

F.LLI CAMPAGNOLO

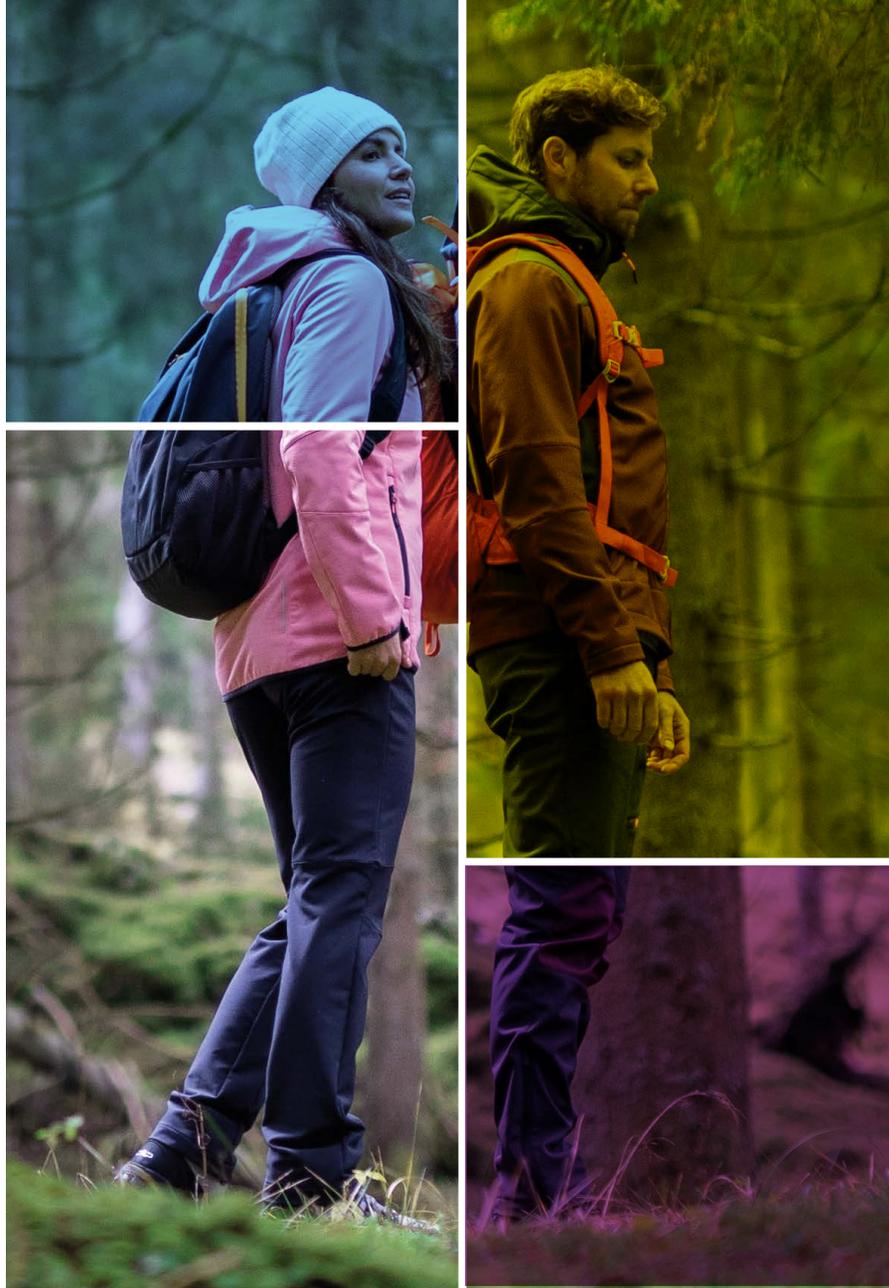
NACHHALTIGKEITSREPORT
2023

CMP

MELBY

Maryplaid
coppi si danore

JEANNE
BARET



BRIEF AN DIE STAKEHOLDERS

„In einem Würfel aus Zement wird jede meiner Bewegungen beobachtet, mir bleibt nur eine Stunde Luft, um meine Knochen auszustrecken.“



Michela Campagnolo
Geschäftsführerin von F.lli Campagnolo S.p.A.

So beginnt das Gedicht, das von einem Gefängnisinsassen aus dem Hochsicherheitstrakt verfasst wurde und beim italienischen Literaturwettbewerb „Voci Verdi 2023“ den ersten Preis gewonnen hat.

Ein starker Text, bei dem uns zunächst der Atem stockte. Danach hat er uns sehr nachdenklich in Bezug auf das Konzept von Freiheit, der Mauer im wörtlichen Sinne, wie im Fall des Häftlings, als auch im übertragenen Sinne, wie in unserem Fall, gemacht. Der Mut hinauszudenken, über die eigenen Grenzen, die Vorurteile und unsere Komfortzone hinweg. Ist das nicht auch die Aufgabe von uns Unternehmern? Mein Vater hat uns immer beigebracht, von jedem Anregungen und Meinungen aufzugreifen, Entscheidungen nicht einzuschränken und anderen gegenüber offen zu sein. Das ist nicht immer leicht und man hat nicht immer die Kraft dazu, aber wie viel Schönes liegt doch im Unerwarteten verborgen. Was für eine Genugtuung, nicht hinter den in diesem Fall komfortablen Mauern des eigenen Unternehmens zu verharren.

Genau durch diese an den Tag gelegte offene Haltung hatten wird das Glück, neue Realitäten kennenzulernen, scheinbar weit weg von uns, aber die uns neuen Ansporn

und Erfahrungen bei unserer beruflichen und persönlichen Entfaltung gegeben haben. Hierzu zählen etwa die Personen hinter Gittern, die Unterstützung von Schülern am Gymnasium, die eine Sonde in den Weltraum geschossen haben oder eine simple Gruppe von Freunden, die einen von ihnen mit Behinderung auf einem anstrengenden und anspruchsvollen Weg begleitet haben, der auf den ersten Blick unmöglich erschien sowie alle anderen Realitäten, die sich in der dritten Ausgabe dieses Nachhaltigkeitsreports gesammelt wiederfinden.

Aus Schönheit entsteht Schönheit. Die Schönheit als Retter, wie uns aus dem Gefängnis erklärt wurde.

Das Gedicht endet mit diesen Worten des Mutes und der Hoffnung:

„In einem Würfel aus Zement ist mein Körper eure Geisel, aber am Abend kommt der Wind und ich gehe auf eine Reise.“

Unser Wunsch und unsere Sehnsucht bestehen also darin, nicht Gefangene von Vorurteilen, von unserer Lage und unseren Überzeugungen zu bleiben, sondern immer auf einer Reise zu sein, auf der Suche nach Anreizen und nach Unbekanntem, in einem gegenseitigen Austausch und offen für Neues.

ANWENDUNG

Bei dieser Herausgabe handelt es sich um die **dritte Ausgabe der Nachhaltigkeitsbilanz der Gruppe F.lli Campagnolo S.p.A.** Durch die Auswahl und Definition von qualitativen und quantitativen Schlüsselindikatoren wird die **ESG-Leistung** für das Jahr 2023 festgelegt. Zudem werden die zukünftigen Ziele für Verbesserungen bestimmt. Wenn möglich werden **die Daten in Form von Zeitreihen angegeben**, um die Entwicklung der Indikatoren im Zeitverlauf zu verdeutlichen.

Die in diesem Dokument enthaltenen **qualitativen und quantitativen Informationen zu sozialen, ökologischen und wirtschaftlich-finanziellen Aspekten** wurden durch Befragungen der Verantwortlichen unterschiedlicher Unternehmensfunktionen und durch den Versand von Datenerhebungsformularen im Rahmen eines jährlichen Prozesses zur Berichterstattung gesammelt.

Der Umfang der Analyse blieb im Vergleich zu den vorangegangenen Ausgaben beinahe unverändert, **einschließlich**

der Werke von F.lli Campagnolo, die Auswirkungen haben. Der Einzelhandel, der „geclustert“ wurde, kam hinzu. Überprüft wurden insbesondere die Hauptniederlassung der Gruppe in Romano d'Ezzelino (Provinz Vicenza), vier Betriebe in Bassano del Grappa (Provinz Vicenza), Trebaseleghe (Provinz Padua) und Mussolente (Provinz Vicenza) sowie die Werke in Tunesien und Rumänien. Der Betriebs- und Managementsitz in Romano d'Ezzelino umfasst die Abteilung Style Vertrieb, Marketing, Grafik, E-Commerce, Einzelhandel, Personalwesen, Nachhaltigkeit, Outsourcing, Stil, Produktdesign und -entwicklung, Sicherheit, Einkauf, Verwaltung, Finanzen und Kontrolle, IT und Logistik.

Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den **internationalen Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI-Standards)** mit der Option „**unter Bezugnahme auf**“ erstellt.

Gleichzeitig wurden die Richtlinien des Aktionsprogramms der **Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Agenda 2030** befolgt.

Diese jährlich erstellte Nachhaltigkeitsbilanz ist nicht Gegenstand einer externen Prüfung.



DIE ZAHLEN DER GRUPPE F.LLI CAMPAGNOLO



> 1320 Angestellte



> 230 Mio.
erzeugter wirtschaftlicher Wert*

> 70

Jahre Unternehmensgeschichte

> 9

Millionen produzierte
Kleidungsstück pro Jahr



> 50

Monolabel-Stores in Italien und im Ausland

5

Marken

CMP

MELBY

Maryplaid
coprini d'amore

JEANNE
BARET



> 35

Exportländer

> 5000

Multibrand-Kunden

*Von der Gruppe erzeugter wirtschaftlicher Wert, einschließlich der Niederlassungen, die sich nicht in der Berichterstattung der Nachhaltigkeitsbilanz befinden

INHALT

Unternehmen: das Wesen der Marke

Entwicklung der Gruppe	7
Werte und Grundsätze	8
Unternehmensorganigramm	9
Fertigung	10
Marken der Gruppe	11
Die Märkte und das Vertriebsnetz	15
Die Prioritäten für F.lli Campagnolo: die wesentlichen Themen	17
Stakeholder Engagement	17
Analyse und Wesentlichkeitsmatrix	18

Planet: Schritt für Schritt den ökologischen Fußabdruck verringern

Materialeinsatz und Abfallwirtschaft	21
Energiemanagement	23
CO ₂ -Fußabdruck	25
Wasserreserven	27

Menschen: gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft

Personen	29
Diversität und Inklusivität	37
Gesundheit und Sicherheit	38
Entwicklung der Gemeinschaft	39

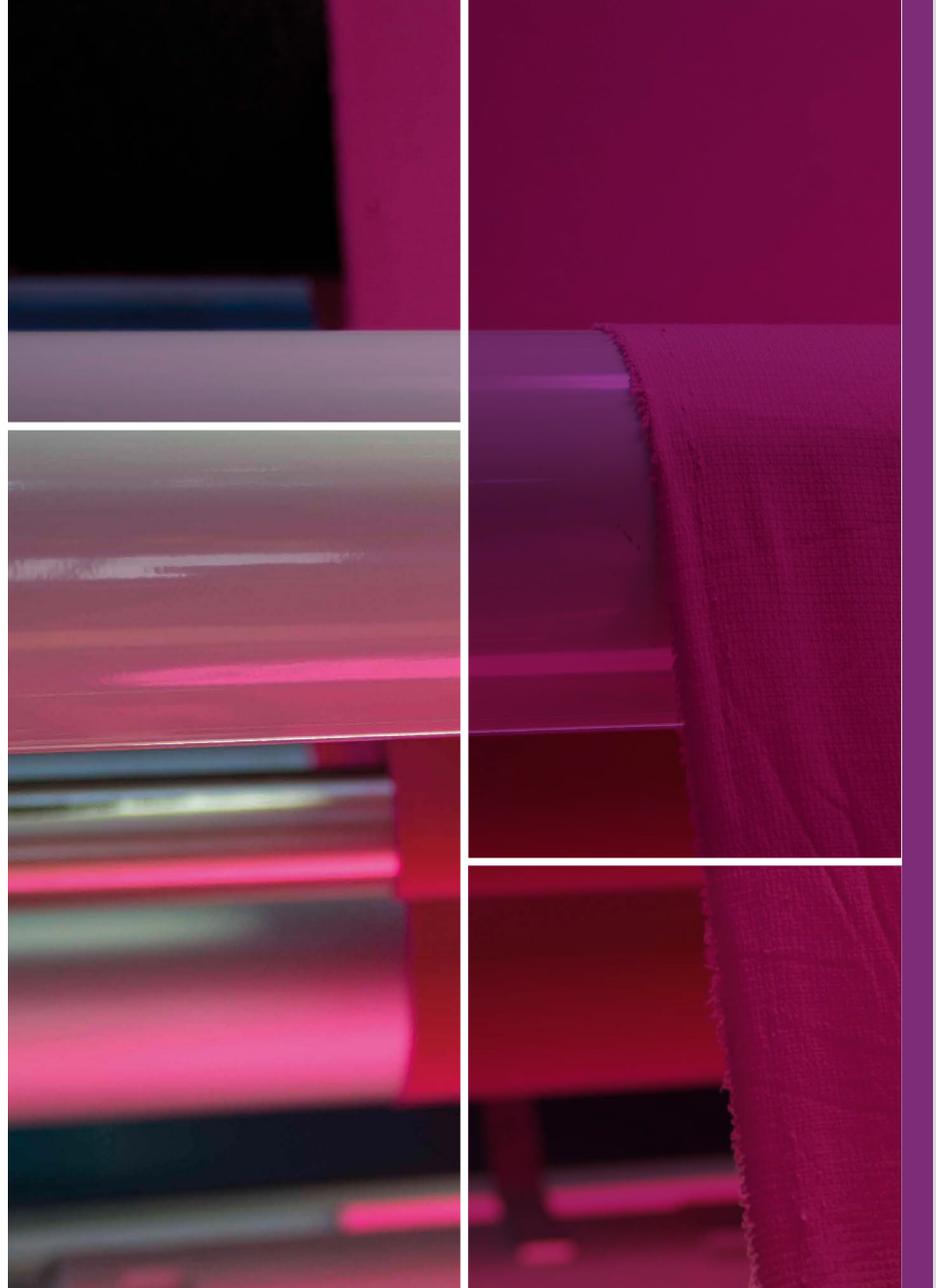
Governance-Grundsätze: der Kompass, an dem sich unsere Schritte orientieren

Nachhaltigkeits-Governance	47
Führungsstruktur und Zusammensetzung	47
Wirtschaftliche Leistung	49
Lieferkette	50
Werte des Verhaltenskodex	51
Produktinnovation und Digitalisierung	52
Nachhaltigkeitsprogramm 2023/2025: unser Einsatz für die Zukunft	53
GRI-Inhaltsindex	55



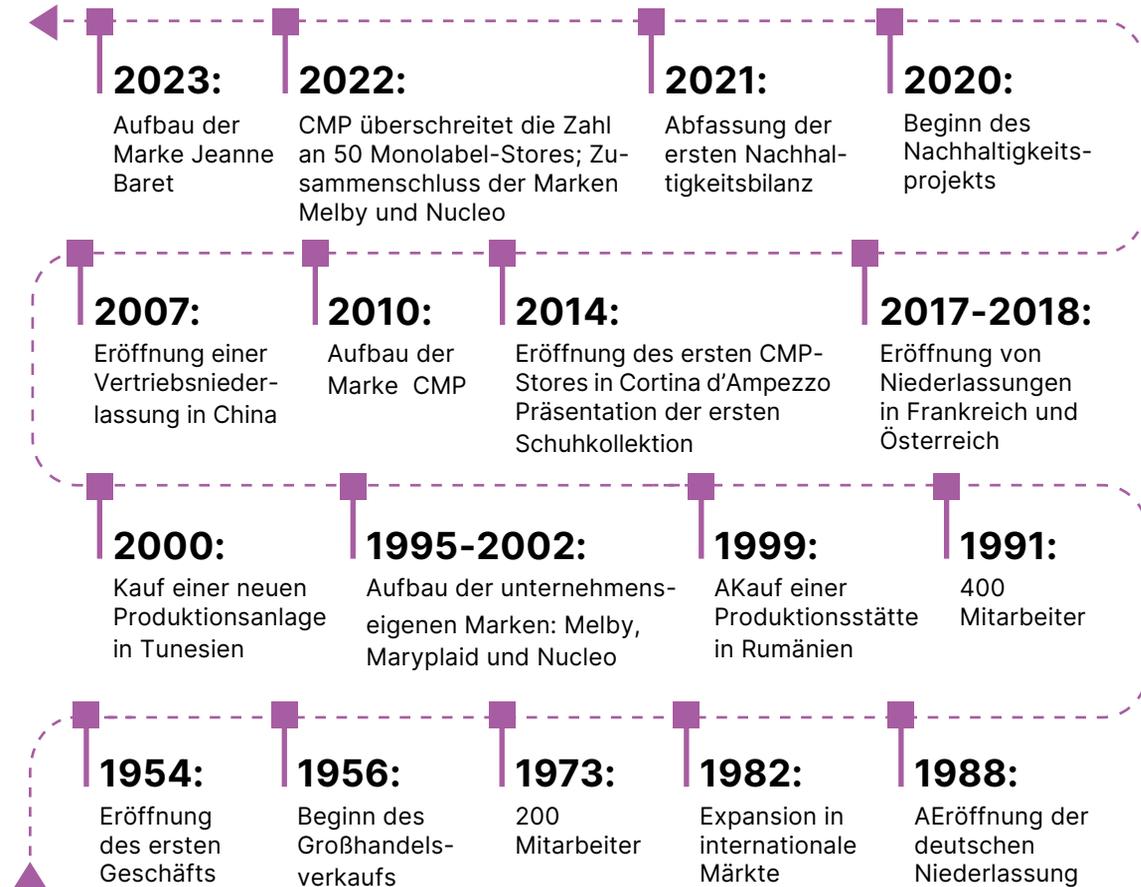
DAS UNTERNEHMEN

DAS WESEN DER MARKE



ENTWICKLUNG DER GRUPPE

Im Jahr 1948 schaffte die junge Witwe **Maria Disegna**, die für ihre fünf Kinder Sorge tragen musste, **die Grundlagen für ein Textilimperium**. Mit einem kleinen Marktstand in Bassano del Grappa, in einem noch vom Krieg verwundeten Italien, begann das unternehmerische Abenteuer von Fratelli Campagnolo. Trotz wirtschaftlicher Schwierigkeiten und familiärer Verpflichtungen strotzte Maria vor außergewöhnlicher Beharrlichkeit und arbeitete unermüdlich, um ihre Kinder zu ernähren und ihrer Familie eine bessere Zukunft zu ermöglichen. **Durch ihren Mut und ihre Entschlossenheit wurde das, was mit einem kleinen Geschäft begann, im Laufe der Jahre zu einem der bedeutendsten Textilunternehmen Italiens.**



* Für weitere Informationen über die Geschichte und die Entwicklung der Gruppe F.lli Campagnolo die Nachhaltigkeitsbilanz 2022 einsehen.

WERTE UND GRUNDSÄTZE

Seit den Anfängen ist die Aktivität des Unternehmens mit grundlegenden Werten verwurzelt. Dazu zählen etwa **Ehrlichkeit, Loyalität und Solidarität**. Dabei wird nicht nur Profit angestrebt, sondern auch **das Wohl der Menschen und des Gebiets, auf dem gearbeitet wird**.

Diese Werte, die tief in der Unternehmenskultur liegen, werden durch einen starken familiären Zusammenhalt und eine unlösliche Verbindung mit der Gemeinde Bassano del Grappa bestärkt.

Das Unternehmen bleibt diesen Idealen trotz des Wachstums und der Herausforderungen der modernen Welt bis heute treu und setzt sein Engagement fort, das enge Verhältnis mit der Gemeinschaft vor Ort zu pflegen, aber auch den eigenen Horizont hin zu ferner liegenden und internationaleren Realitäten zu erweitern und dabei der Umwelt gegenüber, von der es empfangen wird, verantwortlich aufzutreten. **Alle Interessensvertreter werden vom Unternehmen für diesen Einsatz** mit der Erkenntnis **aktiv**

einbezogen, wie wichtig ein offener und kooperativer Dialog für den Aufbau einer nachhaltigen Zukunft ist.

Das Ziel ist, **einen positiven Abdruck bei künftigen Generationen** zu hinterlassen und dabei einen Beitrag an einer Entwicklung zu leisten, die die menschlichen und natürlichen Ressourcen respektiert und nutzt. **Gleichzeitig wird sichergestellt, dass für die Gemeinschaft dauerhaft Wohlstand und Wohlergehen entsteht.**

„IN DER VERFLECHTUNG DER VERSCHIEDENEN GENERATIONEN LIEGT UNSERE STÄRKE“

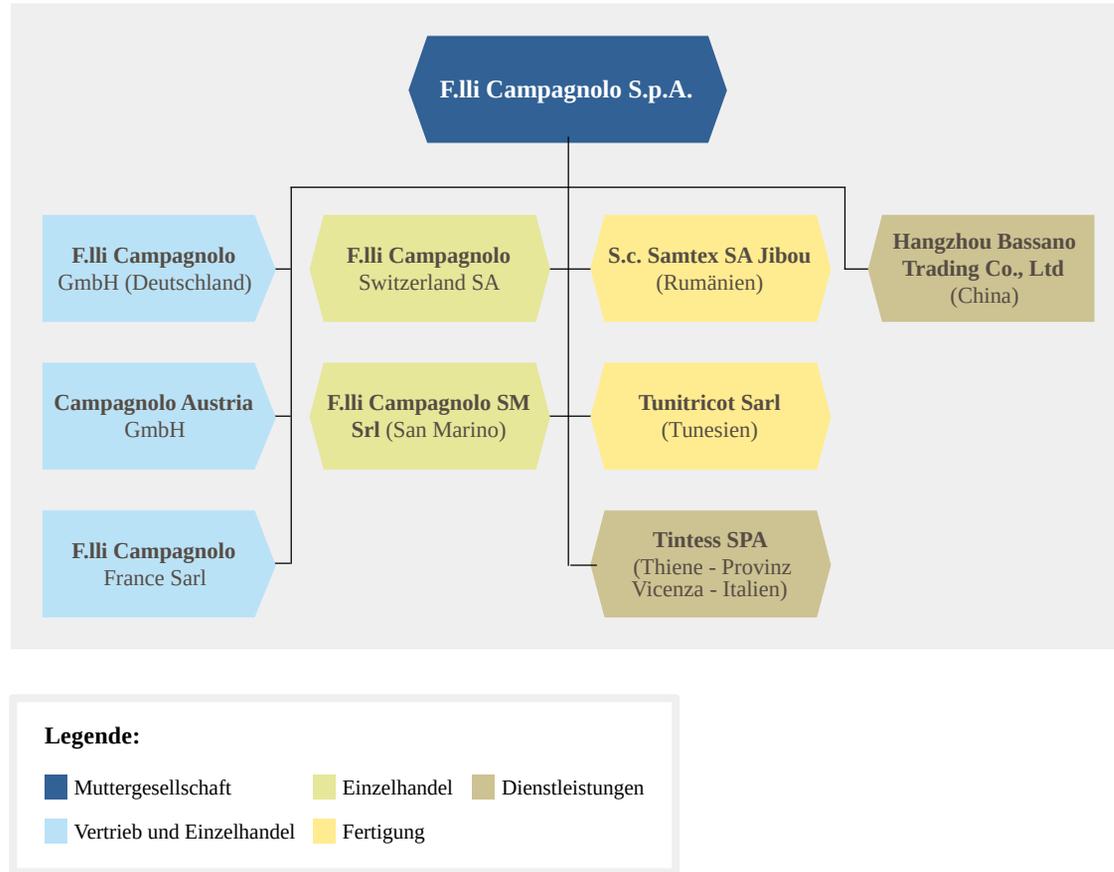
Zitat Fabio Campagnolo
Geschäftsführer von F.lli Campagnolo S.p.A.



Familie Campagnolo

UNTERNEHMENSORGANIGRAMM

Nachfolgend wird die Organisationsstruktur der Gruppe dargestellt. **Am Hauptsitz** in Romano d'Ezzelino (Provinz Vicenza) **befinden sich der Verwaltungsrat und die wichtigsten Führungskräfte, die für die strategischen Entscheidungen und die umfassende Politikgestaltung verantwortlich sind.** Das Unternehmen F.lli Campagnolo S.p.A. ist für die Aktivitäten bei Produktion, Vertrieb und Strategie im Einzelhandel und Handel zuständig. **Auf internationaler Ebene agiert die Gruppe mit einem Netz konsolidierter Tochtergesellschaften,** die die Geschäfte vor Ort leiten und die Umsetzung globaler Strategien auf ausländischen Märkten sicherstellen. Diese Tochtergesellschaften gewährleisten eine effektive Koordinierung und das Erreichen der Unternehmensziele auf globaler Ebene. Sie sind dem Hauptsitz direkt unterstellt.



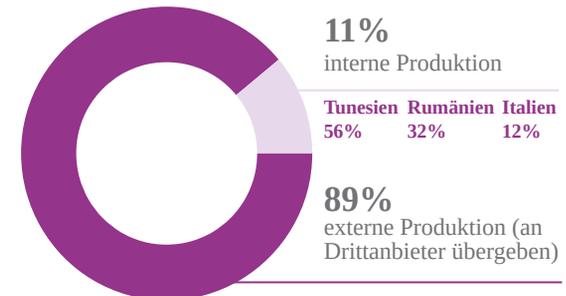
FERTIGUNG

Das Unternehmen F.lli Campagnolo arbeitet mit einer **vertikalen Organisationsstruktur, sodass es die Wertschöpfungskette innerhalb der Gruppe kontrollieren kann.** Angefangen bei der stilistischen Gestaltung über die Webarbeit und Färberei bis hin zum Waschen, Bügeln, Schneiden, Konfektionieren und dem Verpacken wird jede Phase des Produktionsprozesses mit Sorgfalt gehandhabt. Ein höchst qualifiziertes Team aus Designern, Produktmanagern und ein externes, spezialisiertes Beschaffungsnetzwerk machen dies möglich. **Die Produktion** wird etwa hundert **Lieferanten** anvertraut, die das fertige Produkt liefern. Parallel hierzu kann das Unternehmen auf über **600 Mitarbeiter** in seinen eigenen Werken in Rumänien und Tunesien bauen, in denen fortlaufende Artikel und Kleidungsstücke der neuen Kollektionen konfektioniert werden. Diese Kombination aus internen und externen Ressourcen garantiert ein hohes Maß an Qualität und Flexibilität bei der Produktion. Gleichzeitig wird dabei die Fähigkeit sichergestellt,

wirksam auf die Marktanforderungen zu reagieren. **Im Jahr 2023 produzierte F.lli Campagnolo über 9 Millionen Artikel,** die intern und extern gefertigt wurden. **Die interne Produktion erfolgt in den eigenen Werken in Rumänien und Tunesien.** Hier werden die Stoffe zugeschnitten, gefärbt und konfektioniert. Die Konfektion erfolgt durch die Tochtergesellschaft Samtex zu 32 % in Rumänien, die hauptsächlich Kleidungsstücke anfertigt, die nach OEKO-TEX® STANDARD 100 zertifiziert sind, zu 56 % in Tunesien bei der Tochtergesellschaft Tunitricot und die restlichen 12 % in lokalen italienischen Werken. **Die externe Produktion erfolgt in Werken von Drittanbietern,** bei denen die Artikel konfektioniert und fertig für den Versand übergeben werden. Dies erfolgt in Übereinstimmung mit den durch die Gruppe festgelegten Richtlinien zu Design und Entwicklung. **Die Beziehungen zu den Lieferanten sind langfristig angelegt und zielen auf die Einhaltung strenger Qualitäts- und Sicherheitsstandards ab.** Die Zusammenarbeit umfasst eine aktive Beteiligung bei Forschung und Entwicklung sowie die Unterstützung

der Stil- und Produktabteilung. Mit diesem Ansatz konnte ein wirksames Gleichgewicht geschaffen werden, das dem Markt qualitativ hochwertige Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen bietet. **Der Fertigungsprozess beginnt mit der Definition des Stils,** die auf der Erforschung neuer Trends, dem Feedback des Markts, der Analyse historischer Daten und der Bewertung der Zukunftsaussichten beruht. **Danach folgen in der Modellabteilung Anproben, Größenentwicklung und Bedarfsstudien zu den Rohmaterialien.** Diese Phase endet mit dem von den Lieferanten hergestellten **Prototypen, der Definition des Musters und dem Beginn der Produktion.**

Die Produktion von F.lli Campagnolo





MARKEN DER GRUPPE

Die Gruppe F.lli Campagnolo besteht aus unterschiedlichen Realitäten, die alle das Ergebnis einer langen unternehmerischen Erfahrung in der Textilwelt sind. **Seit fast 70 Jahren produziert und vertreibt das Unternehmen F.lli Campagnolo S.p.A. erfolgreiche Kollektionen.** Die Marken der Gruppe verstehen es, die Wünsche derjenigen zu interpretieren, die Kleidung mit einem authentischen und unverwechselbaren Stil suchen, angefangen bei Kleinkindern hin zu Teenagern über junge Erwachsene bis hin zu Familien. **Praktisch und qualitativ hochwertig, technisch und farbig bezeichnend** gehören zu den unverwechselbaren Werten. Das Angebot der Gruppe umfasst zudem Kollektionen für die Wohnungseinrichtung, Freizeitkleidung und stilvolle Lösungen für das Leben in der Natur. Abgerundet wird das Ganze durch eine neue Linie bei der **Damenbekleidung, die sich sowohl für die Arbeit als auch für die Freizeit eignet.** Jedes Kleidungsstück

wurde entworfen, um Ästhetik und Funktionalität miteinander zu vereinen und eine qualitativ hochwertige und vielseitige Garderobe zu kreieren, perfekt für jede Gelegenheit.*



Im Jahr 2010 **wurde CMP offiziell vorgestellt.** CMP baut auf ein wertvolles Erbe auf und bietet Kollektionen an, die Bekleidung, Schuhe und Accessoires für verschiedene Einsatzzwecke umfassen, wie Trekking, Wandern, Straßenlauf, Trailrunning, Skifahren und urbane Aktivitäten mit Sport- und Fitnessbekleidung. CMP zeichnet sich durch ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Stil, Komfort und Leistung stehen für eine abenteuerliche und bewusste Lebensart. **Die Marke CMP ist zuverlässig und authentisch. Sie eignet sich für alle, die Sport und Abenteuer, egal auf welchem Niveau, lieben und Emotionen im Outdoorbereich und im täglichen Leben suchen.**

*Weitere Einzelheiten zu den Eigenschaften der Marken und der Entwicklung der Outdoor-Produkte finden sich in der Nachhaltigkeitsbilanz 2022.



Die Marke Melby bietet seit 1975 qualitativ hochwertige Kleidung mit einer persönlichen Note für **Kinder und Jugendliche im Alter von 0 bis 16 Jahren** an. Sie entwickelt sich mit den von Kindern geliebten Trends weiter, wobei die von Erwachsenen geschätzte Akkuratessse beibehalten wird, um den Anforderungen der ganzen Familie gerecht zu werden. Melby möchte die Veränderungen bei seiner Zielgruppe durch visuelle Codes und Sprachen, sowohl physisch als auch digital, interpretieren, um den Kindern und Jugendlichen, an die sich das Ganze richtet, die Möglichkeit zu geben, ihre Identität zu bewahren und sich gleichzeitig in ihrer eigenen Gruppe abzusetzen.



Maryplaid, die Linie für Heimtextilien, entstand 1995 durch den kreativen Geist von Maria Pia Campagnolo und **zeichnet sich durch eine sorgfältige Wahl der Materialien und originelle Designsprache aus**. Die Kollektion umfasst Decken, Badtextilien, Einrichtungsgegenstände und Accessoires sowie eine Homewear-Kollektion mit Schlafanzügen, Morgenmänteln und Loungewear. Im Jahr 2004 wurde die Linie um **Maryhome** erweitert. Ein komplettes und abgestimmtes Angebot, seine Zeit zu Hause und entspannte Augenblicke bestmöglich erleben zu können. Seit dem Jahr 2007 fertigt und vertreibt die Marke durch eine Lizenzvereinbarung auch Schlafanzüge für Herren und Badtextilien der Marke **Marina Militare**.



Bei der Marke FC F.lli Campagnolo handelt es sich um eine Basic-Reihe für die City und sportliche Aktivitäten. Die Marke besteht aus einfachen Teilen für Mix & Match. Alle Anforderungen an die täglichen Aktivitäten im Leben können so bei voller Bewegungsfreiheit und mit Komfort abgedeckt werden. Die Kollektion wird in jeder Saison durch ein Angebot bereichert, das speziell für alle Funktionen entwickelt wurde. Hierzu zählen im Besonderen die Jogginganzüge, für das Unternehmen ein Produkt mit Geschichte und ein Highlight der Produktion. Durch die in diesem Bereich gesammelte Erfahrung bietet die Linie eine breite Palette an Stoffen und Modellen. Sie eignet sich sowohl für aktiven Sport als auch für alle etwas ruhigeren Aktivitäten.



Kleidungsstücke, die die Weiblichkeit unterstreichen, ohne dabei weniger praktisch zu sein. Jedes Teil ist so konzipiert, dass es sich an verschiedene Gelegenheiten anpassen kann, sei es im städtischen Umfeld oder in Abenteuersituationen. Dabei werden der Komfort und die Sicherheit garantiert, sich unabhängig von der Umgebung wohlfühlen. Jeanne Baret ist das **Symbol einer Frau, die die Welt als Bühne lebt und bereit dazu ist, neue Emotionen zu entdecken und ihren Stil zu jedem Tageszeitpunkt auszudrücken.**

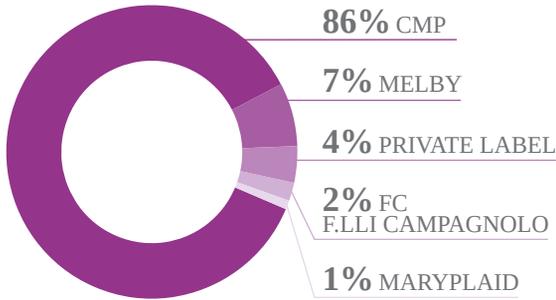
Die Marke lässt sich von der französischen Entdeckerin und Botanikerin Jeanne Baret inspirieren, die Ende des 18. Jahrhunderts als erste Frau die Welt umsegelte. Mit ihrem außerordentlichen Mut widersetzte sie sich den strengen gesellschaftlichen Konventionen der damaligen Zeit, indem sie sich als Mann verkleidete und vorgab, die Assistentin des Naturforschers Philibert Commerson zu sein, um an einer wissenschaftlichen Expedition teilzunehmen. In einer Zeit, in der Frauen von französischen Schiffen verbannt waren, stellte ihre Entscheidung einen beispiellosen Akt der Kühnheit dar. So konnte sie ihren Traum verwirklichen, Botanikerin zu werden und einen unauslöschlichen Eindruck in der Wissenschaftsgeschichte zu hinterlassen. Während der Teilnahme an Bougainvilles Expedition mit den Schiffen Boudeuse und Étoile, die 1766 von Nantes aus in See stachen, entdeckte Jeanne in Brasilien eine spektakuläre Kletterpflanze, die sie zu Ehren des Kapitäns der Expedition Bougainvillea nannte. Die gewissenhafte Arbeit des Sammelns und Katalogisierens tausender neuer Pflanzen, darunter siebzig, die später Commerson zugeordnet wurden, wurde größtenteils von Jeanne selbst durchgeführt.

Ihre Geschichte verkörpert die Entschlossenheit, die von der Gesellschaft auferlegten Grenzen zu überwinden. Ein Vermächtnis aus Mut und Neugierde, das in jeder modernen Frau weiterlebt, die den Herausforderungen des Lebens mutig gegenübertritt. Jeanne Baret ist nicht nur eine historische Figur, sondern auch ein Symbol für Widerstandsfähigkeit und Innovation, das die Marke inspiriert und leitet, um mit demselben unbeugsamen Geist neue Horizonte zu erkunden.



DIE ZAHLEN DER MARKEN

Verteilung des Umsatzes



Verteilung im Einzelhandel der Marken - Ladengeschäfte

CMP	37
Melby	12
Factory Outlet	5

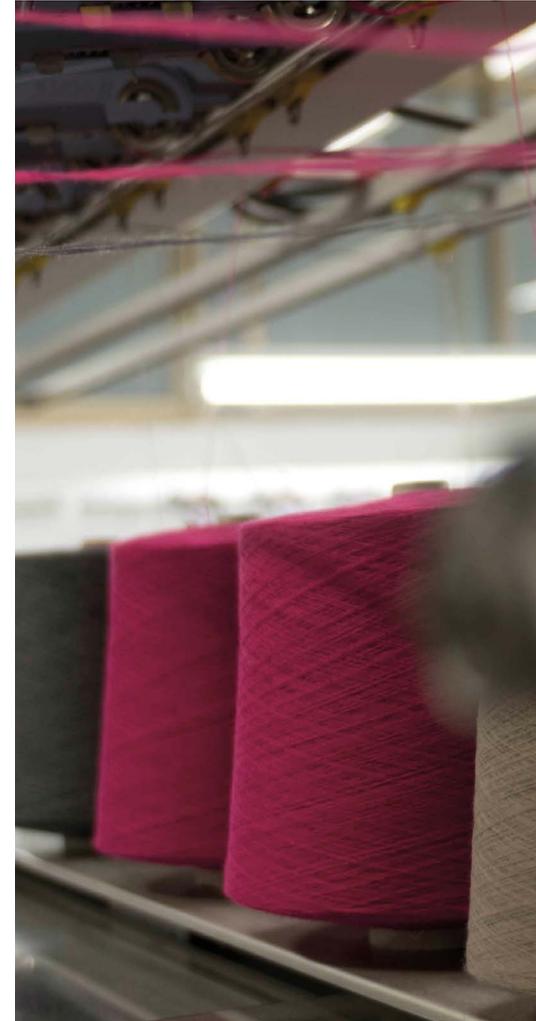
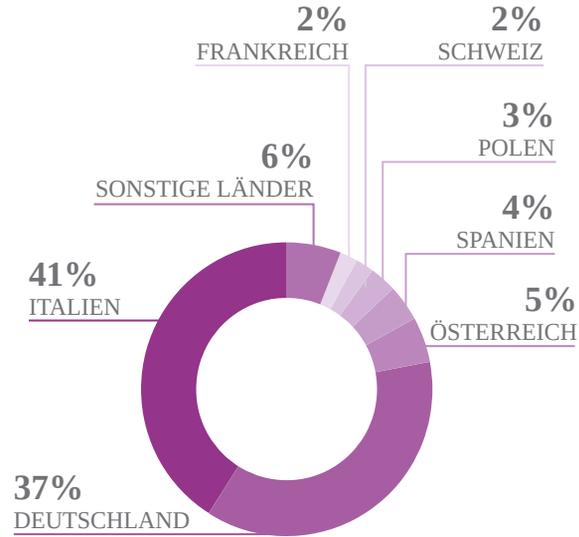
PRIVATE LABEL

Das Unternehmen F.lli Campagnolo hat sich im Laufe der Zeit durch die Qualität und Langlebigkeit seiner Produkte einen soliden Ruf erworben, der so gut ist, dass **einige Konzerne die Herstellung ihrer eigenen Marke in Auftrag geben**. Aufgrund der gefestigten, langjährigen Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen entwirft und produziert F.lli Campagnolo Kleidung, die anschließend personalisiert und über die Verkaufskanäle der Kundenunternehmen vertrieben oder als Arbeitskleidung für die Mitarbeiter verwendet wird.



DIE MÄRKTE UND DAS VERTRIEBSNETZ

Die Gruppe F.lli Campagnolo, die aus einem ländlichen Familienbetrieb hervorgegangen ist, hat sich im Laufe der Jahre immer mehr den internationalen Märkten geöffnet, wo die Qualität und die Zugänglichkeit der Produkte geschätzt werden. Materialforschung und Kollektionen, die von Saison zu Saison neue Trends vorwegnehmen und interpretieren, sind die Pluspunkte, die von internationalen Kunden geschätzt werden. **Bis 2023 war über die Hälfte der Produktion für den Export bestimmt.** Der europäische Markt spielt dabei eine wichtige Rolle und macht den größten Teil des Auslandsumsatzes aus.





DIE MÄRKTE DER GRUPPE

EUROPA:

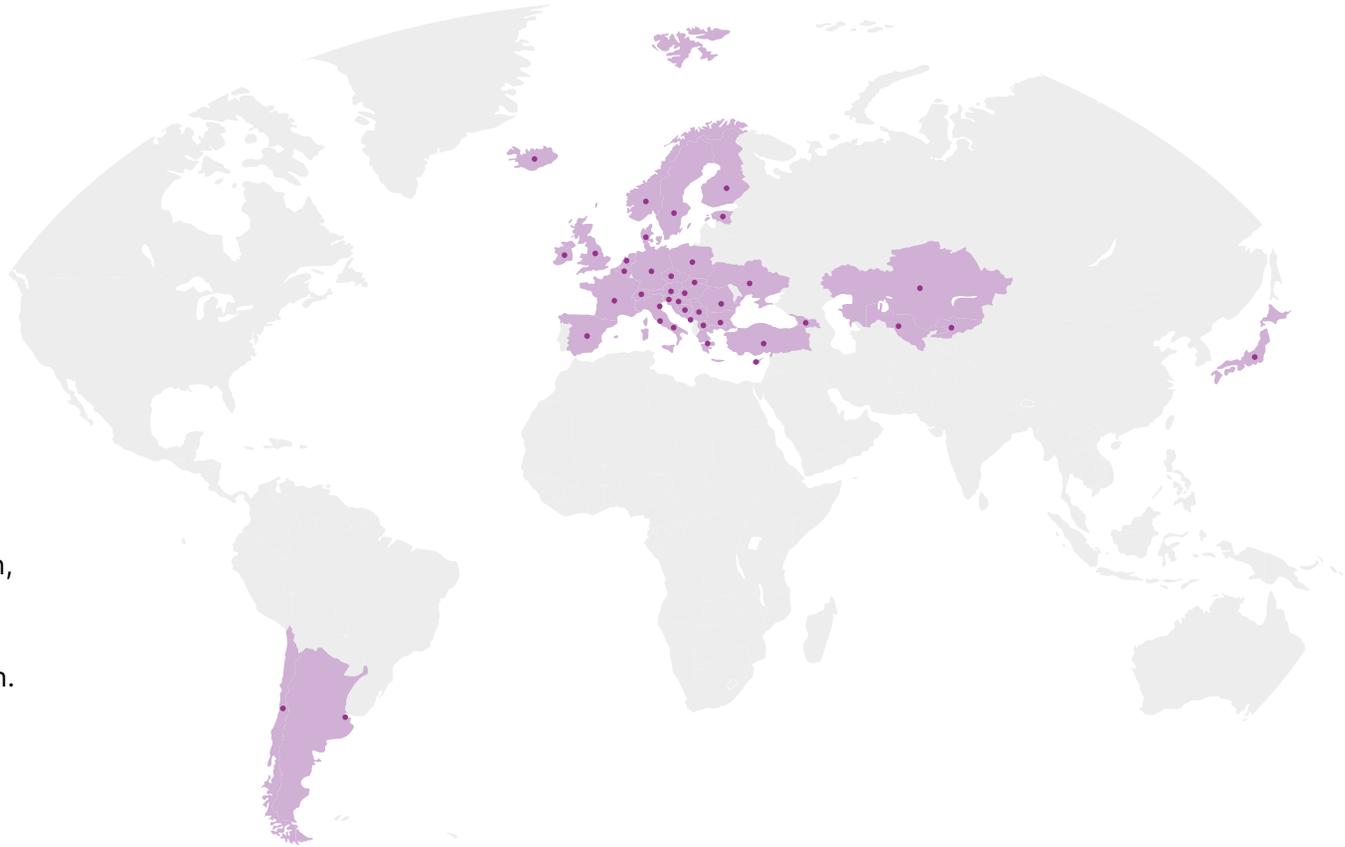
Belgien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Georgien, Griechenland, Großbritannien, Irland, Island, Italien, Kosovo, Kroatien, Mazedonien, Norwegen, Österreich, Polen, Niederlande, Rumänien, San Marino, Schweden, Schweiz, Serbien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Türkei, Ukraine, Ungarn, Vatikanstadt, Zypern.

SÜDAMERIKA:

Argentinien, Chile.

ASIEN:

Japan, Kirgisistan, Kasachstan, Usbekistan.



DIE PRIORITÄTEN FÜR F.LLI CAMPAGNOLO: DIE WESENTLICHEN THEMEN

Seit 2021 drückt das Unternehmen F.lli Campagnolo sein Engagement dadurch aus, dass es für die Integration der ESG-Kriterien in das Unternehmensmanagement über die Nachhaltigkeitsbilanz steht. In diesem Zusammenhang führt es alle zwei Jahre eine Wesentlichkeitsanalyse durch, bei der unter Einbeziehung interner und externer Stakeholder die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen ermittelt werden. Hierzu zählen die Kriterien für Umwelt, Soziales und Unternehmensführung, die den Prozess zur Berichterstattung leiten und Verbesserungsziele für die Zukunft festlegen.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Die **Interessenvertreter**, also die sogenannten Stakeholder, **stehen für Personen oder eine Gruppe, die von den Aktivitäten von F.lli Campagnolo beeinflusst werden** und auf die sich die

Tätigkeiten, die Produkte, die Services und die Leistungen positiv oder negativ auswirken können. Den Unternehmen kommt eine besondere Verantwortung gegenüber den Stakeholdern zu. Daher ist **ihre Beteiligung von entscheidender Bedeutung, um einen gemeinsamen Wert zu erschaffen und einen langfristig gerechten Übergang zu fördern**. Insbesondere die Einbeziehung von Stakeholdern in den Nachhaltigkeitsprozess und die Wesentlichkeitsanalyse ist grundlegend. Aus diesem Grund hat sich **F.lli Campagnolo dazu verpflichtet, diese Akteure aktiv einzubeziehen**, und zwar auf unterschiedliche Weise und mit unterschiedlicher Häufigkeit, um dauerhafte Beziehungen zu entwickeln und zu stärken. **Das höchste Kontrollorgan koordiniert und überwacht das Management der Auswirkungen**. Dabei werden die Ergebnisse der Einbeziehung der Stakeholder sorgfältig ausgewertet.

Die Stakeholder, die von F.lli Campagnolo für die Wesentlichkeitsanalyse ermittelt wurden:



MITARBEITER



LIEFERANTEN



KUNDEN



VERTRETER



PARTNER



ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN



VERBÄNDE



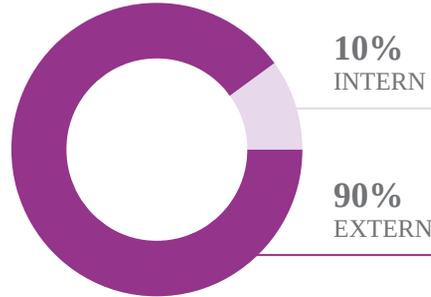
FINANZ- UND KREDITINSTITUTE

ANALYSE UND WESENTLICHKEITS-MATRIX

Die Wesentlichkeitsanalyse in Übereinstimmung mit den GRI-Standards als Kriterium für die Aufnahme oder den Ausschluss von Informationen in die Nachhaltigkeitsbilanz. Der Prozess besteht darin, die „wesentlichen“ Themen zu identifizieren, d. h. die Themen, die die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen des Unternehmens widerspiegeln, die die Bewertungen und Entscheidungen der Stakeholder beeinflussen können.

Die Interessenvertreter wurden durch die Durchführung einer telematischen Umfrage einbezogen, in der sie gebeten wurden, die von F.lli Campagnolo ausgemachten Nachhaltigkeitsthemen zu bewerten und hierzu eine Prioritätseinstufung gemäß den Erwartungen an das Unternehmen und der Beziehung zum Unternehmen vorzunehmen.

Nachstehend die Unterteilung der beteiligten Stakeholder, die in interne und externe Stakeholder eingeteilt wurden:



Die Wesentlichkeitsanalyse führte zur Festlegung einer **Priorisierung bei den wesentlichen Themen**, wobei nicht nur die Perspektive des Unternehmens, sondern auch die der externen Stakeholder berücksichtigt wurde. Die Synthese der Perspektive der internen und externen Stakeholder führte zur Festlegung von **9 wesentlichen Themen**. Bei der Auswertung der Ergebnisse **hat das Unternehmen beschlossen, die Liste der wesentlichen Themen um weitere 8 Themen zu ergänzen, die für die Branche und die Organisation selbst als wichtig erachtet wurden.**



Nachfolgend die **Wesentlichkeitsmatrix**: das Endergebnis der Wesentlichkeitsanalyse wird in grafischer Form dargestellt. Die Matrix enthält alle Themen, die F.lli Campagnolo und die Stakeholder als wichtig zum Berichten erachten.

Farblegende

	Unternehmen
	Planet
	Menschen
	Governance-Grundsätze

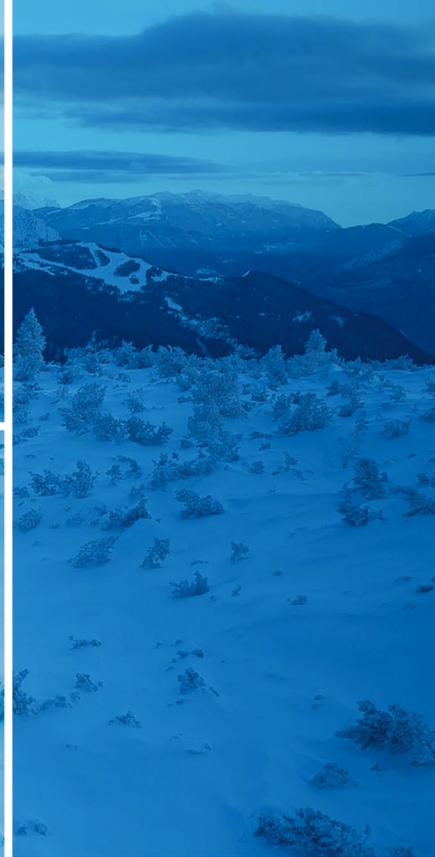
Legende zur Relevanz

	Hohe Relevanz: Das Thema wird sowohl für externe als auch für interne Stakeholder als relevant angesehen.
	Mittelhohe Relevanz: Das Thema wird als wesentlich für bestimmte Stakeholder angesehen.
	Durchschnittliche Relevanz: Das Thema wird weder von den internen noch von den externen Stakeholdern als wesentlich angesehen, ist es aber dem Unternehmen dennoch wert, darüber zu berichten.

Qualität und Nachhaltigkeit der Produkte	
Überwachung gefährlicher Stoffe	
Forschung und Entwicklung	
Abfallwirtschaft	
Nachhaltige Verpackung	
Förderung hoher Sozialstandards für die gesamte Lieferkette	
Gesundheit und Sicherheit der Angestellten	
Wohlbefinden der Angestellten	
Regulierung der Versorgungskette	
Emissionsmanagement	
Energiemanagement	
Management der Wasserreserven	
Diversität und Inklusivität	
Lokale Gemeinschaften	
Produktinnovation und Digitalisierung	
Integrität und Ethik des Unternehmens	

PLANET

SCHRITT FÜR SCHRITT
DEN ÖKOLOGISCHEN
FUSSABDRUCK VERRINGERN



ABFALLWIRTSCHAFT

GRI 306 | GRI 301

Eine verantwortungsvolle Abfallwirtschaft ist für F.lli Campagnolo ein Thema von größter Bedeutung und entspricht den Werten der Nachhaltigkeit und des Umweltengagements des Unternehmens. Im Rahmen der Förderung und der Umsetzung der Grundsätze der Kreislaufwirtschaft verpflichtet sich das Unternehmen, die Auswirkungen auf die Umwelt seiner Produkte während ihres gesamten Lebenszyklus zu bewerten und zu minimieren. Dieser Ansatz zeigt sich bei dem Engagement den Einsatz von Materialien und Ressourcen, einschließlich Verpackungsmaterial, zu verringern, die früher oder später unweigerlich zu Abfall werden, wenn sie einmal beim Endverbraucher sind. Die Abfallwirtschaft und -entsorgung wird von F.lli Campagnolo verantwortungsbewusst und in voller Übereinstimmung mit den geltenden Vorschriften durchgeführt. Die Abfallsortierung erfolgt je nach Möglichkeit der Abfallverwertung in verschiedenen Kategorien.

Der Abfall wird in geeigneten, sicheren und regelmäßig kontrollierten Bereichen deponiert. Die in den Werken in Italien und Rumänien anfallenden Abfallmengen werden überwacht und mitgeteilt. Nachstehend die Ergebnisse von 2023.

Typologie des erzeugten Abfalls (in Tonnen)

	Menge	davon gefährliche abfälle	davon nicht gefährliche abfälle	davon verwertbare abfälle	davon abfälle zum entsorgen
Italien %	901,97	12,00 1,33%	889,98 98,67%	854,57 94,74%	47,41 5,26%
Rumänien %	226,51	0,22 0,10%	226,30 99,90%	186,87 82,50%	39,65 17,50%
Gesamt %	1.128,49	12,21 1,08%	1.116,27 3 98,92%	1.041,43 92,29%	87,06 7,71%

Nachfolgend sind die Gesamtzahlen für die **Abfallerzeugung von 2022 und 2023** aufgeführt, sodass eine Analyse der Entwicklung im Zeitverlauf und die Ermittlung signifikanter Trends ermöglicht wird.

Erzeugte Abfälle (in Tonnen)

	2022	2023	Δ 2022/2023
Erzeugte Abfälle	1.093,00	1.128,49	3,25%
davon gefährliche Abfälle	0,37%	1,08%	195,68%
davon verwertbare Abfälle	91%	92%	1,27%
Erzeugte Abfälle/Umsatz (in Tonnen/Euro)	0,0000041	0,0000048	16%

F.lli Campagnolo hat einen gut strukturierten Prozess für das Management von Rücksendungen eingeführt, um Abfälle auf ein Minimum zu reduzieren und ein nachhaltiges Management zu fördern. Ein speziell geschaffenes Team hat die Aufgabe, die zurückgegebenen Produkte sorgfältig zu bewerten, um jedem Kleidungsstück einen neuen Wert zu geben, je nach seiner Verwendbarkeit, d. h. kann es vermarktet werden oder kann es an gemeinnützige Vereine und Wohltätigkeitsorganisationen gespendet werden. Auf diese Weise werden die Teile nicht weggeworfen und erzeugen somit keinen Abfall und werden nicht verschwendet, sondern erhalten eine zweite Chance, um für diejenigen nützlich zu sein, die sie am meisten brauchen. Gleichzeitig engagiert sich das Unternehmen aktiv für die **Reduzierung von Textilüberschüssen**. Hierzu kommt ein verantwortungsvoller und auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Ansatz zum Einsatz. In diesem Zusammenhang hat sich das Unternehmen mit mehreren lokalen Verbänden zusammengetan, die sich auf das Sammeln und Umwandeln ungenutzter Textilmaterialien in neue Produkte spezialisiert haben, um so ein Modell der Kreislaufwirtschaft zu fördern. Im Jahr 2023 hat das Unternehmen außerdem **über 3.500 Kleidungsstücke gespendet, die nicht mehr verkauft werden konnten**, aber in einem ausgezeichneten Zustand waren, wodurch die Entsorgung wertvoller Ressourcen vermieden und ein kreatives Recycling begünstigt wurde. Dieses Engagement dient nicht nur der Abfallvermeidung, sondern schafft auch einen Mehrwert für die Gemeinschaft, indem die Auswirkungen auf die Umwelt verringert und lokale Initiativen unterstützt werden, die neue Einsatzmöglichkeiten für überschüssige Textilien bieten.

ENERGIEMANAGEMENT

GRI 302

Für die Fertigungsaktivitäten der Gruppe F.lli Campagnolo werden **drei Energieträger** verwendet: Strom, Erdgas und Kraftstoff. Nachfolgend wird der Energieverbrauch für 2022 und 2023 für die Werke in Italien, Rumänien und Tunesien angegeben.

Stromverbrauch (GJ)

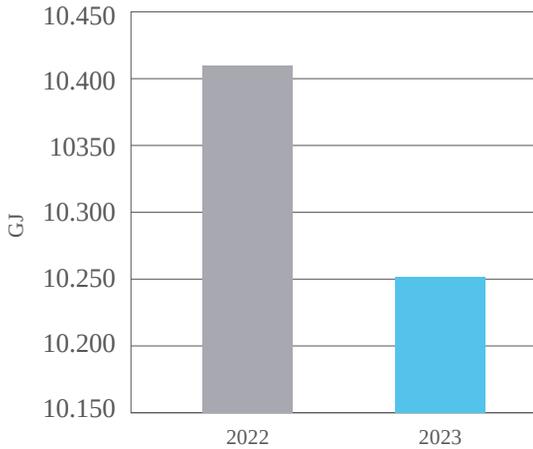
	2022	2023	Δ 2022/2023
Stromverbrauch (Italien)	5.737,99	5.383,91	-6,17%
Stromverbrauch (Rumänien)	3.485,95	3.658,58	4,95%
Stromverbrauch (Tunesien)	1.196,94	1.211,29	1,20%
Stromverbrauch (gesamt)	10.420,88	10.253,78	-1,60%

Wärmeenergieverbrauch (GJ)

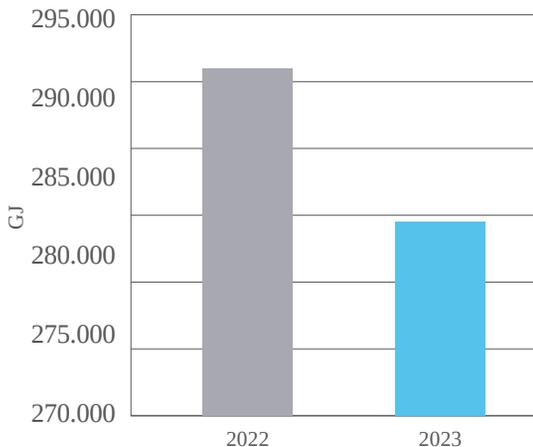
		2022	2023	Δ 2022/2023
Erdgas	Italien	20.748,44	18.575,48	-10,47%
	Rumänien	28.258,38	26.475,49	-6,31%
Diesel	Italien	213.709,14	191.327,65	-10,47%
	Rumänien	29.215,95	40.004,48	36,93%
Benzin	Italien	1.772,84	1.725,47	-2,67%
	Rumänien	976,61	914,99	-6,31%
Wärmeenergieverbrauch (gesamt)		294.681,35	279.023,56	-5,31%



Stromverbrauch (gesamt)



Wärmeenergieverbrauch (gesamt)



Im Vergleich zu den im letzten Jahr der Berichterstattung erhobenen Daten ist ein **Gesamtrückgang des Strom- und Wärmeenergieverbrauchs** zu verzeichnen, der zum Teil auf einen Rückgang der Produktion zurückzuführen ist. Nachstehend ist die **Energieintensität** des Unternehmens aufgeführt, ein Hauptindikator, der den Energieverbrauch im Verhältnis zur Produktion misst, in diesem Fall ausgedrückt als Umsatz. Dieser Indikator bietet ein vollständigeres Bild als der Gesamtenergieverbrauch und ermöglicht einen Vergleich der Leistung des Unternehmens mit den Vorjahren und anderen Branchenunternehmen.

Die Überwachung der Energieintensität ermöglicht zudem, Strategien zur Senkung des Verbrauchs und zur Minimierung der Auswirkungen auf die Umwelt auszumachen. Der Wert aus der Tabelle zeigt einen leichten Anstieg der Energieintensität im Jahr 2023 im Vergleich zum Jahr 2022.

Energieintensität

	2022	2023	Δ 2022/2023
Energie gesamt (GJ)	305.102,22	289.277,35	-5,91%
Energie gesamt/Umsatz (GJ/euro)	0,00115	0,00122	6,69%

CO₂-FUSSABDRUCK

GRI 305

Beginnend mit der Überwachung und Berichterstattung des Verbrauchs **berechnet F.lli Campagnolo nun im dritten Jahr seinen CO₂-Fußabdruck**. Die Treibhausgasemissionen (GHG) werden in drei Geltungsbereiche eingeteilt.

Scope 1 umfasst direkte Emissionen, die aus Anlagen bis zur Grenze der Berichterstattung stammen.

Scope 2 umfasst indirekte Emissionen, die im Zusammenhang mit dem Stromverbrauch des Unternehmens mit dem vom Stromnetz entnommenen Strom stehen.

Scope 3 behandelt indirekte Emissionen aus der Wertschöpfungskette des Unternehmens. Hierzu zählen die Transporte, die für die Beschaffung der Rohmaterialien und den Vertrieb der Produkte erforderlich sind, die Fahrten der Angestellten von Zuhause zur Arbeitsstätte und zurück, der Transport der Abfälle und der Einsatz von Hilfsrohstoffen für die Fertigung.

Im Vergleich zur Berichterstattung im Jahr 2022 hat das Unternehmen beschlossen, die Analyse des CO₂-Fußabdrucks im Zusammenhang mit Rücksendungen aus dem E-Commerce-Kanal nicht weiter zu vertiefen. Weitere Einzelheiten hierzu finden sich in der Bilanz von 2022. Die Analyse wurde in Übereinstimmung mit den Anforderungen der vorangegangenen Berichterstattung und unter besonderer Berücksichtigung der Norm UNI EN ISO 14064-1 über die Treibhausgasemissionen und den Abbau von Treibhausgasen der Organisationen gemacht. Um jedoch die GRI-Anforderungen zu erfüllen, **wurde in dieser Studie auf das GHG Protocol Bezug genommen**. Der Hauptunterschied zwischen den beiden Standards besteht darin, dass die Norm UNI EN ISO 14064-1 die Emissionen in sechs Kategorien unterteilt, während das GHG Protocol sie in drei Scopes einteilt. Abgesehen davon sind die beiden Ansätze kompatibel und die Ergebnisse können problemlos zwischen den beiden Systemen konvertiert werden.

Die charakteristischen Elemente der Berechnung des CO-Fußabdrucks:

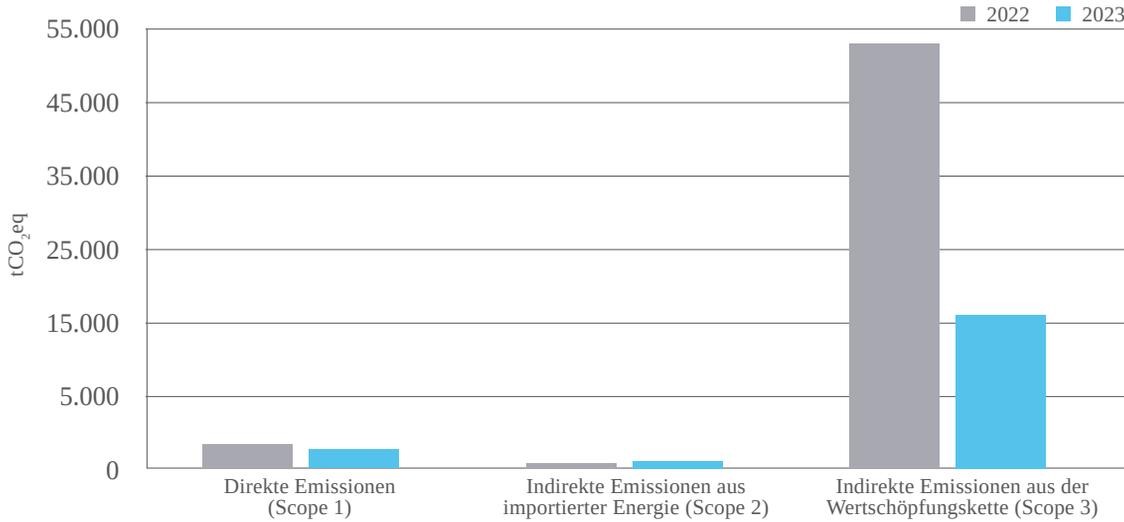
Kategorie der Umweltbelastung

	Klimawandel
Indikator	Treibhauspotential (GWP)
Maßeinheit	t CO ₂ eq/Jahr

CO₂-Fußabdruck der Organisation (t CO₂eq)

	2022	2023
Direkte Emissionen (Scope 1)	3.330,00	2.649,31
Indirekte Emissionen aus importierter Energie (Scope 2)	723,00	990,82
Indirekte Emissionen aus der Wertschöpfungskette (Scope 3)	53.533,00	16.266,34
Gesamt	57.586,00	19.906,47

CO₂-Fußabdruck der Organisation



Aus den Daten der Tabelle und der Grafik geht klar hervor, dass **der größte Emissionsbeitrag auf Scope 3 entfällt**, gefolgt von Scope 1 und schließlich Scope 2. Dies entspricht dem allgemeinen Trend, da die Scope-3-Emissionen die indirekten Emissionen entlang der Wertschöpfungskette umfassen und somit in der Regel den größten Teil der Gesamtemissionen ausmachen. Was Scope 1 betrifft, so bezieht sich der Beitrag hauptsächlich auf den Verbrauch von Wärmeenergie, die direkt

aus den Unternehmensaktivitäten stammt. Außerdem zeigt sich eine **erhebliche Verringerung des CO₂-Fußabdrucks**, die größtenteils auf den Rückgang der Anzahl der produzierten Kleidungsstücke zurückzuführen ist. Im Vergleich zur Berichterstattung des vorangegangenen Jahres hat sich die Produktionsmenge sogar halbiert, was entscheidend zum Rückgang der Gesamtemissionen beigetragen hat.

Die Agentur Cikis, ein Beratungsunternehmen für Nachhaltigkeit mit Schwerpunkt auf Modeindustrie, hat kürzlich seinen Jahresbericht „Mode und Nachhaltigkeit“ veröffentlicht. Zu den Themen gehörte auch der CO₂-Fußabdruck, ein Schlüsselindikator für das Verständnis der mit Treibhausgasemissionen verbundenen Auswirkungen auf die Umwelt. Das ist für Unternehmen hilfreich, um konkrete Maßnahmen zum Ausgleich und zur Reduzierung dieser schädlichen Emissionen ergreifen zu können. F.lli Campagnolo wurde als Beispiel für ein Unternehmen genommen, von denen es in Italien immer noch viel zu wenige gibt. Es setzt sich dafür ein, dass diese Maßnahme im Rahmen seiner unternehmerischen Nachhaltigkeitsaktivitäten gewährleistet wird. Das Unternehmen ist sich bewusst, wie sehr die Branche, in der es tätig ist, die gesamte Umweltverschmutzung beeinflusst. Deshalb arbeitet es jeden Tag daran, im Gleichgewicht mit der Umwelt zu wirken, sie zu erhalten und sie nicht zu zerstören. Das Ziel ist, die Emissionen in den umweltschädlichsten Produktionsbereichen zu senken.

WASSERRESERVEN

GRI 303

Was die Verwendung von **Wasserressourcen** anbelangt, so wird das Wasser **vor allem in der Wasch- und Veredelungsphase der Farben verwendet**, die aufgrund ihres hohen Wasserbedarfs kritische Momente im Produktionsprozess darstellen. Eine Analyse der nachstehenden Tabellen zeigt, dass der Gesamtrückgang des Wasserverbrauchs zwischen 2022 und 2023 vor allem auf die sinkenden Produktionsmengen zurückzuführen ist. Die Wasserintensität, die das Verhältnis zwischen Wasserverbrauch und Jahresumsatz ausdrückt, bleibt praktisch unverändert.

Wasserentnahme (m3)

	2022	2023	Δ 2022/2023
Italien	4.106	3.841	-6,45%
Rumänien	791.312	687.961	-13,06%
Tunesien	3.790	2.769	-26,94
Gesamt	799.208	694.571	-13,09%

Wasserintensität

	2022	2023
Wasserentnahme/Umsatz (m3/Euro)	0,0030	0,0029

MENSCHEN

GEMEINSAM FÜR EINE
NACHHALTIGE ZUKUNFT



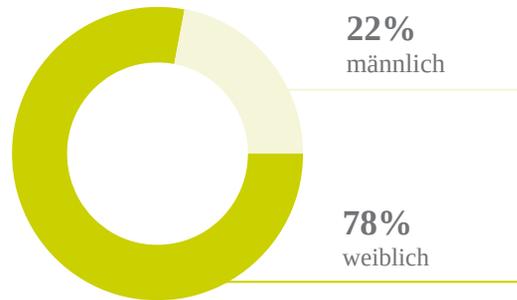
PERSONEN

GRI 2 | GRI 401 | GRI 405

Die Sorge um die Personen ist ein Grundpfeiler der Philosophie von F.lli Campagnolo. **Das Unternehmen ist in der Tat der Meinung, dass das Wohl der Mitarbeiter und der Gemeinschaften, in denen gearbeitet wird, eng mit dem nachhaltigen Erfolg des Unternehmens verbunden ist.** Alle Angestellten sind durch einen nationalen Tarifvertrag geschützt. Des Weiteren steht F.lli Campagnolo in ständigem Dialog mit den Arbeitnehmervertretern im Hinblick auf zahlreiche Aspekte des Unternehmenslebens, wobei die Bestimmungen des Tarifvertrags und der internen Vereinbarungen vollständig eingehalten werden. Dieser Ansatz hat eine breite Zustimmung in Bezug auf die **Fairness der Arbeitsbedingungen, Sicherheit und Chancengleichheit** begünstigt.

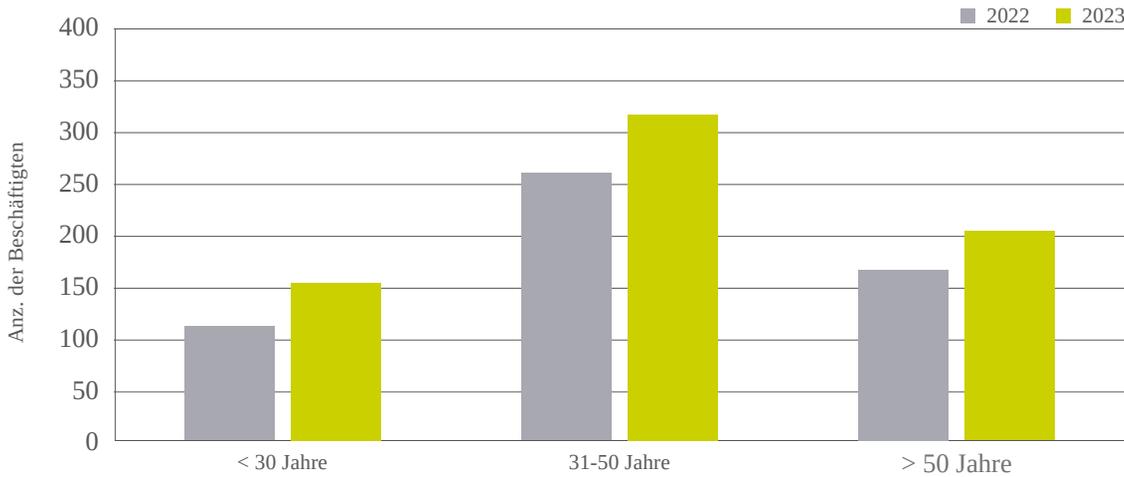
Zusammensetzung des Personals nach Geschlecht

	2022	2023	Δ 2022/2023
weiblich	939 78,7%	1042 78,5%	11,0%
männlich	254 21,3%	286 21,5%	12,6%
gesamt	1193	1328	11,3%



Die oben genannten Zahlen zeigen, dass die Zahl der weiblichen Beschäftigten zwischen 2022 und 2023 um 13,6 % gestiegen ist.

Zusammensetzung des Personals nach Alter (für Standorte in Italien)



Zusammensetzung des Personals nach Alter

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

Zusammensetzung des Personals nach Position

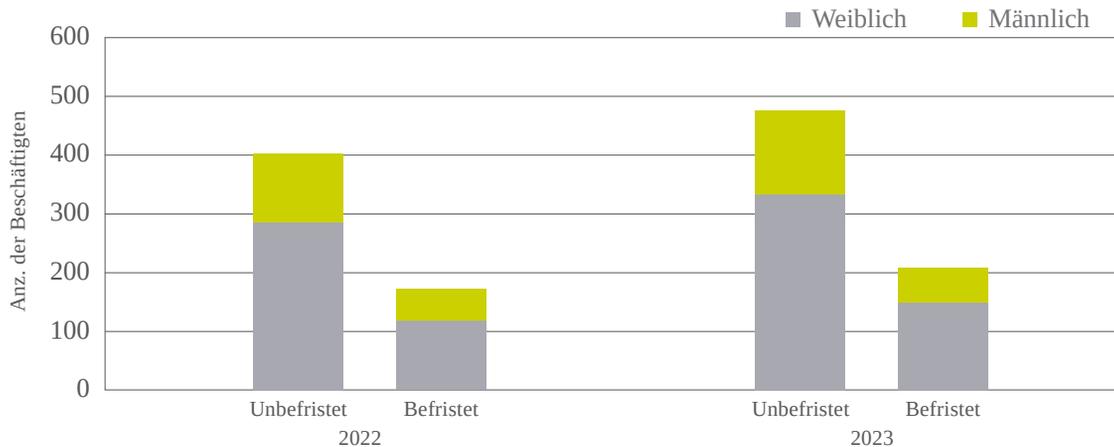
	2022	2023
Führungskräfte	1 0,17%	1 0,14%
Höhere Angestellte	8 1,37%	9 1,27%
Angestellte	357 61,03%	461 64,93%
Arbeiter	219 37,40%	239 33,66%

Wie aus der obigen Tabelle und Grafik hervorgeht, kann festgestellt werden, dass es einen **Rückgang beim Alter der Arbeitskräfte gibt**. Dieser Trend, der sich regelmäßig fortsetzt, deutet auf eine allmähliche Verjüngung der Beschäftigten hin.

Art des Vertrags nach Geschlecht

	2022 (Italien)		2023 (Italien)		2023 (Gesamt)	
	unbefristet	befristet	unbefristet	befristet	unbefristet	befristet
Weiblich	285 69,85%	123 30,15%	354 69,21%	147 30,79%	660 76,39%	382 82,33%
Männlich	123 69,49%	54 30,51%	146 71,22%	59 28,78%	204 23,61%	82 17,67%
Gesamt	408 69,74%	177 30,26%	481 69,81%	206 30,19%	864 63,02%	464 33,84%

Art des Vertrags nach Geschlecht (für Standorte in Italien)

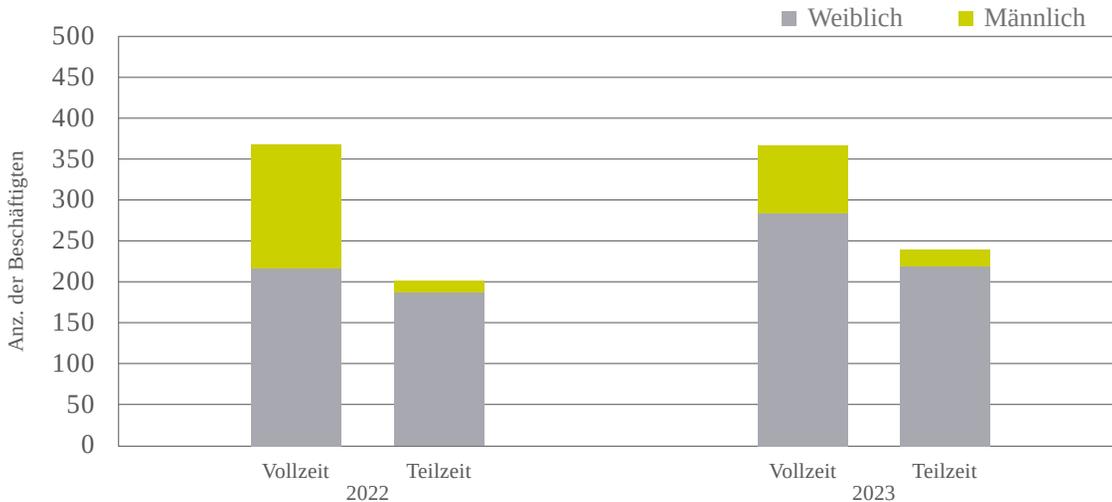


Die Tabelle zeigt, dass der **Prozentsatz der Beschäftigten mit einem unbefristeten Arbeitsvertrag zwischen den Geschlechtern mehr oder weniger ausgeglichen ist**, d. h. es gibt keine signifikanten Unterschiede. Dieses Gleichgewicht bleibt auch im Vergleich zu den Jahren 2022 und 2023 konstant, was auf eine stabile Verteilung dieser Vertragsart hinweist, unabhängig von Geschlecht und Berichtsjahr.

Art der Anstellung nach Geschlecht

	2022		2023		2023 (Gesamt)	
	Vollzeit	Teilzeit	Vollzeit	Teilzeit	Vollzeit	Teilzeit
weiblich	235 57,60%	173 42,40%	267 52,98%	237 47,02%	807 76,71%	235 85,14%
männlich	150 84,75%	27 15,25%	164 80,00%	41 20,00%	245 23,29%	41 14,86%
gesamt	385 65,81%	200 34,19%	431 60,79%	278 38,21%	1052 76,73%	276 20,13%

Art der Anstellung nach Geschlecht (für Standorte in Italien)

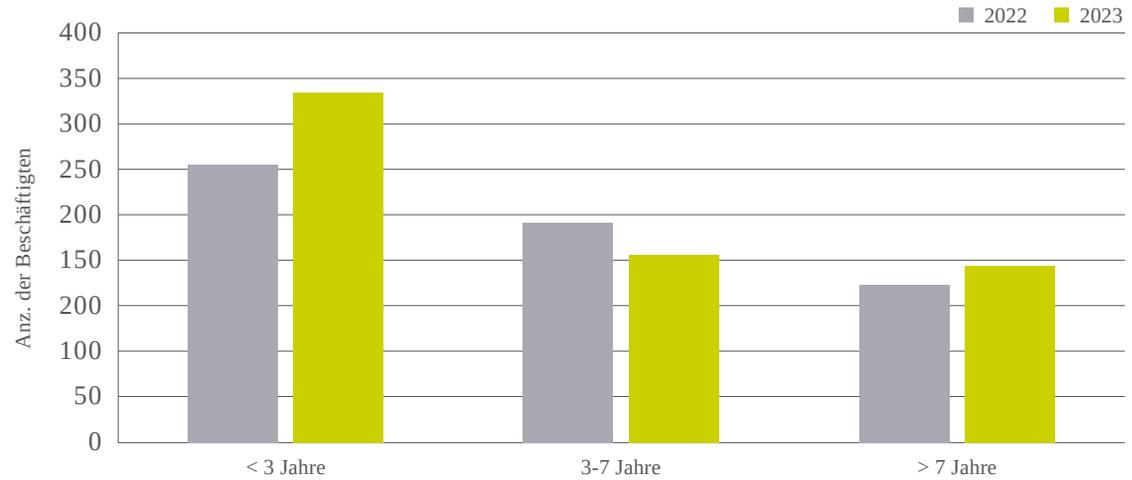


Die obige Tabelle zeigt eine erhebliche Diskrepanz zwischen Männern und Frauen mit Teilzeit- und Vollzeitarbeitsverträgen. Dies gilt sowohl für 2022 als auch 2023. So hat fast die Hälfte der bei F.lli Campagnolo beschäftigten Frauen einen Teilzeitarbeitsvertrag, im Gegensatz zu einem prozentualen Anteil von 15-20 % bei den Männern. Diese Zahl wird durch die Tatsache gerechtfertigt, dass **fast die Hälfte der weiblichen Angestellten bei F.lli Campagnolo die Position eines Verkäufers innehat, eine Rolle, die aus praktischen und organisatorischen Gründen oft mit Teilzeitarbeitsverträgen einhergeht.**

Die angegebenen Prozentsätze spiegeln zudem einen allgemeinen Trend auf dem Arbeitsmarkt wider, bei dem Frauen eher dazu neigen, flexible Arbeitsregelungen zu suchen.

Betriebszugehörigkeit*	2022	2023
< 3 Jahre	259 44,27%	370 52,19%
3-7 Jahre	181 30,94%	151 21,30%
> 7 Jahre	145 24,79%	188 26,52%

Betriebszugehörigkeit*



Aus der obigen Tabelle geht hervor, dass die Mehrheit der Beschäftigten weniger als drei Jahre im Unternehmen ist. Die anderen Gruppen bei der Betriebszugehörigkeit verteilen sich relativ gleichmäßig auf die übrigen Angestellten.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeitsdauer:

6,7 Jahre

* Diese Daten beziehen sich auf die Standorte in Italien

FLUKTUATION*

In Bezug auf die Fluktuation bei F.lli Campagnolo sind einige Klarstellungen erforderlich. **Das Unternehmen setzt regelmäßig Saisonarbeiter mit befristeten Verträgen ein, um vorübergehende Arbeitsspitzen zu bewältigen, die für die Textilbranche typisch sind.** Dieser Bedarf betrifft insbesondere die Logistik, die vorübergehend verstärkt wird, um den Warentransport zu Beginn der Saison zu bewältigen. F.lli Campagnolo sieht diesen Zeitpunkt als Gelegenheit, neue Talente kennenzulernen und ihnen laufende Verträge anzubieten. Die Saisonarbeiter werden bei der Berechnung der Fluktuation berücksichtigt. Bei den beendeten Verträgen in der Altersgruppe der über 50-Jährigen gehört der Ruhestand dazu, ein normaler Aspekt der Unternehmensdynamik.

Fluktuation	2022	2023
Einstellungen	267	149
Kündigungen	173	130
Fluktuationsrate	29%	18%

* Diese Daten beziehen sich auf die Standorte in Italien

** Mehr über die Analyse des Geschäftsklimas von 2022 kann im Nachhaltigkeitsbericht des Jahres 2022 von F.lli Campagnolo eingesehen werden

Die Fluktuationsrate für das Jahr 2023 liegt bei 18 %. Sie wurde berechnet als Verhältnis zwischen der Anzahl der Angestellten, die das Unternehmen verlassen haben und dem Personal während des Zeitraums der Berichterstattung. Diese Zahl stellt einen Rückgang im Vergleich zur Fluktuationsrate im vorangegangenen Zeitraum der Berichterstattung dar, was auf eine **Verbesserung der Personalstabilität und der Mitarbeiterbindung** hinweist.

ANALYSE DES GESCHÄFTSKLIMAS*

Für F.lli Campagnolo ist es von grundlegender Bedeutung, ein positives und anregendes Arbeitsumfeld sicherzustellen, in dem alle Mitarbeiter ihr Potenzial bestmöglich entfalten können. Den internen Stakeholdern zuzuhören und diese einzubeziehen, gelten als wesentliche Punkte, die Unternehmensdynamik zu verstehen und das Arbeitsumfeld zu verbessern. Deswegen **hat das Unternehmen 2022 eine Analyse des Geschäftsklimas**

durchgeführt. Auf diese Weise konnten kritische Bereiche ermittelt und Anregungen zum Verbessern des Wohls am Arbeitsplatz gewonnen werden.“

Aufgrund der Ergebnisse dieser Analyse hat das Unternehmen im Jahr 2023 ein **strukturiertes Schulungsprogramm** aufgelegt, das im Jahr 2024 umgesetzt wurde und **auf die Stärkung der Kompetenzen des Personals und die Förderung der beruflichen Weiterentwicklung abzielt.** Bei diesem Programm lag der Fokus auf den Schlüsselbereichen zur Verbesserung der technischen und übertragbaren Fähigkeiten mit dem Ziel, die Effizienz und Leistungsstärke des Teams zu erhöhen. Gleichzeitig wurden konkrete Schritte zur **Optimierung der internen Organisation, zur Verbesserung der Arbeitsabläufe und zur Förderung einer stärkeren Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen** unternommen.

WEITERBILDUNG*

Für F.lli Campagnolo ist die **Förderung von Weiterbildungskursen im Unternehmen**, sowohl technisch-professionell als auch persönlich durch die Entwicklung von Soft Skills, **ein strategisches Element**, um den Herausforderungen eines zunehmend wettbewerbsorientierten und diversifizierten Marktes erfolgreich zu begegnen. Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass die Innovationsfähigkeit in hohem Maße von der kontinuierlichen Weiterbildung abhängt. So können neue Kompetenzen gefestigt und entwickelt werden, die für die Aufrechterhaltung eines Wettbewerbsvorteils unerlässlich sind. Im Jahr 2023 wurden **1655 Schulungsstunden** durchgeführt. Durchschnittlich entfielen 2,34 Stunden auf jeden Mitarbeiter. Zu diesen Schulungsstunden haben Kurse gehört, die sich auf die Bereiche Gesundheit und Sicherheit, Logistik sowie Themen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit bei Umwelt, Sozialem und bei der

Unternehmensführung bezogen. Hier zeigt sich das Engagement von F.lli Campagnolo, die Mitarbeiter darauf vorzubereiten, aktuellen und zukünftigen Herausforderungen mit zeitgemäßen Fähigkeiten und einer verantwortungsvollen Sicht gegenüberzutreten.

BETRIEBLICHE VORSORGE*

Das Unternehmen F.lli Campagnolo zeichnet sich dadurch aus, dass es sich um das Wohlergehen seiner Mitarbeiter kümmert. Darum wurde eine **solide betriebliche Vorsorge eingeführt, die über die reine Vergütung hinausgeht**. Mit Blick auf die Nachhaltigkeit, die immer mehr gang und gäbe wird, fügt sich die betriebliche Vorsorge als Eckpfeiler ein, um ein Modell für die nachhaltige Entwicklung sowie eine integrative und verantwortungsvolle Kultur zu unterstützen. Zuallererst gibt es eine

Betriebsvereinbarung mit finanziellen Anerkennungen, die drei Arten von Bonuszahlungen vorsieht:

- ✓ Urlaubsgeld
- ✓ Dienstalterszulage
- ✓ Leistungsprämie

Im Jahr 2023 wurde an die Angestellten eine **Leistungsprämie** in Höhe von 1.000 Euro gezahlt, die auf zwei Mal mit 200 Euro und 800 Euro für erzielte Leistungen ausgezahlt wurde.

F.lli Campagnolo setzt sich auch für die Aufrechterhaltung und **Ausweitung von Initiativen zugunsten des Wohlergehens seiner Mitarbeiter** ein. Hierzu zählen:

- ✓ Vereinbarungen mit Geschäften
- ✓ Geschenkkorb zur Geburt
- ✓ Geschenke für besondere Anlässe
- ✓ Firmenkantine
- ✓ Medizinische Untersuchungen

* Diese Daten beziehen sich auf die Standorte in Italien

FIRMENKANTINE

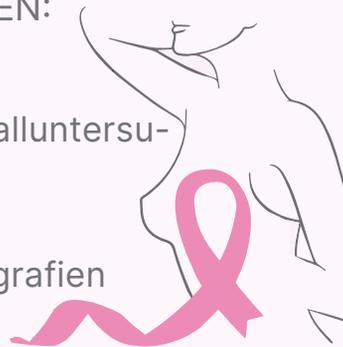
F.lli Campagnolo hat sich dazu entschieden, den Betrieb der Kantine einer kleinen Firma und nicht einem multinationalen Unternehmen anzuvertrauen, das täglich tausende Mahlzeiten zubereitet. Dies steht im Einklang mit der eigenen Verpflichtung, die **lokale Wirtschaft** genauso wie das Wohl und die Gesundheit der Mitarbeiter zu unterstützen. Auch im Jahr 2023 übernahm das Unternehmen fast die gesamten Kosten hierfür. Die Angestellten mussten nur einen symbolischen Anteil tragen.



151 BRUSTUNTERSUCHUNGEN:

95
ultraschalluntersuchungen

56
mammografien



BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG

Im Jahr 2023 hat F.lli Campagnolo seinen Angestellten **fachärztliche Vorsorgeuntersuchungen** angeboten. Das Unternehmen hat sich nämlich dazu entschlossen, bei der Initiative „**Kostenlose Mammografie und Sonografie**“ mitzumachen, sodass **den weiblichen Mitarbeitern diagnostische Untersuchungen zur Brustkrebsvorsorge angeboten werden konnten**. Insgesamt wurden 151 kostenlose Brustuntersuchungen durchgeführt, 56 Mammografien und 95 Ultraschalluntersuchungen. Die Mitarbeiterinnen haben die diagnostische Untersuchung während der Arbeitszeit gemacht, ohne ihren Arbeitsplatz verlassen zu müssen. Zudem konnten sie auch von einer beachtlichen Zeitersparnis profitieren, da der Befund gleich ausgehändigt wurde.

DIVERSITÄT UND INKLUSIVITÄT*

GRI 405

F.lli Campagnolo ist sich der Bedeutung seines Personals bewusst und setzt mit einer **Unternehmenskultur hin zu Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion** den Unterschied. In den kommenden Jahren beabsichtigt das Unternehmen, für Geschlechtergerechtigkeit durch konkrete Initiativen und eine Personalmanagementpolitik einzutreten, die auf Inklusion abzielt. Der erste Schritt hierfür ist, **eine gerechte Vertretung der Geschlechter auf allen Ebenen der Organisation sicherzustellen**. Die nebenstehende Tabelle zeigt die Verteilung der Positionen durch die Mitarbeiter von F.lli Campagnolo nach Geschlecht. Im Jahr 2023 hat F.lli Campagnolo einen wichtigen Weg hin zur Verbesserung eingeschlagen, um die **Zertifizierung zur Geschlechtergleichstellung nach UNI PdR 125:2022** zu erhalten.

* Diese Daten beziehen sich auf die Standorte in Italien

Vielfalt in Unternehmensfunktionen

	Weiblich	Männlich
Führungskräfte	0	1
Höhere Angestellte	4	5
Angestellte	382	75
Arbeiter	115	124

Diese Zertifizierung die von UNI, der italienischen Normungsorganisation, entwickelt wurde, hat das Ziel, eine Umgebung zur Förderung der Gleichstellung, Inklusion und des Respekts gegenüber den verschiedenen Geschlechtern zu schaffen. Um die Zertifizierung zu erlangen, muss ein Managementsystem eingeführt werden, das den in der Praxis beschriebenen Anforderungen entspricht und ein systematisches Management aller Unternehmensprozesse gewährleistet, die Einfluss auf die Geschlechtergleichstellung haben. Das System umfasst die Umsetzung spezifischer Strategien und

Verfahren, die von der Definition der strategischen Ziele der Organisation bis hin zum Betriebsmanagement des Personals reichen, um eine integrative und gleichberechtigte Unternehmenskultur zu begünstigen. Der Erhalt der Zertifizierung UNI PdR 125:2022 stellt für das Unternehmen F.lli Campagnolo nicht nur eine formale Anerkennung seines Engagements für die Geschlechtergleichstellung dar, sondern auch einen konkreten Schritt zur Stärkung seiner sozialen Verantwortung, wobei die Qualität des Arbeitslebens verbessert und eine gerechtere und nachhaltigere Zukunft für alle Mitarbeiter aufgebaut wird.

GESUNDHEIT UND SICHERHEIT*

GRI 403

Das Unternehmen F.lli Campagnolo setzt sich für **Arbeitsbedingungen und -umgebungen ein, die die seelische und körperliche Unversehrtheit** der Personen schützt. Dabei setzt es sich dafür ein, im Unternehmen eine Sicherheitskultur zu etablieren, um bei den Mitarbeitern ein Bewusstsein für Risiken zu schaffen und ein verantwortungsvolles Verhalten seitens aller aufzubauen. **Das Gesundheits- und Sicherheitsmanagement der Arbeitnehmer erfolgt in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des ital. Gesetzeserlasses Nr. 81/2007.** Das Unternehmen erkennt in der Tat bei der korrekten Anwendung der geltenden Gesetze und bei der Einhaltung der entsprechenden Vorschriften diese als unverzichtbare Instrumente zum Erreichen, Erhalten und Verbessern der Arbeitsbedingungen und -umgebungen an, um den Schutz der Sicherheit und der Gesundheit der Angestellten, der Mitarbeiter und Dritter zu ermöglichen.

* Diese Daten beziehen sich auf die Standorte in Italien

Die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz werden in Rumänien durch das nationale Gesetz Nr. 319/2006 geregelt.

Die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz wird in Tunesien durch Artikel Nr. 44 des Gesetzbuchs zur Sicherheit und Vorbeugung von Risiken geregelt und nimmt Bezug auf das nationale Gesetz 2009-11.

Die interne Kommunikation zu Gesundheits- und Sicherheitsfragen erfolgt über Informationsprozesse und Schulungen, die darauf abzielen, potenzielle Risiken zu erkennen und festzulegen, wie sich bei Notfällen zu verhalten ist.

Indikatoren für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

	2022	2023	Δ 2022/2023
Anz. der registrierbaren arbeitsbedingten Verletzungen	8	6	-25,0%
Verletzungsrate (Anz. Verletzungen x 200.000/Anz. geleistete Arbeitsstunden)	2,42	1,54	-36,5%

Wie die nachstehende Tabelle zeigt, ist die Verletzungsrate 2023 im Vergleich zu 2022 rückläufig. Die Verletzungsrate bezieht sich auf die Standorte in Italien. Die Berechnung erfolgt durch das Verhältnis der Anzahl der Verletzungen zur Gesamtanzahl der geleisteten Arbeitsstunden multipliziert mit 200.000. Um die Gesundheit der Angestellten zu schützen, die mit Bildschirmen arbeiten, organisiert das Unternehmen einen jährlichen **Sehtest**.

Diese spezielle Untersuchung dient der Vorbeugung und Vorsorge möglicher Sehstörungen im Zusammenhang mit einer längeren Nutzung digitaler Geräte, wie bspw. Ermüdung der Augen, trockene Augen und Schwierigkeiten beim Fokussieren.

ENTWICKLUNG DER GEMEINSCHAFT

GRI 413

Seit über 70 Jahren **ist die Geschichte von F.Ili Campagnolo eng mit der Geschichte der Region verwoben, die das Unternehmen aufgenommen hat.** Diese besondere Verbindung hat zu einem **beständigen Engagement für die Gemeinschaft** geführt, das sich in Projekten zur sozialen Integration, der Valorisierung des kulturellen Erbes und der Unterstützung von Wohltätigkeitsinitiativen zeigt. Insbesondere ist es der Sport, der von F.Ili Campagnolo seit jeher als ein grundlegendes Instrument zur Förderung des Zusammenhalts und des Wohls der Mitmenschen angesehen wird.

GESELLSCHAFTLICHER WERT

SKI4SMILE

F.Ili Campagnolo hat beschlossen, erneut **Ski4Smile** zu unterstützen, dem **ersten, völlig kostenlosen Trainingslager mit Tag der offenen Tür für Mädchen und Jungen mit Behinderungen**, die sich dem Bergsport annähern möchten. Diese vom Skiclub Vermiglio Tonale Peio (Provinz

Trient) organisierte Veranstaltung zeichnet sich durch ihren integrativen Charakter aus und stellt eine Initiative mit Vorreiterrolle auf lokaler Ebene dar, die sich landesweit erstreckt. Die Unterstützung von SKI4SMILE entspricht in vollem Umfang den Zielen und Werten von F.Ili Campagnolo. Seit jeher setzt sich das Unternehmen für die **soziale Integration** und die aktive Beteiligung aller Mitglieder der Gemeinschaft ein.



Dieses Projekt verkörpert nicht nur diese Grundsätze, sondern dient auch als Beispiel für den Sportsektor. Dabei wird aufgezeigt, wie ein Verband seine eigene Identität und seine Aktivitäten um den grundlegenden Wert der Inklusivität aufbauen kann, indem er einzigartige und zugängliche Möglichkeiten für alle anbietet, unabhängig von den auf sich zu nehmenden Herausforderungen.

BELFORTISSIMI

Bei **Belfortissimi** handelt es sich um eine **Gruppe von Freunden** unterschiedlichen Alters, die in einem kleinen Dorf im Hinterland der Region Marken leben und **mit dem Wanderrollstuhl Joëlette barrierefreies Trekking** ermöglichen: ein spezieller einrädiger Geländerollstuhl, der entwickelt wurde, um Personen mit Behinderung oder eingeschränkter



Mobilität die Teilnahme an Ausflügen und Aktivitäten im Freien zu ermöglichen. Ihr Engagement für Inklusion fand landesweit Beachtung, sogar so sehr, dass der Präsident der Republik sie für ihre Anstrengung bei der Inklusion mit dem „Alfiere della Repubblica“ ausgezeichnet hat.

Nach dem Jakobsweg und anderen Wanderungen in Italien entschied sich die Gruppe für den Weg des San Nilo inmitten des Nationalparks Cilento, Vallo di Diano und Alburni, der von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt wurde und zu den Biosphärenreservaten gehört. **F.lli Campagnolo hat beschlossen, dieses außergewöhnliche Abenteuer** im Einklang mit dem eigenen Engagement für Inklusivität und der Unterstützung von barrierefreien Outdoor-Aktivitäten zu stärken.

6 INSUPERABILE

Dem Unternehmen F.lli Campagnolo ist bewusst, dass Vielfalt eine wertvolle Ressource und eine echte Bereicherung ist. Deswegen erneuert es im zweiten Jahr

in Folge seinen Einsatz als Unterstützer von **6InSuperAbile, einer konkreten Initiative zugunsten von Menschen mit Behinderung und sozialer Integration.** Das stufenweise angewandte Projekt bezieht Sportvereine, Schulen und Familien durch praktische Aktivitäten und Momente für Integration ein. Hierzu zählen beispielsweise gemischte Spielphasen, bei denen sowohl Sportler mit und ohne Behinderung interagieren und Erfahrungen austauschen. Dabei werden zwei Ziele verfolgt: zum einen die Aufklärung und Sensibilisierung für eine integrative Kultur, zum anderen ein konkretes Beispiel für sozialen Zusammenhalt und Wertschätzung von Unterschieden. **Der Sport** als Herzstück des Projekts **wird zu einem Werkzeug, um die eigenen Grenzen zu überwinden und alle Barrieren abzubauen**, sodass ein Beitrag für eine Gesellschaft für mehr Inklusion und Solidarität entsteht.

KULTURELLER WERT

GIOVANI VOCI BASSANO UND GIOVENTÙ IN CANTATA AUF INTERNATIONALER TOURNEE

Im Jahr 2023 war CMP **offizieller Partner der internationalen Tournee, die von Giovani Voci Bassano und Gioventu in Cantata organisiert wurde.** Seit mehr als 50 Jahren wird hier jungen Menschen aus der Region die Möglichkeit gegeben, in einem Chor mitzuwirken und die Synergien, die künstlerische Bedeutung und alle notwendigen Opfer für den Aufbau eines erfolgreichen Teams zu verstehen. Die jungen Teilnehmer im Alter zwischen 8 und 25 Jahren hatten die Möglichkeit, beim „Bali International Choir Festival 2023“ und



bei drei Konzerten in Sydney, Melbourne und Brisbane in Australien aufzutreten.

FESTIVAL RADICI FUTURE

Im Jahr 2023 war F.Ili Campagnolo ein „Supporter“ des Festival Radici Future 2023. Das Festival wurde 2020 während des Lockdowns mit der Absicht ins Leben gerufen, die Region zu inspirieren, um mit Zuversicht in die Zukunft im Einklang mit den Zielen der Agenda 2030 zu schauen. Das Festival ist ein wichtiges Ereignis für alle lokalen Wirtschaftsakteure und bietet die Gelegenheit, bewährte Praktiken für eine **nachhaltige Unternehmensführung** zu verbreiten, die auch eine bessere Lebensqualität einschließt.

SPORTLICHER WERT

CMP ARENA

Im Jahr 2023 wurde **Pala2 in Bassano del Grappa umbenannt in CMP Arena**, als Zeichen für eine wichtige Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen und der lokalen Sportwelt. Mit dieser Initiative möchte CMP das eigene Engagement

für die Gemeinde Bassano del Grappa verstärken, mit der seit über 70 Jahren eine solide und dauerhafte Beziehung besteht. Diese Investition unterstützt nicht nur den lokalen Sport, sondern ist auch ein Symbol für den ständigen Austausch zwischen dem Unternehmen und dem sozialen und kulturellen Umfeld, in dem es tätig ist.

UNTERSTÜTZUNG FÜR ELIEGGER X-ALPS

Eli Egger, gehört zu den besten Gleitschirmfliegern und Wanderern, die bei der Red Bull X-Alps 2023 zwei Wochen lang in der Luft und zu Fuß die Herausforderung gesucht hat. Sie ist eine der ganz wenigen Frauen, die diesen Wettbewerb jemals beendet haben. Ihre Leidenschaft und Entschlossenheit hat F.Ili Campagnolo angesteckt, sodass sich das Unternehmen dazu entschloss, sie bei diesem Abenteuer zu begleiten und ihr einige der leistungsstärksten Kleidungsstücke der CMP-Kollektion zur Verfügung zu stellen.

WIN:WIN TURNIER

Auch im Jahr 2023 schlüpfte CMP in die Rolle des technischen Partners des **Torneo Win Win, einem firmenübergreifenden Wettbewerb für wohltätige Zwecke**, bei dem Mitarbeiterteams von bis zu 20 Unternehmen aus der Provinz Vicenza teilgenommen haben, darunter auch F.lli Campagnolo. Auch im Jahr 2023 wurde der Erlös der verschiedenen Wettbewerbe über den Verein **„Le scarpette delle Formichine“** für wohltätige Zwecke gespendet. Die gemeinnützige Organisation, die von den Unternehmern der beteiligten Firmen gegründet wurde, unterstützt Projekte zur Eingliederung und Wiedereingliederung von Menschen nicht nur in die Gemeinschaft, sondern auch in die Arbeitswelt. Darüber hinaus werden auch sozialmedizinische Einrichtungen und Verbände für Palliativpflege unterstützt.

177K CARNICA ULTRA TRAIL

Auch im Jahr 2023 war **CMP der offizielle Sponsor des 177 Carnica Ultra Trail**. Das Unternehmen ist wieder

Sponsor des Rennens, einer epischen Veranstaltung, bei der sich die Athleten auf den herrlichen Höhenwegen der Alpen selbst herausfordern. Das Rennen dient einem **wohltätigen Zweck**. Die Anmeldegebühren gehen an das Projekt „Idee di corsa“, das die sportliche Betätigung von Kindern mit körperlichen oder kognitiven Beeinträchtigungen oder aus finanziell schwachen Familien fördert. Um alle Athleten auf diesem unglaublichen Lauf zu begleiten, hat CMP ein personalisiertes T-Shirt entworfen, das zum Paket für das Rennen gehört.

WERT VON AUSBILDUNG UND SCHULUNG

PRODUKTMANAGER SPORTBEKLEIDUNG

F.lli Campagnolo ist **einer der Förderer der ITS Cosmo Fashion Academy**, die in Bassano del Grappa einen hochspezialisierten Kurs **für angehende Produktmanager für Sportkleidung** aufgebaut hat. Als Partner der Ausbildungsprojekte hat F.lli Campagnolo aktiv an der Festlegung der erforderlichen Kompetenzen mitgewirkt

und dabei mit **anderen Unternehmen** der Branche **zusammengearbeitet**, um eine an den Marktanforderungen orientierte Ausbildung zu gewährleisten. Das Engagement des Unternehmens beschränkt sich nicht nur auf die Beratung, sondern setzt sich auch fort, Schüler und Studenten zu **Firmenbesuchen** einzuladen, bei denen sie Produktionsprozesse aus nächster Nähe kennenlernen, einen praktischen Einblick in ihre berufliche Zukunft gewinnen und mit Branchenexperten ins Gespräch kommen können. Außerdem öffnet F.lli Campagnolo jedes Jahr seine Türen für **Praktika**, um Schülern und Studenten die Möglichkeit zu geben, das Gelernte in die Praxis umzusetzen und einen konkreten Weg zu einer Karriere in der Welt der Sportbekleidung einzuschlagen.

MASTER SBS BEIM SPORTMANAGEMENT

F.lli Campagnolo ist einer der Unterstützer von Master SBS für Sportmanagement, eine ausgezeichnete Ausbildung für die Vorbereitung von Fachleuten im Bereich Sportmanagement. Der Einsatz von F.lli Campagnolo wird auch durch die direkte Beteiligung einiger seiner Fachleute realisiert, die als Dozenten daran teilnehmen und ihre Erfahrung und ihr Fachwissen im Bereich der Sportbekleidung und der Unternehmensführung an die Kursteilnehmer weitergeben. Des Weiteren wählt das Unternehmen jedes Jahr eine Person für ein Praktikum mit dem Ziel aus, sie im Unternehmen einzubinden, um so den Weg für eine Anstellung zu ebnet.

INFINITY2

Nach dem Erfolg des **Projekts Infinity 1**, das im Schuljahr 2022/2023 von einer Schülergruppe des Gymnasiums „Liceo E. Medi“ in Montegiorgio (Provinz Fermo) durchgeführt wurde und bei dem ein Heißluftballon mit einer Sonde zur **Messung von Treibhausgasen** startete,

hat F.lli Campagnolo beschlossen, das neue ambitionierte **Projekt Infinity 2** zu unterstützen: **Eine Schule im Weltraum**. Die Initiative wurde im Jahr 2024 ins Leben gerufen, aber bereits 2023 anlässlich des Besuchs einer Abordnung des MIUR, dem italienischen Bildungsministerium, und der Dreharbeiten zu einem Dokumentarfilm offiziell vorgestellt. Ziel ist es, drei Heißluftballons in Island starten zu lassen, auf einem Gebiet, das wegen seiner idealen Bedingungen für das Auffangen kosmischer Strahlung, die für wissenschaftliche Experimente unerlässlich ist, ausgewählt wurde. An der Raumfahrtmission Infinity 2 nahmen 10 Schüler und 3 Lehrer teil, die eine einzigartige und sehr lehrreiche Erfahrung sowohl in wissenschaftlicher als auch in pädagogischer Hinsicht mit internationaler Reichweite im europäischen Rahmen gemacht haben. **Während der Entwicklung des Projekts bot F.lli Campagnolo ständige Unterstützung an** und trug damit wesentlich zum Erfolg des Projekts bei. Zur Vorbereitung auf die Reise und für

die Herausforderungen der isländischen Umwelt stellte das Unternehmen dem Team eine **maßgeschneiderte technische Ausrüstung** zur Verfügung, einschließlich spezieller Outfits, die für die extremen Bedingungen ausgelegt waren. Wieder einmal hat das Unternehmen gezeigt, wie es sein Engagement für Innovation, Nachhaltigkeit und Bildung zu wertvollen Initiativen vereint. Weitere Informationen über die Partnerschaft finden sich auf der entsprechenden Seite unter folgendem Link: <https://infinity2.polourbani.edu.it/>



NACHHALTIGKEITSWERT

DAS BIENENHAUS IM BÜRO

In den Gärten von F.lli Campagnolo wurde ein Bienenhaus mit vier Bienenstöcken aus naturfarben gestrichenem Holz aufgestellt, in dem Familien italienischer Bienen (Bienenrasse Ligustica) leben, die auf einer stabilen, unauffälligen Struktur ruhen. **Das Bienenhaus wird ökologisch bewirtschaftet** und die Bienenfamilien stammen aus Bienenhäusern, bei denen auf die gleiche Weise verfahren wird. Diese Wahl spiegelt das Engagement von F.lli Campagnolo **für den Schutz der Umwelt und der Artenvielfalt** wider. Tatsächlich übernehmen die Bienen übernehmen die Umgebung in einem Umkreis von drei Kilometern um ihre Bienenstöcke. Die Bestäubung durch den ständigen und unermüdlichen Flug der Bienen fördert das Wachstum und die Gesundheit natürlicher Ökosysteme wie Wiesen, Wälder und Anbauflächen in Unternehmensnähe.

Die Bienen sind ein unverzichtbares Element für die Erhaltung der Biodiversität und das Wohlergehen der Ökosysteme auf dem Land. Als Bestäuber spielen sie eine entscheidende Rolle im Reproduktionsprozess einer Vielzahl von Pflanzenarten und tragen damit wesentlich zur weltweiten Nahrungsmittelproduktion bei. Durch das Transportieren von Pollen von einer Blüte zur nächsten fördern die Bienen die Bildung von Früchten und Samen und sichern so den Fortbestand zahlreicher Pflanzenarten. Das Verschwinden der Bienen, das durch Pestizide, Lebensraumverlust, Monokulturen, Schädlinge, Krankheiten und Klimaveränderungen bedroht ist, hätte verheerende Folgen für die Land- und die Weltwirtschaft. Eine geringere Bestäubung würde zu einem Rückgang der pflanzlichen Artenvielfalt führen, was wiederum einen Rückgang der tierischen Artenvielfalt und schwerwiegende Auswirkungen für die natürlichen Ökosysteme zur Folge hätte. Neben den ökologischen Vorteilen haben Bienen auch einen erheblichen Einfluss auf die Weltwirtschaft. Die Bestäubung trägt jedes Jahr zur Produktion von mehreren Milliarden Dollar bei. Das Verschwinden der Bienen könnte daher verheerende Konsequenzen nicht nur für die Umwelt, sondern auch für die Agrar- und Ernährungswirtschaft nach sich ziehen.

PLASTIC PULL

Das Projekt **PLASTIC PULL** von **Piantando**, einer Benefit-Gesellschaft, die sich für die Entwicklung von Initiativen mit starken sozialen und ökologischen Auswirkungen einsetzt. Das Projekt dient der **Wiedergewinnung von Gebieten in schlechtem Zustand und der Umweltsanierung** mit einem konkreten Ansatz zur Bekämpfung der Umweltverschmutzung. Das Vorhaben beschränkt sich nicht nur auf die Beseitigung von zurückgelassenem Müll, sondern zielt auch darauf ab, **das Bewusstsein zu schärfen und die lokale Gemeinschaft aktiv einzubeziehen** und so eine Kultur der Nachhaltigkeit und der gemeinsamen Verantwortung zu fördern. Jeder Vorgang wird nach einem **strengen Berichterstattungsstandard** durchgeführt: Jedes Kilogramm der gewonnenen Abfälle wird gewogen, dokumentiert und zertifiziert, wodurch eine wissenschaftliche und transparente Überwachung jedes Vorgangs gewährleistet wird. Im Rahmen dieser Partnerschaft trug F.lli Campagnolo im

Jahr 2023 dazu bei, dass sechs **Einsätze für Aufräumarbeiten durchgeführt werden konnten, bei denen eine Tonne Abfall gesammelt und zertifiziert wurde**. Strände, städtische Gebiete, Parks und Wasserstraßen wurden dabei saniert. Die Einhaltung der Plastic-Pull-Standards gewährleistet ein Höchstmaß an Präzision und Transparenz, sodass die positiven Auswirkungen des Projekts verstärkt werden.

Validierungstoken

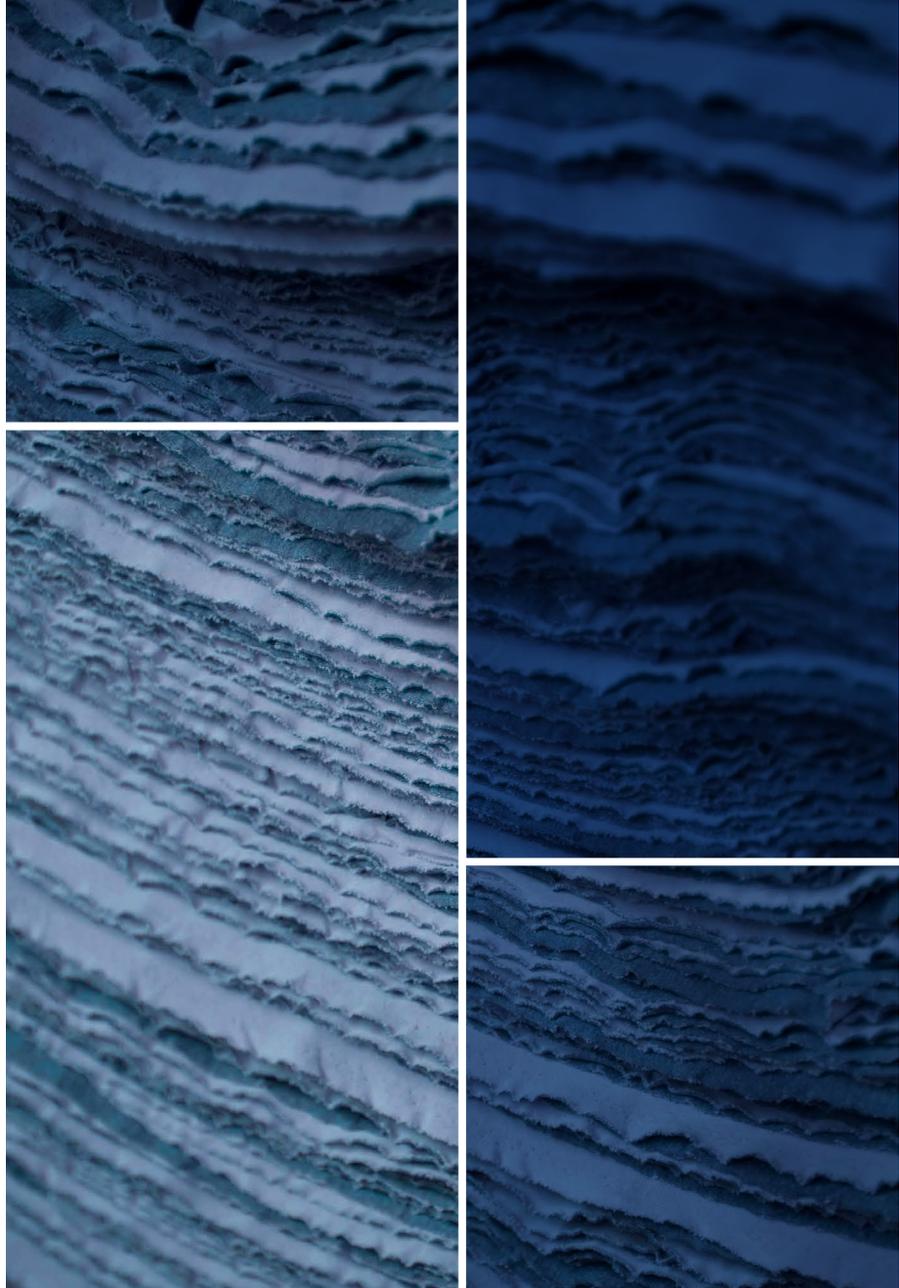
Datum	kg	Gruppe	Freiwillige	Ort	Bereich
16/09/23	334	The Black Bag	40	Genova	Fluss See
01/10/23	224	La Foresta	12	Rovereto	Fluss See
19/10/23	106	CleanUp Surbo - Giorgilorio	9	Surbo	Städtisches Gebiet
01/11/23	4	Mr. Green	1	Livorno	Städtisches Gebiet
11/11/23	207	Reggio Emilia Ripuliamoci	20	Reggio Emilia	Städtisches Gebiet
17/11/23	125	Partetuttodanoi	8	Busto Arsizio	Städtisches Gebiet

Weitere Informationen über die Partnerschaft finden sich auf der entsprechenden Seite unter folgendem Link: <https://business.piantando.it/fillicampagnolo-plasticpull>

Nachfolgend eine Zusammenfassung der Aufräumdaten, die die direkten Auswirkungen der Maßnahmen durch F.lli Campagnolo auf das Projekt verdeutlichen.

GOVERNANCE GRUNDSÄTZE

DER KOMPASS, AN DEM SICH UNSERE
SCHRITTE ORIENTIEREN



NACHHALTIGKEITS-GOVERNANCE

Governance, ein wichtiges Element der drei ESG-Kriterien, steht für die Gesamtheit der Werkzeuge, Regeln und internen Prozesse, die die Entscheidungen und Handlungen einer Organisation leiten. Die Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensführung bedeutet, dass Organe, Regeln und Prozesse für das Management der ökologischen und sozialen Auswirkungen des Unternehmens bestimmt werden. Dieser Ansatz ermöglicht **Chancen und Risiken im Zusammenhang mit sozialen und ökologischen Trends** zu erkennen und zu analysieren. Entscheidungen in Richtung eines langfristig verantwortungsvolleren und nachhaltigeren Geschäftsmodells können genommen werden.

F.lli Campagnolo ist davon überzeugt, dass die wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung, die Wertschöpfung in der eigenen Gemeinschaft und der Umweltschutz nur durch eine **Strategie der nachhaltigen Unternehmensführung** erreicht werden können. Aus diesem Grund

wurde **im Jahr 2022 eine Arbeitsgruppe für Nachhaltigkeitsfragen** mit dem Bestreben eingerichtet, das Management bei der Integration eines nachhaltigen, auf die Unternehmensziele abgestimmten Geschäftsmodells zu unterstützen. Die Gruppe hat sich dazu verpflichtet, ihre ESG-Leistung jährlich zu messen und darüber zu berichten, mit der Zielsetzung, Aktivitäten und Initiativen zur kontinuierlichen Verbesserung umzusetzen. Dieser Prozess zielt darauf ab, die negativen Auswirkungen zu verringern und die positiven Auswirkungen bei den drei Nachhaltigkeitskriterien zu nutzen, um so zum Aufbau einer gerechteren und verantwortungsvolleren Zukunft für alle Stakeholder beizutragen.

GOVERNANCE - FÜHRUNGSSTRUKTUR UND ZUSAMMENSETZUNG

GRI 2 | GRI 405

Das Unternehmen F.lli Campagnolo S.p.A. ist seit der Gründung in Familienhand. **Das von F.lli Campagnolo gewählte Governance-Modell ist vom**

traditionellen Typ, gekennzeichnet durch die Trennung von Leitungsorgan (Verwaltungsrat) und den Kontrollorganen (Aufsichtsrat und Prüfungsgesellschaft). Der für den Dreijahreszeitraum 2023-2025 ernannte Verwaltungsrat bleibt bis zur Annahme der Bilanz für das Geschäftsjahr 2025 im Amt. Der Verwaltungsrat ist mit allen Befugnissen der ordentlichen und außerordentlichen Verwaltung und weitreichenden Befugnissen für strategische Führung und Entscheidungsfindung ausgestattet, einschließlich der Annahme des **Konzernabschlusses** und der **Nachhaltigkeitsbilanz**. **Der Verwaltungsrat als Ausdruck der Gründerfamilie besteht aus sechs Mitgliedern**, von denen fünf entsprechend ihrer Rolle innerhalb des Unternehmens über Vollmachten und Vertretungsbefugnisse verfügen. Außerdem sind einige von ihnen in anderen Unternehmen der Gruppe F.lli Campagnolo als Geschäftsführer tätig.



Zusammensetzung des Verwaltungsrats

	Anzahl
Frauen	3
Männer	3
< 50 Jahre	1
> 50 Jahre	5
Abgehaltene Sitzungen während des Jahres	9

Die Maßnahmen zur Vorbeugung und Abschwächung potenzieller Interessenkonflikte, in die Verwaltungsratsmitglieder verwickelt sein könnten, werden im Verhaltenskodex ausführlich beschrieben, insbesondere in Abschnitt 3.1, auf den für weitere Einzelheiten verwiesen wird. **Eventuelle kritische Punkte**, die sich sowohl auf die Führung der Organisation als auch auf tatsächliche oder auch nur potenziell negative Auswirkungen auf die Stakeholder beziehen, **werden dem Kontrollorgan in regelmäßigen Treffen**, die mindestens halbjährlich stattfinden, zur Kenntnis gebracht.

Im Laufe des Jahres 2023 wurden keine kritischen Punkte festgestellt. **Das Wirken des Verwaltungsrats unterliegt, wie von geltendem Recht vorgesehen, der Kontrolle der Rechtmäßigkeit durch den Aufsichtsrat.** Die Abschlussprüfung hingegen wird einer führenden Prüfungsgesellschaft anvertraut. **Die Vergütungspolitik des Unternehmens gegenüber seinen Angestellten** wird von der Personalabteilung in **vollständiger Übereinstimmung mit den geltenden nationalen Tarifverträgen** sowie den unterzeichneten Unternehmens- und Einzelverträgen verwaltet.



WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG*

GRI 201

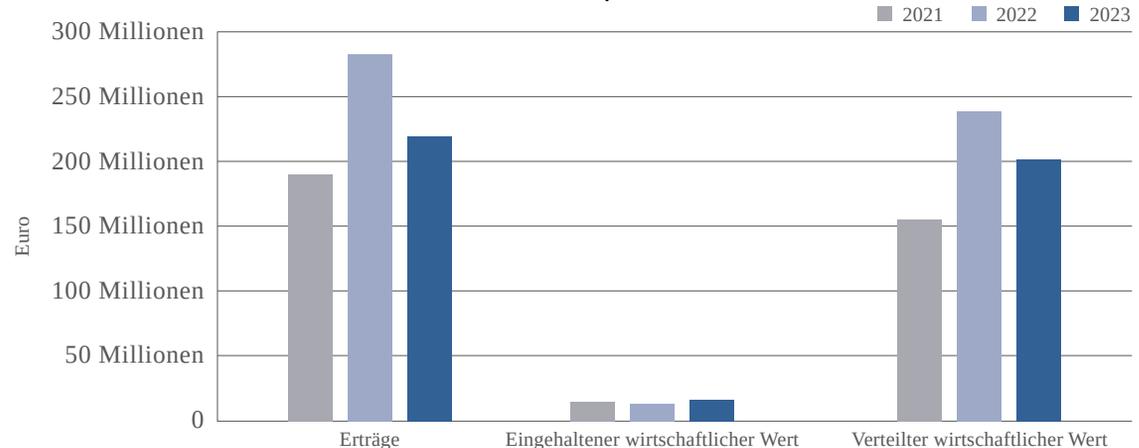
Im Jahr 2023 kam zu dem Konflikt in der Ukraine noch der Konflikt im Nahen Osten mit schwerwiegenden humanitären Folgen hinzu. Trotz internationaler Verurteilung und Vermittlungsversuchen halten die Spannungen an. Auf wirtschaftlicher Ebene hat die Situation zu einer weltweiten Verunsicherung geführt, da die Angriffe im Roten Meer die Schifffahrtsunternehmen dazu gezwungen haben, die Routen zu ändern, sodass es zu höheren Kosten und längeren Transportzeiten kommt. In Italien verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum von 4 % im Jahr 2022 auf 0,9 %. Die Inflation ging im Dezember auf +0,6 % zurück. In Deutschland und Frankreich stieg die Inflation dennoch an, sodass sich der Durchschnitt der Eurozone auf +2,9 % erhöhte. Beim Konsumverhalten und bei den Investitionen herrscht weiterhin Zurückhaltung aufgrund der immer noch hohen, wenn auch leicht rückläufigen Zinssätze.

In diesem Zusammenhang verzeichnete F.lli Campagnolo im Geschäftsjahr 2023 **Erträge in Höhe von 236,3 Millionen Euro**, was einem Rückgang von 11,1 % gegenüber den

265,9 Millionen Euro des vorangegangenen Geschäftsjahres entspricht, in dem das Unternehmen ein Rekordvolumen erzielt hat. Hier konnte besonders davon profitiert werden, dass nach Ende der Covid-Pandemie die sportlichen Aktivitäten wieder zunahmen und der Verbraucher im Allgemeinen Outdoor-Aktivitäten positiv gegenübersteht. Es handelt sich also um eine Umsatzanpassung, die auch auf die großen Lagerbestände auf dem Markt zurückzuführen ist, die durch die allgemeine Erhöhung des Einkaufsbudgets der Kunden im Vorjahr verursacht wurde.

Der im Jahr 2023 von F.lli Campagnolo verteilte wirtschaftliche Wert, widergegeben durch folgende Komponenten: Betriebsaufwendungen, Vergütung des Personals, Vergütung an Kapitalgeber, Vergütung von Behörden, Investitionen für die Gemeinschaft. **Er entsprach 203 Millionen Euro, das entspricht 86 % des erzeugten Werts**; im Vergleich zum Jahr 2022 leicht rückläufig. Der verteilte wirtschaftliche Wert besteht in erster Linie aus den Kosten, die für den Kauf von Rohstoffen und anderen Produkten sowie für die Vergütung des Personals verwendet wurden.

Einhaltung und Verteilung des wirtschaftlichen Werts.



* Wirtschaftliche Leistung der Gruppe, einschließlich der Niederlassungen, die sich nicht in der Berichterstattung der Nachhaltigkeitsbilanz wiederfinden.

LIEFERKETTE

GRI 308 | GRI 414

Die Lieferkette steht für die Gesamtheit der Zulieferer und anderer Akteure, die am Produktions- und Vertriebsprozess eines Produkts von der Herstellung bis zum Verkauf über verschiedene Vertriebskanäle beteiligt sind.



Die wachsende Aufmerksamkeit gegenüber den Aspekten der Nachhaltigkeit und das Bewusstsein für die systemische Verbindung zwischen

allen Akteuren in der Lieferkette hat F.lli Campagnolo zu der Erkenntnis geführt, dass **nur durch die vollständige Einbeziehung der gesamten Lieferkette ineffizientes Handeln, Risiken und Umweltauswirkungen verringert werden können, wodurch ein Mehrwert für die Stakeholder** im Rahmen einer nachhaltigen Entwicklung geschaffen werden kann. Das Unternehmen ist bereit, mit seinen Lieferanten zusammenzuarbeiten, um gemeinsam die Auswirkungen der Lieferkette auf die Umwelt zu verbessern. Der erste Schritt, der unternommen wurde, um das Management der Lieferkette nachhaltig zu gestalten, war im Jahr 2022. **Die Einbindung der Lieferanten durch die gemeinsame Nutzung eines Fragebogens**, unterteilt in drei Abschnitte unterteilt, und zwar in Umwelt, Soziales und Unternehmensführung, um die ESG-Leistung der Lieferanten abbilden zu können. Diese Aktivität führte zu einem zweifachen Ergebnis: Auf der einen Seite wurde den Lieferanten der von F.lli Campagnolo eingeschlagene Weg bewusst

und sie wurden für Aspekte in Hinblick auf Nachhaltigkeit sensibilisiert. Auf der anderen Seite konnte das Unternehmen den Stand der Dinge in Bezug auf das Vorhandensein von umgesetzten oder nicht umgesetzten ESG-Aktivitäten bei den Befragten überprüfen. Die Analyse der Antworten führte zu mehreren Betrachtungsweisen, darunter auch die Tatsache, dass 100 % der untersuchten Stichproben über eine BSCI-Zertifizierung oder ähnlich gültige Zertifikate verfügen. Im Jahr 2023 startete F.lli Campagnolo **eine Feedback-Initiative für die beteiligten Lieferanten, um ihnen eine Bewertung auf Grundlage der übermittelten Informationen zu geben**. Durch dieses Verfahren konnten die Unternehmen sichtbar gemacht werden, die hervorragende Leistungen erbracht haben und gleichzeitig konnten die Lieferanten stärker angespornt werden, die weniger zufriedenstellende Ergebnisse hatten, um sich zu verbessern.

* Für eine weitere Analyse der Antworten der Lieferanten wird auf die Nachhaltigkeitsbilanz 2022 von F.lli Campagnolo verwiesen

In den kommenden Jahren will F.lli Campagnolo diese Aktivität ausweiten und verstärken. Dabei sollen nicht nur die Hauptlieferanten, sondern auch die kleineren Partner innerhalb der Lieferkette jeder einzelnen Marke noch stärker einbezogen werden. Das Ziel ist, einen ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen. Ein Ansatz, der nicht nur große, sondern auch kleine Unternehmen berücksichtigt, um einen vollständigeren und genaueren Überblick über das gesamte interne Ökosystem der Produktion zu erhalten. Auf Grundlage der bisher durchgeführten Analyse der Bestandsaufnahme beabsichtigt F.lli Campagnolo, durch die Entstehung eines ESG-Bewertungssystems eine **Metrik über die Qualifizierung des Lieferanten** zu entwickeln, sodass ausgezeichnete Lieferanten belohnt werden können und anderen Lieferanten ein Anreiz zur Verbesserung der eigenen Leistung gegeben wird. Diese Strategie wird von einer immer transparenteren Kommunikation und einer effektiven Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern

versehen, wodurch eine kontinuierliche Verbesserung und mehr Nachhaltigkeit bei der gesamten Lieferkette gefördert werden.

WERTE DES VERHALTENSKODEX

Das Unternehmen übt seit jeher seine unternehmerischen Aktivitäten auf Grundlage **der Werte wie Ehrlichkeit, Loyalität und Solidarität aus. Dabei wird nicht nur das wirtschaftliche Wachstum, sondern auch das Wohl des Personals, das Schaffen von Werten gegenüber der lokalen und nicht lokalen Gemeinschaft und der Umweltschutz angestrebt.** Diese Werte sind im Verhaltenskodex von F.lli Campagnolo S.p.A. verankert und formalisiert, der darauf abzielt, die Grundsätze und Methoden, nach denen die Unternehmenstätigkeiten ausgeführt werden, auf transparente Weise nach außen und innerhalb der Organisationsgrenzen zu definieren und zu kommunizieren.

Alle Adressaten des Verhaltenskodex müssen diese Grundsätze und Werte einhalten. Dazu gehören:

- ✓ Ehrlichkeit, Transparenz und Einhaltung des Gesetzes
- ✓ Loyalität und Treue
- ✓ Geheimhaltung
- ✓ Integrität und Achtung der Menschenwürde - Chancengleichheit
- ✓ Leistungsprinzip, Kompetenz und Professionalität
- ✓ Schutz der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- ✓ Schutz der Familie
- ✓ Umweltschutz

NACHHALTIGE PRODUKTINNOVATION UND DIGITALISIERUNG

F.lli Campagnolo investiert in **technologische Innovation, Forschung und Entwicklung sowie die Digitalisierung von Prozessen**, um die betriebliche Effizienz zu optimieren und die Produktqualität zu verbessern. Diese Investitionen wollen den Lebenszyklus des Produkts verlängern und verbessern sowie gleichzeitig die CO₂-Äquivalent-Emissionen und die damit verbundenen Emissionen reduzieren. Im Bereich der Digitalisierung kamen 2022 neue automatische Lagersysteme im Unternehmen hinzu, um den Lagerbetrieb zu digitalisieren und zu vereinfachen. Weitere Informationen zu diesem Thema finden sich in der Nachhaltigkeitsbilanz 2022 von F.lli Campagnolo.

Als Gast auf dem Planeten Erde ist es für Unternehmen heute unerlässlich, nach den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung zu agieren und dabei die natürlichen Systeme, denen die Ressourcen entnommen werden, zu erhalten und ihre Kapazität zur Aufnahme von Abfällen und Müll, die durch menschliche Aktivitäten entstehen, nicht zu überschreiten. F.lli Campagnolo beabsichtigt, eine interne Arbeitsgruppe einzurichten, mit dem Ziel, konkrete Initiativen zum Verlängern des Lebenszyklus der Produkte zu entwickeln. Zu den wichtigsten geplanten Maßnahmen gehört die Einführung eines speziellen Reparaturdienstes für die Kunden, damit ihre Artikel über einen längeren Zeitraum hinweg in gutem Zustand erhalten bleiben und sie nicht mehr so häufig ausgetauscht werden müssen. Parallel dazu wird die Arbeitsgruppe eine gezielte Strategie umsetzen, um die ökologischen und logistischen Auswirkungen von Rücksendungen zu minimieren, sodass Abfall reduziert werden kann und die Gesamteffizienz des Prozesses verbessert wird. Dies wird zu einem nachhaltigen Management der Rücksendungen und einer Verringerung der damit verbundenen Kosten führen.



NACHHALTIGKEITSPROGRAMM 2023/2025: UNSER EINSATZ FÜR DIE ZUKUNFT

	Thema	Ziel	Projekt	SDGs	
PLANET	Abfallwirtschaft	Reduzierung von Textilabfällen auf ein Minimum	Schaffung von öffentlich-privaten Bündnissen zur Wiedereinführung von Textilabfällen in Produktionsprozesse als Sekundärrohstoffe	SDG 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	
		Verlängerung der Nutzungsdauer von Kleidungsstücken	Entwicklung eines Reparatur- und Wartungsdienstes für Kleidungsstücke	SDG 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	
	Nachhaltige Verpackung	Verwendung von Materialien mit geringer Auswirkung auf die Umwelt	Forschung und Entwicklung, um Plastik durch Materialien mit geringeren Auswirkungen auf die Umwelt zu ersetzen	SDG 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	
		Optimierung der Verpackungsgrößen	Forschung und Entwicklung, um die Größe und das Volumen von Verpackungen zu reduzieren, sodass der Materialverbrauch und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Umwelt durch Transport und Entsorgung minimiert werden		
	Emissionsmanagement	Planung externer Audits	Umsetzung einer Strategie zur Verringerung der CO ₂ -Äquivalent-Emissionen und Festlegung messbarer kurz- und langfristiger Ziele zur Reduzierung	SDG 13 - Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen	
	Energiemanagement	Verringerung der CO ₂ -Emissionen aus der Energienutzung	Nutzung erneuerbarer Energiequellen bei den Aktivitäten des Unternehmens durch bauliche Maßnahmen an den Betriebsstandorten	SDG 7 - Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern	
	Management der Wasserreserven	Senkung des Wasserverbrauchs in Büros	Sensibilisierung und Schulung der Beschäftigten in nachhaltigem Wassermanagement	SDG 6 - Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten	

	Thema	Ziel	Projekt	SDGs	
MENSCHEN	Gesundheit und Sicherheit der Angestellten	Förderung einer Kultur und Gesundheitsvorsorge	Organisation jährlicher und kostenloser fachärztlicher Untersuchungen für alle Angestellten	SDG 3 - Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern	
		Unterstützung eines gesunden Lebensstils unter den Angestellten	Vorhandensein gesunder und nahrhafter Speisen und Getränke in der Firmenkantine; Aktivitäten in der Natur fördern	SDG 2 - Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern	
	Wohlbefinden der Angestellten	Förderung der Weiterentwicklung der professionellen Kompetenz	Entwicklung eines strukturierten Schulungsprogramms zum Stärken der Kompetenzen des Personals und Fördern des persönlichen Wachstums der Angestellten	SDG 4 - Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern	
	Diversität und Inklusion	Festlegen der Unternehmenspolitik, die die Chancengleichheit beinhaltet und die Gleichstellung und die Integration als kulturelle Unternehmenswerte fördert	Zertifizierung zur Geschlechtergleichstellung nach UNI PdR 125:2022	SDG 5 - Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen	
GOVERNANCE	Regulierung der Versorgungskette	Sicherstellung hoher Standards für Umwelt und Soziales für die gesamte Lieferkette	Überwachung der Lieferkette und Entwicklung einer Metrik über die Qualifizierung des Lieferanten	SDG 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	
				SDG 8 - Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern	
UNTERNEHMEN	Qualität und Nachhaltigkeit der Produkte	Entwicklung und Vertrieb der Produkte mit geringen Auswirkungen auf die Umwelt	Investitionen in Forschung & Entwicklung, um Produkte zu entwickeln, die in allen Phasen der Wertschöpfungskette natürliche Energie und Ressourcen effizient nutzen	SDG 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	
	Gefährliche Stoffe	Gesundheitsschutz und Sicherheit der Produkte des Unternehmens zum Wohle der Verbraucher, Arbeiter und Interessengruppen gewährleisten	Überwachung, Forschung und Entwicklung in Bezug auf gefährliche Stoffe		

GRI-INHALTSINDEX

Name des GRI-Standards	Wesentliche Themen	Indikator	Beschreibung	Verweis	Grund der Auslassung	S.	
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken							
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021		2-1	Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken	Anwendung Entwicklung der Gruppe Unternehmensorganigramm Fertigung Die Märkte und das Vertriebsnetz		3 7 9 10 15	
		2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	Anwendung		3	
		2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	Anwendung		3	
		2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	Anwendung		3	
		2-5	Externe Prüfung	Anwendung		3	
	Tätigkeiten und Mitarbeiter						
		2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	Fertigung Marken der Gruppe Die Märkte und das Vertriebsnetz		10 11 15	
		2-7	Angestellte	Personen Diversität und Inklusion		29 37	
		2-8	Mitarbeiter, die keine Angestellten sind	Personen		29	
	Unternehmensführung						
		2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47	
		2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47	
		2-11	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47	
		2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	Nachhaltigkeits-Governance		47	
	2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47		
	2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Nachhaltigkeits-Governance		47 47		

Name des GRI-Standards	Wesentliche Themen	Indikator	Beschreibung	Führungsstruktur und Zusammensetzung	Grund der Auslassung	S.
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021		2-15	Interessenkonflikte	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47
		2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47
		2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47
		2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47
		2-19	Vergütungspolitik	Führungsstruktur und Zusammensetzung		47
		2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	Personen		29
		2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	-	Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht	
		2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	Anwendung		3 47
		2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	Nachhaltigkeits-Governance	Informationen nicht verfügbar: F.lli Campagnolo legt gerade fest, auf welche Art und Weise die eigenen negativen Auswirkungen zu handhaben sind	
		2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	-	Informationen nicht verfügbar: F.lli Campagnolo führt die Art und Weise ein, wie Klarstellungen erlangt und Bedenken erfasst werden können	
		2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	-		
		2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	Während des Berichtszeitraums gab es keine Verstöße gegen Gesetze und Verordnungen		39
	Einbindung von Stakeholdern					
		2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Die Prioritäten für F.lli Campagnolo: die wesentlichen Themen		17
		2-30	Tarifverträge	Personen		29
Angaben zu wesentlichen Themen						
GRI 3: Wesentliche Themen		3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	Die Prioritäten für F.lli Campagnolo: die wesentlichen Themen		17
		3-2	Liste der wesentlichen Themen	Die Prioritäten für F.lli Campagnolo: die wesentlichen Themen		17
		3-3	Management von wesentlichen Themen	Planet: Schritt für Schritt den ökologischen Fußabdruck verringern		20 28 46

Name des GRI-Standards	Wesentliche Themen	Indikator	Beschreibung	Verweis	Grund der Auslassung	S.	
Wirtschaft							
Wirtschaft	Wirtschaftliche Leistung	201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Wirtschaftliche Leistung		49	
		205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Es gab keine bestätigten Fälle von Korruption			
	Wettbewerbswidriges Verhalten	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Es gab keine Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolpraktiken			
Umwelt							
	Energie	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Energiemanagement		23	
		302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	Energiemanagement		23	
		302-3	Energieintensität	Energiemanagement		23	
		303-5	Wasserverbrauch	Wasserreserven		27	
	Emissionen	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	CO ₂ -Fußabdruck		25	
		305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	CO ₂ -Fußabdruck		25	
		305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	CO ₂ -Fußabdruck		25	
		305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	CO ₂ -Fußabdruck		25	
	Abfall	306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	Materialeinsatz und Abfallwirtschaft		21	
		306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	Materialeinsatz und Abfallwirtschaft		21	
		306-3	Angefallener Abfall	Materialeinsatz und Abfallwirtschaft		21	
		306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	Materialeinsatz und Abfallwirtschaft		21	
		306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	Materialeinsatz und Abfallwirtschaft		21	
		306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	Materialeinsatz und Abfallwirtschaft		21	
	Umweltbewertung der Lieferanten	308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Lieferkette		50	
	Soziales						
	Soziales	Beschäftigung	401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	Personen		29
401-2			Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	Personen		29	

Name des GRI-Standards	Wesentliche Themen	Indikator	Beschreibung	Verweis	Grund der Auslassung	S.
Soziales	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Gesundheit und Sicherheit		38
		403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	Gesundheit und Sicherheit		38
		403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	Gesundheit und Sicherheit		38
		403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Gesundheit und Sicherheit		38
		403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Gesundheit und Sicherheit		38
		403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	Personen		29
		403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	Personen		29
		403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	Personen		29
		403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	Gesundheit und Sicherheit		38
	Aus- und Weiterbildung	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	Personen		29
		404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	Personen		29
	Diversität und Chancengleichheit	405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	Diversität und Inklusion		37
	Lokale Gemeinschaften	413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	Entwicklung der Gemeinschaft		39
		413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	Entwicklung der Gemeinschaft		39
	Soziale Bewertung der Lieferanten	414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Lieferkette		50
		416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	Es gab keine Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen		-
		417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	Es gab keine Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		-
			417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Es gab keine Fälle von Verstößen im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	
	Schutz der Kundendaten	418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	Es gab keine begründeten Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		-
	Sozioökonomische Compliance	419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	Es gab keine Verstöße gegen Gesetze und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		-

Technische und wissenschaftliche
Koordination



Grafikprojekt:



Neutralia
Your way to carbon neutrality

F.LLI CAMPAGNOLO

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

www.campagnolo.it

sustainability@campagnolo.it

+39 0424 515411