenti utili (es. pass vaccinale, boarding pass, passaporto, ecc.), il servizio "lost and found", cioè il ritrovamento del proprio bagaglio in caso di smarrimento e la check list per organizzare tutto l'occorrente per il viaggio.

Inoltre, in tema di sostenibilità all'interno del QR Code e nella sezione "Caratteristiche Valigia" è stato illustrato in modo semplificato il processo di ottenimento e riciclo dei materiali costituenti.

I vantaggi principali legati al Carpisa QR-GO® sono legati alla versatilità, all'accessibilità delle informazioni caricate, alla possibilità di aggiornare i contenuti, comprese le novità e le innovazioni che promuoveremo. Inoltre, il Carpisa QR-GO® ci permetterà di ridurre i costi dei cartellini pendenti, di farci **risparmiare notevoli quantità di carta e consumabili**, nonché di ottenere una forte **riduzione nelle emissioni di CO_2** per la produzione degli stessi.

A fine 2021, abbiamo avviato il progetto di applicazione anche sulle Borse, soprattutto per evidenziare il grande impegno del marchio rispetto alla volontà di comunicare e spaziare su tutti gli argomenti di prodotto.

Attualmente sono in fase di studio diverse iniziative volte ad utilizzare il QR Code come veicolo di comunicazione interattiva e sostenibile, come accessorio packaging, bigliettino di auguri digitale, e come tramite per accedere a diversi servizi mirati alla fidelizzazione del consumatore, come ad esempio concorsi a premi.

Nel 2021, Carpisa non ha registrato casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti.

Approvvigionamento responsabile

Considerando la tipologia di business dell'Azienda che si basa molto sul "time to market" e sulla correttezza del periodo di immissione in negozio, **professionalità** e **piena condivisione dei principi e dei valori** sono le caratteristiche principali che ricerchiamo nei nostri fornitori, con i quali ci impegniamo a costruire rapporti duraturi per favorire il miglioramento continuo degli standard di qualità, nonché delle performance ambientali e sociali.

I fornitori coinvolti nella produzione dei nostri prodotti si dividono sulla base delle diverse categorie merceologiche, che, nel nostro caso, sono: borse, portafogli, valigeria e accessori vari.

La **selezione** dei fornitori si basa su una serie di requisiti, tra cui l'**esperienza tecnica nello sviluppo e nella produzione**, l'**adeguata capacità produttiva e il rispetto delle norme ambientali e di sicurezza** sul lavoro, nonché la **localizzazione in Paesi con buoni standard produttivi** caratterizzati da una catena di fornitura efficiente e la **distribuzione geografica** per ridurre il rischio Paese, particolarmente alto in contesti con situazioni geo-politiche instabili.

Queste attenzioni ci permettono di contare su un numero di fornitori dotati di un **alto know-how tecnico**, ai quali affidiamo la realizzazione del prodotto finito e con cui **collaboriamo attivamente** al fine di promuovere la **condivisione di conoscenze** e la **risoluzione tempestiva** di eventuali **criticità**. L'intero processo di produzione è inoltre supervisionato dai **merchandisers** e **tecnici del controllo qualità** che forniscono un supporto continuo e assicurano il rispetto degli standard attraverso un'ispezione approfondita e con verifiche settimanali sul campo.

Tenendo in considerazione il periodo storico e l'attenzione alla sostenibilità che sta aumentando in Carpisa stiamo rafforzando sempre più il concetto di **approvvigionamento responsabile**, allargando il database di "produttori di materia prima" sostenibile (ad esempio proveniente da scarti di materie naturali o da riciclo) che facciamo utilizzare ai nostri produttori di prodotto finito. A tal proposito, stiamo rivalutando la catena di fornitura in funzione di parametri ben precisi:

- fornitori con laboratori di controllo qualità interni per garantire **un controllo più veloce** di ogni linea di fornitura;
- **maggiori garanzie** di rispetto delle tempistiche di consegna;
- possesso del maggior numero possibile di **certificazioni** legate ai processi, standard di qualità e sicurezza ambientale;
- fornitori che hanno dimestichezza nell'applicazione di **materiali sostenibili** (che spesso hanno processi di applicazione particolari);
- fornitori che hanno dimestichezza nell'utilizzo di **software 2D e 3D** che consentano la lettura e gestione dei **progetti "digitali"** realizzati da Carpisa secondo il nuovo processo di "**Design Sostenibile**", che velocizza il dialogo con le fasi produttive, riducendo drasticamente la produzione di prototipi e accelerando il processo di approvazione campioni ed emissione ordini di acquisto.

Il rapporto con i nostri fornitori si fonda sui principi del **Codice Etico**, che sono obbligati a sottoscrivere e rispettare così come indicato negli standard previsti nel **Manufacturing Agreement** ai fini di uno sviluppo responsabile e sostenibile del business.

Nel corso del 2021, inoltre, è andato a regime **l'utilizzo dei SAQ** (Self-Assessment Questionaire) per la scelta e valutazione dei nostri fornitori, con particolare riguardo all'applicazione del Codice di Condotta. Attraverso questo strumento, abbiamo **valutato il 100% dei nuovi fornitori secondo performance tecnici, di qualità, ambientali e sociali sul totale dei nuovi fornitori**, rispettivamente due per le materie prime e quattro per il manufacturing. In particolare, ad ogni nuovo fornitore viene mostrato e spiegato il Codice di Condotta adottato da Carpisa ed è sottoposto al SAQ.

Da luglio 2020 abbiamo cominciato a sottoporre i nostri fornitori al SAQ, il quale è articolato in sei sezioni: profilo del fornitore, domande generali, panoramica della forza lavoro, diritti dei lavoratori, informazioni relative al sito produttivo, salute, sicurezza e ambiente (Health, Safety and Environment - HSE) e subappaltatori. Così facendo, tramite le diverse domande del SAQ, riusciamo ad ottenere una verifica chiara delle performance tecniche, ambientali e sociali dei nostri fornitori, ad individuare eventuali gap o punti critici e, pertanto, avviare delle azioni correttive.

Durante le ispezioni nelle fabbriche verifichiamo che effettivamente vengano rispettate le regole riportate sul nostro Codice di Condotta. In caso di non conformità risolvibili, invitiamo i fornitori ad implementare delle azioni correttive entro un termine prestabilito, la cui implementazione verrà verificata

con appositi audit. Qualora, invece, si riscontrassero violazioni gravi, applichiamo il principio di "**tolleranza zero**", che comporta la risoluzione immediata del contratto con il fornitore.

Attualmente, all'interno dei contratti sono inserite clausole contrattuali relative ai REACH test, mentre non sono inserite clausole contrattuali relative alle certificazioni ambientali e sociali, nel corso del 2022, valuteremo di inserirle e renderle un requisito formale.

Inoltre, è in programma l'introduzione di fornitori in area Europa per migliorare l'intera catena di approvvigionamento sia dal punto di vista ambientale che di opportunità di business.

Per ogni fornitore si sta anche valutando la possibilità di utilizzo di packaging sostenibile. A questo proposito, quasi la totalità dei fornitori utilizza packaging sostenibile (polybag in pet riciclato, cartoni riciclati o FSC, cartellini pendaglio in carta riciclata).

Come conferma la tabella sottostante, proseguono nel 2021 le attività avviate nel 2020 nell'ottica di un **migliore bilanciamento** delle aree produttive tra Asia ed Europa. L'attenzione si sta spostando sempre di più verso i fornitori del mercato occidentale che, presupponendo comunque i principi di base legati a Codice di Condotta, applicazione dei REACH test e applicazione degli standard di qualità adottati da Carpisa, forniscono spedizioni di gran lunga più brevi e con un carbon footprint estremamente più basso rispetto alle spedizioni dalla Cina.

Fornitori per distribuzione geografica e categoria merceologica (%)

	2019				2020				2021			
	Borse	Accessori	Valigeria	**Totale**	Borse	Accessori	Valigeria	**Totale**	Borse	Accessori	Valigeria	**Totale**
Cina	44,5	20,3	23,6	**88,4**	45,2	20,3	23,6	**89,1**	31,0	35,2	14,1	**80,3**
Bangladesh	0,7	0,0	0,0	**0,7**	0,0	0,0	0,0	**0,0**	0,0	0,0	0,0	**0,0**
Europa e Mediterraneo	1,2	0,3	0,0	**1,5**	1,2	0,3	0,0	**1,5**	2,8	2,8	2,8	**8,4**
India	8,4	1,0	0,0	**9,4**	8,4	1,0	0,0	**9,4**	5,6	5,7	0,0	**11,3**
Totale	**54,8**	**21,6**	**23,6**	**100,0**	**54,8**	**21,6**	**23,6**	**100,0**	**39,4**	**43,7**	**16,9**	**100,0**

Il numero di fornitori Cina di borse si è ridotto a favore di fornitori con una maggiore qualità e capacità produttiva a seguito di un lavoro di revisione globale della vendor list concentrandosi maggiormente su fornitori in grado ancora di rispettare le tempistiche ed i parametri di acquisto legati alle policy aziendali. Si comincia a notare anche la presenza di fornitori di valigeria in Europa che possano garantire tempi di consegna molto più veloci che rispetto alla Cina, nonostante necessitino di un maggior supporto possibile nella messa a punto di processi di produzione ad alto impatto tecnico. Il Team di Ricerca e Sviluppo Carpisa, affiancato dall'esperienza del team cresciuto in ambito Cina, sta consentendo un rapido trasferimento di know-how e adattamento agli standard qualitativi aziendali.

Ad oggi, non sono emersi casi di lavoro minorile, forzato o obbligatorio lungo la nostra supply chain.

Comunicazione trasparente e marketing responsabile

Una comunicazione chiara e trasparente è la nostra priorità fondamentale per garantire un rapporto credibile con i nostri clienti. Per applicare tali principi ci stiamo impegnando in una strategia comunicativa **omni-channel**, che sia in grado di raggiungere i nostri clienti ovunque e tramite diversi canali, sia online che offline.

Consapevoli che le aspettative dei clienti non sono più basate esclusivamente sulla qualità dei prodotti e servizi offerti durante le esperienze di acquisto (online e offline), ma anche sulla certezza che tutte le pratiche aziendali siano allineate a valori quali responsabilità, sostenibilità, trasparenza, impegno e contributo al benessere sociale, la nostra comunicazione vuole trasmettere **messaggi positivi** in merito a tali principi. Pertanto, ci impegniamo a condurre **campagne sui temi della sostenibilità ambientale e sociale**, con l'obiettivo di **sensibilizzare i clienti** e produrre un impatto positivo su una comunità più ampia – sia all'interno che all'esterno dell'Azienda.

Di seguito le campagne che hanno caratterizzato il 2021.

Maggio 2021

Carpisa insieme a Legambiente per la tutela delle tartarughe

In Carpisa, abbiamo proseguito percorso verso un futuro più sostenibile, continuando a sviluppare progetti concreti all'interno delle proprie collezioni, nei propri negozi, in diversi ambiti aziendali e in sinergia con partner d'eccezione. Ci siamo impegnati per supportare la campagna "**Tartalove**" di **Legambiente**, volta a salvaguardare le **tartarughe** marine, da sempre simbolo del brand, e a contrastare la presenza della plastica nei nostri mari. Nei prossimi due anni, concretizzeremo il nostro impegno attraverso un contributo economico volto a proteggere, curare e sostenere 170 esemplari di tartarughe marine. Inoltre, un esemplare di caretta caretta, specie rara e in pericolo, verrà dotato di trasmittente satellitare per monitorare i suoi spostamenti nel Mediterraneo. Ogni anno, infatti, in Italia decine di migliaia di tartarughe caretta caretta muoiono a causa di catture accidentali, ingestione di plastica e traffico nautico. La campagna di raccolta fondi di Carpisa contribuisce a sostenere le attività svolte dai Centri di recupero di Legambiente, tra cui il recupero degli esemplari in difficoltà, le cure veterinarie e i rilasci in mare.

Per coinvolgere i nostri clienti nella raccolta fondi organizzata a supporto dell'iniziativa, abbiamo creato una **shopper biodegradabile**, venduta in tutti gli store Carpisa: chiunque acquisti questa shopper dà automaticamente il proprio contributo alla campagna, diventando così a sua volta promotore della campagna stessa.

L'attenzione per i materiali utilizzati per lo sviluppo delle collezioni, il nuovo concept store e le iniziative volte alla salvaguardia dell'ambiente sono alcuni degli step del percorso verso la sostenibilità intrapreso dal brand: questa iniziativa si inserisce infatti in un percorso aziendale più ampio.

Giugno 2021

Carpisa e Confindustria Alberghi

Carpisa e **Go Carpisa** sono ripartiti e lo hanno fatto inaugurando la stagione estiva con un progetto tutto italiano. I due brand, in collaborazione con **Confindustria Alberghi**, hanno ideato un'iniziativa **"Vacanza Italiana"** per la ripartenza del turismo nel nostro Paese. Dal 3 giugno al 30 agosto 2021, a fronte di una spesa minima di 20€ presso i negozi a marchio CARPISA e GO CARPISA, è stato consegnato ai clienti un buono sconto, per un massimo di 100€, utilizzabile per una permanenza minima di tre notti presso una delle strutture alberghiere aderenti all'iniziativa. Un'operazione commerciale che ha voluto celebrare l'italianità, un inno di incoraggiamento per la ripartenza che è iniziata proprio dalla valorizzazione di uno dei punti di forza del nostro Paese: la bellezza del nostro territorio, dai litorali della nostra penisola alla ricchezza naturale delle nostre montagne e dei nostri laghi, un patrimonio da valorizzare e tutelare.

Carpisa e 500 Elettrica

Il nostro marchio ha celebrato la voglia di ripartire e di ricominciare a viaggiare con l'introduzione della **nuova valigia 500 Eco**, progettata da Carpisa in esclusiva per il marchio FIAT in occasione del lancio della nuova automobile sostenibile 500e.

La collaborazione ha reso omaggio ad un tema che da sempre appartiene al DNA dei due brand, ovvero la dimensione del viaggio, che è diventata sempre più green. Una partnership che ha unito alcuni dei tratti distintivi dei due rispettivi brand, offrendo un prodotto dal design elegante ed esclusivo, curato nei minimi dettagli, in ottica eco-friendly.

Una linea di trolley realizzata in **RPET**, materiale proveniente dal riciclo delle bottiglie di plastica: 30 sono infatti le bottiglie riciclate utilizzate per realizzare un trolley in taglia S. Le doppie ruote ultra-silent brevettate con tecnologia Giapponese Hinomoto si muovono a 360 gradi, garantendo praticità e velocità di movimento. Le zip YKK dotate cursore self repairing sono garanzia di durevolezza e resistenza.

Il Laboratorio R&S Carpisa, certificato ISO 9001, è stato costantemente impegnato nei test e nell'analisi di materiali di qualunque tipo per la realizzazione di questo prodotto. Un team di ingegneri esperti alla continua ricerca e sperimentazione di nuove soluzioni tecniche è stato coinvolto con l'obiettivo di rendere sempre più resistenti, leggeri e antigraffio i materiali utilizzati.

Luglio 2021

Carpisa con Muschio Selvaggio

In collaborazione con **Muschio Selvaggio**, il podcast dedicato a temi di attualità, cultura e società firmato da **Fedez** e **Luis Sal**, siamo ritornati a viaggiare e a far sognare i nostri clienti con una **capsule collection**.

Il progetto è nato dal desiderio di ricominciare a guardare al futuro con fiducia ed ottimismo, di riprendere a vivere, viaggiare e sognare ripartendo dall'Italia, per valorizzare e promuovere due dei settori di punta del nostro Paese, quello del turismo e quello della moda. La collaborazione con Muschio Selvaggio e i suoi speaker, Fedez e Luis Sal, nasce dalla necessità e dal desiderio di riprendere a realizzare progetti di qualità, attuali e trasversali che parlino **a tutte le generazioni**. Siamo quindi partiti dalla natura del business di Carpisa per sviluppare una collezione volta a promuovere la ripartenza del settore turistico italiano e a sensibilizzare la collettività sul tema della sostenibilità.

La capsule ha previsto una linea di travel bag e una linea di valigie unisex disponibile in tutti i negozi Carpisa e su www.carpisa.it.

La stampa all over con il monogram, disegnato in esclusiva con Muschio Selvaggio, disponibile in due varianti colore – verde smeraldo con monogram giallo e nero con monogram bianco – ha fatto da fil rouge a tutta la capsule collection.

La travel bag è stata realizzata in **RPET**, materiale proveniente dal riciclo delle bottiglie di plastica. Per renderla impermeabile e quindi versatile e adatta a tutte le esperienze di viaggio, tempo libero, sport ed eventuali altri utilizzi, è stato applicato un trattamento superficiale idrorepellente. Il guscio della valigia è realizzato in resistente **ABS più film di policarbonato**. Per la sua produzione è stato utilizzato il 40% di materiale riciclato. Utilizzare un'alta percentuale di materia prima-seconda comporta un risparmio in termine di materia prima e una riduzione significativa di emissioni di CO_2, dei livelli di inquinamento e consente di ottenere, oltre che nuovi prodotti, anche energia, calore ed elettricità.

Una collezione vivace ed accattivante che coniugava il comfort e la funzionalità ad argomenti di sostenibilità.

Settembre 2021

Carpisa e The Second Life

Abbiamo inaugurato la stagione autunnale con un'altra iniziativa all'insegna della sostenibilità e della circolarità: **The Second Life**. Questo progetto si è inserito all'interno del percorso in ambito sostenibilità che il brand ha intrapreso ormai da alcuni anni e che interessa diversi ambiti aziendali. In questo caso particolare, quello del prodotto. Dal 16 settembre al 6 ottobre 2021, i clienti sono stati incentivati a consegnare in tutti gli store Carpisa borse e zaini usati, di qualsiasi materiale e qualsiasi brand, per **dare loro una nuova vita**. Il cliente che portava in negozio la sua borsa usata riceveva infatti uno sconto di 10 euro sulle nuove collezioni, su una spesa minima di 50 euro. I prodotti raccolti sono stati consegnati, grazie alla collaborazione del partner **Logeco**, all'Azienda partner **Le Zirre** di Napoli, che ha provveduto al recupero degli stessi per realizzare nuovi prodotti da rimettere in vendita. Il progetto è stato a ridotte emissioni di CO_2 grazie alla collaborazione con **AzzeroCO$_2$**, società specializzata per la sostenibilità e l'energia fondata da Legambiente e Kyoto Club che offre soluzioni personalizzate ad enti pubblici, aziende e privati per ridurre il proprio impatto sull'ambiente e creare benessere condiviso. AzzeroCO$_2$ si è occupata, infatti, di quantificare le emissioni di gas serra associate ai trasporti e allo smaltimento delle borse, pari a **2,5 tonnellate di CO$_{2eq}$** e sono state **compensate tramite l'acquisto di 3 crediti internazionali**. Per la compensazione è stato scelto il **progetto di Forestazione nel Comune di Ferrara**.

Ottobre 2021

Carpisa e LILT

Carpisa e **LILT** – Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori – hanno continuato il percorso volto a diffondere, tramite iniziative concrete, la cultura della prevenzione nella lotta ai tumori. Anche per quest'anno, insieme abbiamo organizzato per le dipendenti della sede di Carpisa una sessione di **visite gratuite** complete di screening ecografici. Le visite sono state effettuate dai medici volontari della LILT guidati dal Prof. Gallipoli nelle giornate del 20 e 21 ottobre all'interno della sede dell'headquarter di Nola.

La sensibilizzazione alla prevenzione del tumore al seno ha rappresentato infatti per Carpisa un impegno costante ed importante per i propri dipendenti. L'iniziativa è stata accolta con entusiasmo dalle dipendenti dell'Azienda.

Carpisa e i Vent'Anni

Noi di **Carpisa** abbiamo celebrato il nostro **ventesimo anniversario**: **20 anni** di **visioni**, **creatività** ed **innovazione**, 20 anni dedicati allo sviluppo di **prodotti desiderabili**, altamente **tecnici**, **funzionali** e allo stesso tempo **inclusivi** ed **accessibili a tutti**. Fin dal principio l'impegno del brand è stato quello di soddisfare le esigenze di un ampio pubblico, offrendo una vasta gamma di prodotti per molteplici occasioni d'uso come il tempo libero, l'ufficio, gli spostamenti quotidiani e le occasioni speciali. Proprio per sottolineare l'inclusività e la trasversalità del brand, abbiamo scelto per la campagna di comunicazione, "**CARPISA 20 ANNI, PER TUTTI**", delle persone comuni eterogenee per età, background, etnia e genere. I protagonisti della campagna hanno indossato borse da donna e da uomo, valigie ed accessori, pensati in questa nuova decade anche in ottica sostenibile. Abbiamo guardato al futuro, rinnovando, attraverso questo anniversario, il nostro impegno verso l'ambiente, oltre a quello rivolto verso i nostri consumatori, continuando a creare prodotti appetibili ma anche realizzati con materiali sempre più innovativi e moderni, riciclati ed ecologici. L'innovazione di prodotto e l'inclusività sono infatti da sempre due delle direttrici di sviluppo del mondo Carpisa.

Nel 2021, non abbiamo registrato casi di non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni.

Saldi e politiche di pricing

Carpisa adotta una condotta trasparente e responsabile anche in merito alla comunicazione di saldi e pricing. In Italia tale comunicazione avviene secondo linee guida regionali, solitamente attraverso le Associazioni di categoria. Per le comunicazioni nei confronti dei paesi esteri adottiamo un approccio analogo, ovvero agiamo in conformità alle normative dei paesi in cui operiamo. A tal proposito, garantiamo una comunicazione chiara e coerente, grazie all'utilizzo di strumenti visual istituzionali utilizzati per gli allestimenti, forniti direttamente dalla sede a tutti i punti vendita.

Il perseguimento della chiarezza e della trasparenza, che sono una priorità intrinseca delle nostre attività, ci contraddistingue anche in termini di saldi e politiche di pricing. L'applicazione di tali principi è concretizzata da Carpisa tramite l'utilizzo di un unico sistema immutabile, in cui vengono caricati indistintamente tutti i listini, che uniforma i prezzi di vendita per tutti i negozi, di proprietà o affiliati. Aggiornando i prezzi direttamente dalla sede durante i saldi o le promozioni e prestando particolare attenzione al rapporto qualità-prezzo del prodotto, garantiamo il più equo equilibrio affinché tutti possano accedere ai nostri prodotti senza rinunciare alla qualità.

Per quanto riguarda il nostro settore di appartenenza, sono previsti due periodi di saldi di fine stagione:

- la campagna invernale con protagonista la collezione Autunno/Inverno e
- la campagna estiva con protagonista la collezione Primavera/Estate.

La Valigeria e le Borse sono le due categorie protagoniste della stagione Primavera/Estate, vendute pertanto a prezzo pieno in tale periodo e in promozione specialmente durante la campagna saldi invernale. Durante entrambe le campagne vengono proposti anche gli articoli di "fine serie" delle stagioni precedenti, nonché alcuni articoli del mondo Viaggio.

Oltre ai saldi di fine stagione, durante l'anno Carpisa apre due periodi promozionali in cui vengono inserite in offerta le prime linee della collezione stagionale; esse sono inizialmente riservate ai clienti CYao, in modo da offrire una priorità di scelta ai clienti fidelizzati di ogni negozio.

Per dare ai clienti la possibilità di acquistare un maggior numero di articoli a fronte di un risparmio significativo, alcune categorie di prodotti possono essere soggette a offerte multiple. Il personale dei negozi può applicare sconti solo in caso di specifiche causali.

Nel 2021, in Carpisa non si sono verificati casi di segnalazione per irregolarità o multe sul tema pricing e politiche commerciali.

Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales

L'ascolto dei clienti è al **centro delle scelte che facciamo per i prodotti** che offriamo e che sono frutto di una risposta che il nostro marchio vuole dare alle esigenze dei nostri clienti in termini di qualità, bellezza estetica, durabilità, versatilità e sostenibilità.

Programmi di fidelizzazione

In Carpisa abbiamo implementato un programma di fedeltà, concretizzato nella **CYao Card**, pensato per i nostri clienti, i quali possono rimanere aggiornati su tutte le novità, accedere a promozioni dedicate e accumulare punti con i propri acquisti nei nostri punti vendita.

La registrazione al programma può avvenire in negozio o tramite l'applicazione scaricabile nel proprio smartphone e implica la condivisione di dati sensibili, per i quali assicuriamo una gestione responsabile, nel rispetto delle norme europee e internazionali che garantiscono la tutela della privacy. A tale proposito, siamo conformi al **Regolamento Generale per la Protezione dei Dati** entrato in vigore dal 2018 e forniamo, sia in negozio sia online a tutti i nostri clienti, l'**informativa sulla privacy e sul trattamento dei dati personali**. Inoltre, nell'ottica di maggiore trasparenza forniamo i contatti del Customer Care dedicato al programma fedeltà per richieste, segnalazioni o per disiscriversi dal programma.

Qualora ricevessimo segnalazioni relative al trattamento dei dati personali dei clienti, data la tematica delicata e che necessita di alti livelli di attenzione al fine di garantire la tutela della privacy, coinvolgiamo direttamente il Data Protection Officer (DPO) e l'Ufficio Legale.

Nel 2021 non abbiamo ricevuto denunce comprovate e riguardanti violazioni della privacy dei clienti e la perdita dei dati degli stessi.

L'obiettivo per il 2022 è di poter gestire attraverso Zendesk (piattaforma integrata di contatto con i clienti) anche i contatti dei clienti CYao, in modo da poter avere una **visione uniforme** di tutti i clienti. L'obiettivo di permettere ai Clienti CYao di accumulare punti CYao e di poterli spendere attraverso il sito eCommerce ha subito dei rallentamenti e verrà traguardato alla fine del 2022. Tutti questi obiettivi permetteranno di avanzare nel percorso di sviluppo omnicanale, fondamentale per rispondere alle esigenze dei nostri clienti.

Considerando l'attenzione sempre maggiore al concetto di **Customer Experience**, nel corso dell'anno abbiamo avviato la definizione della **nuova strategia CRM** aziendale con l'obiettivo di offrire esperienze di acquisto personalizzate e aumentare la soddisfazione e fedeltà dei clienti e di far confluire i loro dati e tutte le attività collegate su un unico repository, definito **Customer Data Platform**. La piattaforma consentirà di comprendere le esigenze e le aspettative del cliente costruendo un'ottima customer relationship. Tale progetto porterà non solo alla massimizzazione della customer statisfaction, grazie alla possibilità di fornire un'assistenza ben mirata alle esigenze del cliente, ma di creare dei prodotti che rispondano direttamente a tali esigenze, riducendo in così gli stock di invenduto.

In aggiunta, la nuova strategia di CRM permetterà di:

- **definire e costruire un profilo unificato del cliente** come fonte unica di informazione che sarà reso disponibile ed alimentato da tutti i touch point con cui il cliente interagirà;
- **arricchire costantemente il profilo**, previo rilascio del consenso alla profilazione commerciale, permettendoci di personalizzare e rendere l'esperienza di navigazione e l'approccio al brand sempre più rilevante al fine di costruire una relazione di valore e di lungo periodo;
- **ottimizzare prodotti, processi e value proposition** per renderli più vicini alle esigenze dei clienti stessi;
- **clusterizzare clienti online e offline**, che aderiscono al programma loyalty e a cui rivolgere comunicazioni e promozioni specifiche. Tale segmentazione sarà una base di lavoro importante per gli sviluppi futuri relativi al programma fedeltà.

Customer care e servizi after sales

Il Cliente è un punto di riferimento sempre più importante per Carpisa, una fonte ricca di spunti migliorativi e feedback costruttivi che rafforzano l'area Lab in termini di controllo, di sperimentazioni e di costruzione del prodotto. I clienti iscritti alla CYao Card possono usufruire di un **servizio clienti** interamente dedicato a loro, utile in caso di richieste o segnalazioni, che possono essere inviate tramite e-mail all'indirizzo info@cyaocard.com, compilando un form sul sito cyaocard.com o, ancora, su CYao App.

Nel corso del 2021 abbiamo internalizzato il servizio di **Customer Care** dedicato ai clienti online. **Un unico team** gestisce da maggio 2021 tutti i contatti di Clienti e Negozi Carpisa.

Questa integrazione consente economie di scala e un miglioramento delle competenze all'interno del team. Abbiamo inoltre implementato la **piattaforma Zendesk**, che consente di gestire in modo più strutturato e omnicanale i contatti che riceviamo. Tutti i contatti provenienti dai negozi, dai clienti di negozio e dai clienti online entrano ora tutti nella piattaforma Zendesk, la quale tiene traccia quindi di tutte le interazioni avute con ogni cliente. Questo consente di gestire ogni contatto in modo più efficace grazie alla conoscenza dello storico di interazioni del cliente stesso. Inoltre, è possibile elaborare statistiche e migliorare le FAQ sul sito per velocizzare la possibilità di risposta al cliente anche extra Customer Care.

L'ufficio Customer Care svolge una serie di azioni strategiche, volte a raggiungere la soddisfazione del cliente tramite un rapporto di comunicazione diretta in live chat e mailing, circa tematiche riguardanti il prodotto e le esperienze del cliente in store e sull'e-shop. Da sempre tramite l'ufficio Customer Care, Carpisa offre un Servizio di Cortesia esteso anche a prodotti fuori garanzia, al fine di massimizzare la soddisfazione e fidelizzazione del cliente e al contempo di minimizzare i resi destinati a successivo smaltimento.

A sostegno del servizio sono state implementate durante il 2021 diverse aree interne dedicate (Magazzino Ricambi, Centro Assistenza in sede), che garantiscono la gestione e la riparazione dei nostri prodotti in tempistiche di circa tre giorni lavorativi. L'introduzione di una risorsa a diretto supporto dei negozi, dedicata contemporaneamente al servizio back-office e gestione dei ricambi, ha permesso di affrontare le riparazioni in modo estremamente efficiente fornendo, sia ai negozi che ai consumatori finali, ricambi, supporto diretto alla riparazione e valutazione tecnica sulle difettosità del prodotto. Ciò ha consentito, in tempi di pandemia, di implementare il nostro già consolidato servizio di assistenza post-vendita, riducendo i rientri in sede e accorciando così i tempi di riparazione.

Un **caso virtuoso** di gestione dei reclami che abbiamo affrontato nel corso del 2021 è la segnalazione su una linea di collezione Valigeria, in merito ad una riscontrata scarsa qualità del tiralampo della zip. Si tratta di una zip particolare con una spalmatura plastica che, per natura intrinseca del materiale, ha maggiore attrito su un cursore standard di collezione che porta il cliente ad utilizzare il cursore in maniera forzata e talvolta anomalo, da cui deriva una facile rottura dello stesso. Nonostante i test siano sempre continui e serrati anche su tutte le componenti di prodotto, in questo specifico caso, il test del cliente ci ha restituito un messaggio importante, ossia che la forzatura dell'accessorio deriva da un connubio poco congruo tra la misura del cursore ed il materiale della zip. Siamo quindi intervenuti in maniera puntuale sulla qualità e dimensione del cursore e sulla modalità delle prove effettuate, ottenendo nel breve periodo una qualità soddisfacente per il cliente finale. Infatti, trattandosi nello specifico di una linea continuativa e quindi prodotta in più step, i reclami ricevuti successivamente all'intervento sono diminuiti drasticamente nel corso dell'anno 2021. I ritorni dal campo, invece, sono stati direttamente gestiti presso il nostro Centro di Assistenza interno, garantendo ai nostri consumatori una riparazione gratuita e veloce.

È stata inoltre implementata l'estensione a 10 anni di garanzia, già attiva sulle parti del prodotto realizzate nel nostro materiale Carpisa GOTECH®, sulle nuove ruote brevettate Carpisa 3.0, ultra-silenziose ed innovative.

L'ufficio Ricerca e Sviluppo ha messo in essere un progetto che prevede il montaggio degli stessi ricambi su più linee, permettendo così un efficientamento dei ricambi disponibili, grazie a stock più alti e più disponibili nel tempo e riducendo al contempo le spedizioni. Tale progetto ha consentito di controllare l'operato dei fornitori tramite direttive e parametri forniti dall'Azienda, facendo sì che ad oggi essi riescano a fornire prodotti più sicuri, affidabili e con difettosità estremamente limitate rispetto allo storico aziendale.

A tal proposito è stato avviato, tramite l'ufficio Customer Care, un sistema di monitoraggio delle difettosità volto a creare una statistica che permetta di individuare le casistiche più frequenti, in modo da poter intervenire, a seguito di un'attenta valutazione effettuata dai tecnici del nostro laboratorio, direttamente sulla produzione per limitarle.

Oltre a portare avanti le iniziative sopra citate, investiamo molto anche nella formazione del personale dei punti vendita diretti e affiliati al fine di garantire la massima soddisfazione del cliente finale, non solo durante l'esperienza di scelta di acquisto, ma anche nella successiva fase di post-vendita. Durante il 2021

è proseguita con cadenza bisettimanale, anche se da remoto, la formazione del personale dei nostri punti vendita diretti e affiliati, volta non solo a trasmettere le direttive aziendali sulla gestione del cliente al momento della vendita e nelle fasi successive, ma anche a creare un dialogo tra l'Azienda e la rete di negozi sulle maggiori criticità riscontrate, al fine di efficientare sempre più i servizi offerti e fidelizzare il cliente.

Durante la formazione del personale, è stato posto sempre più l'accento sull'importanza dell'evidenziare al cliente, anche durante il processo di vendita, tutte le azioni di customer service messe in atto dall'Azienda al fine di estendere il ciclo di vita del prodotto, aumentandone di conseguenza la sostenibilità.

Per quanto concerne la comunicazione del prodotto, in termini di sostenibilità, sono state fornite ed illustrate alle risorse dei punti vendita i punti forza salienti tramite schede tecniche condivise e dettagliate, in modo da favorire una percezione di impatto del tema "sostenibilità", talvolta eclissato dal fattore economico, maggiormente percepito dal cliente.

Persone

In Carpisa creiamo con i nostri stakeholder un rapporto di **fiducia**, **rispetto**, **inclusività e senza di discriminazioni**. Infatti, crediamo sia cruciale prendersi cura del capitale umano, delle comunità locali e di tutti coloro che entrano nella nostra sfera di influenza. È nostra priorità costruire con gli stakeholder relazioni durature e di qualità, basate su uno spirito di **crescita** e **condivisione,** che si concretizza attraverso il loro coinvolgimento nelle iniziative che promuoviamo. A questo proposito, ci impegniamo a trasmettere loro i valori che ci contraddistinguono, formandoli ed informandoli rispetto alle tematiche di sostenibilità ambientale e sociale.

Gestione e sviluppo delle persone

Siamo consapevoli che il valore aggiunto della nostra Azienda dipenda dalle nostre Persone, che forniscono un contributo fondamentale per la creazione e l'innovazione dei nostri prodotti, la comunicazione e le iniziative di sostenibilità che portiamo avanti. È grazie a loro che trasmettiamo la passione e l'entusiasmo che ci contraddistinguono.

Per questo motivo, in Carpisa **investiamo nelle nostre risorse** per favorire la loro crescita sia personale che professionale, garantendo un ambiente di lavoro **sicuro, inclusivo, motivante e privo di discriminazione**. Promuoviamo spesso il lavoro di squadra, anche tra funzioni diverse, con l'obiettivo di creare spirito di **appartenenza, coesione e condivisione**. In quest'ottica, prestiamo particolare attenzione ai **diritti dei lavoratori e alle loro libertà** lungo tutto la catena del valore, agendo in conformità a standard, convezioni, dichiarazioni e legislazioni nazionali ed internazionali a tutela delle risorse umane.

Al 31 dicembre 2021, in Carpisa contiamo **700** risorse, di cui 610 in Italia e 90 all'estero. Peculiarità del nostro business è la fluttuazione nella composizione del personale nel corso dell'anno dovuta alla stagionalità che caratterizza il nostro settore, soprattutto per quanto riguarda i punti vendita durante il periodo dei saldi. Tale caratteristica confluisce in un maggiore impiego delle risorse esistenti e, eventualmente, nell'assunzione di nuovo personale.

Con l'obiettivo di rendere i punti vendita più efficienti da un punto di vista gestionale, nel corso dell'anno abbiamo proseguito nella razionalizzazione della struttura aziendale in riferimento alle filiali estere.

Composizione del personale Carpisa

Dipendenti per inquadramento* (%)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	**50%**	**50%**	**0%**	**50%**	**50%**	**0%**	**50%**	**50%**	**0%**
Italia**	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%
Estero	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%
Quadri	**37,5%**	**62,5%**	**1%**	**36%**	**64%**	**2%**	**29%**	**71%**	**2%**
Italia	50%	50%	1%	50%	50%	1%	25%	75%	1%
Estero	0%	100%	0%	25%	75%	1%	33%	67%	1%
Impiegati	**12%**	**88%**	**96%**	**13%**	**87%**	**83%**	**13%**	**87%**	**89%**
Italia	13%	87%	94%	14%	86%	81%	13%	87%	87%

Estero	6%	94%	2%	7%	93%	2%	8%	92%	2%
Operai	**68%**	**32%**	**3%**	**16%**	**84%**	**15%**	**20%**	**80%**	**9%**
Italia	67%	33%	1%	100%	0%	1%	100%	0%	1%
Estero	69%	31%	2%	10%	90%	14%	11%	89%	8%
Totale	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 98% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.
** Fino al 31 dicembre 2020 la gestione delle attività in Italia è stata coordinata direttamente dai dirigenti di Pianoforte Holding.

Dipendenti per contratto di lavoro*

	2019			2020			2021		
	Uomini	**Donne**	**Totale**	**Uomini**	**Donne**	**Totale**	**Uomini**	**Donne**	**Totale**
Contratti a tempo determinato	**12%**	**88%**	**26%**	**8%**	**92%**	**14%**	**7%**	**93%**	**25%**
Italia	11%	89%	25%	6%	94%	7%	6%	94%	23%
Estero	45%	55%	1%	11%	89%	6%	21%	79%	2%
Contratti a tempo indeterminato	**16%**	**84%**	**59%**	**15%**	**85%**	**75%**	**16%**	**84%**	**71%**
Italia	16%	84%	57%	16%	84%	64%	16%	84%	63%
Estero	29%	71%	3%	12%	88%	11%	12%	88%	8%
Apprendistato /inserimento**	**10%**	**90%**	**14%**	**16%**	**84%**	**11%**	**15%**	**85%**	**4%**
Italia	10%	90%	14%	16%	84%	11%	15%	85%	4%
Estero	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%
Totale	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 98% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.
** Nei contratti di apprendistato/inserimento sono considerati esclusivamente i dipendenti diretti.
Nota: si precisa che i dati 2019 e 2020 sono stati riesposti ai fini di una maggiore comparabilità.

Dipendenti per tipologia di impiego*

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Part-time	**7%**	**93%**	**50%**	**7%**	**93%**	**36%**	**4%**	**96%**	**46%**
Italia	7%	93%	50%	7%	93%	36%	4%	96%	44%
Estero	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	83%	2%
Full-time	**22%**	**78%**	**50%**	**18%**	**82%**	**64%**	**22%**	**78%**	**54%**
Italia	21%	79%	47%	21%	79%	47%	23%	77%	45%
Estero	34%	66%	3%	12%	88%	17%	13%	87%	9%
Totale	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 98% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.

Tassi di turnover in entrata e in uscita

Entrate per classe d'età* (n.)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	**38**	**314**	**352**	**12**	**98**	**110**	**29**	**246**	**275**
<30	23	221	244	6	68	74	11	169	180
tra 30 e 50	15	93	108	6	30	36	17	75	92
>50	0	0	0	0	0	0	1	2	3
Estero	**1**	**2**	**3**	**0**	**16**	**16**	**4**	**13**	**17**
<30	0	0	0	0	10	10	2	2	4
tra 30 e 50	1	1	2	0	3	3	2	8	10
>50	0	1	1	0	3	3	0	3	3
Totale	**39**	**316**	**355**	**12**	**114**	**126**	**33**	**259**	**292**
<30	23	221	244	6	78	84	13	171	184
tra 30 e 50	16	94	110	6	33	39	19	83	102
>50	0	1	1	0	3	3	1	5	6

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 91% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.

Turnover in entrata per classe d'età* (%)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	**35%**	**46%**	**44%**	**14%**	**20%**	**19%**	**35%**	**47%**	**45%**
<30	74%	68%	69%	43%	43%	43%	92%	84%	85%
tra 30 e 50	23%	26%	26%	10%	9%	9%	30%	24%	25%
>50	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	15%	11%
Estero	**9%**	**10%**	**9%**	**0%**	**16%**	**14%**	**44%**	**50%**	**49%**
<30	0%	0%	0%	0%	30%	30%	100%	67%	80%
tra 30 e 50	10%	7%	8%	0%	5%	4%	29%	40%	37%
>50	0%	100%	50%	0%	150%	100%	0%	100%	100%
Totale	**33%**	**45%**	**43%**	**12%**	**19%**	**18%**	**36%**	**47%**	**45%**
<30	74%	67%	68%	43%	41%	41%	93%	84%	84%
tra 30 e 50	22%	25%	25%	8%	8%	8%	30%	25%	26%
>50	0%	11%	4%	0%	25%	11%	7%	31%	19%

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 91% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.

Uscite per classe d'età* (n.)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	**59**	**370**	**429**	**29**	**246**	**275**	**32**	**217**	**249**
<30	33	217	250	10	160	170	12	126	138
tra 30 e 50	25	151	176	17	83	100	19	90	109
>50	1	2	3	2	3	5	1	1	2
Estero	**1**	**0**	**1**	**5**	**56**	**61**	**2**	**0**	**2**
<30	0	0	0	0	26	26	0	0	0
tra 30 e 50	1	0	1	5	29	34	2	0	2
>50	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Totale	**60**	**370**	**430**	**34**	**302**	**336**	**34**	**217**	**251**
<30	33	217	250	10	186	196	12	126	138
tra 30 e 50	26	151	177	22	112	134	21	90	111
>50	1	2	3	2	4	6	1	1	2

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 90% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.

Turnover in uscita per classe d'età* (%)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	**55%**	**54%**	**54%**	**34%**	**50%**	**47%**	**39%**	**41%**	**41%**
<30	106%	67%	70%	71%	101%	98%	100%	63%	65%
tra 30 e 50	39%	43%	42%	29%	25%	26%	34%	29%	30%
>50	8%	25%	14%	14%	30%	21%	7%	8%	7%
Estero	**9%**	**0%**	**3%**	**36%**	**52%**	**50%**	**29%**	**0%**	**9%**
<30	0%	0%	0%	0%	79%	79%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	10%	0%	4%	38%	40%	40%	29%	0%	10%
>50	0%	0%	0%	0%	50%	33%	0%	0%	9%
Totale	**50%**	**52%**	**52%**	**34%**	**50%**	**48%**	**38%**	**40%**	**40%**
<30	106%	66%	69%	71%	97%	95%	100%	62%	64%
tra 30 e 50	35%	41%	40%	31%	28%	29%	33%	28%	28%
>50	7%	22%	13%	13%	33%	22%	7%	8%	7%

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 90% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.

In generale, i valori del turnover in Italia sono legati ai nostri punti vendita e al tipo di attività che caratterizza il settore retail. Il personale dei negozi, infatti, segue la stagionalità in termini di FTE (Full-time equivalent) e, di conseguenza, nei mesi di alta stagione si verifica un aumento dei contratti a tempo determinato.

Nel complesso, i tassi di turnover in entrata e in uscita sono migliorati nel 2021 rispetto a quelli del 2020. Nello specifico, il turnover in entrata è aumentato tornando ai livelli pre-pandemia e quello in uscita ha riportato una, seppur lieve, riduzione. Entrambi, dunque, indicano un chiaro segnale di ripresa dopo il periodo segnato dal Covid-19.

Coltivare i nostri talenti

In Carpisa offriamo alle nostre Persone una **crescita professionale strutturata** e la **condivisione di conoscenza**. Nostro obiettivo è infatti quello di valorizzare il capitale umano attraverso la promozione di un **apprendimento continuo**, sia in ambito tecnico che in ambito soft skills, perseguendo principi di sviluppo sostenibile e di business responsabile.

Carpisa Academy rappresenta una vera e propria Company Knowledge che gestisce le attività di formazione, placement e documentazione. La sua **mission** è quella di coinvolgere il maggior numero di persone in attività mirate ad un modello di crescita e aggiornamento continuo, attraverso corsi di formazione in aula e a distanza, esperienze di coaching e affiancamenti formativi on-the-job.

L'Academy promuove infatti il "**lifelong learning**", una strategia innovativa di acquisizione costante di competenze specializzate, applicabili sia a livello professionale che individuale. Tale strategia persegue l'obiettivo dell'Academy di **diffondere, sviluppare** e **innovare la cultura della formazione e della crescita personale**.

Nel portale sono presenti corsi formativi indirizzati sia a dipendenti diretti sia agli affiliati, nonché conoscenze, linee guida, documenti e tutorial facilmente accessibili e allineati alla filosofia del lifelong

learning. Carpisa Academy svolge anche una funzione di **placement**, in quanto permette agli utenti di aggiornare il proprio profilo personale e candidarsi a eventuali opportunità di carriera interne.

Nonostante le difficoltà che abbiamo dovuto affrontare e le limitazioni imposte dalla pandemia da Covid-19, ci siamo impegnati per non venire meno ad un dovere, prima di tutto morale, che sentiamo nei confronti dei nostri collaboratori. Pertanto, abbiamo erogato un totale di **3.301 ore di formazione**[2] in modalità e-learning proprio per ridurre al minimo i contatti e contenere i contagi corrispondenti a circa **2,6 ore medie di formazione pro capite**[2].

Anche nel 2021 abbiamo attivato una serie di **progetti formativi** al fine di tenere sempre aggiornate le risorse dei punti vendita e della sede. Tali progetti hanno riguardato diverse tematiche, tra cui:

- **Formazione tecnica**: quattro corsi ("La gestione strategica dei canali di distribuzione e della supply chain", "Definizione e gestione dei KPI del punto vendita", "Tecniche di comunicazione efficace e vendita", "Strategia e promozione internazionale: pianificazione e organizzazione di eventi fieristici") della durata totale di 24 ore, ognuno destinato ad implementare le conoscenze e le competenze delle risorse operative in sede.
- **Formazione prodotto**: tre corsi della durata di quattro ore ciascuno, destinati a store manager e sale assistant di nuovi punti vendita e risorse già operative nei negozi.
- **Corso Level up:** formazione destinata a Store Manager canale DoS e affiliati, divisa in due sessioni di tre ore ciascuna, che si prefigge i seguenti obiettivi: obiettivi: sensibilizzare rispetto alle trasformazioni che il contesto attuale ha generato nel modo di essere e di lavorare e nell'esperienza che si può offrire ai clienti; trasferire gli elementi di mindset che le persone dei punti vendita Carpisa devono sviluppare per compiere uno step-up in direzione del Next Retail; fare focus sui vantaggi e i benefici della customer journey come elemento motivante per sfidarsi a sperimentare nuove attività e nuovi approcci.

Inoltre, abbiamo realizzato dei video tutorial ad hoc e dei manuali con focus sul prodotto. Ulteriori tematiche che hanno interessato la formazione erogata nel corso dell'anno sono state incentrante su: Conoscenza dell'Azienda, Brand identity, Brand Image, Prodotto, Vendita, Visual e KPI.

La fase di formazione è ritenuta di fondamentale importanza, in particolar modo quella riguardante i responsabili dei punti vendita, i quali devono essere in grado di fornire ai clienti le informazioni in modo chiaro e coerente, soprattutto quando devono presentare nuovi prodotti, linee speciali o progetti di co-marketing. È altresì fondamentale assicurarsi l'efficacia della formazione, in modo tale da monitorare l'apprendimento e individuare eventuali gap. In Carpisa ci avvaliamo infatti di **test in ingresso e in uscita**, una **valutazione da parte dei docenti** e **questionari di gradimento** erogati al termine di ogni corso. Il monitoraggio avviene anche nel caso della formazione on the job attraverso la compilazione di **check list personalizzate** a seconda del ruolo.

Oltre ad occuparsi della formazione e placement dei dipendenti, Carpisa Academy gestisce le relazioni con il mondo **universitario** ed **istituzionale**. Consideriamo questo legame con il settore accademico di grande rilevanza, in quanto ci permette di svolgere attività di innovazione e di ricerca collaborando con giovani talenti. Infatti, Carpisa crede che una costante attività di studio e ricerca di nuove soluzioni possa determinare l'eccellenza di un'Azienda, allo stesso tempo progredendo verso nuove metodologie di business che siano innovative e sostenibili. Il rapporto con il mondo della ricerca, delle università e degli istituti professionalizzanti contribuisce in modo fondamentale alla creazione di nuove soluzioni e nuovi talenti all'interno dell'Azienda.

Da sempre abbiamo rapporti con le **scuole e le università** con cui collaboriamo attraverso progetti ed iniziative che ci stanno molto a cuore, tra cui:

- **programmi di alternanza scuola-lavoro**, che vedono costantemente la presenza di studenti presso i nostri uffici e laboratori;
- **seminari** tenuti presso le scuole superiori sull'organizzazione aziendale, con particolare riferimento all'importanza di sostenere una funzione focalizzata sulla ricerca e lo sviluppo e sottolineando i risvolti positivi che la stessa apporta ai fatturati delle aziende;
- **stage per giovani diplomati** finalizzati all'avvio di attività di laboratorio e ricerca.

[2] I dati fanno riferimento ai dipendenti Carpisa in Italia.

Nonostante la pandemia abbia interrotto i rapporti con il mondo accademico per gran parte del 2020, già dalla fine dell'anno siamo stati in grado di riprendere le iniziative relative all'alternanza scuola-lavoro, programmi di formazione per interni e programmi di stage per formazione di giovani diplomati, che sono tornate completamente attive nel 2021.

Ore di formazione e partecipazioni per argomento* (n.)

	2019		2020		2021	
	Ore	Partecipazioni	Ore	Partecipazioni	Ore	Partecipazioni
Salute, Sicurezza e Ambiente	1.068	269	432	108	365	327
Manageriale	-	-	-	-	-	-
Tecnica / specialistica	24	756	477	77	2.936	222
Totale	**1.092**	**1.025****	**909**	**185**	**3.301**	**549**

*Le ore di formazione e le partecipazioni fanno riferimento alla formazione erogata tramite la piattaforma Carpisa Academy e comprende sia il personale diretto sia quello appartenente ad affiliati di Carpisa in Italia.
**Il dato 2019 sulle partecipazioni totali è stato riesposto.

Investire nella crescita delle nostre persone

Il metodo di formazione previsto da Carpisa, indirizzato alla crescita professionale e personale delle nostre Persone, include anche un **sistema di valutazione delle performance**. Considerando i diversi ruoli che ricoprono i dipendenti, in Italia il sistema di valutazione delle performance è strutturato in maniera differente per il personale in sede e nei negozi.

La performance del personale di sede viene valutata **annualmente** nel mese di marzo dall'Ufficio Risorse Umane, con il supporto del Responsabile di Funzione. A seguito della valutazione, vengono definite eventuali variazioni nella Retribuzione Annuale Lorda (RAL) e nel livello della risorsa, talvolta implicando un cambio di mansione. Anche i **Responsabili di Funzione** sono soggetti a valutazione delle performance, ma nel loro caso è previsto un piano di incentivi che consiste nell'ottenimento di premi ed MBO annuali legati al raggiungimento di specifici obiettivi di risultato e di performance.

La performance del personale dei punti vendita viene valutata a seguito di una **segnalazione** da parte del **District Manager**, il quale indica alla funzione Risorse Umane i dipendenti che si distinguono maggiormente. I dipendenti segnalati vengono ricevuti nella sede di Nola, dove vengono sottoposti a colloquio. In seguito, viene loro affidato un percorso di formazione e sviluppo appositamente pensato per la loro crescita professionale. Al nostro personale dei punti vendita viene inoltre offerta l'opportunità di intraprendere un percorso evolutivo da sales assistant a store manager ed infine a district manager.

Riconoscendo l'importanza di investire nella formazione e nella crescita delle nostre Persone, nel 2021 è proseguito l'obiettivo di realizzare un Piano di Incentivazione basato su **piani di carriera verticali e orizzontali**. Tale Piano di Incentivazione risponde a sei principali finalità:

1. sistematizzare le principali competenze, sia a livello di conoscenze tecniche sia di capacità aziendali,
2. presidiare lo sviluppo delle competenze strategiche per il business,
3. analizzare il patrimonio di competenze professionali delle risorse che ricoprono i ruoli significativi,
4. individuare eventuali gap presenti tra competenze necessarie e competenze possedute,
5. assicurare la continuità operativa dell'Azienda e
6. disegnare piani mirati e personalizzati di sviluppo delle competenze per potenziare i risultati di business e la loro efficacia gestionale.

Diversità, pari opportunità e inclusione

In Carpisa siamo consapevoli che la creazione di un ambiente di lavoro **inclusivo, privo di discriminazioni** e in grado di generare senso di **appartenenza e coesione** contribuisce in modo sostanziale al successo del business. Infatti, la piena partecipazione da parte delle nostre risorse, attuata attraverso una guida etica e inclusiva, è di fondamentale priorità per la nostra Azienda. È specialmente importante abituare i nostri dipendenti a lavorare in **team**, collaborando e integrandosi con altre persone aventi diverse caratteristiche.

I nostri valori di equità, pari opportunità e inclusione, volti alla tutela delle diversità, sono altresì espressi all'interno del **Codice Etico** del Gruppo Pianoforte. L'impegno di Carpisa è di condividere e trasmettere tali valori non solo tra i nostri dipendenti, ma anche tra i nostri partner e collaboratori, includendo tutti coloro che entrano in contatto con il nostro marchio.

In Carpisa condanniamo qualsiasi forma di discriminazione per ragioni di nazionalità, cultura, credo religioso, appartenenza politica e sindacale, condizioni di disabilità, orientamento sessuale, lingua e sesso. Vogliamo infatti mantenere un luogo di lavoro che sia **libero da discriminazioni e molestie**.

Ci assicuriamo che le scelte in tema di **assunzione, sviluppo, promozione e valutazione** delle nostre Persone siano prese in assenza di qualsiasi forma di discriminazione discrezionalità, adottando invece un approccio che valorizza la **meritocrazia** e le **pari opportunità**. Nella nostra Azienda, tali decisioni sono sempre basate esclusivamente sulle caratteristiche individuali, le competenze, le conoscenze e le esperienze professionali.

Nel 2021, la presenza femminile nel nostro organico è molto alta: circa l'86% delle nostre Persone è costituito da donne con un'età media piuttosto bassa (35 anni)[3], dovuta specialmente al nostro settore di appartenenza.

Dipendenti per inquadramento, genere e classe d'età* (%)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
ITALIA	**14%**	**86%**	**96%**	**15%**	**85%**	**83%**	**14%**	**86%**	**89%**
Dirigenti	**0%**	**100%**	**0%**	**0%**	**100%**	**0%**	**0%**	**100%**	**0%**
<30	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%
>50	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Quadri	**50%**	**50%**	**1%**	**50%**	**50%**	**1%**	**25%**	**75%**	**1%**
<30	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	60%	40%	1%	50%	50%	1%	20%	80%	1%
>50	0%	100%	0%	50%	50%	0%	33%	67%	0%
Impiegati	**13%**	**87%**	**94%**	**14%**	**86%**	**81%**	**13%**	**87%**	**87%**
<30	9%	91%	43%	8%	92%	25%	6%	94%	31%
tra 30 e 50	14%	86%	49%	15%	85%	54%	15%	85%	53%
>50	53%	47%	2%	47%	53%	2%	45%	55%	3%

[3] Il dato fa riferimento ai dipendenti Carpisa in Italia.

Operai	**67%**	**33%**	**1%**	**100%**	**0%**	**1%**	**100%**	**0%**	**1%**
<30	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	50%	50%	1%	100%	0%	0%	100%	0%	0%
>50	100%	0%	1%	100%	0%	1%	100%	0%	1%
ESTERO	**34%**	**66%**	**4%**	**12%**	**88%**	**17%**	**14%**	**86%**	**11%**
Dirigenti	**100%**	**0%**	**0%**	**100%**	**0%**	**0%**	**100%**	**0%**	**0%**
<30	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%
>50	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Quadri	**0%**	**100%**	**0%**	**25%**	**75%**	**1%**	**33%**	**67%**	**1%**
<30	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	0%	100%	0%	29%	71%	1%	40%	60%	1%
>50	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Impiegati	**6%**	**94%**	**2%**	**7%**	**93%**	**2%**	**8%**	**92%**	**2%**
<30	0%	100%	1%	0%	100%	0%	33%	67%	0%
tra 30 e 50	9%	91%	1%	8%	92%	2%	0%	100%	1%
>50	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Operai	**69%**	**31%**	**2%**	**10%**	**90%**	**14%**	**11%**	**89%**	**8%**
<30	0%	0%	0%	0%	100%	4%	18%	82%	2%
tra 30 e 50	73%	27%	1%	14%	86%	9%	11%	89%	6%
>50	50%	50%	0%	33%	67%	0%	0%	100%	0%
Totale	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**	**14%**	**86%**	**100%**
Dirigenti	**50%**	**50%**	**0%**	**50%**	**50%**	**0%**	**50%**	**50%**	**0%**
<30	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	50%	50%	0%	50%	50%	0%	50%	50%	0%
>50	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Quadri	**37,5%**	**62,5%**	**1%**	**36%**	**64%**	**2%**	**29%**	**71%**	**2%**
<30	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
tra 30 e 50	43%	57%	1%	36%	64%	2%	30%	70%	1%
>50	0%	100%	0%	50%	50%	0%	25%	75%	1%
Impiegati	**12%**	**88%**	**96%**	**13%**	**87%**	**83%**	**13%**	**87%**	**89%**

<30	9%	91%	43%	8%	92%	25%	6%	94%	32%
tra 30 e 50	14%	86%	50%	14%	86%	56%	15%	85%	54%
>50	53%	47%	2%	47%	53%	2%	45%	55%	3%
Operai	**68%**	**32%**	**3%**	**16%**	**84%**	**15%**	**20%**	**80%**	**9%**
<30	0%	100%	0%	0%	100%	4%	18%	82%	2%
tra 30 e 50	65%	35%	2%	15%	85%	9%	13%	87%	6%
>50	86%	14%	1%	75%	25%	1%	56%	44%	1%

* I dati relativi al 2019 e al 2020 rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa, mentre per il 2021 rappresentano il 98% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2021.

Età media ed anzianità media degli occupati di Carpisa in Italia (anni)

	2019		2020		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Età media	36	31	38	34	39	34
Anzianità media	5	3	7	6	7	5

I concetti di meritocrazia e pari opportunità si riflettono anche nelle **politiche retributive**, tenendo in considerazione le peculiarità della composizione del personale e del settore di appartenenza di Carpisa.

Rapporto nella remunerazione delle donne rispetto agli uomini[4] (%)

Stipendio base medio*

	2019	2020	2021
Dirigenti	n.a.	n.a.	n.a.
Quadri	146%	131%	124%
Impiegati	88%	84%	70%
Operai	146%	n.a.	n.a.

* RAL dipendenti donne/ RAL dipendenti uomini. Variazioni anno su anno risentono di una scarsa numerosità di alcune categorie professionali.

[4] I dati fanno riferimento ai dipendenti di Carpisa in Italia. Nel triennio, tra i "Dirigenti" non sono presenti uomini, mentre nel 2020 e nel 2021 tra gli "Operai" non sono presenti donne.

Remunerazione media*

	2019	2020	2021
Dirigenti	n.a.	n.a.	n.a.
Quadri	145%	131%	120%
Impiegati	85%	84%	69%
Operai	154%	n.a.	n.a.

* 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

La tematica della salute e della sicurezza dei dipendenti è da sempre al **centro delle nostre responsabilità** e mai come nel 2020 e nel 2021 ha assunto un'importanza così rilevante.

Agiamo in conformità alla legislazione e alle normative vigenti in Italia e all'estero, dove implementiamo specifiche procedure e regolamenti per assicurare la salute e la sicurezza dei nostri collaboratori e, al contempo, garantire un ambiente di lavoro privo di pericoli, prestando particolare attenzione alle norme antincendio. Sentiamo impegno e responsabilità nel prevenire i rischi in materia di salute e sicurezza sul lavoro non solo nei confronti dei nostri dipendenti, ma anche verso i diversi attori della nostra catena del valore, quali fornitori, clienti, visitatori, consulenti e chiunque altro entri in contatto con la nostra Azienda.

In quest'ottica, non ci limitiamo a rispondere alle richieste legislative in materia, ma svolgiamo frequenti e autonome attività di ristrutturazione e miglioramento della sede e dei punti vendita per salvaguardare ancora di più la salute dei nostri dipendenti. Allo stesso tempo, ci assicuriamo che, nella fase di progettazione dei negozi, tutte le prescrizioni riguardanti l'abbattimento di barriere architettoniche, i regolamenti antinfortunistici, antincendio e i piani di sicurezza siano rispettati. Tali controlli avvengono anche grazie al prezioso supporto di una società esterna.

Nel 2021, la necessità di fornire e ricevere una formazione puntuale, aggiornata e chiara sulle tematiche di salute e sicurezza ha rafforzato una consapevolezza già radicata nella nostra realtà aziendale: il modo più efficace per tutelare la salute e garantire la sicurezza dei dipendenti è proprio attraverso le attività di formazione, che quest'anno sono state implementate da remoto. In particolare, i contenuti sono conformi al **D. Lgs. 81/2008**, a cui aggiungiamo ulteriori approfondimenti in merito a:

- concetti di rischio, danno, prevenzione, protezione, organizzazione della prevenzione aziendale, diritti e doveri dei vari soggetti aziendali, organi di vigilanza, controllo, assistenza;
- rischi riferiti alle mansioni, ai possibili danni e alle conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'Azienda.

Ci assicuriamo che ogni dipendente riceva, sin dalla sua assunzione, una formazione adeguata sui rischi specifici e che sia consapevole degli stessi e delle norme comportamentali da adottare per garantire un ambiente di lavoro sicuro. A tale riguardo, provvediamo a consegnare loro un **Opuscolo sicurezza**, redatto grazie al supporto del Medico del Lavoro e del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP).

Ci avvaliamo anche di un **sistema di gestione della sicurezza sul lavoro** che ci permette di monitorare eventuali rischi legati alla salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro per tutti i lavoratori in Italia, sia presso le sedi sia presso i punti vendita. Individuiamo gli **Addetti al Primo Soccorso** e **Antincendio**, due figure fondamentali per la gestione delle situazioni di emergenza e per i quali organizziamo dei corsi specifici. Tali figure sono assistite nel loro operato anche dal **RSPP**, che supervisiona il rispetto delle norme in materia di sicurezza e affianca il Datore di Lavoro negli obblighi previsti a suo carico, e il **Medico Competente**, che valuta l'idoneità del lavoratore allo svolgimento della mansione assegnata e lo sottopone a una visita medica periodica.

Un'altra figura molto importante è quella del **Rappresentante della Sicurezza** (RLS), eletto direttamente dai dipendenti, a cui gli stessi possono rivolgersi per segnalare eventuali pericoli. Tali segnalazioni possono essere effettuate anche telefonicamente, inviando una mail al nostro Ufficio Tecnico, compilando la scheda di controllo periodica, informando il Datore di Lavoro, oppure contattando direttamente l'RSPP, il quale procede ad effettuare un sopralluogo di verifica.

Infine, tutti i nostri dipendenti sono soggetti a visite periodiche ed accertamenti sanitari svolte dal **Medico Competente**. Inoltre, gli stessi hanno la possibilità di richiedere delle visite straordinarie, se necessarie. A seconda della tipologia di mansione, la sorveglianza sanitaria avviene con cadenze diverse e viene effettuata in sede (sul territorio per i dipendenti dei punti vendita), dove i nostri dipendenti sono sottoposti anche allo screening della vista.

Tra le attività specifiche per la sede, ogni anno il personale svolge una **prova di evacuazione**, in occasione della quale RSPP verifica il livello di preparazione degli addetti alle emergenze. Inoltre, abbiamo installato un defibrillatore (DAE) nella nostra sede di Nola che è stato oggetto di formazione specifica per gli incaricati all'utilizzo del dispositivo.

Infortuni* (n.)

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Casi registrabili di infortuni sul lavoro	**4**	**18**	**22**	**0**	**8**	**8**	**1**	**10**	**11**
sul lavoro	3	10	13	0	4	4	1	6	7
in itinere	1	8	9	0	4	4	0	4	4
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
sul lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
in itinere	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
sul lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
in itinere	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ore lavorate	**207.000**	**1.155.000**	**1.362.000**	**86.500**	**492.200**	**578.700**	**109.749**	**565.738**	**675.487**

* I dati non comprendono il personale estero.

Tassi infortunistici*

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili**	19,3	15,6	16,2	-	16,3	13,8	9,1	17,7	16
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro***	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad eccezione dei decessi)****	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* I dati non comprendono il personale estero.
**Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = n. di infortuni sul lavoro registrabili / n. di ore lavorate * 1.000.000.
***Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro = n. di decessi a seguito di infortuni sul lavoro / n. di ore lavorate * 1.000.000.
***Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad eccezione dei decessi) = n. di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze / n. di ore lavorate * 1.000.000

Come nel biennio precedente, anche nel 2021 non si sono verificati casi di infortuni con gravi conseguenze. Il numero di infortuni sul lavoro è leggermente aumentato rispetto al 2020, a fronte di un aumento delle ore lavorate nel periodo post-pandemia. Il numero totale ammonta ad 11 infortuni, di cui la maggior parte è avvenuta sul luogo di lavoro. Tuttavia, una parte sostanziale degli infortuni (quattro su undici) è avvenuta in itinere. In tutto il triennio considerato non si sono verificati decessi a seguito di infortuni sul lavoro.

Welfare e benessere

Al fine di creare un ambiente di lavoro sano ed inclusivo e aumentare il benessere dei lavoratori, abbiamo avviato iniziative di **welfare aziendale.**

Il **Piano di Welfare,** attivato nel 2021, è in linea con i valori che animano Carpisa ed è attualmente composto dalle seguenti sezioni:

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

Oltre alle iniziative sopra citate, offriamo ai nostri dipendenti la possibilità di usufruire delle modalità di lavoro part-time e lo **smart working**, così come alcuni incentivi per la salute e la prevenzione. A tal proposito, abbiamo stipulato nel 2021, in collaborazione con Banca Intesa Sanpaolo, una **Polizza Collettiva Infortuni** destinata ad ognuno dei nostri dipendenti di sede, finalizzata alla copertura derivante da infortuni occorsi sia in ambito professionale che extra-professionale che causino invalidità permanente o decesso.

Per far fronte alla pandemia, abbiamo dato la possibilità ai nostri dipendenti di effettuare tamponi antigenici (per un totale di 481 tamponi effettuati), il servizio mensa è stato sospeso per alcuni mesi e sono state inserite specifiche misure anticontagio, quali:

- Rispettare il tempo di **permanenza** presso la sala mensa (13.00 – 13.30 I TURNO; 13.30 – 14.00 II TURNO)
- Igienizzare le mani prima di accedere nella sala mensa e seguire la segnaletica sul pavimento che indica flussi di entrata e di uscita; ad ogni tavolo potrà sedersi solo **una persona**
- Evitare file/assembramenti presso il distributore caffè; l'accesso al distributore caffè resta consentito ad una persona per volta esclusivamente durante la pausa
- Gli ospiti non dovranno accedere presso gli uffici (salvo autorizzazioni straordinarie)

- **Le riunioni, temporaneamente, dovranno avvenire via TEAMS**
- Evitare inoltre gli spostamenti presso gli altri uffici, **privilegiando le chiamate e gli incontri online.**

Inoltre, tutti i punti vendita sono stati dotati di prodotti specifici per l'igienizzazione di tutte le superfici dello stesso in modo che il personale possa lavorare in totale sicurezza.

Anche nel 2021 abbiamo fatto ricorso agli ammortizzatori sociali previsti per il Covid-19; abbiamo provveduto ad anticipare gli importi relativi alla cassa integrazione ai dipendenti, con lo scopo di garantire loro una stabilità finanziaria nonostante il difficile contesto economico che ha colpito direttamente il settore a cui appartiene l'Azienda.

Relazioni industriali

In Carpisa riconosciamo il diritto di **libertà di Associazione e contrattazione collettiva**, ci impegniamo costantemente a garantire salari e altre condizioni di impiego conformi a quanto previsto dalle leggi locali e dialoghiamo costantemente con le rappresentanze sindacali.

Sono presenti in alcuni punti vendita gruppi di Rappresentazione Sindacale Aziendale (RSA), per un totale di 66 dipendenti coperti da sindacati.

Infine, in caso di cambiamenti organizzativi, in Italia viene fornito un preavviso in linea con quanto richiesto dai contratti collettivi del lavoro applicabili che prevedono un minimo preavviso pari a due settimane.

Dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva e tasso di sindacalizzazione*

		2019	2020	2021
Totale dipendenti	n.	794	581	610
Dipendenti coperti da CCNL	n.	794	581	610
	%	100%	100%	100%
Tasso di sindacalizzazione	%	7%	11%	11%

* I dati non comprendono il personale estero.

Supporto alla comunità locale

Nell'anno 2021 si sono concretizzati numerosi progetti e iniziative già programmate nel 2020.

Per il nostro marchio, sostenere le comunità locali significa anche investire nelle attività di ricerca e innovazione che coinvolgano nuovi talenti. Con questo obiettivo nascono le numerose collaborazioni con le università e i centri di ricerca, che mettono a disposizione i loro laboratori e giovani brillanti per identificare soluzioni innovative e all'avanguardia da applicare ai nostri prodotti.

Primo fra tutti è stato messo a punto ed inaugurato il nostro nuovo **Laboratorio Artigiano Digitale 4.0**, legato al progetto **Fabbrica Intelligente** promosso dal MISE. Il Laboratorio rappresenta una vera e propria scuola di formazione per giovani tirocinanti che desiderano imparare l'artigianato ma con le regole, gli strumenti e i processi più innovativi sul mercato. Nel nostro laboratorio, infatti, oltre a realizzare cartamodelli "fisici", si impara a lavorare anche con software CAD e con relativi plotter automatici di taglio della pelle. Esso è pertanto ricco di attrezzature sia tradizionali che digitali.

Il laboratorio ha visto la partecipazione di **15 giovani tirocinanti** provenienti da scuole di formazione in ambito moda, a conclusione del loro percorso scolastico, a cui sono state erogate quasi **5.000 ore di lezione teorica e pratica**. Al termine del percorso, quattro nuove risorse sono entrate a far parte del nostro marchio e, ad oggi, lavorano con ottimi risultati in ambito modellistica digitale 3D e ufficio stile.

Il progetto della Fabbrica Intelligente, inoltre, ci sta consentendo di attingere a risorse finanziarie tali da dotare i nostri laboratori di nuove attrezzature e software specifici e all'avanguardia e, allo stesso tempo, ci permette di contribuire notevolmente alla crescita professionale sia delle nuove risorse che di quelle "veterane".

Abbiamo inoltre allargato il nostro network stringendo un rapporto con **UniRoma3 – Dipartimento di Ingegneria** iniziando nel 2021 una collaborazione legata al progetto di Fabbrica Intelligente relativamente allo studio, ottimizzazione e supervisione dei processi aziendali.

Ripercorrendo le origini Napoletane del marchio Carpisa ed avendo adesso un Laboratorio Artigiano innovativo a supporto, si è avviato nel 2021 un percorso di "reshoring" in grado di avviare linee di produzione Made in Italy, che potranno coinvolgere le **risorse della comunità locale**. In particolare, si stanno implementando specifici progetti innovativi che potranno essere concretizzati proprio nel nuovo Laboratorio.

A supporto di tale percorso, siamo entrati a far parte del **Cluster Tecnologico Nazionale Made in Italy**, un consorzio di centri di ricerca universitari e dipartimenti di Ricerca e Sviluppo di varie aziende, uniti allo scopo di partecipare a progetti di carattere nazionale legati al Made in Italy. In particolare, questa partnership ci permetterà di partecipare, insieme ad altri centri di ricerca e aziende, a nuovi bandi emessi in relazione al PNRR e, conseguentemente, di poter sviluppare nuovi progetti inserendo nuove giovani risorse del nostro territorio.

Il nostro sostegno al mondo dello sport femminile

In Carpisa crediamo che lo sport unisca e, in molti casi, contribuisca all'uguaglianza e alla parità di genere. Spinti da questa consapevolezza, promuoviamo attività sportive di varia natura e siamo **sponsor** della squadra di calcio **Napoli Femminile**.

La sponsorship nasce come progetto aggregativo con l'obiettivo di contrastare l'abbandono di questo sport e di rilanciare la squadra verso importanti risultati sportivi sotto la presidenza di Raffaele Carlino.

Tra le attività future, prevediamo di costruire una **cittadella per il calcio femminile** nel napoletano, che diventi un punto di attrazione e coesione sociale per il centro-Sud.

I rapporti con le istituzioni

Il nostro **rapporto con le istituzioni e le Associazioni di categoria** pone al centro la collaborazione sui temi rilevanti del settore nel quale la nostra Azienda opera, oltre che la condivisione dei temi di crescita sostenibile. Allo stesso tempo, tali attività favoriscono e facilitano il confronto per le attività di lobby e la gestione delle emergenze.

La collaborazione che avviamo insieme alle istituzioni e alle Associazioni di categoria avviene prestando, a titolo gratuito, una parte del nostro lavoro alle altre aziende ed alla comunità più in generale, come ad esempio il sostegno alla formazione aziendale ed universitaria.

Associazione	Attività
smi SISTEMA MODA ITALIA FEDERAZIONE TESSILE E MODA	**Sistema Moda Italia** (SMI) è una delle più grandi organizzazioni di rappresentanza degli industriali del tessile e moda del mondo occidentale. SMI ha un ruolo di rappresentanza nei confronti dell'intera filiera nei rapporti con le istituzioni, le Pubbliche Amministrazioni, le organizzazioni economiche e le politiche sindacali e sociali, tutelando e promuovendo gli interessi del settore e dei suoi associati e collaborando con Confindustria Moda. Carpisa è presente in SMI con un rappresentante del Consiglio di Amministrazione di Pianoforte Holding in qualità di vicepresidente nazionale con delega al mezzogiorno. In questo contesto, abbiamo focalizzato il nostro impegno nell'implementazione della raccolta differenziata nel settore tessile (pre- e post- consumo), cercando di ovviare un ostacolo significativo per l'attivazione delle politiche di economia circolare. Il lavoro svolto si contestualizza all'interno della **EU Strategy for Sustainable Textiles**, pubblicata nel marzo 2022. Carpisa approva e supporta la diffusione di tale strategia, con la speranza che sia stimolante per il settore ma anche realizzabile concretamente a livello industriale e dotata di target raggiungibili nel breve-medio termine. Ci auspichiamo inoltre che tale iniziativa abbia concreti impatti nel settore tessile del futuro, in particolare nell'ambito della ricerca e dell'innovazione.
Unione Industriali Napoli	L'**Unione Industriali di Napoli** è un'Associazione di imprenditori indipendente, apartitica e senza fini di lucro, appartenente al **Sistema Confindustria**. Il Gruppo prende parte al network dell'Associazione con lo scopo di promuovere e favorire le relazioni con il territorio attraverso eventi, incontri territoriali e tavoli di lavoro. Carpisa è presente con un rappresentante del Consiglio di Amministrazione di Pianoforte Holding in qualità di vicepresidente nazionale con delega al mezzogiorno

Confimprese è un'Associazione privata, riconosciuta e senza scopo di lucro, che, dal 1999, lavora a fianco delle imprese operanti nel commercio, con reti franchising e dirette. Confimprese supporta i suoi soci aiutandoli ad intrecciare nuove relazioni e a pianificare il proprio sviluppo, sia nel territorio nazionale sia all'estero.

Attraverso il nostro Comitato Esecutivo, al Consiglio Direttivo e il nostro team sostenibilità, partecipiamo attivamente ai diversi **Comitati operativi**. In particolare, siamo coinvolti nelle tematiche riguardanti:

- l'**organizzazione del retail** nel corso della pandemia;
- l'**Agenda 2030** dell'ONU, per cui abbiamo creato un position paper, presentato anche in sede parlamentare durante l'elaborazione del PNRR, grazie alla partecipazione e al coordinamento del team-work di sostenibilità. In questa occasione, abbiamo selezionato gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile più rilevanti per affrontare la transizione ambientale e digitale in seno all'Associazione;
- la creazione di un **format commerciale** volto alla **promozione delle tematiche green**, denominato **Green Saturday** e la **gestione dei dati di performance** da condividere tra gli associati attraverso la partecipazione ad un tavolo di studio con il Centro Studi di Confimprese.

Carpisa partecipa, insieme a Pianoforte, alle attività **della Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro** dal 1953, anno della sua Fondazione.

Il Presidente di Pianoforte Group fa parte del Consiglio Direttivo della Federazione. In questo contesto specifico, Carpisa contribuisce allo **sviluppo economico e sociale** delle ragioni del Sud Italia.

Dal 2020 abbiamo avviato, assieme ai **Cavalieri del Lavoro**, la redazione di uno studio a livello nazionale sulle tematiche ESG (Environmental, Social and Governance).

L'**Associazione Italiana Pellettieri** (ASSOPELLETTIERI), nata nel 1966, rappresenta le imprese di pelletteria, un settore molto rilevante per l'economia italiana, composto dai brand del lusso e da piccole e medie imprese altamente qualificate.

ASSOPELLETTIERI è un'Associazione di categoria che rappresenta gli interessi degli associati presso gli organi governativi e della Pubblica Amministrazione. Inoltre, lavora con i principali organismi internazionali per promuovere iniziative di sostegno settoriale, ma anche per continuare ad affrontare le sfide che l'attualità sta ponendo alle aziende del settore, impegnandosi a trasmettere un nuovo approccio ai problemi aziendali.

Pianeta

Il nostro Pianeta sta attraversando una fase di estrema difficoltà, causata da un notevole incremento di fenomeni atmosferici estremi e caratterizzata da risorse scarse. Si tratta di segnali che manifestano la necessità che avvenga un'inversione di rotta nel nostro modo di vivere.

In Carpisa, da anni portiamo avanti diverse iniziative incentrate sui differenti aspetti della **sostenibilità** e dello **sviluppo sostenibile**, nella sua definizione data dall'Agenda 2030 dell'ONU. In particolare, la **tutela dell'ambiente e della biodiversità**, la **gestione responsabile delle risorse**, la progettazione di **negozi** e **packaging sostenibili** sono le nostre priorità in tema ambientale.

Protezione del territorio e della biodiversità

La sensibilità che abbiamo maturato in Carpisa verso la **protezione del territorio e della biodiversità** è cresciuta in modo significativo negli ultimi anni.

Nel 2021 abbiamo concluso il progetto **"The Second Life"**, un progetto di **"economia circolare"**, già pianificato nel 2020, volto a recuperare materiali dai prodotti di scarto. Il progetto ha visto la collaborazione tra noi di Carpisa e l'azienda **Azzero CO_2** che ci ha supportati nel **calcolo** delle **emissioni di CO_2** dovute all'intero processo, dai trasporti allo smaltimento. Per compensare le 2,5 tonnellate di emissioni di CO_{2eq} abbiamo acquistato tre crediti e abbiamo scelto un progetto di forestazione nel Comune di Ferrara. Per ulteriori informazioni in merito al progetto "The Second Life" e agli altri attori coinvolti, si veda il capitolo "Prodotto, Comunicazione trasparente e marketing responsabile".

Nel 2021 abbiamo portato avanti con serietà la campagna **"Tartalove"**, iniziata nel 2020. Grazie a questa iniziativa, abbiamo raggiunto contestualmente due obiettivi: curare e sostenere le tartarughe marine e contrastare la presenza della plastica nei mari.

Pur non aderendo specificatamente ad Associazioni di categoria sul tema "Protezione del territorio e della biodiversità", Carpisa si è associata ad un cluster tecnologico nazionale made in italy, **cluster MINIT**, che ha l'obiettivo di favorire un eco-sistema del trasferimento tecnologico e dell'innovazione, capace di produrre una crescita economica sostenibile, integrata ed inclusiva, per le aziende del Made in Italy, nonché di partecipare a progetti nazionali che utilizzino le risorse del territorio affinché la produzione sia completamente Made in Italy.

MINIT è formato da un consorzio di aziende e centri di ricerca e universitari del territorio nazionale, che periodicamente organizzano meeting di approfondimento su tematiche legate al Made in Italy ed effettuano screening specifici di bandi progettuali emanati dal Ministero o dalla Comunità Europea, tra i quali, ad esempio, quelli legati al PNRR.

Il canale del MINIT sarà dunque la via preferenziale per la partecipazione a progetti specifici di Made In Italy nei quali verranno utilizzati materiali "sostenibili".

Gestione responsabile delle risorse

Con impegno, serietà e costanza portiamo avanti il nostro business in modo responsabile e sostenibile nel tempo. A tal fine, ci teniamo sempre informati sulle modalità di **risparmio ed efficientamento energetico, riduzione delle emissioni** e **minimizzazione degli impatti ambientali dei nostri edifici** (sede e negozi). Per tutelare l'ambiente, infatti, noi agiamo non solo all'interno della nostra Azienda, ma anche all'esterno, facendo opera di sensibilizzazione lungo l'intera catena del valore.

I dati e le informazioni qualitative e quantitative del capitolo sono relativi alle performance di Carpisa nella sede principale e negli attuali punti vendita di proprietà presenti in Italia.

I consumi energetici della sede e le emissioni in atmosfera

I nostri investimenti sulla **riduzione dei consumi elettrici** sono stati costanti anche nel 2021. Nello specifico, sono stati installati:

- sensori per l'accensione e spegnimento automatico delle luci,
- sistemi di ripresa dell'aria dall'esterno per contenere i consumi di raffrescamento e di riscaldamento nelle mezze stagioni e
- un sistema centralizzato di domotica che automatizza lo spegnimento dei sistemi energetici durante gli orari notturni e/o non lavorativi.

Attenti a monitorare i nostri consumi energetici, efficientare i processi relativi agli stessi e rimanere sempre aggiornati rispetto alle possibilità di efficientamento energetico presenti sul mercato, abbiamo nominato un **Energy Manager**, con il compito di acquistare energia elettrica e svolgere audit periodici.

In termini di certificazioni ambientali, il Carpisa Lab è certificato **ISO 9001** dal 2013 e prevediamo di estendere questa certificazione anche al Laboratorio Artigiano. Inoltre, ci stiamo ponendo degli obiettivi importanti in materia di tutela ambientale e per il 2022 stiamo valutando di introdurre le certificazioni **ISO 14001** e **ISO 45001** al fine di definire un sistema di gestione ambientale e di sicurezza sul lavoro per la sede di Nola.

La nostra sede, **Casa Carpisa**, è situata presso l'**Interporto di Nola**, in provincia di Napoli. Si estende su una superficie di circa 12.000 m^2 sviluppati su cinque livelli e la struttura è stata progettata con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro stimolante e confortevole, e soprattutto di esprimere attenzione al design e all'innovazione in uffici creativi, sale di formazione attrezzate, spazi comuni ed una sala conferenze.

Inoltre, sia la nostra sede, con cadenza quadriennale, sia i nostri negozi sono sottoposti ad una **diagnosi energetica** svolta sull'attuale fornitore elettrico. L'obiettivo è individuare eventuali situazioni di criticità e di adottare, se possibile, opportune azioni migliorative.

I consumi di energia della sede di Carpisa sono rappresentati nella tabella sottostante:

Consumo totale di energia – Sede e automezzi (GJ)

	2019	2020	2021
Consumo totale di energia elettrica per le sedi	4.010	2.294	2.540
Consumo totale di carburanti per flotta aziendale	2.453	992	2.523
Consumo di energia totale	**6.463**	**3.286**	**5.063**

Tra il 2020 e il 2021, il consumo totale di energia è raddoppiato, principalmente a seguito della ripresa post-pandemica delle nostre attività, ma risulta essere inferiore al 2019 del 22%, a conferma dell'impegno del nostro marchio a gestire i consumi energetici più responsabilmente.

Il consumo di energia indiretta è composto dall'energia elettrica della sede e al momento non prevede l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili. I restanti consumi di energia diretta sono composti dai consumi della flotta auto della Società, che oltre ai veicoli a diesel, da sempre rendicontati, è costituita anche da veicoli a benzina e GPL, aggiunti dal 2021 a seguito di un miglioramento nella raccolta dei dati.

Il **parco auto** è gestito tramite noleggio a lungo termine da una società esterna. Come obiettivo futuro, iniziato nel 2021 e che si concluderà nel 2022, stiamo aggiungendo **auto ibride** e stiamo pianificando l'inserimento di **colonnine** all'interno del parco auto stesso. Tutto questo al fine di facilitare gli spostamenti nell'Interporto di Nola, sempre in maniera sostenibile e rispettosa dell'ambiente.

In Carpisa, **monitoriamo** anche le **emissioni in atmosfera** derivanti dalle nostre attività e dai consumi energetici diretti ed indiretti.

Emissioni di CO_2 – Sede e automezzi (kg CO_2)

	2019	2020	2021
Scope 1	**171.877**	**69.641**	**366.740**
di cui dovute a veicoli di proprietà dell'azienda	171.877	69.641	366.740
Scope 2[5] (location based)	**331.266**	**177.938**	**184.353**
Totale emissioni CO_2 (Scope 1 + Scope 2)	**503.143**	**247.579**	**551.094**

Nota: i dati 2019 e 2020 sono stati riesposti a seguito di un affinamento nella modalità di calcolo.

La gestione dei rifiuti e della risorsa idrica

Una società esterna si occupa della **gestione dei rifiuti** che produciamo nella nostra sede effettuando la raccolta differenziata con raccoglitori specifici per plastica, vetro, lattine, carta, cartoni, umido, indifferenziata, pile esauste che sono posizionati su ogni piano di Casa Carpisa, così come definito nelle linee guida in materia di gestione dei rifiuti redatte a livello di Gruppo.

Dati i materiali con cui lavoriamo e le tipologie di trattamento che eseguiamo, ci occupiamo anche del corretto smaltimento dei **rifiuti speciali**, quali inchiostri esausti dei plotter del laboratorio tattoo, materiali misti di campionature di borse e valigie e apparecchiature RAEE. Anche la gestione di tali rifiuti è affidata ad una società esterna.

5 Non sono state calcolate le emissioni market based in quanto la fornitura di energia elettrica non prevede attualmente l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili.

Tutti gli smaltimenti sono corredati di appositi formulari e codici CER specifici, in conformità con la normativa vigente.

Avendo molto a cuore **la riduzione degli sprechi di risorse,** adottiamo specifici accorgimenti e promuoviamo iniziative ad hoc affinché ci sia un minor consumo di carta e di risorse idriche da parte dei nostri collaboratori.

Per esempio, nella mensa aziendale, abbiamo installato vari dispenser di acqua naturale, a temperatura ambiente e fredda, per un minor utilizzo di bottigliette di plastica, che oggi infatti è notevolmente diminuito.

Ai dipendenti, inoltre, è stata distribuita gratuitamente una **borraccia in alluminio** per ridurre considerevolmente l'utilizzo dei bicchieri nella sede.

Ad inizio 2021, come stabilito nel 2020, nella sede sono state installate nuove stampanti a risparmio energetico. In questo modo il toner verrà riscaldato solo nel momento in cui serve la stampa e non in maniera costante per ridurre il consumo di energia. Inoltre, è stato addirittura modificato il tipo di contratto delle stampanti per portare il numero di copie, e quindi l'utilizzo della carta, al di sotto del 35% rispetto il 2020. Al 2021 siamo riusciti a scendere fino al 40%.

Tutti i nuovi pc della sede consumano il 20-25% in meno di batteria e i nuovi schermi sono passati da LCD a LED per ridurre il consumo.

Durante tutto il 2021, nei punti vendita ci siamo adeguati e attrezzati per avere all'interno delle zone cassa due contenitori separati per la raccolta differenziata di plastica e carta. In questo modo, gli stessi addetti alle vendite sono responsabili dello smaltimento.

Nei centri commerciali, lo smaltimento avviene presso le campane poste su fronte strada o in aree apposite ad uso dei negozi.

Nel nostro business, l'**utilizzo delle risorse idriche** non ha un impatto significativo in quanto l'acqua è utilizzata prettamente per scopi igienico-sanitari; tuttavia, collaboriamo con i nostri fornitori per minimizzare gli impatti dei consumi idrici e garantire un uso attento delle risorse naturali lungo tutta la catena del valore.

Rifiuti (t)

	2019 (*)	2020 (*)	2021
Rifiuti prodotti non destinati a smaltimento			
Rifiuti pericolosi	**1,1**	**1,0**	**1,0**
Preparazione al riutilizzo	-	1,0	-
Riciclo	-	-	-
Recupero, includendo l'energia recuperata	1,1	-	1,0
Rifiuti non pericolosi	**67,4**	**58,2**	**34,0**
Preparazione al riutilizzo	1,8	-	-
Riciclo	32,8	48,5	30,0
Compostaggio	31,1	9,7	4,0
Recupero, includendo l'energia recuperata	1,7	-	-
Rifiuti destinati a smaltimento	**27,8**	**-**	**1,0**
Rifiuti pericolosi	**-**	**-**	**1,0**
Smaltimento in discarica	-	-	1,0
Rifiuti non pericolosi	**27,8**	**-**	**-**
Smaltimento in discarica	27,8	-	-
Totale rifiuti pericolosi	**1,1**	**1,0**	**2,0**
Totale rifiuti non pericolosi	**95,2**	**58,2**	**34,0**
Totale rifiuti prodotti	**96,3**	**59,2**	**36,0**

Negozi sostenibili

Oltre agli interventi di efficientamento energetico, di riduzione delle emissioni e di gestione responsabile dei rifiuti e della risorsa idrica, che implementiamo presso la nostra sede di Nola, siamo particolarmente attenti anche alla nostra rete capillare di negozi distribuiti sul territorio.

Negli ultimi anni, relativamente ai **consumi energetici** dei negozi di proprietà, installiamo unicamente lampade e faretti al LED, lame d'aria sugli ingressi dei negozi su strada per ridurre l'ingresso del caldo e del freddo e l'impiego di riscaldamento e condizionamento.

Oltre a questi accorgimenti, per una gestione smart dei nostri consumi di energia nei punti vendita, come nelle sedi, usiamo sistemi di free cooling con recupero aria dall'esterno, recuperatori di calore, orologi, timer e sensori.

Tutti i nostri negozi, ogni quattro anni, sono sottoposti alla diagnosi energetica dell'attuale fornitore elettrico, che identifica eventuali aree critiche e suggerisce possibili azioni di miglioramento.

Dal 2021 abbiamo iniziato l'apertura di nuove sedi riqualificando i negozi della catena con i nuovi layout, studiati nel 2020 ed orientati verso il filone della sostenibilità.

Soluzioni innovative per i nostri negozi sempre più eco-sostenibili

In Carpisa vogliamo fare sempre di più per l'ambiente e per i nostri clienti. Per questo, abbiamo voluto creare dei negozi sostenibili, che riducano il nostro impatto ambientale e che, al contempo, regalino ai nostri clienti un'esperienza che vada oltre il semplice acquisto di un prodotto.

Abbiamo rivoluzionato il concept dei nostri punti vendita rendendoli sempre più eco-sostenibili, ad esempio adottando misure quali pitture ad assorbimento di CO_2, pavimenti in porcellana applicati con colle provenienti da riciclo di plastiche, parati realizzati con tessuto non tessuto 100% riciclabili, luci a LED, lame d'aria ed impianti di condizionamento con timer e sensori forniti da un fornitore di arredi certificato. Li stiamo progettando con appositi spazi dedicati alla **raccolta differenziata** e con **piante antismog**, o piante antinquinamento. Tali piante, tra cui l'aloe, la gerbera e il ciclamino, permetterebbero di catturare fino all'80% dell'inquinamento dell'aria, rilasciando, naturalmente, ossigeno.

Di seguito, i consumi energetici relativi ai negozi rappresentati dal consumo di sola energia:

Consumo totale di energia – Negozi[6] (GJ)

	2019	2020	2021
Consumo totale di energia indiretta	11.959	10.227	13.402
Consumo di energia totale	**11.959**	**10.227**	**13.402**

Emissioni di CO_2 – Negozi (Kg CO_2)

	2019	2020	2021
Scope 2[8] (location based)	**1.107.243**	**793.390**	**867.855**
Totale emissioni CO_2 (Scope 1 + Scope 2)	**1.107.243**	**793.390**	**867.855**

Nota: i dati 2019 e 2020 sono stati riesposti a seguito di un affinamento nella modalità di calcolo.

In linea con la nostra filosofia aziendale **"Green Oriented"** stiamo sviluppando dei nuovi progetti per **ridurre le quantità di plastica nei packaging** dei prodotti, che avranno significativi impatti anche nella gestione dei rifiuti nei negozi, migliorandone la raccolta differenziata. Oggi i rifiuti dei negozi sono gestiti localmente dai centri tramite la raccolta differenziata comunale, salvo richieste specifiche di smaltimento di materiali, le quali vengono gestite da società esterne specializzate.

[6] I dati relativi al consumo di energia e alle emissioni si riferiscono ai negozi di proprietà di Carpisa localizzati in Italia.

Packaging responsabile

Il focus di Carpisa al **packaging** e all'utilizzo di **materiali riciclati e riciclabili** è il suo ulteriore importante contributo per ridurre gli sprechi, promuovere la filosofia dell'economia circolare e minimizzare il nostro impatto ambientale.

Consapevoli che non tutti gli imballaggi sono sostituibili, abbiamo iniziato percorsi di studio specifico per utilizzare materiali alternativi a basso impatto ambientale e più facilmente riutilizzabili o riciclabili. Due esempi di tale pratica sono i **cartellini in carta riciclata** per tutti i prodotti Carpisa e i **cartoni in carta certificata Forest Stewardship Council (FSC)** per le spedizioni dalla Cina.

Inoltre, l'utilizzo del QR-GO® su tutti i nostri prodotti porterà alla progressiva eliminazione dei cartellini, ad eccezione di quello del prezzo, che sarà in carta riciclata (per ulteriori approfondimenti, si veda il capitolo "Prodotto, Comunicazione trasparente e marketing responsabile").

Verso packaging alternativi a minor impatto ambientale

Per ottimizzare l'uso delle risorse e gestirle responsabilmente, **abbiamo implementato nuovi sistemi di packaging alternativi**, tra cui:

- R-PET per tutte le cover delle valigie;
- carta riciclata e riciclabile per tutte le shopping bag nei negozi;
- carta riciclata per le veline presenti all'interno delle borse esposte.

Inoltre, l'ufficio Ricerca e Sviluppo sta studiando numerosi progetti per ridurre il quantitativo di packaging proveniente dalla Cina che arriva a stazionare poi all'interno dei negozi, in aggiunta al nostro impegno costante di riutilizzare almeno il 50% dei cartoni che arrivano in negozio per altre spedizioni interne.

Progetti speciali in fase di studio/sperimentazione che saranno completamente attivi nel 2022:

- **"Progetto cover"**
  È volto ad eliminare completamente le polybag sul singolo prodotto Valigeria, il quale costituisce quello di maggior ingombro per i negozi.
  Vorremmo utilizzare, per ogni taglia delle tre valigie che compongono un set, una sola cover in poliestere riciclato per ridurre drasticamente la plastica da smaltire all'interno dei nostri negozi.
  Inoltre, con questo progetto, ogni set Valigeria avrà solo il cartone esterno come packaging e, di conseguenza, si ridurranno anche le quantità di rifiuti da smaltire in negozio.
- **"Progetto 5 in 1"**
  Collegato al "progetto cover", è il progetto "5 in 1" che consiste nell'ottimizzazione del numero di pezzi contenuti in una spedizione, ovvero nell'aumentare il numero di referenze spedite dalla Cina, da 3 a 5, mantenendo inalterato il volume della scatola e quindi riducendo il numero di spedizioni a parità di prodotti spediti. In questo modo avremo in un cartone fino a 5/6 pezzi totali con un incremento del 50% del prodotto complessivo senza modifica del volume. Abbiamo avviato le prime implementazioni del progetto "5 in 1" sulla nostra linea best seller GOTECH®.

Altri studi riguardano l'introduzione di materiali biodegradabili e compostabili, come, ad esempio, il PLA, in sostituzione delle polybag in HDPE che sono riciclabili ma non riciclate e soprattutto non compostabili (gettabili quindi nell'organico).

Materiali di packaging

	2019		2020*		2021	
	Quantità (t)	% fonti responsabili**	Quantità (t)	% fonti responsabili**	Quantità (t)	% fonti responsabili**
Materiali in carta e cartoncino	**733,72**		**1.300,0**		**1.104,75**	
Cartoni	32	0%	1.280	0%	1.000	50%
Shopping bag	700	100%	8	100%	0,25	0%
Altro materiale packaging in carta e cartoncino	1,72	100%	12	100%	104,5	100%
Materiali in plastica	**0,30**		**68,00**		**29,00**	
Polybag	0,30	0%	68,00	0%	29,00	0%
Totale	**734,02**		**1.368,00**		**1.133,75**	

* Nel 2020 si riscontra un aumento della quantità di packaging totale in quanto quest'anno è stato possibile includere nella metodologia di calcolo il packaging relativo a ciascun prodotto acquistato per ogni categoria (valigeria/borse/accessori).
** La % fonti responsabili indica se la materia prima è riciclabile o meno, nonché se proviene da fonti responsabili tra cui, a titolo di esempio, FSC, circuito Comieco e Resy.

Nel 2021, ci sono notevoli differenze in termini numerici rispetto agli anni precedenti e sono dovute al sempre maggiore controllo sulle quantità di prodotti ordinati e sui relativi imballaggi. Tale impegno si riflette nella riduzione nell'utilizzo del packaging pari al -17% rispetto al 2020.

I dati sono stati raccolti considerando le quantità di borse, accessori e valigie acquistate nell'anno 2021. Abbiamo considerato pesi medi dei cartoni in quanto, in base alle dimensioni del prodotto, la grandezza di ogni cartone e il suo relativo peso cambia. Lo stesso ragionamento è stato fatto per il calcolo delle polybag e dei pendagli.

Nel packaging vanno inoltre considerati le cover che ogni valigia ha come protezione. Queste cover sono in materiale sostenibili R-PET. In generale il peso, sul totale delle valigie acquistate, è di circa 23 tonnellate.

Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità 2021 rappresenta l'impegno di Kuvera S.p.A. volto ad instaurare una rendicontazione strutturata e trasparente verso gli stakeholder sulle sue performance ambientali e sociali, con particolare riferimento alle progettualità del brand Carpisa. Il documento vuole fornire descrizione dei progetti e dei risultati conseguiti in un'ottica di creazione di valore verso la comunità e gli stakeholder.

Il presente Bilancio di Sostenibilità (anche "Bilancio") è redatto in conformità ai Sustainability Reporting Standards pubblicati dal Global Reporting Initiative – GRI ("GRI Standards"), secondo un livello "In accordance-Core". I GRI Standards sono ad oggi lo standard più riconosciuto e diffuso a livello internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria. Nella rendicontazione sono state considerate inoltre le Linee Guida per la rendicontazione di sostenibilità redatte da Confindustria.

I dati e le informazioni riportati fanno riferimento all'esercizio 1° gennaio – 31 dicembre 2021, salvo dove diversamente indicato. Ove possibile, sono stati riportati 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.

Il perimetro di rendicontazione dei dati economico-finanziari e dei dati e informazioni relativi alla composizione del personale corrisponde a quello di Kuvera S.p.A. per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2021. I dati e le informazioni ambientali si riferiscono alle sedi principali di Kuvera S.p.A. (situate in Italia) e ai negozi di proprietà italiani di Kuvera S.p.A. Eventuali limitazioni di perimetro sono specificate nel documento.

Durante l'esercizio di riferimento, Kuvera S.p.A. non ha affrontato significativi cambiamenti riguardo alla struttura, alla proprietà o alla sua catena di fornitura. Nei rari casi di correzioni rispetto a quanto pubblicato nella versione precedente del Bilancio, queste sono state sempre accuratamente segnalate nelle note in prossimità dei dati.

Per maggiori dettagli su obiettivi, indicatori e risultati raggiunti o per commenti al presente documento è possibile inviare una richiesta a: f.costa@carpisa.com e marta.perrotti@carpisa.com

Il Bilancio non è soggetto a verifica di parte terza ed è stato redatto con l'assistenza tecnico-metodologica di KPMG Advisory S.p.A.

Indice dei contenuti GRI

GRI CONTENT INDEX			
GRI ID	**Descrizione dell'indicatore**	**Numero di pagina o *disclosure***	**Omissioni**
GENERAL STANDARD DISCLOSURES			
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE			
102-1	Nome dell'organizzazione	10	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	10-12; 14	
102-3	Luogo della sede principale	La sede di Carpisa è a Nola (NA).	
102-4	Luogo delle attività	11; 14	
102-5	Proprietà e forma giuridica	10-11	
102-6	Mercati serviti	14	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	4; 14; 47	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	47-49	
102-9	Catena di fornitura	38-39	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	11; 39; 74	
102-11	Principio di precauzione	27-29; 35-36; 66-73	
102-12	Iniziative esterne	7-9; 14; 17; 30	
102-13	Adesione ad Associazioni	63-65	
STRATEGIA			
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	2-3	
ETICA E INTEGRITÀ			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	13; 16-18	
GOVERNANCE			
102-18	Struttura della governance	11; 16-18	
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER			
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	19	

102-41	Accordi di contrattazione collettiva	Per il personale estero Carpisa applica gli accordi di contrattazione collettiva previsti dalla legge. 62
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	19
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	19-24
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	23-26
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE		
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	11; 74
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	23-24
102-47	Elenco dei temi materiali	24-26
102-48	Revisione delle informazioni	74
102-49	Modifiche nella rendicontazione	23-24
102-50	Periodo di rendicontazione	74
102-51	Data del report più recente	74
102-52	Periodicità di rendicontazione	Annuale
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	74
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	74
102-55	Indice dei contenuti GRI	75-82
102-56	Assurance esterna	74
PERFORMANCE ECONOMICHE		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	4; 11-12; 14-15; 24-26
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	15
MATERIALI		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 30-32; 72-73

301-1	Materiali utilizzati per peso e per volume	73	
ENERGIA			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 67-68; 71	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	68; 71	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
EMISSIONI			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 67-68; 71	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	68	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	68; 71	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
RIFIUTI			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 68-70; 71	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	68-70	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	68-70	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
306-3	Rifiuti prodotti	70	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.

306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	70	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	70	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 38-39	
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	38-39	
OCCUPAZIONE			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 47-51; 60-61	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	49-51	I dati e le informazioni relativi al personale estero sono disponibili solo parzialmente. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	60-61	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 47; 62	
402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	62	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 58-59	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	58-59	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	58-59	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	58-59	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	53; 58-59	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	53; 58-59	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	58-59	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	58-59	
403-9	Infortuni sul lavoro	59	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 51-53	

404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	52	I dati relativi alle ore medie di formazione per genere e inquadramento non sono attualmente disponibili. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 54-57	
405-1	Diversità negli organi di Governo e tra i dipendenti	16; 54-56	I dati e le informazioni relativi al personale estero sono disponibili solo parzialmente. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	56-57	Non sono disponibili i dati e le informazioni relativi all'estero. Kuvera S.p.A. si impegna a rendicontare i dati e le informazioni per i prossimi anni.
NON DISCRIMINAZIONE			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 54-57	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel triennio 2019-2021 Carpisa non ha riscontrato episodi di discriminazione né ricevuto segnalazioni in merito.	
LAVORO MINORILE			
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 38-39	
408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	39	
LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO			
103-1 103-2	Modalità di gestione	24-26; 38-39	

103-3		
409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	39
COMUNITÀ LOCALI		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 63-65
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	63-65
VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 38-39
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	38
SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 35-36
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	36
MARKETING ED ETICHETTATURA		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 36-37; 40-43
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	37
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	43
PRIVACY DEI CLIENTI		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 44-46

418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	44
SVILUPPO E INNOVAZIONE		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 27-29
DESIGN SOSTENIBILE E CIRCULAR ECONOMY		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 33-34
PROTEZIONE DEL TERRITORIO E DELLA BIODIVERSITÀ		
103-1 103-2 103-3	Modalità di gestione	24-26; 66