

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 impegnamo 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 impegnamo a costruire **prodotti e processi sostenibili** perché ogni viaggio possa contribuire al rispetto dell'ambiente e delle future generazioni.”

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 volti al comfort e al 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

La spinta ad innovare è da sempre insita nel nostro DNA, soprattutto considerando il settore retail in cui operiamo, dove la **capacità di evolversi** e di **proporre soluzioni** sempre nuove sono elementi imprescindibili per il successo del business.

L'innovazione è un pilastro di tutte le attività che svolgiamo, in particolare rispetto alla ricerca e sviluppo di prodotti, processi, funzionalità, servizi al cliente, formazione sul prodotto e qualità.

Il nostro team di **Ricerca e Sviluppo** è diretto da un ingegnere aerospaziale supportato da altri quattro ingegneri esperti di materiali. Insieme, hanno portato 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<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> 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.

**8 BREVETTI**

per invenzione industriale

**2 MARCHI**registrati e seguito  
di progetti speciali**13 BREVETTI**

per modello ornamentale

**1 MARCHIO**

figurativo

**2 BREVETTI**

per modello di utilità

**3 PREMI SMAU****1 PROGETTO**di lavoro di ingegneria emesso  
dal *Ministero dei Beni e  
delle Attività Culturali del Turismo***1 PUBBLICAZIONE**scientifica sulla rivista internazionale  
MDPI Journal

Il nostro centro di ricerca e sviluppo dispone di spazi all'avanguardia, tra cui:

- Una sala allestita con una **stazione di Realtà Virtuale** per la **configurazione realistica di prodotti speciali** che consente una riduzione di almeno il 30% di materiali nella realizzazione di prototipi (soprattutto quelli più onerosi in termini di costi e tempi di produzione). La stessa è dotata anche di una **stazione con scanner 3D** per accessori o body scanner per corpi più grandi e 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 nasce nel 2013 con l'intento di mettere **l'innovazione al servizio del cliente**, attraverso l'utilizzo di nuovi materiali, apparecchiature e laboratori specializzati, che consentano di progredire in questi termini. Si tratta di uno spazio di 200 m<sup>2</sup> situato nella nostra sede di Nola, 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**.

La presenza del Carpisa Lab ha contribuito non solo a rinnovare le linee dei nostri prodotti, ma anche a rivedere e ideare numerose regole e protocolli che sono stati adottati a livello aziendale, attuando un vero e proprio cambio di mentalità. Tra i progetti più all'avanguardia del 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, 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.
- **Tattoo Lab**, che prevede contatti diretti con i clienti per la personalizzazione dei prodotti.

L'adozione della certificazione ISO 9001 per il Carpisa Lab rispecchia i nostri obiettivi legati alla soddisfazione dei nostri clienti, nonché al miglioramento continuo delle prestazioni aziendali. Inoltre, siamo soggetti annualmente ad un **audit** da parte dell'Ente Certificatore (SGS). Tutti gli audit svolti 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.

**“È qui che il nostro personale prima cerca di individuare nuovi materiali valutando prestazioni e resistenza, ma sempre con uno sguardo rivolto all'e-cosostenibilità, tema attuale e molto sentito dalla nostra azienda”**

**Francesco Costa**

Responsabile del reparto per Ricerca, Sviluppo e Innovazione di Carpisa

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)** e l'**Università Federico II di Napoli**, approfondite nel capitolo successivo “Persone - Supporto alla comunità locale” di Carpisa.

Tra i progetti che abbiamo portato avanti nel corso del 2020, c'è sicuramente il progetto di revisione del processo di prototipazione, inizialmente esternalizzato, volto ad aumentare di almeno del 50% la realizzazione dei prototipi nel nostro laboratorio interno. L'obiettivo è quello di ottimizzare i tempi, i costi ed i consumi di energia, oltre che minimizzare le emissioni e gli impatti della logistica.

Quest'anno abbiamo concentrato le nostre attività di innovazione sulle tematiche di ecosostenibilità, ricerca di nuovi materiali e servizi per il cliente finale che si sono concretizzate in progettualità esemplari, quali il **CARPISA QR-GO®** e la nascita della filosofia aziendale **"Green Oriented"**.

Nel 2019 abbiamo creato uno specifico **QR Code**, un codice a risposta veloce leggibile da tutti gli smartphone, inizialmente applicato sulle linee TOP valigeria, ora esteso a tutte le linee valigeria. L'utilizzo di questo strumento ci permette di riassumere i contenuti dei cartellini, in modo da minimizzarne l'utilizzo, senza però penalizzare il cliente finale, che, in maniera digitale, potrà avere sempre a sua disposizione le informazioni relative al prodotto.

Nel corso dell'anno abbiamo avviato la procedura per la registrazione del marchio **CARPISA QR-GO®** la cui conclusione è prevista per il 2021.

## "Green Oriented", la nuova filosofia aziendale

Il concetto di **"Green Oriented"** nasce come una vera e propria filosofia aziendale che mira, nella sua prima fase, ad una sostanziale **integrazione di materiali sostenibili**, oltre a quelli già utilizzati, per l'intera collezione del nostro marchio.

Il compito del **Carpisa Lab** e di tutti gli uffici afferenti sarà quello di sostituire completamente i materiali classici per la realizzazione e il confezionamento del prodotto con materiali ad **"impatto ambientale zero"**. I prodotti **"Green Oriented"** saranno sempre certificati come tali, tramite l'utilizzo di un'etichetta ad hoc, al fine di fornire una chiara comunicazione dell'impegno aziendale sul tema Sostenibilità. Attraverso le analisi e i controlli dei materiali che avvengono nel **Carpisa Lab**, ci assicuriamo che le materie prime utilizzate rispondano a stringenti requisiti di sostenibilità e siano certificate secondo i principali standard internazionali.

L'esigenza di garantire verifiche sempre più stringenti su tali materiali ha indotto il team dedicato al progetto ad implementare le proprie conoscenze in materia e introdurre strumentazioni idonee allo scopo, tra cui una spettrofotometria IR e la calorimetria a scansione differenziale.



## Materiali smart e sostenibili

Siamo consapevoli che l'attenzione da parte dei clienti non si ferma alla sola bellezza estetica e utilità del prodotto, ma comprende anche la qualità dei materiali, sempre più smart e sostenibili. L'utilizzo di tali materiali è strettamente collegato ai nostri obiettivi di economia circolare, nonché di innovazione e sviluppo. Per queste ragioni, i nostri Uffici di Ricerca e Sviluppo collaborano con importanti aziende sia in Italia che nel mondo, per la continua ricerca di materiali riciclati, smart e sostenibili.

I nostri materiali sono certificati **Global Recycled Standard (GRS)** e **Global Organic Textile Standards (GOTS)** dai produttori. Lungo tutta la vita del prodotto, ci assicuriamo anche grazie al supporto del presidio

locale sulla filiera in Cina, che tale certificazione sia sempre presente e che il fornitore non modifichi il materiale durante il processo.

Inoltre, proprio per il controllo sui materiali "speciali" di cui facciamo uso, è in corso la stesura di un **nuovo processo per il controllo** qualità sulle linee di borse. Tale processo, che svolge un ruolo di supporto per i progettisti, è già presente su alcune linee e, in futuro, rivestirà un ruolo sempre più importante per mantenere alta la qualità del nostro prodotto in tutte le sue forme. Per maggiori approfondimenti sul tema in oggetto si faccia riferimento al paragrafo successivo "Qualità e sicurezza del prodotto".

### Le certificazioni dei nostri materiali



In questo contesto, nel 2020 abbiamo lanciato sul mercato le linee **"I'm Eco-Friendly"**, che, dal 2021, entreranno a far parte della più ampia filosofia aziendale **"Green Oriented"**, nuovo riferimento per contraddistinguere i prodotti caratterizzati dall'uso di **materiali sostenibili** ed **ecosostenibili**, in particolare:

#### CARPISA GOTECH®

Usato per il set di valigie che porta lo stesso nome, il CARPISA GOTECH® è 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.

Lanciato nel 2017, questo materiale è stata una vera e propria rivoluzione per il mondo della valigeria. Infatti, 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)

Il poliestere riciclato (RPET) derivante da bottiglie di plastica è 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.

In Carpisa, abbiamo inizialmente creato una linea di valigeria, denominata "l'm Eco-Friendly", composta da plastica di RPET per il guscio esterno e da tessuto di RPET per le fodere interne. Nel 2021, con la filosofia "Green Oriented", estenderemo l'uso di RPET in ogni collezione dei prodotti Valigeria e Borse.

### HAYGO

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

### RPU (Recycled Polyurethane)

Il poliuretano riciclato (RPU) rappresenta **uno dei materiali più ecosostenibili in circolazione**. Questo perché a fine vita, il materiale 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.

Nel 2020 abbiamo studiato l'applicazione del RPU nelle nostre linee e l'abbiamo ufficialmente integrato a partire dal 2021, soprattutto nelle linee di borse.

### GOMMA RICICLATA AL 50%

La gomma riciclata è utilizzata per la produzione di etichette apposta 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.

### NYLON

Abbiamo utilizzato questo materiale 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

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

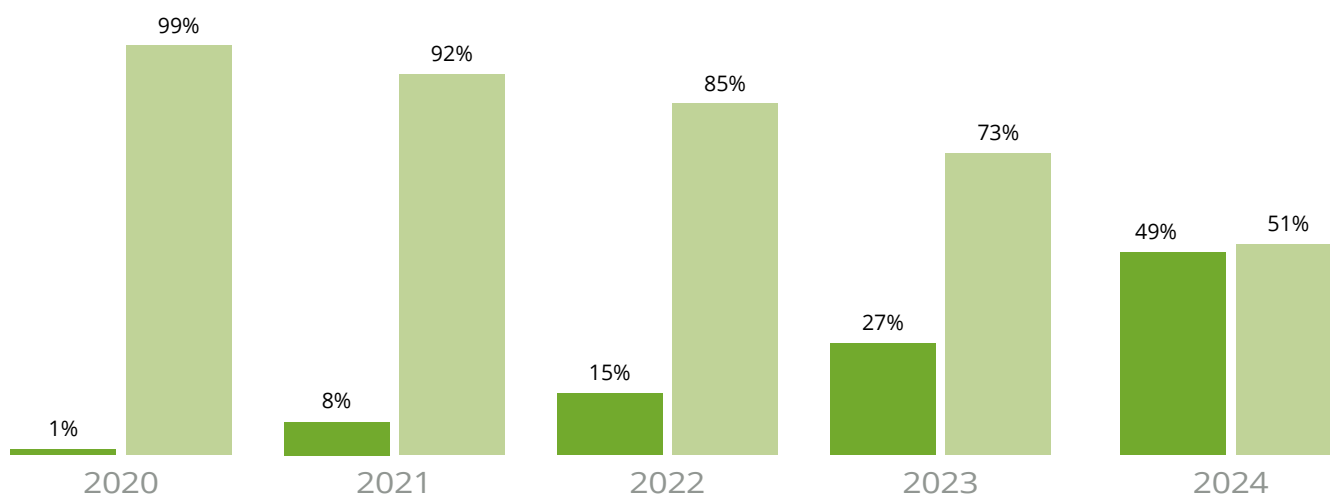


Per il futuro, l'obiettivo è di proseguire su questi filoni di ricerca e sviluppare nuovi progetti di economia circolare tramite l'utilizzo di nuovi materiali sostenibili. Laddove non si arrivasse ad un completo recupero dei materiali utilizzati, e, conseguentemente, si procedesse con il loro smaltimento, stiamo valutando il modo migliore per **compensare le emissioni residue di CO<sub>2</sub>** in atmosfera attraverso l'acquisto di crediti internazionali, in partnership con **AzzeroCO<sub>2</sub>**.

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)

■ Volume Green Oriented  
■ Volume tradizionale



## Design sostenibile e circular economy

La **circularità del prodotto** e la ricerca per rendere i nostri processi di design sempre più sostenibili sono elementi fondamentali e completamente integrati nelle nostre attività quotidiane. In particolare, ci impegniamo a monitorare attentamente i nostri impatti ambientali, al fine di ridurli il più possibile e garantire un futuro sostenibile alle prossime generazioni.

Negli anni, abbiamo condotto diversi progetti in tema di design sostenibile, tra questi il **Trolley system** che ha visto la realizzazione di un sistema multi-step e la possibilità per il cliente di trovare l'altezza ideale del trolley, andando a ridurre la probabilità di rottura dello stesso, nonché garantendo una migliore postura per l'utilizzatore.

Nel 2020 abbiamo progettato un prodotto per **stam-paggio ad iniezione** che prevede la creazione di un **prodotto mono-materiale in TPU o NYLON 100% riciclato e riciclabile**. L'obiettivo è quello di creare una linea di borse con differenti sistemi innovativi integrati, per quanto tecnicamente possibile, all'interno del materiale stesso. Questa attività non solo prevede l'utilizzo di materiali sostenibili, ma anche di una ridotta manodopera che permette di abbassare i costi e di facilitare lo smontaggio favorendo il riciclo. In particolare, il 98% del prodotto finito sarà in un unico materiale riciclato e riciclabile.

Nel corso dell'anno ci siamo anche impegnati nell'utilizzo e nella diffusione, all'interno delle collezioni, di **materiali ecosostenibili**. Abbiamo creato una vendor list di fornitori certificati e un database interno di materiali, senza abbandonare la continua ricerca di

nuove materie prime ecosostenibili da poter utilizzare. Questa azione è stata accompagnata da un'analisi per identificare le nuove attrezzature necessarie all'implementazione dei laboratori per poter effettuare test sempre più all'avanguardia sui materiali e, soprattutto, sulle fibre tessili.

Nell'ottica di adottare strumentazioni e attrezzature innovative, abbiamo installato una stampante 3D, un body scanner e dei sistemi di Realtà Virtuale, che permettono la riduzione dei tempi e dei costi di prototipazione. L'uso di queste attrezzature permette di mostrare il prodotto in 3D e creare dei prototipi, che possano essere direttamente commentati insieme al cliente, offrendo la possibilità di modificarli in tempo reale. Grazie a questi strumenti siamo in grado di progettare accessori per la valigeria creando un primo prototipo in laboratorio da inviare poi al fornitore per la produzione in serie. Queste tecnologie ci permettono di avere un maggiore controllo sul numero di accessori utilizzati, consentendo una riduzione degli sprechi e dello stoccaggio di materiali, senza perdite in termini di design.

La principale innovazione in tema di design sostenibile è legata alla partecipazione, come titolari esclusivi, al progetto **MISE - Fabbrica Intelligente - Laboratorio Artigiano 4.0**, in collaborazione con l'**Università di Roma 3**. Il progetto, iniziato ufficialmente ad ottobre 2020, è il risultato di un lungo processo di studio durato tutto l'anno, sviluppato attorno al mondo dell'artigianato, dalla personalizzazione sempre più ricercata dal cliente finale, alla realizzazione del prodotto "Made in Italy".

## Il “Laboratorio/Scuola Artigiano 4.0”: un’opportunità per innovare e progredire

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 ridurre i rispettivi costi e tempi.

I risultati del Laboratorio Artigiano 4.0 saranno due: una piattaforma integrata di servizi digitali di market analysis, progettazione, realizzazione di modelli digitali attraverso software 3D, prototipia e show case e la creazione di una nuova figura professionale all’interno dell’azienda: il **“Modellista Digitale”**. Tale figura avrà un ufficio dedicato a questo tipo di attività e si occuperà di acquistare strumentazioni all’avanguardia per la realizzazione interna di prototipi e modelli, che potranno essere tradotti immediatamente in prodotti Pronto Moda. Il Modellista Digitale cambierà radicalmente i processi aziendali e beneficerà di numerosi corsi di formazione e specializzazione, consentendo di sviluppare progetti sempre più innovativi fino ad arrivare alla presentazione delle collezioni attraverso uno Show Room Digitale, dove sarà possibile mostrare un’intera collezione stagionale attraverso schermi, anziché i tradizionali campioni fisici.



La creazione del Laboratorio Artigiano 4.0, del Modellista Digitale e del rispettivo ufficio, porterà ad un duplice vantaggio:

- Fornirà una risposta innovativa alla crescente richiesta di personalizzazione da parte dei clienti che potranno interagire con un modulo specifico di e-commerce.
- Ridurrà drasticamente tempi, costi e soprattutto gli impatti ambientali dell’intero processo.

## Merchandising

Come per il 2019, proseguiamo 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, direttamente sul merchandising e modificando le linee già esistenti.

Perseguiamo la progressiva riduzione delle SKU (Stock Keeping Unit) per migliorare l'efficienza economica ed evitare politiche di smaltimento forzato di fine stagione. Tale riduzione viene applicata con strategie mirate a generare efficienza. 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

La costante richiesta da parte del mercato di prodotti sempre più innovativi, a basso impatto ambientale e di qualità, viene affrontata grazie ai nostri **Centri di Controllo e Competenza** che rispondono a tali esigenze con un approccio metodico e scientifico, nel totale rispetto delle normative vigenti.

Il **Carpisa Lab Competence Center** è il luogo dove tutto questo avviene e rappresenta 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. 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. Al termine di ogni test, produciamo un report dettagliato con l'esito della prova.

Nel 2020, con riferimento ai prodotti di valigeria rigida e morbida, sono stati testati un numero inferiore di prototipi, a seguito dei rallentamenti causati dalla pandemia. In particolare, ne sono stati testati 25, ottenendo per tutti un esito positivo rispetto alle richieste progettuali. Abbiamo anche testato un totale di 30 campioni della Società Miriade S.p.A.

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. Riteniamo, infatti, molto importante coinvolgere i colleghi in processi di controllo e supervisione, offrendo loro un'ampia attività di formazione in merito alla strumentazione tecnica da utilizzare.

Partendo dalla convinzione che **la più grande espressione di innovazione sia la qualità**, quest'anno abbiamo ulteriormente approfondito il nostro approccio nell'innovazione e nella qualità per la categoria merceologica **"Borsa donna"**, prodotto rappresentativo del marchio. Abbiamo inizialmente svolto analisi di benchmark e prove di collaudo dei materiali e del prodotto finito: tali attività sono state rese possibili grazie alla nostra esperienza maturata negli anni sul prodotto Valigeria, che è cresciuto nel tempo affermandosi sul mercato. Per il prodotto Borsa abbiamo adottato un approccio simile a quello utilizzato per la Valigeria, allargando però la ricerca ad un ventaglio di materiali innovativi.

Il progetto di **Innovazione Qualità Borse** è ambizioso, ampio e rivoluzionario in termini aziendali. Così come fatto per il prodotto Valigeria, prevediamo di certificare il processo di Innovazione Qualità Borse secondo il Sistema di Gestione per la qualità ISO 9001, a cui seguirà la creazione di documenti dedicati contenenti informazioni chiare e definite, fruibili da tutti gli uffici coinvolti nel processo. Uno di questi sarà rappresentato dalla **"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.

L'intero processo sarà formalizzato secondo il **ciclo di Deming** che prevede lo sfidamento del processo a piccoli passi. In tale ottica sono state identificate alcune linee pilota per testare il processo e agire nel breve periodo, adottando le misure necessarie a risolverne gli aspetti più critici.

Al fine di coinvolgere i nostri fornitori in questo progetto, abbiamo adottato un approccio metodico e scientifico, regolato da standard europei. L'applicazione di tale approccio è stata facilitata dalla presenza nel Carpisa Lab di strumentazioni idonee a testare sia le caratteristiche fisico/meccaniche dei materiali utilizzati sia gli accessori a cui sono associate metodologie di prove dettate da normative quali ISO, ASTM, QB-T. Tra le strumentazioni più all'avanguardia, il Carpisa Lab è dotato di: Martindale, che effettua test di abrasione e

pillling, ELMENDORF, che testa la resistenza allo strappo, dinamometro, che testa la resistenza a trazione e l'elasticità e molti altri.

Nel 2020, abbiamo realizzato almeno il 30% dei prototipi delle borse donna nei nostri laboratori con i relativi processi di controllo qualità e sfidamento, in linea con gli obiettivi prefissati nel 2019.

Nel 2020, non abbiamo registrato episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e dei servizi.

## Etichettatura

Le etichette rivestono un ruolo strategico nelle nostre attività di comunicazione. Il Carpisa Lab collabora in modo costante con l'Ufficio grafico per l'ideazione e l'elaborazione dei contenuti, nonché per la realizzazione e produzione di cartellini, considerati parte integrante del prodotto finale.

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 RPET 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'apportare i simboli corretti ai prodotti e ai gadget elettrici ed elettronici. Inoltre, dotiamo i prodotti AEE del simbolo CE e delle modalità di utilizzo.

Dalla sinergia e dalla collaborazione tra il Carpisa Lab e l'Ufficio grafico, abbiamo dato vita al **CARPISA QR-GO®**, che, in tema di comunicazione e sostenibilità, diventa sempre più protagonista all'interno della Valigeria, come "contenitore" di tutte le caratteristiche del prodotto.

Nonostante l'attività di etichettatura sia focalizzata sui prodotti Valigeria, a partire dal 2019, abbiamo iniziato ad estenderla a tutte le categorie merceologiche, in particolare alle Borse realizzate in materiali sostenibi-

li. In quest'ottica prevediamo di applicare il CARPISA QR-GO® anche sulle Borse, soprattutto per evidenziare il grande impegno del marchio rispetto al progetto controllo qualità implementato su questo tipo di prodotto (per ulteriori approfondimenti, si veda il capitolo "Prodotto - Qualità e sicurezza del prodotto" di Carpisa).

Nel 2020, non abbiamo registrato casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti.

## Il CARPISA QR-GO®: il QR Code intelligente e ecosostenibile

Il **CARPISA QR-GO®**, sviluppato già a partire dal 2019 sulla Valigeria, prevede l'applicazione di un'etichetta con QR-code sul singolo prodotto. L'etichetta permette al cliente finale 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.

Il **QR-GO®** non offre dei vantaggi significativi solo ai nostri clienti, ma anche al nostro marchio. Infatti, il servizio più innovativo risiede nella possibilità di caricare tutte le informazioni sul prodotto, rendendole facilmente accessibili al cliente per tutta la vita utile dell'oggetto acquistato, senza utilizzare supporti cartacei. Tali informazioni sono inserite in un documento di servizio con layout dedicato, caricato all'interno di una piattaforma. In questo modo, il cartellino della valigia è sempre "a portata di smartphone". Inoltre, l'uso del QR-Code dà la possibilità di aggiornare il contenuto del documento di servizio, integrandolo con contenuti aggiuntivi in qualsiasi momento, ad esempio video tutorial, informazioni sui test effettuati, oltre che su tutte le novità e innovazioni che promuoveremo. Infine, ulteriori e significativi vantaggi del QR-Code sono legati alla possibilità 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<sub>2</sub>** per la produzione degli stessi.



## Approvvigionamento responsabile

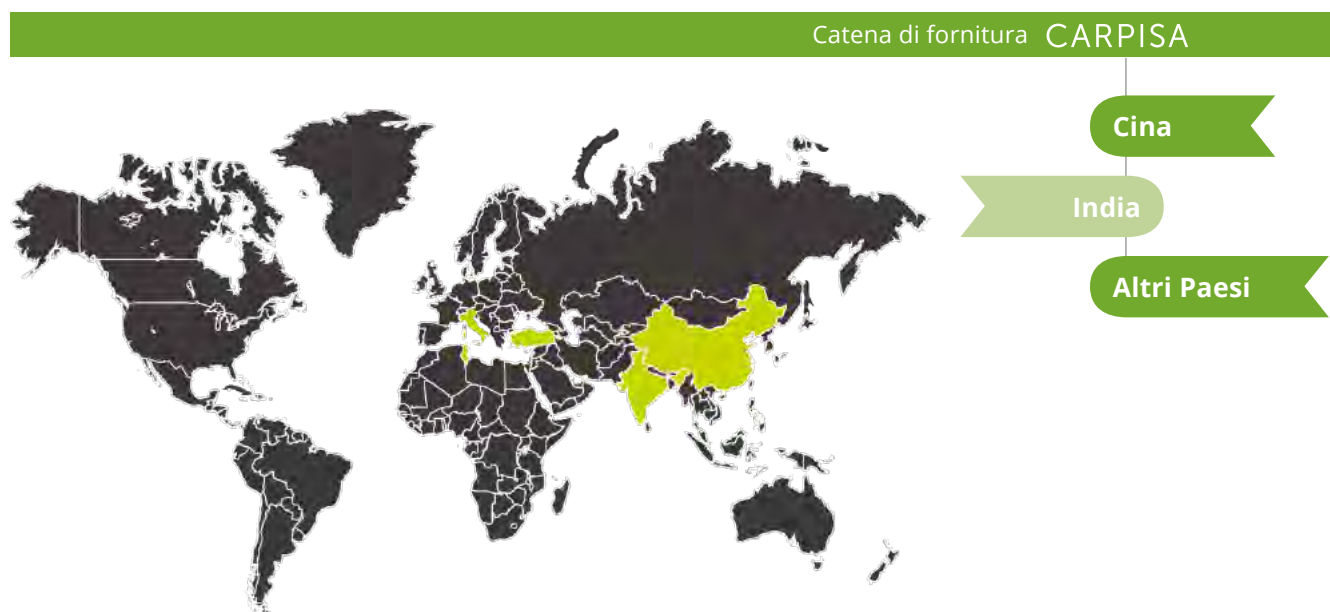
Ci impegniamo a gestire responsabilmente il nostro business, ricercando nei nostri fornitori **professionalità e piena condivisione dei principi e dei valori** definiti a livello di Gruppo. L'obiettivo è quello di costruire rapporti duraturi per favorire il miglioramento continuo degli standard di qualità, 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 è condivisa a livello di Gruppo e 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 standards attraverso un'ispezione approfondita e con verifiche settimanali sul campo.

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.



**FORNITORI PER DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA E CATEGORIA MERCEOLOGICA (%)**

	2019				2020			
	Borse	Accessori	Valigeria	Totale	Borse	Accessori	Valigeria	Totale
Cina	44,5%	20,3%	23,6%	<b>88,4%</b>	45,2%	20,3%	23,6%	<b>89,1%</b>
India	8,4%	1,0%	0%	<b>9,4%</b>	8,4%	1,0%	0%	<b>9,4%</b>
Altri Paesi	1,9%	0,3%	0%	<b>2,2%</b>	1,2%	0,3%	0%	<b>1,5%</b>
<b>Totale</b>	<b>54,8%</b>	<b>21,6%</b>	<b>23,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>54,8%</b>	<b>21,6%</b>	<b>23,6%</b>	<b>100,0%</b>

Nel corso del 2020, il forte impatto della pandemia da Covid-19 ha generato un'immobilità tale da non dar luogo a significativi cambiamenti nel profilo della nostra catena di fornitura. Nonostante questo, abbiamo continuato il processo, già iniziato nel 2018, di bilanciamento delle fonti produttive, che porterà in futuro ad un aumento degli acquisti in Paesi come l'India e il Bacino del Mediterraneo.

Il rapporto che puntiamo ad instaurare con i nostri fornitori include la continua condivisione dell'agire secondo i principi del **Codice Etico** volto a garantire uno **sviluppo responsabile e sostenibile del business**. I nostri fornitori sono contrattualmente obbligati a sottoscriverlo e rispettarlo, così come indicato negli standard previsti nel **Manufacturing Agreement**. Nello specifico, chiediamo ai fornitori di prendere visione e aderire all'intera documentazione contrattuale e di estendere tali requisiti ad eventuali subfornitori, i quali devono essere dichiarati e approvati a livello di Gruppo. Nel 2019, abbiamo integrato nel contratto di fornitura il **Codice di Condotta dei Fornitori**, ispirato alla **Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo** e alle principali **convenzioni dell'ILO**.

A partire dal 2020 abbiamo introdotto un **nuovo questionario di auto-valutazione sulle tematiche socio/ambientali obbligatorio per tutti i fornitori**, nuovi

ed esistenti, al fine di tracciare il loro profilo di rischio socio-ambientale e garantire il rispetto dei principi qualitativi per la selezione degli stessi. Inoltre, abbiamo dato avvio anche a un **processo di tracciamento riguardante la provenienza e la certificazione delle materie prime** utilizzate durante il processo produttivo, prestando particolare attenzione alle materie prime riciclate e/o di origine naturale.

Per rafforzare ulteriormente il concetto di approvvigionamento responsabile, **miriamo a creare un database** che possa supportare al meglio il processo di selezione e di razionalizzazione del parco fornitori per poter esercitare un controllo degli stessi sempre più attento e, allo stesso tempo, sviluppare sinergie e collaborazioni sempre più strette e proficue con coloro che sono maggiormente allineati con i nostri valori. La vendor list sarà aggiornata nel tempo con fornitori che abbiano precise certificazioni di qualità e ambientali e che siano dotati di un'organizzazione dei processi di prototipia tale da poter "dialogare" con loro digitalmente tramite i nostri dipartimenti stile e prodotto.

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



## Il questionario di autovalutazione nel processo di accreditamento

Il questionario di autovalutazione, predisposto a livello di Gruppo e adottato da Carpisa è nato con l'obiettivo di monitorare e controllare più attentamente la catena di fornitura di Pianoforte e dei singoli marchi. Il questionario, inviato a tutti i fornitori, è basato su specifiche tematiche sui rischi sociali, ambientali, di salute e sicurezza e sui rapporti con i subfornitori.

Attraverso l'analisi delle risposte ottenute è possibile delineare il **profilo di rischio** di ciascun fornitore tra basso, medio, alto e reputazionale e, dunque, consentire la definizione di un piano strutturato di audit fisici.

## Comunicazione trasparente e marketing responsabile

Comunicare in modo chiaro e trasparente, garantendo una relazione autentica con i nostri clienti, rappresenta per noi una priorità fondamentale, che ci impegniamo a realizzare attraverso una strategia **omnicanales**, che ci permette di raggiungere i nostri clienti ovunque essi si trovino e tramite i diversi canali online e offline.

Alla base della nostra comunicazione ci sono **messaggi positivi**, consapevoli che le aspettative dei clienti non si fondano più solo sulla qualità dei prodotti e il servizio offerto durante l'esperienza di acquisto online e offline, ma anche sulla necessità di avere la certezza che tutte le pratiche dell'azienda siano condotte con responsabilità e nel rispetto dei criteri di sostenibilità, trasparenza, impegno e contributo al benessere sociale. Pertanto, ci impegniamo ad attuare **campagne su temi di sostenibilità ambientale e sociale** con l'obiettivo di **rendere i nostri clienti più consapevoli** e generare un impatto positivo su tutta la comunità, sia all'interno sia all'esterno della nostra realtà aziendale.

Tra le campagne avviate nel 2020, e che proseguiranno ancora nel 2021, due sono quelle che meritano un'attenzione particolare: la collaborazione con la **Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT)** e la campagna **"Tartalove"**.



Ogni anno insieme a LILT sosteniamo l'iniziativa **"Nastro Rosa"** per la prevenzione del tumore al seno, che prevede un'attività di informazione e sensibilizzazione da parte dei medici LILT. Nella nostra sede di Nola, organizziamo annualmente visite gratuite da parte dei medici volontari della LILT, complete di screening ecografici. Le nostre dipendenti hanno accolto con entusiasmo l'iniziativa e molte hanno ammesso che forse non si sarebbero mai sottoposte ad un controllo preventivo se non avessimo dato loro la possibilità di effettuarlo in azienda<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> A causa della pandemia, l'iniziativa "Nastro Rosa" con LILT è stata sospesa, ma sarà riattivata a partire dall'autunno 2021.

## Tartalove, a fianco delle tartarughe marine

Da sempre la comunicazione in Carpisa è trasparente e incentrata su campagne volte a promuovere i temi ambientali, come quella condotta per salvaguardare le tartarughe marine e contrastare la presenza della plastica nei mari realizzata con Legambiente nella campagna "Tartalove".

Mossi da uno spirito di responsabilità, nonché di vicinanza a questa specie marina, da sempre simbolo del brand, abbiamo deciso di aderirvi partecipando ad iniziative che si svilupperanno nei prossimi due anni.

Nello specifico, il nostro impegno si concretizzerà nel 2021, quando, attraverso un **contributo economico**, prenderemo parte alla cura, la protezione e il sostegno di **170 esemplari di tartarughe marine**.

Ogni anno in Italia 10.000 tartarughe Caretta Caretta muoiono a causa di catture accidentali, ingestione di plastica e traffico nautico. La nostra campagna di raccolta fondi contribuirà a sostenere le attività volte alla salvaguardia delle tartarughe tra cui: azioni di recupero, interventi veterinari, ampliamento delle aree protette e attività di monitoraggio dei nidi.

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

"L'impegno per il mare e la tutela delle specie che lo popolano deve essere un **impegno condiviso** tra tutti: la natura sta subendo fin troppo l'impatto dell'uomo, dobbiamo fare di più per preservarla e salvaguardarla. In particolare, Carpisa ha un legame di lunga data con le tartarughe: Maurizio Carlino ed io infatti, anni fa, salvammo una tartaruga di mare nella zona di Ventotene, tartaruga poi ribattezzata con il nome Carpisa visto che la tartaruga è anche il logo del nostro brand. Questo salvataggio diede poi il La ad un lungo rapporto di collaborazione con la Stazione Zoologica Anton Dohrn di Napoli. Per continuare questo percorso e per rinnovare il nostro impegno nei confronti del mare e di chi lo abita, abbiamo deciso di unirici alla campagna Tartalove promossa da Legambiente, dando così la possibilità anche ai nostri clienti di offrire un piccolo ma concreto aiuto"

Gianluigi Cimmino  
CEO di Pianoforte Holding



Nelle nostre campagne di comunicazione, promuoviamo anche la creazione di **partnership** strategiche con altri brand, come quella con Helbiz per rispondere alle esigenze di un nuovo tipo di cliente, che usa mezzi di **trasporto intelligente**, come i monopattini elettrici.



Da fine 2020, in tutti i negozi Carpisa e Go Carpisa d'Italia, è possibile noleggiare a lungo termine un monopattino elettrico Helbiz. Inoltre, nel prossimo anno è previsto il lancio di una capsule collection di accessori componibili dedicata alla micro-mobilità, firmata Go Carpisa e Helbiz e realizzata con materiali sostenibili.

Il progetto ha permesso di incentivare la micro-mobilità urbana, promuovendo il trasporto tramite energia pulita, alternativa intelligente ed ecosostenibile che contribuisce alla riduzione del congestionamento urbano.

Nel 2020, 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

In Carpisa assumiamo un comportamento trasparente e responsabile anche rispetto alla comunicazione in termini di **saldi** e **pricing**, che in Italia vengono attuati secondo le indicazioni regionali, solitamente tramite Associazioni di categoria. Per l'estero adottiamo un approccio analogo, cioè agiamo in conformità con le normative dei Paesi in cui operiamo. A tal proposito, ci assicuriamo che la comunicazione sia chiara ed unifor-

me, grazie all'utilizzo di **materiali visual istituzionali** usati per gli allestimenti, che vengono forniti direttamente dalla sede a tutti i punti vendita.

Considerando il nostro settore di appartenenza, sono previste due finestre per i **saldi** di fine stagione:

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

In entrambe le campagne, proponiamo anche degli articoli di "fine serie" delle stagioni precedenti e, se necessario, articoli del mondo Viaggio. La Valigeria è una delle categorie, insieme alle Borse, protagoniste della stagione Primavera/Estate a prezzo pieno e in promozione soprattutto nella campagna saldi invernale.

Oltre ai saldi di fine stagione, durante l'anno, apriamo due periodi **promozionali** ai nostri clienti inserendo in offerta le prime linee della collezione stagionale. Tali offerte sono inizialmente riservate ai clienti CYao, per offrire una priorità di scelta ai clienti fidelizzati di ogni negozio.

Alcune categorie di prodotti possono essere soggette a **offerte multiple** per dare l'opportunità ai consumatori di acquistare un maggior numero di articoli con un significativo risparmio. Il personale dei negozi può applicare sconti, solo a fronte di causali specifiche.

Mantenere la chiarezza e la trasparenza che ci contraddistinguono anche per i saldi e le politiche di pricing è una priorità insita nelle nostre operazioni. Ciò si concretizza tramite il caricamento di tutti i listini in un sistema unico ed immutabile che uniforma i prezzi di vendita a tutti i punti vendita, sia quelli di proprietà sia quelli affiliati; tramite l'aggiornamento dei listini direttamente dalla sede centrale durante i periodi di saldi o promozioni e prestando particolare attenzione al rapporto qualità-prezzo dei nostri prodotti garantendo il più corretto equilibrio per essere accessibile a tutti, senza mettere da parte la qualità.

Nel 2020, 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

Una parte rilevante nei nostri sforzi è riservata all'ascolto dei clienti, che rappresentano il centro delle nostre scelte. I prodotti che proponiamo sono frutto di una risposta che il nostro marchio vuole dare alle loro esigenze, in termini di qualità, bellezza estetica, durabilità, versatilità e sostenibilità.

### Programmi di fidelizzazione

Insieme a Yamamay abbiamo lanciato un programma fedeltà che si concretizza nella **CYao Card**. Grazie a questo programma, pensato interamente per i nostri consumatori, i clienti possono restare aggiornati su tutte le novità, accedere a promozioni dedicate e accumulare punti con i propri acquisti nei punti vendita Carpisa, CYao e Yamamay.

La registrazione al programma è semplice e intuitiva e può avvenire in negozio o tramite l'applicazione dedicata scaricabile sul proprio smartphone.

Iscriversi ad un programma fedeltà 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 questo proposito, abbiamo predisposto tutte le misure necessarie per adeguare le nostre attività e i nostri servizi al **Regolamento Generale per la Protezione dei Dati** entrato in vigore dal 2018. In totale trasparenza, esponiamo una breve **informativa sulla privacy** in cassa, mentre la rendiamo completamente consultabile sul sito [cyaocard.com](http://cyaocard.com). Inoltre, una volta sottoscritto il programma fedeltà in negozio, il cliente riceve una mail di benvenuto completa di tutti i dati anagrafici e un riepilogo dei consensi rilasciati. In allegato trasmettiamo anche il Regolamento del programma fedeltà e l'Informativa al Trattamento dei dati personali. Nel contenuto della mail, riportiamo anche i contatti del Customer Care dedicato al programma fedeltà per richieste o segnalazioni.

Gli iscritti al programma CYao, così come gli iscritti alla newsletter Carpisa, sono costantemente aggiornati tramite una campagna di Direct E-mail Marketing (DEM), che prevede l'invio di e-mail periodiche alla casella postale dei clienti. Ci assicuriamo che la rilevanza degli argomenti sia garantita grazie a un'attenta targettizzazione delle comunicazioni basata sulle preferenze dei clienti/utenti.

Come iscriversi, anche disiscriversi dal programma è semplice. I clienti, infatti, devono effettuare esplicita richiesta al Customer Care, che provvede tempestivamente a rimuovere il contatto del cliente dal sistema.

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 2020 non abbiamo ricevuto denunce comprovate e riguardanti violazioni della privacy dei clienti e la perdita dei dati degli stessi.

### Customer care e servizi after sales

I clienti iscritti alla CYao Card possono usufruire di un **servizio clienti** interamente dedicato a loro. Il servizio è utile in caso di richieste o segnalazioni, che possono essere inviate tramite e-mail all'indirizzo [info@cyaocard.com](mailto:info@cyaocard.com), compilando un form sul sito [cyaocard.com](http://cyaocard.com) o, ancora, su CYao App.

Non solo i clienti del programma fedeltà, ma anche i clienti Carpisa, sia online che nei negozi, hanno a disposizione un servizio di Customer Care che fa capo al nostro marchio e che si occupa di **accogliere e filtrare i feedback ricevuti dal cliente finale** prima di inoltrarli all'Ufficio Qualità.

Il Customer Care di Carpisa garantisce l'assistenza necessaria e la risoluzione di casi di non conformità del prodotto o di problematiche relative alla manutenzione e all'utilizzo degli stessi. Il Cliente assume una posizione centrale, fin dalla fase di progettazione stessa, quando diamo voce alle richieste e ai riscontri ottenuti dai consumatori fidelizzati al marchio, che acquistano, usufruiscono, e in ogni caso restituiscono un messaggio. Questo processo ha un valore significativo per noi, in quanto i feedback sono allo stesso tempo un'occasione per soddisfare al meglio i nostri clienti e per migliorarci continuamente spingendoci a ricercare delle soluzioni pratiche direttamente nella fase di produzione.

Un **caso virtuoso** di gestione dei reclami che ci ha coinvolto nei primi mesi del 2020, è la segnalazione reiterata di una non soddisfacente qualità di ruote sulla nostra linea continuativa Superlight di collezione che, oltre ad essere una delle linee best-seller, si compone anche della straordinaria taglia XL. Le 4 ruote che sorreggono il bagaglio sono in linea con gli standard accettati da Carpisa, ma la valigia XL, che ha una notevole capienza, soffre maggiormente, quando è piena, in termini di stabilità e di stress a cui sono sottoposte le ruote. Nonostante i test siano sempre effettuati nel Carpisa Lab e il prodotto prosegua nella fase di produzione solo a seguito delle opportune verifiche, la taglia XL può comunque portare il cliente a riempire anche in maniera eccessiva il bagaglio e a stressarlo nel tempo. In questo specifico caso, siamo intervenuti in maniera puntuale sulla qualità dei materiali delle ruote e sulla modalità delle prove effettuate, ottenendo nel breve periodo una qualità soddisfacente per il cliente finale. Infatti, i reclami ricevuti negli ultimi mesi sullo stesso tema sono stati inferiori del 90% rispetto al semestre di riferimento dell'anno 2019.

Fino al 2020, le segnalazioni relative agli acquisti online e ai canali social sono state gestite da servizi esterni, ma dal prossimo anno avvieremo un processo di **internalizzazione del Customer Care** per i clienti online con l'obiettivo di mettere il cliente al centro e di fornire un servizio migliore sia dal punto di vista della qualità delle interazioni che dei tempi di risposta. La scelta di internalizzare il Customer Care e, quindi, di porlo com-

pletamente sotto il nostro diretto controllo è dovuta a delle inefficienze nella gestione esterna del servizio clienti online.

L'approccio che adotteremo per l'internalizzazione del servizio sarà cross-canale con un unico entry point per tutti i clienti di negozio e online e attraverso un lavoro di squadra, che garantirà una gestione sinergica e coerente di tutti i contatti. In particolare, grazie alla piattaforma **Zendesk**, gestiremo tutte le interazioni con i clienti sia di store che online, tenendo traccia delle stesse per monitorare la nostra performance, garantire il rispetto del **Service Level Agreement (SLA)** e, al contempo, fornire un'esperienza progressivamente più efficace ai clienti, arricchita anche dalla competenza e passione delle nostre Persone.

Inoltre, prevediamo di ampliare le modalità con cui i nostri clienti possono mettersi in contatto con noi, per esempio introducendo il canale chat. Per il futuro, ci siamo posti come ulteriore obiettivo l'internalizzazione della gestione del canale social.

Oltre al Customer Care, i nostri clienti possono usufruire, gratuitamente, anche del nostro **servizio di assistenza post-vendita** per riparazioni, sostituzioni, spedizioni a casa, sfruttando la rete capillare di negozi presenti sul territorio nazionale ed internazionale con una garanzia di almeno due anni su tutti i prodotti.

Garantire la riparabilità del prodotto è un valore aggiunto che, non solo aumenta il livello di servizio e di soddisfazione del cliente, ma riduce anche gli scarti per difettosità e gli sprechi per i trasporti, sempre in un'ottica di minimizzazione dell'impatto ambientale dei prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita.

Seppur già consolidato, vale la pena ricordare il progetto **GO SERVICE**, avviato nel 2018 a seguito della collaborazione tra il Carpisa Lab e le funzioni IT e formazione del nostro marchio. Il progetto prevede l'offerta di riparazioni nei negozi Store GO e Megastore e costituisce la prima rete di fornitura e riparazione in store gratuita. Al servizio, si aggiunge anche il **GO SERVICE PLUS**, che, a pagamento, estende il servizio di assistenza gratuito a 2+2 anni solo per il prodotto Valigeria.

Inoltre, rimangono sempre attivi i servizi di riparazione e ricambi gratuiti dei negozi tradizionali e del **Laboratorio Artigiano**, quest'ultimo limitatamente alle borse in pelle e valigie con parti scucite o rivettate.

Nel 2020, a causa della pandemia da Covid-19, abbiamo registrato un rallentamento nell'erogazione dei servizi di assistenza post-vendita, quali riparazioni in negozio e a cura del nostro Laboratorio interno, per esigenze di contenimento dei contagi e per il prolungato stato di fermo dell'azienda a seguito dei lockdown nazionali e localizzati.

Allo stesso tempo, con l'obiettivo di mantenere alta la **Customer Satisfaction**, abbiamo implementato una serie di azioni per compensare tali rallentamenti. Nello specifico abbiamo esteso:

- le casistiche di sostituzione degli articoli in garanzia laddove non ci è stato possibile offrire una riparazione
- la validità di buoni merce

- il periodo utile per il cambio articolo da 30 a 60 gg, ponendo come data ultima il 31 gennaio 2021.

In generale abbiamo gestito con ampio margine di tolleranza e disponibilità i singoli casi che ci si sono presentati, cercando di andare incontro ai nostri clienti.

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. Il Carpisa Lab, nel 2020, ha continuato ad erogare la formazione dei negozi e dei relativi store manager, seppur da remoto, in quanto rappresenta una fase significativa del processo di ascolto e assistenza dei clienti finali per spiegare, illustrare e vendere il prodotto, facendo leva sulla qualità.

## Recuperiamo, Ripariamo, Cambiamo – attenzione ai clienti nella fase di ripartenza

La campagna è stata ideata con uno sguardo verso il futuro e con l'obiettivo di riorganizzare la ripartenza, tenendo a mente i nostri clienti, le loro necessità quotidiane, i loro viaggi imminenti e futuri.

Abbiamo, quindi, riservato loro una **promozione speciale legata alla rottamazione del vecchio trolley o della borsa personale**. Dal 17 giugno 2020, infatti, tutti coloro che hanno portato in negozio una valigia, una borsa, uno zaino o un portafoglio usati hanno ricevuto uno sconto per l'acquisto di un nuovo prodotto della nuova collezione Carpisa e Go Carpisa P/E 2020.

I clienti, dunque, hanno beneficiato di un duplice vantaggio: la possibilità di smaltire il bagaglio o la borsa inutilizzata in modo responsabile e lo sconto su un nuovo prodotto del nostro marchio.



In Carpisa abbiamo a cuore il capitale umano, le comunità locali così come tutti coloro che entrano nella nostra sfera di influenza, in quanto vogliamo assicurarci di creare con loro un rapporto basato sulla **fiducia**, sul **rispetto**, sull'**inclusività** e **senza discriminazioni**. Puntiamo ad avere con i nostri stakeholder relazioni

durature e di qualità con l'obiettivo di **coinvolgerli** nelle nostre iniziative favorendo uno spirito di **condivisione** e **crescita**. Per questo motivo, ci impegniamo a trasmettere loro i nostri valori e a informare e formare rispetto alle tematiche sociali e legate alla sostenibilità, nonché alla tutela e protezione dell'ambiente.

## Gestione e sviluppo delle persone

Il valore aggiunto della nostra azienda è riconducibile alle nostre Persone e al loro operato. Sono loro che ci permettono di creare i nostri prodotti, di innovare, di comunicare all'esterno le nostre iniziative di sostenibilità, trasmettendo l'entusiasmo e la passione che ci contraddistinguono.

In Carpisa **investiamo nelle nostre risorse**, offrendo loro un ambiente di lavoro **sicuro, inclusivo, privo di discriminazione e motivante** per favorire la loro crescita professionale e personale. Puntiamo a creare un ambiente che stimoli la creazione di uno **spirito di appartenenza, coesione** e, soprattutto, **condivisione**, motivo per cui promuoviamo spesso il lavoro di squadra, anche tra funzioni diverse.

Prestiamo molta attenzione al rispetto dei diritti **dei lavoratori e delle libertà** lungo tutto la catena del valore, agendo in conformità agli standard, le convenzioni, le dichiarazioni e legislazioni nazionali ed internazionali a tutela delle risorse umane.

Al 31 dicembre 2020, in Carpisa contiamo **761** risorse, di cui 581 operative in Italia e le restanti 180 all'estero. La composizione del personale subisce fluttuazioni nel corso dell'anno dovute alla stagionalità che caratterizza il nostro business, soprattutto nel caso dei punti vendita nel periodo dei saldi. Tale peculiarità si traduce in un maggiore impiego delle risorse esistenti e, in parte, in assunzione di nuovo personale. Questo trend si è mantenuto fino a febbraio 2020, quando, a causa dell'inizio della pandemia e delle successive chiusure nazionali e localizzate, si è arrestato. In particolare, a marzo abbiamo razionalizzato le nostre risorse in forza, in parte garantendo loro la cassa integrazione e in parte cessando il rapporto di lavoro con i dipendenti a tempo determinato.

Inoltre, nel corso dell'anno abbiamo snellito la struttura aziendale in riferimento alle filiali estere, con l'obiettivo di mantenere i punti vendita più sostenibili da un punto di vista gestionale.

## Composizione del personale CARPISA (%)

### DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO\*

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Dirigenti</b>	50%	50%	<b>0%</b>	50%	50%	<b>0%</b>
Italia	0%	100%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
Esteri	100%	0%	<b>0%</b>	100%	0%	<b>0%</b>
<b>Quadri</b>	37,5%	62,5%	<b>1%</b>	36%	64%	<b>2%</b>
Italia	50%	50%	<b>1%</b>	50%	50%	<b>1%</b>
Esteri	0%	100%	<b>0%</b>	25%	75%	<b>1%</b>
<b>Impiegati</b>	12%	88%	<b>96%</b>	13%	87%	<b>83%</b>
Italia	13%	87%	<b>94%</b>	14%	86%	<b>81%</b>
Esteri	6%	94%	<b>2%</b>	7%	93%	<b>2%</b>
<b>Operai</b>	68%	32%	<b>3%</b>	16%	84%	<b>15%</b>
Italia	67%	33%	<b>1%</b>	100%	0%	<b>1%</b>
Esteri	69%	31%	<b>2%</b>	10%	90%	<b>14%</b>
<b>Totale</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

### DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO\*

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Contratto a tempo determinato</b>	12%	88%	<b>28%</b>	10%	90%	<b>18%</b>
Italia	11%	89%	<b>25%</b>	6%	94%	<b>7%</b>
Esteri	29%	71%	<b>3%</b>	12%	88%	<b>11%</b>
<b>Contratto a tempo indeterminato</b>	16%	84%	<b>58%</b>	15%	85%	<b>71%</b>
Italia	16%	84%	<b>57%</b>	16%	84%	<b>65%</b>
Esteri	45%	55%	<b>1%</b>	11%	89%	<b>6%</b>
<b>Apprendistato / inserimento**</b>	10%	90%	<b>14%</b>	16%	84%	<b>11%</b>
Italia	10%	90%	<b>14%</b>	16%	84%	<b>11%</b>
Esteri	0%	0%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
<b>Totale</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

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



**DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO\***

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Part-time</b>	7%	93%	<b>50%</b>	7%	93%	<b>36%</b>
Italia	7%	93%	<b>50%</b>	7%	93%	<b>36%</b>
Esteri	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Full-time</b>	22%	78%	<b>50%</b>	18%	82%	<b>64%</b>
Italia	21%	79%	<b>47%</b>	21%	79%	<b>47%</b>
Esteri	34%	66%	<b>3%</b>	12%	88%	<b>17%</b>
<b>Totale</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

## Tassi di turnover in entrata e in uscita

**ENTRATE PER CLASSE D'ETÀ\* (N.)**

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Italia</b>	38	314	<b>352</b>	12	98	<b>110</b>
<30	23	221	<b>244</b>	6	68	<b>74</b>
tra 30 e 50	15	93	<b>108</b>	6	30	<b>36</b>
>50	-	-	<b>0</b>	-	-	<b>0</b>
<b>Esteri</b>	1	2	<b>3</b>	-	16	<b>16</b>
<30	-	-	<b>0</b>	-	10	<b>10</b>
tra 30 e 50	1	1	<b>2</b>	-	3	<b>3</b>
>50	-	1	<b>1</b>	-	3	<b>3</b>
<b>Totale</b>	<b>39</b>	<b>316</b>	<b>355</b>	<b>12</b>	<b>114</b>	<b>126</b>
<30	23	221	<b>244</b>	6	78	<b>84</b>
tra 30 e 50	16	94	<b>110</b>	6	33	<b>39</b>
>50	-	1	<b>1</b>	-	3	<b>3</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

**TURNOVER IN ENTRATA PER CLASSE D'ETÀ\* (%)**

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Italia</b>	35%	46%	<b>44%</b>	14%	20%	<b>19%</b>
<30	74%	68%	<b>69%</b>	43%	43%	<b>43%</b>
tra 30 e 50	23%	26%	<b>26%</b>	10%	9%	<b>9%</b>
>50	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Esterio</b>	9%	10%	<b>9%</b>	0%	16%	<b>14%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	30%	<b>30%</b>
tra 30 e 50	10%	7%	<b>8%</b>	0%	5%	<b>4%</b>
>50	0%	100%	<b>50%</b>	0%	150%	<b>100%</b>
<b>Totale</b>	<b>33%</b>	<b>45%</b>	<b>43%</b>	<b>12%</b>	<b>19%</b>	<b>18%</b>
<30	74%	67%	<b>68%</b>	43%	41%	<b>41%</b>
tra 30 e 50	22%	25%	<b>25%</b>	8%	8%	<b>8%</b>
>50	0%	11%	<b>4%</b>	0%	25%	<b>11%</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

**USCITE PER CLASSE D'ETÀ\* (N.)**

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Italia</b>	59	370	<b>429</b>	29	246	<b>275</b>
<30	33	217	<b>250</b>	10	160	<b>170</b>
tra 30 e 50	25	151	<b>176</b>	17	83	<b>100</b>
>50	1	2	<b>3</b>	2	3	<b>5</b>
<b>Esterio</b>	1	-	<b>1</b>	5	56	<b>61</b>
<30	-	-	<b>0</b>	-	26	<b>26</b>
tra 30 e 50	1	-	<b>1</b>	5	29	<b>34</b>
>50	-	-	<b>0</b>	-	1	<b>1</b>
<b>Totale</b>	<b>60</b>	<b>370</b>	<b>430</b>	<b>34</b>	<b>302</b>	<b>336</b>
<30	33	217	<b>250</b>	10	186	<b>196</b>
tra 30 e 50	26	151	<b>177</b>	22	112	<b>134</b>
>50	1	2	<b>3</b>	2	4	<b>6</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

**TURNOVER IN USCITA PER CLASSE D'ETÀ\* (%)**

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

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.

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 2020, l'andamento stagionale della curva dell'organico è stato interrotto a causa della pandemia e delle chiusure avvenute su tutto il territorio nazionale, per

questo motivo il tasso di turnover in entrata e in uscita è diminuito rispetto all'anno precedente.

In Carpisa, prestiamo la massima attenzione alle uscite che avvengono dal nostro organico, siano esse per licenziamento o in via consensuale, attraverso un dialogo costante con le rappresentanze sindacali e assicurandoci che i diritti dei lavoratori siano rispettati.

## Coltivare i nostri talenti

Nell'ottica di applicare i principi dello **sviluppo sostenibile** e di condurre il nostro business in modo responsabile, 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**.

Carpisa Academy gestisce le attività di formazione, placement e documentazione rappresentando una vera e propria Company Knowledge. L'obiettivo dell'Academy è quello di **diffondere, sviluppare e innovare la cultura della formazione e della crescita personale**, promuovendo il **lifelong learning**: un aspetto strategico di acquisizione costante di competenze specializzate di fondamentale importanza, spendibili a livello professionale ed individuale.

La **missione** dell'Academy è, quindi, quella di coinvolgere il maggior numero di persone in attività mirate alla diffusione di tale modello di aggiornamento continuo e di crescita attraverso corsi di formazione in aula e a distanza, esperienze di coaching e affiancamenti formativi on-the-job.

Nel portale sono contenuti conoscenze, linee guida, documenti e tutorial facilmente accessibili e che permettono di perseguire la filosofia del lifelong learning su cui fa leva la Company Knowledge aziendale. Inoltre, la piattaforma svolge anche una funzione di **placement**, perché dà la possibilità di aggiornare il profilo personale di ciascun utente per candidarsi a eventuali opportunità di carriera interne.

I corsi offerti dalla Carpisa Academy sono indirizzati sia ai dipendenti diretti, sia agli affiliati. 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 **909<sup>15</sup>** ore di formazione in modalità e-learning proprio per ridurre al minimo i contatti e contenere i contagi, corrispondenti a circa **0,8<sup>15</sup>** ore medie di formazione pro capite.

In particolare, nel 2020 abbiamo attivato una serie di **progetti formativi** al fine di tenere sempre aggiornati tutti i referenti dei punti vendita. Tali progetti hanno riguardato diverse tematiche, tra cui:

- **Formazione progetto store delivery hub**, corso della durata di un'ora tenuto destinato a tutti i referenti dei punti vendita diretti e affiliati
- **Formazione prodotto**, due corsi della durata di quattro ore ciascuno, destinato a store manager e sale assistant di nuovi punti vendita e risorse già operative nei negozi
- **Formazione lancio operazione co-marketing Helbiz/GO Carpisa**, corso della durata di un'ora destinato a tutti i referenti dei punti vendita diretti e affiliati

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 incentrate su: imprinting e conoscenza dell'Azienda, prodotto, vendita, business economics, comunicazione, MS Office 365, visual recruitment.

Riteniamo molto importante la fase di formazione, in particolare quella rivolta ai responsabili dei punti vendita, affinché siano in grado di trasmettere ai clienti le giuste informazioni, soprattutto quando si tratta di presentare i nuovi prodotti, le linee speciali o i progetti di co-marketing. Allo stesso tempo, essere in grado di monitorare il loro apprendimento ci permette di individuare eventuali gap e mettere in atto azioni che ci migliorino. Per fare questo, ci avvaliamo di **test in ingresso e in uscita**, una **valutazione da parte dei docenti e questionari di gradimento** erogati al termine di ogni corso di formazione. Il monitoraggio avviene anche nel caso della formazione on the job attraverso la compilazione di **check list personalizzate** a seconda del ruolo.

<sup>15</sup> I dati fanno riferimento ai dipendenti Carpisa in Italia.

Carpisa Academy non si occupa solamente del tema della formazione, ma gestisce anche le **relazioni con il mondo accademico ed istituzionale**, che noi riteniamo essere un valore aggiunto rilevante e che ci permette di fare ricerca ed innovazione insieme a giovani talenti. Infatti, crediamo che progredire grazie ad una costante attività di studio e di ricerca di soluzioni innovative determini l'eccellenza di un'Azienda. Sentiamo la necessità di creare nuovi paradigmi di business, indirizzandoci verso modelli di sviluppo più sostenibili. Dunque, il contatto con il mondo della ricerca, delle università e degli istituti professionalizzanti è fondamentale per creare nuove soluzioni e generare talenti.

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.

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	
	Ore	Partecipazioni	Ore	Partecipazioni
Salute, Sicurezza e Ambiente	1.068	269	432	108
Manageriale	-	-	-	-
Tecnica / specialistica	24	756	477	77
<b>Totale</b>	<b>1.092</b>	<b>1.281</b>	<b>909</b>	<b>185</b>

\* 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.

## Investire nella crescita delle nostre Persone

Investire nelle nostre Persone per la loro crescita professionale e personale non si ferma alle attività di formazione, ma si rispecchia anche nel **sistema di valutazione delle performance** che abbiamo implementato. In Italia, considerando le diverse attività a cui sono sottoposti i nostri dipendenti, abbiamo strutturato il sistema di valutazione delle performance in maniera differente per il personale in sede e nei negozi.

La **valutazione delle performance del personale in sede** viene eseguita 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, viene anche rivista la mansione della risorsa. 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 **valutazione delle performance del personale nei punti vendita** avviene a seguito di una segnalazione da parte dei **District Manager**, che comunicano alla funzione Risorse Umane i dipendenti che più si

distinguono. Queste risorse vengono ricevute nella nostra sede di Nola, dove avviene un colloquio, a seguito del quale mostriamo loro il percorso di formazione e sviluppo che abbiamo pensato ad hoc per la loro crescita professionale. Offriamo anche al nostro personale dei punti vendita l'opportunità di intraprendere un percorso evolutivo da sales assistant a store manager ed infine a district manager.

Consapevoli dell'importanza di investire nello sviluppo e nella crescita delle nostre Persone, ci siamo posti l'obiettivo di medio termine di realizzare un Piano di Incentivazione basato su **piani di carriera verticali e orizzontali**. Il Piano di Incentivazione mira a rispondere a sei finalità principali:

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,
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

Per Carpisa, promuovere un ambiente di lavoro **inclusivo, privo di discriminazioni** e capace di generare un **senso di appartenenza e coesione** è tra le principali priorità. Puntiamo a raggiungere la piena partecipazione da parte delle nostre risorse, stimolandole e guidandole, consapevoli che un ambiente di questo tipo contribuisca significativamente al successo di un'azienda. Riteniamo importante abituare i nostri dipendenti a lavorare in **team** e a collaborare con altre persone con caratteristiche differenti.

Agiamo spinti da un profondo senso di equità, pari opportunità ed inclusione, volto alla tutela delle diversità, così come espresso nel **Codice Etico** del Gruppo Pianoforte. Ci impegniamo a condividere e trasmettere questo approccio non solo tra le nostre Persone, ma anche tra i nostri collaboratori, e tutti coloro che vengono in contatto con il nostro marchio.

Il luogo di lavoro che ci impegniamo a mantenere in Carpisa è **libero da discriminazioni e molestie**. Per questa ragione, condanniamo qualsiasi forma di distinzione per ragioni di nazionalità, cultura, credo religioso, appartenenza politica e sindacale, condizioni di disabilità, orientamento sessuale, lingua e sesso. Infatti, le decisioni in materia di **assunzione, sviluppo, promozione e valutazione** delle nostre Persone sono sempre dettate dalle caratteristiche individuali, capacità, conoscenze, competenze ed esperienze professionali. Ci assicuriamo che tali decisioni siano prese in assenza di qualsiasi forma di discriminazione e di discrezionalità, puntando invece a adottare un approccio che valorizzi i principi **meritocratici** e orientato alle **pari opportunità**.

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 (34 anni)<sup>16</sup>, dovuta specialmente al nostro settore di appartenenza.

### DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO, GENERE E CLASSE D'ETÀ\* (%)

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>ITALIA</b>	14%	86%	<b>96%</b>	15%	85%	<b>83%</b>
<b>Dirigenti</b>	0%	100%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	0%	100%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
>50	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Quadri</b>	50%	50%	<b>1%</b>	50%	50%	<b>1%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	60%	40%	<b>1%</b>	50%	50%	<b>1%</b>
>50	0%	100%	<b>0%</b>	50%	50%	<b>0%</b>
<b>Impiegati</b>	13%	87%	<b>94%</b>	14%	86%	<b>81%</b>
<30	9%	91%	<b>43%</b>	8%	92%	<b>25%</b>
tra 30 e 50	14%	86%	<b>49%</b>	15%	85%	<b>54%</b>
>50	53%	47%	<b>2%</b>	47%	53%	<b>2%</b>

<sup>16</sup> Il dato fa riferimento ai dipendenti Carpisa in Italia.

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Operai</b>	67%	33%	<b>1%</b>	100%	0%	<b>1%</b>
<30	0%	100%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	50%	50%	<b>1%</b>	100%	0%	<b>0%</b>
>50	100%	0%	<b>1%</b>	100%	0%	<b>1%</b>
<b>ESTERO</b>	34%	66%	<b>4%</b>	12%	88%	<b>17%</b>
<b>Dirigenti</b>	100%	0%	<b>0%</b>	100%	0%	<b>0%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	100%	0%	<b>0%</b>	100%	0%	<b>0%</b>
>50	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Quadri</b>	0%	100%	<b>0%</b>	25%	75%	<b>1%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	0%	100%	<b>0%</b>	29%	71%	<b>1%</b>
>50	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Impiegati</b>	6%	94%	<b>2%</b>	7%	93%	<b>2%</b>
<30	0%	100%	<b>1%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	9%	91%	<b>1%</b>	8%	92%	<b>2%</b>
>50	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Operai</b>	69%	31%	<b>2%</b>	10%	90%	<b>14%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>4%</b>
tra 30 e 50	73%	27%	<b>1%</b>	14%	86%	<b>9%</b>
>50	50%	50%	<b>0%</b>	33%	67%	<b>0%</b>
<b>Totale</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>	<b>100%</b>
<b>Dirigenti</b>	50%	50%	<b>0%</b>	50%	50%	<b>0%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	50%	50%	<b>0%</b>	50%	50%	<b>0%</b>
>50	0%	0%	<b>0%</b>	0%	0%	<b>0%</b>
<b>Quadri</b>	37,5%	62,5%	<b>1%</b>	36%	64%	<b>2%</b>
<30	0%	0%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>0%</b>
tra 30 e 50	43%	57%	<b>1%</b>	36%	64%	<b>2%</b>
>50	0%	100%	<b>0%</b>	50%	50%	<b>0%</b>
<b>Impiegati</b>	12%	88%	<b>96%</b>	13%	87%	<b>83%</b>
<30	9%	91%	<b>43%</b>	8%	92%	<b>25%</b>
tra 30 e 50	14%	86%	<b>50%</b>	14%	86%	<b>56%</b>
>50	53%	47%	<b>2%</b>	47%	53%	<b>2%</b>
<b>Operai</b>	68%	32%	<b>3%</b>	16%	84%	<b>15%</b>
<30	0%	100%	<b>0%</b>	0%	100%	<b>4%</b>
tra 30 e 50	65%	35%	<b>2%</b>	15%	85%	<b>9%</b>
>50	86%	14%	<b>1%</b>	75%	25%	<b>1%</b>

\* I dati rappresentano il 92% dei dipendenti di Carpisa al 31/12/2020.



**ETÀ MEDIA ED ANZIANITÀ MEDIA DEGLI OCCUPATI DI CARPISA IN ITALIA (ANNI)**

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

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\* (%)****STIPENDIO BASE MEDIO<sup>17</sup>**

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

**REMUNERAZIONE MEDIA<sup>18</sup>**

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

\* I dati fanno riferimento ai dipendenti di Carpisa in Italia. Nel 2019 e nel 2020, tra i "Dirigenti" non sono presenti uomini, mentre nel 2020 tra gli "Operai" non sono presenti donne.

<sup>17</sup> RAL dipendenti donne/RAL dipendenti uomini. Le variazioni anno su anno risentono di una scarsa numerosità di alcune categorie professionali.

<sup>18</sup> 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.

## Welfare e benessere

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

Il **Progetto Welfare Carpisa**, attivo dal 2019 e inizialmente indirizzato ai dipendenti dei negozi, agli store manager e ai district manager del Gruppo, senza distinzione tra dipendenti full-time e part-time, è stato esteso nel 2020 a tutta la popolazione aziendale. Le iniziative inserite nel Piano di Welfare hanno l'obiettivo di accrescere la **loyalty aziendale e favorire il miglioramento del work-life balance**.

L'utilizzo delle iniziative di welfare può avvenire con due modalità:

- **Rimborso spese**, ossia l'acquisto del servizio da parte del dipendente e rimborso della cifra indicata, ove consentito

- **Acquisto diretto** da parte del gestore.

A differenza del precedente sistema di incentivi, il nuovo Progetto Welfare Carpisa non prevede tassazione, pertanto i nostri dipendenti possono ricevere un importo spendibile più elevato. Dopo un'attenta analisi, per tale progetto è stata scelta una piattaforma che ha dimostrato di soddisfare con successo le esigenze dei dipendenti, anche considerando le esperienze vissute con la stessa piattaforma da parte di alcune delle più importanti aziende italiane leader nel retail.

Il Piano di Welfare, che prevediamo di arricchire nel corso del 2021, è in linea con i valori che animano Carpisa ed è attualmente composto dalle seguenti sezioni:

Ambiti	Attività
 <b>Ricreazione e sport</b>	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
 <b>Assistenza familiare</b>	Assistenza domiciliare per anziani over 75, rimborso spese per servizi a supporto dei familiari non autosufficienti, servizi di cura per familiari anziani
 <b>Istruzione scolastica</b>	Asili infantili, centri estivi e invernali, test scolastici, rimborso tasse per scuole di ogni ordine e grado, rimborso per babysitter, servizi in età pre-scolare compresi quelli integrativi e di mensa ad essi connessi
 <b>Voucher</b>	Ristoranti convenzionati, buoni spesa, buoni carburante e buoni shopping
 <b>Abbonamento al trasporto pubblico</b>	Viaggio casa-lavoro, agevolazioni/rimborso trasporti pubblici per sé e i familiari a carico

In aggiunta alle iniziative welfare già promosse, abbiamo anche intrapreso un percorso di valorizzazione delle risorse finalizzato all'**Employer Branding** e, soprattutto, al benessere delle nostre Persone, da sempre considerato l'asset fondamentale per noi. 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 San Paolo**, una **Polizza Collettiva Infortuni** destinata ad ognuno dei nostri dipendenti di sede e 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** ogni due settimane per un totale di **350**, abbiamo sospeso il servizio mensa per ridurre al minimo i contatti tra i dipendenti, garantito la sicurezza della sede e dei negozi attraverso adeguate attività di igienizzazione e abbiamo usufruito degli ammortizzatori sociali previsti dal Governo per il Covid-19 per tutte le nostre Persone (per approfondimenti, si veda il capitolo "Covid-19: la risposta di Pianoforte e i suoi brand").

## Salute e sicurezza

La tematica della salute e della sicurezza dei dipendenti è da sempre al **centro delle nostre responsabilità** e mai come quest'anno 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. L'impegno e la responsabilità che sentiamo nel prevenire i rischi in materia di salute e sicurezza sul lavoro non si ferma ai nostri dipendenti, ma si estende ai diversi attori della nostra catena del valore, compresi 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 2020, 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 e 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 avvalliamo 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 RSPP, il quale procede ad effettuare un sopralluogo di verifica.

Infine, tutti i nostri dipendenti, eccetto quelli dei punti vendita, 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, dove i nostri dipendenti sono sottoposti anche allo screening della vista.

**INFORTUNI\* (N.)**

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Casi registrabili di infortuni sul lavoro</b>	4	18	<b>22</b>	0	8	<b>8</b>
sul lavoro	3	10	<b>13</b>	0	4	<b>4</b>
in itinere	1	8	<b>9</b>	0	4	<b>4</b>
<b>Decessi a seguito di infortuni sul lavoro</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
sul lavoro	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
in itinere	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<b>Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
sul lavoro	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
in itinere	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<b>Ore lavorate</b>	<b>207.000</b>	<b>1.155.000</b>	<b>1.362.000</b>	<b>86.500</b>	<b>492.200</b>	<b>578.700</b>

\* I dati non comprendono il personale estero.

**TASSI INFORTUNISTICI\***

	2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili <sup>19</sup>	19,3	15,6	<b>16,2</b>	-	16,3	<b>13,8</b>
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro <sup>20</sup>	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad eccezione dei decessi) <sup>21</sup>	-	-	-	-	-	-

\* I dati non comprendono il personale estero.

Nel perimetro considerato non sono stati registrati casi di infortuni con gravi conseguenze. Il numero di infortuni sul lavoro si è ridotto, contando un totale di otto casi, di cui quattro in itinere e quattro sul lavoro, contro i 22 registrati nel 2019. La maggior parte di tali infortuni è avvenuta o a piedi o su mezzi pubblici/privati. La riduzione nel numero totale di infortuni è associabile anche alla pandemia di Covid-19, che ha inciso sul numero di

ore lavorate nel 2020, molto inferiore rispetto al 2019. Rispetto agli infortuni avvenuti nei punti vendita, molti di questi si sono verificati in magazzino a seguito della movimentazione di merce oppure a causa di caduta da scale a pioli.

Nel biennio oggetto di rendicontazione non si sono verificati decessi a seguito degli infortuni sul lavoro.

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

20 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

21 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

## Relazioni industriali

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

Uno dei nostri punti vendita è dotato di una Rappresentazione Sindacale Aziendale (RSA).

Rispetto alle relazioni industriali, il 100% dei nostri dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva (CCNL) e il tasso di sindacalizzazione è pari all'11%.

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\*

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

\* I dati non comprendono il personale estero.

## Supporto alla comunità locale

Abbiamo **solide radici nelle comunità** in cui operiamo. In particolare, siamo legati all'area di Nola, nel territorio napoletano, dove è localizzata la nostra sede e dove nasce l'attività di pelletteria e artigianato da cui è iniziata e proseguita l'attività del marchio.

Spinti dal senso di appartenenza, poniamo al centro delle nostre attività il **benessere delle persone**, da quello dei nostri dipendenti e clienti, a quello della comunità locale. Per questo motivo, abbiamo da sempre sostenuto lo **sviluppo e la crescita delle relazioni con il territorio**, con la convinzione che gli investimenti economici e l'impegno lavorativo non possono prescindere dalla creazione di **rapporti solidi e duraturi** all'interno del territorio di riferimento.

Questa attenzione si realizza in **attività di filantropia** focalizzate in diverse aree di intervento, tra cui:

- la promozione di una scuola di formazione per artigiani,
- la collaborazione con centri di ricerca e università per la promozione di giovani talenti,
- la partecipazione a campagne per la tutela ambientale,
- la promozione dello sport (pallanuoto, nuoto, tennis e, soprattutto, pallavolo e calcio)

Da anni, investiamo con dedizione e passione sulla formazione dei giovani. A tal proposito, abbiamo intrapreso un percorso che porterà all'apertura nella sede di Nola di una **scuola di formazione per artigiani della pelletteria** all'interno del nostro Laboratorio Artigiano. Preservare l'artigianalità oggi, in un momento storico in

cui l'artigianato è in difficoltà, è un aspetto che sentiamo particolarmente vicino in quanto l'origine stessa della nostra Azienda è profondamente legata al **sapere artigianale**, al cosiddetto "saper fare". Nella scuola di formazione che istituiremo, i giovani potranno conoscere, studiare e amare questo tipo di mestiere per poterlo tramandare anche in futuro.

Il Laboratorio Artigiano, attualmente usato soprattutto come centro assistenza per le borse e le valigie, sarà protagonista anche di un altro progetto, quello relativo all'istituzione del **Nuovo Laboratorio Artigiano**. L'obiettivo è quello di fornire formazione specifica al personale destinato al processo interno, ma anche formazione di persone esterne. I giovani che aderiranno al programma riceveranno, al termine della formazione, un attestato ad hoc. La realizzazione del Nuovo Laboratorio Artigiano, posticipata a causa del Covid-19, è stata possibile grazie alla Regione Campania per la formazione e l'accesso a fondi regionali e al **Ministero Italiano dello Sviluppo Economico (MISE)**, che ha indetto un bando, vinto da noi di Carpisa, relativo alla "Fabbrica Intelligente".

Per il nostro marchio, sostenere le comunità locali significa anche investire nelle attività di ricerca e innovazione che coinvolgono **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.



A tal proposito, nel 2020, abbiamo consolidato la partnership con il Dipartimento di Ingegneria dei Materiali dell'**Università Federico II di Napoli** con cui effettuiamo i test di sperimentazione sui materiali innovativi facilmente riciclabili. Uno di questi è il PLA, una bioplastica biodegradabile e compostabile derivata dalla trasformazione degli zuccheri presenti in mais, barbabietola, canna da zucchero e altri materiali naturali e rinnovabili.



Prestiamo, inoltre, particolare attenzione alle attività di **scouting** dei nuovi bandi emessi dal MISE, soprattutto su temi legati alla **digitalizzazione** e all'**eco-sostenibilità**. Per esempio, nel 2019, abbiamo concluso un progetto sui materiali tessili innovativi e sul nuovo sistema di progettazione con Realtà Virtuale in seguito al quale è stato registrato un nuovo marchio (**CARPISA NY66**) per cui abbiamo:

- ideato un tessuto performante per valigie (antiproiettile),
- ottenuto il brevetto industriale di un nuovo tessuto dalle caratteristiche anti-taglio molto avanzate e
- ottenuto il brevetto per invenzione industriale per un nuovo concetto di valigia.



Abbiamo sviluppato, presentato e successivamente vinto il progetto **Fabbrica Intelligenete - Industria 4.0** grazie alla piattaforma di **Open Innovation** ideata dall'**Alleanza per l'Innovazione**, che nasce dalla **Regione Campania** per stimolare il "cortocircuito" virtuoso tra la richiesta di innovazione proveniente da imprese e Pubblica Amministrazione e le competenze di innovazione presenti nella regione col fine ultimo di dare un reale contributo e sostenere una reale crescita per il territorio.



Nel 2020, abbiamo portato il progetto della Fabbrica Intelligente - Industria 4.0, nel mondo accademico, attraverso un'importante partnership con **UNIROMA3** relativamente allo studio, ottimizzazione e supervisione dei processi aziendali.



Tra le altre attività di partnership che promuovano attività di ricerca e sviluppo, abbiamo preso parte al progetto **Horizon** e, in particolare al **Fashion Big Data Business Model (FBD\_Bmodel)**, un programma internazionale dell'Unione Europea per la ricerca e l'innovazione. FBD Bmodel mira a realizzare tessuti dal contenuto altamente funziona le attraverso network produttivi e catene di fornitura locali. Il progetto riguarda la messa a punto di una **piattaforma big data** per la gestione completa di ordini personalizzati su garment altamente performanti in termini di parametri fisiologici e che favorisca una gestione completa e accurata della catena di fornitura. Il progetto si concluderà ad inizio 2021.



Infine, facciamo parte di **SMAU**, una piattaforma di relazione che collega le aziende all'intero ecosistema dell'innovazione: player, digitali, startup, incubatori, acceleratori, seguendo le dinamiche dell'innovazione aperta. Tramite i suoi eventi, in particolare i roadshow, SMAU raccoglie attorno a sé le realtà che stanno lavorando con dedizione e passione al rilancio dell'economia italiana e l'innovazione targata Made in Italy.



In Carpisa partecipiamo attivamente agli incontri organizzati dall'ente e per due anni consecutivi abbiamo ricevuto il **Premio Innovazione Smau** a fronte del progetto Carpisa Lab. Inoltre, il nostro Gruppo di appartenenza, Pianoforte Holding, nel 2019, ha ricevuto il premio Innovazione Smau per il passaggio a Oracle Business intelligence per la gestione dati e analytics dei marchi di Gruppo.

## Carpisa insieme a Banco Alimentare

La campagna **“L'amore ha un peso”** è un'iniziativa benefica ideata per la **Festa della Donna** e nata in collaborazione con **Pasta Garofalo**.

Mossi da un sentimento di solidarietà, abbiamo unito le nostre forze a quelle di Pasta Garofalo per supportare **Banco Alimentare**, donando **10.000 kg di pasta** per sposare una nobile causa: offrire un piatto di pasta alle persone più in difficoltà. Per svolgere l'attività abbiamo scelto di coinvolgere anche i nostri clienti, dando loro la possibilità di contribuire alla donazione di un piatto di pasta ad una delle mense solidali supportate da Banco Alimentare acquistando un prodotto Carpisa in negozio.

L'iniziativa non si è fermata soltanto a noi di Carpisa e Pasta Garofalo, ma si è diffusa anche tra diversi chef rinomati, che per l'occasione hanno realizzato una propria personale **video-ricetta a base di pasta**, che è stata postata sui loro profili social per permettere a tutti di avvicinarsi a questo progetto solidale. Per esempio, lo chef Gennaro Esposito ha realizzato la ricetta in diretta Instagram dal profilo IG @carpisaofficial.

Per l'occasione gli chef hanno indossato un grembiule che raffigura il manifesto dell'iniziativa realizzato dall'architetto e artista napoletano Alessandro Ciabrone, mentre all'interno di tutti i negozi Carpisa d'Italia, e per tutta la durata dell'operazione, sono state esposte delle cartoline dedicate all'iniziativa.



Rispetto alla nostra partecipazione a campagne volte alla tutela dell'ambiente, tra i nostri obiettivi futuri è inclusa una collaborazione con **Legambiente** per la pulizia di alcune spiagge della zona di Napoli e la salvaguardia delle tartarughe marine (per ulteriori approfondimenti, si veda il capitolo "Pianeta - Protezione del territorio e della biodiversità" di Carpisa).

Nel supportare le comunità locali, abbiamo attivato anche delle sponsorizzazioni volte a promuovere il mondo dello sport. In Carpisa crediamo che lo sport unisca e, in molti casi, contribuisca all'uguaglianza e alla parità di genere.

Per questo motivo, abbiamo scelto di sponsorizzare la 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.

Da circa 10 anni, siamo il principale sponsor della **squadra maschile di pallanuoto Acquachiera** caratterizzata dai valori di coraggio, spirito di sacrificio e qualità del singolo a servizio del collettivo, nonché dal legame del nostro marchio con l'acqua: un elemento importante, considerato il nostro simbolo storico della tartaruga.



## 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



**Sistema Moda Italia (SMI)** è una delle più grandi organizzazioni di rappresentanza degli industriali del tessile e moda del mondo occidentale.

SMI, attraverso Confindustria Moda, si propone di tutelare e promuovere gli interessi del settore e dei suoi associati e rappresenta l'intera filiera, a livello nazionale ed internazionale, nei rapporti con le istituzioni, le Pubbliche Amministrazioni, le organizzazioni economiche e le politiche sindacali e sociali.

Siamo presenti in SMI con un rappresentante del Consiglio di Amministrazione di Pianoforte Holding in qualità di membro del Consiglio Direttivo.

In quest'ambito abbiamo focalizzato il nostro contributo nel cercare di risolvere una problematica significativa in relazione all'attivazione delle politiche di economia circolare: la raccolta differenziata della frazione tessile (pre- e post-consumo). L'importanza del lavoro svolto si contestualizza all'interno della **EU Strategy for Sustainable Textiles**, che verrà pubblicata nel corso del 2021.

Come Carpisa, supportiamo l'approvazione e la diffusione di tale strategia, con l'auspicio che sia stimolante per il settore, ma anche realmente fattibile a livello industriale, dotata di target raggiungibile a breve e medio termine e con una concreta visione per il futuro, in particolare nell'ambito della ricerca e dell'innovazione.



L'**Unione Industriale di Napoli (UNINA)** rappresenta 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.



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, insieme a Pianoforte, partecipa alle attività della Federazione dal 1953, anno della sua Fondazione.

In questo contesto, opera per contribuire allo **sviluppo economico e sociale** delle aree del Sud. Il Presidente di Pianoforte Group fa parte del Consiglio Direttivo.

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 (ASSOPELETTIERI)**, 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.

ASSOPELETTIERI è un'Associazione di categoria che ne rappresenta gli interessi 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.

Il nostro Pianeta sta vivendo una fase di grande difficoltà: l'aumento di fenomeni atmosferici estremi, la scarsità delle risorse e la stessa pandemia di Covid-19 sono messaggi chiari che comunicano la necessità di un'inversione di rotta nel nostro modo di vivere.

In Carpisa, da anni portiamo avanti iniziative che spaziano tra numerose tematiche legate alla **sostenibilità** e, in particolare, allo **sviluppo sostenibile**, così come inteso dall'Agenda 2030 dell'ONU. Tra queste la **tutela dell'ambiente e della biodiversità**, la **gestione responsabile delle risorse**, la progettazione di **negozi e packaging sostenibili** rappresentano le nostre priorità in tema ambientale.

## Protezione del territorio e della biodiversità

**Proteggere il territorio e la biodiversità** è per noi un impegno che vogliamo trasmettere all'interno e all'esterno della nostra realtà, nella consapevolezza che soltanto creando un fronte comune saremo in grado di vivere più responsabilmente e in maniera più sostenibile.

Abbiamo posto le basi per l'avvio di un progetto di **economia circolare** in partnership con Azzeroco<sub>2</sub>, che vedrà la sua realizzazione nel 2021. Nello specifico, verranno **calcolate le emissioni di CO<sub>2</sub>** derivanti da produzioni o processi di riciclo di materiali (o semplicemente processi di smaltimento) da mitigare attraverso l'acquisto di crediti internazionali.

Legambiente è un'Associazione senza scopo di lucro che si occupa di organizzare campagne al fine di informare e sensibilizzare persone, aziende e istituzioni sullo stato di salute dell'ambiente. **"Spiagge e fondali puliti"** è tra le iniziative più note promosse dall'Associazione che ha cadenza annuale e viene svolta in diverse località balneari d'Italia. Lo scopo di questa iniziativa è raccogliere gruppi di volontari nella pulizia di spiagge, scogliere e fondali, per difendere e proteggere un bene comune molto spesso oltraggiato. Nel 2020 la nostra collaborazione con Legambiente si è ulteriormente consolidata prendendo parte, anche tramite un contributo economico, alla campagna **"Tartalove"**, che ha l'obiettivo, per il 2021, di curare e sostenere le tartarughe marine e contrastare la presenza della plastica nei mari (per ulteriori approfondimenti, si veda il capitolo "Prodotto - Comunicazione trasparente e marketing responsabile" di Carpisa).

## Gestione responsabile delle risorse

Ci impegniamo a condurre il nostro business in maniera responsabile e sostenibile nel tempo, adottando accorgimenti e tenendoci sempre informati sulle modalità di **risparmio ed efficientamento energetico, riduzione delle emissioni e minimizzazione degli impatti ambientali dei nostri edifici** (sede e negozi). Per noi, tutelare l'ambiente non significa solo agire verso l'interno, ma anche verso l'esterno, sensibilizzando l'intera catena del valore.

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenute nel presente capitolo si riferiscono alla performance di Carpisa nella sua sede principale e nei punti vendita di proprietà situati in Italia.

### I consumi energetici della sede e le emissioni in atmosfera

Continuiamo ad investire sulla **riduzione dei consumi elettrici**, attraverso interventi strutturali quali l'installazione:

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

Nell'ottica di monitorare i nostri consumi energetici, di efficientare i processi relativi agli stessi e di rimanere sempre aggiornati rispetto alle possibilità di efficientamento energetico presenti sul mercato, abbiamo nominato un **Energy Manager**, che si occupa dell'acquisto di energia elettrica e dello svolgimento di audit periodici.

A causa del Covid-19, molti interventi che erano stati pianificati per il 2020 sono stati rallentati, ma prevediamo di implementarli nel corso dei prossimi mesi.

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 2021-2022 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<sup>2</sup> sviluppati su cinque livelli. La struttura è stata progettata con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro stimolante e confortevole, ma soprattutto capace di trasmettere l'attenzione al design e la spinta verso l'innovazione grazie a uffici creativi, sale di formazione attrezzate, spazi comuni e una sala conferenze. Inoltre, sottoponiamo la nostra sede ad una **diagnosi energetica** con cadenza quadriennale. La diagnosi viene svolta sull'attuale fornitore elettrico, sia per i negozi sia per la sede, e ha l'obiettivo di individuare eventuali situazioni di criticità e di implementare, se possibile, delle azioni migliorative.



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

#### CONSUMO TOTALE DI ENERGIA – SEDE E AUTOMEZZI (GJ)

	2018	2019	2020
Consumo totale di energia elettrica per le sedi	4.241	4.010	2.294
Consumo totale di carburanti per flotta aziendale	3.244	2.453	992
<b>Consumo di energia totale</b>	<b>7.485</b>	<b>6.463</b>	<b>3.286</b>

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 dal consumo di diesel della flotta auto della Società.

Il **parco auto** è gestito tramite noleggio a lungo termine da una società esterna. Come obiettivo futuro, abbiamo intenzione di aggiungere alle auto già disponibili delle **vetture elettriche e delle biciclette elettriche** al fine di facilitare gli spostamenti nell'Interporto di Nola, sempre in maniera sostenibile e rispettosa dell'ambiente.

#### EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> – SEDE E AUTOMEZZI (KG CO<sub>2</sub>)

	2018	2019	2020
<b>Scope 1</b>	223.290	166.801	56.464
di cui dovute a veicoli di proprietà dell'azienda	223.290	166.801	56.464
<b>Scope 2<sup>22</sup> (location based)</b>	484.194	432.486	273.149
<b>Totale emissioni CO<sub>2</sub> (Scope 1 + Scope 2)</b>	<b>707.484</b>	<b>599.287</b>	<b>329.613</b>

22 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.

## La gestione dei rifiuti e della risorsa idrica

La **gestione dei rifiuti** che produciamo nella nostra sede è affidata ad una società esterna che effettua la raccolta differenziata tramite dei raccoglitori specifici per plastica, vetro, lattine, carta, cartoni, umido, indifferenziata, pile esauste e 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 a una società esterna.

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

La **riduzione degli sprechi delle risorse**, proprio nell'ottica di gestire le nostre più responsabilmente, è un argomento che ci sta molto a cuore e, per questa ragione, adottiamo degli accorgimenti specifici implementando iniziative ad hoc per indurre i nostri collaboratori ad un minor consumo di carta o dispendio di risorsa idrica.

Per esempio, nella mensa aziendale, il cui servizio è stato sospeso in linea con le direttive del Governo per il contenimento dei contagi del Covid-19, abbiamo installato un dispenser di acqua naturale, ambiente e fredda, che permette un minor utilizzo di bottigliette di plastica, oggi notevolmente diminuito.

Un'altra iniziativa che abbiamo portato avanti è stata la distribuzione gratuita ai dipendenti di una **borraccia in alluminio** in modo da ridurre ulteriormente l'utilizzo dei bicchieri nella sede.

Inoltre, a fine 2020 abbiamo incoraggiato la significativa riduzione del **consumo di carta** in ufficio introducendo una serie di misure di monitoraggio al fine di minimizzare il numero di stampe. Il monitoraggio avverrà grazie all'introduzione di nuove stampanti, che verranno installate a partire dai primi mesi del 2021.

Per quanto attiene all'**utilizzo delle risorse idriche**, questo non è ritenuto un aspetto significativo in quanto l'acqua è utilizzata principalmente 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)

	2018	2019	2020
<b>Rifiuti pericolosi</b>	<b>0,1</b>	<b>1,1</b>	<b>1</b>
di cui recuperati	-	1,10	1
di cui smaltiti in discarica	0,1	-	-
<b>Rifiuti non pericolosi</b>	<b>109,3</b>	<b>95,2</b>	<b>58,2</b>
di cui riutilizzati	-	1,8	-
di cui riciclati	54,7	32,8	48,5
di cui compostabili	20,5	31,1	9,7
di cui recuperati	1,5	1,7	-
di cui smaltiti in discarica	32,6	27,8	-



## 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, ci occupiamo anche della nostra rete capillare di negozi distribuiti sul territorio.

Negli ultimi anni, rispetto ai **consumi energetici** dei negozi di proprietà, abbiamo cominciato ad installare 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, di conseguenza, limitare anche l'impiego di riscaldamento e di condizionamento.

Oltre a questi accorgimenti, per contenere ulteriormente i nostri consumi energetici e per una gestione smart degli stessi, nei punti vendita, così 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.

In linea con la filosofia aziendale **"Green Oriented"** (per ulteriori approfondimenti, si veda il capitolo "Prodotto - Sviluppo e innovazione" di Carpisa), 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. Nello specifico, cambieremo il layout dei punti vendita, andando a creare degli spazi dedicati per differenziare i rifiuti (carta e plastica). 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.

### Soluzioni innovative per i nostri negozi sempre più ecosostenibili

In Carpisa vogliamo fare sempre di più per l'ambiente e per i nostri clienti. Da un lato vogliamo spingerci verso la creazione di 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.

L'obiettivo ultimo per il 2021-2022 è quello di **rivoluzionare il concept dei nostri punti vendita** rendendoli sempre più eco-sostenibili, ad esempio adottando misure quali pitture ad assorbimento di CO<sub>2</sub>, 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.

Inoltre, stiamo studiando la possibilità di utilizzare il **legno di paulonia** per gli arredi, caratterizzato da **proprietà fonoassorbenti** e di **isolamento termico, elettrico, igroscopico**, di progettarli creando degli appositi spazi dedicati alla **raccolta differenziata** e di dotarli di **piante antismog**, o piante antinquinamento. Tali piante, tra cui l'aloë, la gerbera e il ciclamino, permetterebbero di catturare fino all'80% dell'inquinamento dell'aria, rilasciando, naturalmente, ossigeno.

I consumi energetici relativi ai negozi sono rappresentati dal consumo di sola energia elettrica e sono rappresentati nella tabella seguente:

#### CONSUMO TOTALE DI ENERGIA – NEGOZI<sup>23</sup> (GJ)

	2018	2019	2020
Consumo totale di energia indiretta	12.751	13.402	10.227
<b>Consumo di energia totale</b>	<b>12.751</b>	<b>13.402</b>	<b>10.227</b>

#### EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> – NEGOZI (KG CO<sub>2</sub>)

	2018	2019	2020
<b>Scope 2 (location based)</b>	1.455.732	1.445.565	1.217.916
<b>Totale emissioni CO<sub>2</sub> (Scope 1 + Scope 2)</b>	<b>1.455.732</b>	<b>1.445.565</b>	<b>1.217.916</b>

<sup>23</sup> I dati relativi al consumo di energia e alle emissioni si riferiscono ai negozi di proprietà di Carpisa localizzati in Italia.

## Packaging responsabile

Al fine di ridurre gli sprechi, promuovere la filosofia dell'economia circolare e minimizzare il nostro impatto ambientale, in Carpisa prestiamo particolare attenzione anche al **packaging** e all'utilizzo di **materiali riciclati e riciclabili**.

Siamo consapevoli che non tutti gli imballaggi siano sostituibili, quindi abbiamo iniziato percorsi di studio 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" di Carpisa).

### Verso packaging alternativi a minor impatto ambientale

Nell'ottica di ottimizzare l'uso delle risorse e di gestirle responsabilmente, ci stiamo occupando di studiare possibili sistemi di packaging alternativi.

Tra questi, vorremmo:

- **Riciclare tutte le polybag in PET** con il supporto di aziende specializzate per dare al materiale una "seconda vita"
- **Eliminare totalmente le polybag** dal prodotto Valigeria, che verrà spedito direttamente con la propria cover in RPET, andando a ridurre anche il quantitativo di plastica da smaltire nei negozi
- **Creare confezioni in Kraft Paper** da utilizzare come involucro durante il trasporto nei containers e, successivamente, ri-utilizzare come shopping bag all'interno dei negozi
- **Adottare shopping bag in TNT e PLA** nel packaging nei containers e nella vendita in negozio
- **Creare shopping bag in cotone certificate o in carta FSC**
- **Creare scatolame in carta FSC.**



**MATERIALI DI PACKAGING**

	2018		2019		2020*	
	Quantità (t)	% fonti responsabili**	Quantità (t)	% fonti responsabili**	Quantità (t)	% fonti responsabili**
<b>Materiali in carta e cartoncino</b>	<b>578,74</b>		<b>733,72</b>		<b>1.300</b>	
Cartoni	28	0%	32	0%	1280	0%
Shopping bag	550	100%	700	100%	8	100%
Altro materiale packaging in carta e cartoncino	0,74	100%	1,72	100%	12	100%
<b>Materiali in plastica</b>	<b>7,70</b>		<b>0,30</b>		<b>68</b>	
Polybag	7,70	0%	030	0%	68	0%
<b>Totale</b>	<b>586,44</b>		<b>734,02</b>		<b>1.368</b>	

\* 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.