

**F.LLI CAMPAGNOLO**

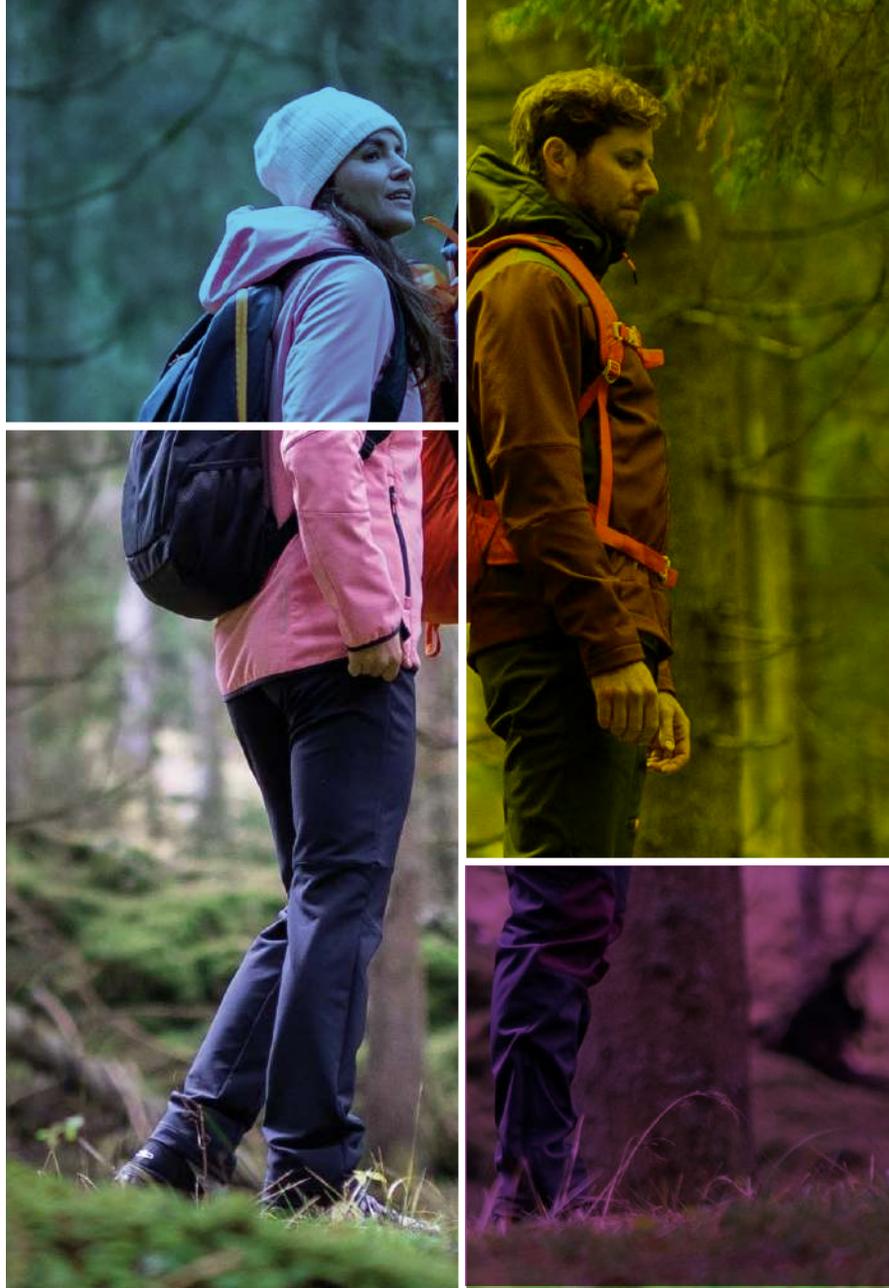
REPORT  
DI SOSTENIBILITÀ  
**2023**

CMP

MELBY

Maryplaid  
coperti di danone

JEANNE  
BARET



## LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

**“Dentro un cubo di cemento  
è studiata ogni mia mossa  
ho soltanto un’ora d’aria  
per sgranchire le mie ossa”**



**Michela Campagnolo**  
Amministratore Delegato F.Lli Campagnolo S.p.A.

Inizia così la poesia prima classificata al Concorso Letterario Nazionale “Voci Verdi 2023”, scritta da una persona in carcere, nella divisione massima sicurezza.

È un testo forte, che ci ha tolto il fiato in un primo momento, ma che ci ha fatto riflettere molto sul concetto di libertà, di muro, in senso letterale nel suo caso, e figurato nel nostro. Sul coraggio di andare oltre, oltre ai propri limiti, oltre ai pregiudizi, oltre alla nostra zona di comfort. Non è forse questo anche il compito di noi imprenditori? Mio padre ci ha sempre insegnato a cogliere spunti e opinioni da parte di tutti, a non limitare le decisioni e ad essere aperti all’altro. Non sempre è facile e non sempre si ha la forza, ma quanta bellezza si nasconde nell’inaspettato. Quanta soddisfazione nel non essere rimasti fermi dietro alle mura, in questo caso confortevoli, della propria azienda.

Ed è grazie a questo atteggiamento di apertura che abbiamo avuto la fortuna di conoscere nuove realtà, apparentemente lontane da noi ma che ci hanno offerto nuovi stimoli ed esperienze di crescita,

professionale e personale. Come la realtà che coinvolge le persone recluse in carcere, o il supporto a studenti di un liceo che hanno lanciato una sonda nello spazio, o quella di un semplice gruppo di amici che ha accompagnato uno di loro, con disabilità, lungo un cammino faticoso e impegnativo a prima vista impossibile, e tutte le altre che trovate raccolte in questo terzo report di sostenibilità.

Dalla bellezza nasce bellezza, e la bellezza è salvifica, come ci hanno spiegato dal carcere.

La poesia conclude con queste parole di coraggio e speranza:

**“Dentro un cubo di cemento  
il mio corpo è vostro ostaggio  
ma la sera arriva il vento  
e io parto per un viaggio.”**

E allora il nostro augurio e il nostro desiderio è di non restare prigionieri dei pregiudizi, delle nostre situazioni e convinzioni, ma di essere sempre in viaggio, alla ricerca di stimoli, novità, in uno scambio reciproco e di apertura al nuovo.

## GUIDA ALLA LETTURA

La presente pubblicazione rappresenta la **terza edizione del bilancio di sostenibilità del Gruppo F.lli Campagnolo S.p.A.** Attraverso la selezione e la definizione di indicatori chiave, sia qualitativi che quantitativi, essa espone le **performance ESG per l'anno 2023** e definisce obiettivi futuri di miglioramento. Laddove possibile, **i dati sono stati riportati sotto forma di serie storica** per evidenziare l'evoluzione degli indicatori nel tempo.

Le **informazioni qualitative e quantitative di natura sociale, ambientale ed economico-finanziaria** contenute nel presente documento sono state raccolte tramite interviste ai responsabili delle diverse funzioni aziendali e l'invio di schede di raccolta dati, seguendo un processo di rendicontazione annuale.

**Il perimetro di analisi** è rimasto pressoché invariato rispetto alle precedenti edizioni, ovvero **include gli stabilimenti di**

**F.lli Campagnolo che creano impatto**, con l'aggiunta del comparto Retail che è stato "clusterizzato". In particolare, sono stati presi in esame lo stabilimento principale del Gruppo, situato a Romano d'Ezzelino (VI), quattro unità locali situate a Bassano del Grappa (VI), Trebaseleghe (PD) e Mussolente (VI), e gli stabilimenti in Tunisia e in Romania. La sede operativa e di management di Romano d'Ezzelino accoglie al suo interno gli uffici commerciale, marketing, grafica, e-commerce, retail, risorse umane, sostenibilità, outsourcing, stile, progettazione&sviluppo prodotto, sicurezza, acquisti, amministrazione, finanza e controllo, IT e logistica.

Il report è stato redatto in conformità alle **linee guida internazionali "Global Reporting Initiative" (GRI Standards)** secondo l'opzione **"With reference to"**.

Contestualmente, sono state seguite le linee guida del programma d'azione degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030**.

Il presente Bilancio di Sostenibilità, predisposto con frequenza annuale, non è soggetto ad assurance esterna.



LE CIFRE DEL GRUPPO  
F.LLI CAMPAGNOLO



> 1320 dipendenti



> 230 Mln  
valore economico generato\*

> 70  
anni di storia

> 9  
milioni di capi prodotti all'anno



> 50  
negozi monomarca in Italia e all'estero

5  
brand

CMP MELBY Maryplaid JEANNE BARET IC

> 35  
paesi di esportazione

> 5000  
clienti multimarca

\*Valore economico generato dal Gruppo, incluse le sedi non rientranti nel perimetro di rendicontazione del bilancio di sostenibilità

## SOMMARIO

### Azienda: l'essenza del marchio

Evoluzione del Gruppo	7
Valori e principi	8
Organigramma societario	9
Produzione	10
Brand del Gruppo	11
I mercati e la rete di distribuzione	15
Le priorità per F.lli Campagnolo: i temi materiali	17
Stakeholder engagement	17
Analisi e matrice di materialità	18

### Planet: ridurre l'impronta ecologica passo dopo passo

Uso dei materiali e gestione dei rifiuti	21
Gestione dell'energia	23
Carbon Footprint	25
Risorsa idrica	27

### People: insieme per un futuro sostenibile

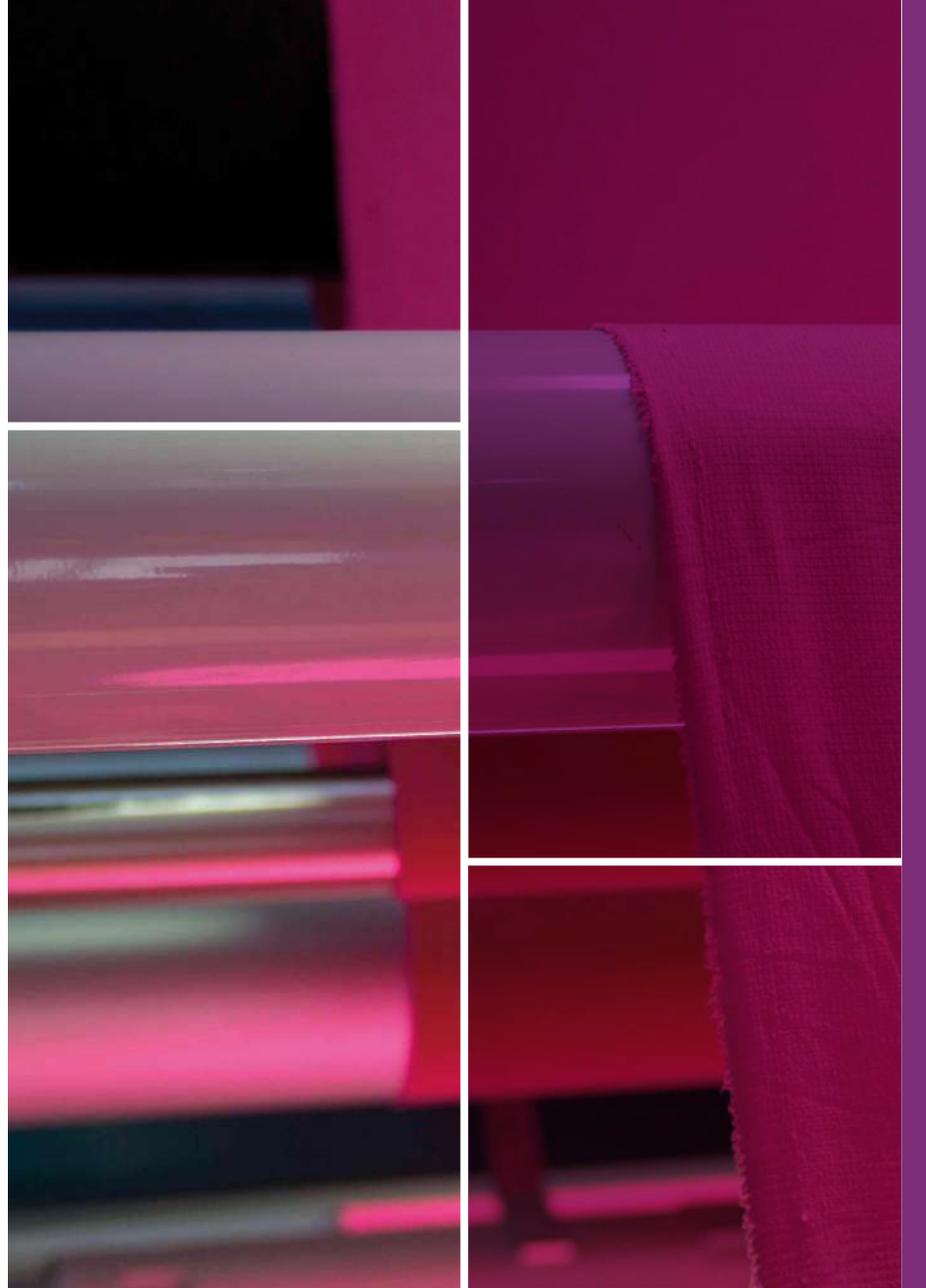
Persone	29
Diversità e inclusività	37
Salute e sicurezza	38
Sviluppo della comunità	39

### Principle of governance: la bussola che orienta i nostri passi

Governance di sostenibilità	47
Struttura e composizione della Governance	47
Performance economiche	49
Catena di fornitura	50
Valori del codice Etico	51
Innovazione del prodotto e digitalizzazione	52
Piano di sostenibilità 2023/2025: il nostro impegno per domani	53
Indice dei contenuti GRI	55

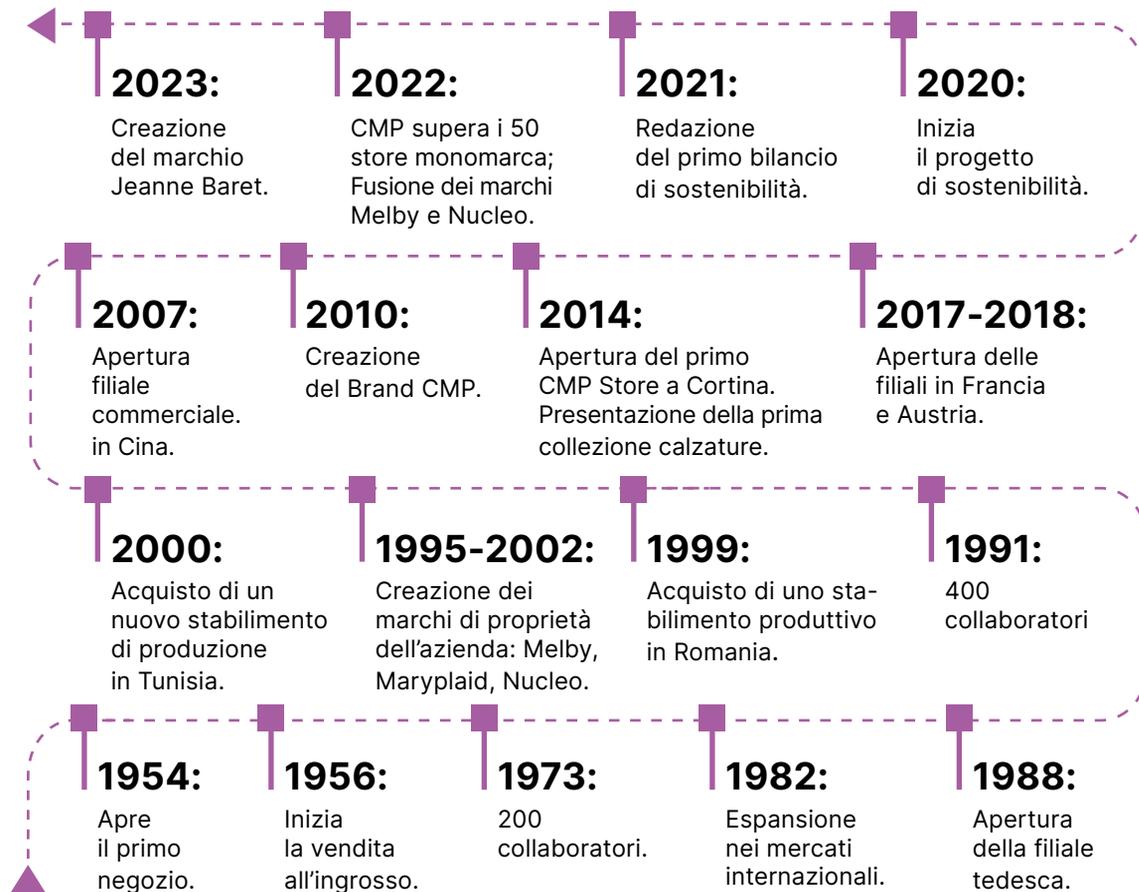
# AZIENDA

L'ESSENZA DEL MARCHIO



## EVOLUZIONE DEL GRUPPO

Nel 1948 Maria Disegna, una giovane vedova con cinque figli a carico, **getta le basi di un impero tessile**. Da un piccolo banco al mercato di Bassano del Grappa, in un'Italia ancora ferita dal dopoguerra, nasce l'avventura imprenditoriale dei Fratelli Campagnolo. Nonostante le difficoltà economiche e le responsabilità familiari, Maria dimostra una tenacia straordinaria, lavorando instancabilmente per sfamare i suoi figli e dare un futuro migliore alla sua famiglia. **Grazie al suo coraggio e alla sua determinazione, ciò che inizia come un piccolo negozio si trasforma, nel corso degli anni, in una delle più importanti aziende tessili italiane.**



\* Per maggiori informazioni sulla storia e sull'evoluzione del Gruppo F.lli Campagnolo, consultare il bilancio di sostenibilità 2022.

## VALORI E PRINCIPI

Fin dalle sue origini, l'azienda ha radicato la propria attività su valori fondamentali quali **onestà, lealtà e solidarietà, mirando** non solo al profitto ma anche **al benessere delle persone e del territorio in cui opera.**

Questi valori, profondamente radicati nella cultura aziendale, sono stati alimentati da una forte coesione familiare e da un legame indissolubile con la comunità di Bassano del Grappa.

Oggi, nonostante la crescita e le sfide del mondo moderno, **l'azienda rimane fedele a questi ideali**, continuando a coltivare un rapporto stretto con la comunità locale ma anche allargando gli orizzonti verso realtà più lontane ed internazionali, agendo con responsabilità verso l'ambiente che l'accoglie. **In questo impegno, l'azienda coinvolge attivamente tutti gli stakeholder**, riconoscendo l'importanza di un dialogo aperto e collaborativo per costruire un futuro sostenibile.

L'obiettivo è lasciare un'**impronta positiva sulle generazioni future**, contribuendo a uno sviluppo che rispetti e valorizzi le risorse umane e naturali, **assicurando** al contempo **prosperità e benessere duraturi per la collettività.**

**“L'INTRECCIO  
TRA VARIE  
GENERAZIONI È  
IL NOSTRO PUNTO  
DI FORZA”**

Cit. Fabio Campagnolo  
Amministratore Delegato F.lli Campagnolo S.p.A.



La famiglia Campagnolo



Azienda

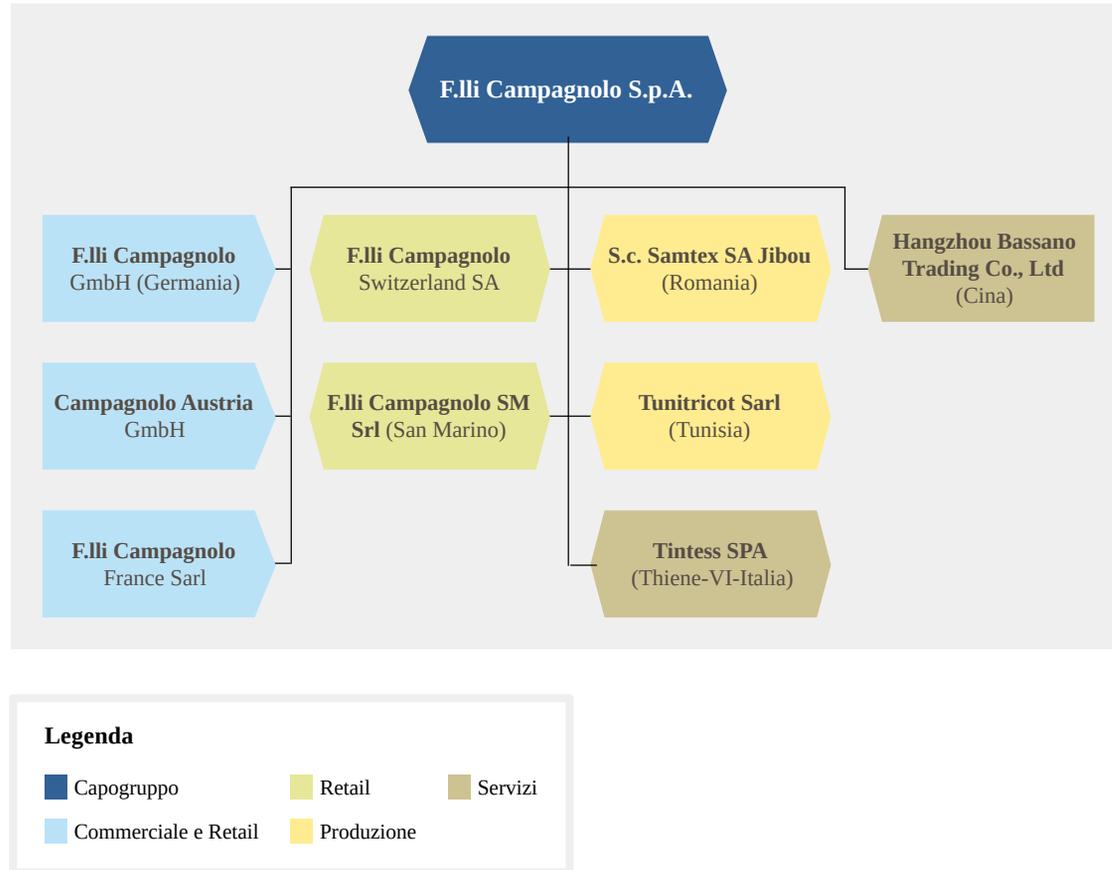
Planet

People

Principle of Governance

## ORGANIGRAMMA SOCIETARIO

Di seguito viene illustrata la struttura organizzativa del Gruppo. **La sede principale**, situata a Romano d'Ezzelino (VI), ospita il **Consiglio di Amministrazione e i principali dirigenti, responsabili delle decisioni strategiche e della definizione delle politiche globali**. F.lli Campagnolo S.p.A. si occupa delle attività di produzione, distribuzione, strategia sia retail che commerciale. **A livello internazionale, il Gruppo opera attraverso una rete di controllate consolidate**, che gestiscono le operazioni locali e garantiscono l'implementazione delle strategie globali nei mercati esteri. Queste controllate rispondono direttamente alla sede centrale, assicurando un coordinamento efficace e il raggiungimento degli obiettivi aziendali su scala globale.



## PRODUZIONE

F.lli Campagnolo opera con un **modello di business a struttura verticale, che permette di presidiare la catena del valore all'interno del Gruppo**. Dalla creazione stilistica alla tessitura e tintoria, passando per il lavaggio, la stiratura, il taglio, il confezionamento e il packaging, ogni fase del processo produttivo è gestita con cura grazie a un team altamente qualificato composto da designer, product manager e una rete di sourcing esterna specializzata.

**La produzione è affidata** ad un centinaio di **fornitori** che consegnano il prodotto finito. Parallelamente, l'azienda può contare su oltre **600 collaboratori** impiegati negli stabilimenti di proprietà situati in Romania e Tunisia, dove vengono confezionati articoli continuativi e capi delle nuove collezioni.

Questa combinazione di risorse interne ed esterne garantisce un elevato livello di qualità e flessibilità nella produzione,

assicurando al contempo la capacità di rispondere efficacemente alle esigenze del mercato.

**Nel 2023 F.lli Campagnolo ha prodotto oltre 9 milioni di capi**, distribuiti tra produzione interna ed esterna.

**La produzione interna si svolge nei propri stabilimenti in Romania e Tunisia**, dove i tessuti vengono tagliati, tinti e confezionati. La confezione viene realizzata per il 32% in Romania presso la controllata Samtex, che confeziona principalmente capi certificati OEKO-TEX® standard 100, per il 56% in Tunisia presso la controllata Tunitricot e per il restante 12% presso laboratori locali italiani.

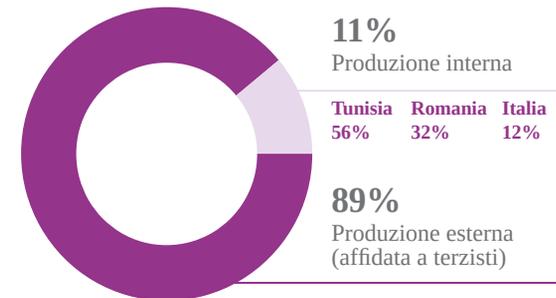
**La produzione esterna si realizza presso stabilimenti terzi**, dove i capi vengono confezionati e consegnati pronti per la spedizione, in conformità con le direttive di design e progettazione stabilite dal Gruppo.

**Il rapporto con i fornitori è di lunga durata e mira a mantenere rigorosi standard di qualità e sicurezza**. La collaborazione prevede il coinvolgimento attivo nella ri-

cerca e sviluppo, a supporto dell'ufficio Stile e Prodotto. Questo approccio ha permesso di creare un equilibrio efficace, offrendo al mercato prodotti di alta qualità a prezzi competitivi.

**Il processo produttivo inizia con la definizione dello stile**, basata sulla ricerca di nuove tendenze, feedback dal mercato, analisi di dati storici e valutazioni delle prospettive future. **Successivamente, in modelliera, si svolgono attività di sdi-fettamento, sviluppo delle taglie e studio del fabbisogno delle materie prime**. Questa fase si conclude con la **prototipia realizzata dai fornitori, la definizione del campione e l'avvio della produzione**.

### La produzione di F.lli Campagnolo





## BRAND DEL GRUPPO

Il Gruppo F.lli Campagnolo è composto da diverse realtà, tutte figlie di una lunga esperienza imprenditoriale nel mondo tessile. **Da quasi 70 anni, F.lli Campagnolo S.p.A. produce e commercializza collezioni di successo.** Dalla prima infanzia ai teenager, dai giovani adulti alla famiglia, i marchi del Gruppo sanno come interpretare i desideri di chi cerca capi dallo stile autentico e inconfondibile. **Praticità e qualità, tecnicità e colore** sono tra i valori distintivi. Il Gruppo propone collezioni per arredare la casa, capi per il tempo libero, e soluzioni di stile per la vita all'aria aperta. A completamento dell'offerta propone una nuova linea di **abbigliamento femminile ideale sia per il lavoro che per i momenti di svago.** Ogni capo è pensato per unire estetica e funzionalità, creando un **guardaroba versatile e di qualità, perfetto per ogni occasione.\***

\*Per approfondire le caratteristiche dei brand e l'evoluzione dei prodotti outdoor si rimanda al Bilancio di sostenibilità 2022.



**Ufficialmente presentata** nel 2010, CMP fa tesoro di una preziosa eredità e propone collezioni di abbigliamento, scarpe e accessori pensate per le diverse occasioni d'uso: dal trekking e hiking alla corsa su strada e in montagna, dallo sci all'urban, dallo sportswear al fitness. CMP si distingue per un ottimo rapporto qualità-prezzo. Stile, comfort e performance rappresentano uno stile di vita avventuroso e consapevole. **Rivolto a chi ama lo sport e l'avventura a qualsiasi livello, CMP è un brand affidabile e autentico,** ideale per chi cerca emozioni nell'outdoor e nella vita quotidiana.





Dal 1975 Melby offre abbigliamento di qualità e personalità per **bambini e ragazzi da 0 a 16 anni**, evolvendosi con le tendenze amate dai ragazzi e mantenendo la cura apprezzata dagli adulti, soddisfacendo le esigenze di tutta la famiglia. Melby ha l'ambizione di interpretare i cambiamenti del suo target, attraverso codici visivi e linguaggi sia fisici sia digitali, al fine di permettere a bambini e ragazzi a cui si rivolge di mantenere la propria identità e allo stesso tempo di distinguersi nel proprio gruppo di appartenenza.



**Maryplaid è la linea dedicata al tessile per la casa**, nata nel 1995 grazie alla creatività di Maria Pia Campagnolo, **si distingue per l'accurata selezione dei materiali e le proposte stilistiche originali**. La collezione comprende coperte, tessile bagno, complementi d'arredo e accessori, oltre a una collezione di homewear che include pigiama, vestaglie e abbigliamento loungewear. Nel 2004 la linea si è ampliata con **Maryhome**, studiata per offrire una proposta completa e coordinata per vivere al meglio la casa e i momenti di relax. Dal 2007, grazie a un accordo di licenza, il brand produce e distribuisce anche pigiama maschile e tessile bagno a marchio **Marina Militare**.



**FC F.lli Campagnolo è la collezione basic, city e sport active, dedicata al mondo adulto**. Si compone di pezzi semplici e coordinabili, per coprire tutte le esigenze delle attività quotidiane, in piena libertà di movimento e comfort. Ad ogni stagione la collezione si arricchisce di proposte studiate ad hoc per tutte le funzioni. All'interno dell'offerta, di particolare rilevanza è il settore dedicato alle tute, prodotto storico e fiore all'occhiello della produzione aziendale. Grazie all'esperienza maturata nel settore, la linea offre un'ampia gamma di tessuti e modelli, adatti sia allo sport attivo, sia a tutte le attività più soft.



**Il brand Jeanne Baret**, nato nel 2023, **incarna l'essenza di una donna contemporanea, attiva, dinamica e sportiva** che cerca uno stile trasversale e versatile, **capace di unire un'estetica forte e distintiva con la praticità e la funzionalità** necessarie alla vita quotidiana. Pensato per una donna indipendente e curiosa, Jeanne Baret vuole ispirare le donne nel loro viaggio quotidiano, sia fisico che culturale, incoraggiandole a esplorare sé stesse e il mondo con consapevolezza. Il brand propone capi versatili che abbracciano la femminilità senza sacrificare la praticità. Ogni pezzo è studiato per adattarsi a diverse occasioni, sia nel contesto urbano che in situazioni di avventura, garantendo il comfort e la sicurezza di sentirsi a proprio agio, indipendentemente dall'ambiente in cui si trova. Jeanne Baret è il **simbolo di una donna che vive il mondo come un palcoscenico, pronta a esplorare nuove emozioni e a esprimere il suo stile in ogni momento della giornata.**

**Il marchio trae ispirazione dall'esploratrice e botanica francese Jeanne Baret, la prima donna a circumnavigare il globo alla fine del XVIII secolo.** Con straordinario coraggio, Jeanne sfidò le rigide convenzioni sociali dell'epoca travestendosi da uomo e fingendosi l'assistente del naturalista Philibert Commerson per unirsi a una spedizione scientifica. In un'epoca in cui le donne erano bandite dalle navi francesi, la sua decisione rappresenta un atto di audacia senza precedenti, che le permise di realizzare il suo sogno di diventare botanica e lasciare un segno indelebile nella storia scientifica.

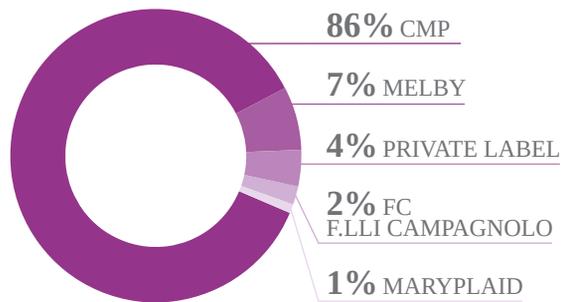
Durante la spedizione di Bougainville, composta dalle navi Boudeuse e Étoile che salparono da Nantes nel 1766, Jeanne scoprì in Brasile una pianta rampicante spettacolare, che chiamò bougainvillea in onore del capitano della spedizione. Il minuzioso lavoro di raccolta e catalogazione di migliaia di nuove piante, tra cui settanta che furono successivamente dedicate a Commerson, fu in gran parte svolto da Jeanne stessa.

**La sua storia incarna la determinazione a superare i limiti imposti dalla società, un'eredità di coraggio e curiosità che continua a vivere in ogni donna moderna che affronta con audacia le sfide della vita.** Jeanne Baret non è solo una figura storica, ma un simbolo di resilienza e innovazione che ispira e guida il marchio a esplorare nuovi orizzonti con lo stesso spirito indomito.



## I NUMERI DEI BRAND

### Distribuzione del fatturato



### Distribuzione retail dei brand - Negozi diretti

CMP	37
Melby	12
Factory Outlet	5

### PRIVATE LABEL

F.lli Campagnolo ha guadagnato nel tempo una solida reputazione grazie alla qualità e alla durevolezza dei suoi prodotti, tanto che **alcuni gruppi affidano la realizzazione di abbigliamento a marchio proprio.**

Grazie alla consolidata e longeva collaborazione tra aziende, F.lli Campagnolo si occupa della progettazione e produzione di capi che successivamente vengono personalizzati e distribuiti nei canali di vendita delle società clienti o utilizzati come divise per i dipendenti.

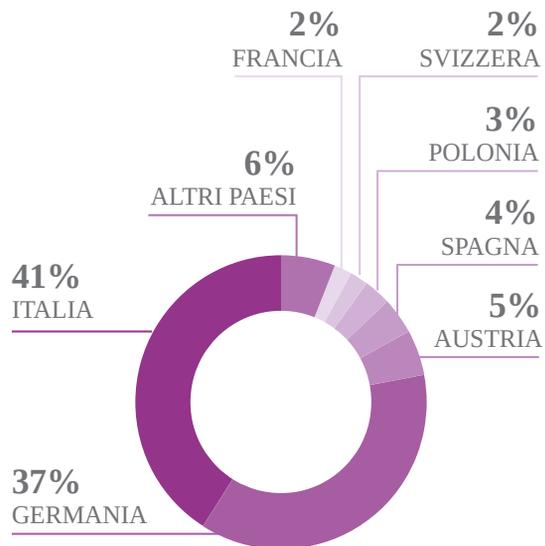


## I MERCATI E LA RETE DI DISTRIBUZIONE

Il Gruppo F.lli Campagnolo, nato da una realtà familiare di provincia, **negli anni si è sempre più aperto ai mercati internazionali**, dove le caratteristiche di qualità ed accessibilità del prodotto vengono apprezzate.

Ricerche sui materiali e collezioni che di stagione in stagione anticipano e interpretano le nuove tendenze sono punti di forza valorizzati dai clienti internazionali.

**Nel 2023, oltre la metà della produzione è destinata all'esportazione.** Il mercato europeo ricopre un ruolo fondamentale, rappresentando la parte preponderante delle vendite estere.





## I MERCATI DEL GRUPPO

### EUROPA:

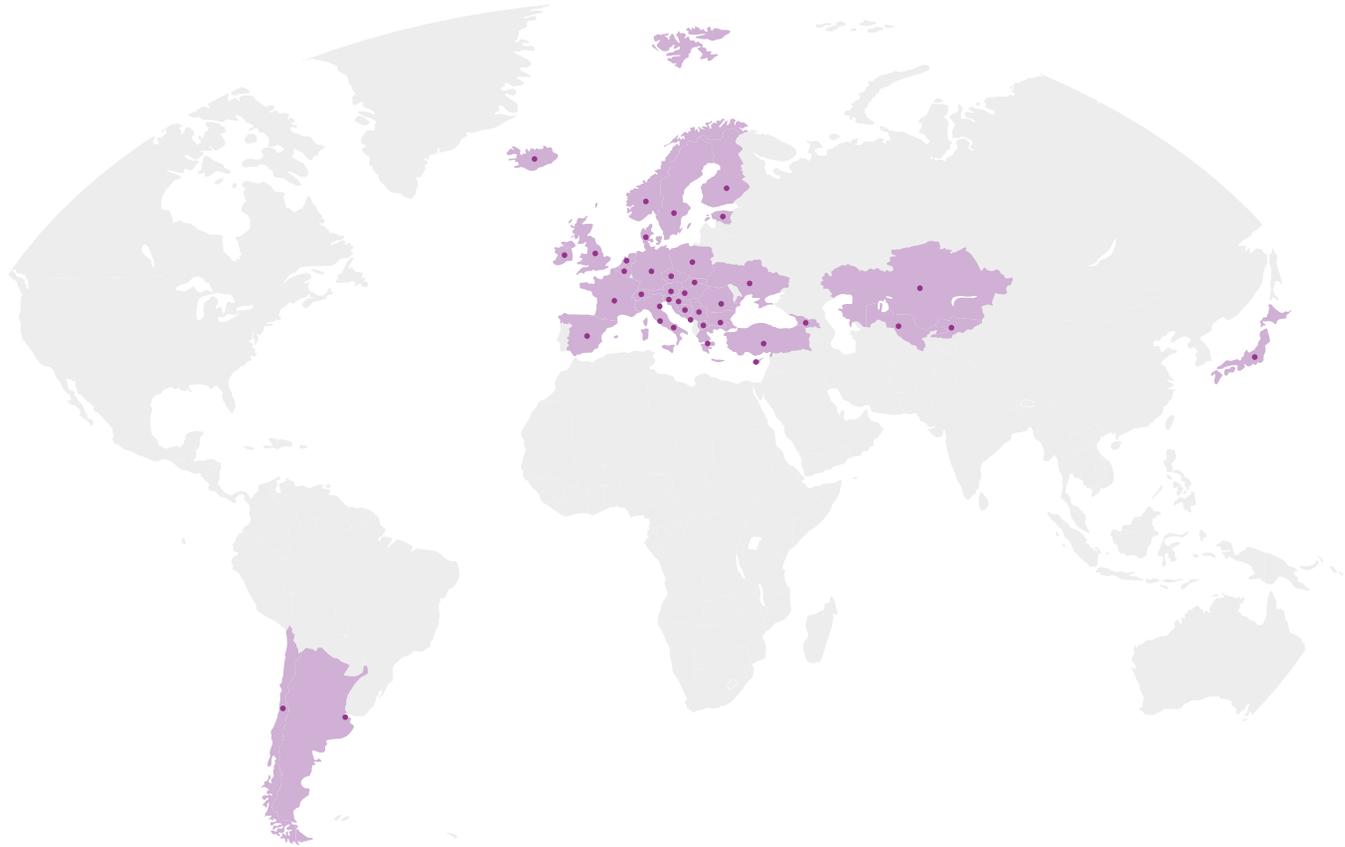
Austria, Belgio,  
Bosnia Erzegovina,  
Bulgaria, Rep. Ceca,  
Cipro, Città del Vaticano,  
Croazia, Danimarca,  
Estonia, Finlandia, Francia,  
Georgia, Germania,  
Gran Bretagna, Grecia,  
Irlanda, Islanda, Italia,  
Kosovo, Macedonia,  
Norvegia, Polonia,  
Paesi Bassi, Romania,  
San Marino, Serbia,  
Slovacchia, Slovenia,  
Spagna, Svezia,  
Svizzera, Turchia,  
Ucraina, Ungheria.

### SUD AMERICA:

Argentina, Cile.

### ASIA:

Giappone, Kirghizistan,  
Kazakistan, Uzbekistan.



## LE PRIORITÀ PER F.LLI CAMPAGNOLO: I TEMI MATERIALI

Dal 2021 F.Ili Campagnolo esprime il proprio impegno verso l'integrazione dei criteri ESG nella gestione aziendale attraverso il bilancio di sostenibilità. In questo contesto, ogni due anni esegue l'analisi di materialità che, coinvolgendo stakeholder interni ed esterni, identifica le tematiche di sostenibilità più rilevanti. Queste comprendono aspetti ambientali, sociali e di governance, guidano il processo di rendicontazione e la definizione di obiettivi di miglioramento per il futuro.

### STAKEHOLDER ENGAGEMENT

I portatori di interesse, cosiddetti stakeholder, rappresentano i soggetti influenzati dalle attività di F.Ili Campagnolo, essi possono essere interessati, positivamente o negativamente dalle sue operazioni, prodotti, servizi e performance.

Le aziende hanno una responsabilità particolare nei confronti degli stakeholder, per questo **il loro coinvolgimento è cruciale per creare valore condiviso e promuovere una transizione equa nel lungo periodo.** In particolare, l'inclusione degli stakeholder nel processo di sostenibilità e nell'analisi di materialità è fondamentale. Per questo motivo, **F.Ili Campagnolo si impegna a coinvolgere attivamente questi soggetti**, con modalità e frequenza diverse, al fine di sviluppare e rafforzare relazioni durature.

**Il massimo organo di governo coordina e supervisiona la gestione degli impatti**, valutando attentamente i risultati del coinvolgimento degli stakeholder.

Gli stakeholder identificati da F.Ili Campagnolo per condurre l'analisi di materialità sono i seguenti:



COLLABORATORI



FORNITORI



CLIENTI



AGENTI



PARTNER



ENTI PUBBLICI



ASSOCIAZIONI



ISTITUTI FINANZIARI CREDITIZI

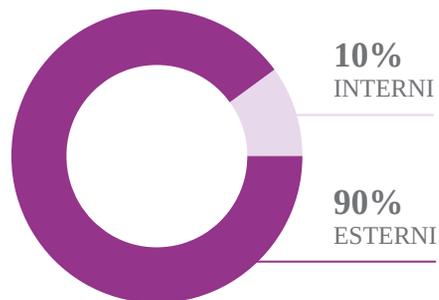


## ANALISI E MATRICE DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità, conforme agli standard GRI, rappresenta il criterio per l'inclusione o l'esclusione delle informazioni nel bilancio di sostenibilità. Il processo consiste nell'identificazione dei temi "materiali", ovvero quei temi che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali dell'azienda che possono influenzare le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

I portatori di interesse sono stati coinvolti attraverso la somministrazione di una **survey telematica** nella quale è stato loro richiesto di valutare le tematiche di sostenibilità individuate da F.lli Campagnolo, esprimendo un grado di priorità a seconda delle aspettative nei confronti dell'azienda e del loro rapporto con essa.

Di seguito la suddivisione degli stakeholder coinvolti distinti tra interni ed esterni:



L'analisi di materialità ha portato alla definizione di **un ordine di priorità tra le tematiche materiali**, che tenesse conto non solo della prospettiva dell'azienda, ma anche di quella degli stakeholder esterni. La sintesi delle prospettive degli stakeholder interni ed esterni ha portato alla definizione di **9 temi materiali**.

Durante la valutazione dei risultati, **l'azienda ha deciso di integrare l'elenco delle tematiche materiali con ulteriori 8 tematiche considerate importanti per il settore e per l'organizzazione stessa.**



Di seguito è riportata la **matrice di materialità**: il risultato finale dell'analisi di materialità presentato in forma grafica. La matrice include tutte le tematiche su cui F.Lli Campagnolo e gli stakeholder ritengono importante rendicontare.

**Legenda colori**

	Azienda
	Planet
	People
	Principle of Governance

**Legenda rilevanza**

	Rilevanza alta: il tema è considerato rilevante sia per stakeholder esterni che stakeholder interni.
	Rilevanza medio-alta: il tema è considerato materiale per una tipologia di stakeholder.
	Rilevanza media: il tema non è considerato materiale ne dagli stakeholder interni ne da quelli esterni, tuttavia è ritenuto degno di essere rendicontato dall'azienda.

Qualità e sostenibilità dei prodotti	
Monitoraggio delle sostanze pericolose	
Ricerca e sviluppo	
Gestione dei rifiuti	
Packaging sostenibile	
Promozione di standard sociali elevati lungo la catena di fornitura	
Salute e sicurezza dei dipendenti	
Benessere dei dipendenti	
Regolamentazione della filiera di approvvigionamento	
Gestione delle emissioni	
Gestione dell'energia	
Gestione della risorsa idrica	
Diversità ed inclusività	
Comunità locale	
Innovazione del prodotto e digitalizzazione	
Integrità ed etica di impresa	

# PLANET

RIDURRE L'IMPRONTA  
ECOLOGICA PASSO  
DOPO PASSO



## GESTIONE DEI RIFIUTI

GRI 306 | GRI 301

La gestione responsabile dei rifiuti rappresenta un tema di fondamentale importanza per F.lli Campagnolo, in linea con i suoi valori di sostenibilità e impegno ambientale.

In ottica di promuovere e attuare i principi dell'economia circolare, l'azienda si impegna a valutare e minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita. Questo approccio si traduce nell'impegno a ridurre l'utilizzo di materiale e risorse, compresi gli imballaggi, che inevitabilmente, una volta arrivati al consumatore finale, diventeranno prima o poi rifiuti.

La gestione e lo smaltimento dei rifiuti sono effettuate da F.lli Campagnolo con responsabilità e nel pieno rispetto delle normative vigenti. I rifiuti vengono differenziati per categorie, in base alla possibilità di riciclo, e depositati in apposite aree, sicure e regolarmente controllate.

Le quantità di rifiuti generate presso gli stabilimenti in Italia e in Romania vengono monitorate e rendicontate. Di seguito i risultati del 2023.

### Rifiuti prodotti per tipologia (ton)

	Quantità totale	di cui pericolosi	di cui non pericolosi	di cui soggetti a recupero	di cui soggetti a smaltimento
Italia %	901,97	12,00 1,33%	889,98 98,67%	854,57 94,74%	47,41 5,26%
Romania %	226,51	0,22 0,10%	226,30 99,90%	186,87 82,50%	39,65 17,50%
<b>Totale %</b>	<b>1.128,49</b>	<b>12,21</b> <b>1,08%</b>	<b>1.116,27</b> <b>98,92%</b>	<b>1.041,43</b> <b>92,29%</b>	<b>87,06</b> <b>7,71%</b>

Di seguito sono riportati i dati complessivi relativi alla **produzione di rifiuti nel 2022 e nel 2023**, questo consente di analizzare l'andamento nel tempo e di individuare eventuali tendenze significative.

**Rifiuti prodotti (Ton)**

	2022	2023	Δ 2022/2023
Rifiuti prodotti	1.093,00	1.128,49	3,25%
di cui pericolosi %	0,37%	1,08%	195,68%
di cui soggetti a recupero %	91%	92%	1,27%
Rifiuti prodotti/fatturato	0,0000041	0,0000048	16%

Per ridurre al minimo gli sprechi e promuovere una gestione sostenibile, F.Lli Campagnolo ha implementato un processo ben strutturato per gestire i resi. E' stato istituito un team dedicato che valuta attentamente i prodotti restituiti allo scopo di dare un nuovo valore ad ogni capo, a seconda della sua spendibilità, dalla messa al commercio alla donazione ad associazioni di volontariato e organizzazioni benefiche. In questo modo, anzichè essere eliminati, generando rifiuto e spreco, i prodotti acquistano una seconda vita per essere utili a chi ne ha più bisogno.

Parallelamente, l'azienda si impegna attivamente nella **riduzione delle eccedenze tessili**, adottando un approccio responsabile e orientato alla sostenibilità. In quest'ambito, ha stretto collaborazioni con diverse associazioni locali specializzate nella raccolta e trasformazione di materiali tessili inutilizzati in nuovi prodotti, promuovendo così un modello di economia circolare. Nel 2023, l'azienda ha inoltre **donato oltre 3.500 capi non commerciabili**, ma in ottimo stato, evitando lo smaltimento di risorse preziose e favorendo il riutilizzo creativo. Questo impegno non solo minimizza gli sprechi, ma crea anche valore per la comunità, riducendo l'impatto ambientale e supportando iniziative locali che offrono nuove opportunità di impiego per le eccedenze tessili.

## GESTIONE DELL'ENERGIA

### GRI 302

Le attività produttive del Gruppo F.lli Campagnolo si avvalgono dell'utilizzo di **tre vettori energetici**: energia elettrica, gas naturale e carburante.

Si riportano di seguito i consumi energetici per il 2022 e per il 2023, relativi agli stabilimenti in Italia, Romania e Tunisia.

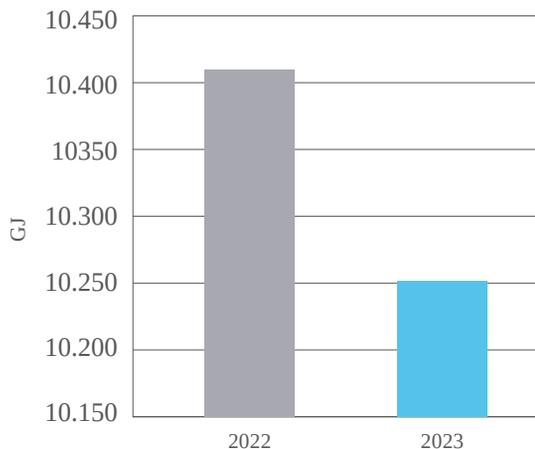
### Consumo di energia elettrica (GJ)

	2022	2023	Δ 2022/2023
Energia elettrica Italia	5.737,99	5.383,91	-6,17%
Energia elettrica Romania	3.485,95	3.658,58	4,95%
Energia elettrica Tunisia	1.196,94	1.211,29	1,20%
<b>Energia elettrica totale</b>	<b>10.420,88</b>	<b>10.253,78</b>	<b>-1,60%</b>

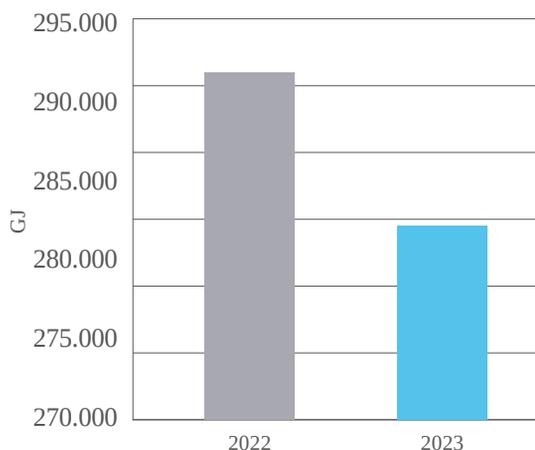
### Consumo di energia termica (GJ)

		2022	2023	Δ 2022/2023
Gas naturale	Italia	20.748,44	18.575,48	-10,47%
	Romania	28.258,38	26.475,49	-6,31%
Diesel	Italia	213.709,14	191.327,65	-10,47%
	Romania	29.215,95	40.004,48	36,93%
	Tunisia	1.772,84	1.725,47	-2,67%
Benzina	Italia	976,61	914,99	-6,31%
<b>Energia termica totale</b>		<b>294.681,35</b>	<b>279.023,56</b>	<b>-5,31%</b>

### Consumi di energia elettrica totale



### Consumi di energia termica totale



Rispetto ai dati raccolti nell'anno di rendicontazione precedente, si osserva una **riduzione complessiva nei consumi energetici e termici**, attribuibile in parte a un calo della produzione.

Di seguito viene riportata l'**intensità energetica** dell'azienda, indicatore fondamentale che misura il consumo di energia in rapporto alla produzione, espressa in questo caso come fatturato. Questo indicatore fornisce un quadro più completo rispetto al consumo energetico totale, permettendo di confrontare la performance dell'azienda con gli anni precedenti e con altre aziende del settore. Il monitoraggio dell'intensità

energetica permette inoltre di identificare strategie per ridurre i consumi e minimizzare l'impatto ambientale.

Il dato emerso dalla tabella evidenzia un leggero aumento dell'intensità energetica nel 2023 rispetto al 2022.

### Intensità energetica

	2022	2023	Δ 2022/2023
Energia totale (GJ)	305.102,22	289.277,35	-5,91%
Energia totale fatturato (GJ/euro)	0,00115	0,00122	6,69%

## CARBON FOOTPRINT

GRI 305

A partire dal monitoraggio e rendicontazione dei consumi, **F.lli Campagnolo calcola, per il terzo anno, la propria impronta carbonica (Carbon Footprint)**. Le emissioni di gas serra (GHG) sono classificate in tre categorie principali.

**Lo Scope 1** comprende le emissioni dirette, provenienti da installazioni presenti entro il confine di rendicontazione

**Lo Scope 2** comprende le emissioni indirette legate al consumo aziendale di energia elettrica prelevata da rete.

**Per Scope 3** si intendono le emissioni indirette provenienti dalla catena del valore dell'azienda. Tra queste troviamo i trasporti necessari per l'approvvigionamento delle materie prime e la distribuzione dei prodotti, gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, il trasporto dei rifiuti e l'utilizzo di materie prime ausiliarie per la produzione.

Rispetto all'anno di rendicontazione 2022, l'azienda ha deciso di non approfondire l'analisi dell'impatto delle emissioni di carbonio legate ai resi del canale e-commerce. Per maggiori dettagli su questo aspetto è possibile consultare il bilancio 2022.

L'analisi è stata condotta secondo i requisiti utilizzati per la precedente rendicontazione e con particolare riferimento alla norma UNI EN ISO 14064-1 relativa a emissioni e assorbimenti dei gas ad effetto serra delle Organizzazioni. Tuttavia, per soddisfare i requisiti del GRI, **questo studio ha adottato come riferimento il GHG Protocol**. La differenza principale tra i due standard è che la UNI EN ISO 14064-1 suddivide le emissioni in sei categorie, mentre il GHG Protocol le classifica in tre Scope. Nonostante ciò, i due approcci sono compatibili e i risultati possono essere facilmente convertiti tra i due sistemi.

Gli elementi caratterizzanti del calcolo di Carbon Footprint sono:

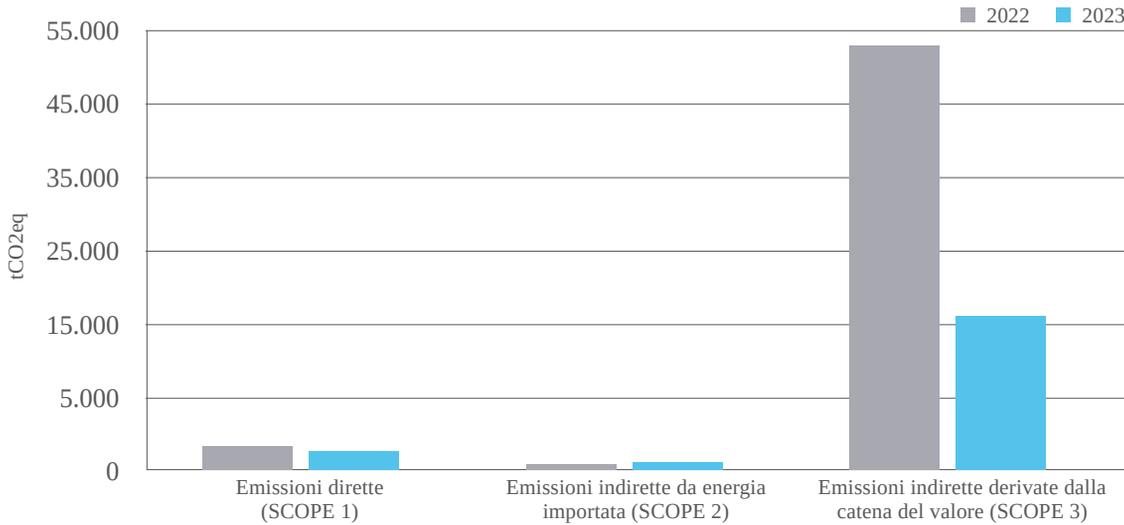
### Categoria di impatto ambientale

	Cambiamento climatico
Indicatore	Surriscaldamento globale (Global Warming Potential - GWP)
Unità di misura	tCO2 eq/anno

### Carbon Footprint di organizzazione (tCO2eq)

	2022	2023
Emissioni dirette (Scope 1)	3.330,00	2.649,31
Emissioni indirette da energia importata (Scope 2)	723,00	990,82
Emissioni indirette derivanti dalla catena del valore (Scope 3)	53.533,00	16.266,34
<b>Totale</b>	<b>57.586,00</b>	<b>19.906,47</b>

Carbon footprint di organizzazione



Dai dati tabellari e dal grafico emerge chiaramente che **il maggiore contributo emissivo è attribuibile allo Scope 3**, seguito dallo Scope 1 e infine dallo Scope 2. Questo è in linea con la tendenza generale, poiché lo Scope 3, che comprende le emissioni indirette lungo la catena del valore, rappresenta solitamente la parte più significativa delle emissioni totali. Per quanto riguarda lo Scope 1, il suo contributo è principalmente legato al consumo

di energia termica, derivante direttamente dalle attività aziendali.

Ciò che emerge è inoltre una **significativa riduzione dell'impronta di carbonio**, attribuibile in larga misura alla diminuzione del numero di capi prodotti. Rispetto all'anno di rendicontazione precedente, il volume di produzione è stato infatti dimezzato, contribuendo in modo determinante al calo delle emissioni complessive.

Lo studio Cikis, società di consulenza di sostenibilità, con focus sul settore della moda, ha recentemente pubblicato il suo report annuale "Moda e sostenibilità". Tra i temi trattati anche la Carbon Footprint, indicatore chiave per comprendere l'impatto ambientale legato alle emissioni di gas serra, utile alle aziende per intraprendere delle misure concrete di compensazione e riduzione di tali emissioni nocive.

F.lli Campagnolo è stato preso ad esempio come azienda che - tra le ancora troppo poche in Italia - si è adoperata per garantire questa misura nelle attività di sostenibilità aziendale. L'azienda è consapevole di quanto il settore in cui opera influenzi l'inquinamento globale, e per questo lavora ogni giorno per lavorare in equilibrio con l'ambiente, preservandolo e non distruggendolo. L'obiettivo è quello di abbassare le emissioni nelle aree di produzione più inquinanti.

## RISORSA IDRICA

### GRI 303

Per quanto concerne l'impiego della **risorsa idrica**, essa **viene utilizzata prevalentemente durante le fasi di lavaggio e finissaggio dei colori**, che rappresentano momenti critici del processo produttivo per il loro elevato fabbisogno idrico.

Dall'analisi delle tabelle sottostanti emerge che la riduzione complessiva del consumo idrico tra 2022 e 2023 è attribuibile principalmente al calo dei volumi di produzione. L'intensità idrica, che esprime la relazione tra il consumo di acqua e il fatturato annuale, rimane infatti pressoché invariata.

### Prelievo idrico (mc)

	2022	2023	Δ 2022/2023
Italia	4.106	3.841	-6,45%
Romania	791.312	687.961	-13,06%
Tunisia	3.790	2.769	-26,94
<b>Totale</b>	<b>799.208</b>	<b>694.571</b>	<b>-13,09%</b>

### Intensità idrica

	2022	2023
Prelievo idrico/fatturato (mc/euro)	0,0030	0,0029



Azienda

Planet

People

Principle of Governance

# PEOPLE

INSIEME PER UN  
FUTURO SOSTENIBILE



**PERSONE**

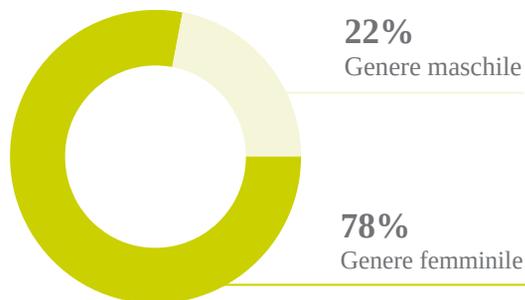
GRI 2 | GRI 401 | GRI 405

La cura delle persone è un pilastro fondamentale della filosofia di F.lli Campagnolo. **L'azienda ritiene infatti che il benessere dei collaboratori e delle comunità in cui opera sia strettamente correlato al successo sostenibile dell'azienda.**

Tutti i dipendenti sono tutelati da un contratto collettivo nazionale. Inoltre, F.lli Campagnolo mantiene un dialogo costante con i rappresentanti dei lavoratori su molteplici aspetti della vita aziendale, rispettando appieno le disposizioni previste dal CCNL e dagli accordi interni. Questo approccio ha favorito un ampio consenso riguardo alla **correttezza delle condizioni di lavoro**, alla **sicurezza e all'uguaglianza di opportunità**.

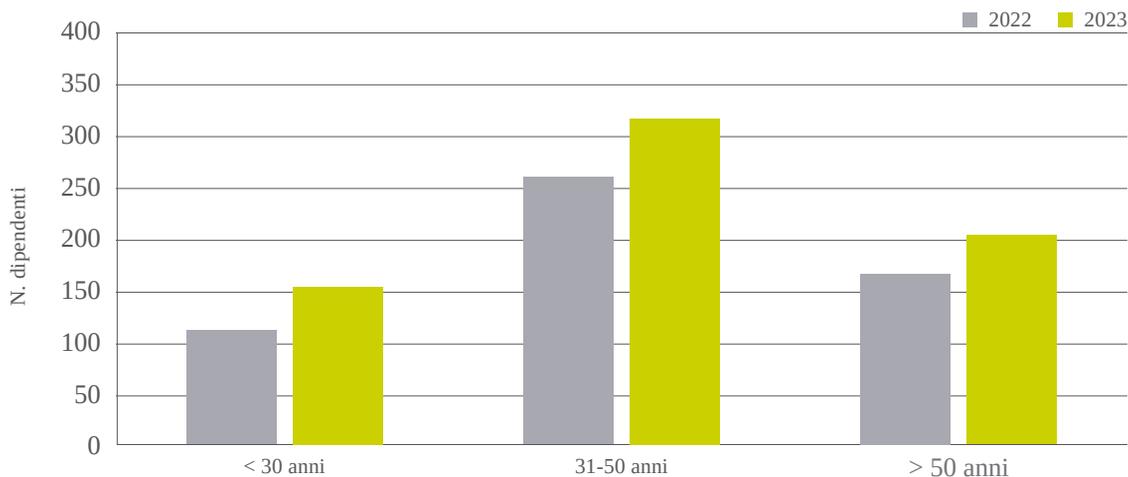
**Composizione dell'organico per genere**

	2022	2023	Δ 2022/2023
Genere femminile	939 78,7%	1042 78,5%	11,0%
Genere maschile	254 21,3%	286 21,5%	12,6%
<b>Totale</b>	<b>1193</b>	<b>1328</b>	<b>11,3%</b>



I dati sopra riportati evidenziano un aumento del 13,6% dei dipendenti di sesso femminile tra il 2022 e il 2023.

### Composizione dell'organico per età (per le sedi in Italia)



### Composizione dell'organico per età

	2022 (Italia)	2023 (Italia)	2023 (Globale)
< 30 anni	127 21,71%	160 22,57%	248 18,09%
31-50 anni	273 46,67%	335 47,25%	759 55,36%
> 50 anni	185 31,62%	214 30,18%	321 23,41%

### Composizione dell'organico per posizione

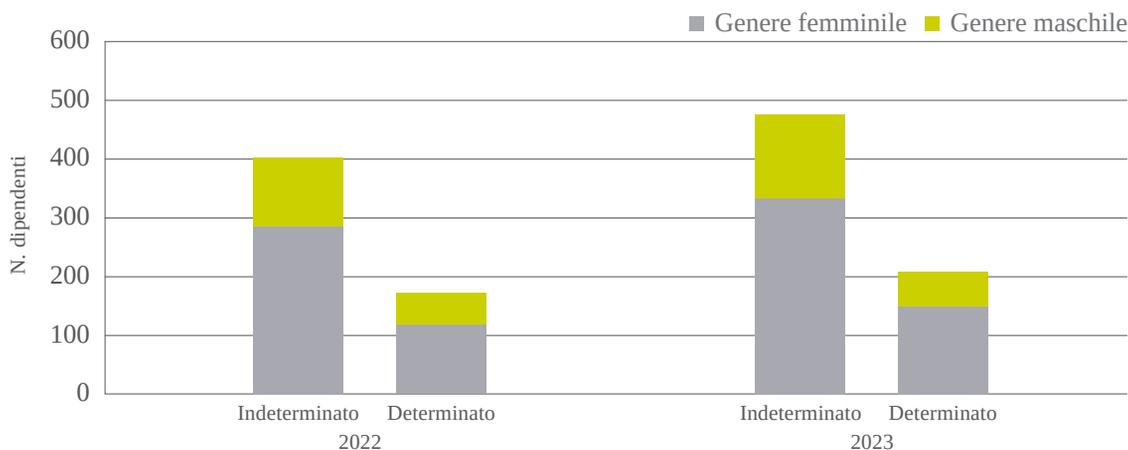
	2022	2023
Dirigenti 	1 0,17%	1 0,14%
Quadri 	8 1,37%	9 1,27%
Impiegati 	357 61,03%	461 64,93%
Operai 	219 37,40%	239 33,66%

Come evidenziato dalla tabella e dal grafico sopra riportati, si osserva una **diminuzione dell'età della forza lavoro**. Questo trend, che continua a manifestarsi con regolarità, indica un ringiovanimento progressivo del personale impiegato.

Tipo di contratto per genere

	2022 (Italia)		2023 (Italia)		2023 (Globale)	
	Indeterminato	Determinato	Indeterminato	Determinato	Indeterminato	Determinato
Genere femminile	285 69,85%	123 30,15%	354 69,21%	147 30,79%	660 76,39%	382 82,33%
Genere maschile	123 69,49%	54 30,51%	146 71,22%	59 28,78%	204 23,61%	82 17,67%
<b>Totale</b>	<b>408</b> <b>69,74%</b>	<b>177</b> <b>30,26%</b>	<b>481</b> <b>69,81%</b>	<b>206</b> <b>30,19%</b>	<b>864</b> <b>63,02%</b>	<b>464</b> <b>33,84%</b>

Tipo di contratto per genere (per le sedi in Italia)

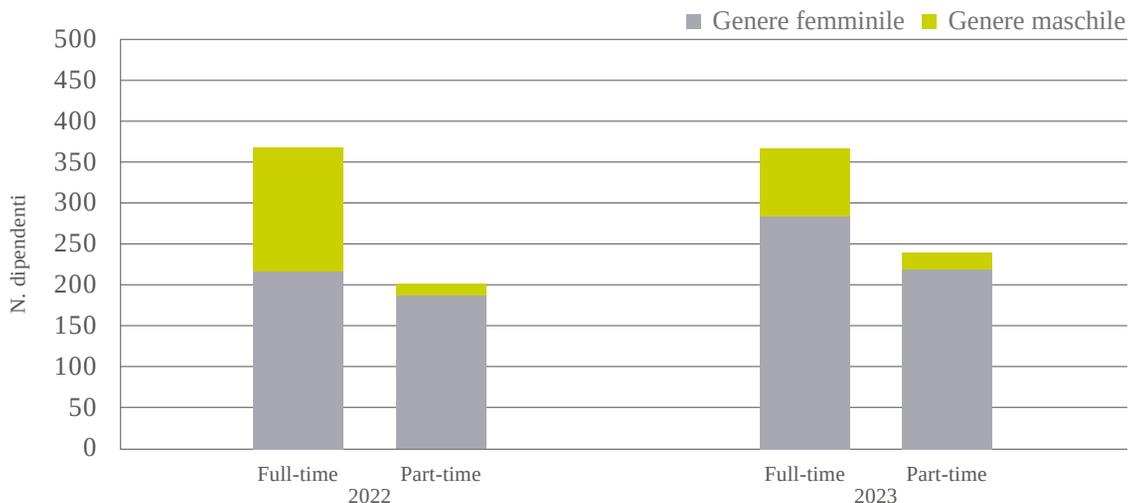


La tabella evidenzia che **la percentuale di dipendenti con un contratto a tempo indeterminato è sostanzialmente equilibrata tra i generi**, senza differenze significative. Questo equilibrio si mantiene costante anche nel confronto tra il 2022 e il 2023, indicando una stabilità nella distribuzione di questo tipo di contratto, indipendentemente dal sesso e dall'anno di riferimento.

Tipo di impiego per genere

	2022		2023		2023 (Globale)	
	Full-time	Part-time	Full-time	Part-time	Full-time	Part-time
Genere femminile	235 57,60%	173 42,40%	267 52,98%	237 47,02%	807 76,71%	235 85,14%
Genere maschile	150 84,75%	27 15,25%	164 80,00%	41 20,00%	245 23,29%	41 14,86%
<b>Totale</b>	<b>385</b> <b>65,81%</b>	<b>200</b> <b>34,19%</b>	<b>431</b> <b>60,79%</b>	<b>278</b> <b>38,21%</b>	<b>1052</b> <b>76,73%</b>	<b>276</b> <b>20,13%</b>

Tipo di impiego per genere (per le sedi in Italia)

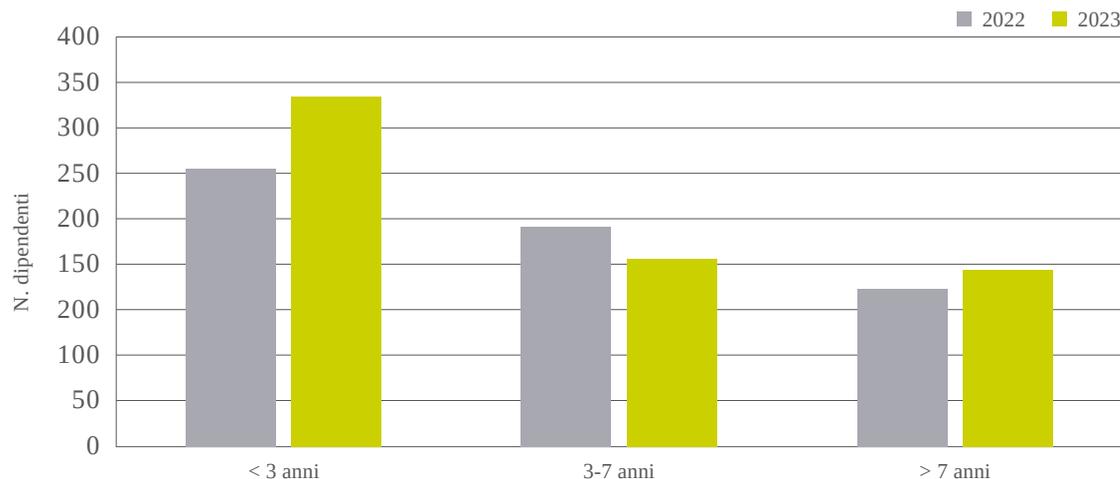


La tabella sopra riportata evidenzia una significativa discrepanza tra uomini e donne con contratti part-time rispetto a quelli full-time, sia nel 2022 che nel 2023. In particolare, quasi la metà delle donne impiegate in F.lli Campagnolo ha un contratto part-time, a fronte di una percentuale del 15-20% tra gli uomini. Questo dato trova giustificazione nel fatto che **quasi la metà delle dipendenti di sesso femminile** impiegate in F.lli Campagnolo **ricopre la posizione di addetta alle vendite, un ruolo** che, per motivi di praticità e organizzazione, è **spesso associato a contratti part-time**.

Le percentuali riportate, inoltre, riflettono una tendenza generale del mercato del lavoro, in cui le donne dimostrano una maggiore propensione a cercare soluzioni lavorative flessibili.

Anzianità aziendale*	2022	2023
< 3 anni	259	370
3-7 anni	181	151
> 7 anni	145	188
	24,79%	26,52%

### Anzianità aziendale\*



La tabella sopra riportata evidenzia che la maggioranza dei dipendenti rientra nella fascia di anzianità inferiore ai tre anni. Le altre fasce di anzianità si distribuiscono in maniera relativamente equa, suddividendo tra loro i restanti dipendenti.

**Età media aziendale**

**6,7 anni**

\* Tali dati si riferiscono alle sedi in Italia

## TURNOVER\*

Per quanto riguarda il turnover di F.lli Campagnolo è importante fare alcune precisazioni. **L'azienda ricorre regolarmente a lavoratori stagionali con contratti a tempo determinato per gestire momentanei picchi lavorativi, tipici del settore tessile.** In particolare, queste esigenze riguardano la logistica, la quale viene potenziata temporaneamente per gestire il trasporto della merce a inizio stagione. F.lli Campagnolo considera questi momenti come opportunità per conoscere nuovi talenti e proporre contratti continuativi. I lavoratori stagionali sono inclusi nel calcolo del turnover.

All'interno dei contratti terminati per la fascia d'età superiore ai 50 anni sono inclusi i pensionamenti, che rappresentano un aspetto naturale della dinamica aziendale.

\* Tali dati si riferiscono alle sedi in Italia

\*\* Per approfondire l'analisi del clima effettuata nel 2022 è possibile consultare il bilancio di sostenibilità di F.lli Campagnolo del 2022

### Turnover

	2022	2023
Assunzioni	267	149
Cessazioni	173	130
Tasso di turnover	29%	18%

Il tasso di turnover 2023, calcolato come il rapporto tra il numero di dipendenti usciti dall'azienda e l'organico durante il periodo di rendicontazione, si attesta al 18%. Questo dato rappresenta una diminuzione rispetto al tasso di turnover registrato nel periodo di rendicontazione precedente, indicando un **miglioramento nella stabilità del personale e nell'employee retention dell'azienda**

## ANALISI DEL CLIMA\*

F.lli Campagnolo ritiene fondamentale garantire un ambiente di lavoro positivo e stimolante, in cui tutti i collaboratori possano esprimere al meglio il proprio potenziale. L'ascolto e il coinvolgimento

degli stakeholder interni sono considerati essenziali per comprendere le dinamiche aziendali e migliorare l'ambiente lavorativo. Per questo, **nel 2022, l'azienda ha svolto un'analisi del clima aziendale.** Questo ha permesso di individuare aree critiche e raccogliere spunti per il miglioramento del benessere lavorativo.\*\*

A seguito dei risultati emersi da questa analisi, nel 2023 l'azienda ha lanciato un **programma di formazione strutturato**, che verrà implementato nel 2024, **finalizzato a rafforzare le competenze del personale e a promuovere la crescita professionale dei collaboratori.** Questo programma si è concentrato su aree chiave per il miglioramento delle capacità tecniche e trasversali, con l'obiettivo di aumentare l'efficienza e la competitività del team. Contestualmente, sono state intraprese azioni concrete per **ottimizzare l'organizzazione interna, migliorando i processi operativi e favorendo una maggiore collaborazione tra i reparti.**



## FORMAZIONE\*

Per F.lli Campagnolo **promuovere percorsi di formazione aziendale**, sia tecnico-professionale, sia personale attraverso lo sviluppo delle soft skills, **rappresenta un elemento strategico** per affrontare con successo le sfide di un mercato sempre più competitivo e diversificato.

L'azienda è convinta che la capacità di innovazione dipenda in gran parte dalla formazione continua, la quale permette di consolidare e sviluppare nuove competenze essenziali per mantenere un vantaggio competitivo.

Nel 2023 sono state erogate **1655 ore di formazione**, con una media di 2,34 ore a dipendente.

Queste ore di formazione hanno incluso corsi in ambito Salute e Sicurezza, logistica e tematiche legate alla sostenibilità ambientale, sociale e di governance; riflettendo l'impegno di F.lli Campagnolo

nel preparare i propri collaboratori ad affrontare le sfide attuali e future con competenze aggiornate e una visione responsabile.

## WELFARE AZIENDALE\*

F.lli Campagnolo si distingue per l'attenzione al benessere dei propri collaboratori, integrando un **solido welfare aziendale che prevede politiche che vanno oltre la semplice retribuzione**. In un'ottica di sostenibilità sempre più diffusa, il welfare aziendale si configura come un pilastro fondamentale per promuovere un modello di sviluppo sostenibile ed una cultura inclusiva e responsabile.

Innanzitutto vi è un **accordo aziendale con riconoscimenti economici** che prevede tre tipologie di premi:

- ✓ Premio preferiale
- ✓ Premio anzianità

## ✓ Premio risultato

Nel 2023 è stato erogato al personale dipendente un **premio di risultato** dell'ammontare di 1000 euro, diviso in due tranches da 200 e 800 euro a fronte dei risultati raggiunti.

F.lli Campagnolo si impegna inoltre nel mantenimento e **nell'estensione di iniziative a favore del benessere dei propri collaboratori**, tra le quali:

- ✓ Convenzioni con esercizi commerciali
- ✓ Cesto per le nuove nascite
- ✓ Regalo per eventi speciali
- ✓ Mensa aziendale
- ✓ Visite mediche

\* Tali dati si riferiscono alle sedi in Italia

## MENSA AZIENDALE

In linea con il proprio impegno nel supportare le **attività economiche locali**, così come **il benessere e la salute dei propri collaboratori**, F.lli Campagnolo ha scelto di affidare la gestione della mensa a una piccola realtà piuttosto che a multinazionali che producono migliaia di pasti ogni giorno. Anche nel 2023, l'azienda ha coperto quasi interamente il costo del servizio, lasciando a carico dei dipendenti una quota simbolica.



**151** ESAMI SENOLOGICI:

**95**  
ecografie

**56**  
mammografie



## WELFARE CARE

Nel 2023 F.lli Campagnolo ha offerto ai suoi dipendenti **visite specialistiche di prevenzione**. L'azienda ha infatti scelto di aderire all'iniziativa **"Mammografia ed Ecografia Gratuita"**, offrendo alle proprie collaboratrici **esami diagnostici per la prevenzione del tumore al seno**. Sono stati effettuati complessivamente 151 esami senologici, di cui 56 mammografie e 95 ecografie erogate gratuitamente. Le dipendenti hanno sostenuto l'esame diagnostico durante la giornata lavorativa, senza la necessità di allontanarsi dal proprio luogo di lavoro, beneficiando anche un notevole risparmio di tempo grazie alla consegna del referto immediato.

## DIVERSITÀ E INCLUSIVITÀ\*

GRI 405

Consapevole dell'importanza delle proprie risorse umane, F.Ili Campagnolo si distingue per una **cultura aziendale orientata ai valori di diversità, uguaglianza e inclusione**. Nei prossimi anni l'azienda intende promuovere l'equità di genere attraverso iniziative concrete e politiche di gestione delle risorse umane volte a promuovere l'inclusività.

Il primo passo per raggiungere questo obiettivo è **assicurare un'equa rappresentanza di genere a tutti i livelli dell'organizzazione**. La tabella riportata di fianco illustra la distribuzione delle posizioni ricoperte dai dipendenti di F.Ili Campagnolo suddivisa per genere.

Nel 2023 F.Ili Campagnolo ha intrapreso un importante percorso di miglioramento per ottenere la **certificazione UNI PdR 125:2022**.

\* Tali dati si riferiscono alle sedi in Italia

### Diversità nelle funzioni aziendali

	Genere femminile	Genere maschile
Dirigenti	0	1
Quadri	4	5
Impiegati	382	75
Operai	115	124

Scopo di questa certificazione, sviluppata dall'UNI (ente Italiano di Normazione), è promuovere la creazione di un ambiente di lavoro equo, inclusivo e rispettoso delle diversità di genere.

Per conseguire la certificazione è necessario adottare un sistema di gestione che rispetti i requisiti delineati dalla prassi, garantendo una gestione sistematica di tutti i processi aziendali che influenzano la parità di genere. Il sistema prevede l'implementazione di politiche e procedure specifiche, che vanno dalla definizione

degli obiettivi strategici dell'organizzazione fino alla gestione operativa delle risorse umane, con l'obiettivo di promuovere una cultura aziendale inclusiva e paritaria.

Ottenere la certificazione UNI PdR 125:2022 rappresenta per F.Ili Campagnolo non solo un riconoscimento formale dell'impegno verso la parità di genere, ma anche un passo concreto verso il rafforzamento della propria responsabilità sociale, migliorando la qualità della vita lavorativa e contribuendo alla costruzione di un futuro più equo e sostenibile per tutti i collaboratori.

**SALUTE E SICUREZZA\***

GRI 403

F.lli Campagnolo promuove **condizioni e ambienti di lavoro che tutelino l'integrità psico-fisica** delle persone, impegnandosi a diffondere in azienda una **cultura della sicurezza**, al fine di sviluppare nei collaboratori consapevolezza dei rischi e promuovere comportamenti responsabili da parte di tutti.

**La gestione della salute e della sicurezza dei lavoratori avviene in conformità alle disposizioni normative dettate dal D.lgs 81/2007.** L'azienda riconosce infatti nella corretta applicazione della legislazione vigente e nel rispetto della normativa correlata gli strumenti indispensabili per il raggiungimento, il mantenimento e il miglioramento delle condizioni di lavoro e dell'ambiente, al fine di consentire la tutela della sicurezza, la salute dei dipendenti, dei collaboratori e dei terzi.

\* Tali dati si riferiscono alle sedi in Italia

**La salute e la sicurezza sul lavoro per lo stabilimento in Romania sono regolate dalla Legge nazionale n. 319/2006.**

**La salute e la sicurezza sul lavoro per lo stabilimento in Tunisia sono regolate nell'articolo 44 del Codice di Sicurezza e Prevenzione dei Rischi e fa riferimento alla Legge nazionale 2009-11.**

La comunicazione interna sui temi di salute e sicurezza avviene attraverso processi di informazione e corsi di formazione mirati al riconoscimento dei potenziali rischi e alla definizione dei comportamenti da adottare in caso di emergenza.

**Indicatori di salute e sicurezza sul lavoro**

	2022	2023	Δ 2022/2023
N. di infortuni sul lavoro registrabili	8	6	-25,0%
Tasso di infortunio (n° infortuni x 200.000/N° ore lavorate)	2,42	1,54	-36,5%

Come evidenziato dalla tabella sotto riportata, il tasso di infortunio 2023 rappresenta un andamento decrescente rispetto al 2022. Il tasso di infortunio si riferisce alle sedi in Italia ed è calcolato attraverso il rapporto tra numero di infortuni e numero totale di ore lavorate per 200.000.

Per salvaguardare la salute dei dipendenti che utilizzano videotermini, l'azienda organizza annualmente una **visita optometrica aggiuntiva.**

Questo controllo specifico è pensato per prevenire e gestire eventuali disturbi visivi legati all'uso prolungato dei dispositivi digitali, come affaticamento oculare, secchezza e difficoltà di messa a fuoco.



Azienda

Planet

People

Principle of Governance

## SVILUPPO DELLA COMUNITÀ

GRI 413

Da oltre 70 anni, **la storia di F.lli Campagnolo è profondamente intrecciata con quella del territorio che l'ha accolta.** Questo legame speciale ha ispirato un **impegno costante verso la comunità**, manifestato attraverso progetti di inclusività sociale, valorizzazione del patrimonio culturale e sostegno a iniziative benefiche. Lo sport, in particolare, è da sempre considerato da F.lli Campagnolo uno strumento fondamentale per promuovere la coesione e il benessere dei cittadini.

## VALORE SOCIALE

### SKI4SMILE

F.lli Campagnolo ha deciso di rinnovare il suo supporto a **Ski4Smile**, il **primo Campus OpenDay completamente gratuito dedicato a ragazze e ragazzi con disabilità** che desiderano avvicinarsi agli sport di montagna. Questo evento, organizzato

dallo Sci Club Vermiglio Tonale Peio (TN), si distingue per la sua vocazione inclusiva e rappresenta un'iniziativa pionieristica a livello locale, con un impatto che si estende su scala nazionale. Il supporto a SKI4SMILE riflette pienamente gli obiettivi e i valori di F.lli Campagnolo, che da sempre promuove **l'inclusività sociale** e la partecipazione attiva di tutti i membri



della comunità. Questo progetto non solo incarna tali principi, ma si pone come un modello esemplare per il settore sportivo, dimostrando come un'associazione possa costruire la propria identità e attività attorno al valore fondamentale dell'inclusività, offrendo opportunità uniche e accessibili a chiunque, indipendentemente dalle sfide che affronta.

## BELFORTISSIMI

**Belfortissimi** è un gruppo di amici di diverse età, residenti in un piccolo paesino dell'entroterra marchigiano, **che praticano trekking inclusivo utilizzando una "Joël-ette"**: una speciale carrozzella da fuoristrada a ruota unica, progettata per consentire a persone con mobilità ridotta o disabilità di partecipare a escursioni e atti-



vità all'aperto. Il loro impegno per l'inclusività è stato riconosciuto a livello nazionale, tanto che il Presidente della Repubblica li ha premiati come Alfieri della Repubblica per la loro forza inclusiva.

**Dopo aver affrontato il Cammino di Santiago e altri cammini in Italia, il gruppo ha scelto di intraprendere il Cammino di San Nilo**, immerso nel Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, patrimonio mondiale UNESCO e parte della rete delle Riserve della Biosfera. **F.lli Campagnolo ha deciso di supportare questa straordinaria avventura**, in linea con il proprio impegno per l'inclusività e la promozione dell'attività outdoor accessibile a tutti.

## 6 INSUPERABILE

Consapevole che la diversità rappresenta una risorsa preziosa e un autentico arricchimento, F.lli Campagnolo rinnova per il secondo anno consecutivo il proprio impegno come sostenitore di **6InSuperAble**, un'**iniziativa concreta a favore della disabilità e dell'inclusività sociale**.

Il progetto, articolato in più tappe, coinvolge società sportive, scuole e famiglie attraverso attività pratiche e momenti di integrazione, come le prove di gioco misto, dove atleti con disabilità e normodotati collaborano e condividono esperienze. L'obiettivo è duplice: da un lato educare e sensibilizzare alla cultura inclusiva; dall'altro offrire un esempio concreto di coesione sociale e valorizzazione delle differenze. **Lo sport, fulcro del progetto, diventa uno strumento per superare i propri limiti e abbattere ogni barriera**, contribuendo a una società più inclusiva e solidale.

## VALORE CULTURALE

### GIOVANI VOCI BASSANO E GIOVENTÙ IN CANTATA TOUR INTERNAZIONALE

Nel 2023 CMP è stata **partner ufficiale del tour internazionale organizzato da Giovani Voci Bassano e Gioventu in Cantata**. Da oltre 50 anni, queste realtà offrono ai giovani del territorio l'opportunità di far parte di un coro e di comprenderne le sinergie, l'importanza artistica e tutti i sacrifici necessari a costruire una squadra vincente. I giovani partecipanti, di età compresa tra gli 8 e i 25 anni, hanno avuto l'opportunità di esibirsi al "Bali International Choir Festival 2023" e in Australia, con tre concerti a Sydney, Melbourne e Brisbane.



### FESTIVAL RADICI FUTURE

Nel 2023 F.lli Campagnolo è stato "supporter" del **Festival Radici Future 2023**. Il Festival è nato nel 2020, durante il lockdown, con l'obiettivo di ispirare il territorio a guardare fiduciosamente al futuro, in linea con gli obiettivi dell'agenda 2030. Il Festival è un'occasione significativa per tutti gli attori dell'industria locale, offrendo l'opportunità di diffondere buone pratiche per una **gestione imprenditoriale sostenibile**, che contempi anche una migliore qualità della vita.

## VALORE SPORTIVO

### CMP ARENA

Nel 2023 **il Pala2 di Bassano del Grappa è stato rinominato CMP Arena**, segnando un'importante collaborazione tra l'azienda e il mondo dello sport locale. Con questa iniziativa, CMP ha scelto di rafforzare il suo impegno verso la comunità di Bassano del Grappa, con cui vanta un legame solido e duraturo da oltre 70 anni.

Questo investimento non solo sostiene lo sport del territorio, ma rappresenta anche un simbolo del continuo dialogo tra l'azienda e il contesto sociale e culturale in cui opera.



### SUPPORTO ELI EGGER X-ALPS

Tra i migliori parapendisti ed escursionisti che si sono sfidati per due settimane in volo e a piedi nell'edizione 2023 della Red Bull X-Alps, vi è anche **Eli Egger**, una delle pochissime donne iscritte in assoluto ad aver concluso la competizione. Conquistata dalla passione e dalla determinazione di Eli Egger, F.lli Campagnolo ha deciso di accompagnarla in questa avventura fornendole alcuni dei capi più performanti della collezione CMP.

## TORNEO WIN-WIN

Anche nel 2023 CMP ha rivestito il ruolo di partner tecnico del **Torneo Win Win, competizione interaziendale a scopo benefico** che coinvolge squadre di collaboratori di ben 20 aziende del territorio vicentino, tra cui F.lli Campagnolo. Anche nel 2023, il ricavato delle varie competizioni è stato devoluto in beneficenza attraverso l'associazione **"Le scarpette delle Formichine"**. La Onlus, fondata dagli imprenditori delle aziende partecipanti, sostiene progetti riguardanti l'inserimento e il reinserimento di persone non solo nella comunità, ma anche nel mondo del lavoro. Oltre a ciò mira anche al sostegno delle strutture socio-sanitarie e delle associazioni per le Cure Palliative.

## 177 CARNICA ULTRA TRAIL

Anche per l'edizione 2023, **CMP è stato sponsor ufficiale della 177 Carnica Ultra Trail**. L'azienda ha rinnovato la partecipazione come sponsor della gara, un evento epico che porta gli atleti a sfidare se stes-

si sui magnifici sentieri alpini. La corsa ha **scopo benefico**, le quote di iscrizione vengono infatti devolute al progetto "Idee di corsa", che promuove l'attività sportiva tra i ragazzi con disabilità fisica o cognitiva o appartenenti a famiglie in difficoltà economica. Per accompagnare tutti gli atleti in questa incredibile corsa, CMP ha realizzato una T-shirt personalizzata inclusa nel pacco gara.

## VALORE EDUCATIVO E FORMATIVO

### SPORTSWEAR PRODUCT MANAGER

F.lli Campagnolo è **tra i promotori della Fashion Academy ITS Cosmo**, che ha istituito a Bassano del Grappa un corso altamente specializzato **dedicato ai futuri Sportswear Product Manager**.

In qualità di partner dei progetti formativi, F.lli Campagnolo ha contribuito attivamente alla definizione delle competenze necessarie, **collaborando con altre imprese** del settore per garantire un percorso di studi allineato alle richieste del mercato.

L'impegno dell'azienda non si limita alla consulenza, ma si estende all'accoglienza degli studenti per **visite aziendali**, durante le quali possono esplorare da vicino i processi produttivi, acquisire una visione pratica del loro futuro professionale e confrontarsi con esperti del settore.

Inoltre, F.lli Campagnolo apre ogni anno le sue porte a **stage formativi**, offrendo agli studenti l'opportunità di mettere in pratica quanto appreso e avviare un percorso concreto verso una carriera nel mondo dello sportswear.



## MASTER SBS IN SPORT MANAGEMENT

F.lli Campagnolo è tra i sostenitori del **Master SBS in Sport Management**, un percorso formativo di eccellenza dedicato alla preparazione di professionisti nel settore dello **sport management**.

L'impegno di F.lli Campagnolo si concretizza anche attraverso il coinvolgimento diretto di alcuni dei suoi professionisti che partecipano al master come docenti, condividendo con gli studenti la propria esperienza e competenza nel settore dello sportswear e della gestione aziendale. Inoltre ogni anno l'azienda seleziona uno studente per un percorso di stage con l'obiettivo di favorire un **inserimento professionale**, aprendo la strada a un'assunzione.

## INFINITY2

Dopo il successo del **progetto Infinity 1**, realizzato durante l'anno scolastico 2022/2023 da un gruppo di studenti del Liceo "E. Medi" di Montegiorgio (Fermo),

che prevedeva il lancio di un pallone aerostatico con una sonda per la **misurazione dei gas serra**, F.lli Campagnolo ha deciso di sostenere il nuovo ambizioso progetto **Infinity 2: Una scuola nello spazio**. L'iniziativa ha preso pieno avvio nel 2024 ma è stata ufficializzata nel 2023 durante la visita di una delegazione del MIUR e le riprese per un docufilm. L'obiettivo è il lancio di tre palloni aerostatici in Islanda, territorio scelto per le sue condizioni ideali nell'intercettare i raggi cosmici, fondamentali per le sperimentazioni scientifiche.

La missione aerospaziale Infinity 2 ha coinvolto 10 studenti e 3 docenti in un'esperienza unica e altamente formativa, sia dal punto di vista scientifico che educativo, con un respiro internazionale nel contesto europeo. **Durante lo sviluppo del progetto, F.lli Campagnolo ha garantito un sostegno costante**, contribuendo in maniera significativa al suo successo.

In preparazione al viaggio e alle sfide poste dall'ambiente islandese, l'azienda ha fornito al team una **dotazione tecni-**

**ca personalizzata**, comprensiva di outfit specifici studiati per affrontare le condizioni estreme, dimostrando ancora una volta il proprio impegno nell'unire innovazione, sostenibilità ed educazione in iniziative di valore.

Per maggiori informazioni in merito alla partnership è possibile accedere alla pagina dedicata tramite il seguente link: <https://infinity2.polourbani.edu.it/>



## VALORE DELLA SOSTENIBILITÀ

## L'APIARIO IN UFFICIO

Nei giardini di F.Ili Campagnolo è stato allestito un apiario comprendente quattro arnie in legno verniciato con colori naturali, contenenti famiglie di api italiane (razza Ligustica), che poggia su una stabile struttura discreta alla vista. L'apiario è gestito in maniera biologica e le famiglie di api arrivano da apiari trattati allo stesso modo. Questa scelta rispecchia l'impegno di F.Ili Campagnolo per salvaguardare l'ambiente e la biodiversità. Le api sostengono infatti l'ambiente per un raggio di tre chilometri dagli alveari. L'impollinazione, dovuta al costante e instancabile passaggio delle api, favorisce la crescita e la salute degli ecosistemi naturali come prati, boschi e coltivazioni vicini all'azienda.

Le api costituiscono un elemento imprescindibile per il mantenimento della biodiversità e il benessere degli ecosistemi terrestri. In qualità di impollinatori, svolgono un ruolo cruciale nel processo riproduttivo di una vasta gamma di specie vegetali, contribuendo significativamente alla produzione alimentare globale. Attraverso il trasporto del polline da un fiore all'altro, le api favoriscono infatti la formazione di frutti e semi, garantendo la perpetuazione di numerose specie botaniche.

La scomparsa delle api, minacciate da pesticidi, perdita di habitat, monoculture, parassiti, malattie e cambiamenti climatici, avrebbe conseguenze devastanti sull'agricoltura e sull'economia globale. La riduzione dell'impollinazione porterebbe a un calo della biodiversità vegetale, causando una diminuzione della biodiversità animale e gravi ripercussioni sugli ecosistemi naturali.

Oltre ai benefici ecologici, le api hanno anche un impatto significativo sull'economia globale. L'impollinazione contribuisce a miliardi di dollari in produzioni ogni anno. La scomparsa delle api potrebbe quindi avere conseguenze devastanti non solo per l'ambiente, ma anche per l'economia agricola e alimentare.

**PLASTIC PULL**

PLASTIC PULL è un progetto promosso da **Piantando**, società Benefit impegnata nello sviluppo di iniziative a forte impatto sociale e ambientale. Il progetto è dedicato al **recupero di aree degradate e al ripristino ambientale**, con un approccio concreto alla lotta contro l'inquinamento. L'obiettivo non si limita alla **rimozione dei rifiuti abbandonati**, ma punta anche a **sensibilizzare e coinvolgere attivamente la comunità locale**, promuovendo una cultura della sostenibilità e della responsabilità condivisa.

Ogni intervento viene eseguito seguendo un **rigoroso standard di rendicontazione**: ogni chilogrammo di rifiuti recuperato viene pesato, documentato e certificato, garantendo il monitoraggio scientifico e trasparente di ogni operazione.

Attraverso questa partnership, nel 2023 F.lli Campagnolo ha contribuito a realizzare **sei interventi di pulizia, che hanno portato alla raccolta e certificazione di**

**una tonnellata di rifiuti**, riqualificando spiagge, aree urbane, parchi e corsi d'acqua. L'adesione agli standard di Plastic Pull assicura la massima precisione e trasparenza, rafforzando l'impatto positivo del progetto.

Per maggiori informazioni in merito alla partnership è possibile accedere alla

**Token di validazione**

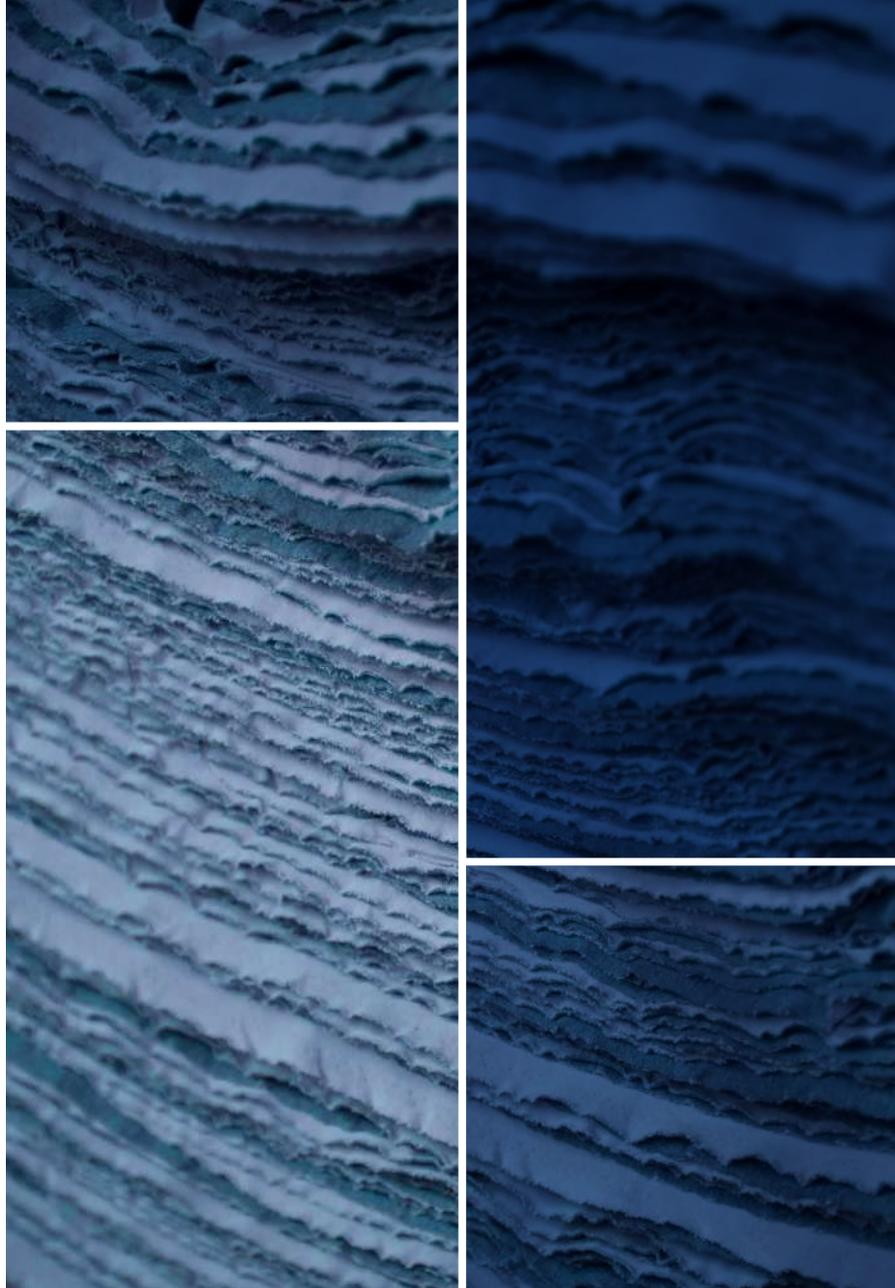
Data	Kg	Gruppo	Volontari	Luogo	Area
16/09/23	334	The Black Bag	40	Genova	Fiume Lago
01/10/23	224	La Foresta	12	Rovereto	Fiume Lago
19/10/23	106	CleanUp Surbo - Giorgilorio	9	Surbo	Area Urbana
01/11/23	4	Mr. Green	1	Livorno	Area Urbana
11/11/23	207	Reggio Emilia Ripuliamoci	20	Reggio Emilia	Area Urbana
17/11/23	125	Partetuttodanoi	8	Busto Arsizio	Area Urbana

pagina dedicata tramite il seguente link: <https://business.piantando.it/fllicampagnolo-plasticpull>

Di seguito un riepilogo dei dati relativi al cleanup che evidenziano l'impatto diretto dell'azione di F.lli Campagnolo nel progetto.

# PRINCIPLE OF GOVERNANCE

LA BUSSOLA CHE ORIENTA  
I NOSTRI PASSI



## GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

La governance, importante elemento delle tre dimensioni ESG, rappresenta l'insieme di strumenti, regole e processi interni che guidano le scelte e le azioni di un'organizzazione. Integrare la sostenibilità nella governance aziendale significa definire organi, regole e processi per gestire l'impatto ambientale e sociale dell'azienda. Questo approccio consente di identificare e analizzare **opportunità e rischi legati alle tendenze sociali e ambientali**, orientando le decisioni verso un modello di business più responsabile e sostenibile nel lungo termine.

F.lli Campagnolo è convinta che lo sviluppo economico-finanziario, la creazione di valore presso la propria community e la tutela dell'ambiente possano essere raggiunti solo attraverso **l'adozione di una strategia di governance sostenibile**.

Per questo, **nel 2022 è stato costituito un gruppo di lavoro dedicato ai temi di sostenibilità**, con l'obiettivo di supportare il management nell'integrazione di un modello di business sostenibile allineato agli obiettivi aziendali.

L'impegno del Gruppo è quello di misurare e rendicontare con cadenza annuale le proprie performance ESG, con l'obiettivo di implementare attività ed iniziative in un'ottica di miglioramento continuo. Questo processo mira a ridurre gli impatti negativi e valorizzare quelli positivi nelle tre dimensioni di sostenibilità, contribuendo così a costruire un futuro più equo e responsabile per tutti gli stakeholder.

### STRUTTURA E COMPOSIZIONE DELLA GOVERNANCE

GRI 2 | GRI 405

La proprietà di F.lli Campagnolo S.p.A. fa riferimento, sin dalle origini, alla famiglia fondatrice.

**Il modello di Governance adottato da F.lli Campagnolo è di tipo tradizionale**, caratterizzato dalla separazione tra l'organo di gestione (Consiglio di Amministrazione) e quelli di controllo (Collegio Sindacale e Società di Revisione).

Il Consiglio di Amministrazione, nominato per il triennio 2023/2025, rimarrà in carica fino all'approvazione del bilancio relativo all'esercizio 2025. Al C.d.A. sono attribuiti tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione e i più ampi poteri di indirizzo strategico e decisionale, compresa l'approvazione del **Bilancio Consolidato** e del **Bilancio di Sostenibilità**.

**Il C.d.A. è espressione della famiglia fondatrice ed è composto da sei membri**, di cui cinque dotati di deleghe e poteri di rappresentanza, in relazione al ruolo degli stessi ricoperto all'interno della società.

Alcuni di essi ricoprono, inoltre, la carica di amministratore anche in altre società facenti parte del gruppo F.lli Campagnolo.



### Composizione del consiglio di amministrazione

	Numero
Donne	3
Uomini	3
< 50 anni	1
> 50 anni	5
Riunioni svolte nel corso dell'anno	9

Le misure di prevenzione e mitigazione dei potenziali conflitti di interesse che potrebbero coinvolgere i membri del C.d.A. sono ampiamente descritte nel Codice Etico, e in particolare al par. 3.1, a cui si rimanda per ulteriori approfondimenti.

**Eventuali criticità**, relative sia alla condotta dell'organizzazione, sia agli impatti negativi, effettivi o anche solo potenziali sugli stakeholder, **vengono portate all'attenzione dell'organo di governo nel corso degli incontri periodici**, i quali si tengono con cadenza almeno semestrale. Nel corso del 2023 non sono state riscontrate criticità.

**L'operato del Consiglio di Amministrazione è soggetto**, come previsto dalla normativa vigente, **al controllo di legittimità del Collegio sindacale**, mentre la revisione legale dei conti è affidata ad una primaria Società di revisione.

**La politica retributiva aziendale dei dipendenti** è gestita dall'ufficio risorse umane nel **pieno rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro applicati**, nonché degli accordi aziendali e individuali sottoscritti.



**PERFORMANCE ECONOMICHE\***

GRI 201

Nel 2023 il conflitto in Medio Oriente si è aggiunto a quello in Ucraina, con gravi conseguenze umanitarie. Nonostante la condanna internazionale e i tentativi di mediazione, le tensioni persistono. Sul piano economico, la situazione ha generato incertezza globale, con attacchi nel Mar Rosso che hanno costretto le compagnie navali a deviare le rotte, aumentando i costi e i tempi di trasporto.

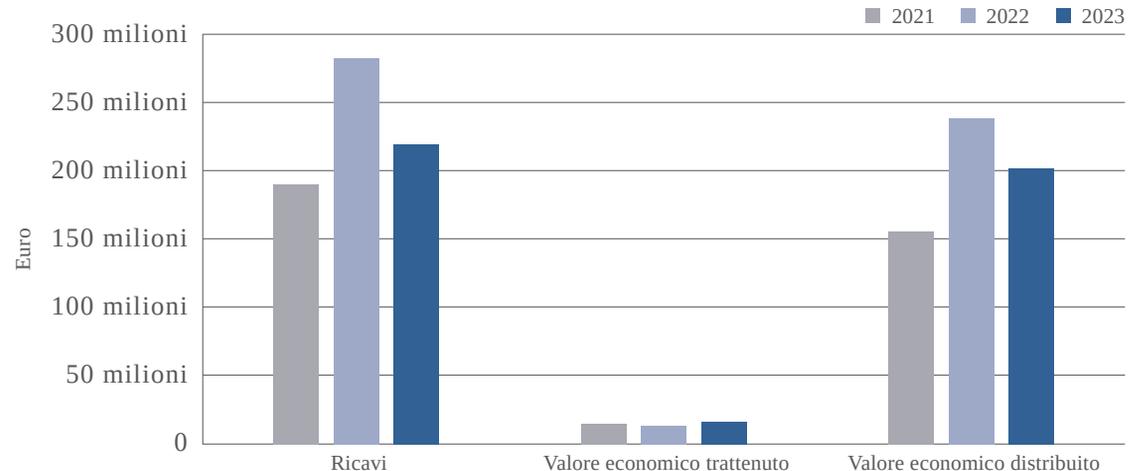
In Italia, la crescita economica ha rallentato allo 0,9% rispetto al 4% del 2022, mentre l’inflazione è scesa al +0,6% a dicembre. Tuttavia, l’inflazione è aumentata in Germania e Francia, facendo salire la media dell’Eurozona a +2,9%. I consumi e gli investimenti restano frenati da tassi d’interesse ancora elevati, nonostante un lieve calo.

In questo contesto, nell’ultimo esercizio, F.lli Campagnolo ha realizzato nell’esercizio 2023 **ricavi per 236,3 milioni di euro**, in flessione dell’11,1% rispetto ai 265,9 milioni di euro dell’esercizio precedente,

nel quale aveva raggiunto volumi record, beneficiando, in particolare, della ripresa delle attività sportive post Covid e della propensione del consumatore in generale ad effettuare attività outdoor. **Si tratta**, pertanto, di un assestamento del fatturato causato anche dalla disponibilità sul mercato di abbondanti scorte, determinate da generalizzati aumenti dei budget di acquisto della clientela verificatasi nell’esercizio precedente.

**Nel 2023 il valore economico distribuito da F.lli Campagnolo**, rappresentato dalle seguenti componenti: costi operativi, remunerazione del personale, remunerazione a fornitori di capitale, remunerazione della Pubblica Amministrazione, investimenti nella comunità, **è stato pari a 203 milioni di euro, ovvero l’86% del valore generato**, in lieve calo rispetto al 2022. Il valore economico distribuito è composto per la maggior parte dai costi sostenuti per l’acquisto delle materie prime e altri prodotti e per la remunerazione del personale.

**Valore economico trattenuto e distribuito**



\* Performance economiche del gruppo, incluse le sedi non rientranti nel perimetro di rendicontazione del bilancio di sostenibilità.

## CATENA DI FORNITURA

GRI 308 | GRI 414

La catena di fornitura costituisce l'insieme di fornitori e altri soggetti coinvolti nel processo di produzione e distribuzione di un prodotto, dalla sua fabbricazione fino alla vendita attraverso vari canali di distribuzione.



La crescente attenzione verso i temi di sostenibilità e la consapevolezza della loro connessione sistemica fra tutti gli at-

tori della filiera ha spinto F.lli Campagnolo a comprendere che **solo attraverso il pieno coinvolgimento dell'intera catena di fornitura è possibile ridurre le inefficienze, i rischi e gli impatti ambientali, creando valore per gli stakeholder** in ottica di sviluppo sostenibile.

La Società si rende disponibile a collaborare con propri fornitori per migliorare congiuntamente gli impatti ambientali della catena di fornitura.

Il primo passo implementato per rendere la gestione della catena di fornitura sostenibile è stato, nel 2022, **il coinvolgimento dei fornitori tramite la condivisione di un questionario**, strutturato in tre sezioni, dedicate rispettivamente a sostenibilità ambientale, sociale e di governance, in grado di mappare le performance ESG degli stessi.

Tale attività ha prodotto un duplice risultato: da un lato ha reso consapevoli i fornitori del percorso intrapreso da F.lli Campagnolo e li ha sensibilizzati ri-

spetto ai temi di sostenibilità, dall'altro ha permesso all'azienda di verificare lo stato dell'arte in merito alla presenza delle attività ESG implementate o meno dai soggetti intervistati.

L'analisi delle risposte ha prodotto diverse considerazioni, tra le quali il fatto che il 100% del campione preso in esame è in possesso di **certificazione BSCI** o attestati di analoga validità.

Nel 2023 F.lli Campagnolo ha avviato un'**iniziativa di feedback verso i fornitori coinvolti, fornendo loro una valutazione basata sulle informazioni condivise**. Questo processo ha permesso di riconoscere le aziende che hanno dimostrato performance eccellenti e allo stesso tempo di stimolare quelle con risultati meno soddisfacenti a migliorare.

\* per approfondire l'analisi delle risposte dei fornitori si rimanda al Bilancio di Sostenibilità di F.lli Campagnolo 2022

**Nei prossimi anni F.lli Campagnolo intende ampliare e rafforzare questa attività**, coinvolgendo in modo ancora più approfondito non solo i fornitori principali, ma anche i partner minori all'interno della catena di fornitura di ciascun brand. L'obiettivo è adottare un approccio olistico che consideri non solo le grandi realtà, ma anche le piccole imprese, per ottenere una visione più completa e accurata dell'intero ecosistema produttivo.

Sulla base dell'analisi di mappatura svolta finora, F.lli Campagnolo intende sviluppare una **metrica di qualifica del fornitore** attraverso lo sviluppo di un sistema di rating ESG, in grado di premiare i fornitori virtuosi e incentivare gli altri a migliorare le proprie performance.

Questa strategia sarà accompagnata da una comunicazione sempre più trasparente e una collaborazione efficace con tutti gli stakeholder, favorendo così un miglioramento continuo e una maggiore sostenibilità lungo tutta la filiera.

## VALORI DEL CODICE ETICO

L'azienda, fin dalle sue origini, svolge la propria attività imprenditoriale basandosi su **valori quali onestà, lealtà e solidarietà, mirando**, oltre che alla crescita economica, anche **al benessere del personale, alla creazione di valore presso la comunità, locale e non, e alla tutela dell'ambiente**.

Tali valori sono custoditi e formalizzati all'interno del **Codice Etico** di F.lli Campagnolo S.p.A. che intende definire e comunicare in modo trasparente, esternamente ed internamente ai propri confini organizzativi, i principi e le modalità con cui vengono condotte le attività aziendali.

Tutti i destinatari del codice etico devono uniformarsi a tali principi e valori, tra cui:

- ✓ *Onestà, trasparenza e rispetto della legalità*
- ✓ *Lealtà e fedeltà*
- ✓ *Riservatezza*
- ✓ *Integrità e rispetto della dignità della persona - Pari Opportunità*
- ✓ *Meritocrazia, competenza e professionalità*
- ✓ *Tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro*
- ✓ *Tutela della famiglia*
- ✓ *Tutela dell'ambiente*

## INNOVAZIONE SOSTENIBILE DEL PRODOTTO E DIGITALIZZAZIONE

F.lli Campagnolo sta investendo in **innovazione tecnologica, ricerca e sviluppo, e digitalizzazione dei processi** per ottimizzare l'efficienza operativa e migliorare la qualità del prodotto. Questi investimenti mirano a estendere e migliorare il ciclo di vita del prodotto, riducendo al contempo le emissioni di CO2eq e associate.

Per quanto riguarda la digitalizzazione, il 2022 ha visto l'ingresso in azienda di nuovi sistemi di stoccaggio automatici volti a digitalizzare e semplificare le operazioni di magazzino. E' possibile approfondire tale tematica consultando il Bilancio di sostenibilità di F.lli Campagnolo del 2022.

In quanto ospiti del Pianeta Terra, è oggi imprescindibile per le aziende agire secondo i principi dello sviluppo sostenibile, preservando i sistemi naturali dai quali vengono prelevate le risorse e non oltrepassando la loro capacità di assorbire scarti e rifiuti generati dalle attività dell'uomo.

F.lli Campagnolo intende istituire un Working Group interno con l'obiettivo di sviluppare iniziative concrete che possano allungare il ciclo di vita dei prodotti. Tra le principali azioni previste spicca l'introduzione di un servizio di riparazione dedicato che consentirà ai clienti di mantenere i loro articoli in buone condizioni nel tempo, riducendo così la necessità di sostituzioni frequenti.

In parallelo, il working Group si occuperà dell'implementazione di una strategia mirata a minimizzare l'impatto ambientale e logistico dei resi, riducendo gli sprechi e migliorando l'efficienza complessiva del processo. Questo si tradurrà in una gestione sostenibile dei resi e in una riduzione dei costi associati.



**PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2023/2025: IL NOSTRO IMPEGNO PER DOMANI**

	Tematica	Obiettivi	Progetti	SDGs	
PLANET	Gestione dei rifiuti	Riduzione dei rifiuti tessili al minimo	Creazione di alleanze pubblico-private per reintrodurre i rifiuti tessili nei processi produttivi come materie prime seconde	SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	
		Prolungamento della fase di utilizzo dei capi	Sviluppo di un servizio di riparazione e manutenzione dei capi	SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	
	Packaging sostenibile	Utilizzo di materiali a basso impatto ambientale	R&S per sostituire la plastica con materiali a minore impatto ambientale	SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	
		Ottimizzazione delle dimensioni del packaging	R&S per ridurre le dimensioni e il volume del packaging per minimizzare l'uso di materiali e ridurre l'impatto ambientale legato al trasporto e allo smaltimento		
	Gestione delle emissioni	Pianificare verifiche esterne delle emissioni di CO2eq e riduzione delle stesse	Implementazione di una strategia per ridurre le emissioni di CO2eq e fissare obiettivi misurabili di riduzione a breve e lungo termine	SDG 13 - Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico	
	Gestione dell'energia	Riduzione delle emissioni di carbonio derivanti dall'uso di energia	Utilizzare fonti di energia rinnovabile nelle attività aziendali attraverso interventi strutturali nelle sedi operative	SDG 7 - Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni	
Gestione della risorsa idrica	Riduzione del consumo di acqua negli uffici	Sensibilizzare e formare i dipendenti in materia di gestione sostenibile delle risorse idriche	SDG 6 - Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie		

	Tematica	Obiettivi	Progetti	SDGs	
PEOPLE	Salute e sicurezza dei dipendenti	Promozione di una cultura della prevenzione sulla salute	Organizzazione di visite specialistiche annuali gratuite per tutti i dipendenti	SDG 3 - Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età	
		Favorire uno stile di vita sano fra i propri dipendenti	Garantire cibo sano e nutriente nella mensa aziendale e favorire attività all'aria aperta	SDG 2 - Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione, promuovere un'agricoltura sostenibile	
	Benessere dei dipendenti	Promozione dello sviluppo professionale dei dipendenti	Sviluppo di un programma di formazione strutturato, finalizzato a rafforzare le competenze del personale e promuovere la crescita professionale dei dipendenti	SDG 4 - Fornire un'educazione di qualità ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti	
	Diversità e inclusione	Definizione di politiche aziendali che includano la dimensione di genere e promuovano l'uguaglianza e l'integrazione come valori della cultura aziendale	Ottenimento della certificazione UNI PdR 125:2022.	SDG 5 - Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze	
GOVERNANCE	Regolamentazione della filiera di approvvigionamento	Garantire standard ambientali sociali elevati lungo la catena di fornitura	Monitoraggio della catena di fornitura e sviluppo di una metrica di qualifica dei fornitori	SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	
				SDG 8 - Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti	
AZIENDA	Qualità e sostenibilità dei prodotti	Sviluppo e commercializzazione di prodotti a basso impatto ambientale	Investimenti in R&S per sviluppare prodotti che, in tutte le fasi della catena del valore, utilizzino energia e risorse naturali in modo efficiente.	SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	
	Sostanze pericolose	Garantire la salubrità e la sicurezza dei prodotti dell'azienda a beneficio di consumatori, lavoratori e gruppi di interesse	Monitoraggio, ricerca e sviluppo per ciò che concerne le sostanze pericolose		

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Nome dello standard GRI	Temi materiali	No.	Titolo	Sezione del bilancio	Ragioni di omissione	Pag.	
<b>Dettagli organizzativi</b>							
GRI 2 informativa generale (2021)		2-1	Dettagli organizzativi	Guida alla lettura Evoluzione del gruppo Organigramma societario Produzione I mercati e la rete di distribuzione		3 7 9 10 15	
		2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Guida alla lettura		3	
		2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Guida alla lettura		3	
		2-4	Revisione delle informazioni	Guida alla lettura		3	
		2-5	Assurance esterna	Guida alla lettura		3	
	<b>Attività e lavoratori</b>						
		2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Produzione Brand del gruppo I mercati e la rete di distribuzione		10 11 15	
		2-7	Dipendenti	Persone Diversità e inclusione		29 37	
		2-8	Lavoratori non dipendenti	Persone		29	
	<b>Governance</b>						
		2-9	Struttura e composizione della governance	Struttura e composizione della governance		47	
		2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Struttura e composizione della governance		47	
		2-11	Presidente del massimo organo di governo	Struttura e composizione della governance		47	
		2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Governance di sostenibilità		47	
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Struttura e composizione della governance		47		
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Governance di sostenibilità Struttura e composizione della governance		47 47		

Nome dello standard GRI	Temi materiali	No.	Titolo	Sezione del bilancio	Ragioni di omissione	Pag.	
GRI 2 informativa generale (2021)		2-15	Conflitti d'interesse	Struttura e composizione della governance		47	
		2-16	Comunicazione delle criticità	Struttura e composizione della governance		47	
		2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Struttura e composizione della governance		47	
		2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	Struttura e composizione della governance		47	
		2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	Struttura e composizione della governance		47	
		2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	Persone		29	
		2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	-	Vincolo di riservatezza		
		2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Guida alla lettura Governance di sostenibilità		3 47	
		2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	-	Informazioni non disponibili: F.lli Campagnolo sta definendo le modalità di gestione dei propri impatti negativi		
		2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	-	Informazioni non disponibili: F.lli Campagnolo sta implementando le modalità per chiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni		
		2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Non ci sono state non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione			
		2-28	Appartenenza ad associazioni	F.lli Campagnolo fa parte di associazioni di categoria come Confindustria Vicenza e Assosport		39	
	<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>						
			2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Le priorità per F.lli Campagnolo: i temi materiali		17
		2-30	Contratti collettivi	Persone		29	
<b>Informative sui temi materiali</b>							
GRI 3 informative sui temi materiali		3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Le priorità per F.lli Campagnolo: i temi materiali		17	
		3-2	Elenco dei temi materiali	Le priorità per F.lli Campagnolo: i temi materiali		17	
		3-3	Gestione dei temi materiali	Planet: ridurre l'impronta ecologica passo dopo passo People: insieme per un futuro sostenibile Principle of governance: la bussola che orienta i nostri passi		20 28 46	

Nome dello standard GRI	TemI materiali	No.	Titolo	Sezione del bilancio	Ragioni di omissione	Pag.	
<b>Ambito economico</b>							
Ambito economico	Performance economiche	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Performance economiche		49	
		205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Non vi sono stati episodi di corruzione accertati			
	Comportamento anticoncorrenziale	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Non vi sono state azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche			
<b>Ambito ambientale</b>							
	Energia	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Gestione dell'energia		23	
		302-2	Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	Gestione dell'energia		23	
		302-3	Intensità energetica	Gestione dell'energia		23	
		303-5	Consumo idrico	Risorsa idrica		27	
	Emissioni	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Carbon footprint		25	
		305-2	Emissioni dirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Carbon footprint		25	
		305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Carbon footprint		25	
		305-4	Intensità delle emissioni di GHG	Carbon footprint		25	
	Rifiuti	306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Uso dei materiali e gestione dei rifiuti		21	
		306-2	Gestione degli impatti significativi correlati ai rifiuti	Uso dei materiali e gestione dei rifiuti		21	
		306-3	Rifiuti generati	Uso dei materiali e gestione dei rifiuti		21	
		306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	Uso dei materiali e gestione dei rifiuti		21	
		306-5	Rifiuti conferiti in discarica	Uso dei materiali e gestione dei rifiuti		21	
		306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	Uso dei materiali e gestione dei rifiuti		21	
	Valutazione ambientale dei fornitori	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Catena di fornitura		50	
	<b>Ambito sociale</b>						
	Ambito sociale	Occupazione	401-1	Nuove assunzioni e turnover	Persone		29
			401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Persone		29

Nome dello standard GRI	Tematismi materiali	No.	Titolo	Sezione del bilancio	Ragioni di omissione	Pag.
Ambito sociale	Salute e sicurezza sul lavoro	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza		38
		403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza		38
		403-3	Servizi per la salute professionale	Salute e sicurezza		38
		403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Salute e sicurezza		38
		403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza		38
		403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Persone		29
		403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Persone		29
		403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Persone		29
		403-9	infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza		38
	Formazione e istruzione	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Persone		29
		404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Persone		29
	Diversità e pari opportunità	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Diversità e inclusione		37
	Comunità locali	413-1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	Sviluppo della comunità		39
		413-2	operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	Sviluppo della comunità		39
	Valutazione sociale dei fornitori	414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Catena di fornitura		50
		416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Non si sono verificati episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		-
		417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Non si sono verificati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		-
			417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Non si sono verificati casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	
	Privacy dei clienti	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Non si sono verificate denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		-
	Compliance socioeconomica	419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Non vi sono state non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica		-

Coordinamento tecnico-scientifico



Progetto grafico:



**Neutralia**  
Your way to carbon neutrality

**F.LLI CAMPAGNOLO**

Via Merlo, 2  
36060 Romano d'Ezzelino  
(VI) Italy

[www.campagnolo.it](http://www.campagnolo.it)

[sustainability@campagnolo.it](mailto:sustainability@campagnolo.it)

+39 0424 515411