



# SUSTAINABILITY REPORT 2022

CAMOMILLA  
*italia*

INSIEME – GIORNO DOPO GIORNO

# Som ma rio

Lettera della Chairwoman	<a href="#">2</a>
Lettera della Sustainability Ambassador	<a href="#">3</a>
Essere Camomilla Italia	<a href="#">4</a>
Gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile in cui crediamo	<a href="#">7</a>
Condivisione di idee e principi	<a href="#">10</a>
Persone come sinonimo di Ricchezza	<a href="#">22</a>
Rispettare il pianeta: non c'è una seconda chance	<a href="#">44</a>
Indice dei contenuti GRI	<a href="#">56</a>
Nota Metodologica	<a href="#">57</a>

## Lettera della Chairwoman



Cari Stakeholders, è con immenso piacere che noi di Camomilla Italia vogliamo condividere un nuovo Bilancio di Sostenibilità. L'Azienda profonde con costanza il proprio impegno, forte di un'esperienza radicata nel tempo e sul territorio. L'impegno ad essere promotori a beneficio della Persona è una priorità per l'Azienda. Siamo protagonisti

nel sostegno alla Fondazione Veronesi ed al sistema dell'Università e delle Ricerche, investiamo con continuità nella formazione delle nostre risorse e dell'indotto, promuoviamo le più ampie opportunità di crescita ed alfabetizzazione finanziaria attraverso incontri strutturati e costanti.

È con questo spirito che intendiamo condividere l'impegno di Camomilla Italia in questo documento, disponibile a tutti, e che siamo certi possa rappresentare un valido contributo per un percorso comune, condiviso, da vivere assieme. Quest'anno, come per l'anno precedente, il nostro impegno si è tradotto nel disegnare policy aziendali in grado di unire agli obiettivi economici quelli

ambientali e sociali, in una più ampia visione di Sostenibilità sociale e spirito umano per le generazioni future. Sono felice di annunciare che abbiamo continuato ad investire nei tre pilastri del nostro saper fare: la Sostenibilità del Prodotto e del suo ciclo di vita; la Digitalizzazione dei flussi e dei processi; la Crescita organica e consapevole della nostra rete di relazioni e Affiliati. Abbiamo raggiunto risultati pregevoli in termini di difesa dei numeri aziendali. In questa contingenza economica abbiamo creduto nella possibilità di migliorare i nostri risultati e siamo orgogliosi di esser riusciti negli obiettivi, nonostante l'economia italiana ed il nostro settore riprendano mediamente la propria traccia pre pandemica

con fatica. La promessa è che il gruppo Camomilla Italia possa continuare a rappresentare un esempio ed una guida per i propri Stakeholders.

**Buona lettura!**  
**Anna Maria Piero**

## Lettera della sustainability ambassador



Cari Stakeholders, sono felice di condividere l'impegno e le azioni volute da noi tutti di Camomilla Italia al fine di essere ancor più vicini alle soluzioni a temi sociali ed ambientali. L'impegno profuso nel proseguire le azioni intraprese in questi anni in favore del tessuto economico locale e le azioni poste a vantaggio di un Prodotto Moda più equo e sostenibile ci

ha premiati in termini di coinvolgimento e partecipazione. Abbiamo, poi, ancora ampliato la presenza di fibre e tessuti di origine naturale nel nostro Prodotto, come nel packaging, fino agli arredi dei punti vendita impegnando il legno, il canvas ed i vimini in sostituzione della plastica.

Lo stile moda mira a divenire sempre più in armonia con l'Ambiente. Women Never Stop riassume la nostra visione in quanto Donne ed Uomini d'Azienda. La Ricerca e Sviluppo, la crescita di una Catena di fornitura locale e sostenibile, la Qualità e sicurezza del prodotto, sono stati impegni costanti in questo anno di attività vissuto assieme. Desidero ringraziare tutte le Persone, Dipendenti,

Collaboratori, Fornitori, che hanno contribuito attivamente a consolidare la nostra visione di lungo periodo.

***Buona lettura!  
Giorgia Piero***



# Essere Camomilla Italia



Il marchio Camomilla Italia nasce nel 1974 per volere del Signor Luigi Pierro, imprenditore napoletano dalle spiccate capacità comunicative!

Il primo store viene inaugurato nella città partenopea in pieno centro storico.

La diligenza del buon padre di famiglia, caratteristica imprescindibile per un buon imprenditore, ha portato al successo del marchio che vede oggi alla guida di questa grande famiglia, i tre figli: Anna Maria, Giorgia e Mario che con impegno, dedizione e grande passione, portano avanti questo progetto iniziato dal padre quasi cinquant'anni fa.

I caratteri distintivi del marchio Camomilla Italia sono, da sempre, femminilità, eleganza e versatilità. Ogni capo è pensato per adattarsi alle Donne in qualsiasi momento della loro giornata, un total look multitasking, proprio come la Donna Camomilla Italia, in perenne movimento! Proprio dalla filosofia del marchio nasce, con il lancio della collezione Autunno/ Inverno 2016/2017 il nuovo concept creativo Women Never Stop.



WOMEN  
NEVER STOP

Dal 1989, il marchio Camomilla Italia, è di proprietà della C.M.T. Srl a socio unico ed ancora oggi rappresenta una icona del Made in Italy, un marchio che identifica l'Essere Donna, uno stile di vita!

**230**  
PUNTI VENDITA

**93000**  
NUOVE CLIENTI  
FIDELIZZATE  
NEL 2022

**6,4 MLN**  
DI INGRESSI

**2,8MLN**  
ACCESSI  
AL SITO





# Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile in cui crediamo

**Obiettivo 5:**

Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.

**Traguardo 5.1:**

Porre fine, ovunque, a ogni forma di discriminazione nei confronti di donne e ragazze.

**Impegno:** Camomilla Italia, vuole contribuire alla disuguaglianza in termini di alfabetizzazione finanziaria delle donne, accompagnandole e soprattutto formandole nel loro percorso di crescita. La donna, mossa di spirito imprenditoriale

e che nell'attuale contesto storico non riesce a sostenere investimenti cospicui per potersi affiliare ad un marchio con un contratto di franchising, viene supportata nel suo progetto attraverso una formazione ad ampio raggio che abbraccia l'attività di impresa a 360° e spazia dalla comprensione e costruzione del Conto Economico riclassificato del punto vendita fino alla valutazione ed identificazione delle opportunità di miglioramento degli indicatori di sviluppo dei volumi.

**Obiettivo 8:**

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

**Traguardo 8.2:**

Raggiungere standard più alti di produttività economica attraverso la diversificazione, il progresso tecnologico e l'innovazione, anche con particolare attenzione all'alto valore aggiunto e ai settori ad elevata intensità di lavoro.

**Traguardo 8.8:**

Proteggere il diritto al lavoro e promuovere un ambiente lavorativo

sano e sicuro per tutti i lavoratori, inclusi gli immigrati, in particolare le donne e i precari.

**Impegno:**

Per Camomilla Italia, la sicurezza nei luoghi di lavoro è una condizione imprescindibile. Siamo impegnati nel promuovere un generalizzato cambiamento culturale in materia di sicurezza, investendo energie e risorse nella tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, adottando pratiche e sistemi di gestione per salvaguardare la salute dei dipendenti e dei terzi coinvolti nelle attività aziendali.

**Obiettivo 12:**

Garantire modelli sostenibili di Produzione e di Consumo.

**Traguardo 12.5:**

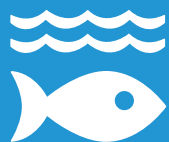
Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.

**Impegno:**

La tutela dell'ambiente è un argomento rilevante per Camomilla Italia che si impegna, nello svolgimento delle sue attività, a fare propri i principi di sostenibilità ambientale sia nelle scelte strategiche che nei processi aziendali. A tale fine

promuoviamo una cultura del riuso degli imballaggi e, più in generale, delle Collezioni attraverso il progetto ReMix.

## 14 VITA SOTT'ACQUA



sanificanti non tossici, di carta e bicchieri biodegradabili, di carta riciclata ad uso ufficio. Investiamo con continuità nel coinvolgimento attivo dei Dipendenti.

**Obiettivo 14:**

Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile

**Traguardo 14.1:**

Entro il 2025, prevenire e ridurre in modo significativo l'inquinamento marino di tutti i tipi, in particolare partendo dalle attività terrestri, compresi rifiuti marini e l'inquinamento

**Impegno:**

In Camomilla Italia evitiamo l'acquisto e l'uso di materiali che rappresentano un rischio per le specie animali o vegetali, attraverso l'acquisto di prodotti

## 15 VITA SULLA TERRA



dalle collezioni precedenti presenti nei nostri depositi per distribuirli nei canali outlet e fine serie. Questa procedura ha permesso ai capi di avere una seconda vita!

**Obiettivo 15:**

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre.

**Traguardo 15.1:**

Garantire la conservazione, il restauro e l'uso sostenibile degli ecosistemi di acqua dolce e terrestri interne e dei loro servizi, in particolare le foreste, le zone umide, le montagne e le zone aride, in linea con gli obblighi derivanti dagli accordi internazionali

**Impegno:**

Abbiamo raccolto circa 2.000 capi di campionario e 12.000 capi derivanti

In collaborazione con Solid International, abbiamo avviato un progetto di economia circolare che mira alla creazione di capi prodotti da artigiane indiane mediante l'utilizzo di tessuto in cotone biologico recuperato certificato GOTS.





Condivisione  
di idee e  
principi



## L'analisi di materialità

L'evoluzione storica dell'ultimo biennio, unita all'incessante cambiamento climatico, ha fatto emergere ancora di più l'importanza di una sempre maggiore attenzione dell'azienda verso la sostenibilità ambientale e sociale.

Obiettivo prioritario di Camomilla Italia è, e lo è stato anche per questo anno, quello di mantenere relazioni solide e trasparenti con i propri Stakeholders finalizzate all'individuazione dei temi prioritari di carattere ambientale, sociale ed economico oltre che per informali sulle azioni intraprese dall'azienda in riferimento a queste tematiche.

Gli Stakeholders sono stati individuati in base alle variabili identificate dal Principio AA 1000 Stakeholder Engagement Standard con l'obiettivo di individuare i Portatori di interessi che fossero in grado di influenzare la capacità di Camomilla Italia di raggiungere i propri obiettivi e di, di conseguenza, di orientare le decisioni aziendali.

I destinatari del questionario sono stati individuati attraverso criteri di dipendenza, rappresentanza e prossimità.



Questo processo di selezione ha portato all'individuazione di 7 categorie di Stakeholders:

**Clients:**

La comunicazione ed il coinvolgimento attivo delle Clienti di Camomilla Italia è la chiave principale per il successo del nostro business. Il dialogo è funzionale a migliorare costantemente l'offerta in modo tale da proporre scelte d'acquisto in linea con gli effettivi bisogni della clientela;

**Internal employees:**

I temi ambientali e sociali risuonano in ogni corridoio di Camomilla Italia. L'azienda riconosce l'importanza del capitale umano, vera e propria risorsa per l'azienda, rispondendo ai sempre crescenti bisogni di formazione essenziali per la realizzazione professionale.

**Indotto:**

Il coinvolgimento sempre maggiore nella vita aziendale riguarda che le Risorse Umane presenti nei singoli punti vendita dislocati su tutto il territorio nazionale.

**Franchisees:**

I partner in franchising sono stati coinvolti nella vita aziendale, insieme ai nostri dipendenti, attraverso il progetto un tour in tre tappe italiane Napoli, Bologna e Catania al fine di poter incontrare, ascoltare e formare le nostre persone in giro per l'Italia. Gli incontri hanno avuto l'obiettivo di presentare le nuove collezioni Camomilla Italia con una attenta formazione sul prodotto. Sono stati organizzati dei desk di ascolto con le diverse funzioni aziendali al fine di consolidare rapporti tra i colleghi della sede e della rete tutta e per incentivare il confronto sia su problematiche operative sia su richieste formative che su ambizioni di crescita.

**Suppliers:**

Sono una delle principali categorie di portatori d'interesse per Camomilla Italia, fiduciosi ed attenti in riferimento alle tematiche legate alla Corporate Social Responsibility.

**Category associations:**

Camomilla Italia attribuisce un valore inestimabile ai legami infatti aderisce ad Assofranchising e Confimprese. Istituti di credito: anche il mondo finanziario percepisce la sempre maggiore importanza di tematiche ambientali, sociali e di governance. Per questo motivo Camomilla Italia coinvolge questi interlocutori nel suo cammino di sostenibilità

**Financial institutions:**

anche il mondo finanziario percepisce la sempre maggiore importanza di tematiche ambientali, sociali e di governance. Per questo motivo Camomilla Italia coinvolge questi interlocutori nel suo cammino di sostenibilità.



Come si può evincere dalla tabella a lato, dove sono stati riassunti i temi materiali sottoposti agli Stakeholders, il questionario di materialità non si discosta da quello somministrato lo scorso anno



PROSPERITY

PRODUCT

1

## Governance e integrità del business

L'attenzione e la capacità di sviluppare il proprio business con lealtà e trasparenza è un fattore chiave per Camomilla Italia. Oltre ad essere un elemento costituente della reputazione e dell'immagine aziendale, per Camomilla Italia rappresenta elemento imprescindibile di correttezza e trasparenza nella conduzione dei rapporti di affari e nello sviluppo di attività economiche sostenibili in grado di generare valore per tutti gli stakeholder. Camomilla Italia intende favorire la diffusione di una cultura della legalità.

2

## Catena di fornitura sostenibile

L'attenzione alla sostenibilità ed eco-sostenibilità del prodotto rappresenta per Camomilla Italia il secondo pilastro di gestione del business. Una porzione consistente del valore complessivo della produzione dei capi è affidata a fornitori terzi, pertanto l'entità del contributo dei fornitori al valore complessivo del progetto è di importanza fondamentale. Camomilla Italia gestisce attivamente le proprie strategie di approvvigionamento attraverso severi processi di controllo qualità. L'obiettivo di Camomilla Italia è di promuovere, anche all'interno della propria catena di fornitura, i principi di sostenibilità sensibilizzando i fornitori sulle tematiche relative alla Persona, all'ambiente, al sociale.

3

## Controllo di gestione ed attività strategiche

Identificazione, Analisi e Misurazione delle attività svolte, monitoraggio dei principali indicatori volti al raggiungimento degli obiettivi strategici, rappresentano per Camomilla Italia un'attività imprescindibile per la conduzione del business e dei rapporti d'affari.

Camomilla Italia investe nello sviluppo di un Processo di Pianificazione Aziendale Condivisa, attraverso la condivisione degli Obiettivi strategici e Piani di Funzione del Singolo.

4

## Innovazione, ricerca e sviluppo

L'innovazione continua è un elemento caratterizzante del modus vivendi di Camomilla Italia. L'innovazione di prodotto, servizio o processo consente il mantenimento e il rafforzamento della competitività e il presidio di mercati complessi. Camomilla Italia ricerca costantemente nuove buone pratiche e nuove tecnologie anche nell'ambito della digitalizzazione e per evolvere verso un'Industria 4.0, in linea con i propositi e le raccomandazioni dell'Unione Europea, in grado di sviluppare soluzioni più efficienti e sostenibili. Per Camomilla Italia, la digitalizzazione rappresenta il primo pilastro per la gestione del business.





5

## Qualità e sicurezza del prodotto

La qualità e sicurezza del prodotto sono al centro di ogni decisione strategica e organizzativa, livelli di qualità eccellenti sono nel DNA di Camomilla Italia. La complessità crescente del proprio business richiede alti standard in ogni fase del processo produttivo. Camomilla Italia pensa che la responsabilità per l'assicurazione della qualità debba essere diffusa e condivisa.



6

## Soddisfazione del cliente

La soddisfazione del cliente è al centro del mondo Camomilla Italia ed è perseguita attraverso una costante attenzione nella fase di realizzazione, nei continui controlli di qualità, nell'offerta di prodotti innovativi. L'obiettivo di Camomilla Italia è creare relazioni di fiducia con il Cliente mediante l'attivazione di canali di ascolto delle esigenze e delle aspettative.



7

## Gestione ambientale

La tutela dell'ambiente è un argomento rilevante per Camomilla Italia che si impegna, nello svolgimento delle sue attività, a fare propri i principi di sostenibilità ambientale sia nelle scelte strategiche che nei processi aziendali. A tale fine promuove una cultura del riuso, della riduzione dell'impatto energetico e della corretta gestione delle risorse idriche e dello smaltimento dei rifiuti.



8

## Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

Per Camomilla Italia, la sicurezza nei luoghi di lavoro è una condizione imprescindibile. È impegnata a promuovere un generalizzato cambiamento culturale in materia di sicurezza, investe energie e risorse nella tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, adottando pratiche e sistemi di gestione per salvaguardare la salute dei propri dipendenti e i terzi coinvolti nelle attività aziendali.

PRODUCT

CUSTOMER

ENVIRONMENT





## 9

## Sviluppo e tutela delle risorse umane

Le Persone sono il patrimonio più importante di Camomilla Italia. La crescita della Persona avviene attraverso la collaborazione e la cooperazione in un contesto aziendale inclusivo che favorisce lo scambio di idee, il confronto di opinioni ed esperienze e lo sviluppo di competenze multidisciplinari. Camomilla Italia considera di rilevanza strategica l'investimento nella formazione e nello sviluppo delle risorse per garantire una crescita costante di conoscenze e competenze a tutti i livelli.

Camomilla Italia definisce e applica, sempre più, una politica remunerativa e incentivante orientata al raggiungimento delle priorità strategiche della Società, anche in materia di sostenibilità, nonché vocata a motivare le proprie risorse.

## 10

## Sviluppo della parità di genere

Per Camomilla Italia la parità di genere rappresenta un elemento essenziale dello sviluppo sostenibile, nella consapevolezza di avere un impatto sulla Comunità.

L'attenzione alla Cliente Camomilla Italia parte dalla consapevolezza di voler rispondere all'esigenza di un mondo ispirato a principi di Gender Equality, dove ogni discriminazione ed abuso sono banditi e puniti severamente. La nascita del claim Women Never Stop è ispirato alla più ampia lotta alla discriminazione di genere.

## 11

## Diversità e pari opportunità

Per Camomilla Italia la diversità rappresenta un elemento in grado di arricchire per la competitività aziendale e lo sviluppo delle proprie Persone. La diversità viene riconosciuta, a tutti i livelli, come un valore da coltivare nell'organizzazione per favorire lo scambio di esperienze e permette di cogliere le trasformazioni e i cambiamenti attualmente in atto, sviluppando una cultura aziendale sempre più aperta all'ascolto, al dialogo, alla condivisione. Camomilla Italia si impegna costantemente a rispettare la dignità di ciascuno e ad offrire pari opportunità a tutti i Dipendenti, rifiutando qualunque forma di discriminazione.

## 12

## Diritti Umani

L'impegno a far sì che ognuno possa esprimere il proprio potenziale, capacità e competenze favorendo un percorso di crescita nel rispetto delle pari opportunità, in ottica di salvaguardia dei Diritti dell'Uomo sanciti dalla Dichiarazione Universale dell'ONU



COMMUNITY

## 13

### Rapporti con il territorio

Lo sviluppo locale è direttamente collegato sia alle attività di business che alla capacità di coinvolgere gli attori locali in una logica di sistema, nella consapevolezza di avere un impatto sulla Comunità. Lo sviluppo sostenibile del Franchising rappresenta per Camomilla Italia il terzo pilastro di gestione del business.

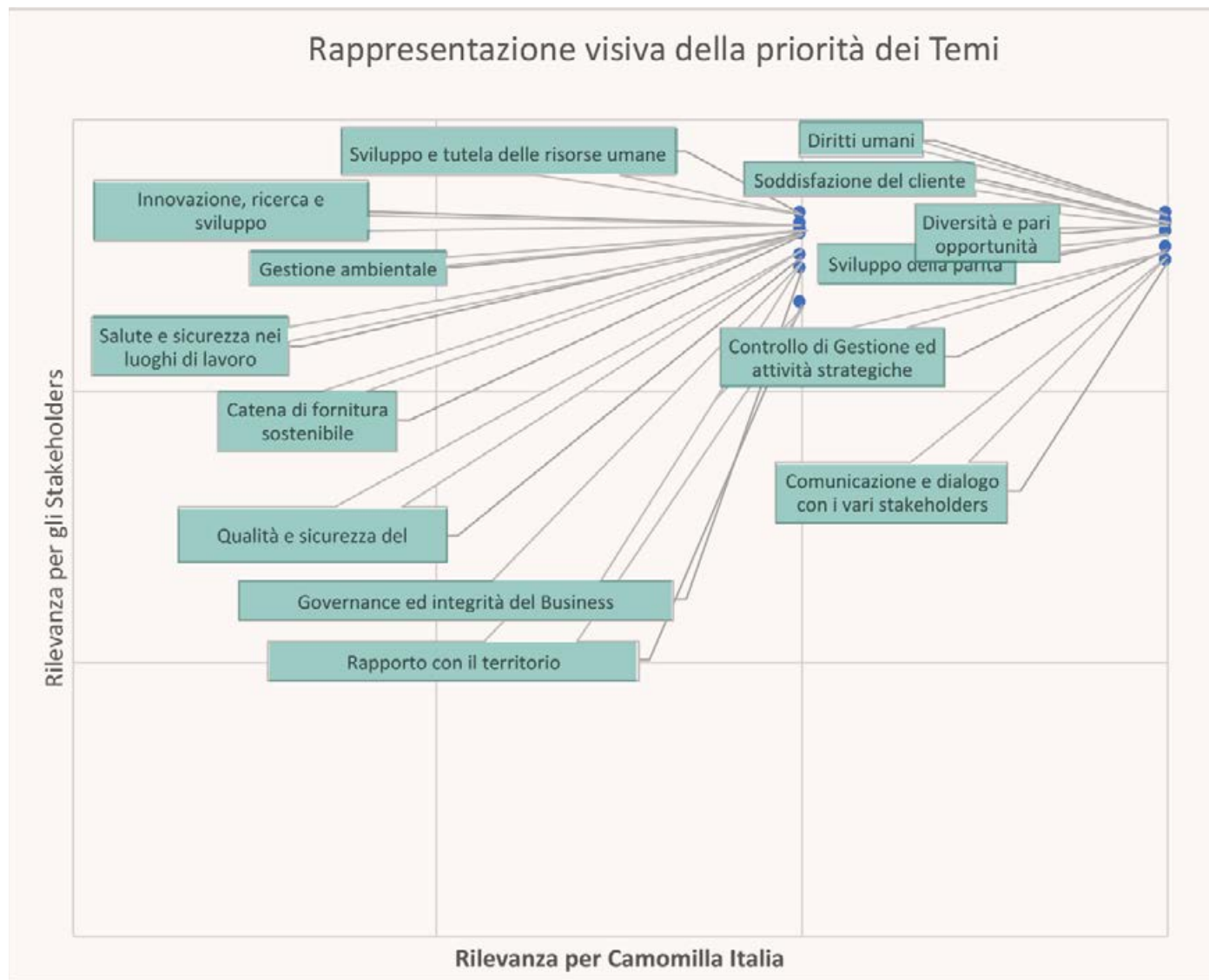
---

## 14

### Comunicazione e dialogo con i vari stakeholders

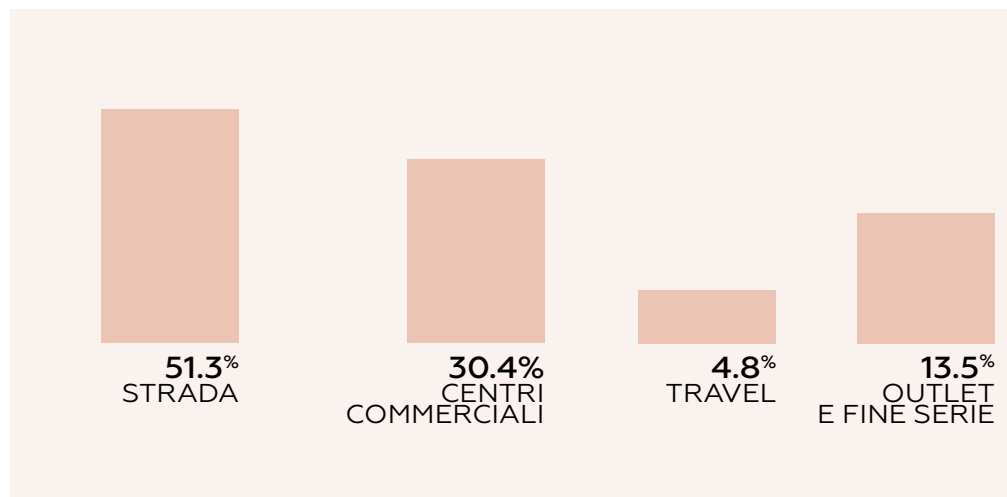
Confronto, ascolto, condivisione, dialogo, coinvolgimento degli interlocutori con cui un sistema aziendale si relaziona (Clienti, Dipendenti, Fornitori, Istituzioni, Enti No Profit, Fondazioni, Università, Centri di Formazione, Associazioni) rappresenta per Camomilla Italia una condizione imprescindibile per la presenza sul mercato. Camomilla Italia promuove la collaborazione ad ogni livello, incentivando forme innovative di sviluppo e tutela della Persona e dei Territori.

Come si evince dal grafico qui di fianco, La Rappresentazione visiva della priorità dei temi, i temi che risultano essere maggiormente rilevanti per Camomilla Italia e per gli Stakeholders, emersi dall'intersezione delle risposte date al questionario di materialità sono: Diritti Umani, Soddisfazione del Cliente, Diversità e pari opportunità, Sviluppo della parità di Genere, Controllo di gestione ed attività strategiche, Comunicazione e dialogo con i vari stakeholders. Seguono poi, nel quadrante immediatamente inferiore, Lo Sviluppo e la Tutela delle Risorse Umane, Ricerca e Sviluppo, Gestione Ambientale, Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, Catena di fornitura sostenibile, Qualità e sicurezza del prodotto, Governace ed integrità del Business ed il rapporto con il territorio.

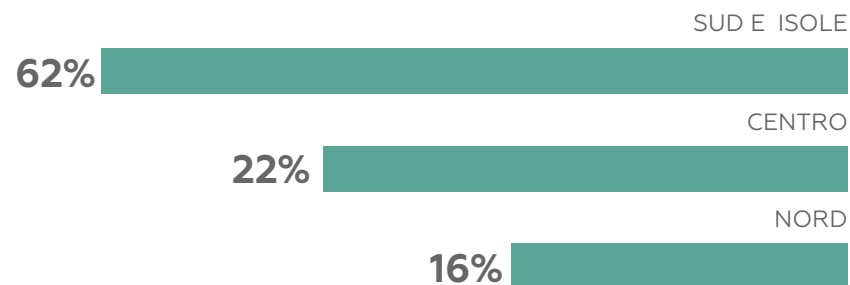


## La rete di vendita

La rete di vendita di Camomilla Italia conta oggi 230 punti vendita distribuiti su tutto il territorio nazionale, di cui 141 a gestione diretta e 89 in franchising.



## Distribuzione geografica punti vendita



Il dato manifesta un trend in leggera flessione rispetto a quello dello scorso anno di circa il 5%. Questa diminuzione è dovuta ad un processo di ottimizzazione delle risorse e di massimizzazione delle performance che ha portato alla chiusura di 12 punti vendita.

I buoni risultati di questo processo di ristrutturazione aziendale sono facilmente intuibili dal grafico sottostante che mostra l'andamento di ricavi dell'ultimo triennio che risultano essere perfettamente in linea con la media di settore, nonostante gli effetti economici derivanti dalla crisi energetica, dal conflitto russo ucraino, dalla crescente inflazione e dagli strascichi della pandemia che ancora oggi si riflettono sul mercato del retail. Il 2022 fa registrare a Camomilla Italia un incremento di fatturato del 4 % rispetto all'anno precedente attivando così a 34.870.234,90 €.

*Fatturato C.M.T. Srl a Socio Unico*

2022		34.870.234,90 €
2021		33.618.380,00 €
2020		31.418.331,00 €

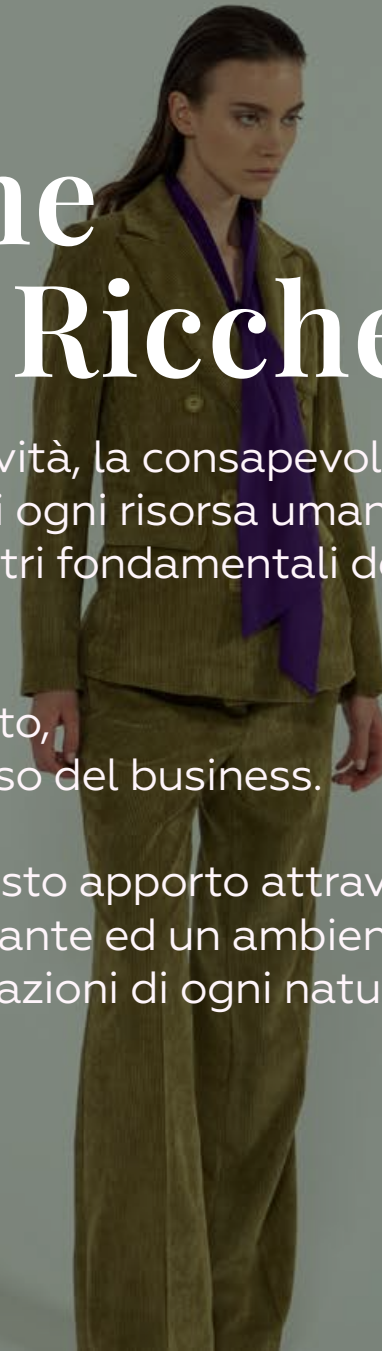


# Persone come sinonimo di Ricchezza

Alla soglia dei cinquant'anni di attività, la consapevolezza dell'importanza e della centralità di ogni risorsa umana presente in azienda, costituisce uno dei pilastri fondamentali delle politiche di Camomilla Italia.

Ogni risorsa apporta valore aggiunto, contributo fondamentale al successo del business.

Camomilla Italia contribuisce a questo apporto attraverso un piano formativo continuo e costante ed un ambiente di lavoro inclusivo, sicuro e privo di discriminazioni di ogni natura.



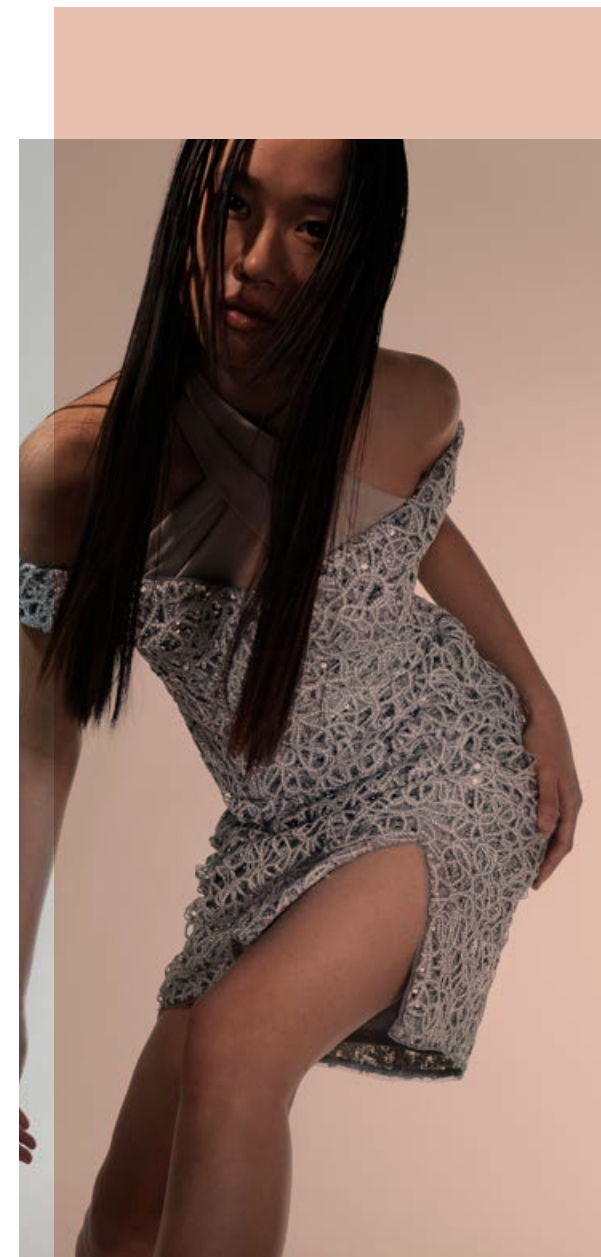


## La forza lavoro di Camomilla Italia

Al 31.12.22, la C.M.T. S.r.l a socio unico, conta complessivamente 58 Risorse, il 60% del totale è rappresentato da Donne.

Risorse umane per tipologia di contratto al 31.12.22, dato rilevato con metodologia head count

Tipologia contratto	Nr. Dip.	Genere		Genere	
		♂	♀	♂	♀
Legale rappresentante	1	0	1		100%
Contratto a T.indeterminato	40	16	24	40%	60%
I	7	4	3		
II	7	3	4		
III	9	5	4		
IV	10	2	8		
V	5	1	4		
VI	2	1	1		
VII	0	0	0		
Contratto di Apprendistato	5	1	4	20%	80%
Apprendista	5	1	4		
Contratto a T.determinato	5	2	3	40%	60%
I	0	0	0		
IV	1	0	1		
VII	4	2	2		
Stage/Tirocini	4	1	3	25%	75%
Tirocini	4	1	3		
Contratti Consulenza/p.iva	3	3	0	100%	
<b>totale</b>	<b>58</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>





Come viene evidenziato nelle tabelle che seguono, i dipendenti della C.M.T. Srl a socio unico, sono donne giovani con un livello di istruzione elevato.

Ciò risulta essere in totale controtendenza rispetto a quanto illustrato dal Global Gender Gap Index 2022 del World Economic Forum, il rapporto che misura il raggiungimento degli obiettivi di parità tra uomini e donne in diversi campi: partecipazione economica, livello di istruzione, salute e partecipazione alla politica.

Secondo tale rapporto, l'Italia non fa passi avanti in tal senso infatti risulta essere al 63° posto su 146 Paesi. Prendendo però in considerazione solo il dato sulla partecipazione economica che fa riferimento alla partecipazione delle donne al mondo del lavoro, al divario retributivo di genere ed alla presenza delle donne ai vertici, l'Italia passa dalla posizione 114 del 2021 alla posizione 110.

**Dipendenti CMT SRL AL 31/12/2022**

Tipologia contratto	n.dip.	Livello Studi		Livello Studi in Percentuale	
		Diploma	Laurea	Laurea	Diploma
Legale rappresentante	1	0	1	0	100%
Contratto a T.indeterminato	40	19	21	48%	53%
Contratto di Apprendistato	5	2	3	40%	60%
Contratto a T.determinato	5	1	4	4	80%
Stage/Tirocini	4	1	3	3	75%
Contratti Consulenza/p.iva	3	0	3		100%
<b>Totale</b>	<b>58</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>

**Dipendenti CMT SRL AL 31/12/2022**

	n.dip.	20/30	%	30/40	%	40/50	%	oltre	%
Legale rappresentante	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Contratto a T.indeterminato	40	1	1	18	45	17	43	1	100
Contratto di Apprendistato	5	3	60	2	40	-	-	-	10
Contratto a T.determinato	5			2	40	3	60	60	
Stage/Tirocini	4	3	75	75	25	0	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>55</b>	<b>7</b>	<b>13%</b>	<b>23</b>	<b>42%</b>	<b>20</b>	<b>36%</b>	<b>5</b>	<b>9%</b>

## Turnover anno 2022 per genere, dato rilevato con metodologia head count

	Ingresso.	Uomini	Donne	Uscita	Uomini	Donne
Borsista	4	1	3	4	2	2
Consulente				1	1	
<b>Tempo Determinato</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
1				1		1
4	1		1	1	1	
5	4	2	2	2		2
6	1		1	1		1
7				1	1	
<b>Tempo Indeterminato</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
1				1		1
3	4	1	3	1	1	
4	3	1	2	5	2	3
5	2	1	1	1		1
6						
<b>Totale</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>11</b>

Qui di seguito viene riesposta la tabella relativa al Turnover anno 2021 per un affinamento nelle modalità di calcolo.

Tipologia di contratto	INGRESSI		USCITE	
	GENERE		GENERE	
	UOMO	DONNA	UOMO	DONNA
Legale rappresentante				
Contratto a T.indeterminato	2	3		1
Contratto di Apprendistato	1	2	1	1
Contratto a T.determinato	3	1		
Stage/Tirocini	2	5	0	6
Contratti Consulenza/p.iva			1	
<b>TOTALE</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>8</b>





In Camomilla Italia il dato al 31.12.22, evidenzia una predominanza di Donne nelle Risorse dell'azienda. Ciò in netto contrasto con i dati della media nazionale che fotografano una penisola in cui i tassi di occupazione di uomini e donne continuano ad avere un gap di genere del 18 % alla stessa data come viene evidenziato *dall'Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche nel suo Gender Policies Report 2022*.

La percentuale del 60% risulta crescere in maniera esponenziale se viene presa in considerazione tutta la rete Camomilla Italia di cui fanno parte non sono le consulenti di stile ma anche le imprenditrici che hanno aderito al Progetto Franchising di Camomilla Italia.

La C.M.T. Srl a Socio unico è consapevole del fatto che un ambiente di lavoro inclusivo, privo di discriminazioni ed in grado di generare senso di appartenenza e coesione, è una delle leve fondamentali per garantire il successo del business.

Camomilla Italia condanna infatti qualsiasi forma di discriminazione per ragioni di razza, cultura, religione, orientamento sessuale e credo politico mantenendo così un ambiente di lavoro libero da discriminazioni.

Anche nel 2022 Camomilla Italia ha continuato il suo percorso di Incentivazione delle Performance del singolo e del gruppo iniziato nel 2021. Il processo di definizione degli obiettivi e di quantificazione dei benefit economici non sono variati rispetto a quelli dello scorso anno.

Non disponiamo di una rappresentanza sindacale interna, dato anche l'esiguo numero di Lavoratori iscritti a Sindacati ed Associazioni





## Imparare per crescere insieme

La formazione continua e costante rappresenta uno dei pilastri fondamentali di Camomilla Italia. Acquisire nuove competenze contribuisce alla crescita del brand ma soprattutto alla crescita professionale di ogni singola risorsa del team Camomilla Italia.

A tal fine, è stato implementato un percorso formativo erogato principalmente su due canali il primo è un canale Telegram, CI Academy, una Accademia Digitale dove è presente un calendario formativo serratissimo: tutti giorni, dal lunedì al venerdì, viene pubblicata una

“pillola formativa”, che spazia dai contenuti soft skill ai contenuti di approfondimento del mondo dello stile, della moda, del marketing, delle risorse umane, del visual ed in generale del mondo del retail. Infine, una volta a settimana viene chiesto alle nostre Consulenti di Stile di potersi esprimere e condividere con tutte le colleghe, sempre via Telegram, le proprie best experience/ best practice lavorative. Ciò è finalizzato ad incentivare la cultura della condivisione e del team working.

Il secondo canale formativo è rappresentato invece dalla nostra piattaforma e-learning dove vengono inseriti contenuti formativi attinenti sia attinenti alle hard skills che alle soft skills.





La formazione di Camomilla Italia prende spunto anche dall'ascolto delle proprie risorse, dalle loro ambizioni, dalle loro competenze e dai loro fabbisogni formativi. Nel corso del 2022 è stato organizzato il progetto Back Human, un tour suddiviso in 3 tappe: Napoli, Bologna e Catania con il fine di poter incontrare, ascoltare e formare le risorse distribuite in tutta Italia.

Gli incontri sono stati svolti con l'obiettivo di presentare le nuove collezioni presenti negli store alle responsabili di negozio Camomilla Italia, formandole anche sulle caratteristiche tecniche del prodotto. Inoltre sono stati organizzati dei desk di ascolto con le diverse funzioni aziendali, al fine di poter consolidare i rapporti tra i colleghi della sede centrale e quelli distribuiti nella rete dei punti vendita.

Ogni persona è stata ascoltata dai colleghi dei dipartimenti HR, EDP, Programmazione, Logistica e Marketing al fine di confrontarsi su problematiche operative, ambizioni di crescita e richieste formative.

## Lo Steering Committee

Camomilla Italia ha introdotto un organo collegiale democratico, *lo Steering Committee*, ed incentivato la promozione di azioni in merito alla propria *Value Proposition*.



Lo *Steering Committee* è composto dall'Ambasciatrice della Sostenibilità e Head of Style di Camomilla Italia, Giorgia Pierro, dall'Head of Franchising Development, Mario Pierro, dal Purchasing and Logistic Planner, Claudia Pepe.

Il Comitato si è avvalso del *Value Proposition Group* con funzioni consultive e propositive.

Il *Value Proposition Group* è un gruppo democratico in cui è rappresentata ogni Funzione aziendale di Camomilla Italia. Il Gruppo si è riunito mediamente una volta al mese per la discussione delle possibili azioni da implementare in materia di Temi Materiali della

Sostenibilità.

Il Coordinamento del gruppo è stato assunto a rotazione tra le Funzioni. Gli argomenti oggetto di condivisione e discussione sono stati ispirati ai temi proposti dall'Agenda ONU 2030 in materia di Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.



## Obiettivo sostenibilità di genere: il progetto Imprenditoria Femminile.



Il progetto mirato allo sviluppo della parità di genere dell'inclusione finanziaria e dell'imprenditoria femminile all'interno dell'Intero mondo Camomilla Italia, iniziato nel corso del 2020, ha continuato ad incentivare le nostre consulenti di stile nel corso del 2022, in linea anche con gli obiettivi del G20 del 2021 tenutosi a Roma dove è risultato evidente che l'inclusione finanziaria è uno dei pilastri fondamentali dello sviluppo dei Paesi.

In Italia, secondo la Doxa, istituto specializzato in sondaggi e ricerche di mercato, su commissione del Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, l'ansia finanziaria, la mancanza di fiducia nella propria capacità di gestire le finanze e difficoltà di pianificazione nel medio lungo periodo, sono tre aspetti della fragilità finanziaria che riguardano più le donne che gli uomini.

Il gender gap in Italia riguarda anche l'alfabetizzazione finanziaria. C'è una differenza tra i 10 e i 20 punti percentuali rispetto agli uomini sulle conoscenze che le donne dichiarano di avere su concetti base della finanza.

Dallo studio emerge quindi una bassa resilienza ed una maggiore fragilità finanziaria delle donne rispetto agli uomini. Camomilla Italia, vuole contribuire alla disuguaglianza in termini di alfabetizzazione finanziaria delle donne, accompagnandole e soprattutto formandole nel loro percorso di crescita.



La donna, mossa di spirito imprenditoriale e che nell'attuale contesto storico non riesce a sostenere investimenti cospicui per potersi affiliare ad un marchio con un contratto di franchising, viene supportata nel suo progetto attraverso una formazione ad ampio raggio che abbraccia l'attività di impresa a 360° e spazia dalla comprensione e costruzione del Conto Economico riclassificato del punto vendita fino alla valutazione ed identificazione delle opportunità di miglioramento degli indicatori di sviluppo dei volumi.

Oltre alla formazione relativa all'attività d'impresa, che viene fatta prima della firma del contratto, la CMT Srl a socio unico garantisce all'Agente una continua e costante assistenza mettendo al servizio dell'Agente stesso gli addetti delle proprie funzioni Marketing, Visual merchandising, Personale, Amministrativo e vendite per qualsiasi informazione e necessità che esso dovesse avere nell'esecuzione del proprio incarico.

Oltre all'attività formativa pre-stipula ed all'assistenza in corso d'opera, la CMT Srl garantisce inoltre un aggiornamento professionale per l'Agente e per i suoi collaboratori relativo sia alle innovazioni che alla normale attività di promozione e vendita oggetto del mandato. Nel corso del 2022 sono nati due nuovi store a marchio Camomilla Italia che prevedono questa tipologia contrattuale che risulta più snella e quindi più facilmente realizzabile per gli affiliati stessi.

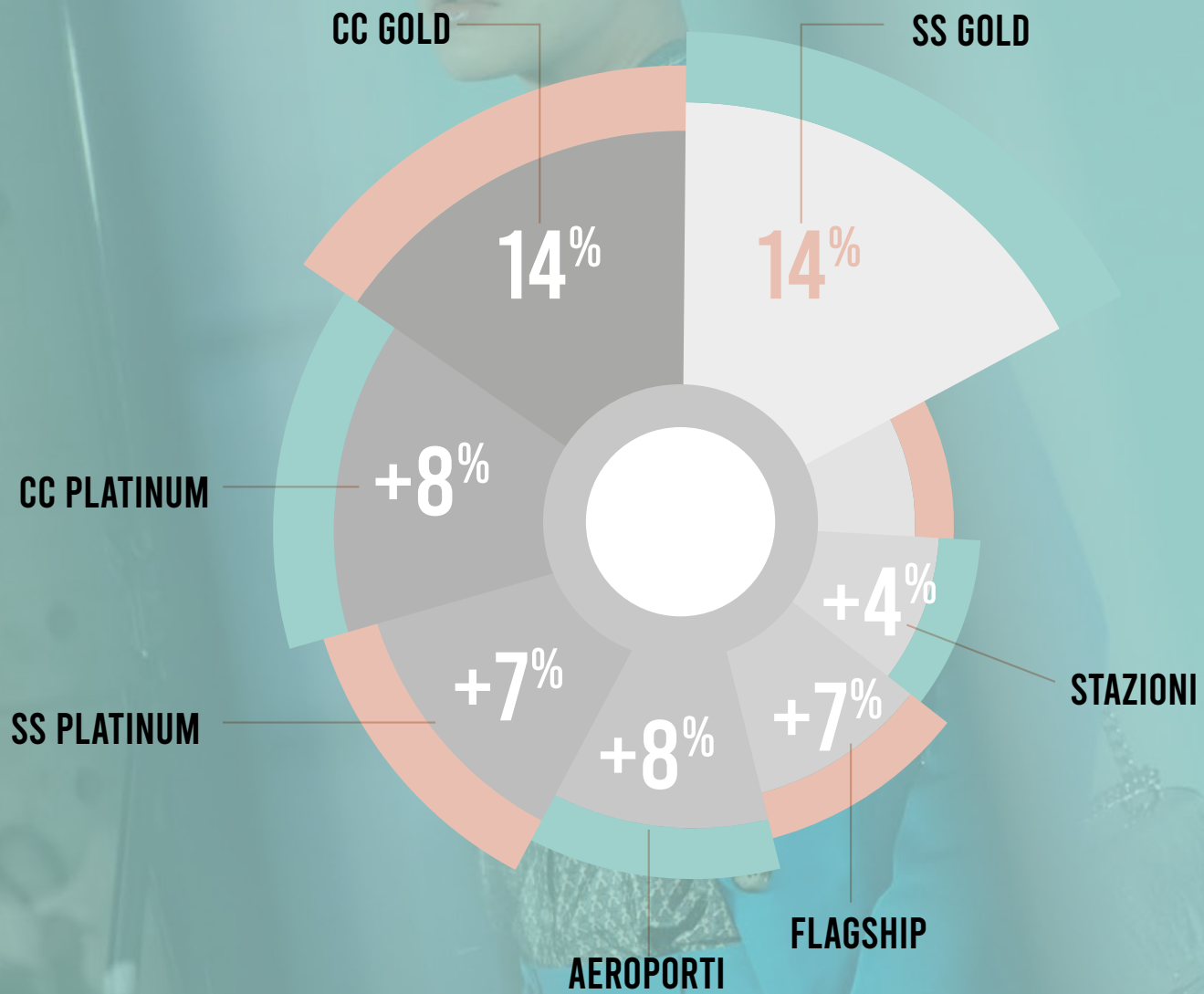


Già dal 2020, in ragione delle mutate abitudini dei consumi della clientela e per mantenere alta la qualità della vendita, è stato avviato un processo riguardante la formazione e l'informazione sulle performance di risultato.

Con calendarizzazione mensile, la funzione Retail ha istituito un incontro on line con la forza vendite nel quale si analizzano gli andamenti commerciali realizzati, ed in maniera preventiva, si costruiscono gli obiettivi ed i traguardi da fissare e, eventualmente, si definiscono le azioni correttive da apportare in modo da ottimizzare la corrispondenza tra risultati ed obiettivi.

Inoltre, dal 2021, è stato introdotto un appuntamento informativo in cui la funzione retail riassume, con cadenza settimanale, i dati consuntivi relativi all'Unit per Ticket, ciò al fine di consentire alla Forza vendite di verificare eventuali scostamenti rispetto all'area di geografica di competenze e su queste informazioni creare strategie di intervento riguardanti il singolo negozio.

Nella tabella che segue vengono analizzati i risultati, in termini di UPT, derivanti dal confronto dei dati emersi nell'anno 2022 rispetto al 2021, e rispetto al cluster di appartenenza.





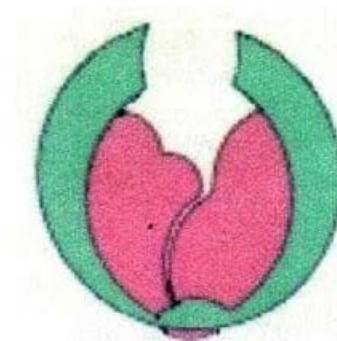


## Camomilla Italia dalla parte delle Donne

Camomilla Italia è da sempre un'azienda fatta di Donne e dalla parte delle Donne.

Quest'anno, il brand ha deciso di essere ancora di più in prima linea e di agire concretamente a favore della difesa delle Donne partecipando attivamente al progetto S.V.E.L.A. che accoglie gratuitamente donne vittime di violenza maschile, sostenendole nei loro percorsi di fuoriuscita attraverso interventi di assistenza legale, psicologica, di orientamento al lavoro e di presa in carico a domicilio nei casi di disabilità.

La partecipazione a questo progetto, in collaborazione con l'Associazione Arcidonna di Napoli, ha condotto all'attivazione di un tirocinio formativo della durata di sei mesi che ha dato la possibilità alla Persona di essere inserita in un contesto lavorativo stimolante e professionale.



**S.V.E.L.A.**  
SOSTEGNO CONTRO LA VIOLENZA  
PER L'EMPOWERMENT,  
IL LAVORO E L'AUTONOMIA



## La tutela della salute delle donne: il Filo Rosa di Camomilla Italia

Camomilla Italia promuove da sempre la prevenzione del carcinoma mammario e sostiene la Ricerca Scientifica della Fondazione Umberto Veronesi.

Nel corso del 2022 la C.M.T. Srl a Socio Unico, ha ampliato il suo sostegno alla ricerca scientifica con una clinica mobile, rappresentazione del **"Filo rosa"**, che ha percorso alcune delle maggiori città italiane in cui sono presenti gli store a marchio Camomilla Italia, per offrire alle clienti una visita senologica gratuita con ecografia. La Clinica Mobile è partita da Roma il 27 Aprile 2022 e si è spostata a Napoli, Caserta, Bari, Lecce.

Ogni giorno, grazie al coinvolgimento di un medico senologo specializzato, sono state effettuati 36 appuntamenti gratuiti e visitate in totale circa 250 donne. Il sostegno di Camomilla Italia nei confronti delle sue clienti e di tutte le donne, si realizza anche in progetti ed iniziative educational a favore della prevenzione.

Al fine di dare un sostegno sempre maggiore alla ricerca scientifica, Camomilla Italia ha finanziato un anno di lavoro di un eccellente ricercatore e ha seguito le tappe dei suoi avanzamenti in laboratorio. In particolare, ha contribuito al finanziamento di una borsa di ricerca per Riccardo Turchi dell'Università

"Tor Vergata" di Roma per il suo studio sugli effetti di una dieta povera in amminoacidi solforati e ricca in acidi grassi polinsaturi sul carcinoma mammario.

Inoltre, dal 1 ottobre 2022, come ogni anno, in tutti gli store Camomilla Italia è ritornata l'iniziativa dedicata al progetto PINK IS GOOD. Parte del ricavato della vendita degli articoli individuati della collezione Fall Winter 2022-23, che comprende circa 700 capi, è stata devoluta alla Fondazione Umberto Veronesi a sostegno della ricerca sui tumori femminili.





## L'inclusività nella diversità

Camomilla Italia, nel corso del 2022 ha voluto dare valore alla diversità festeggiando il restyling del flagship di Napoli in Via Santa Brigida con la Bottega dei Semplici Pensieri, una Onlus Napoletana che ha come mission la diversità come valore aggiunto ed arricchimento e che punta all'individuazione delle capacità personali di ragazzi con lievi disabilità intellettive e con Sindrome di Down per formarli professionalmente ed inserirli nel mondo del lavoro. Con l'occasione, Camomilla Italia, è stata supportata da ragazzi che avevano il ruolo di sommelier e bartender.



A woman with long blonde hair, wearing a grey headband and a grey, utilitarian-style outfit with a backpack, stands in a field of tall grass. The background is a soft-focus landscape with trees under a hazy sky. The text is overlaid in a white serif font.

Rispettare il pianeta:  
non c'è una seconda  
chance

## Il prodotto in ottica sostenibile

Anche nel corso del 2022, Camomilla Italia, ha continuato il suo impegno nei confronti dell'ambiente con le capsule Natural Collection che si concentra su processi produttivi a basso impatto ambientale senza rinunciare all'eleganza ed alla qualità che contraddistinguono il brand.

L'Azienda collabora con costanza con Fornitori consolidati.

Per la Stagione PE 2022 l'11.5 % della collezione accessori è costituita dal Natural Collection. In particolare, il materiale che continua a manifestare alta inclinazione alla sostenibilità è la pelle riciclata insieme a canvas, rafia, corda, juta e cotone. Quest'ultimo trova espressione anche nelle calzature come la scarpa ginnica con tomaia in 100% cotone.

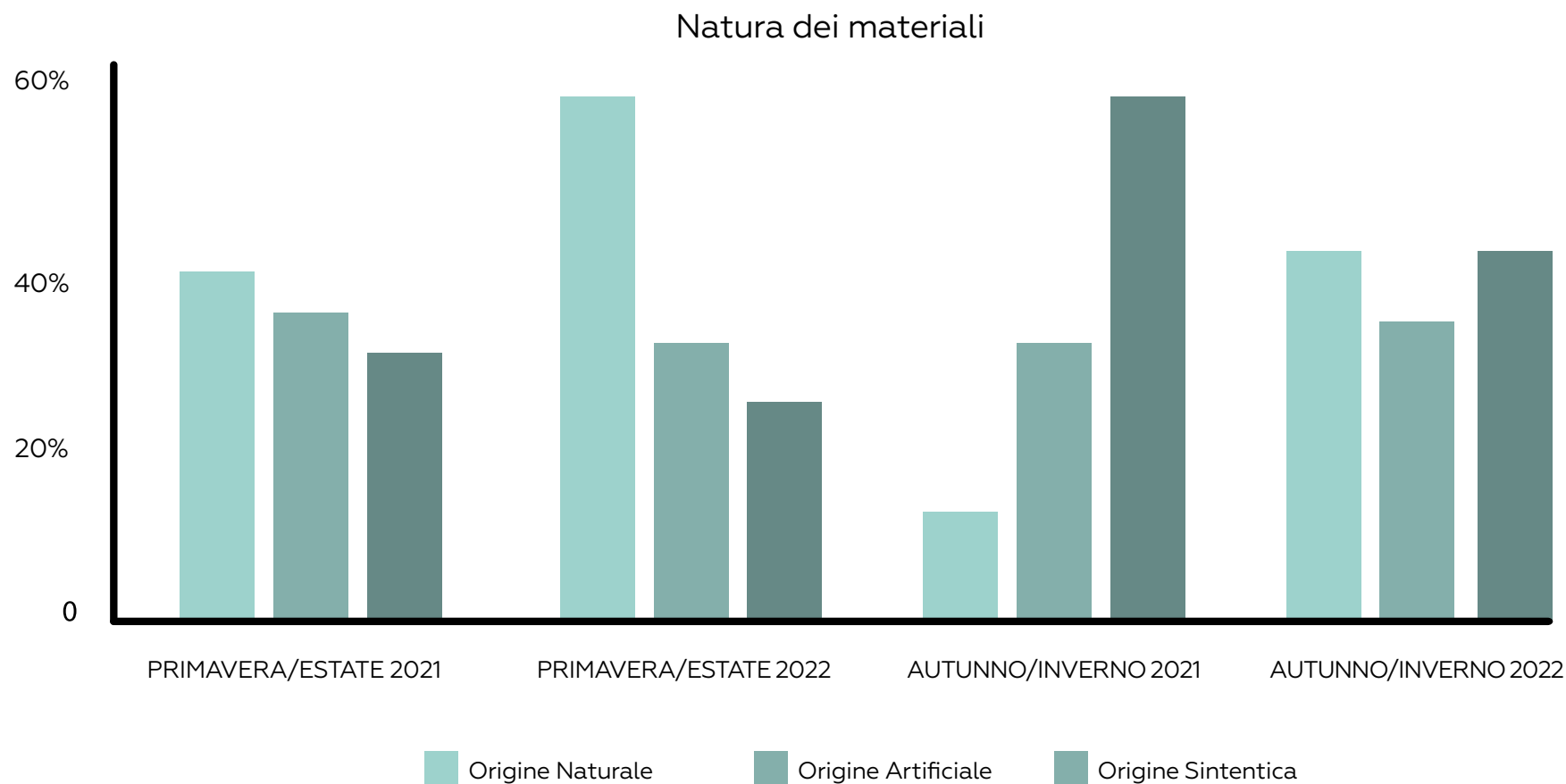
La proposta abbigliamento della Natural Collection costituisce il 40,80% della collezione estiva, e il 36% della collezione invernale. L'ufficio stile ha posto un'attenzione particolare nell'utilizzo di fibre artificiali, sostenibili e certificate.

Oltre alla Natural Collection, l'ufficio Stile ha prediletto l'uso di tessuti naturali ed ecosostenibili anche per la capsule Archivio.

Nel periodo oggetto di rendicontazione Camomilla Italia ha realizzato un'osservazione campionaria di tutte le Referenze Abbigliamento prodotte in Italia, impegnandosi nell'attività per circa 8 mesi nell'anno, e non ha riscontrato casi di "non conformità", confermando quindi il dato degli anni trascorsi.

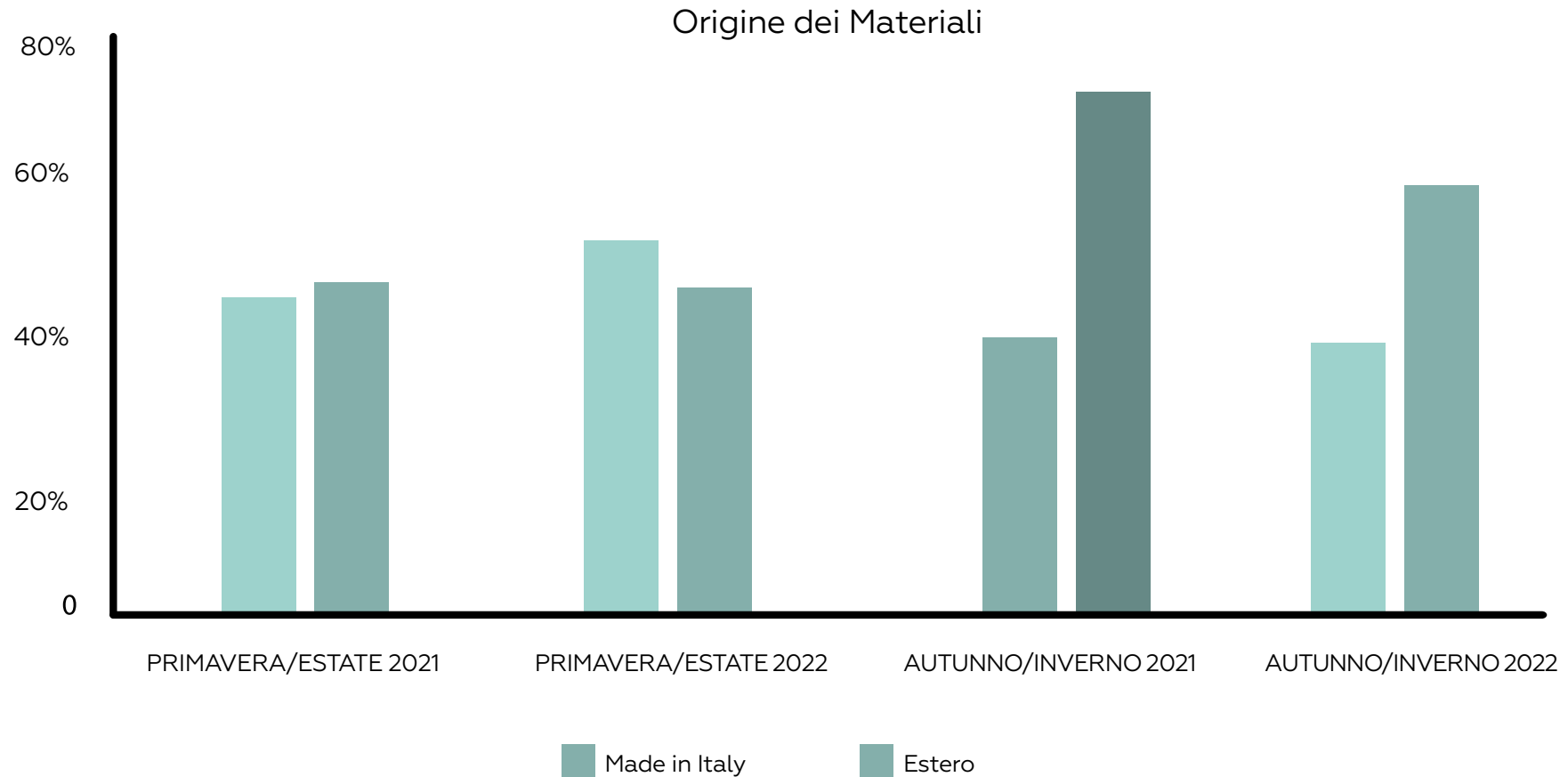
Anche con riferimento ai pendagli, Camomilla Italia non ha riscontrato casi di "non conformità", confermando quindi il dato degli anni trascorsi.

Come si evince dal grafico sottostante che evidenzia la natura dei materiali, la collezione Primavera Estate 2022 è composta dal 57% di materiali di origine naturale, dato in aumento di quasi 20 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Anche nella collezione Autunno Inverno 2021, Camomilla Italia ha privilegiato materiali di origine naturale rispetto alla collezione dell'anno precedente passando dal 15% del 2021 al 36% del 2022.





Il tessuto di origine naturale nel 2022 può essere quantificato in 19.267 kg totali di cui 79.717 metri lineari made in Italy e 51.860 metri lineari provenienti dall'estero. I capi di origine naturale sono pari a 33.253,25 kg per la stagione Primavera Estate 2022 e 40.004,33 kg per la stagione Autunno Inverso, per un totale complessivo di 530 CBM circa. La percentuale di prodotto Made in Italy passa dal 48% al 56% per la collezione Primavera Estate mentre, per la collezione Autunno Inverno, c'è un aumento più contenuto infatti la percentuale di produzione passa dal 33% del 2021 al 38% del 2022.

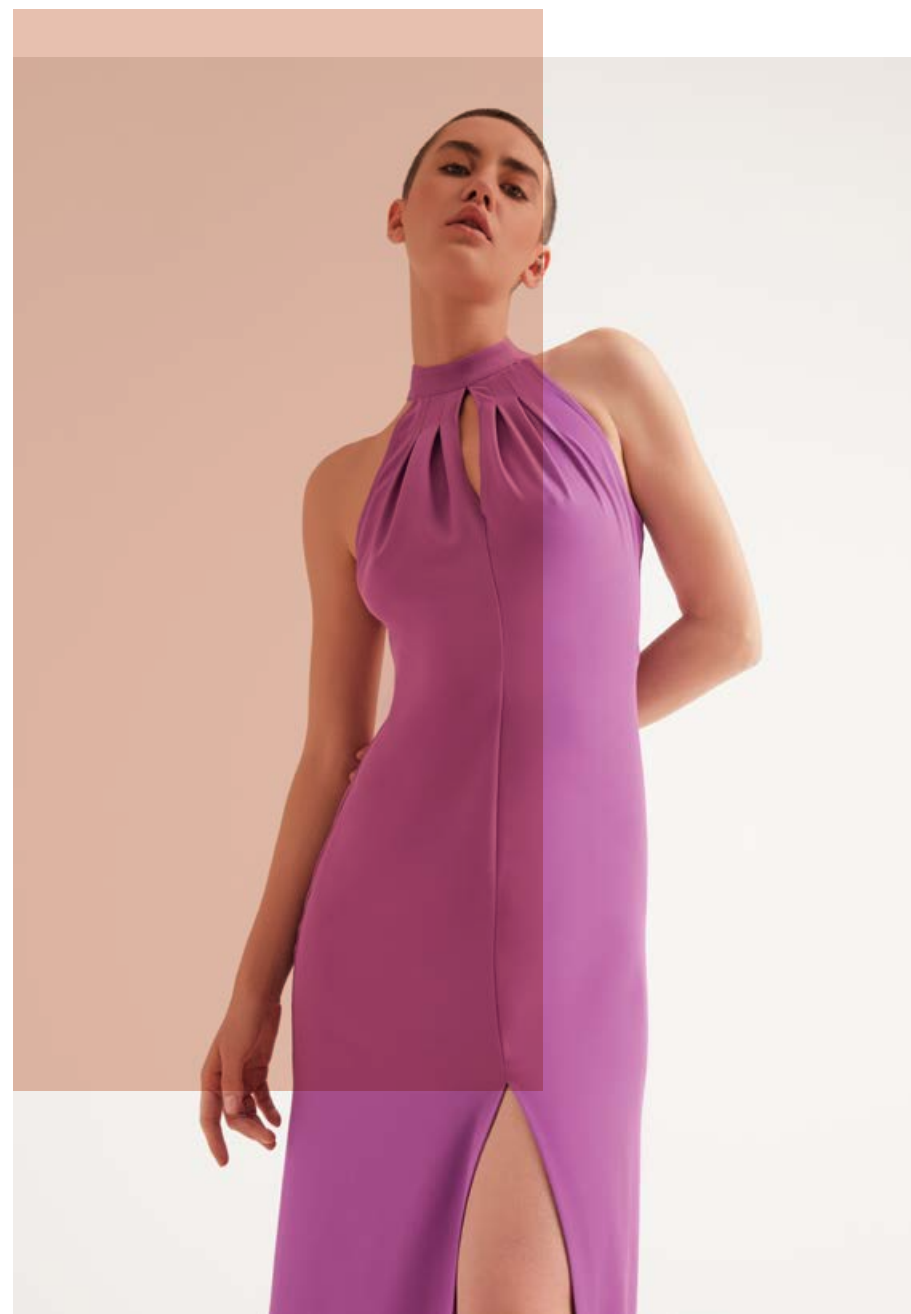




La sostenibilità del prodotto Camomilla Italia nel corso del 2022 viene evidenziata anche dalla quantità di merce prodotta e distribuita. Il fine principale è quello di ridurre gli sprechi.

La quantità di merce prodotta per la collezione Primavera Estate 2022 è inferiore del 53% rispetto a quella della stessa collezione dell'anno 20/21. Inoltre, il numero di container utilizzati per il trasporto della merce è passato da 96 a 81 con una riduzione percentuale del 16%.

Nel 2022 l'Azienda non ha ricevuto reclami, contestazioni o richieste di informazioni. Ci impegniamo a rispondere nel più breve tempo possibile ed a dare seguito ad ogni richiesta con un contatto diretto dopo aver espletato le necessarie indagini interne.



## Parole d'ordine: riutilizzare

Uno dei maggiori obiettivi di Camomilla Italia è quello di perseguire una moda all'insegna della qualità e della sostenibilità. Quest'ultimo aspetto si evince anche dal prolungamento del ciclo di vita dei materiali che porta all'interno della collezione il consolidamento di capi "continuativi" del progetto "Remix", grazie al quale si è ridotto l'acquisto di merce di circa il 20% per la collezione Primavera Estate 2021 con un conseguente decremento del numero di referenze. La produzione di nuovi capi di abbigliamento e accessori è stata attuata recuperando dai punti vendita di prima linea una parte dei capi invenduti della collezione Primavera/Estate 20-21 (circa 90.000 capi) e di quella Autunno/Inverno 2021 (circa 97.000 capi). Questi capi, una volta ricondizionati, sono stati riconsegnati a una selezione di punti vendita di prima linea.

Ai suddetti articoli sono stati applicati dei cartellini con la dicitura **REMIX** così da poter essere facilmente identificabili rispetto ai capi della nuova collezione presenti in area vendita per una maggiore trasparenza verso la clientela. Anche la lavorazione e lo stoccaggio di questa linea di prodotti è stata fatta nell'ottica del riuso, infatti, le grucce utilizzate per questi capi derivano dal recupero e dal ricondizionamento derivante dalle collezioni precedenti.

Sempre nell'ottica del riuso, si è provveduto ad una raccolta di circa 2.000 capi di campionario e di circa 12.000 capi derivanti dalle collezioni precedenti presenti nei nostri depositi per distribuirli nei canali outlet e fine serie.

Questa procedura ha permesso ai capi di avere una seconda vita! Camomilla Italia, in collaborazione con Solid International, ha avviato un progetto di economia circolare che mira alla creazione di capi da artigiane indiane mediante l'utilizzo di tessuto in cotone biologico recuperato certificato GOTS. I frutti di questa





collaborazione saranno visibili nel 2023.

Anche la logistica in Camomilla Italia ha attuato la logica del riuso.

In previsione dei ritiri delle rimanenze di fine stagione è stato chiesto ai punti vendita di riutilizzare gli imballaggi per il ritiro dei capi. Almeno il 90% degli articoli sono stati ritirati utilizzando imballaggi di recupero.

Inoltre, nei punti vendita di prima linea, gli articoli vengono consegnati al cliente in una nuova shopper con un cordino per la chiusura già integrato. Questo ha consentito di non utilizzare più il bollino adesivo e il nastro per chiudere la shopper. I bollini e i nastri già acquistati sono stati utilizzati negli outlet con un risparmio di circa 300 rotoli di nastro e di 160 kit adesivi.

Gli esuberanti di tessuto vengono, in alcuni casi, riutilizzati nelle collezioni attraverso l'incremento di quantità dello stesso capo, oppure attraverso la produzione di ulteriori elementi di accompagnamento al capo (es. foulard). Anche la realizzazione ed il restyling dei punti vendita seguono la filosofia del Second Life.

Nella realizzazione dei nuovi store il 50% dei fari, il 50% delle antenne antitaccheggio, il 50% delle insegne, il 70% degli arredi ed il 30% dei contapersone, appartiene a prodotti riutilizzati. Nei restyling vengono riutilizzati il 100% dei pavimenti in gres porcellanato, il 100% delle antenne antitaccheggio, il 50% dei fari e degli arredi ed il 30% delle insegne.

## L'energia consumata

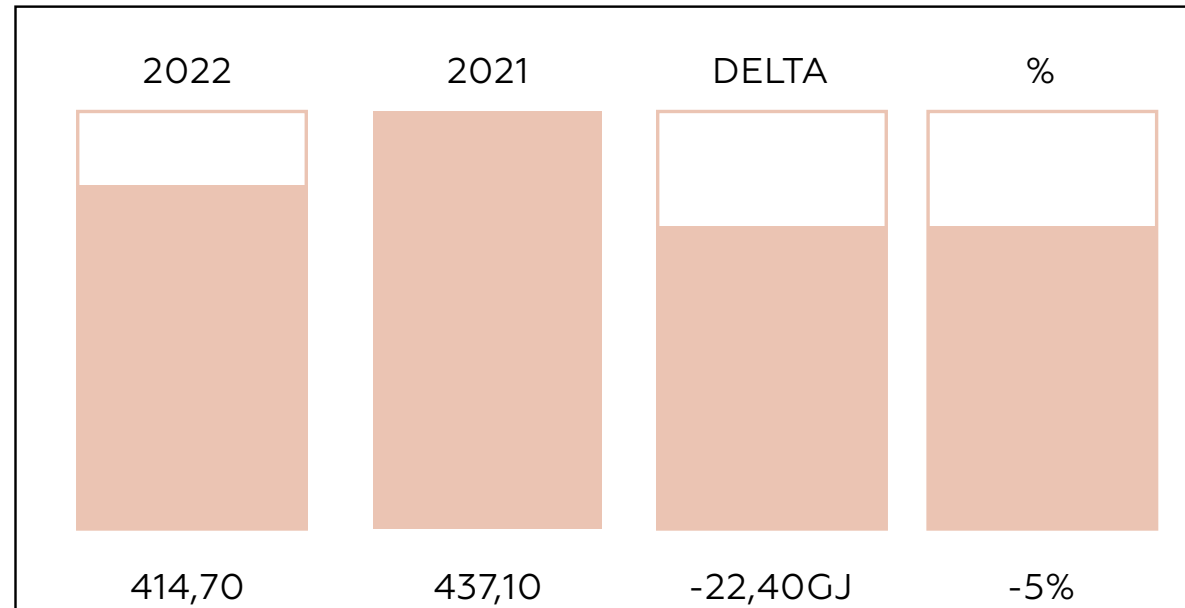
Il consumo di energia indiretta è composto dall'energia elettrica della sede.

Nella tabella di fianco si evidenzia il consumo di energia della sede in GJ.

Il confronto tra gli anni 2021 e 2022 evidenzia una riduzione dei consumi elettrici della sede aziendale del 5,12% che conferma dell'impegno del brand Camomilla Italia a gestire i consumi energetici in maniera responsabile. Il consumo di energia indiretta al momento non prevede l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili.

I consumi di energia elettrica della rete di vendita non sono attualmente quantificabili ma, nel pieno rispetto della propria indole green, Camomilla Italia, nell'Estate 2022, ha aderito all'iniziativa "Siamo aperti al risparmio energetico", promossa da Confimprese con il patrocinio del Ministero della Transizione Ecologica, che ha l'obiettivo di contenere i consumi energetici nei mesi estivi e promuove con azioni concrete la cultura della sostenibilità.

### Consumo energia elettrica sede



A partire dai primi mesi dell'anno corrente, in risposta alla crisi energetica, si è dato inizio alla friendly windows, le luci delle vetrine vengono spente quotidianamente a partire dalle ore 22:00. Questa iniziativa ha coinvolto tutta la rete dei punti vendita, sia i franchising che i diretti.

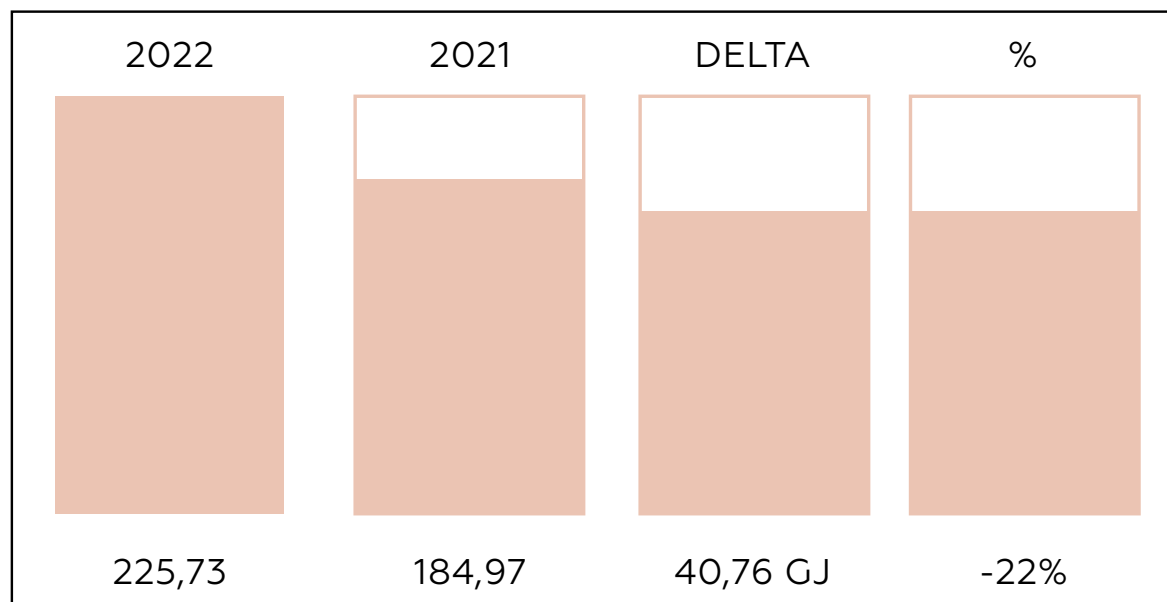
I consumi di energia di origine diretta derivano invece dalla flotta aziendale che è costituita da veicoli Diesel e da veicoli a benzina e GPL. Il parco auto è attualmente gestito mediante noleggio a lungo termine da società esterne e conta nel 2022 un numero complessivo di 6 autovetture: 4 con alimentazione diesel e 2 con alimentazione benzina e GPL.

La tabella esprime un aumento dei GJ consumati dalle autovetture presenti nel parco auto aziendale.

I dati mostrano un incremento del 22% di GJ dovuti alla ripresa completa delle attività economiche nel corso del 2022 rispetto all'anno precedente dove la pandemia da Covid 19 produceva ancora i propri effetti negativi sia sui consumi che sullo spostamento geografico delle persone che, seppur in un momento in cui legalmente non vi erano limitazioni alla mobilità, rimanevano comunque influenzati dal Covid lifestyle.

In Camomilla Italia misuriamo e stiamo molto attenti anche alle emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera. La tabella di fianco evidenzia i Kg di CO<sub>2</sub> derivanti dai consumi energetici diretti ed indiretti.

## Consumo energia parco auto



	2021	2022
Scope 1 derivanti dalla flotta aziendale	27	26
Scope 2 derivanti dai consumi di energia elettrica	32	30
<b>Totale emissioni di CO<sub>2</sub></b>	<b>59</b>	<b>56</b>





## La gestione dei rifiuti

Già da molti anni Camomilla Italia è molto attenta alla raccolta dei rifiuti sia presso il proprio headquarter che in tutta la rete di vendita. Su ogni piano della sede aziendale sono presenti i cestini per la raccolta differenziata in base alle disposizioni previste dal comune di Napoli.

Per la gestione ed il corretto smaltimento dei rifiuti derivanti da scarti di lavorazione, campionature e RAEE, ci affidiamo a società esterne.

Tutti gli smaltimenti di rifiuti speciali e/o pericolosi, derivanti dalla normale attività d'impresa, sono certificati e corredati dagli appositi formulari previsti per legge ed affidati esclusivamente a società specializzate.

Nel corso del 2022 sono stati smaltiti 22 Kg di toner rispetto ai 23kg dell'anno precedente



## Indice dei Contenuti GRI

GRI 2018	GRI 2021
<a href="#">102-1</a>	2-1
<a href="#">102-2</a>	2-6
<a href="#">102-3</a>	2-1
<a href="#">102-4</a>	2-1
<a href="#">102-5</a>	2-1
<a href="#">102-6</a>	2-6
<a href="#">102-7</a>	2-6
<a href="#">102-7</a>	2-7
<a href="#">102-8</a>	2-7
<a href="#">102-8</a>	2-8
<a href="#">102-9</a>	2-6
<a href="#">102-10</a>	2-6
<a href="#">102-11</a>	2-23
<a href="#">102-11</a>	3-3
<a href="#">102-12</a>	N/A
<a href="#">102-13</a>	2-28
<a href="#">102-14</a>	2-22
<a href="#">102-16</a>	2-23
<a href="#">102-18</a>	2-9
<a href="#">102-36</a>	2-20
<a href="#">102-40</a>	2-29
<a href="#">102-41</a>	2-30
<a href="#">102-42</a>	2-29
<a href="#">102-43</a>	2-29
<a href="#">102-44</a>	N/A
<a href="#">102-46</a>	3-1
<a href="#">102-47</a>	3-2
<a href="#">102-48</a>	2-4
<a href="#">102-49</a>	3-2
<a href="#">102-50</a>	2-3
<a href="#">102-51</a>	N/A
<a href="#">102-52</a>	2-3
<a href="#">102-53</a>	2-3
<a href="#">102-54</a>	N/A
<a href="#">102-55</a>	N/A
<a href="#">102-56</a>	2-5
<a href="#">103-1</a>	3-3
<a href="#">103-2</a>	3-3
<a href="#">103-2-c-vi</a>	2-25

## Nota Metodologica

Questo Bilancio di Sostenibilità 2022 rappresenta l'impegno di Camomilla Italia verso obiettivi di natura ambientale e sociale e mira a rappresentare ed a comunicare ai propri Stakeholder i risultati raggiunti.

Le informazioni ed i dati fanno riferimento al periodo 1° Gennaio 2022, 31 Dicembre 2022, salvo diversamente indicato. Ove possibile, sono stati riportati dati comparativi riferiti agli esercizi precedenti al fine di verificare l'andamento delle performance su un orizzonte temporale più esteso.

Le informazioni ed i dati del precedente Bilancio di Sostenibilità dell'Azienda fanno riferimento al periodo 1° Gennaio 2021, 31 Dicembre 2021.

Nel corso del 2022, Camomilla Italia non ha affrontato significativi cambiamenti riguardo alla struttura, alla proprietà o alla sua catena di fornitura. Nei rari casi di correzioni rispetto a quanto pubblicato nella versione precedente del Bilancio, queste sono state segnalate in prossimità dei dati.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è redatto in conformità ai Sustainability Reporting Standards pubblicati dal Global Reporting Initiative – GRI Standards: opzione Core.

I dati e le informazioni ambientali si riferiscono alla sede principale dell'Azienda, rappresentata dall'Headquarter di Napoli.

Per maggiori dettagli riguardanti il presente documento ed il suo contenuto è possibile inviare una richiesta a: [v.debonis@camomillaitalia.com](mailto:v.debonis@camomillaitalia.com).

Il Bilancio ha cadenza annuale e non è soggetto a verifica esterna. È stato redatto nel rispetto delle tempistiche previste per il Bilancio di Esercizio 2022 ed è sottoposto alla valutazione del Collegio Sindacale di Camomilla Italia.





CAMOMILLA  
*italia*