



CAMOMILLA
italia

SUSTAINABILITY REPORT 2021

INSIEME-GIORNO DOPO GIORNO



SOMMARIO

Lettera della Chairwoman	3
Lettera della Sustainability Ambassador	5
La Nostra Storia e la Nostra Identità	6
La rilevanza dei nostri interlocutori	6
<i>La rilevanza delle opinioni: analisi di materialità</i>	15
<i>Matrice di materialità</i>	17
Governance e Strategia: informazioni sulla struttura di governo dell'organizzazione ed esplicitazione della strategia di sostenibilità.	24
<i>Prosperità: Il Valore ed i Principi dell'attività di Camomilla Italia</i>	25
<i>Il Valore Aggiunto prodotto e distribuito</i>	30
<i>Le politiche retributive</i>	32
La vera risorsa di Camomilla Italia: le Persone	34
<i>Camomilla Italia: un'azienda fatta di Persone</i>	35
<i>Camomilla Italia ed il Covid-19</i>	41
<i>Quando il business è Donna: l'incentivazione all'imprenditoria femminile</i>	43
<i>Il piano di formazione</i>	46
<i>La centralità del cliente</i>	49
<i>Il nostro impegno sociale</i>	51
<i>Camomilla Italia e la Fondazione Veronesi</i>	51
<i>L'impegno per il sociale che accompagna da sempre Camomilla Italia</i>	53
I prodotti e l'ambiente	54
<i>L'attenzione al green: la Natural Collection</i>	55
<i>La Natura all'interno del punto vendita</i>	63
<i>Diamo alla Natura una seconda chance: la collezione RE-MIX, il progetto Treedom e la Green Week</i>	66
<i>L'attenzione all'ambiente nei nostri uffici</i>	70
<i>Anche un piccolo gesto può fare la differenza per il nostro Pianeta.... ... ed anche per le Persone!</i>	70
<i>Marketing Responsabile e Consapevole</i>	73
<i>Nota metodologica</i>	74

Lettera della
CHAIRWOMAN



Cari Stakeholders,

è con immenso piacere che noi di Camomilla Italia vogliamo condividere il nostro Bilancio di Sostenibilità.

Sono convinta che molti di voi sappiano già che l'impegno dell'Azienda è fortemente radicato e vive da molto più tempo.

L'impegno ad essere promotori della crescita della Persona e dello sviluppo delle competenze è ancor più attuale e forte in questo periodo. Allo stesso modo l'apporto in favore della Comunità locale, che ci ha visto protagonisti negli ultimi anni nel sostegno alla Fondazione Veronesi ed al sistema dell'Università e delle Ricerca, è sempre presente nelle nostre azioni di Responsabilità Sociale.

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 punto di partenza per un percorso comune, condiviso, da vivere assieme.

Quest'anno ancor di più, 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. La Responsabilità Sociale dell'Impresa riguarda non solo la sua vita ma anche la tutela della Persona e la conservazione dell'Ambiente.

È con questo spirito che cinque anni fa abbiamo dichiarato, come 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.

La nostra lunga storia, a mio avviso, è anche figlia della sensibilità che mio Padre, Luigi Pierro, prima di noi, ha sempre condiviso e manifestato in una gestione responsabile, lungimirante e consapevole dell'Azienda.

Sono felice, per questo, di annunciare che abbiamo raggiunto velocemente risultati pregevoli. È in questo contesto che risulta ancor più urgente impegnarsi per un'economia a beneficio della Persona, rivolgendosi alla creazione di valore non solo economico, poiché i bisogni degli Uomini e delle Donne travalicano tale aspetto. Ancor più in considerazione dei recenti fatti umanitari e che stanno affliggendo l'Umanità tutta.

È importante per questo, a mio avviso e spero vivamente condividiate, che il futuro sia un disegno consapevole e non affidato al caso. Disegnare consapevolmente parte dall'impegno di ognuno di noi, verso il perseguimento di un fine più ampio. È con questo spirito che intendiamo essere Attori Consapevoli di un continuo miglioramento nel settore Moda e nell'economia Comunitaria.

La promessa è che lo faremo con dedizione e costanza, avendo assunto l'impegno di verificare ogni anno le tappe di questo cammino, insieme.

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 Pierro

Lettera della
SUSTAINABILITY AMBASSADOR



Cari Stakeholders,

sono entusiasta di condividere l'impegno e le azioni volute da Camomilla Italia al fine di essere più vicina alle soluzioni a temi sociali ed ambientali.

In questa ottica, il nostro impegno è stato profuso nel proseguire con continuità le azioni intraprese in questi anni in favore della Comunità locale e nelle azioni poste in essere a vantaggio di un Prodotto Moda più equo e sostenibile, a basso impatto ambientale e inquinante.

A tal fine, abbiamo ampliato sensibilmente la presenza di fibre e tessuti di origine naturale, sia nel nostro Prodotto che nel nostro packaging, e fino agli arredi dei nostri punti vendita impegnando il legno, il canvas ed i vimini in sostituzione della plastica.

L'obiettivo di garantire continuità al Mondo che tutti noi viviamo è, per Camomilla Italia, profondamente aderente ad uno stile moda in armonia con l'Ambiente.

L'attenzione crescente della Comunità della Moda ai temi della sostenibilità e impatto ambientale è per noi l'opportunità di condividere un cammino, legato principalmente al nostro Prodotto, iniziato anni addietro e che oggi ci vede ancor più partecipi ed attenti al suo sviluppo futuro.

Certo, questo cammino è divenuto oggi ancor più sfidante in ragione dei periodi di lockdown post pandemia Covid-19, del recente deprecabile inizio del conflitto Ucraina-Russia, del continuo mutamento dei comportamenti di acquisto e della diffusa riduzione di capacità di spesa che ha colpito il settore.

Il nostro, Women Never Stop, riassume la nostra visione in quanto Donne ed Uomini d'Azienda.

Mi preme, ancor'oggi, ringraziare tutte le Persone, Dipendenti, Collaboratori, Fornitori, che hanno contribuito attivamente a consolidare la nostra visione di medio lungo periodo sui temi della Sostenibilità.

In qualità di ambasciatrice è mio compito agevolare il percorso intrapreso dall'Azienda ed allenarla per le future sfide del nostro settore, con l'intento di non fermarci mai!

In Camomilla Italia siamo convinti che Ognuno possa fare la differenza con i propri comportamenti ed è con questo impegno che mi piace augurare ad Ognuno, buona lettura.

Giorgia Pierro

Camomilla Italia Sustainability Ambassador



La Nostra Storia e la Nostra Identità

C.M.T. Srl nasce nel 1989 dalla passione per la moda e dallo spirito imprenditoriale della famiglia Pierro.

La forza dell'Azienda si palesa nella qualità del marchio Camomilla Italia che da oltre quarant'anni veste una Donna femminile, elegante e versatile.

Proprio queste sono le caratteristiche dalle quali ogni capo Camomilla Italia non può prescindere e che rappresentano la *mission* dell'azienda stessa, un capo che accompagna la Donna in ogni occasione.

Camomilla Italia ha modellato la propria produzione sulle esigenze di una Donna dinamica e raffinata, raccontando la sua storia attraverso proposte *outfit* che esaltano la sua spiccata personalità.

Il *concept creativo* rispecchia la personalità del *target* di Camomilla Italia: donne *multitasking*, in perenne crescita ed evoluzione, che passano con disinvoltura attraverso i mille ruoli del femminile contemporaneo.

Tutto ciò viene messo in risalto ancora di più dalla filosofia del *brand*: *Women Never Stop*, una Donna dinamica, femminile, *multitasking* ... una Donna che non si ferma mai!

Questa filosofia è stata resa iconica dallo spot pubblicitario della collezione Autunno-Inverno 16/17.



WOMEN
NEVER STOP

CAMOMILLA
italian

242 PUNTI VENDITA MONOMARCA

48%
STRADA



32%
CENTRI COMMERCIALI



14%
OUTLET E FINE SERIE



6%
TRAVEL



Il 2021 Camomilla Italia chiude con un fatturato di €33.618.380 e 54 Dipendenti.

La rete Vendita di Camomilla Italia ha oggi all'attivo 242 punti vendita di cui 145 a gestione diretta e 97 gestiti in franchising e si sviluppa su tutto il territorio nazionale: 16% Nord, 23% Centro, 44% Sud, 17% Isole

242	5,4 MLN	1,5 MLN	57,1 MLN	2,36MLN
PUNTI VENDITA	DI INGRESSI	CLIENTI FIDELIZZATE	SELL OUT	ACCESSI AL SITO

Il trend di ricavi degli ultimi anni risulta in linea con le maggiori aziende del settore, nonostante il periodo di forte contrattura economica dovuta alla recente, ed ancora in corso, pandemia da Covid-19.





La rilevanza dei nostri interlocutori

La centralità del Cliente, oltre alla qualità dei prodotti, rappresenta uno dei punti cardine della *Vision* di Camomilla Italia.

La continua, solida e costante relazione con i vari *Stakeholders*, esplicitata in dialoghi continui, mette in luce l'importanza che l'Azienda attribuisce ai legami, per rispondere alle richieste ed esigenze di responsabilità sociale e, allo stesso tempo, per creare valore in maniera sostenibile.

L'identificazione degli *Stakeholders* è stata effettuata sulla base delle variabili identificate dal principio *AA 1000 Stakeholder Engagement Standard*, il quale mira ad individuare i Soggetti portatori di interessi verso Camomilla Italia e che sono in grado di influenzare la capacità di raggiungimento degli obiettivi.



Clienti: Le azioni di Responsabilità Sociale che hanno come *target* i Clienti mirano all'ascolto delle necessità di ciascuno.

Il dialogo e lo scambio continuo consentono di comprendere meglio quali sono le esigenze e di conseguenza permette di effettuare eventuali correttivi in termini di struttura della collezione in modo da proporre scelte in linea con i *bisogni*.



Come nostra cliente affezionata, abbiamo bisogno del tuo supporto per migliorarci!

Rispondi a qualche domanda, raccontaci la tua opinione su Camomilla Italia e sui tuoi prodotti preferiti... una sorpresa ti aspetta. Il questionario è strettamente personale, anonimo e serve qualche minuto per compilarlo

[Partecipa Ora!](#)

Dipendenti interni: C.M.T. Srl mira a sensibilizzare i Dipendenti verso una sempre maggiore consapevolezza rispetto a temi ambientali e sociali. Per rispondere in maniera adeguata alle esigenze di formazione di questa categoria di portatori d'interesse, Camomilla Italia ha messo in atto delle iniziative di formazione e sviluppo del capitale umano riconoscendo, in tal modo, l'importanza della realizzazione professionale di ognuno di essi.

Indotto: le Risorse Umane dislocate all'interno dei punti vendita sono state coinvolte nella vita aziendale in modo sempre maggiore attraverso incontri periodici ed iniziative di *partnership*.

Franchisee: anche per i *partner in franchising* sono stati organizzati molti momenti di coinvolgimento che hanno avuto la finalità di renderli partecipe della vita aziendale e di fornire una formazione continua riguardante le innovazioni di prodotto.

Abbiamo organizzato, con tale finalità, diversi momenti di condivisione nel corso del 2021.

Attraverso l'iniziativa *Un giorno in Azienda* i *Partner* sono stati coinvolti attivamente nella gestione delle attività delle Funzioni aziendali dell'*Headquarter*. L'iniziativa ha consentito la partecipazione attiva alla vita aziendale e la condivisione della attività giornaliere che permettono l'erogazione del servizio finito, tangibile, per il *Franchisee*.

Fornitori: la maggiore attenzione verso temi legati alle *Corporate Social Responsibility* è stata condivisa costantemente con richieste sempre maggiori in tema di Ambiente e Società.

Associazioni di categoria: Camomilla Italia crede fermamente nell'importanza dei legami e nel valore dell'associazionismo infatti aderisce ad Assofranchising, Confimprese ed AIDP Campania.





La rilevanza delle opinioni: analisi di materialità

Al fine di aumentare l'attenzione futura verso i temi di natura sociale ed ambientale che promuoviamo con i nostri portatori di interessi, è stato di recente somministrato un questionario con l'obiettivo di determinare il punto zero per le future iniziative di sostenibilità



Camomilla Italia, allo scopo di condividere le priorità delle proprie azioni, ha provveduto ad uno *scouting* delle minacce esterne più urgenti ricercando fonti autorevoli da condividere con i propri *Stakeholders*.

A tal riguardo, i risultati diffusi nel *Global Risks Report* del *World Economic Forum* evidenziano come nel breve futuro la crisi di sussistenza ed i livelli di coesione sociale siano profondamente oggetto di attenzione.

Lo studio evidenzia che la percezione dei rischi di breve e medio periodo è essenzialmente legata a temi sociali, mentre assume forte rilevanza nel lungo periodo la percezione dei temi ambientali.

Camomilla Italia, pur nel proprio perimetro di prossimità, ancorché ampio, intende procedere nell'investire nella crescita dell'Individuo, potenziando i momenti di condivisione e di formazione dei Dipendenti e Collaboratori.



Ciò in ossequio alla lista degli obiettivi tematici di sostegno al perseguimento di una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva, delineati quale riferimento generale dalla *Comunità Europea* nella *Smart Specialization Strategy (Promuovere un'occupazione sostenibile e di qualità e Sostenere la Mobilità dei Lavoratori)*, Camomilla Italia investe nell'istruzione e nella formazione professionale per le competenze e l'apprendimento permanente in risposta prioritaria agli Obiettivi 5 – *Gender Equality*, ed 8 – *Decent work and economic growth*, nella decisa convinzione che l'Azienda possa essere Attore e promotore di migliori condizioni lavorative e di vita professionale e sociale.

La Proposta di Legge Costituzionale che modifica l'Art. 9 della nostra *Costituzione Italiana*, promuovendo, oltre la tutela del Paesaggio, anche la tutela dell'Ambiente, della Biodiversità e degli Ecosistemi, e che modifica l'Art. 41, sancendo la necessità che l'iniziativa economica privata avvenga nel rispetto della salute e dell'ambiente, oltre che della dignità, sicurezza e libertà delle Persone, rappresenta per Camomilla Italia una direttrice condivisibile attraverso cui rafforzare il proprio impegno in concerto con gli attori del Sistema Moda.

La crescente attenzione, in Italia come in America, alla tracciabilità nella sostenibilità nel settore moda è per noi una direttrice identificata nei Tre Pilastri di sviluppo consapevole del *business* che Camomilla Italia ha affermato come imprescindibili nel proprio *stile di governance*.



Matrice di materialità

Camomilla Italia ha realizzato quindi l'Analisi di Materialità attraverso:

- un'analisi delle fonti esterne e degli standard di settore SASB;
- un'attività di *benchmark sui principali player* del settore;
- un'attività di lettura di sondaggi e questionari interni realizzati nel corso degli ultimi tre anni.

L'Azienda ha quindi individuato i temi materiali e sottoposto agli *Stakeholders* la rilevanza dei temi rappresentati nella Tabella che segue.

1

Governance e integrità del business

L'attenzione e la capacità di sviluppare il proprio business con lealtà e trasparenza, in grado di generare valore per tutti gli stakeholder, favorire la diffusione di una cultura della legalità.

2

Catena di fornitura sostenibile

L'attenzione alla sostenibilità ed eco-sostenibilità del prodotto, l'entità del contributo dei Fornitori al valore complessivo del progetto, approvvigionamenti attraverso processi di controllo qualità, promuovere i principi di sostenibilità su tematiche relative alle Persone, all'Ambiente, al Sociale.

3

Controllo di gestione ed attività strategiche

Investire 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 di prodotto, servizio o processo, alla ricerca di 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.

5

Qualità e sicurezza del prodotto

La qualità e la sicurezza del prodotto sono al centro di ogni decisione strategica e organizzativa del business e richiedono alti standard in ogni fase del processo produttivo. La responsabilità per l'assicurazione della qualità deve essere diffusa e condivisa.



6

Soddisfazione del cliente

Costante attenzione alla fase di realizzazione, nei continui controlli qualità, nell'offerta di prodotti innovativi. L'obiettivo è creare reazioni di fiducia con il Cliente mediante l'attivazione di canali di ascolto delle esigenze e delle aspettative.



7

Gestione ambientale

Impegno a fare propri i principi di sostenibilità ambientale nei processi aziendali. Promuovere la 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

L'impegno a perseguire il generalizzato cambiamento culturale in materia di 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

9

Sviluppo e tutela delle risorse umane

Promuovere la collaborazione in un contesto aziendale inclusivo che favorisca lo scambio di idee, il confronto di opinioni ed esperienze e lo sviluppo di competenze multidisciplinari

10

Parità di genere

L'attenzione all'esigenza di un mondo ispirato a principi di *Gender Equality* nella consapevolezza di avere un impatto sulla comunità.
La nascita del claim *Women Never Stop* è ispirato alla più ampia lotta alla discriminazione di genere.

11

Diversità e pari opportunità

L'impegno costante 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

13

Rapporti con il territorio

Lo sviluppo sostenibile del Franchising, l'impegno a contribuire alla vita della Comunità locale attraverso iniziative e donazioni.



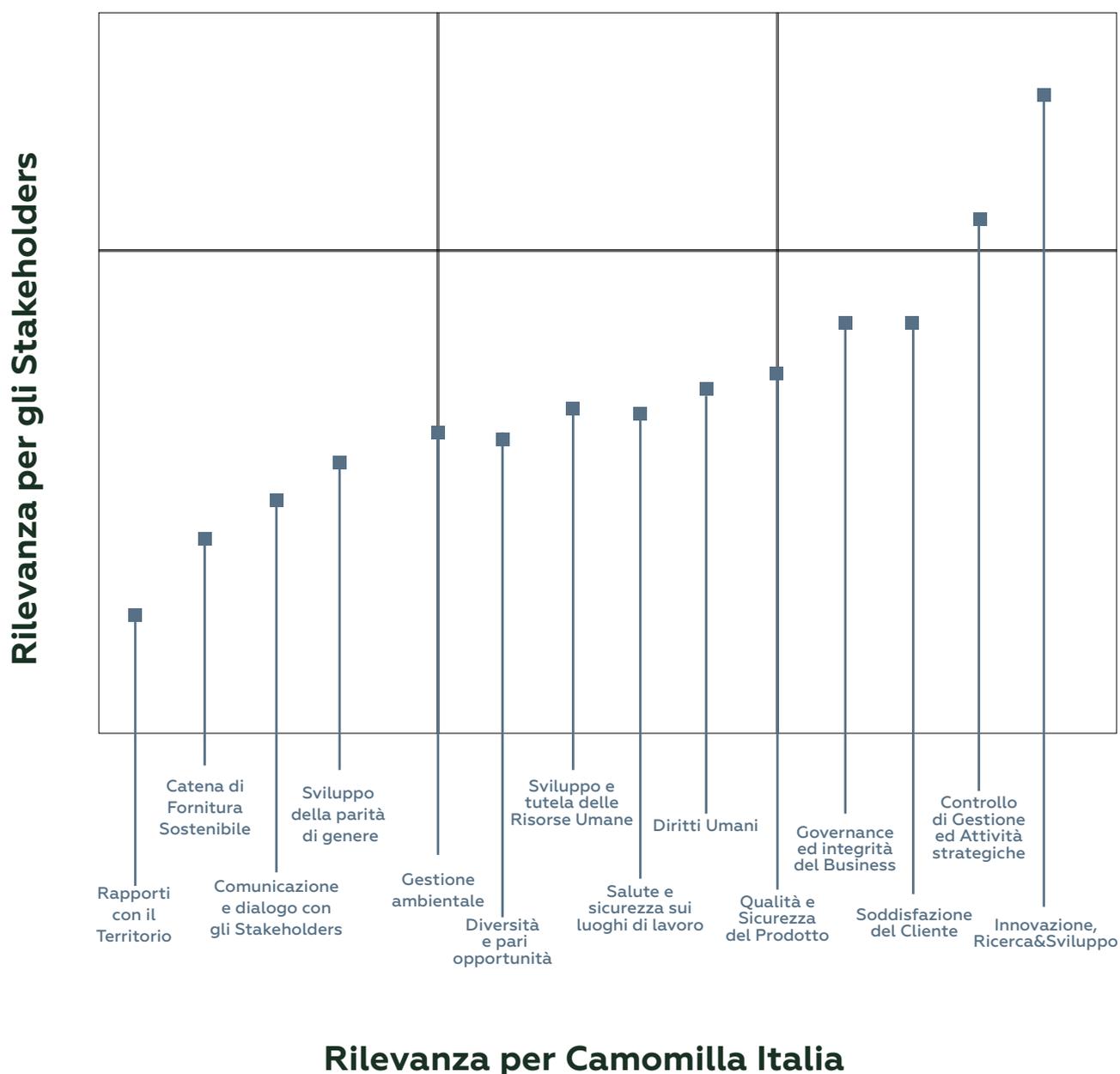
14

Comunicazione e dialogo con i vari stakeholders

Confronto, ascolto, condivisione, dialogo, coinvolgimento degli interlocutori con cui un sistema aziendale si relaziona. Promuove la collaborazione ad ogni livello, incentivando forme innovative di sviluppo e tutela della Persona

Il Risultato: rappresentazione visiva della priorità dei temi - pone nel quadrante di massima rilevanza, per l'Azienda e per gli Stakeholders, l'innovazione e la gestione delle attività strategiche, seguono la Soddisfazione del Cliente, la Qualità e la Sicurezza del Prodotto, la Governance e l'integrità nella conduzione del Business. Rileviamo, come temi parimenti rilevanti per gli Stakeholders di Camomilla Italia, la tutela dei Diritti Umani, la Salute e la Sicurezza sui luoghi di lavoro, lo Sviluppo e la tutela delle Risorse Umane.

Rappresentazione visiva della priorità dei Temi





A woman with dark hair, wearing a white long-sleeved button-down shirt and dark denim jeans, is sitting on a wooden stool. She is looking off to the side with a thoughtful expression. The background is a plain, light-colored wall. The lighting is soft and directional, coming from the right, creating a slight shadow on the wall behind her.

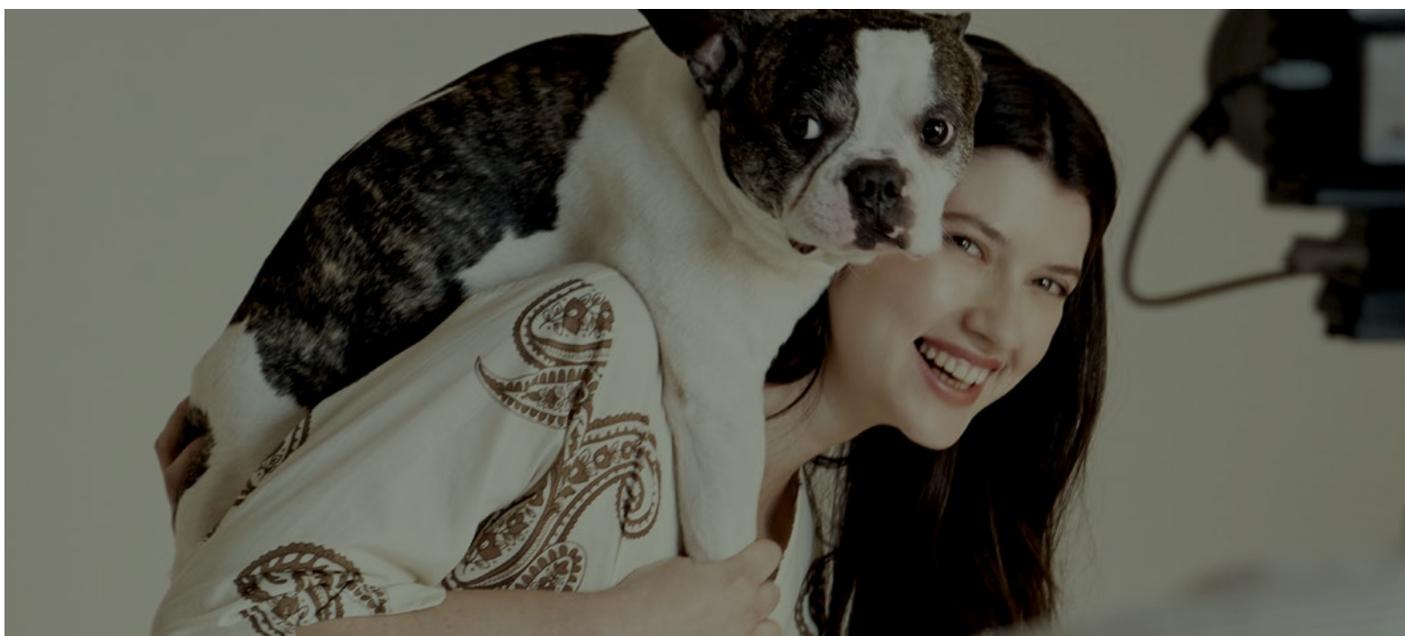
**Governance
e Strategia:
informazioni
sulla struttura di
governo dell'
organizzazione
ed esplicitazione
della strategia
di sostenibilità.**

Camomilla Italia è marchio di proprietà di CMT Srl, Azienda nata in Campania nel 1989 ed ivi presente con il proprio *Headquarter*. L'Azienda produce Abbigliamento ed Accessori, attraverso l'ideazione, il disegno, la modellistica, lo sviluppo di un Prodotto Moda destinato prevalentemente al mercato italiano e ad un pubblico femminile.

Prosperità: Il Valore ed i Principi dell'attività di Camomilla Italia

Camomilla Italia abbraccia i più ampi principi etici di *Accountability*, intendendo con essi la responsabilità etica e morale, da parte dell'Organo di Governo, di rendicontare la gestione aziendale sul piano dell'efficacia della gestione, oltre che sul piano della regolarità dei conti.

Il desiderio di rendicontare ai propri Portatori di Interesse l'operato di Camomilla Italia è nato dalla convinzione che questo Documento rappresenti l'opportunità di espandere le buone pratiche di gestione e l'attenzione posta ai temi della Sostenibilità dell'Azienda. I dati che Camomilla Italia intende condividere rappresentano la testimonianza dell'impegno radicato nel *modus operandi* dell'Azienda, a beneficio dei Clienti, dei Dipendenti, della Comunità Locale tutta, degli *Stakeholders*, oltre la semplice rappresentazione economica e finanziaria della società.



CUSTODIRE Srl

Compagnia Manifatture Tessili Srl
a socio unico

Assemblea dei Soci

Collegio
Sindacale

Amministratore Unico

Value Proposition
Group

Steering Committee

Sustainability Ambassador



Il presente documento ha quindi cadenza annuale. Ancorché documento non obbligatorio, è redatto nel rispetto delle tempistiche previste per il Bilancio di Esercizio 2021 ed è sottoposto alla valutazione del Collegio Sindacale di Camomilla Italia.

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



Il Comitato è un organo collegiale, democratico, e promuove azioni in merito alla *value proposition* di Camomilla Italia. Si avvale 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, si riunisce una volta al mese per la discussione delle possibili azioni da implementare in materia di *Temi Materiali della Sostenibilità*.

Il Coordinamento del gruppo è assunto a rotazione tra le Funzioni.

La valutazione delle performance è per noi un momento importante di crescita, utile a misurare l'andamento del nostro operato. L'Azienda ha introdotto da diversi anni un efficace sistema di Misurazione delle performance aziendali al fine di condurre consapevolmente le linee di *business* e pianificare gli investimenti necessari. La Funzione è presidiata da un Ufficio Controllo di Gestione e da un Ufficio Programmazione, con lo scopo di misurare i risultati prospettici durante la progressiva formazione, al fine di presidiare il desiderato stato di salute che consenta la vita dell'Azienda oltre eventi contingenti o la momentanea assenza dei *Key Men and Women*. Tale aspetto garantisce ogni Stakeholders sulla robustezza di Camomilla Italia e sulla propria capacità di esistere in qualità di entità autonoma ed indipendente

I momenti di incontro periodici rappresentano la preziosa occasione di valutare in maniera approfondita i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi fissati dalla pianificazione semestrale, annuale e triennale.

Nell'ambito del Piano di miglioramento delle Competenze, ideato e strutturato, sono state sviluppate le opportunità di crescita aziendale prefissate al fine di concretizzare i desideri di crescita professionale degli Individui e, dunque, definiti i progetti di incentivazione e premialità dei nostri Dipendenti. Nelle fasi di *recruiting*, *in-placement* e sviluppo delle nostre Persone teniamo fortemente in considerazione le caratteristiche individuali, le competenze e le capacità degli Individui. Anche per questo motivo siamo fortemente convinti nel favorire un approccio orientato alla meritocrazia e alla pari dignità, evitando qualsiasi forma di discriminazione.

Nelle fasi di *out-placement* avviamo un percorso di tutela delle parti attraverso la collaborazione con le associazioni sindacali, tutelando i diritti del Lavoratore.

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

Camomilla Italia pone la massima rilevanza al rifiuto di ogni forma di discriminazione, positiva o negativa. Nel periodo di rendicontazione non ne sono stati rilevati casi.

Il Valore Aggiunto prodotto e distribuito

L'Azienda ha conseguito nel 2021 Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni pari a 33.618.380 Euro.

Attraverso la Tabella che segue, Camomilla Italia ha inteso condividere la propria capacità di distribuire ricchezza economica ai principali Stakeholders. La metodologia impiegata, basata sullo standard GBS al livello nazionale e sui GRI-Standards al livello internazionale, rappresenta la distribuzione del Valore Aggiunto di Bilancio d'Esercizio ai Dipendenti, alle Comunità sociali, alla Pubblica Amministrazione, al sistema bancario e dei finanziatori, agli Azionisti.



2019

2020

2021

	2019	2020	2021
Valore Aggiunto Netto Generato (A)	4.400.416	2.362.782	3.900.153
Valore Aggiunto Netto Distribuito (B)	2.908.616	1.761.802	2.652.003
di cui a Dipendenti (Stipendi, Contribuzione, TFR)	1.551.228	1.067.823	1.318.347
di cui a Comunità ed Enti sociali	110.817	81.107	153.351
di cui a Pubblica Amministrazione	617.060	205.634	503.051
di cui a Sistema Bancario e Finanziatori	629.512	407.237	677.154
di cui agli Azionisti	0	0	0
Valore Aggiunto Trattenuto nel Gruppo (A-B)	1.491.800	600.981	1.248.250

Nel periodo oggetto di rendicontazione non sono state rilevate "non conformità" con Leggi e Normative, confermando quindi il dato degli anni trascorsi.

Le politiche retributive

Il percorso di *recruiting* ed *in-placement* di Camomilla Italia è presidiato internamente dalla Funzione Risorse Umane. L'Ufficio, composto di un HR Manager, due Specialisti ed un Talent Aquisition Manager, copre l'intero cammino di ricerca e selezione del Personale.

Il percorso di Sviluppo delle nostre Persone, poi, è fortemente incentrato sull'incentivazione delle caratteristiche individuali, delle competenze e delle capacità degli Individui.

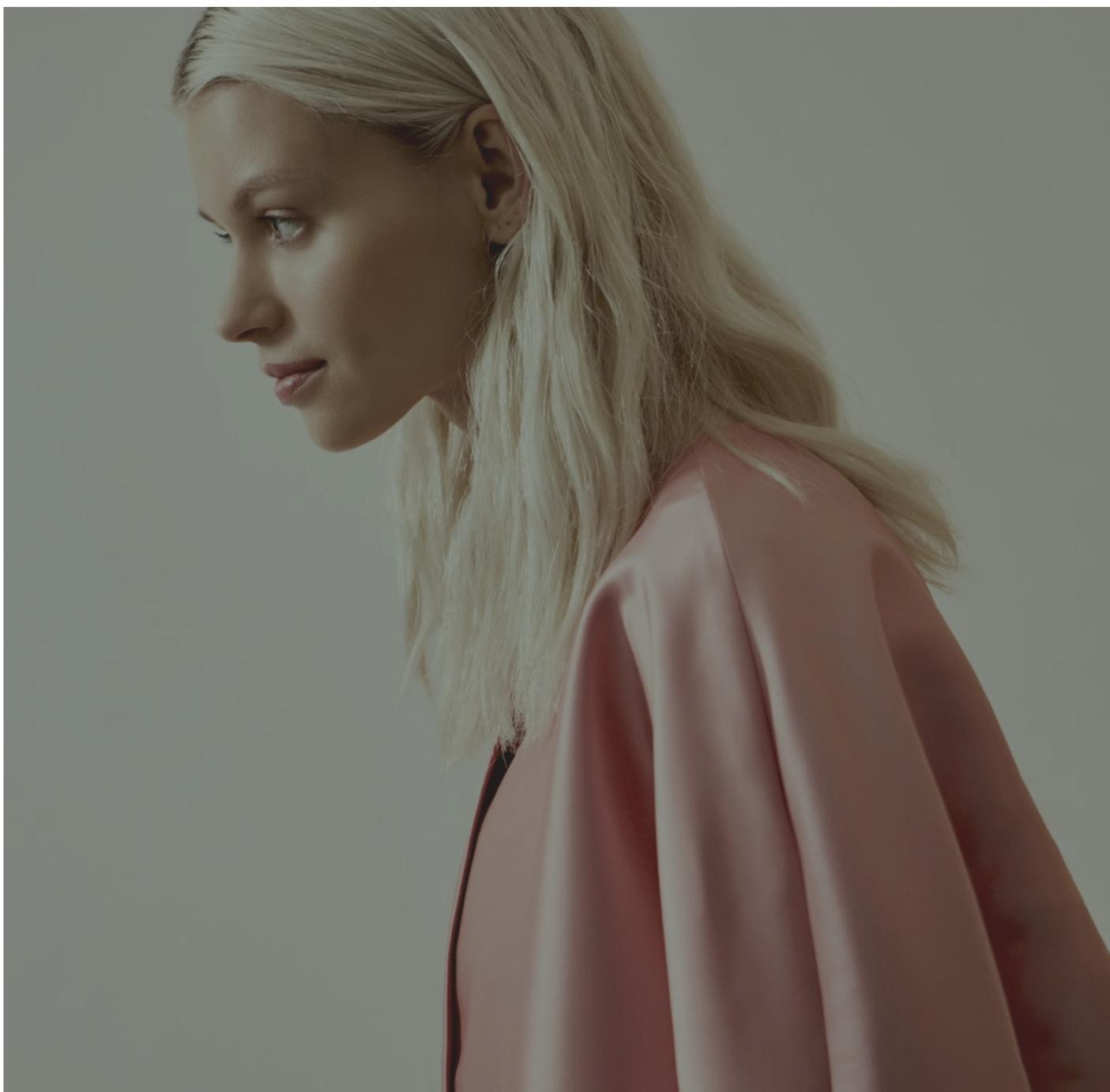
Camomilla Italia sovraperforma i livelli retributivi disciplinati dalla contrattazione collettiva di settore e si avvale di Consulenti terzi per l'analisi delle *skills* e delle attitudini dei Candidati, anche ai fini dell'inquadramento in termini di Mansioni e Compiti. Il cammino retributivo, dunque, funzionale al percorso descritto, è determinato in ragione di diversi *input* provenienti dall'analisi operata da Risorse Interne all'Ufficio RU e dall'analisi condotta da Consulenti indipendenti dal management.

Il fenomeno della povertà lavorativa, in risposta agli Obiettivi 5 – *Gender Equality*, ed 8 – *Decent work and economic growth*, rappresenta una realtà globale che in Italia sembra assumere dimensioni rilevanti. L'ampiezza del fenomeno di *Working poor* delineato dall'Istat con la diffusione dei dati sull'occupazione, assume valori oltre la media nelle Regioni del Mezzogiorno d'Italia.

Anche a tale scopo, con l'assistenza di professionisti indipendenti, Camomilla Italia ha introdotto nel 2021 un Piano di Incentivazione delle Performance del singolo e del gruppo (*Management by Objectives*).

Il Piano è partito da un'analisi e mappatura delle Funzioni aziendali, con il dichiarato fine di condividere parte delle numerose interconnessioni esistenti tra le Funzioni. L'Analisi ha condotto ad una fase di confronto *one to one* con i singoli Responsabili di ogni Funzione Aziendale e, a cascata, in incontri motivazionali e conoscitivi dei Singoli al fine di determinare i micro-obiettivi del Singolo e del gruppo di Funzione.

La continua tensione all'eccellenza ha rappresentato il *leitmotiv* dell'iniziativa.



La successiva, naturale, condivisione delle azioni di sistema implementabili ha condotto la Direzione di Camomilla Italia a determinare un Piano di Funzione con il singolo Individuo, condividendo l'identificazione di micro-obiettivi chiari, determinati, raggiungibili, a cui ha legato la corresponsione di un incentivo economico.

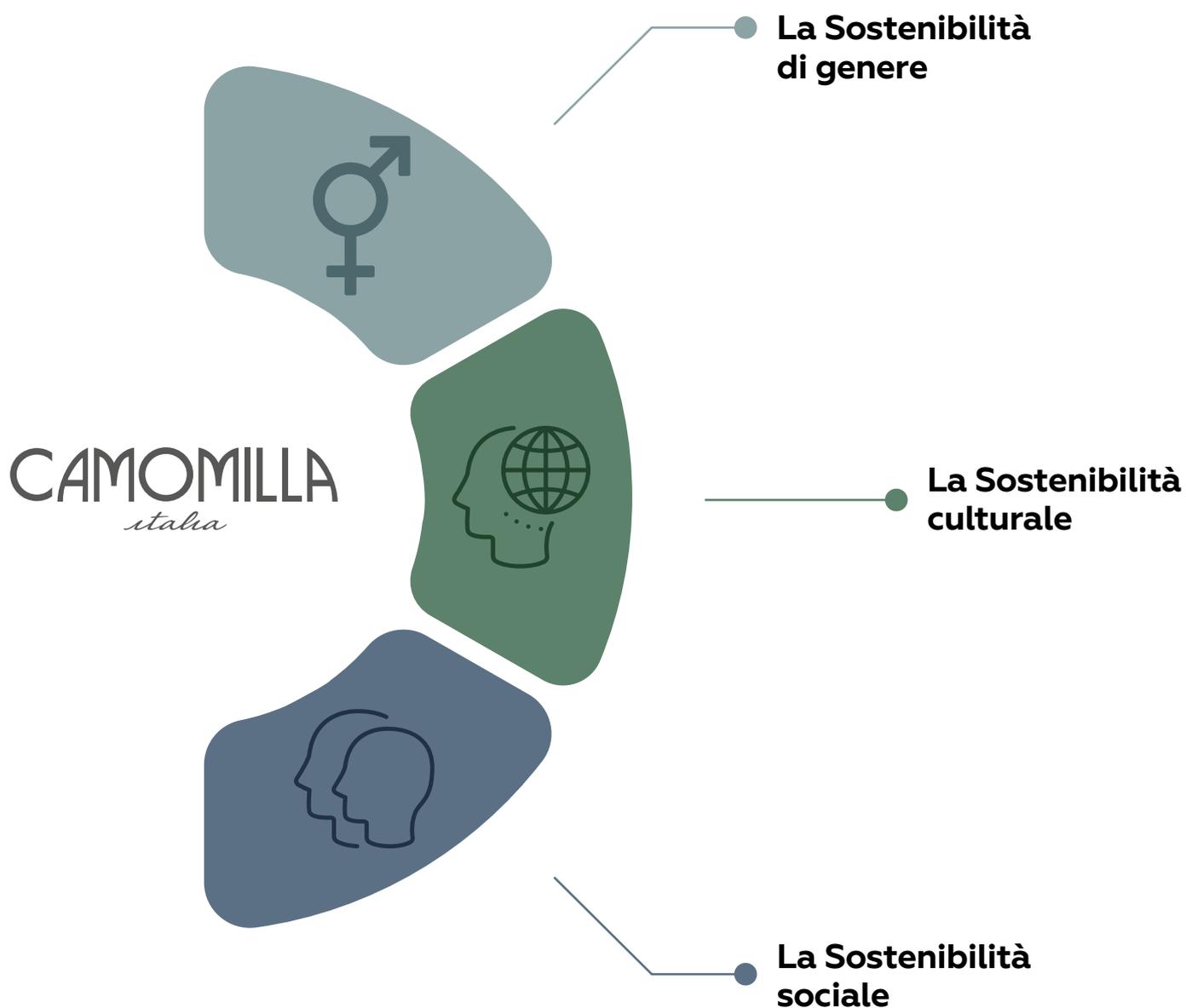
I *benefit* economici sono erogati a tutti i Dipendenti e Collaboratori, sia a tempo pieno che parziale, indeterminato e determinato, e consistono in una Retribuzione addizionale pari a circa una mensilità della RAL dell'Individuo, nella sede operativa più significativa rappresentata dall'*Headquarter* di Napoli, erogata su quota semestrale.



**La vera
risorsa di
Camomilla
Italia:
Le Persone**

Camomilla Italia: un'azienda fatta di Persone

Le Persone rappresentano la vera ricchezza di Camomilla Italia, perché risorse promotrici e creatrici di valore. A tal fine Camomilla Italia persegue con priorità l'obiettivo *dell'empowerment* delle risorse che operano al suo interno attraverso:



La disparità di genere costituisce oggi uno dei maggiori ostacoli allo sviluppo sostenibile e alla crescita economica. Strutturalmente, la partecipazione al Mercato del Lavoro e l'Occupazione Femminile nel Sud Italia registrano dati più bassi della media nazionale e significativamente inferiori rispetto alla media europea.

In Camomilla Italia si assiste ad una vera e propria inversione di tendenza. Partendo dalla leadership aziendale, l'Amministratore Unico di Camomilla Italia è una Donna, circa il 60% dei Dipendenti è rappresentato da Donne.

Nella Tabella seguente viene rappresentato il numero di Dipendenti, la fascia d'età, il genere. Tutti i Dipendenti hanno cittadinanza italiana.

Tipologia contratto	Nr. Dip.	Genere	
		♂	♀
Legale rappresentante	1	0	1
Contratto a T.indeterminato	43	17	26
I	8	4	4
II	7	3	4
III	6	5	1
IV	12	3	9
V	5	0	5
VI	4	1	3
VII	1	1	0
Contratto di Apprendistato	3	1	2
Apprendista	3	1	2
Contratto a T.determinato	3	3	0
I	1	1	0
IV	1	1	0
VII	1	1	0
Stage/Tirocini	4	4	0
Tirocini	4	4	0
Contratti Consulenza/p.iva	4	4	0
totale	58	29	29

Dipendenti CMT SRL AL 31/12/2021

	età		
	<30	30/50	>50
Legale rappresentante	0	0	1
Contratto a T.indeterminato	1	33	5
Contratto di Apprendistato	5	2	0
Contratto a T.determinato	0	3	0
Stage/Tirocini	3	1	0
Contratti Consulenza/p.iva	0	3	1
Totale	9	42	7

Dipendenti CMT SRL AL 31/12/2021

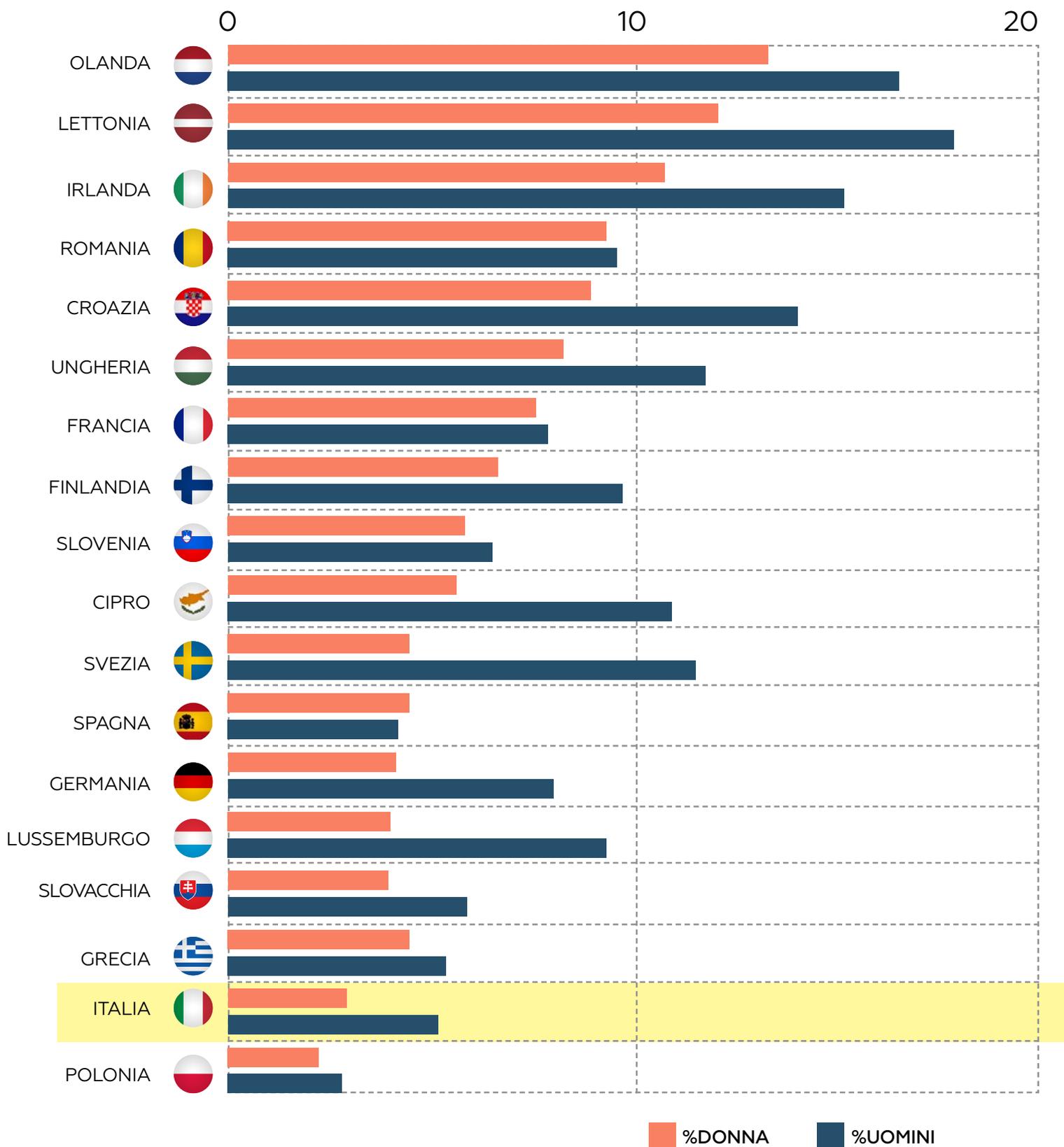
	N. Dip.	Diploma	Laurea
Legale rappresentante	1	0	1
Contratto a T.indeterminato	39	22	17
Contratto di Apprendistato	7	2	5
Contratto a T.determinato	3	0	3
Stage/Tirocini	4	0	4
Contratti Consulenza/p.iva	4	1	3
Totale	58	25	33

Tipologia contratto	Nr. Dip.	Turnover in	
		Entrata 2021	uscita 2021
Legale rappresentante	1	0	0
Contratto a T.indeterminato	43	7	0
I	8	2	0
II	7	0	0
III	6	1	0
IV	12	1	0
V	5	1	0
VI	4	1	0
VII	1	1	0
Contratto di Apprendistato	3	2	0
Apprendista	3	2	0
Contratto a T.determinato	3	1	0
I	1	1	0
IV	1	0	0
VII	1	0	0
Stage/Tirocini	4	4	0
Tirocini	4	4	0
Contratti Consulenza/p.iva	4	1	0
totale	58	15	0

Tale percentuale di occupazione femminile si alza al 98% se viene presa in considerazione l'intera rete Camomilla Italia. Il numero di Donne è prevalente su quello degli Uomini non solo per il personale di vendita dipendente di CMT Srl e dei partner affiliati al *brand* ma anche per ciò che riguarda gli stessi imprenditori. Tra gli imprenditori che hanno aderito dal 1997 al *progetto franchising* Camomilla Italia c'è una forte componente femminile pari all'80%.

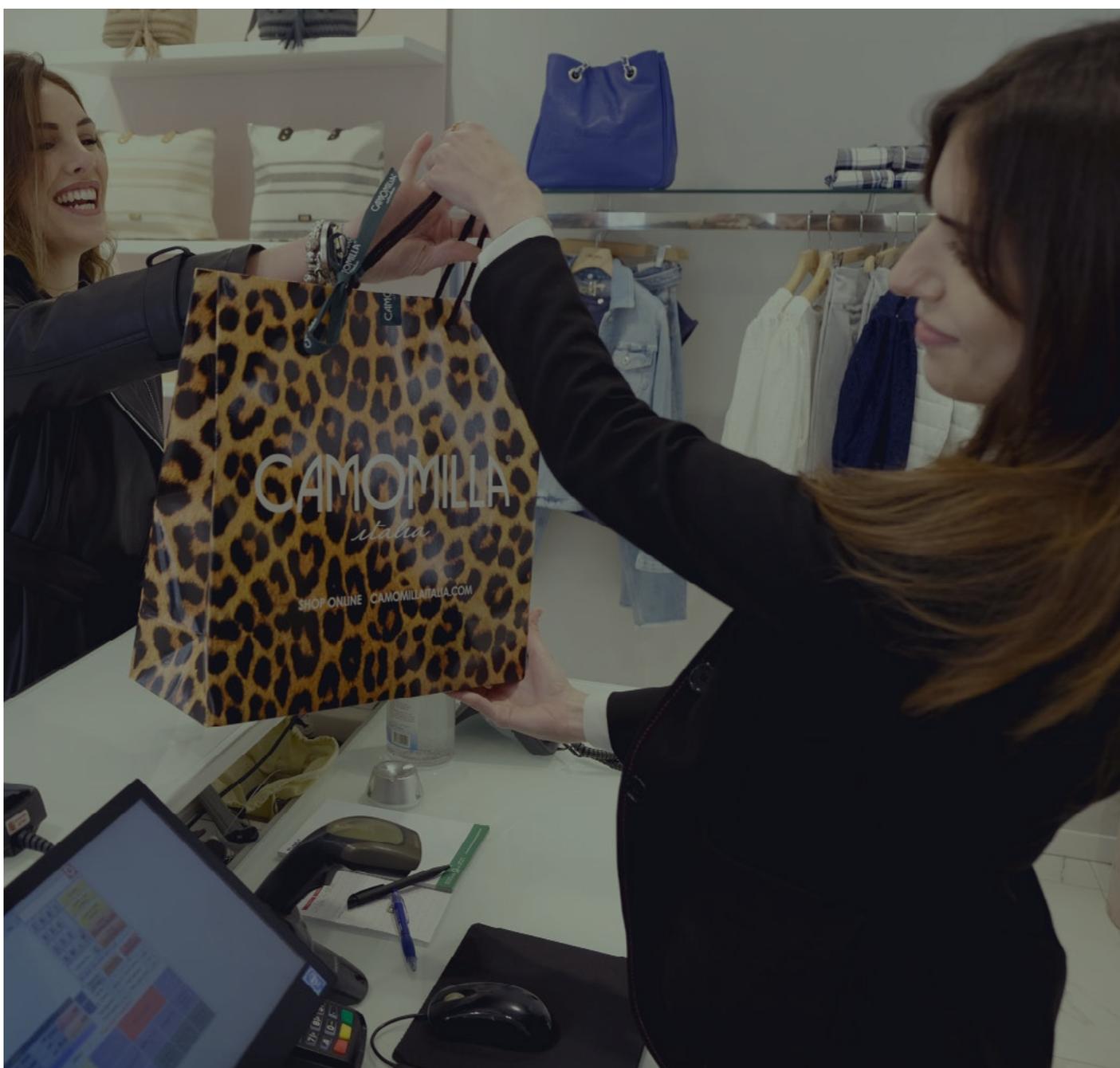
Ciò in palese controtendenza ai dati diffusi dal *Global Entrepreneurship Monitor* che, nel 2021, afferma l'Italia come fanalino di coda dell'Europa per livelli di imprenditoria femminile.

Percentuale di donne e uomini che hanno avviato un'impresa



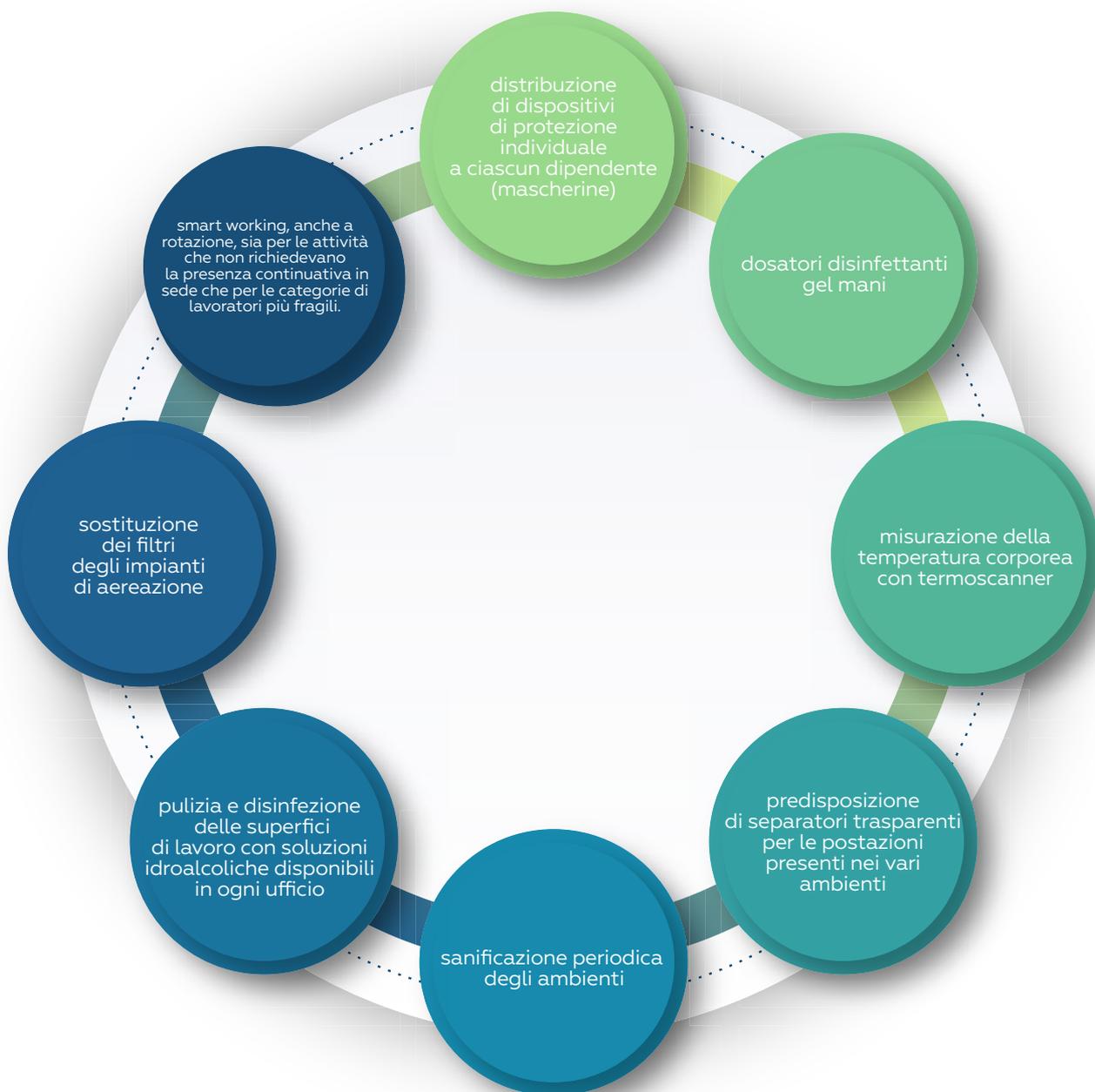
L'età media degli imprenditori e imprenditrici che aderiscono al *progetto franchising* è tendenzialmente in discesa, sia per l'ingresso di giovani nuovi *Franchisee* ma anche, vista la longevità di alcuni punti vendita, per l'ingresso della seconda generazione che spesso è Donna.

Camomilla Italia è attiva nello stimolare l'espressione del potenziale femminile, non solo dei propri Dipendenti ma anche dei propri *Partner*, nella ferma convinzione che ogni Azienda, in quanto Attore economico, ha la responsabilità e il dovere di promuovere il cammino verso una reale parità di genere illuminando percorsi possibili.



Camomilla Italia ed il Covid-19

In questo particolare periodo di pandemia dovuta al Covid-19 Camomilla Italia si è mostrata particolarmente attenta alle esigenze del personale dipendente della sede e dei punti vendita definendo un programma di prevenzione dei rischi che comprende:





Quando il business è Donna: l'incentivazione all'imprenditoria femminile.

Le imprese guidate da Donne sono più socialmente responsabili, più attente alla sostenibilità ambientale e hanno grandi margini di crescita del loro ruolo.

Dall'esperienza nella gestione di rapporti con il personale femminile di vendita sia aziendale che dipendente dei partner Camomilla Italia, abbiamo avuto modo di constatare nel tempo come sia sempre più consistente il numero di Donne che hanno un ruolo di vero decisore finanziario individuale, o di capofamiglia, che gestisce il patrimonio finanziario familiare.

Ciò, spesso, unito alle criticità del Mercato del Lavoro nelle regioni del Sud, spinge più Donne a mettersi in proprio e il settore moda è secondo in Italia per numero di imprese femminili.

L'accesso al credito, e la fiducia, rappresentano le principali difficoltà che si riscontrano tra le Donne che vogliono avvicinarsi ad un progetto imprenditoriale.

Pertanto, soprattutto in una fase di ottimizzazione e crescita della rete di negozi a insegna Camomilla Italia, abbiamo puntato sul talento femminile dando vita ad un progetto di formazione e orientamento all'autoimprenditorialità.

Il progetto si rivolge a Donne con un'esperienza di venditrici all'interno degli store Camomilla Italia che abbiano desiderio di mettersi in gioco e che l'Azienda, attraverso un percorso di formazione ed affiancamento, accompagna verso l'apertura o l'acquisizione di un proprio punto vendita.

La Funzione Vendite di Camomilla Italia ha realizzato azioni di *upskilling* e *reskilling* dei *Partner* della rete Camomilla Italia, unitamente al personale di vendita.

Tali azioni, finalizzate ad una maggiore efficacia del lavoro delle risorse della Funzione vendite, sono state rivolte a:

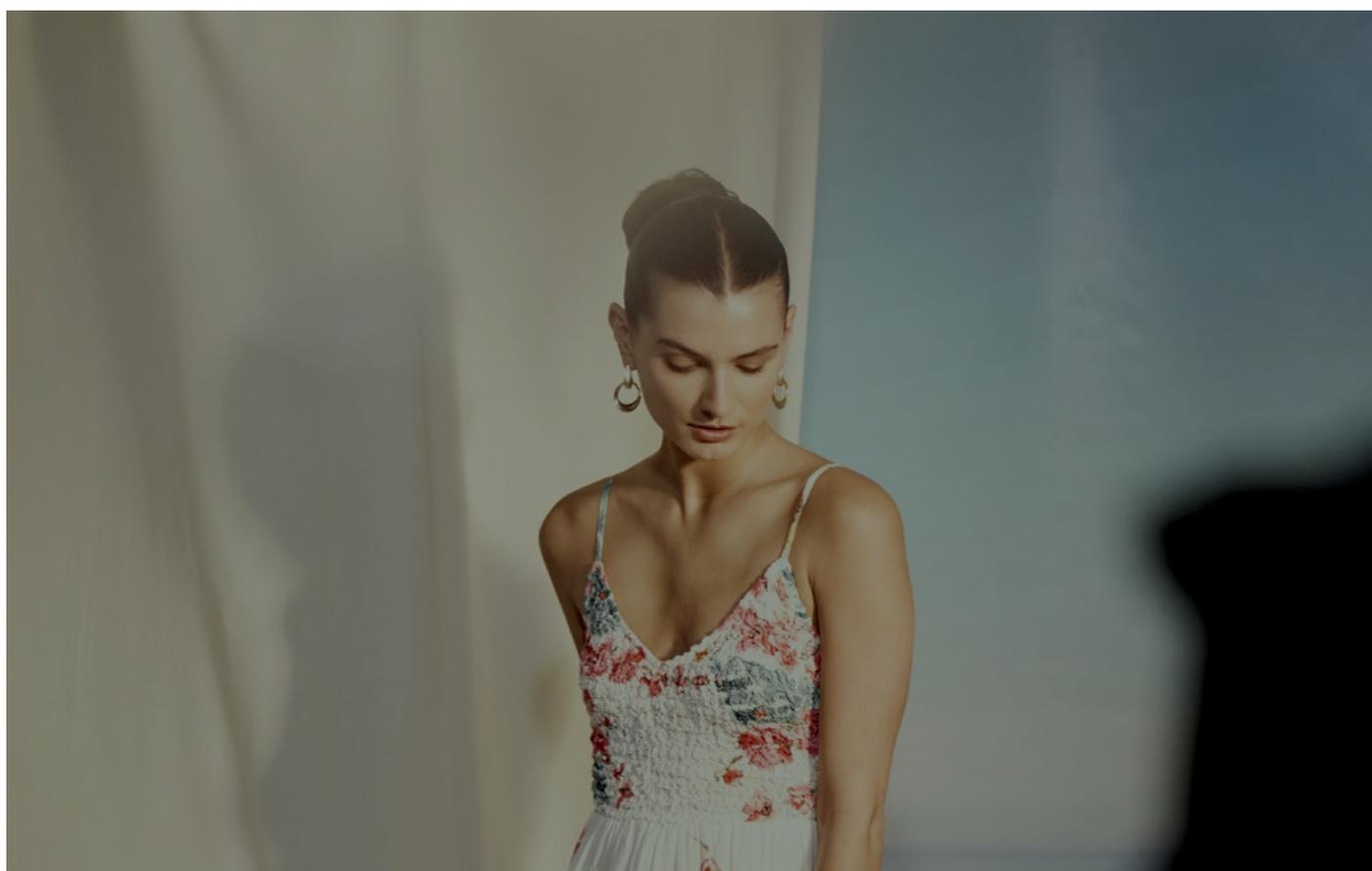


A partire da Dicembre 2020, consapevoli dell'esigenza di migliorare la qualità della vendita in presenza di una prospettiva di calo dei volumi a seguito delle mutate abitudini di consumo, abbiamo monitorato le *performance di vendita* della Rete attraverso l'*Unit Per Ticket (UPT)*, credendo fortemente che le azioni di sviluppo individuale avrebbero inciso sul rendimento del singolo e contribuito in maniera determinante al raggiungimento dell'obiettivo di miglioramento del gruppo. Nel corso dei mesi, grazie anche a politiche promozionali mirate, l'UPT è effettivamente salito grazie al fatto che più di 100 risorse (venditori e venditrici) sono state inserite nel programma di miglioramento individuale *worst performer*. Dall'analisi dei dati emerge un buon livello di concentrazione sull'UPT con livelli crescenti. Tutte le risorse coinvolte hanno migliorato la propria *performance*.

L'analisi dei risultati della stagione *Spring Summer 2021* mostra che l'incremento dell'UPT ha sostenuto i volumi in una situazione caratterizzata, generalmente, dalla più bassa affluenza in negozio. Di seguito l'andamento dell'UPT per cluster confrontato con il 2019:

Cluster	Upt Aprile	Upt Maggio	Upt Giugno	Upt Luglio	Upt Totale
AEROPORTI	-6,3%	42,8%	1,8%	-6,7%	-4,3%
Centri commerciali	10,1%	12,9%	-2,8%	-4,6%	1,2%
FlagShip	19,5%	11,6%	-0,1%	2,8%	5,9%
Stazioni	9,7%	15,7%	-0,8%	4,3%	6,3%
Strada	12,8%	4,1%	2,8%	-5,2%	1,3%

Camomilla Italia ha, poi, realizzato un'attività finalizzata all'empowerment con Partner e Responsabili di Store, realizzando diversi seminari online dal titolo "Team Engagement", nei mesi Marzo ed Aprile 2021.



Il piano di formazione

Camomilla Italia ha da sempre attribuito rilevanza al grado di soddisfazione delle proprie risorse professionali, accompagnandole nel corso del tempo verso un accrescimento sempre maggiore delle proprie competenze, attraverso un piano continuo di formazione che ha abbracciato tutte le risorse presenti negli uffici centrali e nei singoli punti vendita.

Ancor più, vista la rapida crescita dell'Impresa, è divenuto fondamentale favorire quotidianamente l'acquisizione di nuove competenze nei lavoratori, fra digitali e/o innovative, cercando così di evitare che una tipologia di attività così dinamiche possano diventare mera esecuzione di compiti, atteggiamenti e comportamenti.

L'acquisizione di tali competenze *digital oriented* ha rappresentato per l'Impresa l'opportunità di accogliere al proprio interno un approccio lavorativo sempre stimolante ed acquisisce carattere essenziale con l'obiettivo di ridurre il divario digitale esistente in Italia, tra necessità delle Imprese e Personale Dipendente, oltreché per elevarsi a nuovi profili di occupabilità.

Questa tipologia di piani formativi ha avuto inizio nel 2020 ed ha visto coinvolte tutte le Aree funzionali aziendali interessate dal processo di innovazione e riorganizzazione digitale intrapreso da Camomilla Italia.

La metodologia adottata è stata quella dell'affiancamento *on the job* e la docenza è stata affidata sia a personale interno che esterno in possesso dei requisiti curriculari e delle competenze necessarie in materia.



Nel corso del 2021 sono state intraprese altre iniziative volte ad aumentare le competenze dei dipendenti in diversi ambiti:

1. Azioni formative relative all'area Qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti che perfezionano le tecniche intese come tutti i processi aziendali funzionali alla produzione di un bene o all'erogazione di un servizio;
2. Azioni formative relative all'area Digitalizzazione dei processi aziendali che puntano a migliorare l'efficienza dei processi attraverso una più efficace gestione di dati ed informazioni funzionali alle scelte strategiche di breve, medio e lungo periodo.

L'obiettivo generale di questo piano formativo ha consolidato le competenze tecniche necessarie per accompagnare la crescita professionale dei Dipendenti attraverso interventi mirati alla riqualificazione professionale.



ENJOY
YOUR
LIFESTYLE

La centralità del cliente

La soddisfazione del Cliente è la chiave del successo e condividerne le periodiche tendenze è essenziale per migliorare i risultati aziendali. Due volte l'anno vengono effettuate Survey secondo *cluster ad hoc*.



Come nostra cliente affezionata, abbiamo bisogno del tuo supporto per migliorarci!

Rispondi a qualche domanda, raccontaci la tua opinione su Camomilla Italia e sui tuoi prodotti preferiti... una sorpresa ti aspetta.
Il questionario è strettamente personale, anonimo e serve qualche minuto per compilarlo

[Partecipa Ora!](#)

Dal 2020 Camomilla Italia ha avviato un forte processo di *Digital Transformation* volto a dematerializzare i principali flussi aziendali ed a rendere più efficaci e mirata la cura per le proprie Clienti.

Il processo di *Digital Transformation* incentiva la trasparenza, la condivisione e l'inclusione di tutti i portatori d'interesse ed *in primis* del Cliente. Mediante tale processo si risponde alle mutevoli esigenze attraverso:

- **Customer Journey,**
- **Customer Service.**

L'utilizzo dei *touch point digitali* (Whatsapp Business, Chat&Collect, e-mail) ha permesso di rispondere alle vocazioni d'acquisto del Cliente.

In quest'ottica si è innanzi ad un cambiamento radicale: attraverso processi di *Customer Relationship Management* è stata creata una mappatura-Cliente dove sono state evidenziate, in maniera completa e puntuale, i comportamenti di acquisto e le richieste di assistenza della Cliente fidelizzata.

Al fine di evitare una comunicazione dispersiva sono stati presi in considerazione i reali bisogni della singola Persona attraverso una esatta segmentazione della *customer base*.

La cura e l'attenzione rivolta ad ogni Cliente accompagna sia la fase di conoscenza, attraverso i consigli delle Consulenti di Stile, sia la fase post vendita. I *touchpoint* hanno consentito di ottimizzare il processo di *Customer Service* ed hanno permesso l'assistenza *post vendita* in un complesso periodo post-pandemico.

Camomilla Italia è attenta alla gestione di tali attività, con particolare riferimento alla tematica della *cibersecurity* e della *protezione dei dati* richiesti al Cliente.

Il tema della *protezione della privacy* è disciplinato dalla normativa nazionale, e dalle Linee Guida OCSE, che Camomilla Italia abbraccia rispettando la riservatezza del Consumatore adottando misure per assicurare la tutela dei dati personali raccolti, archiviati, trattati.

In particolare, Camomilla Italia gestisce il programma fedeltà, *Lover Card Camomilla Italia*, che permette ai Clienti di accedere a numerose *promozioni* riservate e ad eventi di *private exclusive sales*. A tal fine le procedure di trattamento dei dati personali richiesti sono ideate nel rispetto del Regolamento Generale per la *Protezione dei Dati (2018)*.

Le attività sono costantemente monitorate con osservazione puntuale e prevedono il coinvolgimento del *Data Protection Officer (DPO)* e dell'Ufficio Legale interno.

Nel 2021 l'Azienda conferma il dato degli anni trascorsi riguardo l'assenza di segnalazioni in merito alla violazione o all'uso fraudolento dei dati personali raccolti.



Il nostro impegno sociale

Camomilla Italia e la Fondazione Veronesi



Il Brand
Camomilla Italia
si è sempre distinto
per la particolare
attenzione
nei confronti
delle Donne.

Donna che parla alle Donne e si impegna, da anni, in prima linea per la tutela della salute finanziando la ricerca scientifica contro il tumore al seno e promuovendo lo *screening periodico*.

Ogni anno, Camomilla Italia prende parte al progetto *PINK IS GOOD* della *Fondazione Umberto Veronesi*, attraverso donazioni, finanziando così il lavoro quotidiano dei Ricercatori.

L'impegno per il sociale che accompagna da sempre Camomilla Italia

Dal 2019 Camomilla Italia prende parte al progetto *Golden Links: i Legami Sono Oro*, con l'obiettivo di combattere la difficoltà di reperire indumenti, calzature e tanto altro, per popolazioni che versano in condizione di povertà estrema.

Tale progetto con *approccio circolare* nasce dall'importante azione di sistema promossa da Banca Intesa, con il coinvolgimento di Imprese, *Caritas Italiana, Caritas diocesane e Organizzazioni Non Profit*.

La logistica ed il confezionamento dei beni sono curati da Persone in condizioni di fragilità socioeconomica, in particolare Donne e detenuti, coordinati dalla rete *Caritas*.

I beneficiari sono famiglie che versano in stato di marginalità. Camomilla Italia, nel corso degli anni, ha rivolto la sua attenzione anche nei confronti dei più piccoli attraverso il progetto svolto in collaborazione con l'Ospedale Santo Bono di Napoli: *Nel Paese del Re Dottore*.

La collaborazione con il reparto di Pediatria dell'Ospedale Santobono di Napoli ha previsto diverse iniziative, tra cui la realizzazione di un *libro-album di filastrocche* per bambini degenti e il *restyling* delle porte del reparto di pediatria. Il fine è stato quello di contribuire alla nascita del nuovo progetto neonatale e garantire ai piccoli pazienti un Ospedale migliore.

Il libro, il cui protagonista è il *Re Dottore*, è stato illustrato da un gruppo di volontarie dell'Associazione *Nati Per Leggere*.





I prodotti e l'ambiente

L'attenzione al green: la Natural Collection

Nel corso del 2021 il *brand* ha rafforzato il proprio impegno a favore della sostenibilità attraverso la *Natural Collection*. Nata dall'interesse sempre più spinto verso la creazione di prodotti che uniscano il contenuto *fashion* con la funzionalità, il *green* e l'ecosostenibilità, in cui innovazione e qualità si fondono alla ricerca dei tessuti naturali. Tutto ciò ha dato vita ad una collezione realizzata attraverso processi produttivi innovativi, intelligenti e a basso impatto ambientale.

L'*Ufficio Stile* di Camomilla Italia è sempre alla continua ricerca di materiali e soluzioni innovative al fine di rispondere alle sempre maggiori esigenze del Cliente e dell'Azienda stessa in materia di riduzione dell'impatto ambientale.

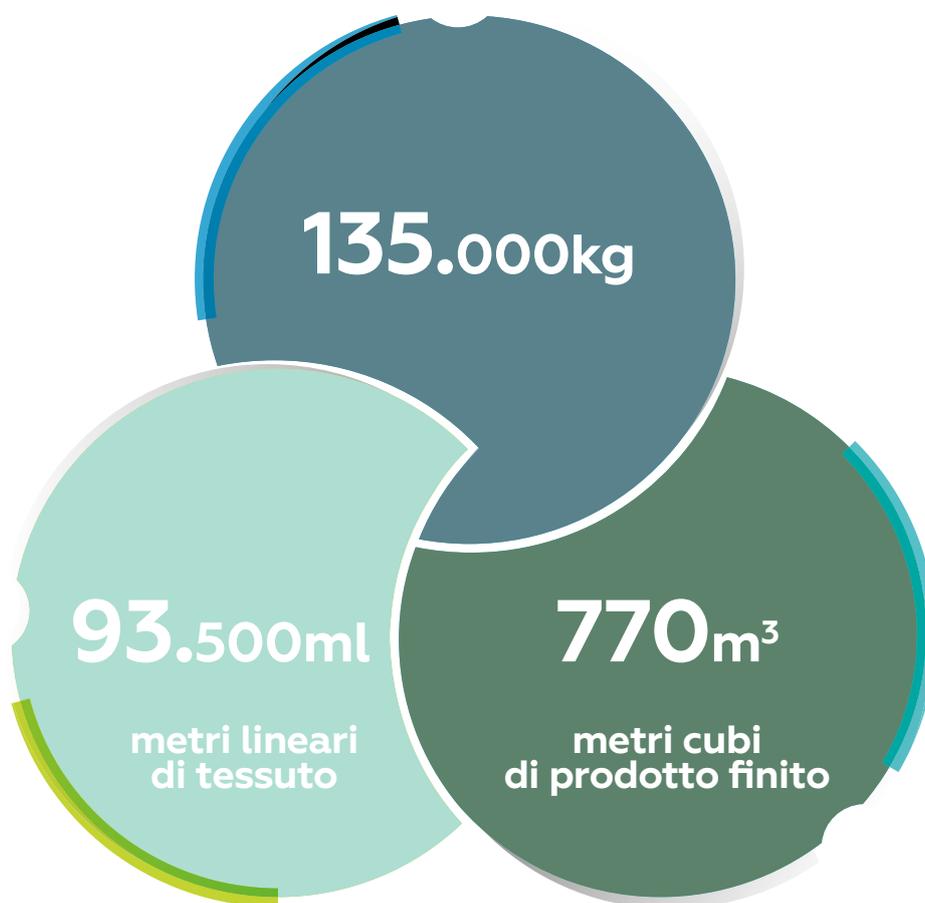
La *Natural Collection* è stata declinata nella maggior parte dei sotto reparti presenti in collezione (al 73% dei sotto reparti appartiene almeno un riferimento della *Natural Collection*) e costituisce il 18% della collezione accessori (per la stagione P/E).

Nello specifico, la proposta Abbigliamento della *Natural Collection* costituisce il 52% della collezione estiva, e il 28% della collezione invernale con un'attenzione particolare all'utilizzo di fibre artificiali ecosostenibili e certificate. L'inversione di tendenza si evince nell'uso dell'artificiale rispetto al sintetico: le *fibre tessili artificiali* sono realizzate in laboratorio ma si differenziano dalle fibre sintetiche per l'utilizzo della materia prima di origine naturale, che sostituisce quella di origine petrolifera.

Stagioni	Origine Naturale	Origine Artificiale	Origine Sintetica
Primavera/Estate	38%	33%	29%
Autunno/Inverno	15%	29%	56%

Stagioni	Made in Italy	Eestero
Primavera/Estate	48%	52%
Autunno/Inverno	33%	67%

L'utilizzo della materia prima di origine naturale nel 2021 è stato di 135.000kg, suddivisi in 93.500 metri lineari di tessuto Made in Italy e 770 metri³ di capi provenienti da fornitori esteri.



Altre novità presenti nella *Natural Collection* sono rappresentate dal tessuto 100% Bambù e Lino.

Nell'ottica dell'utilizzo di materiali sostenibili a favore di una riduzione dell'impatto ambientale, la *Natural Collection* prevede anche l'utilizzo di *labelling* e *packaging* rinnovato ed ecosostenibile:

- I pendagli *Natural Collection* sono realizzati in tessuto canvas con cartoncino ad acqua e cordoncino di chiusura in cotone, senza alcun elemento in plastica;
- Le *polybags* biodegradabili, con *team paper* interna riciclata e/o in plastica biodegradabile in sostituzione della spugna in poliestere;
- Il classico sacchetto contenitore in TNT è stato sostituito da un sacchetto in canvas.

Per quanto riguarda la proposta Accessori, la tabella che segue mostra la percentuale di riferimenti appartenenti alla Natural Collection.

SOTTOREPARTO	% Natural Collection
BORSE E POCLETTE	22%
FOULARDS E SCIARPE	33%
CAPPELLI	90%
BORSE MARE	76%

In particolar modo, il tessuto che maggiormente ha manifestato l'inclinazione all'ecosostenibilità è il *canvas*, divenuto protagonista di diverse tipologie di prodotti.

Il *canvas* è un tessuto naturale, ecologico e riciclabile ed è noto soprattutto per la sua particolare resistenza e robustezza che lo rende adatto a molteplici utilizzi. Proprio quest'ultima caratteristica ha reso possibile farlo diventare protagonista di diverse tipologie di prodotti tra cui:

- Scarpe, in cui lo troviamo mixato anche alla vera pelle,
- Marsupi,
- Zaini;
- Borse:
- Piccoli accessori;

La proposta Accessori Camomilla Italia si arricchisce di nuovi materiali come il *Lino*, la *Paglia*, la *Corda* ed il *Legno*. Di grande tendenza è la *Vera Pelle*, cui l'Azienda ha sempre creduto dando spazio nelle varie collezioni a diverse *capsule* di Borse e Cinture.

Caratteristica fondamentale di tutte le calzature presenti in collezione, è l'*insole* in 100% Vera Pelle.

Camomilla Italia ha condotto diverse attività al fine di ridurre l'acquisto di materiali a forte impatto ambientale, privilegiandone il riuso attraverso il recupero, ed ottimizzandone la movimentazione lungo la rete, in particolare:

abbiamo realizzato lo smaltimento attraverso canali certificati di 1.465 Colli di capi obsoleti/difettati, pari a circa 70.000 Capi e 20.000 Kg;

abbiamo realizzato il recupero delle grucce di plastica, movimentando 1.400 Colli, pari a circa 100.000 pz e 1.400 Kg;

abbiamo ottimizzato i flussi distributivi fisici ed azzerato i ritorni a vuoto della nostra movimentazione;

abbiamo proceduto al recupero e riutilizzo di Carta per imballaggio per l'80% del volume ritirato con conseguente riduzione del volume di acquisto di imballaggi;

abbiamo ottimizzato la movimentazione dal Deposito Centrale, verso i punti vendita, con un'apprezzabile riduzione nel flusso distributivo fisico;

abbiamo implementato un sistema distributivo Click and Collect per il ritiro degli Acquisti on line;

abbiamo lavorato ad un sistema di mappatura dei materiali di consumo al fine di prevederne la sostituzione a favore di materiali eco-compatibili.



Ciò in risposta prioritaria all'Obiettivo 12 – *Responsible Consumption and Production*, nella decisa convinzione che l'Azienda possa essere Attore e promotore di migliori opportunità di consumo consapevole e di vita sociale.

L'attenzione alla qualità ed alla sicurezza dei Prodotti e Servizi, e quindi dei nostri Clienti, Dipendenti e Collaboratori, si è trasformata nella profonda attenzione alla verifica qualitativa del nostro Prodotto ed alla rispondenza ai requisiti fisici desiderati.

Camomilla Italia collabora con costanza con Fornitori consolidati.

La procedura interna di valutazione di nuove Forniture consiste di:

valutazione del Fornitore;
analisi fisica dei campioni di tessuto;
ideazione e modellazione base della Referenza Prodotto;
monitoraggio costante delle fasi di produzione della Referenza.

A tal fine, Camomilla Italia ha costituito un processo di controllo continuo, attraverso un accordo commerciale con Professionisti Indipendenti dal Management aziendale.

Nel 2021 Camomilla Italia ha realizzato un'osservazione campionaria di tutte le Referenze Abbigliamento prodotte in Italia, impegnandosi nell'attività per circa 240 giorni 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.

Camomilla Italia persegue rapporti consolidati di lungo periodo con i propri fornitori.

Ciò non preclude l'ingresso di nuove collaborazioni anche con l'obiettivo di possibili upgrade dei propri processi.

L'ufficio Stile adotta profonde valutazioni che analizzano il fornitore nella fase di produzione e di consegna, al fine di valutare l'opportunità di nuove collaborazioni.

L'80% dei nostri fornitori segue standard di qualità (ISO 9001) ed è conforme alle regole di responsabilità sociale (BSCI - Business Social Compliance Initiative) ed utilizza materie prime certificate:



La certificazione BSCI si basa sugli standard lavorativi dell'*Organizzazione Internazionale del Lavoro* (ILO) e su altri standard internazionali come la *Carta dei Diritti Umani delle Nazioni Unite*, oltre che sui Regolamenti nazionali di ogni Paese.





La Natura all'interno del punto vendita

La strada di risparmio energetico e di ecosostenibilità intrapresa dall'azienda viene perseguita anche all'interno dei punti vendita.

A testimonianza della tendenza eco-sostenibile, Camomilla Italia tende a rigenerare gli arredi presenti nei vari punti vendita ove questo risulti possibile.

Sono stati utilizzati materiali ecologici per l'allestimento dei punti vendita al fine di privilegiare percorsi sostenibili nell'interesse collettivo della salvaguardia del nostro ecosistema.

In ogni punto vendita è presente pavimentazione in Gress Porcellanato che, per le sue caratteristiche di durabilità, riciclabilità e scarto zero durante la produzione, rappresenta la soluzione più ecologica.

L'attenzione inoltre è rivolta verso l'utilizzo di rivestimenti murali, tessuti per arredo e tendaggi in cui è presente un controllo dell'intera catena di produzione. Tutto ciò al fine di garantire che il Legno utilizzato per la carta da parati provenga da boschi gestiti con cura e conformemente alle norme del *Forest Stewardship Council (FSC)*.

Anche nella scelta delle pitture per la tinteggiatura dei punti vendita, Camomilla Italia si è orientata su marchi che sposano in pieno la problematica ambientale. A tal fine vengono utilizzate pitture di alta qualità a base di acqua contenenti bassi livelli di solventi e di sostanze nocive.

L'impegno profuso da Camomilla Italia verso l'ecosostenibilità è evidente anche nei progetti futuri: eliminare tutti gli arredi in plastica e sostituirli con il legno naturale (FSC).

Proseguendo il cammino intrapreso dall'Azienda a supporto dell'ecosostenibilità per la salvaguardia del Pianeta, la proposta di allestimenti dalla stagione Primavera/Estate 2021 ha prestato particolare attenzione ai materiali utilizzati.

Tutto questo si è riversato nell'utilizzo in store e vetrine di materiali sostenibili, per un approccio sempre più ecologico: l'obiettivo è stato quello di realizzare vetrine sostenibili che salvaguardino l'Ambiente, riducendo le emissioni di CO2 generate in tutte le fasi di realizzazione del servizio.

Tra i materiali utilizzati vengono evidenziati il Legno, i Vimini, la Paglia ed il Cartone.

Concept allestimento

Camomilla italia continua ad impegnarsi dal punto di vista ambientale. Sceglie di essere *plastic-free* ed *eco friendly*, promuove il consumo consapevole ed ecosostenibile e il rispetto dell'ambiente.

L'allestimento vetrine ha le seguenti caratteristiche:

100% PLASTIC FREE

CERTIFICAZIONE FSC

BIODEGRADABILE

BASSE EMISSIONI DI CO₂



L'attenzione verso il Pianeta e la salvaguardia dell'ecosistema è evidente anche nel progetto di *restyling* delle *shopper* utilizzate in tutti i nostri punti vendita.

Il progetto ha avuto come obiettivo quello di eliminare l'utilizzo di materie plastiche utilizzando *shopper in carta, biodegradabili*, certificate FSC con verniciatura di protezione ad acqua.

Il marchio FSC certifica la gestione delle risorse forestali, garantendo la gestione dei Boschi, la provenienza del Legno e la rintracciabilità dei prodotti legnosi una volta commercializzati e trasformati.

L'utilizzo di vernici ad acqua, ecologiche, garantisce la riduzione del 95% delle emissioni di sostanze nocive rispetto alle classiche vernici a solvente.

Nel corso del biennio 2019/2020 è partita la campagna di sostituzione del parco stampanti *laserjet* presso tutti i punti vendita con nuovi modelli a getto di inchiostro. Questa sostituzione, arrivata oggi a circa il 79% ha comportato benefici in termini di:

Produttività: le stampanti a getto d'inchiostro hanno una vita maggiore ed, inoltre, richiedono inferiori livelli di manutenzione;

Costi di gestione: il maggiore rendimento di queste stampanti riduce la quantità di inchiostro utilizzato;

Impatto ambientale: la drastica riduzione dell'impatto ambientale deriva dall'assenza di calore necessaria per la stampa e dall'azzeramento delle emissioni di ozono per l'assenza di toner da smaltire.

Diamo alla Natura una seconda chance: la collezione RE-MIX, il progetto Treedom e la Green Week



Con la Stagione *Fall/Winter 2021* ha fatto ingresso nei negozi la *Collezione ReMix*, la prima collezione di *upcycling* firmata Camomilla Italia che reinserisce capi delle precedenti stagioni che, causa *lockdown* post-pandemici, non hanno raccolto la giusta visibilità. L'obiettivo di riduzione catturato è pari al 20% della produzione annua di Referenze.

Attraverso *ReMix* Camomilla Italia ha voluto esprimere una nuova visione, riproponendo capi iconici e rappresentativi del suo *DNA* per riviverli al meglio.

L'Azienda ha legato alla *Collezione ReMix* il *Progetto Treedom*, piattaforma web per la piantumazione a distanza di alberi, piantando 500 alberi in Tanzania, Ecuador, Madagascar e Kenya, che sono stati poi regalati ad ogni Cliente *ReMix* dando vita alla prima *Foresta Camomilla Italia*, un polmone verde per abbattere la quantità di CO₂.

La condivisione di valori comuni, senso di responsabilità per l'Ambiente e per le Generazioni future, hanno reso questa collaborazione un'iniziativa concreta di sostenibilità ambientale e sociale volta a preservare le aree verdi della Terra. I risultati raggiunti sono stati analizzati e quantificati in termini di riduzione di emissione di CO₂.

Ogni albero di *Treedom* ha una pagina *online*, viene geolocalizzato e fotografato, può essere custodito o regalato. Grazie alla piattaforma digitale, il Donatore potrà seguire l'evoluzione del suo albero e della Comunità che se ne prenderà cura, rendendo concreto un gesto semplice e apparentemente solo virtuale.



The screenshot shows the profile page for 'CAMOMILLA italia'. On the left is a circular logo with the text 'CAMOMILLA italia'. To the right, the name 'CAMOMILLA italia' is displayed in a large, bold font. Below the name, three statistics are shown: '500 Alberi', '-96,35 t* CO₂', and '4 Paesi'. At the bottom of the profile section, there are two buttons: a green 'Condividi' button with a share icon and a dark blue 'Hai un Treecode?' button with a leaf icon.



The screenshot shows the 'Alberi piantati' section. The title 'Alberi piantati' is followed by a paragraph: 'I nostri alberi sono fotografati, geolocalizzati ed hanno una loro pagina online dove puoi seguire la storia del progetto di cui fai parte.' Below this, there are four cards representing different countries with their respective flags and tree counts: Ecuador (120 alberi), Kenya (190 alberi), Madagascar (75 alberi), and Tanzania (115 alberi). At the bottom left of this section is a green link that says 'Scopri di più'.



Abbiamo, poi, implementato il nostro processo di Pianificazione Acquisti monitorando puntualmente i Costi d'Acquisto ed i Costi di Vendita, assicurando valore per tutto il *ciclo di vita* di ogni Collezione.

Il processo di *Pianificazione Acquisti e Pianificazione Fabbisogno* per l'intera rete progetta un investimento efficiente in termini di risorse e mezzi, definisce il dimensionamento ottimale delle Scorte necessarie a raggiungere gli Obiettivi di vendita, riducendo l'impatto di un'eccessiva Rimanenza del Prodotto con evidenti riflessi ambientali ed economici.

L'Azienda ha comunque sviluppato la propria presenza in numerosi *Outlet village* che offrono Rimanenze opportunamente selezionate.

Tra i settori a maggior impatto ambientale, il comparto della moda deve essere protagonista di soluzioni di portata globale.

Abbiamo intrapreso da anni un cammino per ridurre l'impatto ambientale. L'azione inizia dalla sede centrale e prosegue nei punti vendita.



Camomilla Italia è una delle Aziende italiane selezionate che hanno partecipato alla *Green Week 2021*.

La manifestazione vuole esplorare le molteplici declinazioni della *green economy*, dall'efficienza energetica all'*economia circolare*, mobilità sostenibile e tutela ambientale, attraverso la lotta ai mutamenti climatici, la riqualificazione urbana, il cibo, la Natura.

sabato 10 Luglio 2021 / ore 10:00 - 11:15
Le Village by CA

**IL SISTEMA MODA PUÒ ESSERE
DAVVERO SOSTENIBILE?**

Sezione
I Grandi Eventi

Intervengono
Roberto Bottoli, amministratore delegato Lane Bottoli

Ilaria Sorrentino, HR e responsabile rete vendita Camomilla Italia
Luca Vignaga, amministratore delegato Marzotto Lab

Conduce
Elena Masia, sustainability specialist Nexteco

Abbiamo aderito alle *Fabbriche della Sostenibilità* che hanno aperto le porte a visite guidate, *workshop*, seminari, *talk*, destinati a studenti delle Scuole Secondarie, Dottorandi e Ricercatori, oltre Professionisti ed Esperti, per sensibilizzare sui temi della sostenibilità ambientale e con l'intenzione di promuovere prodotti con un più basso impatto e tecniche rispettose dell'ambiente.



L'attenzione all'ambiente nei nostri uffici Anche un piccolo gesto può fare la differenza per il nostro Pianeta...

Ci impegniamo nel migliorare la sostenibilità ambientale degli Uffici, riducendo l'utilizzo di materiali plastici e non biodegradabili ed incentivando la politica di raccolta differenziata.



Evitiamo l'acquisto di materiali che rappresentano un rischio per le specie animali o vegetali, attraverso l'acquisto di prodotti sanificanti non tossici, di carta e bicchieri biodegradabili, di carta riciclata ad uso ufficio.



Ciò in risposta prioritaria agli Obiettivi 14 – *Life below Water* e 15 – *Life on Land*, nella decisa convinzione che l'Azienda possa essere Attore e promotore di migliori opportunità di consumo consapevole e di vita sociale.

Questi Obiettivi hanno spinto Camomilla Italia, negli ultimi anni, a proiettare con maggiore attenzione questo aspetto, implementando piccole modifiche operative che hanno ridotto l'impatto ambientale del lavoro d'ufficio di tutti i suoi Dipendenti.

Il primo passo verso un'ottica di lavoro più rispettoso dell'Ambiente è stato fatto attraverso l'utilizzo di *stampanti condivise*: con l'adozione di stampanti di nuova generazione con piattaforma di autenticazione e monitoraggio centralizzato, sono stati ottimizzati i consumi di toner e dei relativi materiali di scarto.

La piattaforma di autenticazione inoltre ha consentito l'abbattimento della duplicazione delle stampe dovute allo smarrimento.

Nel 2018/2019 il volume di copie si è attestato a 185.000 stampe B/N e 115.000 copie colore.

Nel 2021 i consumi rilevati sono di 131.000 copie B/N e 72.000 copie colore con una riduzione del 30%.

Una delle maggiori novità che ha consentito di ridurre in maniera massiccia gli sprechi è stata l'inizio di un processo di *Digital Transformation*, tutt'oggi in corso. Questo processo, volto a digitalizzare tutti i processi aziendali ha portato, ad oggi, alle seguenti innovazioni:

conservazione sostitutiva e contabilizzazione automatica delle fatture del ciclo attivo: con azzeramento complessivo delle stampe necessarie per il data entry e per il controllo;

dematerializzazione delle Fidelity Card: allo stato attuale, Camomilla Italia è impegnata per il rilascio del progetto che porterà alla sostituzione del modulo cartaceo di raccolta dati con un applicativo web in grado di condividere real time i dati inseriti, evitando così la stampa dei moduli, il trasporto fisico dei moduli in Sede, la conservazione documentale nei magazzini;

processo di virtualizzazione: al fine di ottimizzare il fabbisogno hardware ed i consumi energetici, i server utilizzati in precedenza sono stati sostituiti da due server più performanti ed uno storage. Su questi è stata installata la soluzione VMware che oggi ospita circa 15 server virtuali.

... ed anche per le Persone!

Nel corso del 2021 si è concluso il progetto di *hardware replacement*.

Le valutazioni che hanno spinto all'adozione di questo progetto sono state:

- Ottimizzazione dei consumi energetici: l'utilizzo di *PC All in One* comporta l'alimentazione di un solo *device*.
- *Monitor* da 24" a tecnologia led: i *monitor* che adottano questa tecnologia hanno consumi inferiori e registrano caratteristiche di maggior fruibilità per l'Utente.
- Comodità per l'utente: un unico dispositivo da alimentare implica meno cavi e rende la postazione più comoda per l'operatore.



Marketing Responsabile e Consapevole

Ogni parola ha conseguenze

Comunicare è una responsabilità ed essere autentici è fondamentale per la cura di ogni relazione.

L'impegno di Camomilla Italia è concreto e costante nel connettere le parole con i fatti, in ogni messaggio veicolato.

Promuoviamo l'utilizzo di parole e termini dal significato chiaro, rinnegando un linguaggio poco vago; rinneghiamo l'utilizzo di immagini enfatiche in modo ingiustificato; abbracciamo un linguaggio comprensibile, rinnegando l'utilizzo di termini troppo tecnici; forniamo dati e informazioni a sostegno delle affermazioni e rinneghiamo pratiche di green washing; promuoviamo l'uso di claim di nostra ideazione.

L'Azienda pone profonda attenzione a tutte le attività aziendali in grado di sostenere la propria scelta *green* nella filiera. Identifica e sceglie Fornitori in linea con la propria filosofia, che producano e commercializzino riducendo gli impatti.

Il Cliente consapevole è attento alle dimostrazioni di Trasparenza. L'Azienda cura la propria comunicazione focalizzando l'attenzione sugli aspetti più solidi del proprio *business*, permettendo un'esperienza di acquisto chiara ed efficace.

Camomilla Italia informa il proprio Utente circa scelte sostenibili e di consumo responsabile, che mettano in primo piano la riduzione degli sprechi, l'utilizzo di energie rinnovabili ed uno stile di vita sano.

Camomilla Italia non ha riscontrato segnalazioni per violazioni alle normative ed ai Codici di Autoregolamentazione e conferma il dato degli anni trascorsi riguardo l'assenza di segnalazioni in merito alla violazione o all'uso fraudolento delle Comunicazioni Marketing.

Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità di Camomilla Italia rappresenta le azioni del 2021 con l'obiettivo di comunicare l'impegno profuso, in una dichiarazione strutturata e non finanziaria, e coinvolgere gli Stakeholders sulle performance sociali ed ambientali.

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

Le informazioni condivise appartengono all'esercizio dal 1° Gennaio al 31 Dicembre 2021.

Sono state riportate informazioni relative ad esercizi precedenti, quando possibile, al fine di rendicontare l'andamento delle performance.

Per fornire una rappresentazione puntuale dei risultati è stato privilegiato l'utilizzo di indicatori empiricamente misurati, ove possibile non ricorrendo a stime.

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

Il Bilancio non è soggetto a verifica esterna. È stato redatto nel rispetto delle tempistiche previste per il Bilancio di Esercizio 2021 ed è sottoposto alla valutazione del Collegio Sindacale di Camomilla Italia.

102-1	Nome dell'Organizzazione	7 - 25	
102-2	Attività, Marchi, Prodotti e Servizi	25	
102-3	Luogo della Sede Principale	25	
102-4	Luogo delle Attività	25	
102-5	Proprietà e Forma Giuridica	7	
102-6	Mercati serviti	9	
102-7	Dimensione dell'Organizzazione	8; 9	
102-8	Informazioni sui Dipendenti ed altri Lavoratori	36	
102-9	Catena di Fornitura	59	
102-10	Modifiche significative all'Organizzazione ed alla sua Catena di Fornitura	59	
102-12	Iniziative esterne	25 - 51 - 68	
102-13	Adesione ad Associazioni	13	
102-14	Dichiarazioni di un alto Dirigente	3 - 5	
102-16	Valori, Principi, Standard e norme di comportamento criticità relativamente a questioni etiche	11	
102-18	Struttura della Governance e relativi comitati	26	
102-36	Processo per determinare la Retribuzione	32	
102-40	Elenco dei Gruppi di Stakeholders	12	
102-41	Accordi di Contrattazione Collettiva	30	
102-42	Individuazione e Selezione degli Stakeholders	12 - 15	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli Stakeholders	11 - 12 - 15 - 49	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	15	
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	15	
102-47	Elenco dei Temi Materiali	17 - 18 - 19 - 20 - 21	
102-50	Periodo di Rendicontazione	28	
102-52	Periodicità di Rendicontazione	28	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	74	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità a GRI Standards	74	
102-55	Indice dei contenuti GRI	75	
102-56	Assurance esterna	28	
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	16 - 17 - 18 - 19 - 20 - 21 - 22	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	28 - 29 - 30 - 46 - 59	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	3 - 27 - 28 - 44 - 45 - 58 - 66 - 67	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	30	
204-1	Proporzione si spesa verso fornitori locali	55	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	55 - 63	Non è stato possibile raccogliere il dato relativo all'utilizzo di Arredi sostenibili, l'Azienda si impegna a rendicontare il dato in future rilevazioni
301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	58	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	36	
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno	32	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	36	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	30	
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sicurezza per categorie di prodotti e servizi	60	
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	60	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	73	
418-1	Denunce comprovate riguardanti la violazione della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	50	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	31	

An aerial photograph of a lush green forest. A dirt road winds through the center of the forest, starting from the top right and moving towards the bottom. The trees are dense and vibrant green. The text 'CAMOMILLA' is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font, with 'italia' in a smaller, white, cursive font below it.

CAMOMILLA
italia