

Report di sostenibilità 2024

F.LLI CAMPAGNOLO

CMP

MELBY

Maryplaid

JEANNE
BAPTISTE



Report di sostenibilità

2024 **F.LLI CAMPAGNOLO**

Indice

Lettera agli stakeholder	5
Criteri generali per la redazione della dichiarazione sulla sostenibilità	6
1. Identità del Gruppo	7
1.1 Struttura organizzativa del Gruppo	8
1.2 Sviluppo del Gruppo nel tempo	9
1.3 Brand e identità del Gruppo	10
1.4 Modello di business	13
2. Governance e strategia di sostenibilità	19
2.1 Valori e principi	19
2.2 Organi di amministrazione, direzione e controllo	20
2.3 Ruolo e responsabilità del CdA in ambito ESG	22
2.4 Politiche e certificazioni	23
2.5 Strategia di sostenibilità	24
3. Le priorità ESG per F.Ili Campagnolo	25
3.1 Identificazione degli impatti dei rischi e delle opportunità	25
3.2 Matrice di doppia materialità	27
4. Environment	29
4.1 Cambiamento climatico	30
4.2 Inquinamento	35
4.3 Risorsa idrica	36
4.4 Biodiversità	39
4.5 Economia circolare	42
5. Social	47
5.1 Forza lavoro propria	48
5.2 Lavoratori nella catena del valore	60
5.3 Comunità locale	62
5.4 Consumatori e utilizzatori finali	65
6. Governance	67
6.1 Condotta aziendale	68
Piano di sostenibilità	71
Disclosure Requirement Index	72



Lettera agli Stakeholders

Due nostri giovani dipendenti hanno deciso di trasferirsi dall'altra parte del mondo, lasciando affetti, lavoro e progetti per andare a vivere a diecimila chilometri da qua.

Questa scelta mi ha colpita nel profondo, sia come imprenditrice, perché abbiamo perso due risorse preziose e, ancora più intensamente, come madre.

C'è sempre un po' di orgoglio quando un figlio dimostra il coraggio di lasciare il nido, ti sembra di aver fatto bene il lavoro del genitore. Questo valeva per le generazioni precedenti, il sentimento non si accompagnava necessariamente con l'idea di averli persi, questi figli.

Ora invece sai che non potrai godere della sua compagnia nella quotidianità, non potrai renderti utile con i futuri nipoti, men che meno potrai sperare che sia lui o lei a tenerti la mano quando la tua comincerà a tremare.

Nelle parole arcinote di un padre imprenditore ai propri figli: "non vi lascio un'impresa da amministrare ma un'impresa da rinnovare" (Alberto Falck nella lettera ai figli, 1999) c'è la sintesi del messaggio del ruolo rifondante che spetta alle nuove leve.

Certamente ha un senso estendere il concetto di "figli eredi" a tutti i giovani "figli in senso lato", a qualsiasi livello organizzativo si collochino.

Dobbiamo chiederci se stiamo facendo abbastanza per rendere le nostre aziende luoghi adatti ai giovani, offrendo loro l'ascolto e lo spazio necessari per rinnovare, esplorare e persino sbagliare. In un'epoca segnata dall'intelligenza artificiale, è fondamentale moltiplicare la fiducia nei loro confronti, permettendo loro di assumersi rischi e rifondare le nostre realtà organizzative.

Questo può voler significare che si rompano gli schemi con cui abbiamo condotto le nostre aziende, con una buona dose di coraggio. Quella che a noi imprenditori veneti non è mai mancata.

A tal proposito, vorrei citare un testo che sta ispirando il mio modus operandi in azienda e che credo possa facilitare l'integrazione delle nuove leve nei ruoli di leadership - "Reinventare le organizzazioni" di Frederic Laloux.

Spero si riveli un buon consiglio e una riflessione anche per Voi.

Michela Campagnolo

Amministratore Delegato F.Ili Campagnolo S.p.A.



CRITERI GENERALI PER LA REDAZIONE DELLA DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ

La presente **Dichiarazione di Carattere non Finanziario** è stata redatta su **base consolidata** per F.Ili Campagnolo S.p.A. avente sede legale a Romano d'Ezzelino (VI), e copre il **periodo di rendicontazione dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024**.

Rispetto al precedente **periodo di rendicontazione**, il perimetro adottato include tutte le sedi operative e le unità aziendali di F.Ili Campagnolo, **in coerenza con l'approccio consolidato** e con quanto previsto dall'**ESRS**.

Eventuali esclusioni, limitazioni o cambiamenti di perimetro relative a singoli aspetti della dichiarazione non finanziaria sono indicate nelle sezioni pertinenti del seguente documento.

A partire da quest'anno, la rendicontazione è stata ampliata seguendo i principi e le indicazioni della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** e degli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**, definiti dal Regolamento Delegato (UE) 2023/2772. Sebbene il processo di allineamento non sia ancora pienamente completato, il Gruppo ha intrapreso un **percorso graduale di adeguamento**, con l'obiettivo di raggiungere nei prossimi anni una conformità completa ai nuovi requisiti. Questo approccio consente di offrire fin da ora una rappresentazione più completa, coerente e trasparente degli impatti, dei rischi e delle opportunità, nonché delle politiche, azioni, obiettivi e metriche adottate per integrare la sostenibilità nel modello di business.

Per quanto concerne la catena del valore è stato avviato un processo strutturato di **valutazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità, sia a monte che a valle**, a testimonianza dell'attenzione crescente che l'azienda attribuisce a una gestione responsabile e proattiva delle proprie relazioni economiche e ambientali. Le informazioni attualmente disponibili sono in fase di consolidamento e saranno progressivamente approfondite e integrate con politiche e azioni, obiettivi e metriche, al fine di consentire un **monitoraggio strutturato** e continuo delle performance ESG lungo la catena del valore.

F.Ili Campagnolo adotta gli orizzonti temporali previsti dagli ESRS fornendo un quadro chiaro delle **proiezioni future legate alla sostenibilità**, e assicurando la massima trasparenza in merito a stime, incertezze e ipotesi utilizzate nella definizione degli obiettivi e nell'analisi dei rischi.

Eventuali modifiche nelle **pratiche di rendicontazione, correzioni di errori materiali** o variazioni rispetto ai periodi precedenti sono esplicitamente riportate, nel rispetto dei criteri di coerenza e comparabilità.

1. Azienda

IDENTITÀ DEL GRUPPO



Nel 1948 Maria Disegna, una giovane vedova con cinque figli a carico, getta le basi di un impero tessile. Da un piccolo banco al mercato di Bassano del Grappa, in un'Italia ancora ferita dal dopoguerra, nasce l'avventura imprenditoriale dei fratelli Campagnolo. Nonostante le difficoltà economiche e le responsabilità familiari, Maria dimostra una tenacia straordinaria, lavorando instancabilmente per sfamare i suoi figli e dare un futuro migliore alla sua famiglia.

Grazie al suo coraggio e alla sua determinazione, ciò che inizia come un piccolo negozio si trasforma, nel corso degli anni, in una delle più importanti aziende tessili italiane.

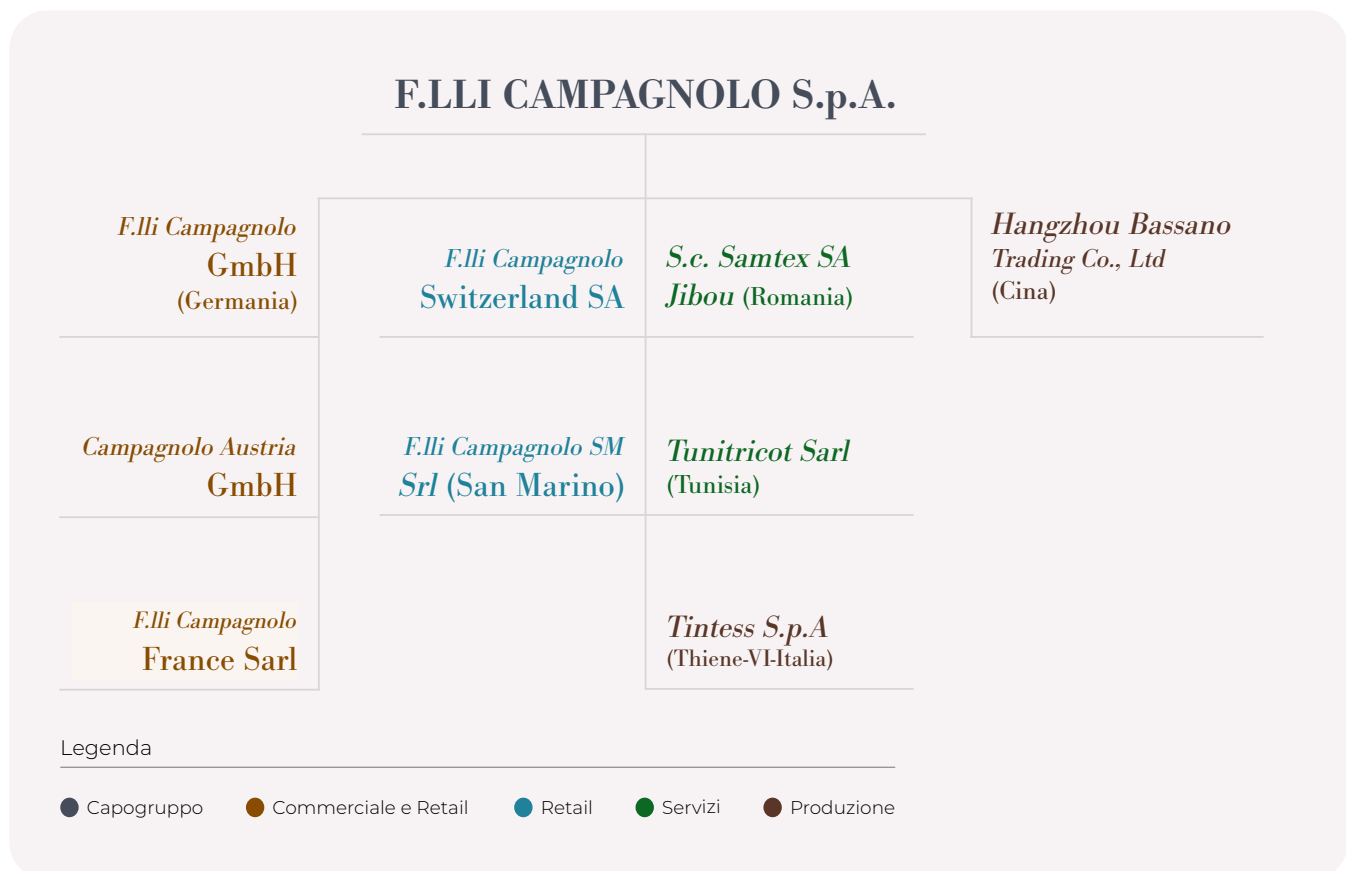
1.1 STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL GRUPPO

La **struttura organizzativa** di F.lli Campagnolo riflette un **modello centralizzato ed efficiente**, pensato per garantire coerenza strategica e operativa a livello globale. La sede principale, situata a Romano d'Ezzelino (VI), rappresenta il cuore decisionale dell'azienda: qui hanno sede il **Consiglio di Amministrazione** e le principali funzioni aziendali, responsabili dell'elaborazione delle strategie e della definizione delle politiche generali del Gruppo.

F.lli Campagnolo S.p.A. gestisce le attività di **produzione, distribuzione** e la **conduzione delle strategie** sia in ambito retail che commerciale.

A livello internazionale il Gruppo è presente attraverso una solida rete di **società controllate**, che operano nei mercati esteri con il compito di implementare le direttive strategiche definite dalla sede centrale. Tali entità assicurano il **presidio operativo locale**, pur mantenendo un costante allineamento con la governance centrale, contribuendo in modo sinergico al raggiungimento degli obiettivi aziendali su scala globale.

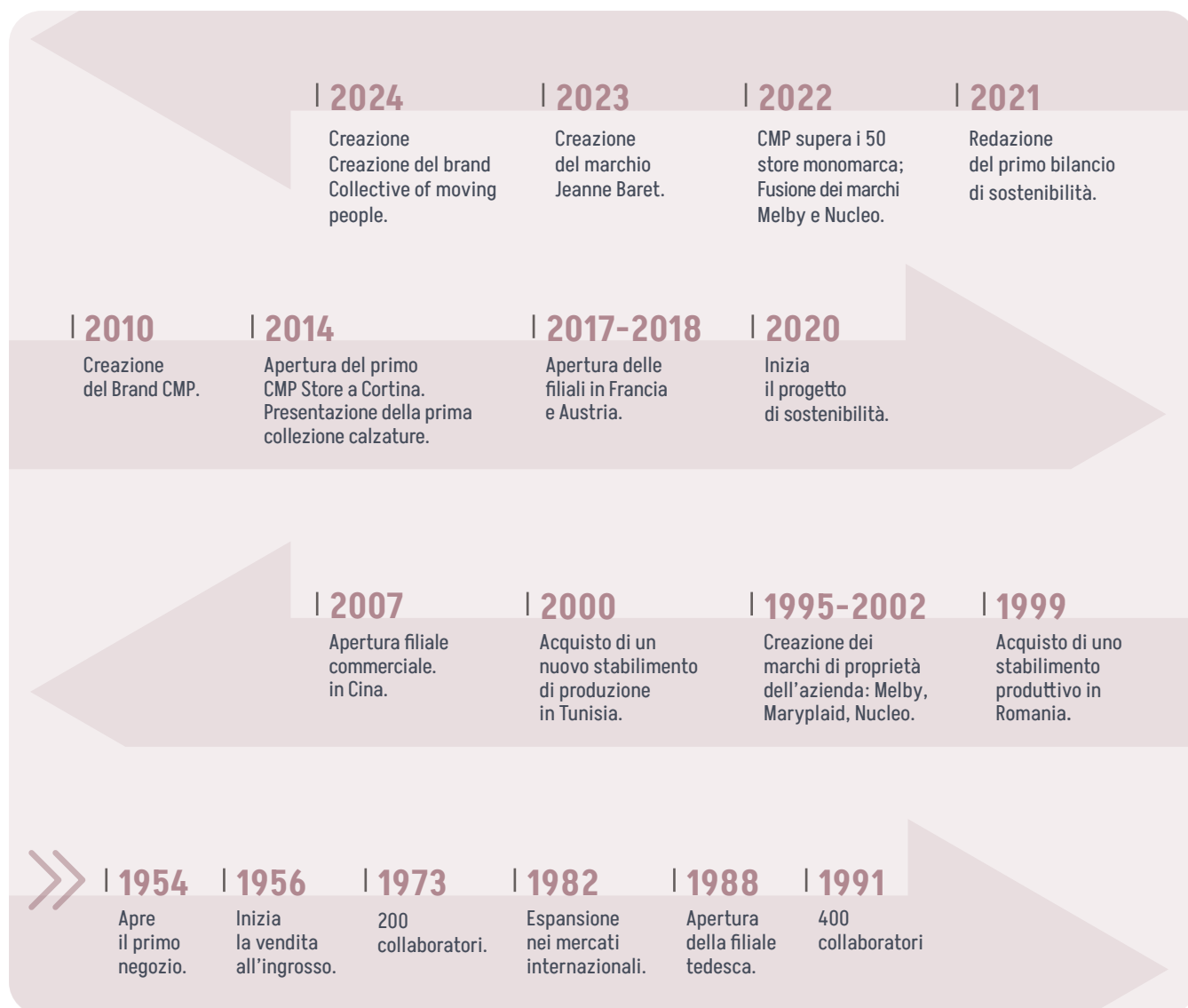
GRAFICO 1
ORGANIGRAMMA SOCIETARIO



1.2 SVILUPPO DEL GRUPPO NEL TEMPO

Nel 1948 Maria Disegna, giovane vedova con cinque figli, avvia un **banco di tessuti al mercato di Bassano del Grappa**. Con coraggio e determinazione supera le difficoltà del dopoguerra, ponendo le basi per l'impresa dei fratelli Campagnolo. Nel **1954** l'attività si consolida con l'**apertura del primo negozio**, segnando l'inizio della vera storia aziendale.

INFORGRAFICA 1 STORIA E SVILUPPO DEL GRUPPO



1.3 BRAND E IDENTITÀ DEL GRUPPO

Il Gruppo si articola in diversi **brand complementari**, ciascuno dei quali risponde in modo specifico alle esigenze dei propri target, con un focus costante su **qualità, funzionalità e attenzione al benessere delle persone**.

CMP

Presentato ufficialmente nel 2010, CMP propone collezioni di **abbigliamento, calzature e accessori pensati per lo sport, l'outdoor e la vita quotidiana**. Dal trekking allo sci, dal running all'urban e allo sportswear, il brand unisce stile, comfort e qualità. Autentico e affidabile, CMP accompagna chi ama lo sport e l'avventura in ogni occasione.

COLLECTIVE (OF) MOVING PEOPLE

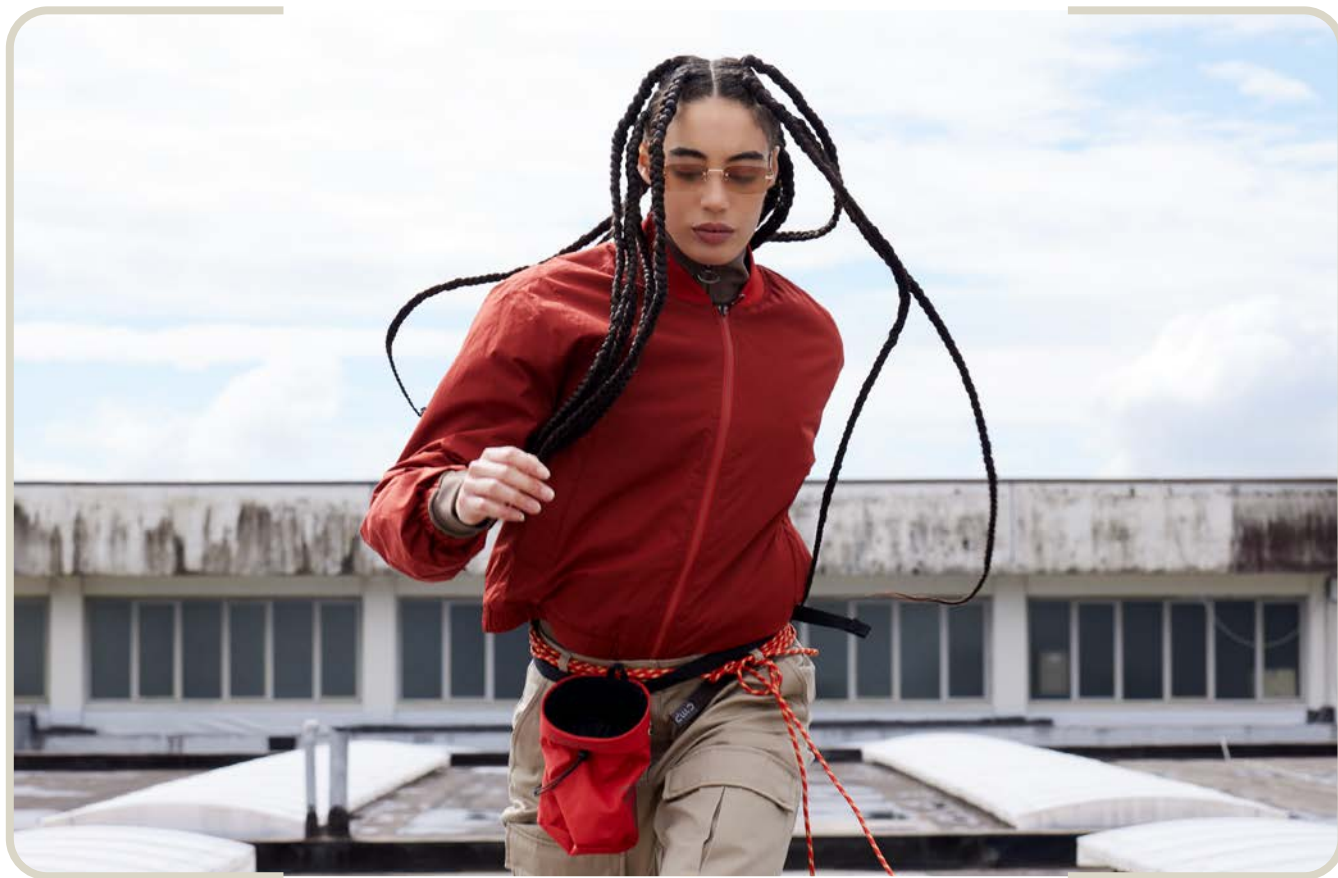
Collective of Moving People è la nuova linea firmata CMP dove lo street style si fonde con la vocazione per l'esplorazione e la passione per le avventure all'aria aperta. La collezione è pensata per una generazione che vive in costante movimento, capace di attraversare con naturalezza ambienti diversi: dalla frenesia urbana ai paesaggi più incontaminati.

Il movimento è il principio ispiratore di ogni capo: ogni dettaglio è studiato per accompagnare una vita dinamica, senza rinunciare a comfort, funzionalità e stile. I tessuti **Mechanical Stretch**, le **membrane impermeabili** e le **silhouette rilassate** garantiscono massima libertà di movimento e performance elevate, in qualsiasi condizione.

La collezione include **giacche tecniche**, pantaloni e altri capi essenziali che uniscono protezione e flessibilità, ideali per chi affronta con disinvoltura tanto la città quanto l'outdoor. I **tagli loose fit**, i **materiali resistenti** e i **dettagli funzionali** definiscono un'estetica contemporanea e versatile.

Questa dualità — tra città e natura, tra strutturato e spontaneo — prende forma in un design deciso ma fluido, capace di adattarsi a contesti in continua evoluzione. La metropoli insegna resilienza, la natura ispira autenticità.

Collective of Moving People racconta l'identità di una nuova generazione: urbana ma connessa con la terra, civilizzata ma istintiva, professionale e profondamente autentica.



MELBY

Dal 1975 Melby realizza **abbigliamento di qualità per bambini e ragazzi** da 0 a 16 anni, unendo stile, personalità e attenzione ai dettagli. Sempre attento alle nuove tendenze, il brand interpreta i cambiamenti del proprio pubblico attraverso linguaggi e codici visivi attuali, sia fisici sia digitali, offrendo collezioni che permettono ai più giovani di esprimere la propria identità e di distinguersi nel gruppo.

MARYPLAID

Maryplaid nasce nel 1995 dalla creatività di Maria Pia Campagnolo come **linea tessile per la casa**. Riconosciuta per la qualità dei materiali e lo stile originale, la collezione propone coperte, tessile bagno, complementi d'arredo e homewear, con pigiama, vestaglie e capi loungewear. Nel 2004 si amplia con Maryhome, pensata per un **coordinato completo dedicato alla casa e al relax**, mentre dal 2007 produce in licenza anche **pigiama maschile e tessile bagno a marchio Marina Militare**.

FC F.LLI CAMPAGNOLO

FC F.lli Campagnolo è la **collezione basic, city e sport active dedicata al pubblico adulto**. Propone capi versatili, coordinabili e confortevoli, pensati per le esigenze quotidiane e per garantire libertà di movimento. Ogni stagione si arricchisce di nuove proposte, con un focus particolare sulle tute, prodotto storico e simbolo dell'esperienza aziendale, disponibili in un'ampia gamma di tessuti e modelli adatti tanto allo sport quanto al tempo libero.

JEANNE BARET

Nato nel 2023, Jeanne Baret interpreta la donna contemporanea: indipendente, dinamica e curiosa. Il brand propone **capi versatili e trasversali, che uniscono estetica distintiva e funzionalità**, adattandosi con naturalezza alla vita urbana come alle esperienze di viaggio e avventura. **Ogni collezione celebra la femminilità senza rinunciare al comfort**, ispirando le donne a esplorare sé stesse e il mondo con consapevolezza e stile.

PRIVATE LABEL

F.lli Campagnolo ha costruito una solida reputazione grazie alla qualità e alla durata dei suoi prodotti, tanto da essere **scelta da diversi gruppi per realizzare abbigliamento a marchio proprio**. L'azienda progetta e produce capi che vengono poi personalizzati e distribuiti nei canali di vendita dei clienti o utilizzati come divise per i dipendenti.

GRAFICO 2*
DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO PER BRAND



*Per maggiori dettagli sui brand del Gruppo si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2023

1.4 MODELLO DI BUSINESS

F.lli Campagnolo è un'**impresa solida e affermata a livello internazionale** nel settore tessile, con una produzione annua di oltre 9 milioni di capi.

L'azienda opera con un **modello di business a struttura verticale**, che consente al Gruppo di presidiare la catena del valore. Ogni fase produttiva, dalla progettazione creativa, passando per il lavaggio, la stiratura, il taglio, il confezionamento, fino al packaging finale, è seguita con attenzione e competenza. Il Gruppo fa infatti affidamento su un **team altamente qualificato** composto da designer, product manager e una rete di sourcing esterna specializzata.



ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE

Al fine di garantire un elevato livello di **qualità e flessibilità**, e al contempo assicurare una risposta efficace alle richieste del mercato, **la produzione viene gestita sia internamente che esternamente**.

La **produzione interna** è realizzata negli stabilimenti del Gruppo situati in **Romania, Tunisia** e, in misura minore, in **Italia**. In queste sedi vengono svolte le principali fasi del processo produttivo di alcuni prodotti, tra cui il **taglio, la tintura dei tessuti e il confezionamento dei capi**. Tali processi sono così distribuiti:

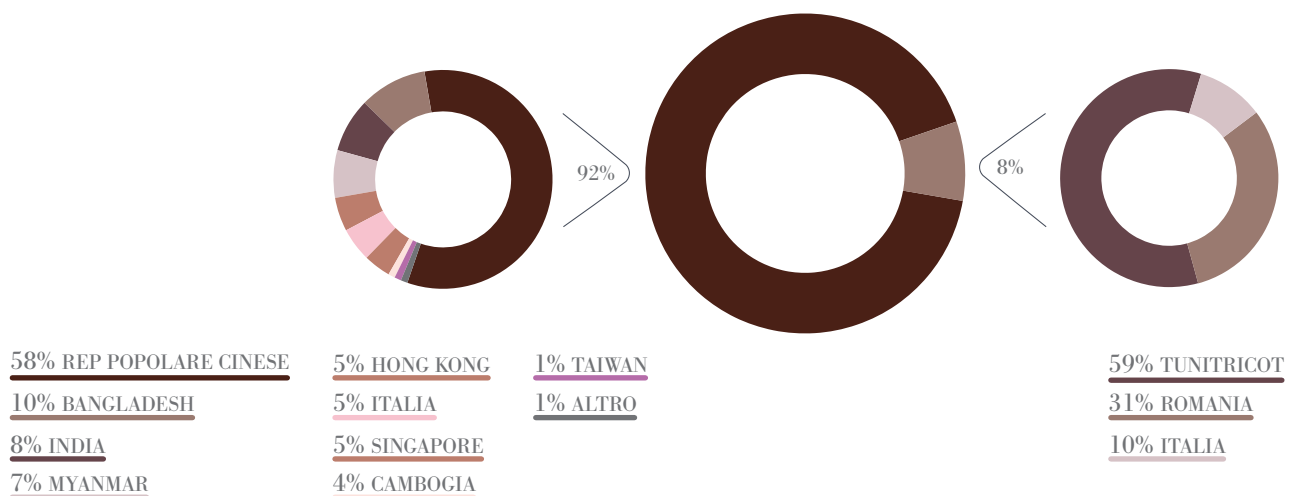
- 31% in Romania, presso la controllata **Samtex**, specializzata nella realizzazione di **capi certificati OEKO TEX® Standard 100**;
- 59% in Tunisia, presso la controllata **Tunitricot**;
- 10% in Italia, presso **laboratori locali** selezionati.

La **produzione esterna** viene realizzata presso **stabilimenti terzi**, dove i capi sono confezionati e consegnati pronti per la spedizione, secondo le specifiche tecniche e di design definite dal Gruppo. Per garantire il **rispetto degli standard qualitativi**, F.lli Campagnolo instaura **rapporti di fornitura di lungo periodo**, basati su collaborazione e fiducia reciproca. I fornitori esterni sono inoltre **coinvolti attivamente nella fase di ricerca e sviluppo**, contribuendo all'innovazione di prodotto e all'ottimizzazione dei processi produttivi.

Nel corso del 2024 F.lli Campagnolo ha prodotto oltre **9 milioni di capi**, suddivisi tra produzione interna ed esterna.

Di seguito è riportata la distribuzione percentuale della produzione di F.lli Campagnolo suddivisa tra produzione interna ed esterna con il dettaglio per stabilimento nel caso della produzione interna

GRAFICO 3
DISTRIBUZIONE DELLA PRODUZIONE



Il **ciclo produttivo** prende avvio con la **definizione dello stile**, frutto di un'attenta attività di **ricerca su trend emergenti, analisi dei dati storici, osservazioni di mercato** e **valutazioni strategiche** sul medio-lungo termine. In seguito, il **reparto modelleria** si occupa dello **sdifettamento**, dello **sviluppo taglie** e della **pianificazione delle materie prime** necessarie. Questa fase si conclude con la **realizzazione dei prototipi** da parte dei fornitori, **l'approvazione del campione definitivo** e **l'avvio della produzione** vera e propria.

STRATEGIE DI EXPORT E PRESENZA GLOBALE

A supporto di una strategia produttiva integrata ed efficiente, F.lli Campagnolo ha espanso nel tempo la propria **presenza commerciale**, in particolare sui mercati internazionali.

Nel 2024, il valore complessivo del mercato ha superato i **200 milioni di euro**. L'Italia si conferma il primo mercato di riferimento, mentre **oltre la metà della produzione** è stata destinata all'**export**. Tra i mercati esteri, **quello europeo si conferma strategico**, rappresentando la quota più significativa delle vendite internazionali.

GRAFICO 4
QUOTE EXPORT PER PAESE

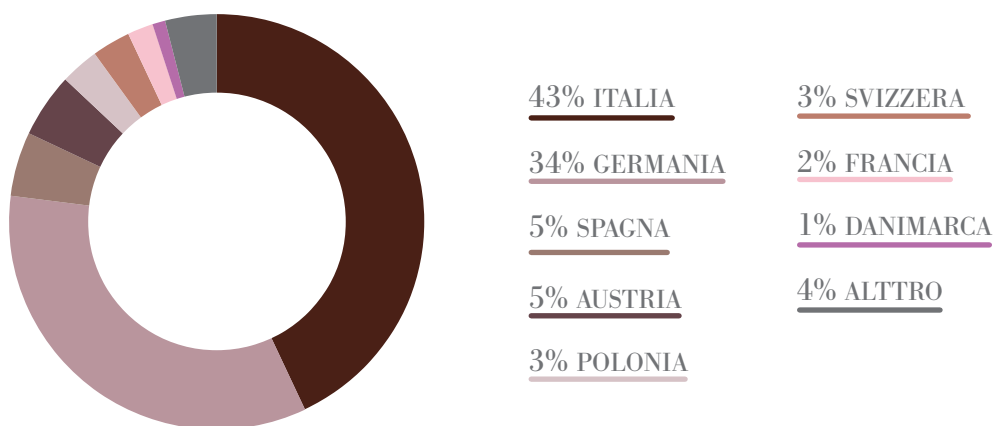
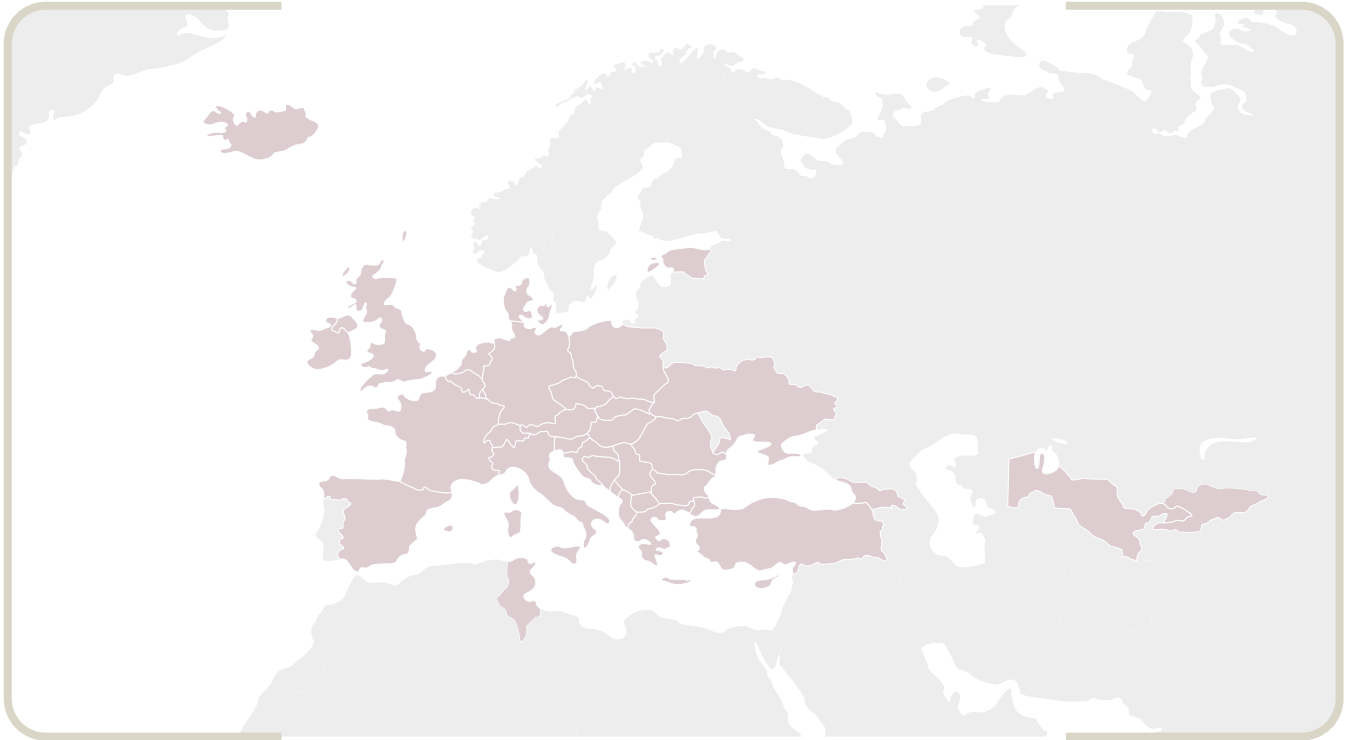


GRAFICO 4
QUOTE EXPORT PER PAESE



Albania, Austria, Belgio,
Bosnia Erzegovina, Bulgaria,
Cile, Cipro, Città del Vaticano,
Croazia, Danimarca, Estonia,
Francia, Georgia, Germania,

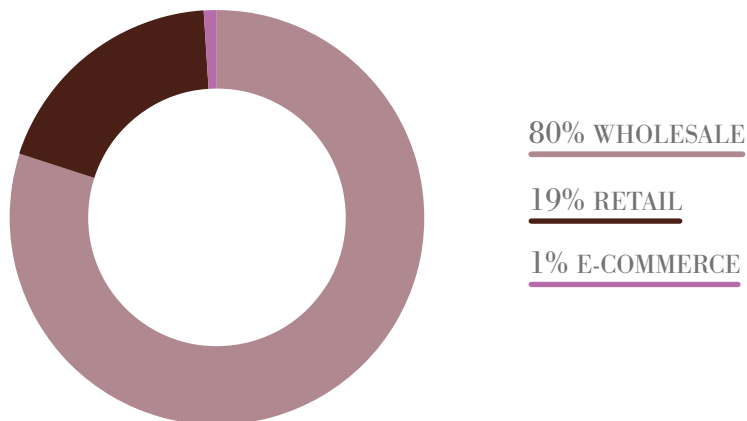
Gran Bretagna, Grecia,
Irlanda, Irlanda del Nord,
Islanda, Italia, Kirghizistan,
Kosovo, Macedonia,
Paesi Bassi, Polonia,

Repubblica Ceca, Romania,
San Marino, Serbia,
Slovacchia, Slovenia, Spagna,
Svizzera, Tunisia, Turchia,
Ucraina, Ungheria, Uzbekistan

La **struttura dei ricavi** di F.Ili Campagnolo si articola attraverso un **mix diversificato di canali di vendita**, che contribuiscono in misura differente al fatturato complessivo:

- **Wholesale:** rappresenta il **principale motore di crescita dell'azienda**, incidendo per circa **l'80%** sui ricavi totali. Questo dato evidenzia la **solidità delle relazioni commerciali** con partner e distributori, fondamentali per l'espansione sui mercati.
- **Retail:** con un contributo di quasi **il 19% del fatturato**, il canale retail si posiziona come il **secondo per importanza**. Pur rimanendo inferiore rispetto al wholesale, svolge un ruolo strategico nella **diversificazione dei ricavi** e nel **rafforzamento della presenza diretta sul mercato**, oltre a diffondere l'identità e la credibilità dei marchi.
- **E-commerce:** in costante **sviluppo**, le vendite online rappresentano una **quota marginale**, pari a poco più dell'**1%** del fatturato complessivo. Tuttavia, il canale è in evoluzione e offre potenziali margini di crescita nel medio termine. Attualmente 3 dei 5 marchi del gruppo si vendono anche tramite canale e-commerce.

GRAFICO 5
DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO PER CANALI DI VENDITA



Di seguito è riportata la distribuzione al dettaglio dei brand attraverso la **rete di negozi gestiti dall'azienda**. I dati evidenziano la composizione della rete di vendita diretta e il numero di punti vendita per ciascun brand. Sono invece più di 5.500 i negozi multibrand che, attraverso una rete capillare, propongono i nostri marchi insieme ad altri.

TABELLA 1
DISTRIBUZIONE AL DETTAGLIO DEI BRAND - NEGOZI DIRETTI

	CMP	Melby	Jeanne Baret	Multibrand	Totale
Full price	24	8	2	0	34
Outlet	16	5	0	0	21
Factory Outlet	0	0	0	6	6
Totale	40	13	2	6	61

CATENA DEL VALORE

La catena del valore di F.lli Campagnolo si articola in una serie di fasi interconnesse che coprono l'intero ciclo di vita del prodotto, **dall'approvvigionamento dei materiali fino al fine vita**. Il modello operativo dell'azienda combina **attività svolte internamente** con **processi affidati a partner esterni**.

In particolare, F.lli Campagnolo gestisce **direttamente le fasi strategiche e a maggior valore aggiunto**, come il **design**, la **progettazione tecnica**, parte della **produzione** e la **distribuzione**. Le fasi più a monte della filiera – come la **produzione delle materie prime** e la **lavorazione iniziale dei materiali** – non sono internalizzate, ma vengono svolte da fornitori qualificati. Anche una quota della manifattura viene affidata a **terzisti selezionati**, con i quali l'azienda mantiene rapporti di lungo periodo.

Estrazione e lavorazione di materie prime e materiali

L'estrazione e la prima lavorazione delle materie prime avvengono completamente all'esterno dell'azienda, presso fornitori terzi localizzati in diverse aree geografiche. In questa fase rientrano anche i processi iniziali di trasformazione industriale per la produzione di filati, tessuti e materiali tecnici.

Approvvigionamento di materie prime e semilavorati

F.lli Campagnolo seleziona e si approvvigiona da fornitori qualificati, con i quali mantiene rapporti di lungo termine per garantire standard elevati di qualità, sicurezza e tracciabilità. L'azienda riceve sia materie prime sia semilavorati che vengono successivamente impiegati nelle fasi produttive.

Design e progettazione

L'intero processo di ideazione e sviluppo del prodotto è gestito internamente. Le collezioni vengono progettate dal team creativo e tecnico dell'azienda che si occupa della definizione del design, della scelta dei materiali e delle funzionalità tecniche, con un focus su performance, estetica e sostenibilità.

Produzione e confezionamento

La fase produttiva si svolge sia all'interno degli stabilimenti del Gruppo sia tramite una rete di partner esterni. Le attività comprendono il taglio dei tessuti, la tintura, la confezione e il controllo qualità. La produzione interna consente un elevato grado di controllo sui processi, mentre quella esterna permette di mantenere flessibilità e capacità produttiva.

Fine vita del prodotto

Al termine del ciclo di utilizzo i prodotti possono essere smaltiti o, ove possibile, riutilizzati o riciclati. Attualmente l'azienda è impegnata nel promuovere pratiche più sostenibili anche in questa fase.

Utilizzo del prodotto

Una volta acquistato, il prodotto viene utilizzato dal consumatore in ambienti sportivi, outdoor, o nella vita quotidiana. La durabilità, la qualità dei materiali e le caratteristiche tecniche sono progettate per garantire un uso prolungato e funzionale.

Vendita

I capi vengono commercializzati attraverso diversi canali: wholesale (che rappresenta la quota principale dei ricavi), retail diretto e e-commerce. Questa diversificazione consente all'azienda di presidiare mercati diversi.

Logistica, stoccaggio e distribuzione

I prodotti finiti vengono stoccati presso i magazzini aziendali dove sono organizzati per collezione, destinazione e tipologia. La gestione logistica è finalizzata a garantire tempi di consegna efficienti e ottimizzazione dei flussi verso i vari canali di vendita. La distribuzione avviene tramite trasporto terrestre o marittimo.

2 GOVERNANCE E STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

2.1 VALORI E PRINCIPI

F.lli Campagnolo fonda la propria identità su valori imprescindibili quali **onestà, lealtà e solidarietà**, che rappresentano il cuore pulsante di ogni decisione e azione aziendale. F.lli Campagnolo si impegna **a lasciare un'impronta positiva sulle generazioni future**, contribuendo a un modello di sviluppo che **rispetti e valorizzi le risorse umane e naturali**, promuovendo **benessere diffuso, equità sociale e prosperità duratura**, bilanciando il profitto economico con la volontà di generare **valore condiviso**.

Nel corso della sua crescita l'azienda ha saputo mantenere saldi i propri valori, rafforzando il legame con la comunità locale e, allo stesso tempo, espandendosi in modo responsabile verso i mercati internazionali, con particolare attenzione all'ambiente che la circonda.

Nei prossimi anni l'azienda esplorerà la possibilità di avviare un percorso di **rafforzamento della propria struttura organizzativa**, sviluppandola su basi solide e ispirate ai valori della **sostenibilità**: responsabilità ambientale, centralità della persona, inclusività, innovazione etica, trasparenza e creazione di valore nel lungo termine.

L'intento è quello di **integrare progressivamente questi principi** nelle diverse attività aziendali, promuovendo **modelli di governance etici e responsabili**, una **gestione più sostenibile delle risorse** e un **dialogo aperto con gli stakeholder**.



2.2 ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE E CONTROLLO

La proprietà di F.lli Campagnolo S.p.A. fa riferimento alla famiglia fondatrice. Il **modello di governance** adottato è di tipo **tradizionale**, basato su una chiara distinzione tra l'organo di gestione, rappresentato dal **Consiglio di Amministrazione**, e gli organi di controllo, ovvero il **Collegio Sindacale** e la **Società di Revisione legale**.

Il **Consiglio di Amministrazione**, nominato per il **triennio 2023–2025**, resterà in carica fino all'approvazione del bilancio relativo all'esercizio 2025. A questo organo sono attribuite tutte le competenze relative alla gestione ordinaria e straordinaria della società, oltre ai **più ampi poteri in materia di indirizzo strategico e decisionale**, compresa l'approvazione del **Bilancio Consolidato** e del **Bilancio di Sostenibilità**.

L'attuale **composizione del Consiglio** riflette l'identità familiare dell'azienda: è formato da **sei membri**, cinque dei quali detengono deleghe operative e poteri di rappresentanza, assegnati in base al ruolo ricoperto all'interno della struttura aziendale. Alcuni consiglieri rivestono inoltre incarichi di amministrazione anche in altre società appartenenti al Gruppo.

Attualmente, **il 50% dei membri del CdA è rappresentato da donne**, riconoscendo questo equilibrio come elemento strategico chiave. L'intento è non solo proseguire in questa direzione, ma anche estendere progressivamente tale rappresentanza ad altri livelli decisionali, così da promuovere una **cultura aziendale paritaria**.

TABELLA 2
COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Nome e Cognome	CARICA	Età	Genere	Durata mandato	Indipendenza
Campagnolo Giorgio	Presidente	> 50 anni	M	Fino ad approvazione bilancio 2025	No
Comacchio Maria Graziella	Amministratore	> 50 anni	F	Fino ad approvazione bilancio 2025	No
Campagnolo Fabio	Amministratore	> 50 anni	M	Fino ad approvazione bilancio 2025	No
Campagnolo Michela	Amministratore	> 50 anni	F	Fino ad approvazione bilancio 2025	No
Campagnolo Maria Pia	Amministratore	> 50 anni	F	Fino ad approvazione bilancio 2025	No
Campagnolo Antonio	Consigliere	> 50 anni	M	Fino ad approvazione bilancio 2025	No

Come previsto dalla normativa vigente, l'operato del Consiglio è sottoposto al **controllo di legittimità** da parte del **Collegio Sindacale**, mentre la **revisione legale dei conti** è affidata a **una primaria società di revisione**, in grado di garantire trasparenza, rigore e indipendenza nella verifica delle informazioni economico-finanziarie.



2.3 RUOLO E RESPONSABILITÀ DEL CDA IN AMBITO ESG

Per quanto riguarda i ruoli e le responsabilità del Consiglio di Amministrazione (CdA) in relazione alle tematiche ESG – in particolare la sorveglianza e il monitoraggio degli impatti, dei rischi e delle opportunità e la definizione della strategia – **ad oggi non sono stati formalmente attribuiti incarichi specifici**. Il coinvolgimento del CdA in materia di sostenibilità si trova attualmente in una **fase di progressivo rafforzamento**.

La **gestione strategica e operativa della sostenibilità** è affidata alla **Sustainability Manager**, che riporta al **comitato ESG**, un organismo multidisciplinare composto da rappresentanti di diverse funzioni aziendali: controllo di gestione, marketing, area legale, risorse umane e proprietà. Al suo interno è presente anche un **membro del CdA**, che garantisce il collegamento diretto tra il comitato e l'organo di governo.

In caso di nuove proposte o decisioni operative, la Sustainability Manager presenta le iniziative al comitato ESG, il quale le valuta e – ove necessario – ne approva l'attuazione. Per le questioni di maggiore rilevanza o impatto strategico, il **membro del CdA coinvolto nel Comitato** si fa carico di riportarle al Consiglio di Amministrazione. Il **Comitato ESG** svolge prevalentemente un ruolo operativo: analizza le iniziative in ambito sostenibilità, ne valuta la fattibilità e ne **monitora l'implementazione**.

Dal punto di vista delle competenze, ad eccezione della figura della Sustainability Manager, **non sono attualmente presenti competenze specialistiche in ambito ESG** né all'interno del comitato né nel CdA. Per colmare questo gap e promuovere una cultura della sostenibilità trasversale, l'azienda organizza **attività formative annuali su temi ESG**, rivolte ai membri del Comitato e ad altre figure aziendali, in base alla rilevanza per i rispettivi ambiti di attività. Questo approccio consente di garantire una **base conoscitiva comune** e un progressivo rafforzamento delle competenze interne.

A supporto della definizione e dell'attuazione delle strategie ESG, l'azienda si avvale anche della **consulenza di esperti esterni**, in particolare per gli aspetti più tecnici.

L'obiettivo a medio-lungo termine di F.lli Campagnolo è quello di **rafforzare il coinvolgimento dell'alta dirigenza e del CdA** nella definizione e nell'integrazione della sostenibilità all'interno della strategia aziendale. Per raggiungere questo traguardo, l'azienda intende investire nel **consolidamento delle competenze ESG** degli organi di governance.

La direzione intrapresa punta a rendere la sostenibilità un **elemento trasversale e strutturale**, integrato in tutte le funzioni aziendali e nei processi decisionali, sia a livello strategico che operativo. In questo modo, l'azienda mira a generare valore nel lungo periodo, migliorare la propria resilienza e contribuire alla transizione verso un modello di business più responsabile e sostenibile.



2.4 POLITICHE E CERTIFICAZIONI

F.lli Campagnolo adotta un **approccio strutturato alla sostenibilità**, fondato su politiche interne e strumenti di gestione che promuovono l'**etica**, la **trasparenza**, il **rispetto dei diritti** e la **valorizzazione delle persone**. Nel corso degli anni, l'azienda ha progressivamente integrato i principi di responsabilità sociale e ambientale nella propria struttura attraverso politiche e certificazioni.

Di seguito sono riportate le politiche e le certificazioni attualmente attive o in fase di implementazione:

◆ **Codice Etico**

Il Codice Etico definisce i valori e i principi di condotta che guidano l'attività dell'azienda e di tutti i suoi collaboratori. Fin dalle sue origini, F.lli Campagnolo ha fondato la propria azione imprenditoriale su valori quali **onestà, lealtà e solidarietà**, con l'obiettivo non solo di garantire la crescita economica, ma anche il **benessere delle persone** e del **territorio**. Una visione che ha anticipato di anni le attuali tematiche legate alla sostenibilità.

◆ **Sistema di whistleblowing**

L'azienda ha implementato un canale di segnalazione riservata che consente di comunicare eventuali comportamenti illeciti o non conformi. Il sistema di **whistleblowing** è conforme alla normativa vigente – in particolare alla Legge 6 novembre 2012, n. 190 – e rappresenta un **importante strumento di prevenzione della corruzione** e di tutela dell'integrità aziendale.

◆ **Certificazione per la parità di genere – UNI/PdR 125:2022** (certificazione conseguita nel 2025)

Aviato nel 2023, il percorso di certificazione secondo la **prassi UNI/PdR 125:2022** conferma l'impegno di F.lli Campagnolo nella promozione di un ambiente di lavoro **equo e inclusivo**, favorendo le pari opportunità in tutte le fasi del ciclo professionale.

Queste iniziative costituiscono una **base solida per lo sviluppo di una cultura aziendale responsabile**, orientata alla **compliance normativa**, alla **valorizzazione del capitale umano** e alla **creazione di valore condiviso** nel lungo periodo.

2.5 STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Per F.Ili Campagnolo la sostenibilità non rappresenta soltanto un dovere etico verso le generazioni future, ma costituisce anche un **pilastro strategico** imprescindibile per garantire la resilienza e la competitività dell'azienda nel lungo periodo. In quest'ottica l'azienda integra la sostenibilità all'interno della propria visione d'impresa, riconoscendola come leva fondamentale di innovazione e creazione di valore condiviso.

Di seguito sono elencati i principali obiettivi strategici di **F.Ili Campagnolo** in ambito sostenibilità per i prossimi anni:

- ◆ **Governance e strategia di sostenibilità:** l'obiettivo di F.Ili Campagnolo è quello di **rafforzare il proprio sistema di governance in ottica sostenibile**, al fine di integrare i criteri ESG (ambientali, sociali e di governance) nel processo decisionale. Particolare attenzione sarà rivolta alla definizione di una strategia aziendale in grado di prevenire e gestire in modo proattivo impatti, rischi e opportunità legati alla sostenibilità, assicurando trasparenza e coerenza rispetto agli obiettivi dichiarati.
- ◆ **Decarbonizzazione:** A partire dal 2021 F.Ili Campagnolo ha avviato un percorso strutturato di misurazione e rendicontazione delle proprie emissioni di gas a effetto serra, calcolando la **Carbon Footprint** dell'organizzazione sia in termini di emissioni dirette (**Scope 1**) che indirette (**Scope 2 e Scope 3**). Nel prossimo futuro l'azienda intende proseguire su questa linea, promuovendo **azioni concrete di decarbonizzazione**, volte a ridurre progressivamente l'impatto ambientale delle proprie attività. L'impegno di F.Ili Campagnolo è orientato a contribuire in modo responsabile e coerente con i propri valori alla **transizione verso un modello a basse emissioni di carbonio**.
- ◆ **Gestione del fine vita dei prodotti:** La gestione responsabile del fine vita dei prodotti è un tema centrale per F.Ili Campagnolo, che riconosce l'importanza di adottare un approccio circolare. In questa direzione, l'azienda ha avviato i primi progetti finalizzati a **prolungare la vita utile dei propri capi**, riducendo al minimo gli sprechi e promuovendo il riutilizzo e il riciclo dei materiali. Questo impegno si inserisce all'interno di una visione più ampia orientata all'**economia circolare**, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.
- ◆ **Promozione della parità di genere e delle pari opportunità:** F.Ili Campagnolo promuove attivamente una cultura aziendale inclusiva e rispettosa delle diversità, impegnandosi a garantire **pari opportunità** a tutte le persone, indipendentemente da genere, età o provenienza. L'obiettivo è favorire ambienti di lavoro equi, valorizzando il talento in tutte le sue forme e contribuendo alla costruzione di una società più giusta e sostenibile. In quest'ottica, saranno potenziate le politiche interne volte a incentivare la **parità di genere**, anche attraverso programmi di formazione, empowerment e monitoraggio dei progressi raggiunti.

3 LE PRIORITÀ ESG PER F.LLI CAMPAGNOLO

3.1 IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

La **valutazione della rilevanza** rappresenta il punto di partenza per la rendicontazione di sostenibilità secondo quanto previsto dall'ESRS 1. Lo standard stabilisce che le imprese devono comunicare tutte le informazioni di sostenibilità considerate rilevanti sulla base di una **doppia analisi di materialità**.

Nel 2023 F.lli Campagnolo ha condotto per la terza volta l'analisi di materialità con il coinvolgimento degli stakeholder. Quest'anno, per uniformarsi a quanto richiesto dagli ESRS ha aggiornato l'**analisi di materialità di impatto**, senza attivare un nuovo processo di consultazione degli stakeholder, ed ha poi integrato l'**analisi di materialità finanziaria**. La doppia materialità, infatti, si basa su due dimensioni complementari: la materialità di impatto e la materialità finanziaria.

La **materialità di impatto** si riferisce agli impatti positivi e negativi legati alla sostenibilità e connessi all'attività dell'impresa, identificati attraverso una valutazione della rilevanza dell'impatto. Si riferisce sia agli impatti effettivi che a quelli potenziali.

La **materialità finanziaria** riguarda invece il modo in cui le tematiche ESG incidono sui risultati economico-finanziari dell'azienda, sia in termini di rischi che di opportunità.

La revisione della materialità di impatto ha previsto diverse fasi e in particolare:

- ◆ Analisi delle fonti pubbliche più rilevanti al fine di creare una lista degli impatti potenziali per il settore in cui opera F.lli Campagnolo
- ◆ Identificazione della catena del valore ed esame della documentazione interna per individuare gli impatti applicabili al modello di business della società
- ◆ Valutazione degli impatti applicabili a F.lli Campagnolo secondo gravità e probabilità e loro prioritizzazione per identificare gli impatti rilevanti per la società

Nella fase di **valutazione degli impatti**, F.lli Campagnolo ha adottato un approccio strutturato, analizzando ciascun impatto secondo le seguenti metriche:

Gravità: punteggio da 1 a 5 dove 1 è minimale e 5 è critica. Tale metrica si basa a sua volta sui seguenti parametri:

- ◆ **Scala di intensità:** quanto è grave l'impatto (punteggio da 1 a 6 dove 1 è non esistente e 6 è assoluta)
- ◆ **Ambito di applicazione:** quanto è diffuso l'impatto e può essere misurato in termini di impatto sul perimetro geografico, sul numero di persone coinvolte e sulla catena del valore (punteggio da 1 a 6 dove 1 è nullo e 6 è globale)
- ◆ **Carattere di irrimediabilità:** quanto è difficile rimediare al danno generato dall'impatto (punteggio da 1 a 6 dove 1 è molto facilmente rimediabile e 6 irreversibile)

Probabilità: La probabilità di un impatto può essere misurata o determinata qualitativamente o quantitativamente (punteggio da 1 a 5 dove 1 è improbabile e 5 è garantita).

Nel caso di impatti effettivi la rilevanza è determinata dalla sola gravità, mentre per gli impatti potenziali viene valutata anche la probabilità. Per gli impatti positivi la gravità è composta solamente da entità e portata.

La combinazione di queste due metriche stabilisce il grado di **rilevanza** il quale è espresso su una scala da 1 a 3, dove 1 indica un tema non rilevante e 3 un tema altamente rilevante.



Per quanto riguarda invece la **materialità finanziaria** i rischi e le opportunità sono stati identificati secondo i seguenti step:

1. Mappatura degli impatti, delle dipendenze e delle azioni intraprese da F.Ili Campagnolo in materia di sostenibilità
2. Identificazione dei rischi e delle opportunità derivanti dagli impatti, dalle dipendenze e dalle azioni intraprese da F.Ili Campagnolo in materia di sostenibilità
3. Valutazione della rilevanza dei rischi e delle opportunità e loro prioritizzazione per identificare i rischi e le opportunità significativi

Una volta identificati, i rischi e le opportunità sono stati valutati in base alla **rilevanza** (punteggio da 1 a 3 dove 1 è non rilevante e 3 è molto rilevante) che è data da:

- ◆ **Magnitudo**: entità del potenziale effetto finanziario generato dal rischio o dall'opportunità (punteggio da 1 a 6 dove 1 è superficiale e 6 è catastrofica)
- ◆ **Probabilità**: probabilità di accadimento dell'evento a cui il rischio o l'opportunità è collegato (punteggio da 1 a 6 dove 1 è improbabile e 6 è garantito)

I rischi e le opportunità comportano effetti finanziari che possono materializzarsi in periodi di tempo variabili

- ◆ Breve periodo: all'interno del periodo di riferimento dei propri bilanci
- ◆ Medio periodo: tra il periodo di riferimento dei propri bilanci fino a 5 anni
- ◆ Lungo periodo: oltre i cinque anni

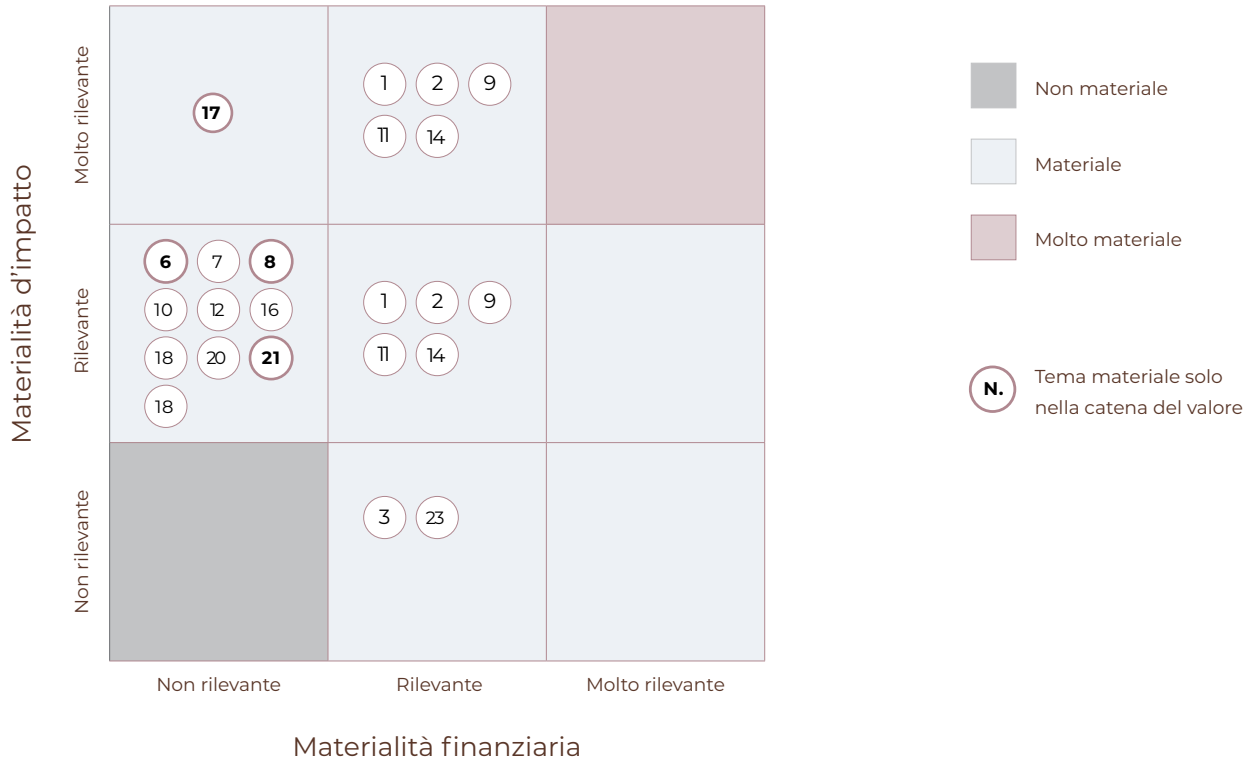
* per approfondire l'analisi di materialità di impatto condotta lo scorso anno si prega di consultare il bilancio di sostenibilità 2023

3.2 MATRICE DI DOPPIA MATERIALITÀ

La **Matrice di Doppia Materialità** rappresenta graficamente l'esito finale del processo di analisi e valutazione della doppia materialità. Si tratta di uno strumento visivo che sintetizza in modo chiaro e immediato i risultati dell'analisi di doppia materialità, evidenziando i temi rilevanti sia per l'impatto sulle questioni ESG sia per la rilevanza economico-finanziaria interna.

La matrice è strutturata in **nove quadranti**, generati dall'intersezione di tre livelli di rilevanza per ciascun asse (non rilevante, rilevante, molto rilevante). Ogni quadrante rappresenta una combinazione specifica tra l'importanza finanziaria del tema e il suo impatto sull'ambiente e sulla società. Questo consente di attribuire a ciascun tema un livello di **priorità strategica**, utile per guidare le decisioni aziendali, l'allocazione delle risorse e la pianificazione delle azioni future.

GRAFICO 6
MATRICE DI DOPPIA MATERIALITÀ




- 1. E1 Mitigazione dei cambiamenti climatici
- 2. E1 Energia
- 3. E2 Inquinamento dell'aria
- 4. E2 Inquinamento dell'acqua
- 5. E2 Inquinamento del suolo
- 6. E2 Microplastiche**
- 7. E3 Consumo idrico
- 8. E4 Impatti sull'estensione e sulla condizione degli ecosistemi**
- 9. E5 Afflussi di risorse, compreso l'uso delle risorse
- 10. E5 Rifiuti
- 11. S1 Condizioni di lavoro
- 12. S1 Parità di trattamento e di opportunità per tutti

- 13. S1 Altri diritti connessi al lavoro
- 14. S2 Condizioni di lavoro
- 15. S2 Parità di trattamento e di opportunità per tutti
- 16. S2 Altri diritti connessi al lavoro
- 17. S3 Diritti civili e politici delle comunità**
- 18. S4 Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali
- 19. S4 Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali
- 20. G1 Gestione dei rapporti con i fornitori, comprese le prassi di pagamento
- 21. G1 Corruzione attiva e passiva**
- 22. G1 Cultura d'impresa

4. Environment

RIDURRE L'IMPRONTA ECOLOGICA PASSO DOPO PASSO



La **tutela dell'ambiente** rappresenta per F.lli Campagnolo un **pilastro strategico fondamentale** per garantire competitività e resilienza a lungo termine. L'organizzazione riconosce l'urgenza di affrontare le **sfide ecologiche globali**, in particolare la **crisi climatica**, e si impegna a integrare i principi di sostenibilità lungo la catena del valore.

L'approccio ambientale dell'azienda si fonda sull'**identificazione, valutazione e gestione** degli impatti generati dalle proprie operazioni – sia **positivi** che **negativi** – nonché dei **rischi correlati** che possono influenzare il business e delle **opportunità** che ne derivano in termini di innovazione, efficienza e accesso a nuovi mercati.

I KPI di questa sezione vengono riportati come **serie storica (2022-2024)**. È importante precisare che nel 2024 il perimetro di rendicontazione è stato ampliato e comprende tutte le sedi del Gruppo. Per garantire la confrontabilità dei dati, vengono pertanto presentati due valori per il 2024: il primo calcolato sullo stesso perimetro utilizzato nel 2023, utile per il confronto con gli anni passati, e il secondo riferito all'intero perimetro del Gruppo.

4.1 CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il **Cambiamento Climatico** è stato identificato da F.lli Campagnolo come un **tema prioritario e materialmente rilevante** a seguito dell'analisi di doppia materialità. Tale rilevanza emerge sia in relazione agli **impatti ambientali associati alle attività aziendali**, sia rispetto ai **potenziali rischi economici e operativi** derivanti dall'evoluzione del contesto.

L'organizzazione è consapevole del proprio posizionamento all'interno della catena del valore e, in linea con le crescenti aspettative normative e di mercato, ha **iniziato a valutare possibili azioni** che contribuiscano a ridurre l'impatto ambientale e ad accrescere la propria capacità di adattamento agli scenari climatici futuri.

Gli impatti, i rischi e le opportunità (IRO) identificati dall'azienda rispetto a questa tematica sono riportati nella tabella sottostante.

TABELLA 3
TEMI MATERIALI - CAMBIAMENTI CLIMATICI

Material topic	IROs
Mitigazione del cambiamento climatico	Cambiamento climatico causato dalle emissioni di gas a effetto serra (GHG) (Impatto diretto e indiretto)
	Rischio economico ed operativo causato da eventi climatici estremi sugli asset aziendali (Rischio)
	Rischio economico ed operativo derivante dall'introduzione di nuove normative europee mirate a limitare il cambiamento climatico e i suoi effetti (es. Digital Product Passport) (Rischio)
	Rischio economico associato alla diminuzione delle vendite stagionali a causa degli effetti dei cambiamenti climatici (es. diminuzione frequenza ed intensità di eventi nevosi) (Rischio)
Energia	Diminuzione della disponibilità energetica a causa dell'uso di energia non rinnovabile (Impatto diretto e indiretto)
	Rischio economico ed operativo derivante dall'aumento dei prezzi dell'energia (Rischio).

GESTIONE DELLA TEMATICA

Attualmente F.Ili Campagnolo non dispone di politiche formalizzate dedicate alla **mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici**, né di una politica strutturata per la **gestione dell'energia**. Nonostante ciò, l'azienda ha già avviato diverse iniziative che testimoniano una crescente attenzione verso queste tematiche.

Dal **2021**, F.Ili Campagnolo calcola con cadenza annuale l'**impronta di carbonio di organizzazione (Carbon Footprint)**, con l'obiettivo di misurare e comprendere l'impatto delle proprie attività in termini di emissioni di gas a effetto serra. Parallelamente, l'azienda **monitora i consumi energetici** attraverso la realizzazione periodica di una **diagnosi energetica**, utile a individuare le aree di maggiore efficienza e opportunità di miglioramento.

Negli ultimi anni queste attività hanno avuto una funzione prevalentemente **di monitoraggio e analisi**. A partire dal **2025**, F.Ili Campagnolo prevede di **avviare lo sviluppo di una strategia strutturata di riduzione delle emissioni**, che sarà implementata progressivamente negli anni successivi. Tra le prime azioni operative è prevista l'**installazione di impianti fotovoltaici** presso i propri stabilimenti, con l'obiettivo di aumentare l'autoproduzione di energia rinnovabile, ridurre le emissioni di CO₂ e migliorare l'efficienza energetica complessiva degli impianti.

Queste iniziative rappresentano l'inizio di un **percorso evolutivo** volto a integrare in modo sempre più sistematico la **gestione dei cambiamenti climatici** nella pianificazione strategica e nei processi aziendali.

METRICHE – EMISSIONI DI CARBONIO

L'**impronta di carbonio** dell'organizzazione è stata calcolata facendo riferimento alla **norma UNI EN ISO 14064-1:2019**, mentre la rendicontazione è stata condotta secondo il **GHG Protocol**, al fine di garantire **coerenza e confrontabilità** con i dati storici.

Nell'analisi sono stati considerati i principali **gas a effetto serra**, ovvero **anidride carbonica (CO₂)**, **metano (CH₄)**, **protossido di azoto (N₂O)**, **idrofluorocarburi (HFC)**, **perfluorocarburi (PFC)** ed **esafluoruro di zolfo (SF₆)**. Ciascun gas è stato convertito in **CO₂ equivalente (CO₂eq)** utilizzando il proprio **potenziale di riscaldamento globale (GWP)**, in modo da rappresentare le emissioni complessive in un'unica unità di misura.

La rilevazione delle emissioni è stata effettuata seguendo il criterio di consolidamento **"Operational Control"**, che prevede la contabilizzazione delle emissioni generate dalle attività su cui l'organizzazione ha **pieno controllo operativo**, ossia la capacità di definire e attuare le proprie politiche **gestionali e ambientali**.

Le **emissioni di gas serra** dell'organizzazione sono suddivise in tre principali categorie.

- ◆ Lo **Scope 1** include le emissioni dirette generate da impianti e attività all'interno del perimetro di rendicontazione dell'azienda
- ◆ Lo **Scope 2** comprende le emissioni indirette derivanti dal consumo di energia elettrica acquistata dalla rete

- ◆ Lo **Scope 3** raggruppa invece tutte le altre emissioni indirette lungo la catena del valore, comprendendo, ad esempio, i trasporti per l'approvvigionamento delle materie prime e per la distribuzione dei prodotti, gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, il trasporto dei rifiuti e l'utilizzo di materie prime ausiliare nei processi produttivi.

L'analisi ha evidenziato che per l'anno 2024 le emissioni totali di gas serra ammontano complessivamente a **36.669 tonnellate di CO2 equivalente** (tCO2eq).

La tabella seguente riporta i risultati del calcolo per Scope.

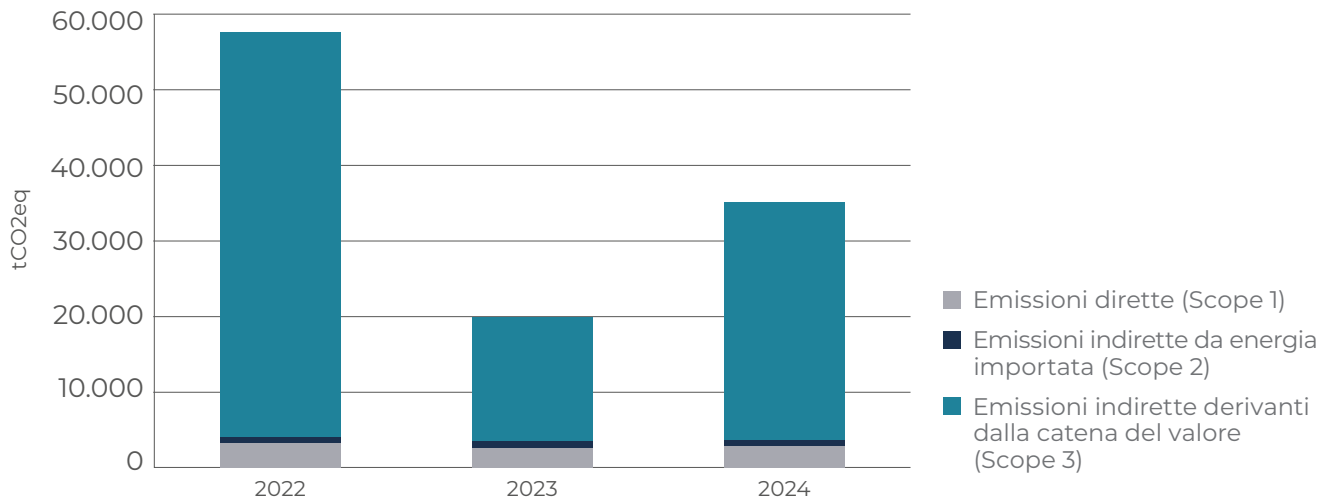
TABELLA 4
CARBON FOOTPRINT DI ORGANIZZAZIONE (TCO2EQ)

Scope	2022	2023	2024	2024 (Globale)
Emissioni dirette (Scope 1)	3.330	2.649	2.913	3.169
Emissioni indirette da energia importata (Scope 2)	723	990	811	1.367
Emissioni indirette derivanti dalla catena del valore (Scope 3)	53.533	16.266	31.446	32.132
Totale	57.586	19.906	35.172	36.669

Dall'analisi dei dati emerge che il **principale contributo emissivo** è attribuibile allo **Scope 3**, seguito dallo Scope 1 e, in misura minore, dallo Scope 2. Lo Scope 3, che comprende le **emissioni indirette lungo la catena del valore**, rappresenta come atteso la quota più significativa delle emissioni complessive, in quanto include attività e processi non direttamente controllati dall'organizzazione.

È inoltre lo Scope 3 a mostrare la maggiore variabilità nel tempo, poiché risente di molteplici fattori esterni, tra cui l'**ampliamento del perimetro di rendicontazione**, le **oscillazioni nei volumi di approvvigionamento e vendita**, e il **progressivo affinamento delle modalità di raccolta e gestione dei dati**. Tali aggiornamenti si inseriscono in un **approccio sistematico di monitoraggio e miglioramento continuo**, volto a garantire una **valutazione sempre più completa e rappresentativa** delle emissioni lungo l'intera catena del valore.

GRAFICO 7
CARBON FOOTPRINT DI ORGANIZZAZIONE



La **tabella seguente** mette in relazione le **emissioni totali di gas serra** con il **fatturato**, evidenziando così l'**intensità carbonica** del Gruppo. Quest'ultima rappresenta un **indicatore chiave di performance ambientale**, che rapporta le **emissioni di gas a effetto serra (CO₂ equivalente)** all'**unità di output** dell'organizzazione, espresso in 1.000 euro di ricavi. Tale parametro offre una misura concreta dell'**impatto ambientale** in rapporto all'attività svolta, permettendo di valutare il livello di **efficienza** nel tempo.

TABELLA 5
INTENSITÀ CARBONICA

	2022	2023	2024
Emissioni totali di carbonio (tCO ₂ eq)	57.586	19.906	35.172
Fatturato (€)	265.946	236.310	213.722
Intensità carbonica (tCO ₂ eq/1000 euro)	0,217	0,084	0,165

METRICHE – ENERGIA

Le attività produttive del Gruppo si avvalgono dell'utilizzo di **tre vettori energetici**: energia elettrica, gas naturale e carburante, in particolare benzina e gasolio.

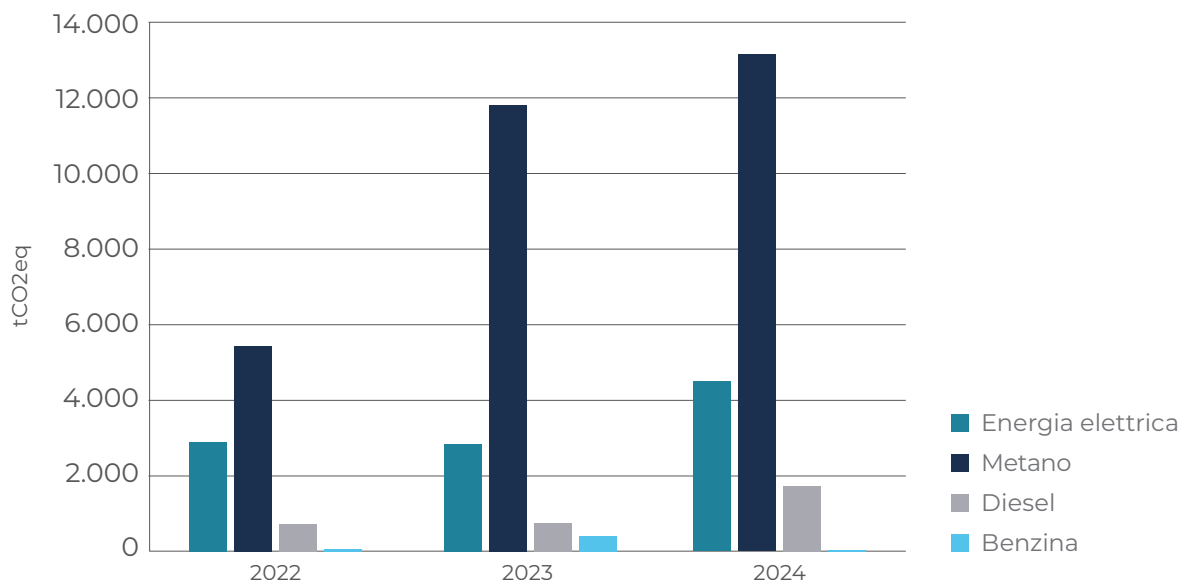
Nel confronto tra gli anni, si osserva una **diminuzione complessiva dei consumi tra il 2022 e il 2023**, seguita da un **aumento nel 2024**.

In particolare, l'aumento dei consumi elettrici risulta più marcato rispetto a quello termico, suggerendo una **maggiore elettrificazione dei processi**. Nel complesso, l'andamento conferma la necessità di un **rafforzamento del sistema di monitoraggio energetico**, così da consentire in futuro **analisi più omogenee e comparabili nel tempo**.

TABELLA 6
CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO (MWH)

Tipologia	2022	2023	2024	2024 (Globale)
Consumo totale di energia da fonti fossili	17.055	17.169	19.390	19.957
Di cui energia elettrica	2.894	4.192	4.494	4.821
Di cui metano	13.422	11.810	13.143	13.143
Di cui diesel	729	760	1.725	1.962
Di cui benzina	8	406	27	29

GRAFICO 8
CONSUMO DI ENERGIA PER TIPOLOGIA



L'**Intensità Energetica**, riportata nella tabella seguente, rappresenta il **rapporto tra il consumo totale di energia e il valore della produzione**; in questo caso il **fatturato**, espresso in **1.000 euro di ricavi**. L'indicatore consente di valutare quanta energia è necessaria per generare una determinata unità di output economico e quindi il livello di **efficienza energetica complessiva** dell'organizzazione.

Nel triennio analizzato si osserva un **progressivo aumento dell'intensità energetica**, attribuibile all'**incremento dei consumi energetici** e alla **contrazione del fatturato**.

TABELLA 7
INTENSITÀ ENERGETICA – VARIAZIONE ANNUALE

	2022	2023	2024
Consumo totale di energia (MWh)	17.055	15.825	19.390
Fatturato (€)	265.946	236.310	213.722
Intensità energetica (MWh/1000 euro)	0,064	0,067	0,091

4.2 INQUINAMENTO

L'inquinamento è stato individuato come un tema rilevante nell'ambito dell'analisi di doppia materialità di F.Ili Campagnolo, in quanto potenziale fonte di impatti negativi sull'ambiente, sulla salute umana e sulla resilienza degli ecosistemi. La rilevanza del tema si configura principalmente attraverso **impatti indiretti**, legati all'utilizzo di sostanze potenzialmente pericolose lungo la catena del valore.

Sebbene l'organizzazione **non svolga direttamente attività industriali ad alto impatto ambientale**, riconosce l'importanza di approfondire nel tempo la conoscenza delle **fonti potenziali di inquinamento** associate ai propri processi, fornitori o prodotti, e di comprenderne le implicazioni normative, operative ed economiche.

Le metriche, le politiche e le azioni connesse a questo ambito saranno oggetto di ulteriori analisi e sviluppi nei prossimi anni, in coerenza con l'evoluzione del quadro normativo e con l'obiettivo di rafforzare il presidio rispetto a questa tematica.

Gli impatti, i rischi e le opportunità (IRO) identificati in relazione all'inquinamento sono riportati nella tabella seguente.

TABELLA 8
TEMI MATERIALI – CAMBIAMENTI CLIMATICI

Material topic	IROs
Inquinamento di aria, acqua e suolo	Inquinamento dei corpi idrici dovuto all'utilizzo di sostanze pericolose nei processi produttivi (Impatto indiretto)
	Inquinamento del suolo dovuto all'utilizzo di sostanze pericolose nei processi produttivi (Impatto indiretto)
	Rischio economico e operativo derivante da casi di inquinamento (Rischio)
	Rischio economico legato all'aumento dei costi per sostenere attività finalizzate all'adeguamento agli standard normativi sulla prevenzione dell'inquinamento (Rischio)
Microplastiche	Dispersione di microplastiche con effetti sull'ambiente, sugli

GESTIONE DELLA TEMATICA

Attualmente F.Ili Campagnolo non dispone di un sistema strutturato di monitoraggio delle metriche relative all'inquinamento lungo la catena di fornitura. Nel 2022 è però stata avviata un'iniziativa di coinvolgimento degli stakeholder attraverso la **somministrazione di un questionario volto a raccogliere informazioni sulle loro performance ambientali, sociali e di governance.**

All'interno del questionario è stata dedicata una **sezione specifica al tema dell'inquinamento**, con l'obiettivo di comprendere come i partner gestiscono gli impatti ambientali derivanti dalle proprie attività, in particolare in relazione alle emissioni, alla gestione dei rifiuti e agli scarichi.

Nei prossimi anni, l'azienda intende sviluppare ulteriormente questa iniziativa, mappando le performance dei propri fornitori in modo più strutturato e approfondito, al fine di **rafforzare la sostenibilità della filiera e favorire processi decisionali basati su dati completi e affidabili.**

4.3 RISORSA IDRICA

La gestione della risorsa idrica è stata identificata come tema rilevante nell'ambito dell'analisi di doppia materialità condotta da F.Ili Campagnolo. L'acqua è infatti un **elemento essenziale per molti processi lungo la catena del valore** e, per questo motivo, il suo utilizzo responsabile rappresenta un ambito di attenzione, anche alla luce della crescente pressione su questa risorsa a livello globale.

L'organizzazione è consapevole dell'impatto ambientale legato al prelievo idrico lungo tutta la catena del valore e riconosce l'importanza di avviare un percorso di monitoraggio e valutazione delle proprie pratiche in linea con le aspettative normative e con i principi di economia circolare.

TABELLA 9
TEMI MATERIALI – CAMBIAMENTI CLIMATICI

Material topic	IROs
Consumo idrico	Riduzione delle risorse idriche a causa del prelievo di acqua (Impatto diretto e indiretto)

GESTIONE DELLA TEMATICA

L'acqua, risorsa fondamentale per le attività produttive di F.Ili Campagnolo, viene gestita con attenzione e responsabilità per assicurare efficienza, qualità e sostenibilità lungo l'intera filiera. Le fasi di **lavaggio e finissaggio dei colori**, che costituiscono i momenti più critici del processo produttivo, si svolgono esclusivamente presso l'impianto del Gruppo situato in Romania, unico sito in cui l'acqua viene effettivamente impiegata nei processi industriali.

L'acqua gioca un ruolo determinante in queste fasi, non solo per l'elevata quantità necessaria, ma anche perché la sua qualità e il modo in cui viene utilizzata possono influenzare direttamente il risultato finale del prodotto. Per questo motivo, l'azienda presta particolare attenzione alla gestione di questa risorsa, con l'**obiettivo di individuare possibili azioni di miglioramento**, ridurre gli sprechi e rendere i processi progressivamente più sostenibili.

Dopo l'utilizzo l'acqua viene convogliata nella rete idrica pubblica solo dopo aver subito un accurato processo di depurazione, in conformità con gli standard ambientali vigenti.

Negli altri stabilimenti del Gruppo, invece, l'acqua è utilizzata esclusivamente a scopo sanitario e viene quindi gestita come uso civile, attraverso la rete idrica pubblica.

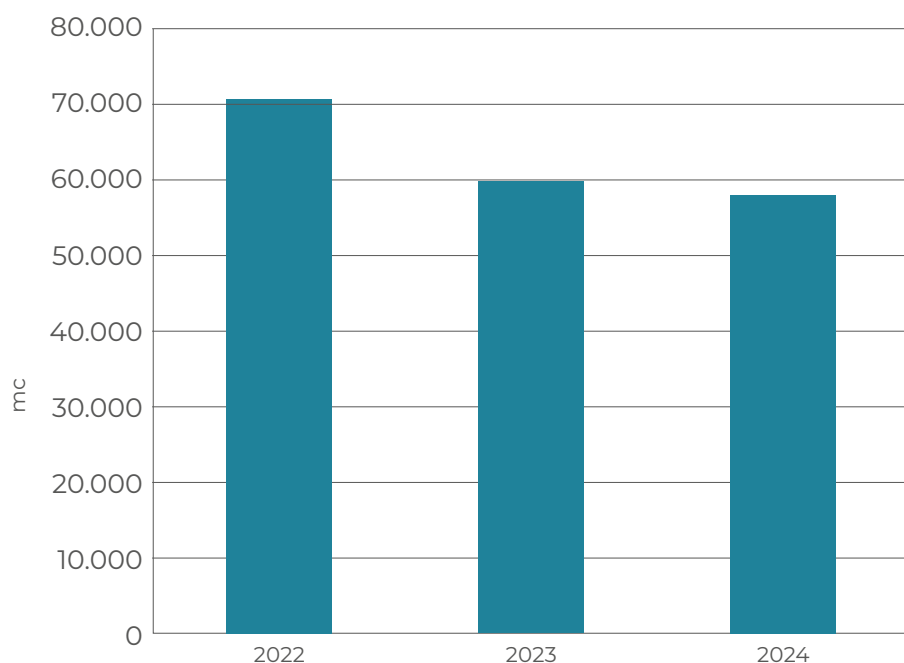
METRICHE

La tabella mostra l'andamento del prelievo idrico complessivo di F.Ili Campagnolo negli anni 2022, 2023 e 2024, evidenziando una **tendenza complessiva alla riduzione dei consumi**. Tra il 2022 e il 2023 il prelievo passa da 70.706 mc a 59.762 mc, con una diminuzione di circa 10.944 mc. Anche il dato 2024, pari a 57.956 mc conferma questo andamento decrescente.

TABELLA 10
CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO (MWH)

	2022	2023	2024	2024 (Globale)
Prelievo idrico	70.706	59.762	57.956	59.088

GRAFICO 9
PRELIEVO IDRICO – VARIAZIONE ANNUALE



La tabella seguente mostra l'**intensità idrica**, ossia il rapporto tra il **consumo totale di acqua** e il fatturato. Questo indicatore consente di valutare l'**efficienza nell'uso della risorsa idrica** per ogni unità di **valore economico generato**. Nel triennio considerato, le performance rimangono sostanzialmente stabili, indicando una **gestione costante e responsabile dell'acqua** da parte del Gruppo.

TABELLA 11
INTENSITÀ IDRICA

	2022	2023	2024
Prelievo idrico (mc)	70.706	59.762	57.956
Fatturato (€)	265.946	236.310	213.722
Intensità idrica (mc/1000 euro)	0,266	0,253	0,271

4.4 BIODIVERSITÀ

La tutela della biodiversità è stata riconosciuta come un tema rilevante nell'ambito dell'analisi di doppia materialità condotta dall'organizzazione, in considerazione del legame tra attività produttive, uso del suolo ed equilibrio degli ecosistemi naturali.

Sebbene **l'impatto dell'azienda sia principalmente indiretto**, l'organizzazione riconosce che le dinamiche della propria catena del valore — in particolare per quanto riguarda le fasi produttive o di approvvigionamento — possono contribuire, anche in modo non immediato, alla riduzione della biodiversità, alla frammentazione degli habitat o alla trasformazione degli ecosistemi.

L'impatto individuato è riportato nella tabella seguente e costituisce un punto di partenza per futuri approfondimenti.

Nei prossimi anni, l'azienda intende sviluppare strumenti di analisi, metriche e policy dedicate, in coerenza con l'evoluzione del quadro normativo e con le migliori pratiche in materia di tutela della biodiversità.

TABELLA 12

TEMI MATERIALI - BIODIVERSITÀ

Material topic	IROs
Impatti sull'estensione e sulla condizione degli ecosistemi	Riduzione della biodiversità causata dalle attività produttive e della trasformazione dell'uso del suolo (Impatto indiretto)

GESTIONE DELLA TEMATICA

Attualmente lungo la catena di fornitura non sono presenti iniziative strutturate dedicate alla tutela della biodiversità, tuttavia nei prossimi anni F.lli Campagnolo intende rafforzare il proprio impegno in questo ambito, estendendo progressivamente il monitoraggio anche alle fasi a monte della filiera. L'azienda prevede di sviluppare **strumenti e programmi dedicati alla misurazione e alla valutazione degli impatti sulla biodiversità**, introducendo indicatori di performance ambientali utili a monitorare in modo continuativo i progressi raggiunti e a orientare le strategie future.

Pur riconoscendo che gli impatti più rilevanti sulla biodiversità si manifestano principalmente lungo la catena del **valore F.lli Campagnolo ritiene fondamentale contribuire attivamente anche alla tutela degli ecosistemi locali** attraverso iniziative dirette sul territorio. In questa prospettiva, l'azienda ha già attivato diversi progetti, presentati nelle sezioni successive, che testimoniano un impegno concreto e crescente nella salvaguardia del capitale naturale. I progetti sono presentati di seguito.

Biodiversità nella sede centrale

Presso la **sede legale e operativa in Italia**, F.lli Campagnolo ha intrapreso una serie di iniziative volte a favorire la biodiversità e a promuovere un uso sostenibile del suolo. Tra queste di segnala la realizzazione di un **apiario aziendale** composto da quattro arnie in legno verniciato con colori naturali, ospitanti famiglie di api italiane di razza Ligustica. L'apiario è collocato in una zona verde del complesso aziendale, su una struttura stabile e discreta, e viene **gestito secondo pratiche di apicoltura biologica**, in linea con i principi di rispetto e tutela della fauna locale.

Questa iniziativa rappresenta un impegno concreto per la **salvaguardia della biodiversità**: le api, infatti, svolgono un ruolo fondamentale nell'**impollinazione delle specie vegetali** e contribuiscono alla salute degli ecosistemi naturali nel raggio di circa tre chilometri dagli alveari. Il loro lavoro favorisce la vitalità dei prati, dei boschi e delle coltivazioni circostanti, creando un beneficio ambientale diffuso. L'iniziativa ha inoltre permesso di produrre 400 vasetti di miele, che sono stati inclusi nei pacchi di Natale dei dipendenti delle sedi italiane.

In aggiunta a questa iniziativa, nell'area verde della sede centrale, che si estende su circa **9.000 mq**, sono stati piantati diversi alberi con l'obiettivo di creare **spazi verdi multifunzionali**, utili sia per il **relax e il benessere dei dipendenti**, sia per migliorare la **qualità ecologica del sito**. Nel **2024** sono state piantate **12 paulonie**, e nel 2025 verranno aggiunti altri **30 alberi**. Gli alberi sono stati disposti in piccoli gruppi, con l'obiettivo di creare zone verdi più armoniose, accoglienti e fruibili.

L'iniziativa ha quindi un duplice valore: da un lato offre ai collaboratori **zone ricreative e aree di contatto con la natura**, favorendo momenti di benessere e socializzazione; dall'altro contribuisce, anche se in misura secondaria, alla **biodiversità e alla sostenibilità ambientale** del sito, creando microhabitat per la fauna locale.



Riqualificazione forestale – Piana di Marcesina

F.lli Campagnolo ha esteso il proprio impegno per la tutela della biodiversità anche a progetti di riqualificazione forestale. L'azienda ha aderito al **Progetto Tree Planting & Nature Conservation** a Enego, nell'altopiano di Asiago (VI), volto a ripristinare le aree colpite dalla **tempesta Vaia del 2018** e successivamente danneggiate dal **bostrico tipografo**, un insetto che, a causa dell'aumento delle temperature e della disponibilità di biomassa post-evento, ha aggravato il deterioramento delle foreste locali.

Il progetto nasce con l'obiettivo di **ripristinare gli ecosistemi forestali danneggiati**, promuovendo al contempo **servizi ecosistemici essenziali** quali:

- ◆ incremento della **biodiversità**,
- ◆ tutela delle **risorse idriche**,
- ◆ **riduzione dell'erosione del suolo**,
- ◆ **assorbimento e stoccaggio del carbonio**,

miglioramento del **benessere umano** e del valore naturalistico del territorio.

In questo contesto, il ruolo di F.lli Campagnolo è stato principalmente quello di **facilitare la collaborazione tra diverse realtà**, tra cui 4Tree, Climate Partner e altre organizzazioni locali. L'azienda ha così messo in rete competenze e risorse, contribuendo a coordinare le attività. F.lli Campagnolo ha inoltre partecipato direttamente alla giornata di piantumazione, contribuendo alle attività sul campo e vivendo in prima persona le diverse fasi del progetto. A completamento dell'esperienza, l'iniziativa **“Learning From Nature”** ha offerto ai partecipanti l'opportunità di approfondire la conoscenza della Piana di Marcesina attraverso l'intervento di esperti e dottori forestali, per comprendere in modo concreto gli effetti del cambiamento climatico e il valore della gestione sostenibile delle foreste.

Progetto Plastic Pull – Recupero e sensibilizzazione ambientale

Nel 2023, e nuovamente nel 2024, F.lli Campagnolo ha partecipato al progetto “Plastic Pull”, promosso da **Piantando S.r.l. Società Benefit**, realtà impegnata nello sviluppo di iniziative a elevato impatto sociale e ambientale.

Il progetto contribuisce alla **lotta all'inquinamento** e alla **riqualificazione di aree degradate**, come spiagge, parchi, aree urbane e corsi d'acqua, promuovendo al contempo **sensibilizzazione e coinvolgimento della comunità locale**.

Nel corso delle attività sono stati **raccolti complessivamente 3.000 kg di rifiuti**, successivamente pesati, documentati e certificati secondo **standard di rendicontazione rigorosi**, che garantiscono **tracciabilità, misurabilità e trasparenza dei risultati**:

ogni chilogrammo di rifiuti raccolto viene **pesato, documentato e certificato**;

i dati sono **monitorati scientificamente e pubblicamente verificabili**;

le attività sono accompagnate da un **reporting trasparente**, che consente di quantificare in modo oggettivo l'impatto ambientale positivo generato.

La **replica dell'iniziativa nel 2024** testimonia la volontà dell'azienda di dare **continuità ai propri progetti di sostenibilità** e di consolidare una **partnership virtuosa** con Piantando, basata su **trasparenza, misurabilità e impatto reale**.

Attraverso Plastic Pull, F.lli Campagnolo non solo contribuisce alla **pulizia e riqualificazione del territorio**, ma rafforza anche il proprio ruolo attivo nel **favorire comportamenti responsabili e consapevoli** all'interno delle comunità locali.

Per ulteriori informazioni sulla partnership e sui risultati aggiornati, è possibile consultare la pagina dedicata al progetto al seguente link: <https://business.piantando.it/fllicampagnolo-plasticpull>.

4.5 ECONOMIA CIRCOLARE

Il tema dell'economia circolare e dell'uso delle risorse è emerso come rilevante nell'ambito dell'analisi di doppia materialità, alla luce dell'impatto che i modelli di produzione e consumo possono avere sull'ambiente e sulla disponibilità di risorse nel lungo periodo.

L'organizzazione è consapevole del proprio **contributo, diretto e indiretto, al consumo di risorse vergini e alla produzione di rifiuti**. In particolare, le attività legate all'approvvigionamento, alla trasformazione delle materie prime e alla gestione del fine vita dei prodotti possono generare **impatti ambientali rilevanti**, specialmente in assenza di sistemi di recupero o riutilizzo efficaci.

In questo contesto, si riconosce l'esistenza di **rischi operativi e reputazionali legati sia all'esaurimento delle risorse naturali** che a una **gestione non conforme o inefficiente dei rifiuti industriali**, con potenziali ricadute anche in termini di compliance normativa, costi e impatti ambientali residuali.

TABELLA 13
TEMI MATERIALI – ECONOMIA CIRCOLARE

Material topic	IROs
Afflusso di risorse, incluso l'uso delle risorse	Esaurimento delle risorse vergini derivante dal loro utilizzo nei processi produttivi (Impatto diretto e indiretto, rischio)
Rifiuti	Impatti ambientali dovuti a uno scorretto smaltimento dei prodotti e a una gestione inadeguata dei rifiuti industriali lungo la catena del valore (Impatto diretto e indiretto, rischio)

GESTIONE DELLA TEMATICA

In un'ottica di promozione e attuazione dei principi dell'economia circolare, F.lli Campagnolo si impegna a valutare e minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti lungo l'intero ciclo di vita, riducendo l'utilizzo di materiali e risorse — inclusi gli imballaggi — e operando secondo i principi dello sviluppo sostenibile.

L'azienda riconosce il ruolo cruciale degli ecosistemi come fonte di materie prime e come essenziale capacità di assorbimento dei residui. Per questo motivo, le pratiche aziendali sono orientate a una **gestione responsabile delle risorse naturali**, con l'obiettivo di contenere l'impatto ambientale e di operare in armonia con la capacità rigenerativa dei sistemi naturali.

Per gestire tali aspetti l'azienda conferisce le proprie **eccedenze tessili** a enti e associazioni selezionate. Queste partnership non solo supportano la **riduzione del carico di smaltimento**, ma generano anche un **valore sociale**, poiché i partner utilizzano le risorse fornite in laboratori artigianali o per la creazione di oggetti a **scopo ricreativo**, favorendo l'inclusione e la crescita delle competenze all'interno della comunità.

L'azienda dona ogni anno i **capi non commercializzabili**, ma ancora in ottimo stato, a diversi enti del terzo settore, estendendo il proprio contributo anche a livello internazionale. Attraverso queste donazioni, i prodotti vengono messi a disposizione di persone e famiglie in condizioni di fragilità economica o emergenza, favorendo l'inclusione sociale e contribuendo a ridurre lo spreco di risorse lungo la filiera.

Nel 2024 F.lli Campagnolo ha inoltre sviluppato un progetto dedicato al brand **CMP**, successivamente definito nel 2025, finalizzato a promuovere modelli di consumo più responsabili e prolungare la vita utile dei capi. L'iniziativa prevede due principali linee di azione:

- ◆ **Riparazione dei capi danneggiati**, offrendo ai clienti un servizio dedicato che consente di prolungare l'utilizzo dei prodotti, riducendo la necessità di nuove produzioni;
- ◆ **Rivendita di capi acquistati e restituiti o di capi con lievi difetti di fabbricazione**, favorendo il riuso e la valorizzazione di risorse già immesse nel ciclo produttivo.

Attraverso queste iniziative F.lli Campagnolo conferma il proprio impegno verso un modello di sviluppo sostenibile, basato sulla valorizzazione delle risorse, sulla riduzione degli sprechi e sulla promozione di pratiche virtuose che generano benefici ambientali e sociali lungo l'intera catena del valore.

METRICHE

F.lli Campagnolo gestisce e smaltisce i rifiuti con responsabilità e nel pieno rispetto delle normative vigenti, effettuando una **differenziazione accurata dei materiali** in base alla possibilità di **recupero e riciclo**, e depositandoli in **aree dedicate**, sicure e sottoposte a controlli regolari.

La **tabella seguente** illustra l'**andamento della produzione e gestione dei rifiuti** nel triennio 2022-2024, distinguendo tra **rifiuti pericolosi e non pericolosi** e indicando la loro **destinazione finale**. Nel periodo considerato la **quantità totale di rifiuti prodotti** mostra una **lieve variazione in aumento**, mantenendosi comunque su **livelli complessivamente stabili**.

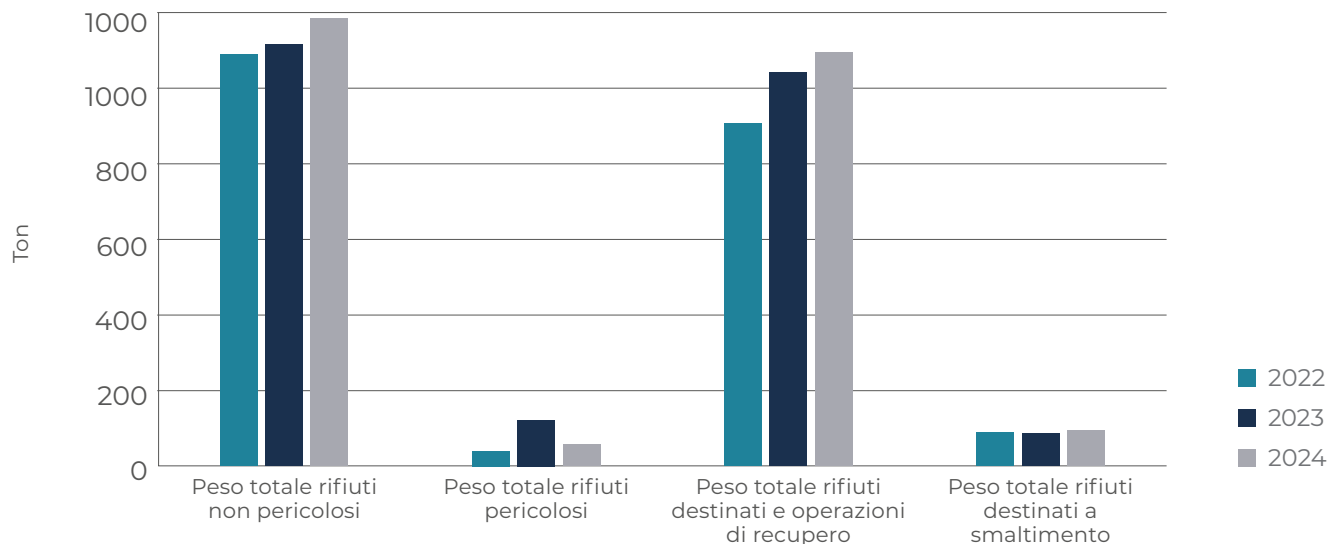
I rifiuti non pericolosi rappresentano la **quasi totalità dei rifiuti** (oltre il 98%), mentre i **rifiuti pericolosi** si mantengono su **valori contenuti**, con una **lieve oscillazione** nel triennio che non incide in modo significativo sulla performance complessiva.

TABELLA 14
RIFIUTI PRODOTTI (TON)

	2022	2023	2024
Quantità totale di rifiuti prodotti	1.093,00	1.128,48	1.189,07
Peso totale rifiuti non pericolosi	1.088,96	1.116,27	1.183,35
	99,63%	98,92%	99,52%
Peso totale rifiuti non pericolosi destinati a operazioni di recupero	-	-	1.091,48
Peso totale di rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento	-	-	55,90
Peso totale rifiuti pericolosi	404,41%	1221,00%	571,30%
	0,37%	1,08%	0,48%
Peso totale rifiuti pericolosi destinati a operazioni di recupero	-	-	2,21
Peso totale di rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento	-	-	3,50
Peso totale rifiuti destinati e operazioni di recupero	994,63	1.041,43	1.093,69
	91,00%	92,29%	91,98%
Peso totale rifiuti destinati a smaltimento	98,37	87,06	95,37
	9,00%	7,71%	8,02%

GRAFICO 10

RIFIUTI PRODOTTI PER TIPOLOGIA E DESTINO - VARIAZIONE ANNUALE



Per quanto riguarda le **materie acquistate**, nel periodo analizzato gli acquisti totali dell'azienda hanno superato le **5.000 tonnellate**, di cui oltre l'**83% riferibili a prodotti finiti**, mentre la quota restante comprende materie prime, materiali tessili e filati, materiali di imballo e altre voci minori.

Dal punto di vista dell'**economia circolare** la componente tessile, che rappresenta una parte significativa degli acquisti, richiede particolare attenzione. L'adozione di **materiali a basso impatto ambientale**, come fibre riciclate o certificate, costituisce una leva strategica per ridurre l'**impronta carbonica complessiva** della filiera. Parallelamente l'azienda monitora la gestione dei materiali di imballo e dei residui tessili promuovendo pratiche di riciclo e recupero che consentano di mantenere i materiali all'interno del ciclo produttivo e ridurre la produzione di rifiuti.

Nei prossimi anni l'azienda intende approfondire ulteriormente l'analisi di questi aspetti, con l'obiettivo di **potenziare le azioni di riduzione, riutilizzo e riciclabilità**, rafforzando così la sostenibilità complessiva della filiera.

TABELLA 15
MATERIE ACQUISTATE (TON)

Tipologia	Quantità
Materie prime	928,36
Materiali tessili e filati	280,00
Materiali di imballo	158,31
Etichette	26,44
Accessori metallici/plastici	22,13
Accessori tessili e decorativi	20,87
Varie	420,61
Prodotti finiti	4.722,27
Abbigliamento	3.599,38
Calzature	838,79
Accessori	232,21
Biancheria casa	51,14
Imballo	0,75
Totale	5.650,63



5. Social

INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE

L'**ambito sociale** costituisce un **pilastro centrale** della strategia di sostenibilità di **F.lli Campagnolo**, che riconosce come la **performance e la resilienza aziendale** siano strettamente legate al **benessere**, alla sicurezza e allo **sviluppo professionale** delle persone, così come alla qualità delle **relazioni con gli stakeholder**.

La gestione responsabile degli aspetti sociali si traduce in un **impegno costante e concreto** su più fronti: la **promozione di un ambiente di lavoro equo, inclusivo e sicuro**; lo **sviluppo delle competenze** in linea con le **sfide del futuro**; il **rispetto dei Diritti Umani** e la **cura delle comunità** in cui l'organizzazione opera.

5.1 FORZA LAVORO PROPRIA

Il tema della **Forza Lavoro Propria** è emerso come **rilevante** nell'ambito dell'**analisi di doppia materialità** di F.Ili Campagnolo, alla luce dell'impatto che le **politiche di gestione del personale** e le **condizioni di lavoro** possono avere sul **capitale umano** e sulla **resilienza organizzativa** nel lungo periodo.

L'organizzazione è consapevole del proprio **contributo diretto** al **benessere** e allo **sviluppo professionale** dei dipendenti. In particolare, le attività connesse alla **gestione del lavoro**, alla **formazione** e all'**attuazione delle politiche di Diversità e Inclusione** possono produrre **impatti sociali significativi**.

In questo contesto l'azienda riconosce anche l'esistenza di **rischi operativi e reputazionali** derivanti da una **mancata tutela della salute e sicurezza** o da **episodi di non conformità** rispetto ai **diritti umani e del lavoro**, con possibili conseguenze in termini di **turnover**, **costi legali** e **produttività**.

Gli impatti e i rischi identificati rispetto a questa tematica sono illustrati nella tabella seguente.

TABELLA 16
TEMI MATERIALI - FORZA LAVORO PROPRIA

Material topic	IROs
	Benessere e ascolto dei dipendenti (Impatto diretto)
Condizioni di lavoro	Infortuni sul lavoro derivanti da una gestione inadeguata della salute e della sicurezza (Impatto diretto)
	Rischio economico e operativo dovuto alla mancata salvaguardia della salute e della sicurezza dei dipendenti (Rischio)
Parità di trattamento e opportunità per tutti	Formazione inadeguata e ridotte opportunità di crescita professionale (Impatto diretto)
	Episodi di discriminazione dovuti alla mancanza di politiche inclusive nel luogo di lavoro (Impatto diretto)
Altri diritti connessi al lavoro	Violazione dei diritti umani a causa del ricorso a lavoro minorile o forzato (Impatto diretto)
	Violazione della privacy dovuta a un inadeguato sistema di protezione dei dati sensibili (Impatto diretto)
	Rischio economico e operativo dovuto a episodi di violazione dei diritti umani nei confronti dei dipendenti (Rischio)

GESTIONE DELLE TEMATICHE

CONDIZIONI DI LAVORO

F.Ili Campagnolo riconosce il **valore delle persone e considera il benessere dei propri collaboratori un elemento fondamentale per garantire il successo sostenibile e duraturo dell'azienda**. Tutti i dipendenti sono coperti da **contrattazione collettiva**, a garanzia di condizioni di lavoro **equie, trasparenti e conformi alla normativa vigente**.

In Italia, Germania, Austria, Francia e Romania, il **100% del personale è rappresentato da organismi dei lavoratori**, con i quali l'azienda mantiene un **dialogo costante e costruttivo** su molteplici aspetti della vita aziendale.

Tutti i dipendenti beneficiano di **protezione sociale** mediante programmi pubblici o prestazioni aziendali, a tutela del rischio di perdita di reddito derivante da eventi rilevanti come malattia, disoccupazione, infortunio sul lavoro e disabilità acquisita, congedo parentale e pensionamento.

Questo approccio favorisce un **clima di fiducia reciproca** e promuove un **ampio consenso sulla correttezza e sull'equità delle condizioni di lavoro**, in linea con i principi di responsabilità sociale che caratterizzano F.Ili Campagnolo.

Garantire un ambiente di lavoro positivo, stimolante e inclusivo rappresenta per l'azienda un obiettivo prioritario. F.Ili Campagnolo promuove un contesto in cui ogni collaboratore possa esprimere al meglio il proprio potenziale, **valorizzando il contributo individuale e incoraggiando la collaborazione tra team**. In questo contesto l'**ascolto attivo** delle risorse è considerato uno strumento fondamentale per comprendere le dinamiche organizzative e migliorare continuamente l'ambiente di lavoro. A tal fine, nel 2022 l'azienda ha realizzato un'analisi del clima interno con l'obiettivo di individuare le principali aree di miglioramento e raccogliere indicazioni utili per la definizione di nuove iniziative a favore del personale.

Sulla base dei risultati emersi, nel 2024 sono state promosse diverse attività di formazione volte allo sviluppo e al potenziamento delle competenze professionali. In Italia, sono state complessivamente erogate **3.953 ore di formazione**, coinvolgendo **89 dipendenti**, di cui **19 uomini** e **70 donne**. Queste iniziative hanno contribuito a rafforzare la cultura aziendale orientata alla crescita continua, alla valorizzazione delle persone e al sostegno di percorsi di sviluppo individuale e collettivo.

Per quanto riguarda il **welfare** nel corso del 2024 l'azienda ha confermato le iniziative offerte nel 2023. In primo luogo è stato mantenuto l'accordo aziendale con **riconoscimenti economici**, articolato in tre tipologie di premi:

- ◆ Premio preferiale
- ◆ Premio anzianità
- ◆ Welfare aziendale

F.lli Campagnolo continua inoltre a promuovere **iniziative volte al benessere dei propri collaboratori**:

- ◆ Convenzioni con esercizi commerciali
- ◆ Cesto per le nuove nascite
- ◆ Regalo per eventi speciali
- ◆ Mensa aziendale
- ◆ Visita medica specialistica annuale

L'azienda ha implementato due significative iniziative a sostegno del benessere dei propri collaboratori e delle loro famiglie.

Il **Bonus Nascita** prevede un contributo economico annuale per ciascun figlio, dalla nascita fino al compimento del secondo anno di età, ed è stato esteso anche ai bambini nati negli ultimi tre anni. Questa misura nasce dall'impegno dell'azienda a supportare le famiglie nei primi anni di vita dei figli, un periodo fondamentale per la loro crescita e sviluppo, fornendo un aiuto concreto nelle spese e nelle necessità legate alla cura dei più piccoli.

Inoltre, a partire dal 2024, è stata introdotta una **Polizza Vita** per tutti i dipendenti. La polizza prevede un indennizzo a favore degli eredi in caso di decesso del dipendente, offrendo così una maggiore protezione e sicurezza economica alle famiglie. Questa iniziativa riflette l'attenzione dell'azienda al valore della vita e al benessere dei propri collaboratori, garantendo un sostegno concreto nei momenti più delicati.

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

F.lli Campagnolo promuove un ambiente di lavoro sicuro e salubre, ponendo al centro la **tutela dell'integrità psico-fisica di tutte le persone che operano in azienda**. L'impegno quotidiano è volto a diffondere una vera e propria **cultura della sicurezza**, favorendo nei collaboratori la consapevolezza dei rischi e la responsabilità individuale nei comportamenti.

La gestione della salute e sicurezza dei lavoratori in Italia è attuata nel pieno rispetto delle disposizioni del **D.Lgs. 81/2007**, riconosciuto come strumento fondamentale per garantire, mantenere e migliorare nel tempo le condizioni di lavoro e la qualità dell'ambiente aziendale. Attraverso la corretta applicazione della normativa vigente, l'azienda assicura la tutela della sicurezza e della salute non solo dei dipendenti, ma anche dei collaboratori e dei terzi che operano nei propri siti.

Per gli stabilimenti esteri, la gestione della salute e sicurezza avviene in conformità alla legislazione locale:

- ◆ **Romania:** Legge nazionale n. 319/2006;
- ◆ **Tunisia:** articolo 44 del Codice di Sicurezza e Prevenzione dei Rischi e Legge nazionale n. 2009-11.

Per la tutela del benessere visivo dei dipendenti che utilizzano videoterminali, l'azienda organizza annualmente una **visita optometrica preventiva** aggiuntiva, con l'obiettivo di prevenire e gestire eventuali disturbi legati all'uso prolungato di dispositivi digitali, come affaticamento oculare, secchezza e difficoltà di messa a fuoco.

La **comunicazione interna** sui temi di salute e sicurezza è supportata da attività di informazione continua e da **programmi formativi mirati**, finalizzati al riconoscimento dei potenziali rischi e alla corretta gestione delle situazioni di emergenza.

DAY1 – Prevenzione del diabete

Dal 2023 F.Ili Campagnolo promuove la salute dei propri dipendenti attraverso **visite specialistiche di prevenzione**, con l'obiettivo di favorire una diagnosi precoce e ridurre i principali fattori di rischio per la salute.

Nel **2024** l'azienda ha rinnovato il proprio impegno aderendo all'iniziativa **DAY1 – Prevenzione del diabete**, un programma di screening che consente di individuare precocemente il **diabete di tipo 2** mediante un **test rapido, semplice e non invasivo**.

L'obiettivo dell'iniziativa è **contrastare lo sviluppo del diabete di tipo 2**, una delle patologie croniche più diffuse e spesso silenziose: si stima infatti che **una persona su sei** ne sia affetta. Individuare precocemente le situazioni a rischio permette di **intervenire prima dell'insorgenza della malattia**, favorendo il recupero di un equilibrio metabolico attraverso stili di vita salutari e, se necessario, trattamenti mirati.

Con questo progetto, F.Ili Campagnolo conferma la propria attenzione al **benessere delle persone**, promuovendo una cultura aziendale fondata su **prevenzione, consapevolezza e cura della salute**.

PARITÀ DI TRATTAMENTO E OPPORTUNITÀ PER TUTTI

F.Ili Campagnolo si distingue per una **cultura aziendale fondata sui valori di diversità, uguaglianza e inclusione**, riconoscendo che il rispetto e la valorizzazione delle differenze rappresentano un elemento essenziale per la crescita sostenibile e l'innovazione. Per questa ragione **nel 2023 F.Ili Campagnolo ha intrapreso un percorso di miglioramento volto all'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022**, che si concluderà nel **2025**. Tale certificazione, sviluppata dall'**UNI – Ente Italiano di Normazione**, promuove la creazione di **ambienti di lavoro equi, inclusivi e rispettosi delle diversità di genere**.

Alla fine del 2024 è stato istituito un Comitato Guida per la Parità di Genere, organo aziendale che ha il compito di definire, attuare e monitorare le politiche per l'uguaglianza di genere, promuovendo un ambiente di lavoro inclusivo e privo di discriminazioni. Il Comitato opera in coerenza con la UNI/PdR 125:2022 e sostiene il raggiungimento degli obiettivi aziendali attraverso azioni concrete e specifiche iniziative di formazione, con particolare attenzione al tema della conciliazione vita-lavoro.

Per conseguire la certificazione, l'azienda sta inoltre implementando un **sistema di gestione conforme** ai requisiti della prassi UNI/PdR 125:2022, che consente di monitorare e migliorare in modo sistematico tutti i processi aziendali che influenzano la parità di genere. Questo sistema include l'adozione di **politiche, procedure e obiettivi misurabili**, che spaziano dalla definizione delle strategie organizzative fino alla gestione operativa delle risorse umane.

Ottenere la certificazione UNI/PdR 125:2022 rappresenta per F.Ili Campagnolo non solo un riconoscimento formale dell'impegno verso la **parità di genere**, ma anche un **passo concreto nel rafforzamento della propria responsabilità sociale**, migliorando la qualità della vita lavorativa e contribuendo alla costruzione di un **futuro più equo, inclusivo e sostenibile** per tutte le persone che fanno parte dell'azienda.

ALTRI DIRITTI CONNESSI AL LAVORO

Sebbene F.Ili Campagnolo non disponga ancora di un sistema completamente strutturato per il monitoraggio delle metriche relative alla violazione dei diritti umani lungo l'intera catena del valore, l'azienda adotta già misure concrete per **garantire condizioni etiche nella catena di fornitura**. In particolare, collabora esclusivamente con fornitori che dispongono di una certificazione, come la BSCI o equivalenti, rilasciata e verificata da un ente internazionale, che attesti la tutela e il rispetto dei diritti dei lavoratori. Questo impegno si affianca alla volontà di prevenire qualsiasi forma di lavoro minorile o forzato, sia internamente sia tra partner e fornitori.

Nell'anno di rendicontazione **non sono stati rilevati episodi di discriminazione, molestie o violazioni dei diritti umani all'interno dell'azienda**, né sono state presentate denunce tramite i canali interni predisposti.

Per quanto concerne la tutela della privacy F.lli Campagnolo tutela la riservatezza delle informazioni personali e aziendali attraverso un **sistema di gestione della privacy** conforme alla normativa vigente (Regolamento UE 2016/679 – GDPR). L'azienda adotta misure volte a garantire la sicurezza, l'integrità e la protezione dei dati di dipendenti, clienti e partner commerciali, promuovendo al contempo la consapevolezza interna sul corretto trattamento delle informazioni.

Nel corso dell'anno di rendicontazione **non sono state registrate denunce** di violazioni della privacy dei clienti né casi di perdita dei loro dati personali.

METRICHE

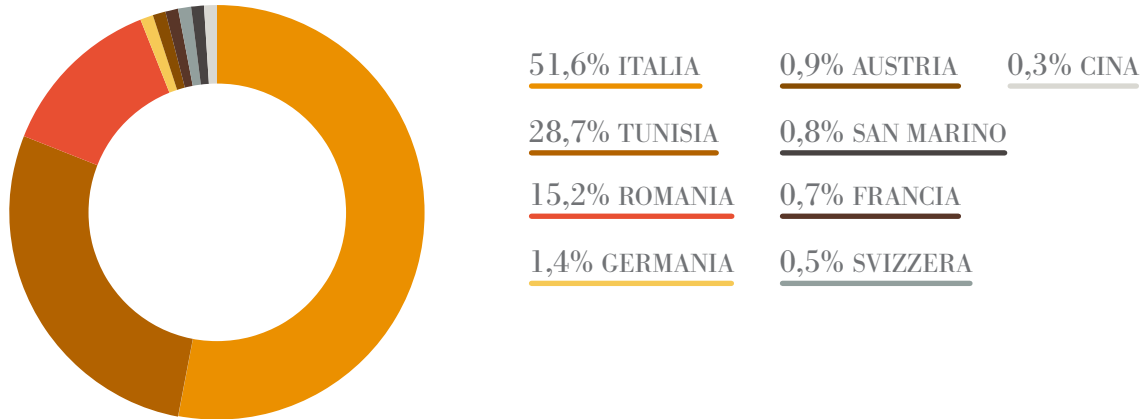
CARATTERISTICHE GENERALI DEI LAVORATORI

Nel 2024 F.lli Campagnolo ha impiegato complessivamente **1.123 dipendenti**, calcolati come numero di teste al 31-12-2024. La maggior parte del personale è distribuita tra **Italia, Tunisia e Romania**. In Italia sono presenti alcune funzioni produttive, affiancate soprattutto da attività operative e di gestione, mentre in Romania e Tunisia si concentrano esclusivamente attività produttive. Negli altri Paesi in cui il Gruppo è presente sono localizzate prevalentemente **sedì commerciali**, dedicate alla gestione dei rapporti con i clienti e allo sviluppo dei mercati esteri. L'azienda non si avvale di lavoratori autonomi.

TABELLA 17
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER PAESE

Numero totale di dipendenti	1123
Di cui in Italia	596
Di cui in Tunisia	312
Di cui in Romania	163
Di cui in Germania	16
Di cui in Austria	10
Di cui a San Marino	9
Di cui in Francia	8
Di cui in Svizzera	6
Di cui in Cina	3

GRAFICO 11
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER PAESE



Per quanto riguarda il **turnover del personale**, la lettura dei flussi di personale in entrata e in uscita nel 2024 offre un'indicazione utile sull'andamento dell'organico durante l'anno. Nel periodo considerato sono state registrate 87 assunzioni e 104 cessazioni. Il tasso di turnover, calcolato esclusivamente sul perimetro italiano come rapporto tra cessazioni e organico medio del periodo, si attesta al 16%. Questi valori riflettono **dinamiche fisiologiche**, quali pensionamenti o normali movimenti del mercato del lavoro.

TABELLA 18
INTENSITÀ IDRICA

	2023	2024
Assunzioni	149	87
Cessazioni	130	104
Tasso di turnover negativo	20,09%	15,94%

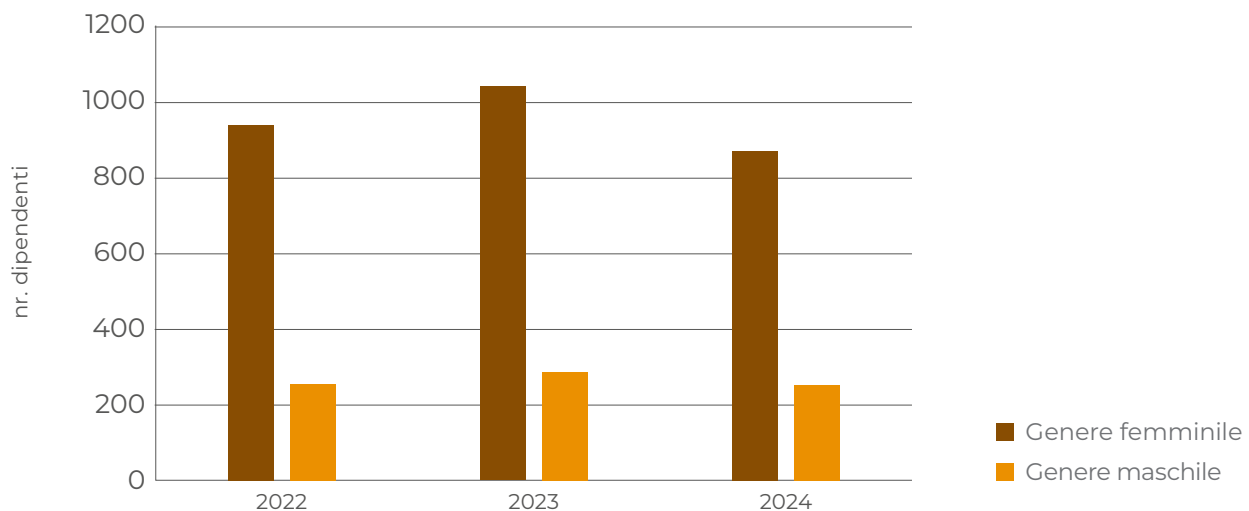
PARITÀ DI TRATTAMENTO E OPPORTUNITÀ PER TUTTI

La distribuzione dei dipendenti per genere evidenzia una significativa **prevalenza della forza lavoro femminile**: le dipendenti rappresentano quasi l'80% del totale. Questi dati confermano una struttura occupazionale fortemente caratterizzata dalla presenza femminile.

TABELLA 19
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER GENERE

	2022	2023	2024
Numero totale di dipendenti	1193	1328	1123
Di cui di genere femminile	939 78,71%	1042 78,46%	871 77,56%
Di cui di genere maschile	254 21,29%	286 21,54%	252 22,44%

GRAFICO 12
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER GENERE



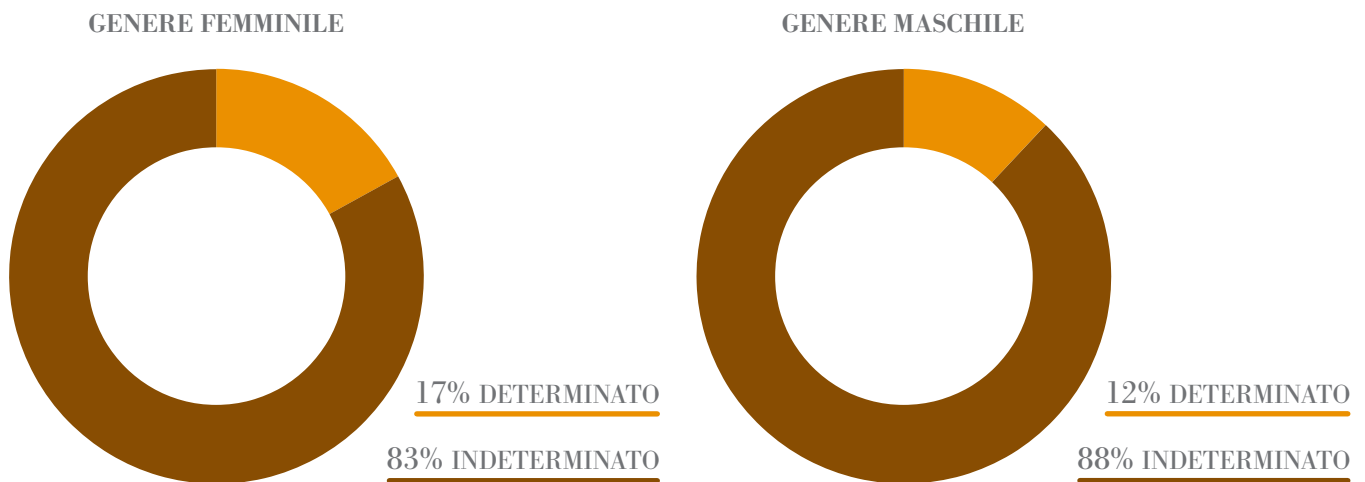
La tabella seguente mostra la **distribuzione dei dipendenti per genere in base alla tipologia contrattuale**, offrendo una lettura utile della **stabilità occupazionale** all'interno dell'azienda. Considerando la percentuale di contratti a tempo indeterminato e determinato per ciascun genere emerge un quadro più completo dell'equità nella gestione delle risorse umane.

Nel 2024, la quota di personale con contratto a tempo indeterminato risulta leggermente più elevata per gli uomini (88%) rispetto alle donne (83%). Pur in presenza di questo scostamento, è importante sottolineare che **la grande maggioranza delle lavoratrici e dei lavoratori risulta comunque inserita con un contratto stabile**. La differenza osservata rappresenta soprattutto un indicatore utile per monitorare eventuali dinamiche interne, come periodi di assunzione più recenti o diverse tempistiche nella conversione dei contratti.

TABELLA 20
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO (DURATA)

		2023	2024
Indeterminato	Genere femminile	660 76,39%	727 76,69%
	Genere maschile	204 23,61%	221 23,31%
Determinato	Genere femminile	382 82,33%	145 82,86%
	Genere maschile	82 17,67%	30 17,14%

GRAFICO 13
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO (DURATA)



La distribuzione dei contratti full-time e part-time evidenzia un **modello occupazionale complessivamente orientato al tempo pieno** per entrambi i generi. La grande maggioranza delle lavoratrici e dei lavoratori è infatti impiegata con contratti full-time, confermando un'impostazione organizzativa stabile e continuativa.

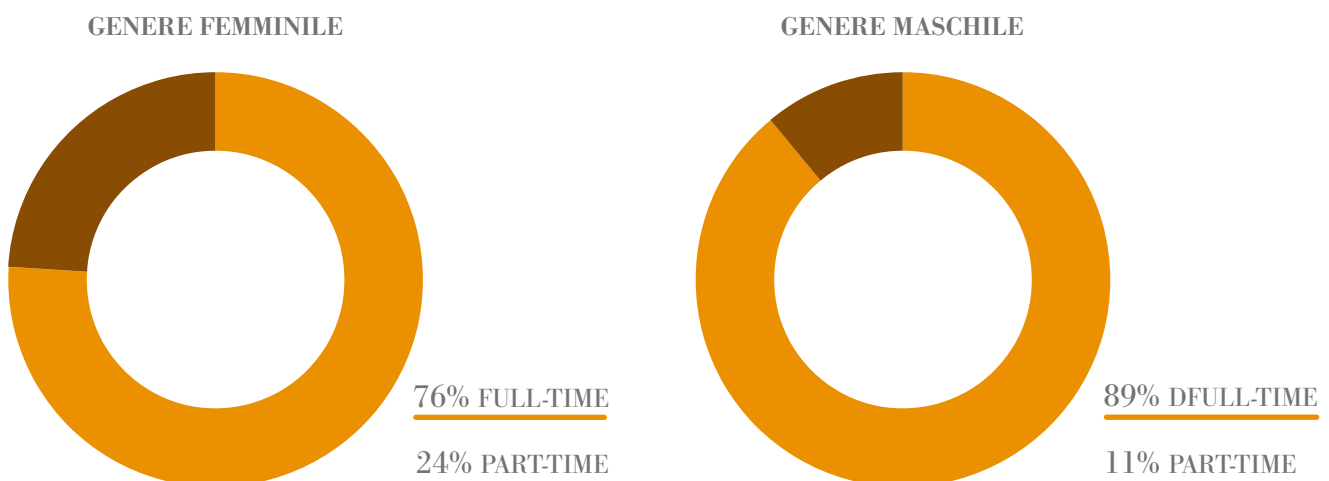
La quota di personale Part-time risulta tuttavia più elevata tra le donne rispetto agli uomini. Questa differenza è in larga misura spiegata dalla composizione professionale interna: una

quota significativa delle dipendenti ricopre il ruolo di addetta alla vendita, una posizione che, per esigenze operative e di flessibilità nella gestione dei punti vendita, è più frequentemente associata a contratti part-time.

TABELLA 21
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO (ORARIO DI LAVORO)

		2023	2024
Full-time	Genere femminile	807 76,71%	667 74,94%
	Genere maschile	245 23,29%	223 25,06%
Part-time	Genere femminile	235 85,14%	205 87,98%
	Genere maschile	41 14,86%	28 12,02%

GRAFICO 13
DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO (DURATA)



Di seguito viene analizzata la **parità retributiva di genere** per le sedi italiane, la quale si attesta al 3%, valore che rappresenta la differenza percentuale tra la retribuzione media del personale di genere femminile e quella di genere maschile. **L'azienda è consapevole che, pur trattandosi di un divario contenuto, questo valore non è ancora sufficiente e considera prioritario continuare a migliorare**, promuovendo una sempre maggiore equità salariale.

In quest'ottica sarà utile monitorare le possibili cause del divario residuo come la maggiore incidenza del part time tra il personale femminile o la diversa distribuzione di genere nei ruoli con retribuzioni variabili.

TABELLA 22
DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE

Divario retributivo di genere (Italia)	3,07%
--	-------

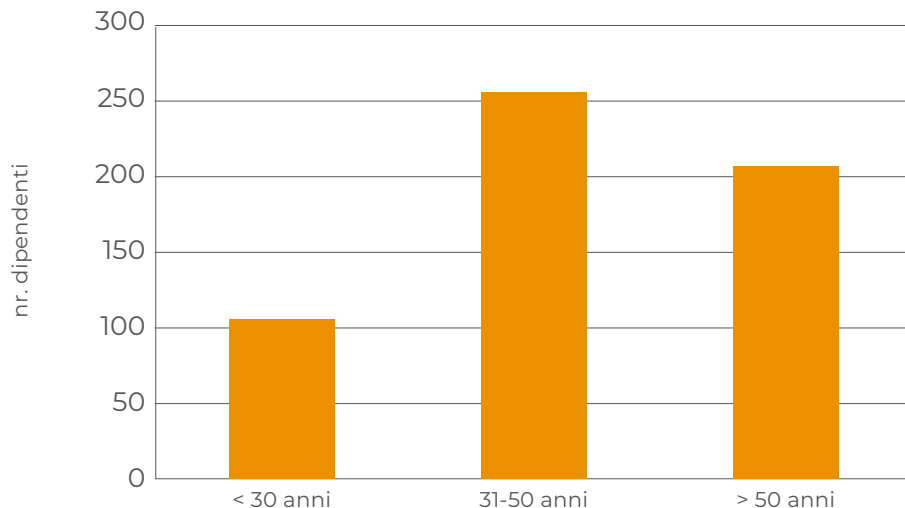
La distribuzione dei dipendenti per fasce di età offre una panoramica chiara dell'**equilibrio generazionale** in azienda. La **presenza significativa delle fasce centrale e senior**, che insieme rappresentano più dell'80% della forza lavoro, evidenzia un'organizzazione solida e con un patrimonio di esperienza ben radicato. Allo stesso tempo la quota di personale under 30, pur più contenuta, costituisce un bacino importante per il rinnovamento e l'introduzione di nuove competenze.

Nel complesso, la distribuzione anagrafica riflette un **equilibrio tra continuità ed evoluzione**, offrendo all'azienda un mix generazionale che può favorire sia il trasferimento della conoscenza sia lo sviluppo di nuove professionalità. Questo assetto rappresenta un elemento positivo e utile da monitorare nel tempo nell'ottica delle strategie di sostenibilità e crescita del capitale umano.

TABELLA 23
COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO PER ETÀ (ITALIA)

	2023	2024
< 30 anni	160 22,57%	112 18,79%
31-50 anni	335 47,25%	271 45,47%
> 50 anni	214 30,18%	213 35,74%

GRAFICO 15
COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO PER ETÀ (ITALIA)



SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

La lettura degli indicatori di salute e sicurezza nel triennio **2022-2024** per le sedi italiane evidenzia una gestione **costante e strutturata** dei temi legati alla tutela dei lavoratori. Nel periodo considerato **non si sono registrati decessi** né casi di malattie professionali, un risultato in linea con gli standard attesi in contesti ben presidiati.

Anche l'andamento degli infortuni mostra un'evoluzione positiva: gli eventi registrabili passano da **8 nel 2022** a **5 nel 2024**, con un corrispondente calo del **tasso di infortunio** da **8** a **5**. Questo trend conferma l'efficacia delle iniziative di prevenzione, delle attività di formazione e dell'aggiornamento continuo delle procedure interne.

Il tasso di infortunio è stato calcolato rapportando il numero di infortuni alle **ore complessive lavorate**, assumendo **2.080 ore annue** per i lavoratori full time e **1.040 ore annue** per i part time, e moltiplicando il risultato per **un milione**. Il valore ottenuto rappresenta quindi il numero di infortuni che si verificherebbero ogni **un milione di ore lavorate**, equivalenti a circa **500 lavoratori full time** nell'arco di un anno.

TABELLA 24
INDICATORE DI SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (ITALIA)

	2022	2023	2024
% di lavoratori propri coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza	100%	100%	100%
Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0	0	0
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	8	6	5
Numero di casi riguardanti malattie connesse al lavoro registrabili	0	0	0
Tasso di infortunio	7,93	5,06	4,93

5.2 LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE

Il tema dei **Lavoratori nella catena del valore** è emerso come **rilevante** nell'ambito dell'analisi di doppia materialità, in considerazione degli **impatti indiretti** che le **pratiche di approvvigionamento** e la **gestione dei rapporti con i fornitori** possono generare sulle **condizioni di lavoro** e sul **rispetto dei diritti umani** lungo la catena di fornitura.

L'organizzazione riconosce che, pur non esercitando un controllo diretto sulle attività dei propri fornitori, le decisioni di **selezione, monitoraggio e collaborazione** possono contribuire a influenzare in modo significativo la **salute e sicurezza dei lavoratori**, la **promozione delle pari opportunità** e la **prevenzione di pratiche discriminatorie o non etiche**, come il **ricorso a lavoro minorile o forzato**.

In questo contesto sono stati identificati **rischi operativi, economici e reputazionali** legati a una **mancata tutela dei lavoratori lungo la catena di fornitura**, che potrebbero tradursi in **interruzioni produttive, sanzioni o perdite di fiducia** da parte degli stakeholder.

Gli **impatti** e i **rischi** identificati rispetto a questa tematica sono illustrati nella **tabella seguente**.

TABELLA 25
TEMI MATERIALI – FORZA LAVORO PROPRIA

Material topic	IROs
Condizioni di lavoro	Infortuni sul lavoro derivanti da una gestione inadeguata della salute e della sicurezza (Impatto indiretto)
	Rischio economico e operativo dovuto alla mancata salvaguardia della salute e della sicurezza dei lavoratori lungo la propria catena di fornitura (Rischio)
Parità di trattamento e opportunità per tutti	Episodi di discriminazione dovuti alla mancanza di politiche inclusive nel luogo di lavoro (Impatto indiretto)
	Rischio economico operativo dovuto ad episodi di discriminazione e al mancato rispetto delle pari opportunità dei fornitori (Rischio)
Altri diritti connessi al lavoro	Violazione dei diritti umani a causa del ricorso a lavoro minorile o forzato (Impatto indiretto)

GESTIONE DELLA TEMATICA

F.lli Campagnolo riconosce l'importanza di promuovere pratiche responsabili lungo tutta la **catena di fornitura**, con particolare attenzione ai **diritti dei lavoratori** e al contrasto di qualsiasi forma di sfruttamento.

Per rafforzare il proprio impegno nel 2022 F.lli Campagnolo ha avviato un'**iniziativa di coinvolgimento degli stakeholder**, somministrando un questionario volto a raccogliere informazioni sulle pratiche e le performance dei fornitori in materia di **sostenibilità ambientale, sociale e di governance**. Il questionario ha incluso sezioni specifiche dedicate a:

- ◆ Diritti umani, con attenzione al lavoro minorile o forzato
- ◆ Salute e sicurezza sul lavoro
- ◆ Parità di trattamento e inclusione

L'obiettivo dell'iniziativa è comprendere come i fornitori gestiscono questi rischi e favorire l'adozione di **comportamenti responsabili lungo l'intera catena di fornitura**, rafforzando una cultura aziendale basata sul rispetto delle persone e sulla tutela della loro sicurezza.

Nei prossimi anni, l'azienda intende potenziare questa iniziativa, **mappando in maniera più sistematica e approfondita le performance dei fornitori**, con particolare attenzione al rispetto dei **diritti umani**. L'obiettivo è **rafforzare la sostenibilità complessiva della filiera** e supportare decisioni aziendali basate su dati completi, accurati e affidabili, promuovendo condizioni di lavoro eque e sicure lungo tutta la catena di fornitura.

5.3 COMUNITÀ LOCALE

In considerazione del potenziale impatto delle attività di F.lli Campagnolo sul tessuto sociale ed economico dei territori in cui opera, **il rapporto con la comunità locale** è emerso come un tema rilevante nell'ambito dell'analisi di doppia materialità.

L'azienda si impegna a contribuire allo sviluppo sostenibile delle comunità in cui opera, favorendo **occupazione** e sostenendo **iniziative sociali, culturali e ambientali**. Questo approccio si traduce in una **presenza responsabile e partecipativa**, orientata a costruire relazioni di fiducia e collaborazione con gli stakeholder del territorio.

TABELLA 26
TEMI MATERIALI - COMUNITÀ LOCALE

Material topic	IROs
Comunità coinvolte	Attenzione e supporto allo sviluppo sociale ed economico delle comunità locali (Impatto diretto)

GESTIONE DELLA TEMATICA

Le radici di F.lli Campagnolo affondano nel territorio che ne ha sostenuto la nascita e la crescita, un contesto che continua a ispirarne valore e visione. Da questo rapporto di reciprocità nasce l'impegno dell'azienda nel **restituire valore alle comunità locali**, attraverso **iniziative di inclusione sociale, progetti di tutela e promozione del patrimonio culturale e attività solidali** volte a generare impatti positivi e duraturi sul territorio.

Di seguito vengono presentati alcuni dei **progetti sviluppati** a testimonianza concreta di questo impegno.

Comunità e territorio

Welcome Gift Newborn: Attraverso il brand *Melby* l'azienda sostiene il progetto promosso dal Comune di Bassano del Grappa che prevede un **dono di benvenuto per tutti i nuovi nati**. L'iniziativa, simbolica ma anche concreta, consiste in un **buono acquisto** da utilizzare presso il punto vendita Melby di Bassano del Grappa e in un **body in cotone** per i neonati. Con questo gesto l'azienda rinnova il proprio impegno a **sostenere le nuove generazioni e le loro famiglie**, rafforzando al tempo stesso il legame con la comunità locale.

Bike for Africa: Con il progetto *Bike for Africa* promosso dall'associazione *Maniverso*, F.lli Campagnolo afferma il proprio impegno verso la **solidarietà e l'economia circolare**, promuovendo il riutilizzo di biciclette destinate allo smaltimento. Presso la sede di Via Merlo a Romano d'Ezzelino è stato allestito un **punto di raccolta** dove i cittadini possono dona-

re biciclette inutilizzate. Grazie al lavoro dei volontari, i mezzi vengono **riparati e rigenerati** per essere poi destinati a **ragazzi in Africa e in Ucraina**, dove diventano strumenti fondamentali per raggiungere la scuola o le comunità limitrofe. Dall'avvio dell'iniziativa sono già state donate **oltre 80 biciclette**, ciascuna simbolo concreto di **speranza, mobilità sostenibile e inclusione**. Il progetto unisce il valore ambientale del recupero con quello umano della solidarietà, contribuendo a migliorare la vita di chi vive in contesti fragili. <https://www.maniverso.org/pages.php>

Cooperativa Coesa: Progetto "Camminando": CMP ha scelto di sostenere la **Cooperativa Coesa**, realtà attiva nel settore socio-educativo nella provincia sud-occidentale di Torino, contribuendo al progetto *Camminando*. Il programma propone ai partecipanti un percorso di **escursioni ed esperienze all'aperto** volte a favorire la scoperta dell'ambiente naturale e lo sviluppo personale attraverso il contatto con la natura. L'azienda ha supportato l'iniziativa fornendo **abbigliamento tecnico da trekking** per l'intero gruppo, riaffermando il proprio impegno a promuovere progetti che **uniscono sport, natura e crescita personale**.

Associazione Onlus "Un filo che unisce": Nel 2024 F.lli Campagnolo ha avviato la collaborazione - già rinnovata per il 2025 - con l'associazione "Un filo che unisce", realtà che dal 2017 ha creato un **laboratorio di cucito** all'interno della **Casa Circondariale di Vicenza**. All'interno del laboratorio le volontarie dell'associazione formano le persone detenute all'utilizzo delle tecniche di cucito e riciclo creativo, offrendo un'opportunità concreta di **acquisizione di competenze professionali**. La collaborazione con F.lli Campagnolo ha portato alla realizzazione di oggetti e borse ottenuti dal riuso dei manifesti luminosi in tessuto dei brand aziendali, trasformando materiali provenienti dai punti vendita in prodotti utili. L'iniziativa genera un duplice valore: da un lato promuove il **reinserimento sociale e lavorativo delle persone detenute** attraverso percorsi formativi qualificanti; dall'altro contribuisce alla **circularità dei materiali e alla riduzione degli sprechi**, in linea con l'impegno aziendale verso la sostenibilità ambientale e sociale.

Educazione e giovani generazioni

Progetto "Infinity 2: Una scuola nello spazio": Dopo il successo del progetto *Infinity 1* realizzato durante l'anno scolastico 2022/2023 dal Liceo Scientifico "E. Medi" di Montegiorgio (Fermo), F.lli Campagnolo ha deciso di sostenere anche la nuova iniziativa *Infinity 2: una scuola nello spazio*. Il progetto, ufficializzato nel 2023 e avviato nel 2024, ha coinvolto **dieci studenti e tre docenti** in una missione scientifica in Islanda, finalizzata al **lancio di tre sonde aerostatiche** per lo studio dei **gas serra, dei raggi UVB e UVC** e dei processi di **trasformazione della CO₂ in ossigeno**. F.lli Campagnolo ha accompagnato il team lungo tutto il percorso, fornendo **abbigliamento tecnico personalizzato** per affrontare le condizioni climatiche estreme. L'iniziativa rappresenta un esempio di **collaborazione virtuosa tra scuola e impresa**, che unisce **educazione, innovazione e sostenibilità** in un'esperienza formativa di valore internazionale.

F.Ili Campagnolo – ENTER International: Nel 2024 F.Ili Campagnolo ha avuto il piacere di accogliere presso la propria sede i giovani studenti di **ENTER International**, organizzazione non profit internazionale che promuove la **formazione e la sensibilizzazione dei giovani tra i 14 e i 30 anni** su temi come ambiente, tecnologia, leadership e mobilità. La visita si è svolta nell'ambito del programma **Venetian ESummer 2024**, durante il quale i partecipanti hanno potuto conoscere da vicino **l'impegno dell'azienda nel settore dell'abbigliamento sportivo sostenibile** e approfondire come **innovazione e design** possano contribuire a un futuro più responsabile.



Sport, salute e inclusione

FIS Para Nordic World Cup: Anche nel 2024 F.Ili Campagnolo continua a sostenere i grandi eventi sportivi internazionali promuovendo i valori di **inclusione e passione per lo sport**. Nel 2024 l'azienda è stata **sponsor tecnico ufficiale della FIS Para Nordic World Cup**, tenutasi a Dobbiaco, fornendo **abbigliamento tecnico** a tutto lo staff dell'evento. La manifestazione, che riunisce atleti provenienti da tutto il mondo, rappresenta un momento di straordinaria condivisione e di valorizzazione dello **sport paralimpico**. Attraverso questa partnership CMP conferma il proprio sostegno a un modello di sport **accessibile, etico e inclusivo**, in linea con i principi di equità e rispetto che guidano l'azienda.

177 Carnica Ultra Trail: Determinazione, inclusione, natura e condivisione sono i valori che animano la *177 Carnica Ultra Trail*, evento sportivo non competitivo che si snoda lungo la Traversata Carnica, da San Candido a Tarvisio. Anche nel 2024, F.Ili Campagnolo ha rinnovato con entusiasmo il proprio ruolo di **sponsor ufficiale** di questa manifestazione che unisce **sport, rispetto per l'ambiente e solidarietà**. Tra le storie più significative dell'edizione spicca quella di **Giuseppe Iob**, giovane atleta che, dopo un grave incidente, ha affrontato l'intero percorso di **177 km con la sua handbike**. CMP ha scelto di sostenere la realizzazione di un *docufilm dedicato alla sua impresa*, presentato alla 10ª edizione del *Concorso Cortomontagna* di Tolmezzo (UD), per valorizzare un racconto di **resilienza e ispirazione**.

Torneo Win Win: Lo **sport** è parte integrante dei valori aziendali di F.Ili Campagnolo in quanto strumento di benessere, inclusione e solidarietà. Anche nel 2024, F.Ili Campagnolo ha partecipato con entusiasmo al **Torneo Win Win**, evento interaziendale a scopo benefico organizzato da iMilani, che ha coinvolto **18 aziende del territorio vicentino**. Per un mese le squadre aziendali si sono sfidate con spirito di squadra e fair play in tornei di **calcio, basket e pallavolo**. Le **donazioni raccolte** sono state devolute all'associazione **"Le Scarpette delle Formichine"**, a sostegno di iniziative sociali locali. CMP ha inoltre fornito l'abbigliamento tecnico ai volontari, confermando la volontà di **promuovere i valori positivi dello sport e della solidarietà**.

PittaRosso Pink Parade: Nel 2024 F.Ili Campagnolo ha aderito con orgoglio alla **decima edizione della PittaRosso Pink Parade**, evento nazionale promosso da **Fondazione Veronesi e PittaRosso**, dedicato alla **prevenzione e alla ricerca contro i tumori femminili**. Il team aziendale ha partecipato alla camminata di circa **5 km tra le colline bassanesi**, unendo sport, salute e solidarietà per sostenere la **ricerca scientifica** e diffondere la cultura della **prevenzione oncologica**. I fondi raccolti sono stati destinati a una **piattaforma innovativa di personalizzazione delle terapie** per le donne con diagnosi di tumore al seno in fase iniziale. L'iniziativa rappresenta un'importante occasione di **coesione aziendale e impegno sociale**, in linea con i valori di responsabilità e attenzione alla salute che guidano F.Ili Campagnolo.

5.4 CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI

Alla luce degli impatti diretti che le caratteristiche dei prodotti e le modalità di gestione delle informazioni possono avere su salute, sicurezza e fiducia dei clienti, il tema dei **consumatori e degli utenti finali** è emerso come **rilevante** nell'ambito dell'**analisi di doppia materialità**.

F.Ili Campagnolo riconosce la propria **responsabilità diretta** nel garantire **standard elevati di qualità, sicurezza e trasparenza**, elementi essenziali per **tutelare i consumatori e rafforzare la reputazione del marchio**. L'organizzazione è consapevole che eventuali **non conformità** legate alla **qualità, salute e sicurezza dei prodotti**, o una **gestione non adeguata della privacy** possono generare **impatti negativi diretti** sugli utenti finali e tradursi in **rischi economici, operativi e reputazionali**, quali **sanzioni, controversie legali e perdita di fiducia** da parte del mercato.

Gli **impatti** e i **rischi** identificati rispetto a questa tematica sono illustrati nella **tabella seguente**.

TABELLA 27
TEMI MATERIALI – COMUNITÀ LOCALE

Material topic	IROs
Impatti relativi alle informazioni per consumatori e/o utenti finali	Violazione della privacy dovuta a un inadeguato sistema di protezione dei dati sensibili (Impatto diretto)
	Etichettatura dei prodotti non conforme agli standard normativi (Impatto diretto)
Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utenti finali	Vendita di prodotti non conformi alle normative di qualità, salute e sicurezza (Impatto diretto)
	Rischio economico e operativo derivante da situazioni di non conformità dei prodotti commercializzati, in relazione a difetti e a questioni riguardanti la salute e la sicurezza del consumatore (Rischio)

GESTIONE DELLA TEMATICA

F.lli Campagnolo riconosce l'importanza di garantire la **piena conformità alle normative vigenti** in materia di **protezione dei dati personali, etichettatura dei prodotti e requisiti di qualità, salute e sicurezza**, considerandoli elementi fondamentali per la tutela dei consumatori e la costruzione di relazioni di fiducia con gli stakeholder.

In tema di **tutela dei dati personali e privacy** l'azienda opera nel rispetto del **Regolamento (EU) 2016/679 (GDPR)** e delle relative disposizioni nazionali, adottando **misure tecniche e organizzative** volte a proteggere i dati sensibili da accessi non autorizzati, perdite o utilizzi impropri. Tali misure includono il controllo degli accessi, la formazione del personale autorizzato e il monitoraggio periodico dei sistemi informativi, con l'obiettivo di **prevenire violazioni e garantire la sicurezza delle informazioni trattate**.

Per quanto riguarda l'**etichettatura dei prodotti** l'organizzazione assicura la **conformità alle normative nazionali e comunitarie** al fine di fornire al consumatore informazioni chiare, veritiere e trasparenti.

Infine, con riferimento alla **qualità, salute e sicurezza dei prodotti** l'azienda garantisce che tutti i beni immessi sul mercato siano **conformi ai requisiti normativi** e rispondano ai più elevati standard qualitativi. I processi di **controllo e tracciabilità** sono implementati lungo l'intera filiera produttiva e distributiva per assicurare la sicurezza del consumatore e la reputazione aziendale. In caso di segnalazioni o potenziali non conformità vengono attivate procedure di verifica e intervento tempestivo.

6. Governance

LA BUSSOLA CHE ORIENTA I NOSTRI PASSI



La **governance** rappresenta per **F.lli Campagnolo** la base su cui si fonda il **sistema di sostenibilità** aziendale. L'organizzazione adotta un **modello di gestione trasparente e responsabile**, orientato alla **creazione di valore condiviso** per tutti gli stakeholder e al **rafforzamento della fiducia** nel tempo.

La società promuove **integrità, etica e responsabilità** in ogni decisione, assicurando **coerenza tra strategia, obiettivi e pratiche operative**. L'impegno verso una **governance sostenibile** si esprime attraverso la **definizione di ruoli e responsabilità** e l'**integrazione dei criteri ESG** (Environmental, Social, Governance) nei processi decisionali, al fine di garantire una **gestione equilibrata e lungimirante**.

6.1 CONDOTTA AZIENDALE

Il tema della **Condotta Aziendale** è emerso come altamente rilevante nell'ambito dell'analisi di doppia materialità. F.lli Campagnolo riconosce che una **governance etica e trasparente** costituisce il fondamento per la creazione di valore nel lungo periodo e per il rafforzamento della fiducia di stakeholder, partner commerciali e comunità.

L'azienda promuove la **cultura dell'integrità**, basata su comportamenti corretti, etici e responsabilità, assicurando la piena coerenza tra i principi etici dichiarati, le strategie di business e le pratiche operative quotidiane.

L'organizzazione è consapevole che una deviazione dagli standard etici o una gestione inefficace degli impatti sociali e ambientali possono generare conseguenze dirette, traducendosi in gravi **rischi operativi, legali e reputazionali**. Tali rischi incidono direttamente sulla credibilità aziendale e sulla fiducia degli *stakeholder*.

Per i prossimi anni l'impegno sarà rivolto a rafforzare ulteriormente i sistemi di governance e di monitoraggio della sostenibilità. L'obiettivo primario rimane quello di assicurare una gestione sempre più responsabile e integrata dei **rischi e delle opportunità ESG** lungo l'intera catena del valore.

Gli impatti e i rischi identificati rispetto a questa tematica sono illustrati nella tabella seguente.

TABELLA 28
TEMI MATERIALI - CONDOTTA AZIENDALE

Material topic	IROs
Gestione dei rapporti con i fornitori	Inadeguato presidio degli impatti sociali e ambientali lungo la catena di fornitura (Impatto diretto)
Cultura aziendale	Mancanza di integrità ed etica nella gestione dell'impresa (Impatto diretto)

GESTIONE DELLE TEMATICHE

CULTURA AZIENDALE

L'azienda conduce le proprie attività ispirandosi a principi di **onestà, trasparenza e rispetto della legalità**, considerandoli fondamentali per costruire relazioni solide e durature con dipendenti, partner commerciali e comunità locali. A questi si affiancano valori quali **lealtà, riservatezza, integrità e rispetto della dignità della persona**, che guidano quotidianamente il comportamento di chi opera all'interno del Gruppo.

Tutti questi principi sono formalizzati nel **Codice Etico**, che rappresenta il riferimento normativo e culturale dell'azienda. Attraverso il Codice Etico, F.lli Campagnolo comunica in modo chiaro e trasparente le proprie aspettative comportamentali, promuovendo una cultura aziendale fondata sul rispetto, sulla responsabilità e sulla professionalità.

Questo approccio contribuisce a creare un clima di fiducia e collaborazione, supporta relazioni corrette e sostenibili con gli stakeholder e guida l'organizzazione verso un modello di crescita orientato al lungo periodo.

Catena di fornitura

La catena di fornitura di F.lli Campagnolo comprende tutti i soggetti coinvolti nelle diverse fasi di produzione e distribuzione dei prodotti: dalla realizzazione dei materiali alla trasformazione, fino alla consegna ai diversi canali di vendita.

La crescente attenzione ai temi della sostenibilità e la consapevolezza della loro natura interconnessa hanno portato l'azienda a riconoscere un principio fondamentale: **solo attraverso il coinvolgimento attivo dell'intera filiera è possibile ridurre inefficienze, rischi e impatti ambientali, generando valore condiviso per tutti gli stakeholder.**

Il primo passo concreto in questa direzione è stato avviato nel 2022 con la somministrazione di un questionario strutturato in tre aree – **ambientale, sociale e di governance** – destinato ai fornitori principali. L'iniziativa ha consentito di mappare le performance ESG della catena di fornitura e ha avuto un duplice obiettivo:

- ◆ **sensibilizzare i fornitori** rispetto al percorso intrapreso dall'azienda sui temi di sostenibilità;
- ◆ **valutare il livello di maturità ESG** dei partner, identificando pratiche già presenti e aree di possibile miglioramento.

L'analisi dei dati ha evidenziato, tra gli altri aspetti, che **il 100% del campione risulta in possesso di certificazione BSCI o attestati equivalenti**, un segnale importante del livello di responsabilità sociale già presente nella filiera.

Guardando al futuro, F.lli Campagnolo intende **rafforzare e ampliare progressivamente il perimetro di analisi**, includendo non solo i fornitori principali ma anche partner secondari e realtà di dimensioni più ridotte, spesso meno strutturate ma altrettanto determinanti per la qualità del prodotto finale. L'obiettivo è adottare un **approccio realmente olistico**, capace di restituire una fotografia completa e accurata dell'intero ecosistema produttivo.

Questo percorso sarà accompagnato da **una comunicazione sempre più trasparente** e da una collaborazione continua con tutti gli attori coinvolti, così da promuovere un **miglioramento costante** e una maggiore sostenibilità lungo tutta la filiera.

PERFORMANCE ECONOMICHE

Il **2024** è stato un anno caratterizzato da un contesto economico e geopolitico complesso. L'acuirsi dei conflitti in **Medio Oriente** e in **Ucraina** ha alimentato un clima di incertezza, influenzando negativamente i mercati globali. Le tensioni nel **Mar Rosso**, in particolare, hanno costretto molte compagnie di navigazione a deviare le rotte verso il Capo di Buona Speranza, con conseguente aumento dei **costi logistici** e dei tempi di trasporto.

L'economia globale e quella italiana hanno registrato un rallentamento. Nell'area euro la crescita del **PIL** si è attestata allo **0,9%**, mentre in **Italia** ha raggiunto lo **0,7%**, in un contesto di inflazione in attenuazione ma ancora influenzata dai costi energetici e dai tassi di interesse.

In questo scenario, il Gruppo **F.lli Campagnolo S.p.A.** ha registrato nel 2024 **ricavi pari a 213,7 milioni di euro**, in calo del **9,6%** rispetto ai **236,3 milioni** del 2023. Tale riduzione riflette un fisiologico assestamento dopo le performance particolarmente positive del post-pandemia, sostenute dalla ripresa degli **sport invernali** e dalla forte domanda di attività outdoor. Ha inciso inoltre la presenza sul mercato di **elevate scorte**, legate agli incrementi dei budget di acquisto registrati nel biennio **2021-2022**.

TABELLA 29
PERFORMANCE ECONOMICA F.LLI CAMPAGNOLO

	2022	2023	2024
Ricavi	265.900.000	236.300.000	213.700.000



Piano di sostenibilità

DISCLOSURE REQUIREMENT INDEX

PIANO DI SOSTENIBILITÀ

TEMATICA	AZIONI E PROGETTI	OBIETTIVO	SDGs
Environment			
Mitigazione dei cambiamenti climatici	Avvio di un percorso di verifica della carbon footprint di organizzazione attraverso l'intervento di un ente terzo indipendente e ottenimento della relativa certificazione	Garantire una rendicontazione delle emissioni trasparente e affidabile, rafforzando la qualità dei dati ambientali e la credibilità dell'organizzazione verso gli stakeholder.	SDG 13
	Definizione di una strategia di riduzione delle emissioni basata sull'analisi dei principali hotspot emissivi	Riduzione in modo progressivo e misurabile dell'impatto climatico dell'organizzazione, definendo target coerenti con le migliori pratiche internazionali e integrando soluzioni operative a basse emissioni.	
Energia	Installazione di un impianto fotovoltaico nella sede italiana finalizzato alla produzione di energia rinnovabile	Ridurre la dipendenza dalla rete e contribuire alla riduzione delle emissioni indirette di gas serra (Scope 2)	SDG 7 SDG 13
Sostanze preoccupanti	Attività di monitoraggio, ricerca e sviluppo finalizzate all'identificazione, al controllo e alla riduzione dell'uso di sostanze chimiche pericolose, estendendo l'analisi anche alla catena del valore	Minimizzare l'uso di sostanze pericolose garantendo la sicurezza dei prodotti e la tutela della salute dei consumatori e dei dipendenti	SDG 3 SDG 12
Risorsa idrica	Installazione di contatori intelligenti e sensori digitali nei principali punti di consumo idrico dell'organizzazione per monitorare i consumi in tempo reale, individuando sprechi o perdite	Ottimizzazione della gestione della risorsa idrica attraverso la riduzione di sprechi e perdite, implementazione di interventi correttivi tempestivi e sviluppo di strategie per la riduzione progressiva dei consumi idrici	SDG 6 SDG 12
Economia circolare	Riduzione dei rifiuti tessili attraverso interventi di ottimizzazione dei processi produttivi e creazione di partnership per reintrodurre i rifiuti tessili come materia prima seconda	Minimizzare la produzione di rifiuti tessili e valorizzare i materiali altrimenti destinati allo smaltimento	SDG 12
	Sviluppo di servizi dedicati alla riparazione di capi danneggiati e promozione di processi di rivendita di capi acquistati e restituiti, o con lievi difetti di fabbricazione, favorendo il riuso e la valorizzazione delle risorse	Estendere la vita utile dei prodotti e ridurre l'impatto ambientale legato alla produzione di nuovi capi. Il progetto contribuisce a sviluppare un modello di economia circolare, incentivando comportamenti di consumo più sostenibili e valorizzando le risorse già immesse nel ciclo produttivo	

TEMATICA	AZIONI E PROGETTI	OBIETTIVO	SDGs
Social			
Salute e sicurezza	Implementare un sistema di gestione della salute e sicurezza in tutte le sedi aziendali, garantendo un approccio strutturato e sistematico alla gestione della sicurezza	Creare un ambiente di lavoro salubre e sicuro in tutte le sedi, riducendo il rischio di incidenti. Il sistema certificato ISO 45001 supporta il miglioramento continuo delle performance di sicurezza e promuove una cultura aziendale orientata alla tutela della salute e del benessere sul lavoro	SDG 3 SDG 8
Parità di genere	Adozione di processi organizzativi e pratiche aziendali conformi agli standard della certificazione UNI PDR per la gestione della diversità e dell'inclusione	Consolidare un sistema strutturato per promuovere la diversità e l'inclusione, garantendo pari opportunità, valorizzando le differenze individuali e creando un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso supportato da strumenti di monitoraggio e indicatori chiave per guidare le politiche interne	SDG 5 SDG 8 SDG 10
Benessere dei dipendenti	Implementazione di iniziative volte a migliorare il benessere complessivo dei dipendenti attraverso programmi dedicati alla salute fisica e mentale, all'equilibrio tra vita privata e lavorativa e alla creazione di un ambiente di lavoro positivo	Favorire un ambiente di lavoro sano e motivante, promuovendo il benessere fisico e psicologico dei dipendenti e contribuendo a una migliore qualità della vita lavorativa. Le iniziative mirano a rafforzare il senso di appartenenza, prevenire situazioni di stress e migliorare la soddisfazione e l'engagement, sostenendo al contempo la produttività e la sostenibilità sociale dell'organizzazione	SDG 3 SDG 8
Governance			
Cultura aziendale	Rafforzamento e integrazione dei criteri ESG all'interno della governance aziendale e dei processi decisionali strategici	Rafforzare la trasparenza, migliorare la gestione dei rischi e garantire una maggiore responsabilità nei confronti degli stakeholder	SDG 12
Catena di fornitura	Mappatura delle performance ESG dei fornitori attraverso la raccolta di informazioni su aspetti ambientali, sociali e di governance. L'iniziativa comprende la definizione di criteri di valutazione, il monitoraggio periodico e l'integrazione dei risultati all'interno dei processi di qualifica e gestione dei fornitori	Migliorare la trasparenza e la gestione dei rischi lungo la catena di fornitura, identificando possibili criticità e promuovendo requisiti ESG più stringenti. La mappatura consente di rafforzare le relazioni con partner che operano in modo responsabile, contribuendo alla creazione di una filiera più sostenibile e allineata agli standard aziendali	SDG 12 SDG 8

DISCLOSURE REQUIREMENT INDEX

ESRS	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAG.
General Information			
ESRS 2	BP-1 – Basi generali per la preparazione delle dichiarazioni di sostenibilità	Criteri generali per la redazione della dichiarazione sulla sostenibilità	4
	GOV-1 – Il ruolo degli organi amministrativi, gestionali e di vigilanza	Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	14
	SBM-1 – Strategia, modello aziendale e catena del valore	Modello di business Strategia di sostenibilità	9 17
	SBM-2 – Interessi e opinioni delle parti interessate	Identificazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità	18
	SBM-3 - Impatti materiali, rischi e opportunità e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Le priorità ESG per F.lli Campagnolo	18
	IRO-1 - Descrizione del processo per identificare e valutare gli impatti materiali, i rischi e le opportunità	Identificazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità	18
	IRO-2 – Obblighi di informativa in ESRS coperti dalla dichiarazione di sostenibilità dell'impresa	Disclosure requirement index	61
	MDR-A – Azioni e risorse in relazione a questioni di sostenibilità materiale	Cambiamento climatico Inquinamento Risorsa idrica Biodiversità Economia circolare Forza lavoro propria	21 27 29 31 34
	MDR-M – Metriche relative a questioni di sostenibilità materiale	Lavoratori nella catena del valore Comunità locale Consumatori e utilizzatori finali Condotta aziendale	38 49 51 54 56

ESRS	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAG.
Environment			
ESRS E1	E1-3 – Azioni e risorse in relazione alle politiche sui cambiamenti climatici	Cambiamento climatico - Gestione della tematica	21
	E1-4 – Obiettivi relativi alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici	Piano di sostenibilità	59
	E1-5 – Consumo e mix energetico	Cambiamento climatico - Metriche - Energia	25
	E1-6 – Emissioni lorde di gas serra di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di gas serra	Cambiamento climatico - Metriche - Emissioni di carbonio	23
	E1-9 – Effetti finanziari previsti da rischi fisici e di transizione materiali e potenziali opportunità legate al clima	Cambiamento climatico	21
ESRS E2	E2-2 – Azioni e risorse relative all'inquinamento	Inquinamento - Gestione della tematica	27
	E2-3 – Obiettivi relativi all'inquinamento	Piano di sostenibilità	59
	E2-4 – Inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo	Inquinamento	27
	E2-5 – Sostanze preoccupanti e sostanze estremamente preoccupanti	Inquinamento	27
	E2-6 – Effetti finanziari previsti dagli impatti, rischi e opportunità correlati all'inquinamento	Inquinamento	27
ESRS E3	E3-2 – Azioni e risorse relative alle risorse idriche e marine	Risorsa idrica - Gestione della tematica	29
	E3-3 – Obiettivi relativi alle risorse idriche e marine	Piano di sostenibilità	59
	E3-4 – Consumo di acqua	Risorsa idrica - Metriche	29
ESRS E4	E4-3 – Azioni e risorse relative alla biodiversità e agli ecosistemi	Biodiversità - Gestione della tematica	31
	E4-4 - Obiettivi relativi alla biodiversità e agli ecosistemi	Piano di sostenibilità	59
	E5-2 – Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	Economia circolare - Gestione della tematica	34
	E5-3 – Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	Piano di sostenibilità	59
	E5-4 – Afflussi di risorse	Economia circolare - Metriche	35
	E5-5 – Deflussi di risorse	Economia circolare - Metriche	35
	E5-6 – Effetti finanziari previsti dall'uso delle risorse e impatti, rischi e opportunità correlati all'economia circolare	Economia circolare	34

ESRS	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAG.
Social			
ESRS S1	S1-4 – Adottare misure sugli impatti materiali sulla propria forza lavoro e approcci alla gestione dei rischi materiali e al perseguimento di opportunità materiali relative alla propria forza lavoro, nonché efficacia di tali azioni	Forza lavoro propria - Gestione delle tematiche	39
	S1-5 – Obiettivi relativi alla gestione degli impatti negativi materiali, all'avanzamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità materiali	Piano di sostenibilità	59
	S1-6 – Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Forza lavoro propria - Metriche	42
	S1-8 – Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	Forza lavoro propria - Gestione delle tematiche	39
	S1-9 – Metriche di diversità	Forza lavoro propria - Metriche - Parità di trattamento e di opportunità per tutti	43
	S1-10 – Salari adeguati	Forza lavoro propria - Gestione delle tematiche	39
	S1-11 – Protezione sociale	Forza lavoro propria - Gestione delle tematiche	39
	S1-13 – Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	Forza lavoro propria - Gestione delle tematiche - Condizioni di lavoro	39
	S1-14 – Misure di salute e sicurezza	Forza lavoro propria - Gestione delle tematiche - Salute e sicurezza dei lavoratori	40
	S1-16 – Parametri di remunerazione (divario retributivo e remunerazione totale)	Forza lavoro propria - Metriche - Parità di trattamento e di opportunità per tutti	43
S1-17 – Incidenti, reclami e gravi impatti sui diritti umani	Forza lavoro propria - Metriche - Altri diritti connessi al lavoro	42	

ESRS	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAG.
ESRS S2	S2-4 – Adottare misure sugli impatti materiali sui lavoratori della catena del valore e approcci per gestire i rischi materiali e perseguire opportunità materiali relative ai lavoratori della catena del valore, nonché efficacia di tali misure	Lavoratori nella catena del valore - Gestione della tematica	49
	S2-5 – Obiettivi relativi alla gestione degli impatti negativi materiali, all'avanzamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità materiali	Piano di sostenibilità	59
ESRS S3	S3-4 – Adottare misure sugli impatti materiali sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi materiali e perseguire opportunità materiali relative alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni	Comunità locale - Gestione della tematica	51
ESRS S4	S4-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali per i consumatori e gli utenti finali per sollevare preoccupazioni	Consumatori e utilizzatori finali - Gestione della tematica	54
	S4-4 – Adottare misure sugli impatti materiali sui consumatori e sugli utenti finali, e approcci per gestire i rischi materiali e perseguire opportunità materiali relative ai consumatori e agli utenti finali, ed efficacia di tali azioni	Consumatori e utilizzatori finali - Gestione della tematica	54
	4-5 – Obiettivi relativi alla gestione degli impatti negativi materiali, all'avanzamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità materiali	Piano di sostenibilità	59
Governance			
ESRS G1	G1-1 – Politiche di condotta aziendale e cultura aziendale	Condotta aziendale - Gestione delle tematiche - Cultura aziendale	56
	G1-2 – Gestione dei rapporti con i fornitori	Condotta aziendale - Gestione delle tematiche - Catena dei fornitori	56