



BILANCIO SOCIALE 2019



BILANCIO SOCIALE 2019



indice

- 5** Introduzione
- 5** Premessa: perché il Bilancio Sociale Stamperia di Lipomo S.p.A.
- 6** Lettera dell'Imprenditore
- 8** Identità aziendale
 - 9 *I Valori, la Mission e la Vision*
 - 10 *Evoluzione storica*
 - 12 *La catena del valore*
 - 20 *Corporate: genesi, evoluzione, brand equity*
 - 24 *Organigramma*
 - 26 *Corporate Governance*
 - 27 *Il sito produttivo*
 - 32 *Politica per la qualità*
 - 33 *Responsabilità sociale*
 - 34 *La sostenibilità ambientale ed economia circolare*
 - 41 *Codice etico*
- 42** Il quadro economico – finanziario di sintesi
- 48** Gli stakeholder
 - 49 *Le risorse umane*
 - 57 *I clienti*
 - 58 *I fornitori*
 - 60 *La collettività*
 - 62 *L'indotto*
 - 63 *Progetti ed investimenti per lo sviluppo*
 - 67 *Indicatori non economico-finanziari*





Introduzione

Il nostro primo Bilancio Sociale si riferisce all'esercizio 2019.

Per ridurre l'impatto ambientale sono state prodotte un numero limitato di copie cartacee in carta riciclata. Esso è liberamente riproducibile in modalità "copyleft" citando come fonte: "Bilancio Sociale Stamperia di Lipomo S.p.A.". Inoltre, è possibile scaricare interamente il documento dall'indirizzo internet: www.stamperiadilipomo.com

Premessa: perché il Bilancio Sociale Stamperia di Lipomo S.p.A.

Il nostro Bilancio Sociale si pone quale strumento per offrire spunti derivanti dalla nostra esperienza riconducibile al corretto concetto di impresa, ossia alla funzione svolta come soggetto economico che, pur perseguendo il proprio interesse prevalente, contribuisce a migliorare la qualità della vita dei membri della società in cui è inserito. La condivisione della nostra missione aziendale è l'elemento fondamentale che da sempre ha consentito alla Stamperia di Lipomo S.p.A. di ottenere il consenso della Clientela, del proprio Personale, di tutti gli stakeholder.

Lettera dell'Imprenditore

È il nostro primo Bilancio Sociale: ciò genera in tutti noi un forte desiderio di comunicare in piena trasparenza i principi fondanti della nostra storia aziendale. La Stamperia di Lipomo S.p.A. si è negli anni consolidata grazie ai continui investimenti in macchinari tecnologicamente avanzati, e all'insostituibile contributo offerto dal "capitale umano": la capacità di essere un team, il lavoro di squadra, la flessibilità sono infatti gli elementi che contraddistinguono la nostra capacità di rispondere alle sempre più frenetiche sollecitazioni del mercato ed alle sue pressanti esigenze. Infatti, ogni collaboratore nel rispetto del valore del lavoro, del valore della dignità della persona, ha condiviso il conseguimento del bene comune, dell'impresa e della comunità, con un forte legame al "Made in Italy".

6

Operiamo cercando di valorizzare la pluridecennale tradizione dell'artigianalità tutta italiana coniugandola con l'innovazione tecnologica e cercando di minimizzare l'impatto ambientale. Il massimo rispetto per il Cliente, per le sue esigenze sono la mission aziendale: innovazione e sviluppo sono le nostre costanti d'investimento che ci hanno permesso e ci consentiranno di essere apprezzati presso tutte le aziende leader della moda e dell'arredamento. Rafforziamo anche la nostra presenza sul territorio scegliendo nella quasi totalità Fornitori locali, promuovendo interventi di liberalità che contribuiscono alla crescita degli standard di qualità di vita della Comunità in cui operiamo e di quelle estere più bisognose. Abbiamo elaborato ed implementato procedure che vanno a costituire la governance aziendale.

Ci sforziamo e ci impegniamo di mantenere nel tempo tutti gli impegni presi con la Collettività, con i Clienti, con i Fornitori e con tutti i nostri Collaboratori.

Il 2019 si è chiuso, nonostante il rallentamento dell'economia mondiale, in linea con gli obiettivi prefissati. Per il raggiungimento dei nuovi obiettivi sempre più ambiziosi e sfidanti sarà fondamentale il contributo di tutti nello spirito di unità che ci ha sempre contraddistinto.

Gianluca, Marco e Matteo Brenna







8

IDENTITÀ AZIENDALE



La Stamperia di Lipomo S.p.A. è una media impresa tessile situata nel cuore del Comasco, da secoli zona di alta cultura serica.

Attiva da oltre 60 anni e forte di una tradizione familiare, l'azienda opera nel settore tessile, come stamperia e finissaggio per conto terzi.



I principali settori merceologici a cui sono rivolte le produzioni corrispondono a:

- abbigliamento femminile esterno
- abbigliamento maschile
- accessori in genere
- bagno
- intimo
- arredo



La produzione della "Stamperia di Lipomo S.p.A." è indirizzata principalmente al settore dell'abbigliamento, dell'accessorio e dell'arredo con la lavorazione di una vasta gamma di fibre:

- naturali: seta, lana, cotone
- sintetiche; poliestere, nylon
- artificiali: viscosa, rayon, altre
- miste: ottenute tramite mischia delle precedenti



I VALORI, LA MISSION E LA VISION



I VALORI

I nostri Valori, nell'accezione etica del termine, sono lo specchio della nostra identità organizzativa e rappresentano la linfa che anima l'azienda.

Sono individuabili all'interno di ogni tema del Bilancio Sociale, in ogni nostro processo e attività, ma soprattutto, sono i punti cardine sui quali ogni anno intendiamo lavorare per permetterci un costante miglioramento e sono così identificabili:

Centralità e rispetto della Persona, valorizzazione dei Collaboratori

Focus on Human value

Il rapporto con ogni nostro singolo Collaboratore è basato sul concetto di valorizzazione individuale compenetrato nella collegialità, e della specifica rappresentazione e coinvolgimento di ognuno, nei vari ambiti decisionali.

Le nostre persone sono coinvolte in una costante formazione interna, specialistica ed allargata, in una continua formazione esterna, aperta ai vari input e alle diverse sollecitazioni, perseguendo il fine di un "Umanesimo digitale", etico e tecnologico al tempo stesso, che sa guardare al patrimonio di competenze "umane" che sappiamo esprimere.

Flessibilità e affidabilità

Be agile, be reliable

Intesa come la capacità di lavorare con standard elevati in sistemi complessi e a volte imprevedibili. La struttura produttiva, così come quella del sales and marketing, affrontano ogni giorno esi-

genze diverse manifestate sia da Clienti che dal Personale interno in termini di progetti. È gioco – forza disporre di elevate "dosi" di flessibilità / affidabilità quali vantaggio competitivo per presidiare il mercato.

Uso responsabile e sostenibile delle risorse
Respons-ability and Sustain-ability

Diamo importanza a tutte quelle risorse che oggi sembrano "comuni" o "a basso costo". La politica circa la gestione della risorsa "energia" (dotazione aziendale di sistemi fotovoltaici), ne è un esempio così come, dove possibile, la scelta di Fornitori locali. Ci impegniamo costantemente per la riduzione delle emissioni inquinanti e poniamo grande attenzione ai prodotti usati con focus ai materiali usati e alle tecniche applicative, affinché tutto risulti sostenibile e chiaramente spiegabile, nella certificazione e nella comunicazione di esso.



MISSION

La nostra Mission, da sempre, si esprime nel trasferimento della pura creatività dell'artista, dei designer/clienti, sui materiali, attraverso l'utilizzo di tutta la tecnologia disponibile. Questo tipo di approccio tiene conto della diversificazione dei settori, delle diverse destinazioni d'uso del prodotto lavorato, dall'arredamento all'abbigliamento, consci delle continue commistioni tra gli stakeholders, dell'anticipazione dei trends, all'interno di una diversa temporalità. Il prodotto viene concepito in virtù della sua destinazione: il suo grado di circolarità e le certificazioni attestano così le varie fasi di lavorazione. Ogni fase è sostenuta dalla necessità di comunicare, affinché questa circolarità di processo appaia evidente, la qualità spiegata, la contemporaneità sottolineata, il valore correlato trasferito in modo completo.



VISION

La nostra Vision custodisce la volontà di riuscire a risolvere a tutto tondo i problemi di lavorazione su tessuto - in particolare stampa e finissaggio - dei nostri clienti, non perdendo di vista la nostra caratteristica creatività, quella creatività d'impresa, somma di valori e di intenti. È una visione che ci vede tendere costantemente alla ricerca tecnica e tecnologica, attribuendo grande rilevanza ad una cultura a 360°.

EVOLUZIONE STORICA



Da un punto di vista meramente storico, le tappe fondamentali dell'evoluzione della struttura aziendale possono essere così riassunte:



- **1960**
costituzione dell'azienda.
- **1960**
luglio - avvio prime produzioni di stampa a mano.
- **1970**
ampliamento dei reparti di stampa a mano e delle operazioni complementarie.
- **1972**
acquisizione prima manomacchina.
- **1980**
automatizzazione dei reparti di stampa a mano via via trasformati in stampa a carrello pneumatico (Gali).
- **1981**
apertura primo reparto di finissaggio.
- **1986**
acquisto prima macchina da stampa a quadri rotativi.
- **1987**
trasformazione azienda da S.n.C. a S.p.A.
- **1996**
primi approcci alla stampa alla stampa digitale.
- **1997**
acquisto di una partecipazione nella DDP (Direct Digital Printing).
- **1999**
Progetto Life circa l'impatto ambientale prodotto dalla stampa digitale.
- **2010**
incorporazione della DDP nella Stamperia di Lipomo S.p.A.
- **2018**
acquisizione ramo d'azienda Nuova Tisba S.r.L.
- **2019**
riqualificazione parte dell'impianto elettrico, gas e dello stabilimento in generale.





Abbinati a questi passi storici vi sono quelli relativi allo sviluppo della cultura aziendale relativa alla sostenibilità che, da sempre, è stata ed è oggetto di massimo interesse.



1977 – 1980

costituzione Consorzio Comodepur ed avvio del processo di depurazione degli scarichi industriali.

Dal 1977

costruzione ed acquisizione di pozzi per l'uso di acqua industriale e realizzazione acquedotto privato che convoglia l'acqua dai pozzi allo stabilimento.

1986

acquisto prima caldaia con recuperatore di calore.

1989

montato recuperatore di calore su acque di scarico sui lavaggi.

2010

acquisto seconda caldaia con recuperatore di calore: tutta l'energia prodotta è da allora gestita con recupero parziale di calore; acquisto linea di lavaggio con recuperatore di calore. Da allora tutte le linee godono di tale tecnologia.

2012 – 2013

smaltimento di tutte le coperture Eternit e realizzazione degli impianti fotovoltaici il primo da 328 Kw, il secondo da 101 Kw.

2016

prima indagine sui consumi energetici e sulle azioni di efficientamento: implementazione avvenuta nel 2017-18.

2017 – 2018

cambio di tutte le illuminazioni interne allo stabilimento con soluzioni led.

2019

implementazione dei sistemi di illuminazione led anche all'esterno dello stabilimento.

2020

miglioramento dell'adduzione dell'acqua industriale dai pozzi; abbattimento dei rischi relativi tramite lo spostamento della cabina di media tensione all'esterno dello stabilimento.

LA CATENA DEL VALORE



La nostra catena del valore è esplicitata nel modello operativo sottostante che illustra il processo di creazione di valore aggiunto. È anche alla base del vantaggio competitivo e delle unicità proprie di Stamperia di Lipomo S.p.A.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

INFRASTRUTTURA DELL'IMPRESA

GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

SVILUPPO DELLA TECNOLOGIA

APPROVVIGIONAMENTI



MARGINE

ATTIVITÀ PRIMARIE

LOGISTICA INTERNA

OPERATIONS

LOGISTICA ESTERNA

MARKETING E VENDITE

SERVIZI



MARGINE



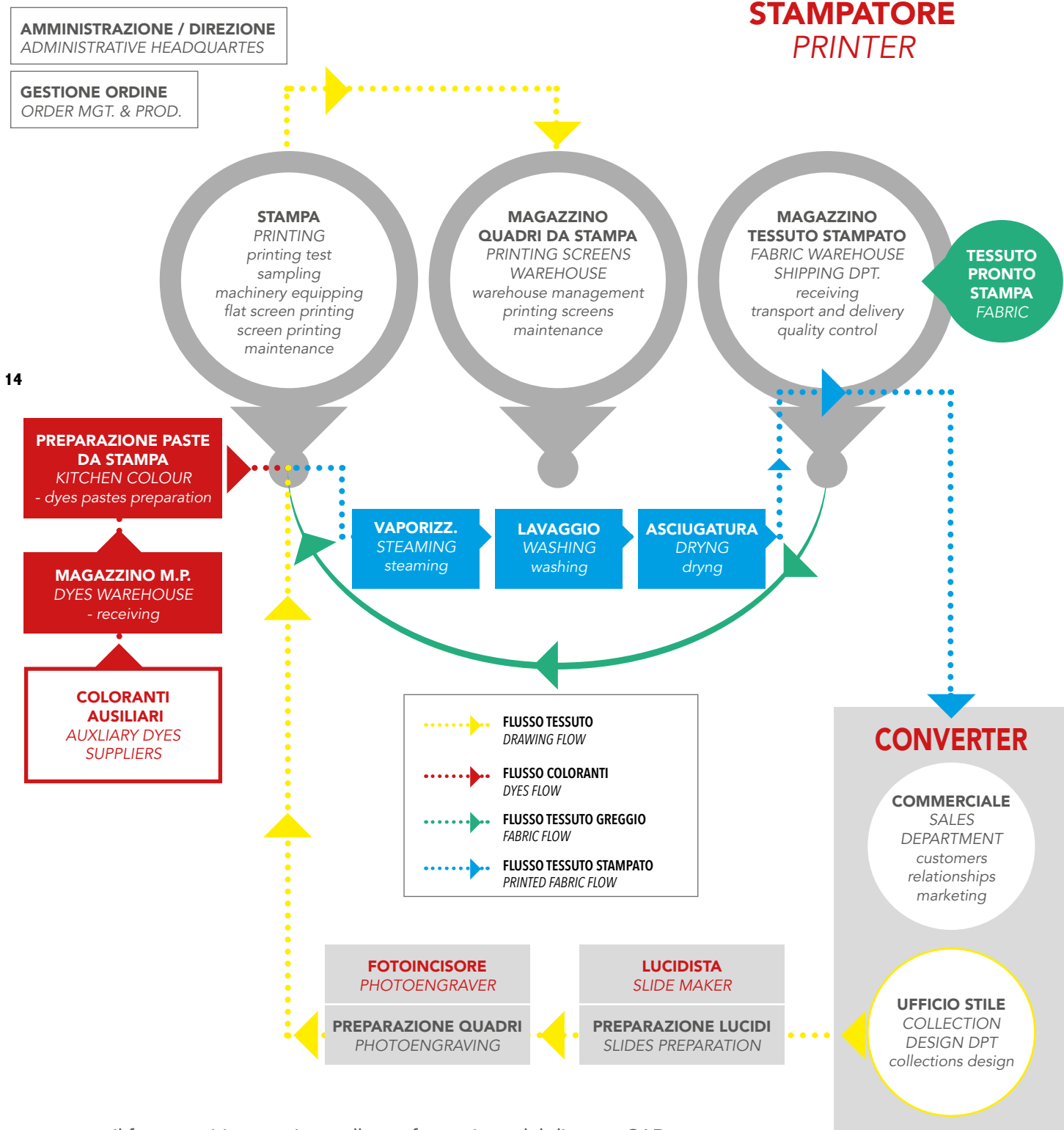
Stamperia di Lipomo S.p.A. si propone di promuovere lo sviluppo sostenibile applicando tecnologie eco-compatibili che portano ad una riduzione nel consumo di risorse naturali non rinnovabili.

È in quest'ottica che Stamperia di Lipomo S.p.A. è intervenuta sulla propria catena del valore poiché, dal punto di vista ambientale, le emissioni inquinanti delle imprese della stampa e nobilitazione tessile sono piuttosto rilevanti.





L'introduzione della **stampa digitale** porta a una **ristrutturazione** piuttosto radicale della **filiera**.



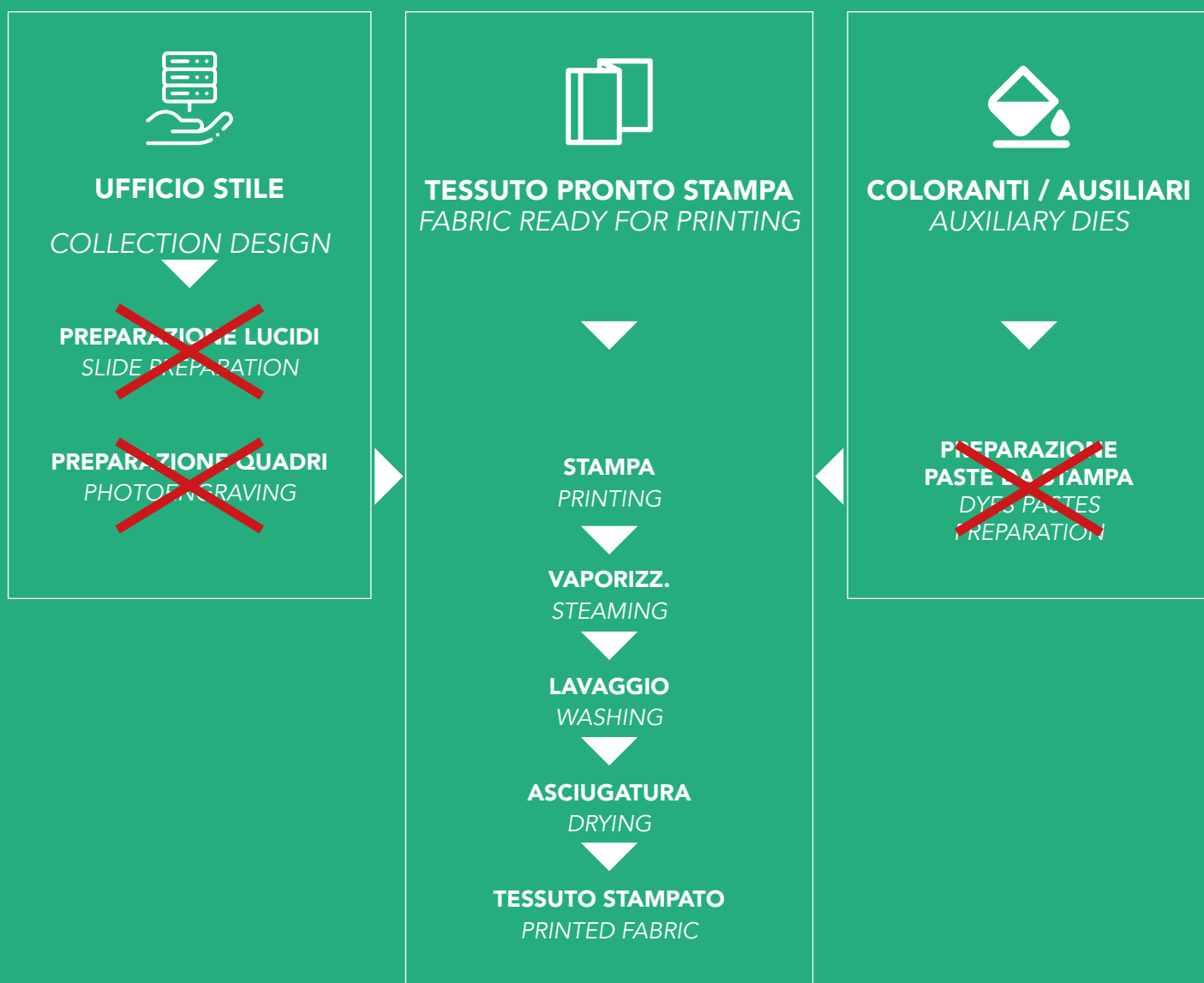
14

Il fattore critico consiste nella trasformazione del disegno CAD del tessuto da realizzare nel programma di stampa della stampante ink-jet.





I cambiamenti nel **processo produttivo** a seguito dell'**introduzione** delle **stampanti ink-jet** sono così sintetizzabili:



VALORI NORMALIZZATI (PER KT DI TESSUTO PRODOTTO)
VARIABLES NORMALISED PER PRODUCTION

CATEGORIA/CATEGORY	VARIABILE/VARIABLE	UNITÀ DI MISURA/UNIT	VALORE MEDIO/AVERAGE	CASI ANALIZZATI/CASES
EMISSIONE IN ARIA AIR EMISSION	CO ₂	t/kt	2.73951	28
	NO _x	t/kt	460.835	33
	SO ₂	t/kt	840.891	28
	VOC	t/kt	2.8991	16
EMISSIONE IN ACQUA WATER EMISSION	AOX	kg/kt	178.184	3
	BOD	t/kt	373.027	27
	COD	t/kt	202.886	35
	N	t/kt	3.77436	17
	P	t/kt	0.36117	16
	Cromo	kg/kt	4.82308	26
	Metalli Pesanti	kg/kt	10.7315	5
RIFIUTI SOLIDI SOLID WASTE	Speciali / Hazardous	t/kt	21.364	30
	Normali / Municipal	t/kt	131.813	40
	Riciclati / Recycling	t/kt	41.9841	35
	Totale / Total	t/kt	130.086	35
CONSUMO ENERGIA TOTAL ENERGY		TJ/kt	170.07	52
CONSUMO ACQUA WATER INPUT	Estrazione diretta Direct extraction	m ³ /kt	54063.5	34
	Da acquedotto pubblico Public supply	m ³ /kt	170441	48
	Totale Total	m ³ /kt	209223	61
CONSUMO MATERIALE E PRIMO MATERIAL INPUT	Solventi organici Organic Solvents	kt/kt	37.7962	16

16





La valutazione della **performance** della **nuova tecnologia** è stata ovviamente eseguita in termini comparati rispetto alle **tecnologie** di tipo **tradizionale**.

TECNOLOGIA TRADIZIONALE TRADITIONAL PRINTING TECHNOLOGIES

	ph	Solidi Sospesi Suspended solid material (mg/l)	BOD5 (mg/l)	COD (mg/l)	COD (dopo 1h) (mg/l)	Azoto Ammonia- cale (mg/l)	Azoto Kjeldhal (mg/l)	Fosforo (mg/l)
campione/sample1	8	150	101	500	423	3,5	32,9	1,2
campione/sample2	8,1	130	103	443	409	3,2	30,4	1,1
campione/sample3	7	120	85	400	340	3,6	37,2	1,2
campione/sample4	7,8	101	93	420	399	3,3	41,3	1
campione/sample5	7,8	101	93	420	399	3,2	36,5	1
campione/sample6	7,5	99	75	521	520	4	32	1,5
campione/sample7	7,7	77	81	320	290	2,4	37,5	0,9
campione/sample8	7,9	140	100	470	441	3,2	36,3	0,9
campione/sample9	7,8	85	87	393	361	3,1	30	1,1
campione/sample10	7,6	92	96	431	396	3,1	31	0,8
MEDIA/AVERAGE	7,72	109,5	91,4	431,8	387,8	3,26	34,51	1,07

17

I risultati dell'analisi comparata per la fase di lavaggio del tessuto stampato
The results of the tests for washing phase

TECNOLOGIA INK JET INK JET PRINTING TECHNOLOGIES

	ph	Solidi Sospesi Suspended solid material (mg/l)	BOD5 (mg/l)	COD (mg/l)	COD (dopo 1h) (mg/l)	Azoto Ammonia- cale (mg/l)	Azoto Kjeldhal (mg/l)	Fosforo (mg/l)
campione/sample11	7,8	70	65	340	297	3	17,2	1,3
campione/sample12	8	111	97	441	412	3,6	17,4	1,4
campione/sample13	7,7	80	85	330	270	2,8	15,9	0,9
campione/sample14	7,8	123	99	478	423	3	16,2	1
campione/sample15	7,9	86	88	402	351	2,7	16,9	1,3
campione/sample16	7,7	84	72	310	284	2,5	15,6	0,7
campione/sample17	7,6	88	87	400	390	3	16,2	1
campione/sample18	7	132	93	435	420	3,3	16,6	0,7
campione/sample19	7,5	115	97	439	395	2,9	16	1,2
campione/sample20	8,1	108	91	443	381	3	16,5	1,2
MEDIA/AVERAGE	7,71	99,7	87,4	401,8	362,3	2,98	16,45	1,07



APPROVVIGIONAMENTI

Gestione delle procedure di acquisto di materiali e tessuti. Controllo qualità su lotti mediante sistema interno controllo degli standard di riferimento. Per esempio standard del colore.



LOGISTICA ESTERNA

Procedura di attivazione delle consegne prodotto al cliente. Gestione del prodotto del cliente anche presso magazzino aziendale. Controllo qualità eseguito anche da terzi.



LOGISTICA INTERNA

Ricezione materia prima / merci per ciclo produttivo. Gestione dei vettori / corrieri da clienti / fornitori / aziendali.



MARKETING E VENDITE

Post-vendita: gestione problem solving, reclami – non conformità e/o integrazioni richieste dal cliente.



OPERATIONS

Preparazione dei tessuti per la stampa. Verifica della loro idoneità.



SERVIZI

Gestione del know-how aziendale a favore del cliente: "suggerimenti" circa modalità di stampa, risoluzione di "dubbi" tecnologici o circa impianto di lavorazione / serigrafico ottimale. Considerazioni condivise circa modalità di esecuzione del lavoro.





CORPORATE: GENESI, EVOLUZIONE, BRAND EQUITY



Stamperia di Lipomo S.p.A. ha come vocazione il mettere a disposizione dei Clienti un partner esperto, affidabile ed innovativo nella risoluzione delle specifiche loro attese.

20

Il know-how, la ricerca e sviluppo, l'innovazione, ma soprattutto la capacità di lavorare insieme sono i segreti della relazione vincente tra Cliente e Stamperia di Lipomo S.p.A. Infatti, insieme al Cliente si studiano le soluzioni migliori per l'ottenimento di prodotti unici, di elevata qualità. Tutti i legami sopra detti si fondano sulla lealtà e sulla trasparenza, fattori fondamentali che

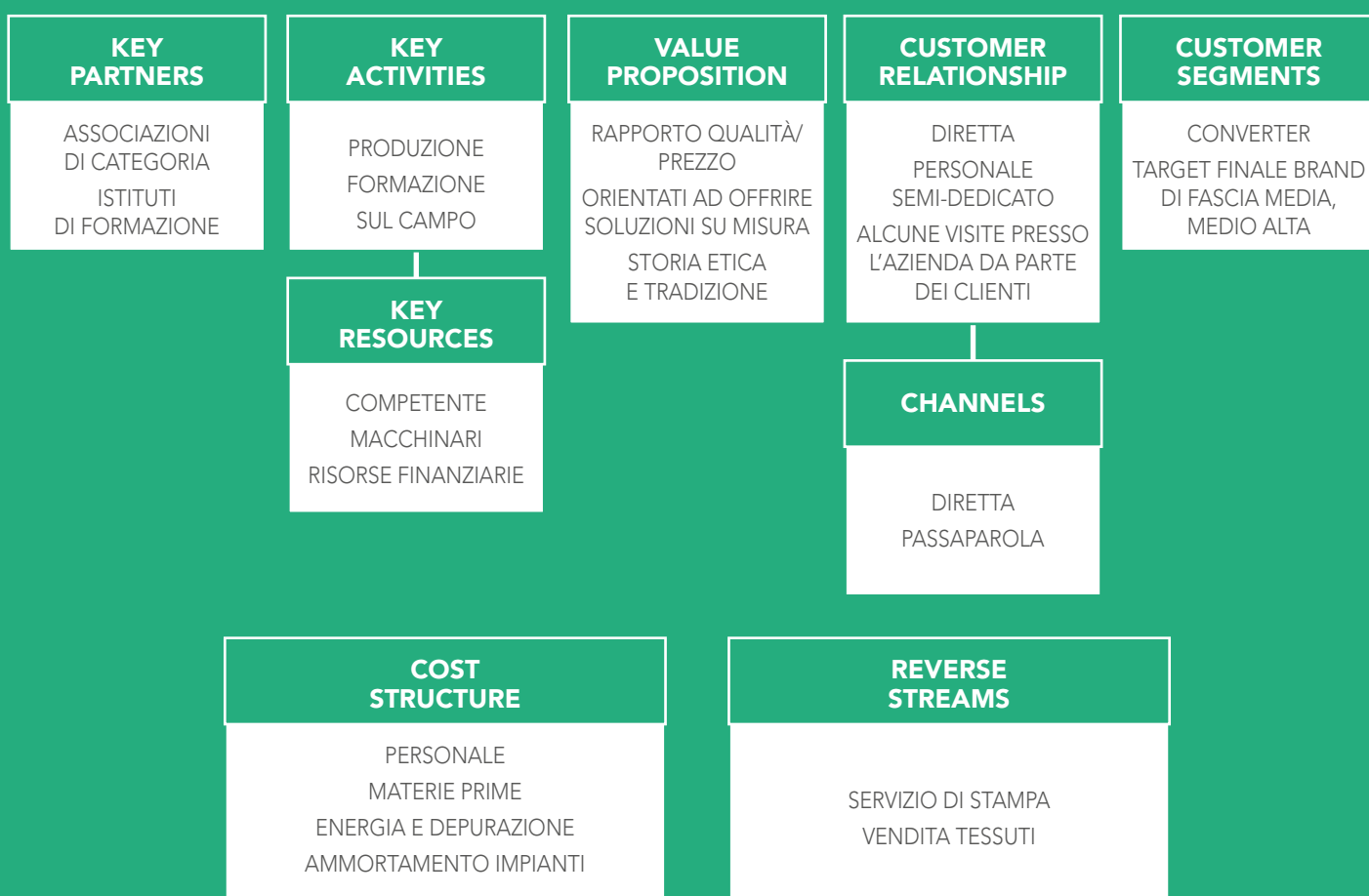
permettono all'azienda di continuare nel tempo ad investire, ad aumentare la visibilità del proprio marchio ed a raggiungere un livello sempre più crescente di performance che si concretizza nell'incremento della propria quota di mercato. La genesi e l'evoluzione della "Corporate" a cui si abbina il livello di brand equity trovano riscontro nell'applicazione del seguente paradigma:

TEMA	DESCRIZIONE
LA FLESSIBILITÀ	Pianificazione ed ottimizzazione delle risorse produttive che coniughi qualità - tempi - costi in risposta alle richieste del mercato
I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI	La capacità di sostenere/migliorare risultati di redditività e produttività
LE COMPETENZE AZIENDALI	La capacità di attrarre (e mantenere all'interno del proprio organico) competenze tecniche sempre più "rare"
L'IMPRONTA AMBIENTALE	Oltre il rispetto del cogente, le iniziative di sostenibilità ambientale in linea con i requisiti di settore
LO SVILUPPO COMMERCIALE	La necessità di sviluppare azioni commerciali ed aprire nuovi mercati



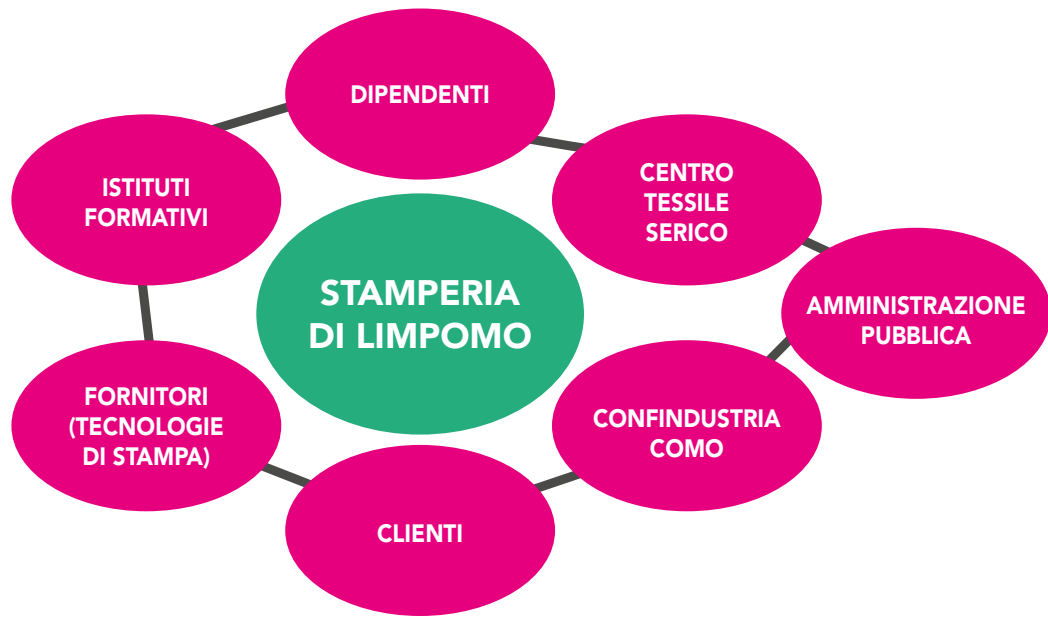


Il **modello** di **business** conseguente ha la **seguinte struttura** ed attuazione:





Le relazioni
con i portatori
di **interesse.**





Il marchio quale **"logo aziendale"**, fino al **1993**, corrispondeva alla semplice scritta indicante l'azienda. Poi, da allora, ha assunto le **"fattezze"** attuali. Probabilmente qualche **"evoluzione"** sarà praticata nel prossimo **futuro**.

Stamperia di Lipomo



ORGANIGRAMMA



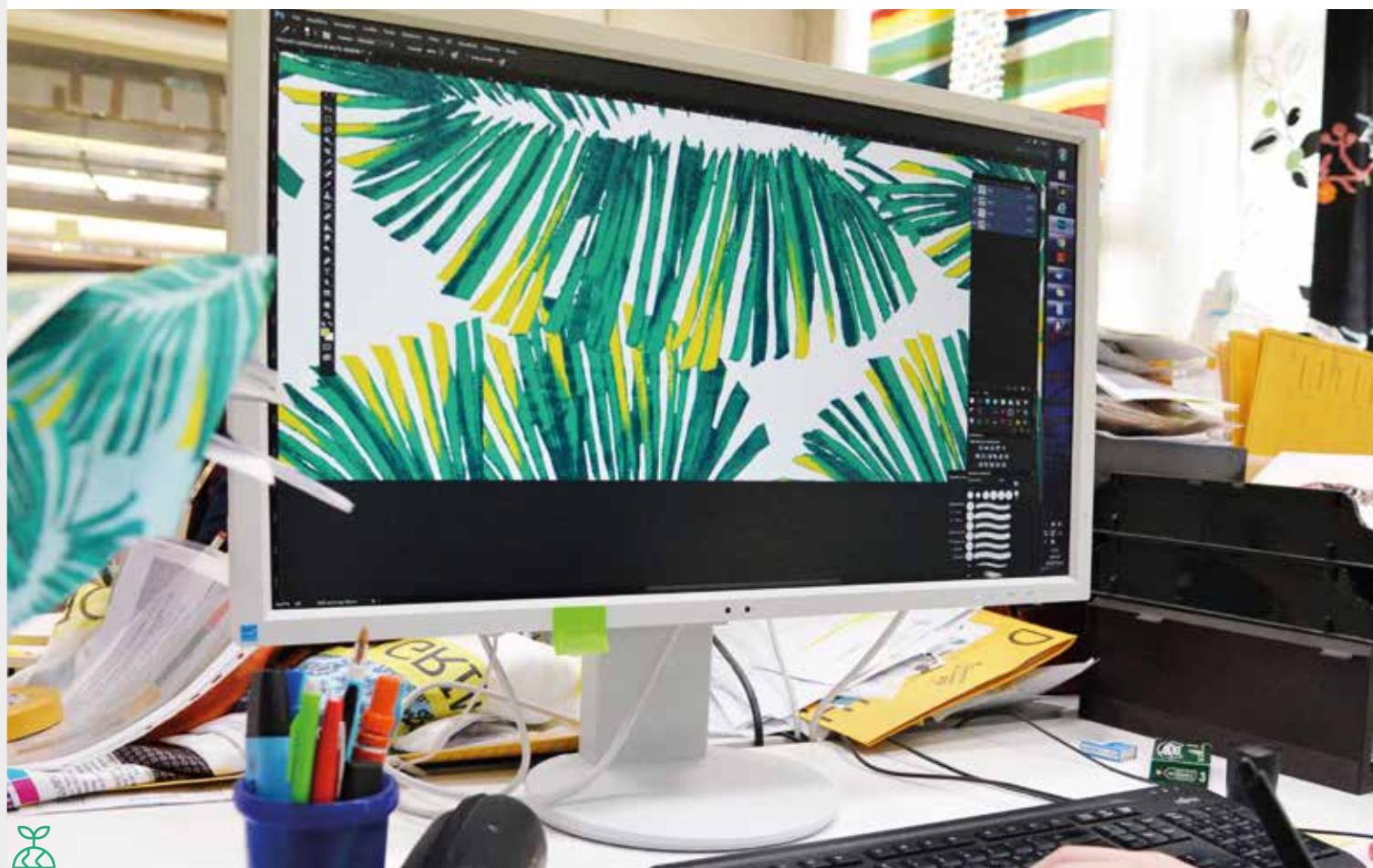
L'organigramma di Stamperia di Lipomo S.p.A. indica come tutti i ruoli e le responsabilità impattino nei processi di creazione del valore aggiunto.

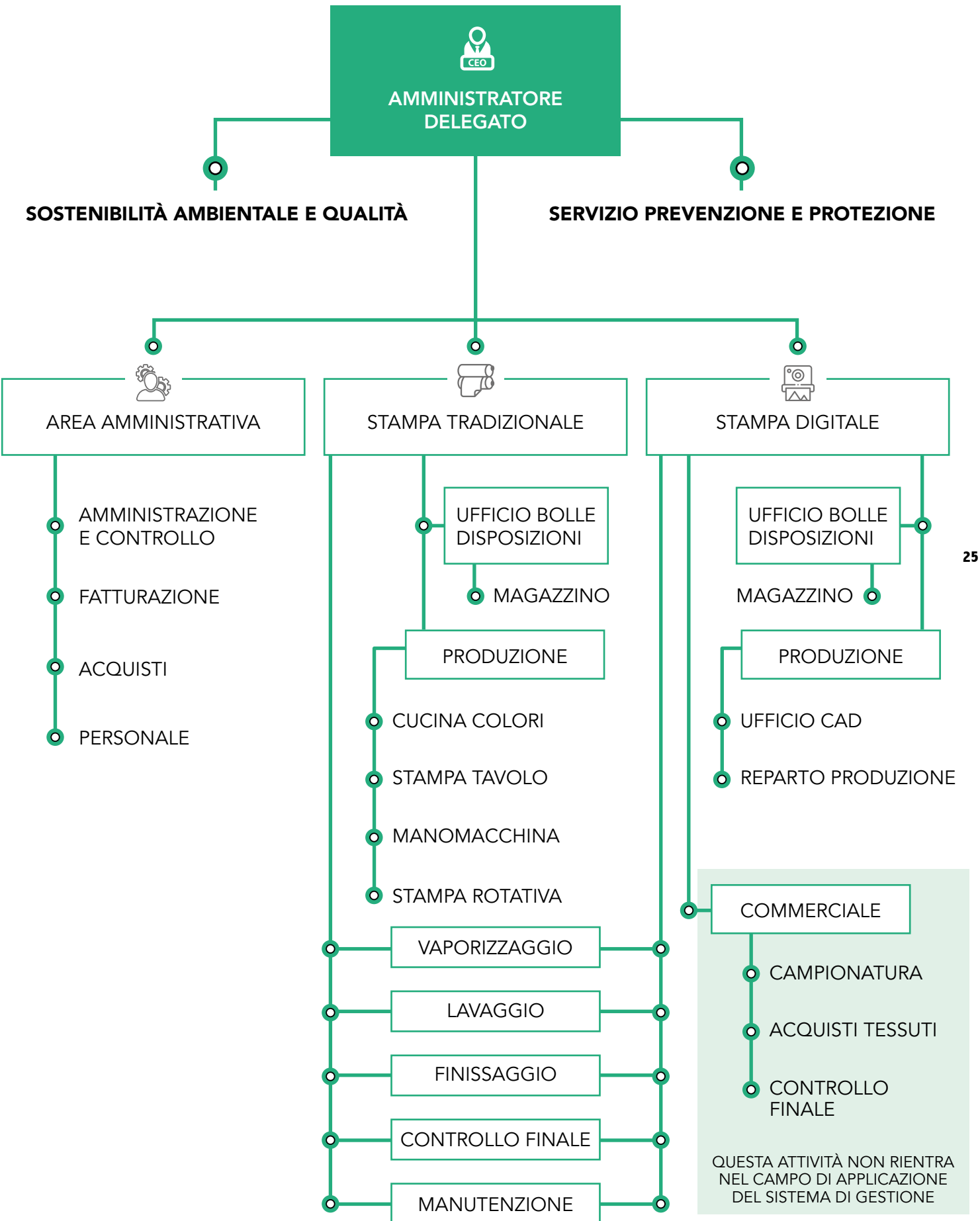
Si scopre quanto sia importante il gioco di squadra e la collaborazione "gomito a gomito". La struttura così posta accelera i processi decisionali e li rende molto più democratici, condivisi.

L'azienda ha in animo, per il 2020, l'approccio ad una sistematica politica di empowerment del personale. Il personale è il fulcro del valore dell'azienda: dare maggiori responsabilità ed autonomia significa generare valore per l'intera organizzazione, rispondere all'esigenza di essere

sempre più competitivi, esprimere al massimo le varie professionalità, rendere più attrattivo il lavorare presso la Stamperia di Lipomo S.p.A.

L'empowerment consente ai collaboratori di adottare comportamenti nuovi e più efficaci con un aumento della consapevolezza circa i propri talenti. Creare le condizioni per cui si forma un gruppo di lavoro che assume maggiori responsabilità e motivazioni, significa migliorare la capacità decisionale a tutto vantaggio anche dei clienti.





CORPORATE GOVERNANCE



Nell'insieme delle istituzioni, delle regole e delle pratiche che governano il funzionamento dell'impresa Stamperia di Lipomo S.p.A., la R&S abbinata a investimenti mirati rappresenta una funzione cuore nella strategia aziendale.

26

L'opportunità di sfruttare economie di scala, di esperienza e di raggio d'azione ha spinto la proprietà a promulgare annualmente piani di sviluppo articolati. I benefici non solo economici che l'adozione ed evoluzione costante del sistema di Corporate Governance sta portando corrispondono anche alle seguenti valutazioni:

1. Accresciuta capacità di sostenere la crescita aziendale gestendo meglio i repentini cambiamenti dei mercati.
2. Creazione di un ambiente in cui si anticipano le esigenze del mercato, dei fornitori e di tutti gli altri stakeholder.
3. Stimolazione a continui rapporti di verifica e controllo ed adozione, via via di certificazioni corroboranti la medesima Corporate Governance.
4. Gestione delle decisioni aziendali, risk assessment.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

La struttura

Presidente Consiglio Amministrazione: **Gianluca Brenna**

Consigliere Delegato: **Matteo Brenna** e **Marco Brenna**

Consigliere: **Rossella Brenna, Claudio Cantaluppi, Maria Teresa Montanini**

Presidente del Consiglio Sindacale: **Giovanni Casartelli**

Sindaco: **Marco Rezzonico, Francesca Borea**



IL SITO PRODUTTIVO



Geograficamente, la realtà produttiva propria di Stamperia di Lipomo S.p.A. investe il territorio di Lipomo (Como).

L'Azienda, pur avendo relazioni commerciali internazionali, ha posto molta attenzione circa il fattore strategico definito come "economia della localizzazione". Infatti, la razionale ubicazione geografica posta proprio nella vicinanza con le principali strutture logistiche e reti di comunicazione, permette di:

- a. concepire lo spazio geografico come apporto di vantaggi anche economici e ciò attraverso i grandi sistemi di sinergia che si producono a livello locale;
- b. recuperare economie di agglomerazione;
- c. interpretare il territorio sia come sistema di governance locale, sia quale insieme di relazioni sociali.

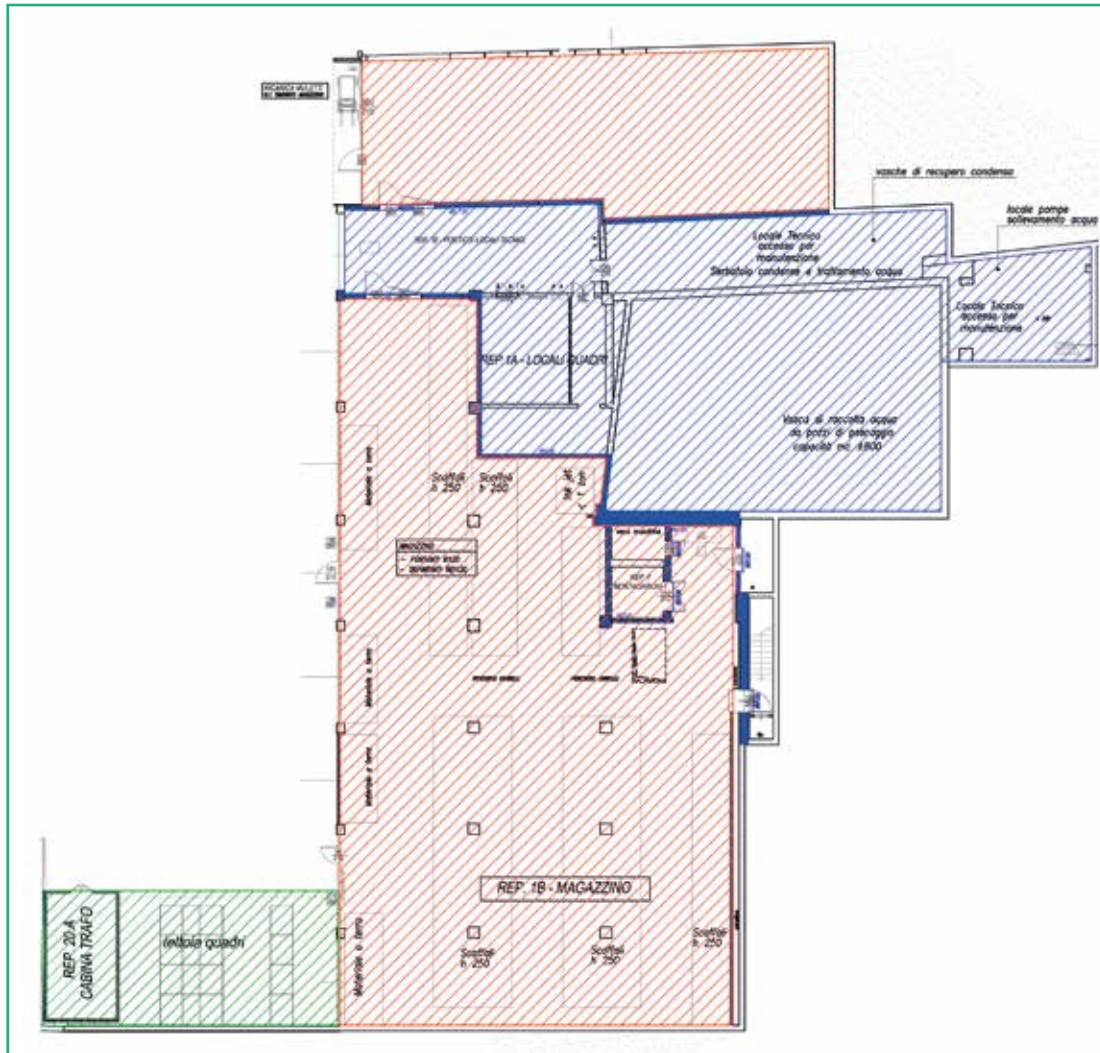
27

La struttura aziendale Stamperia di Lipomo S.p.A. è così rappresentabile:



FOTOGRAFIA AEREA PERTINENZA AZIENDALE

SUPERFICI EDIFICATE E DESTINAZIONI D'USO PIANO SEMINTERRATO



28

		Piano Seminterrato	Piano Terra	Piano Primo	TOTALE
COLORE	Descrizione	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]
	REPARTI PRODUTTIVI		4.140	4.500	8.640
	DEPOSITI	900	0	100	1.000
	LOCALI TECNICI	230+200	100	0	530
	UFFICI E SERVIZI	0	150	200+230+150	730
	TETTOIE ESTERNE	150	150	1.600 + 200	2.100
	Complessivamente circa	1.480	4.540	6.980	13.000



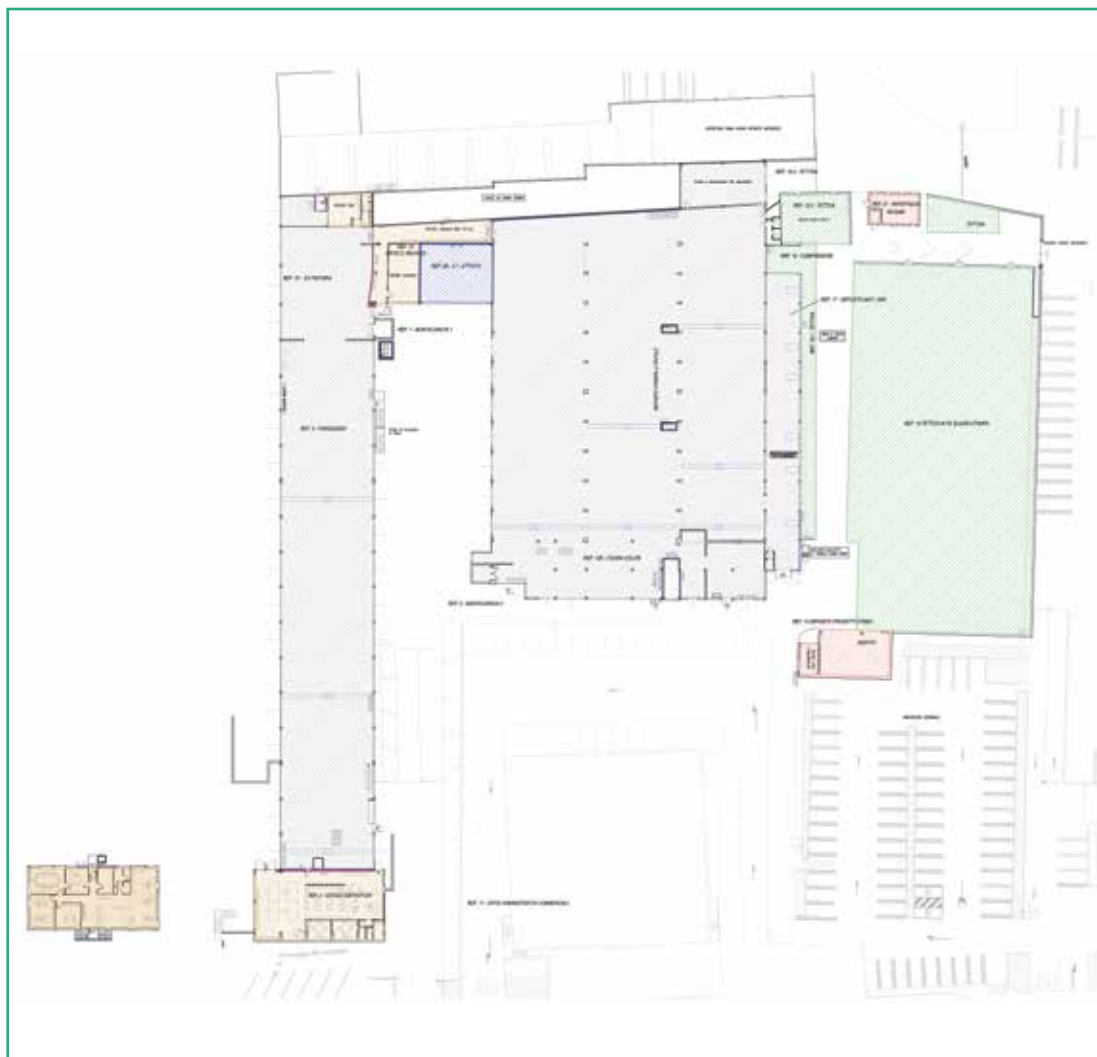
SUPERFICI EDIFICATE E DESTINAZIONI D'USO PIANO TERRA



29

		Piano Seminterrato	Piano Terra	Piano Primo	TOTALE
COLORE	Descrizione	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]
	REPARTI PRODUTTIVI		4.140	4.500	8.640
	DEPOSITI	900	0	100	1.000
	LOCALI TECNICI	230+200	100	0	530
	UFFICI E SERVIZI	0	150	200+230+150	730
	TETTOIE ESTERNE	150	150	1.600 + 200	2.100
	Complessivamente circa	1.480	4.540	6.980	13.000

SUPERFICI EDIFICATE E DESTINAZIONI D'USO PIANO PRIMO E RIALZATO



30

		Piano Seminterrato	Piano Terra	Piano Primo	TOTALE
COLORE	Descrizione	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]	Superficie [m ²]
	REPARTI PRODUTTIVI		4.140	4.500	8.640
	DEPOSITI	900	0	100	1.000
	LOCALI TECNICI	230+200	100	0	530
	UFFICI E SERVIZI	0	150	200+230+150	730
	TETTOIE ESTERNE	150	150	1.600 + 200	2.100
	Complessivamente circa	1.480	4.540	6.980	13.000



LINEA	DOTAZIONE	REALIZZAZIONE
CAMPIONATURA A MANO	Nr. 2 tavoli	Tirelle, campionari, sblocchi di produzione, prove colori
TAVOLI PIANI	Nr. 2 tavoli	Piccoli lotti di produzione. Qualità eccelsa. Produzione per abbigliamento, arredamento, accessori
TAVOLI ROTANTI	Nr. 2 tavoli	Qualità alta di produzione con intensità di manodopera impiegata. Produzione per abbigliamento, arredamento, accessori
MANOMACCHINA	Nr. 1 manomacchina a nr. 12 colori	Modelli, stampa quadri, lotti più grandi. Maggiore automazione
ROTATIVE	Nr. 1 rotativa a nr. 10 colori; nr. 1 rotativa a nr. 12 colori	Lotti importanti di produzione. Estrema automazione
STAMPA DIGITALE	Nr. 6 linee di produzione	Stampa diretta su tessuto: tessuti naturali e artificiali per abbigliamento, arredamento, accessori
STAMPA CARTA	Nr. 2 linee stampa carta per transfert	Poliestere
CALANDRA	Nr. 1	Trasferimento carta su tessuto
POST STAMPA	Nr. 3 vaporizzi; nr. 2 linee di lavaggio e asciugatura; nr. 2 finissaggi a 6 e 7 campi; nr 1 Eanergy per mani particolari in finissaggio	

Nei processi produttivi vengono impiegate le seguenti materie prime:

	2016	2017	2018	2019
ausiliari stampa (kg)	104501	102400	129830	115439
materiali di consumo (kg)	155514	193601	157774	118358
coloranti e pigmenti (kg)	32356	34273	46113	38745
inchiostri stampa digitale (LT)	21912	24715	29604	30241
ausiliari lavaggio (kg)	65760	81250	133920	117874
ausiliari finissaggio (kg)	28436	36735	51010	38740
ausiliari preparazione digitale (kg)	185993	204234	222665	201890

CONTROLLI DI PROCESSO

Il controllo di processo, oltre a garantire il livello qualitativo ed il rispetto degli standard elevati sia circa i "canoni" estetici che funzionali dei prodotti, abbraccia anche i concetti e le attività

di identificazione e rintracciabilità. A tale scopo è stata creata ed adottata specifica procedura. Si introdurrà, a breve, anche un più sofisticato sistema di controllo statistico dei processi.

POLITICA PER LA QUALITÀ



Le lavorazioni della “Stamperia di Lipomo S.p.A.” permettono la nobilitazione di fibre Naturali, Sintetiche, Artificiali e Miste, attraverso tecniche di stampa tradizionali, artigianali e digitali.

32

La stamperia Lipomo è certificata Seri.co e ha fatto della “qualità” e della “sostenibilità” i paradigmi della filosofia aziendale, attraverso la sistematicità dei:

- controlli della rispondenza del prodotto finito alle richieste del cliente
- controlli delle caratteristiche di eco-sostenibilità delle sostanze e dei formulati, impiegati nei processi produttivi
- mantenimento di una adeguata conformità alle prescrizioni di legge/normative
- attenzione alle competenze del personale
- attenzione alle tendenze del mercato della moda
- attenzione agli sviluppi di nuove sostanze e formulati e di nuove tecnologie produttive
- attenzione al mantenimento di adeguati standard per la Salute e Sicurezza dei lavoratori
- attenzione alla valorizzazione delle persone
- attenzione alle esigenze della collettività

In quest’ottica la Stamperia di Lipomo S.p.A. si prefigge di:

- investire in risorse umane per garantire continuamente un’adeguata formazione sia per le figure specifiche (chemical manager) sia per tutto il personale, finalizzata alla crescita delle competenze aziendali
- prevenire potenziali inquinamenti minimizzando l’impatto dei principali aspetti ambientali
- soddisfare continuativamente le esigenze di un parco clienti sempre più diversificato sia per fascia di mercato, sia per settori dell’abbigliamento e dell’accessorio, sia per le fibre lavorate
- mantenere ritmi adeguati al veloce cambiamento del mercato di riferimento
- minimizzare consumi e costi.

La presente Politica è diffusa e fatta conoscere all’interno e all’esterno dell’organizzazione e riesaminata annualmente.



RESPONSABILITÀ SOCIALE



Essere responsabili, sentirsi protagonisti in questa epoca di cambiamento è un obiettivo molto gravoso. Stamperia di Lipomo S.p.A. ha investito e continua ad investire nelle politiche di sviluppo inerenti alla Responsabilità Sociale e chiede a tutti i propri Collaboratori il più alto impegno nello svolgimento di tutte le procedure e prassi costituite affinché, in comune accordo, sia possibile:

- Rispettare la normativa nazionale e internazionale in materia di lavoro, diritti umani e legalità, con particolare riferimento alle norme in materia di retribuzione ed orari di lavoro.
- Aderire agli standard internazionali a tutela dei Diritti umani quali la Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo;
- Utilizzare il massimo della trasparenza nella comunicazione e condivisione delle proprie performance e dei propri miglioramenti nel campo della responsabilità sociale;
- Promuovere l'adesione a questi principi nei confronti dei soggetti con i quali l'azienda opera;
- Favorire lo scambio di esperienze e la documentazione e diffusione di "Buone Prassi" fra i vari stakeholder.

È in funzione di tali considerazioni che il dott. Gianluca Brenna, rappresentante legale dell'azienda Stamperia di Lipomo S.p.A., in prima persona si impegna al rispetto delle principali convenzioni dell'International Labour Organization (ILO), della legislazione nazionale e delle condizioni previste dalla contrattazione nazionale in materia di: Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, Lavoro infantile, Lavoro minorile Salute e Sicurezza Prevenzione di ogni fenomeno di discriminazione e abuso e trasparenza nei contratti di assunzione, registrazione degli orari di lavoro, corresponsione del salario dovuto. In particolare, l'organizzazione si impegna a: nominare una persona responsabile per gli aspetti di Responsabilità Sociale; monitorare

la conformità ai criteri sociali e attuare le misure necessarie; informare il personale aziendale, nella lingua locale, relativamente al contenuto dei criteri sociali minimi e ad ogni altra informazione relativa ad essi fornita dalla norma di riferimento (GOTS e/o GRS); conservare registrazioni di nominativo, etc., ore lavorate e salario erogato per ogni lavoratore; consentire al personale aziendale di nominare un proprio rappresentante per gli aspetti di Responsabilità Sociale che possa confrontarsi con la Direzione sullo stato di attuazione dei criteri sociali e la conformità agli stessi; registrare e prendere in carico i reclami del personale aziendale o di terze parti relativi alla conformità dell'organizzazione ai criteri sociali e mantenere registrazioni di ogni azione correttiva intrapresa; astenersi da utilizzare misure disciplinari, interruzione del rapporto di lavoro o altre forme di discriminazione verso i lavoratori che forniscono informazioni relative al rispetto dei criteri sociali.

L'organizzazione si impegna, inoltre, a fornire le risorse tecniche, economiche e professionali necessarie affinché gli obiettivi della Politica di Responsabilità Sociale, definiti nel presente documento, vengano integralmente raggiunti. La presente Politica di Responsabilità Sociale viene diffusa a tutti i livelli ed è compito di tutti collaborare attivamente, per quanto di loro competenza, al miglioramento degli aspetti di Responsabilità Sociale. L'organizzazione garantisce, mediante successive attività di verifica che tale politica venga compresa ed attuata e che gli obiettivi dichiarati vengano perseguiti.

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE ED ECONOMIA CIRCOLARE



Per la nostra azienda assume sempre più importanza un'attenzione alla "sostenibilità" non solo economica ma anche sociale ed ambientale.

34

Questo concretamente significa che non sono oggi e non lo saranno più nel prossimo futuro ammessi comportamenti aziendali non coerenti con questi obiettivi. I capitolati dei clienti con cui ci confrontiamo quotidianamente ce lo testimoniano continuamente con le loro "assidue" veri-

fiche ispettive. L'impegno, dunque, si concretizza con l'avvio di una serie di azioni come la preparazione alle certificazioni GRS e GOTS così come la realizzazione del nostro bilancio sociale. Sono iniziative che sfidano la nostra "cultura" e ci chiedono un profondo cambiamento di mentalità.



GRS (GLOBAL RECYCLE STANDARD)

Possono essere certificati in accordo a questo Standard prodotti tessili composti per almeno il 20% da materiali riciclati, realizzati nel rispetto di criteri ambientali e sociali definiti.



GOTS (GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD)

Possono essere certificati in accordo a questo Standard prodotti tessili composti da fibre naturali biologiche realizzati nel rispetto di criteri ambientali e sociali definiti.



BILANCIO SOCIALE

Documento volontario che si affianca al bilancio d'esercizio delle imprese commerciali e al rendiconto consuntivo degli enti locali, con l'obiettivo di fornire un quadro sintetico, chiaro e trasparente dell'attività, mettendo in evidenza l'impatto delle azioni realizzate e la rete di relazioni con i diversi stakeholder (i portatori di interessi), cioè di tutti coloro che hanno un interesse permanente e duraturo nella vita di un'azienda o di un ente, rendicontando le risorse che sono state destinate ad ognuno di essi.





Partendo ad **analizzare** le principali attività proprie della **sostenibilità ambientale** e dell'economia circolare identificate, nella **visione** di **Stamperia di Lipomo S.p.A.**, in:

ATTIVITÀ

- Energia da fonti rinnovabili
- Gestione delle sostanze chimiche
- Sistema di incentivi legato a performances ambientali
- Adesione al protocollo SERICO

L'azienda sta sviluppando una propria più approfondita Politica Ambientale che si fonda sulle seguenti basi operative:

a) **Conseguimento certificazioni specifiche Seri.co dal 2012**

"Seri.co è un sistema di certificazione di prodotto e di processo basato su di un Disciplinare la cui applicazione da parte delle Imprese ha come obiettivo quello di fornire le massime garanzie:

- *sul processo produttivo nel rispetto dei principi di qualità, ambiente, salute e sicurezza, sostenibilità, responsabilità sociale e gestione del rischio chimico*
- *sul prodotto tessile, sia per le proprietà tecnologiche e prestazionali sia per le proprietà eco tossicologiche*
- *sul prodotto chimico/formulato/colorante per le proprietà eco tossicologiche"*

poi: GRS e ISO 9000 in previsione nel 2020, Ecotex nel 2021

b) **Investimenti in tecnologie meno impattanti sull'ambiente**

c) **Approccio alla definizione del proprio Manuale della Politica Ambientale**

A questo proposito si può accennare all'elaborato scritto dalla dott.ssa Giulia Lazzarin, che in Stamperia di Lipomo S.p.A. si occupa di sostenibilità e certificazioni.

"Stamperia di Lipomo S.p.A. e la CSR: un approccio ai temi ambientali del report di sostenibilità" s'inserisce a conclusione del Corso sulla Responsabilità, Sostenibilità e Competitività per le Imprese, corso di formazione proposto nell'ambito del progetto SMART con l'obiettivo di creare una cultura condivisa sul tema della CSR (Corporate Social Responsibility) e della sostenibilità e di fornire i relativi strumenti di gestione aziendale.

L'elaborato in questione è visionabile presso l'azienda.

Inoltre, l'azienda si sta indirizzando verso il progetto di ottenimento della certificazione internazionale "B Corp", in Italia definita come Società Benefit. Attualmente, in fase di simulazione, il punteggio ottenuto circa l'eventuale ottenimento di questa certificazione è di 56: la certificazione scatta con un punteggio di 80... è un traguardo sicuramente difficile per tutte le aziende, ma per Stamperia di Lipomo S.p.A. queste premesse sono davvero incoraggianti.

LA MISURAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

L'azienda ha iniziato ad approcciare anche la certificazione B Corp. Senza promuovere, al momento, azioni particolari che, invece, saranno poste in essere nei prossimi periodi, a fronte di un punteggio pari a 80 punti necessario proprio per ottenere detto riconoscimento, l'azienda oggi si pone ad un livello pari a 56,1 punti e ciò è declinato come segue:

56,1

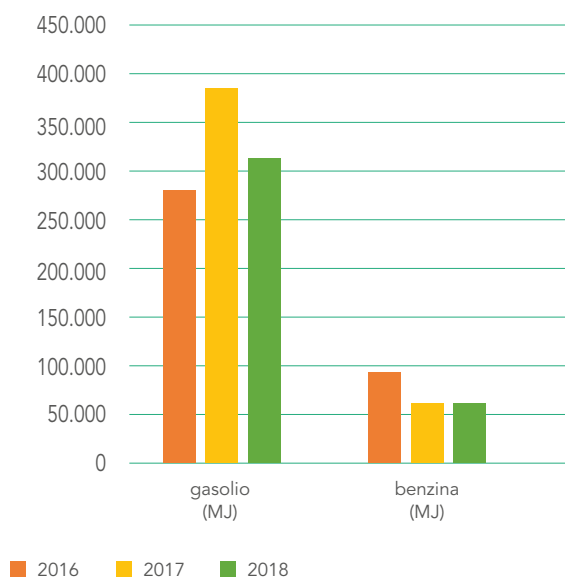
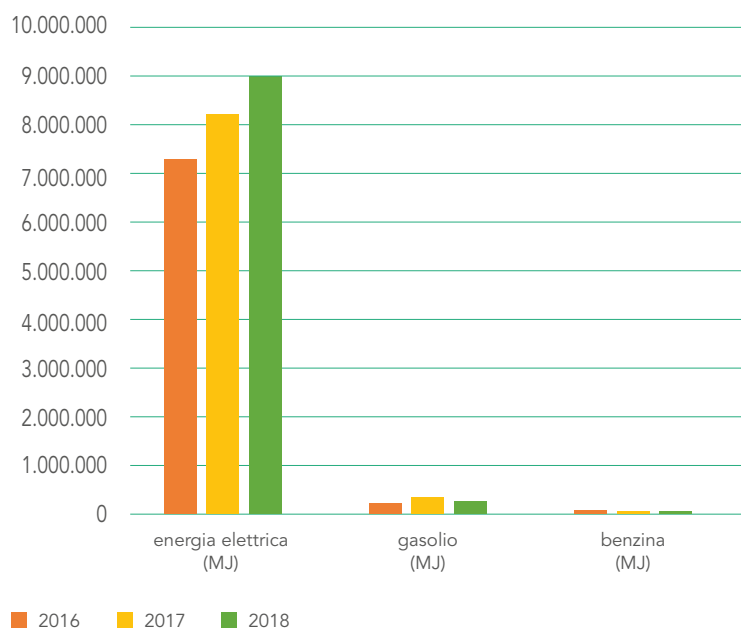
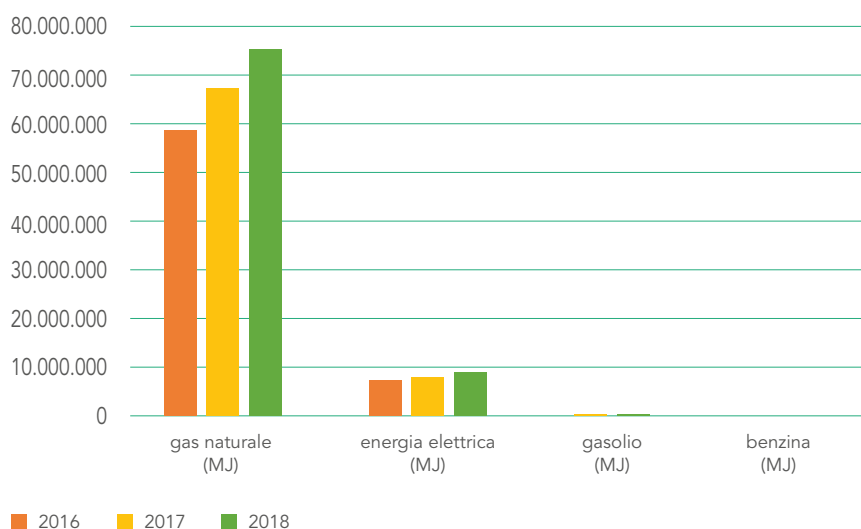
Punteggio per ogni area di impatto





Energia

Nei Grafici seguenti sono messi a **confronto i consumi di energia elettrica, gas naturale e carburante** per veicoli aziendali in Megajoules.





L'andamento dei consumi totali di energia elettrica e gas naturale segue quello dei metri lavorati. La diminuzione del consumo di benzina dal 2016 al 2017 è dovuta all'acquisto di nuovi mezzi a gasolio e al conseguente minor utilizzo di quelli a benzina, mentre la diminuzione del consumo di gasolio tra il 2017 e il 2018 è legata alla vendita di un furgone a gasolio nel 2018.

In ogni caso il consumo di gas naturale è di un ordine di grandezza superiore a quello di energia elettrica, di due rispetto a quello di gasolio e di tre rispetto a quello di benzina, quindi determina il maggior impatto dal punto di vista del consumo di energia.

Il gas naturale è utilizzato a livello produttivo, in ordine decrescente di energia richiesta, per: 1) l'asciugatura dei tessuti; 2) la produzione di vapore nelle caldaie; 3) il riscaldamento dell'acqua utilizzata per il lavaggio dei tessuti; 4) l'alimentazione dei bruciatori a gas utilizzati nel vaporiz-

zaggio del poliestere per portare la temperatura della camera di vaporizzo a 170°C invece che a quella, raggiungibile con l'utilizzo del solo vapore, di 90°C. Nel conteggio del totale di gas consumato entra anche quello usato per il riscaldamento dei locali.

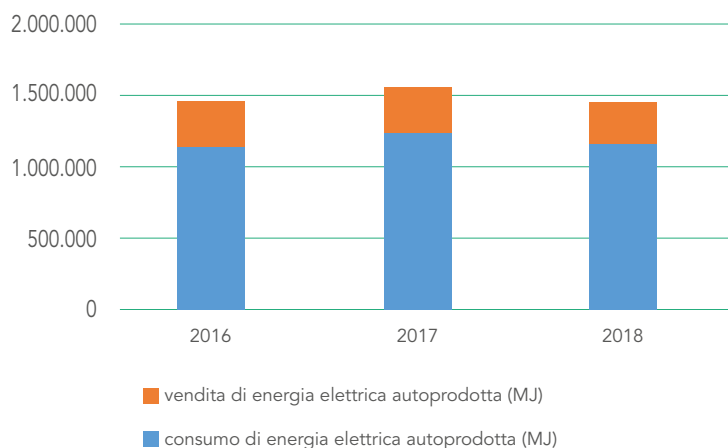
Stamperia di Lipomo S.p.A. può contare sull'utilizzo di un impianto fotovoltaico che permette di produrre annualmente le quantità di energia elettrica rinnovabile mostrate nel grafico seguente: chiaramente non è sufficiente a coprire il fabbisogno energetico dell'intera azienda, ma bisogna tenere conto che le quantità in gioco sono di una certa entità e in termini assoluti l'energia rinnovabile prodotta non è indifferente.

L'energia elettrica prodotta non consumata viene venduta (ciò chiaramente si verifica nei momenti in cui la produzione è ferma, ad esempio nei week end e nei periodi di chiusura natalizia ed estiva).

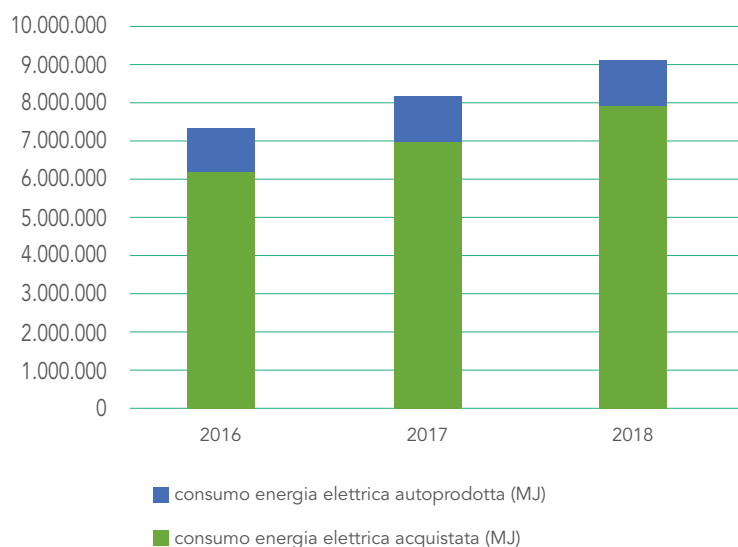




In questo grafico sono **mostrate** le **quantità** di **energia** autoprodotta consumate e vendute annualmente.



Mentre in questo la **suddivisione annuale** tra **consumo** di **energia** acquistata e di energia da **impianto fotovoltaico**.



Dal punto di vista delle iniziative volte a diminuire la domanda di energia, nel 2013 è stato realizzato un investimento in un compressore con inverter per modulare l'energia elettrica necessaria alla produzione di aria compressa per il funzionamento dei macchinari: il conseguente risparmio energetico ha permesso alla Stamperia di ottenere dei certificati bianchi, (anche noti come "Titoli di Efficienza Energetica", TEE), ossia titoli negoziabili che certificano il conseguimento di risparmi energetici negli usi finali di energia attraverso interventi e progetti di incremento di efficienza energetica. Negli anni 2016-2017 la quasi totalità dell'illuminazione è stata resa a LED. Nel corso di uno studio per l'efficienza energetica è stata svolta una campagna di individuazione delle perdite nella rete di aria compressa. L'impegno principale in questo ambito sarà quello di eseguire analisi energetiche periodiche allo

scopo di individuare gli interventi necessari che permettano di rendere più efficienti i processi.

Inoltre, dal 24/07/2015 l'azienda ha ottenuto l'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA, nr. 285). A ciò nel tempo, oltre a quanto già illustrato sopra, si sono aggiunte la riqualificazione di:

- impianto - sistema gestione dei fumi e dell'utilizzo del gas. Quest'ultimo mediante l'adduzione dell'uso del gas a pressione più bassa con evidente abbattimento del rischio relativo annesso;
- impianto anti-incendio.

Tutto ciò ha consentito e, ancor di più nel 2020, consentirà all'azienda di fare un notevole balzo in avanti in termini di sicurezza generale. Si è anche approcciato al progetto CPI che troverà ottenimento definitivo nel 2020.



Ecco un quadro di sintesi relativo ai **principali investimenti** effettuati tra il **2018** ed il **2019** in termini di **sicurezza**.

INVESTIMENTI IN SICUREZZA	EURO / 1.000	
	2018	2019
IMPIANTI DI ILLUMINAZIONE LED	12,3	8,6
NUOVA CABINA ELETTRICA		142,5
IMPIANTO ANTINCENDIO		52,4
RETE ANTINCENDIO ANELLO ESTERNO		142,6
ADEGUAMENTO RETE GAS		168,7
TOTALE	12,3	514,8



CODICE ETICO



Se il Bilancio Sociale è lo strumento di confronto tra gli intendimenti valoriali dell'azienda con gli stakeholder, il codice etico riguarda la correttezza dei rapporti interni all'azienda.

Stamperia di Lipomo S.p.A. ha in animo di adottare e far proprio il Codice Etico di Seri.co seppur con alcune limitazioni. Infatti, l'azienda non è ancora pronta appieno ad affrontare la tematica relativa al D.lgs 231, all'Organo di Vigilanza. Entro il 2022 anche questa evoluzione sarà completata.

Le Imprese appartenenti al marchio Seri.co, di proprietà esclusiva del Centro Tessile Serico Sostenibile, applicano, in linea con la propria politica, il presente documento nell'ottica di regolamentare i principi di comportamento e d'azione che devono governare l'attività di ogni amministratore, dirigente ed ogni dipendente e collaboratore delle stesse. L'applicazione di tali principi costituisce una condizione di appartenenza al marchio Seri.co.

La sottoscrizione dei valori e dei principi contenuti nel presente documento costituisce inoltre premessa imprescindibile per l'instaurazione di rapporti di partnership e collaborazione a vario titolo con parti terze. Tutte le Imprese Seri.co devono manifestare totale integrità morale nelle azioni intraprese; trasparenza e integrità morale intese come: Adesione alle politiche nonché al Codice Disciplinare del marchio; Conformità alla legislazione regionale, statale, europea o di altri

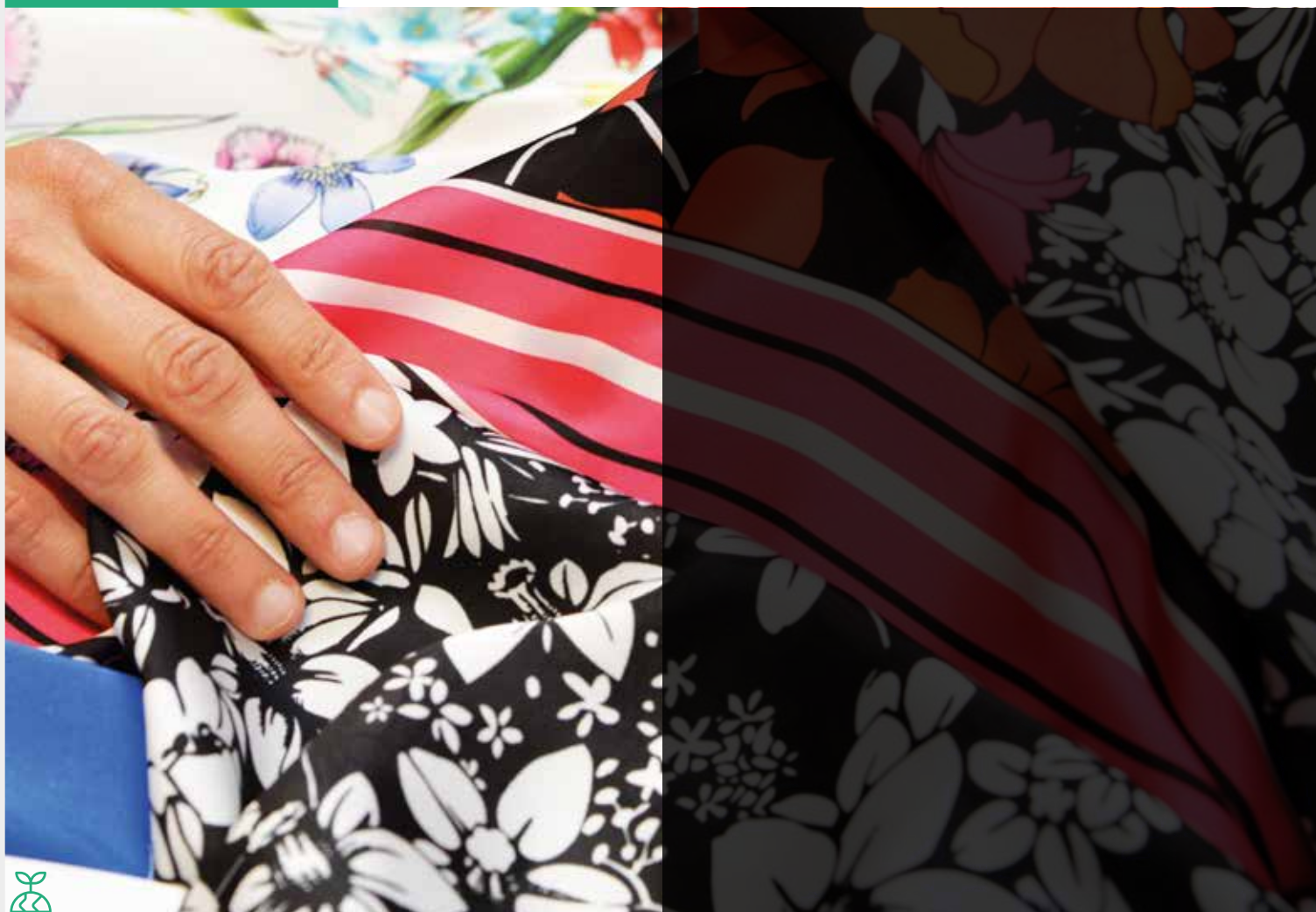
Paesi quando vi si opera; Comunicazione trasparente e diretta con gli enti pubblici e con i diversi soggetti; Assunzione di responsabilità delle proprie azioni. Il presente Codice Etico è rivolto alle Aziende appartenenti al marchio Seri.co e che rientrano nelle seguenti attività: Producano direttamente o indirettamente o commercializzino tessuti e/o accessori di cui alle "Schede Tecniche del marchio Seri.co" Svolgano una o più fasi dei processi che concorrono alla realizzazione dei prodotti serici, o forniscano prodotti o servizi ad essi collegati; Producano o commercializzino prodotti chimici, formulati o coloranti nel rispetto del Disciplinare del Sistema di Certificazione Seri.co 2015.

Il presente Codice è il documento ufficiale in base al quale sono fissati i principi etici in cui le Imprese Seri.co si rispecchiano ed ai quali, coerentemente, si devono ispirare tutti i soggetti con i quali esse operano. All'interno dello stesso sono stabiliti standard di comportamento volti a prevenire la commissione di reati connessi all'attività delle Imprese Seri.co, o comunque posti in essere nell'interesse o a vantaggio delle stesse. Sono individuate, altresì, misure e strumenti di controllo interno idonei a monitorare il rispetto del Codice stesso.

IL QUADRO ECONOMICO-FINANZIARIO DI SINTESI

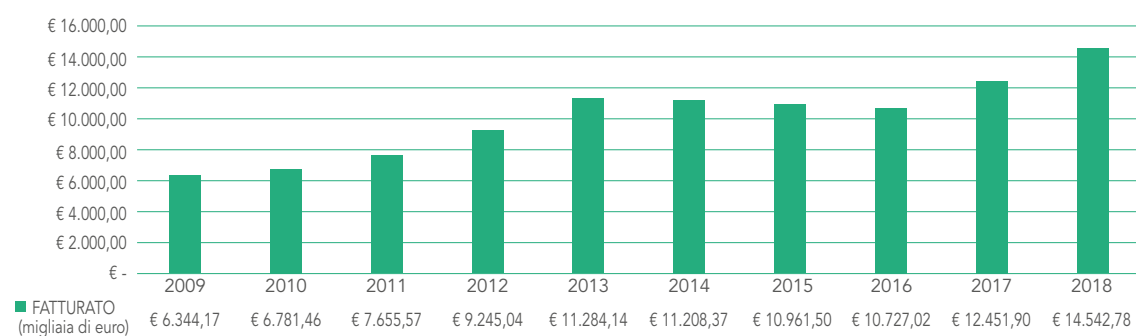


Stamperia di Lipomo S.p.A. è veramente una realtà unica nel proprio settore e nell'ambito territoriale in cui opera. Infatti, anche i valori di tipo economico-finanziario testimoniano quanto l'Azienda investa nel proprio futuro e nella ricerca dell'eccellenza.



LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

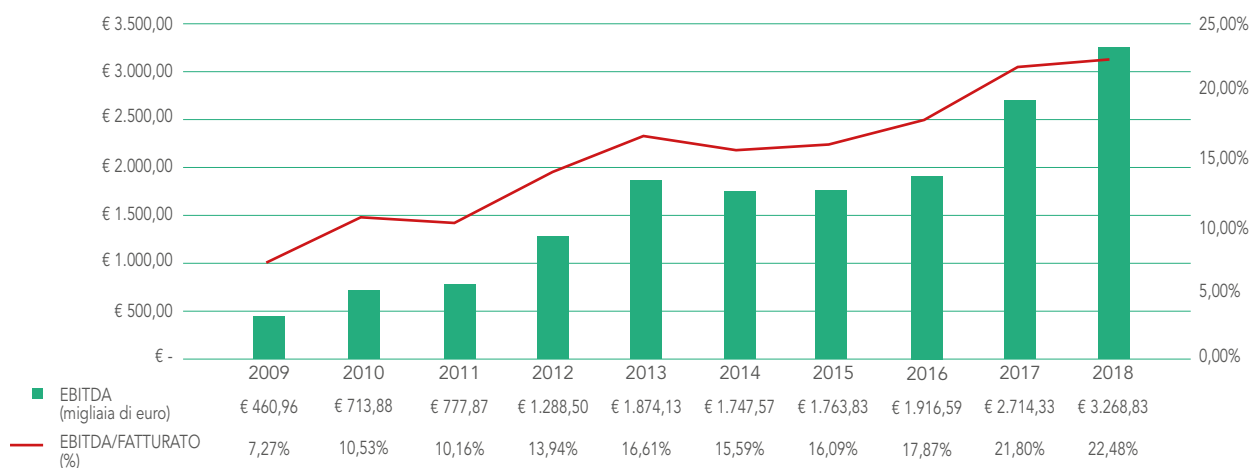
Andamenti: giro d'affari e dipendenti



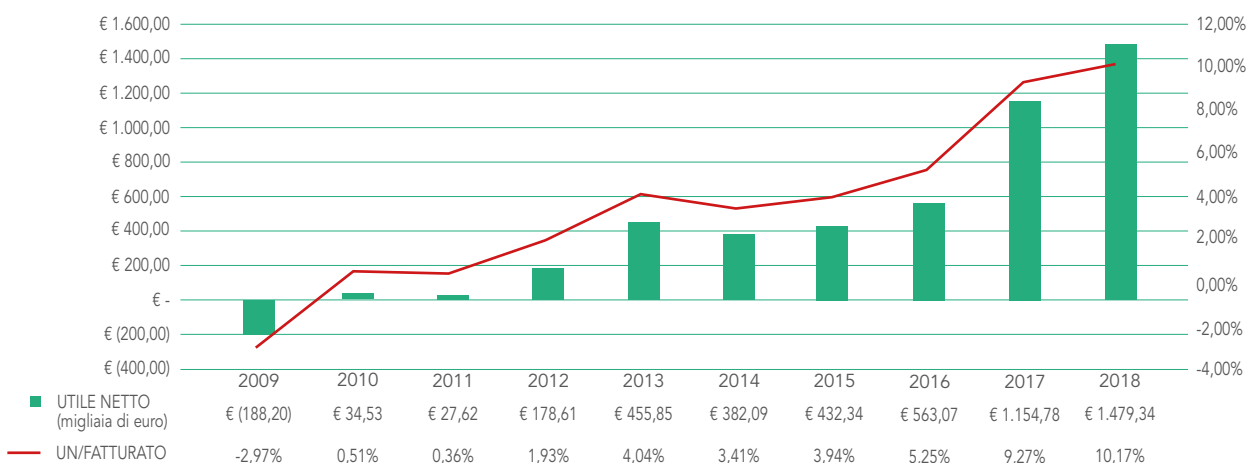
Il volume d'affari esprime una tendenza molto positiva. Il tasso di crescita medio annuo tra il 2009 e il 2018 si attesta intorno ad un +10,05% il differenziale massimo anno su anno è stato registrato tra il 2011 e il 2012 con un +22,06, il differenziale sull'intero periodo è del 129,23%. In valore assoluto il massimo viene registrato nel 2018 con 14.542,78 €. Serie negativa tra il 2013 e il 2016.

43

Redditività e produzione

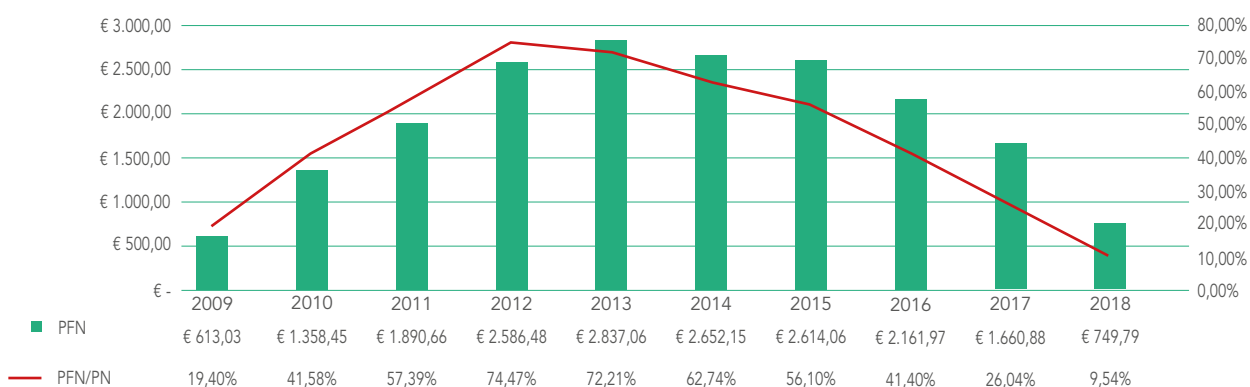


Serie estremamente positiva sia sul fronte dei valori assoluti che sul rapporto. Si registra un incremento medio anno/anno del 15,23% un differenziale sull'intero periodo del 609,14%.



L'andamento e la dinamica della metrica in oggetto è strettamente connesso alle osservazioni emerse nell'analisi del grafico precedente, dunque non ci sono rivelazioni particolari o in aggiunta da segnalare.

Andamenti finanziari e patrimoniali



Entrambi gli indici sono su una tendenza molto positiva che si avvia nel 2013 e che giunge fino all'ultimo anno disponibile. L'indice PFN/PN passa da un valore del 74,47% nel 2012 ad uno del 9,54% nel 2018. Il valore dell'indebitamento risulta equilibrato, per quanto concerne il rapporto tra fonti finanziarie onerose esterne e fonti proprie, il Patrimonio Netto passa da un valore di € 6.377.088 nel 2017 ad € 7.856.423 nell'anno in corso, con un incremento del 23,2% mentre la PFN si attesta su un valore di € 749.792 nel 2018 a fronte di € 1.660,88 dell'anno precedente evidenziando invece un calo in percentuale del 54,8%.



ECONOMICA

ROI Redditività capitale investito				ROI Redditività mezzi propri			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	11,7%	-	neutro	2017	18,1%	-	positivo
2018	12,8%	↑	neutro	2018	18,8%	↑	positivo

ROS Redditività delle vendite				ROT Rotazione capitale investito			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	11,8%	-	neutro	2017	1,5	-	neutro
2018	12,8%	↑	neutro	2018	1,7	↑	neutro

PATRIMONIALE

Pfn/Pn				M Propri + Deb m/I/Immobilizzazioni			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	0,26	-	positivo	2017	164,0%	-	positivo
2018	0,10	↔	positivo	2018	191,2%	↓	positivo

Pn/Attivo Indipendenza finanziaria				Copertura Immobilizzazioni			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	0,51	-	positivo	2017	1,64	-	positivo
2018	0,54	↔	positivo	2018	1,91	↑	positivo

45

FINANZIARIA

Pfn/Mol				Ebit/Of			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	0,6	-	positivo	2017	42,4	-	positivo
2018	0,2	↔	positivo	2018	98,5	↑	positivo

Pfn/Ricavi				Fcg/Of			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	13,3%	-	positivo	2017	n.d.	-	-
2018	5,2%	↑	positivo	2018	110,6	-	positivo

LIQUIDITÀ

Quick Ratio Liquidità immediata				Current Ratio Liquidità Corrente			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	166,1%	-	positivo	2017	1,82	-	positivo
2018	194,0%	↑	positivo	2018	2,10	↑	positivo

Margine di Tesoreria				Margine di Struttura			
Anno	Valore	Trend	Ind.	Anno	Valore	Trend	Ind.
2017	2.675.440	-	positivo	2017	1.187.021	-	positivo
2018	4.154.927	↑	positivo	2018	2.505.196	↑	positivo



Le tendenze di fondo...



LA FILIERA

La produzione aziendale è destinata a mercati (i.e. alta moda) in cui il tema della sostenibilità è particolarmente maturo. Ciò implica che le aziende a valle della catena del valore debbano incorporarlo con approccio proattivo nelle proprie politiche e processi.



I LEADER DI MERCATO

In riferimento ai maggiori attori operanti nel mercato del lusso, il tema della sostenibilità è una cruciale leva di comunicazione. Si moltiplicano le iniziative che riuniscono i principali marchi nella cooperazione verso un settore progressivamente più sostenibile (e.g. Fashion Pact).

I temi di convergenza riguardano:

1. la riduzione delle emissioni ed i cambiamenti climatici (carbon footprint)
2. la biodiversità (utilizzo appropriato delle risorse naturali lungo tutta la filiera)
3. la salvaguardia degli oceani (con particolare attenzione agli impatti della plastica)
4. condizioni lavorative dignitose (lavoro minorile e questioni di genere)



IL MONDO ISTITUZIONALE

Le istanze del mondo istituzionale sono spesso anticipate dalle iniziative promosse dai leader di mercato. Comunque, il tema della sostenibilità emerge in maniera netta anche tra le principali istituzioni del settore, con in aggiunta alcuni temi rispetto ai precedenti:

- catena di fornitura sostenibile: condizioni di lavoro sane e sicure, materie prime sostenibili, collaborazioni sistematiche tra le imprese della filiera
- fine-vita responsabile: campagne di sensibilizzazione, adozione di principi di economia circolare





... LA CONCORRENZA

La maggior parte delle realtà segnalate come dirette concorrenti apparentemente sembrano non presidiare il tema della sostenibilità in maniera specifica. Frequente è l'attenzione a processi produttivi a basso impatto tramite tecnologie innovative e sulla responsabilità sociale dell'organizzazione. Si trova spesso il riferimento

invece a certificazioni di qualità e di gestione ambientale. Si potrebbe supporre che, anche in termini di comunicazione, rilevare e sintetizzare con indicatori alcune buone performances di sostenibilità (ambientale ed oltre) può essere distintivo. Tale riflessione vale anche per le attività di ricerca, di sviluppo e di innovazione industriale.

GLI STAKEHOLDER



Gli stakeholder sono specificati secondo le seguenti voci:

- Le risorse umane
- I clienti
- I fornitori
- La collettività
- L'indotto



LE RISORSE UMANE



Alla Direzione delle Risorse Umane è affidata la responsabilità circa la creazione delle condizioni migliori atte alla realizzazione professionale di tutti i Collaboratori. Ciò si ottiene mediante il processo di valorizzazione delle singole potenzialità e favorendo e premiando lo sviluppo comune delle competenze.

Le Risorse Umane raccoglie e valuta i curricula ed identifica, insieme alle funzioni di area, le professionalità che possono interessare. Ciò rappresenta anche l'occasione per individuare le figure che possono continuare un percorso professionale interno all'azienda. L'azienda stabilisce, per ogni neo-assunto, un percorso formativo relativo, oltre alle questioni meramente tecniche, a temi di sicurezza e rispetto per l'ambiente.

Per le posizioni che implicano un percorso tecnico specifico sono previsti affiancamenti "on the job" così da sviluppare competenze tecniche e professionali allineate con la politica aziendale. In linea con il codice etico adottato, Stamperia di Lipomo S.p.A. assume senza discriminazioni e crea opportunità di crescita professionale indipendentemente da sesso ed etnia.



La serie di tabelle
(grafici e/o illustrazioni grafiche)
riportano la **sintesi del profilo**
dei **Collaboratori aziendali**.
L'**età media** dei collaboratori
è di **46 anni**.

2018

		ETÀ							
		< 18	19-24	25-34	35-44	45-54	55-64	OLTRE 65	TOTALE
M			1	7	9	31	19	1	68
F			2	6	5	3	6		21

		PROVINCIA				
		COMO	LECCO	MILANO	MONZA BRIANZA	TOTALE
M		61	3	2	2	68
F		21				21

		RUOLO							
		APPR. OP	APPR. IMP.	OPERAIO	IMPIEGATO	INTERMEDIO	QUADRO	DIRIGENTE	TOTALE
M		2		52	4	8	1	1	68
F			3	4	14				21

2019

		ETÀ							
		< 18	19-24	25-34	35-44	45-54	55-64	OLTRE 65	TOTALE
M			1	8	11	31	22	1	74
F			2	6	4	5	6		23

		PROVINCIA				
		COMO	LECCO	MILANO	MONZA BRIANZA	TOTALE
M		67	3	2	2	74
F		23				23

		RUOLO							
		APPR. OP	APPR. IMP.	OPERAIO	IMPIEGATO	INTERMEDIO	QUADRO	DIRIGENTE	TOTALE
M		2		58	5	8	1		74
F			2	4	17				23



2018

			MASCHIO	FEMMINA
COMO	19-24	APPR. OP	1	
COMO	19-24	IMPIEGATI		2
COMO	25-34	APPR. OP	1	
COMO	25-34	APPR. IMP.		3
COMO	25-34	OPERAI	6	
COMO	25-34	IMPIEGATI		2
COMO	35-44	OPERAI	5	
COMO	35-44	IMPIEGATI		5
COMO	35-44	INTERMEDI	2	
LECCO	35-44	OPERAI	1	
MILANO	35-44	OPERAI	1	
COMO	45-54	OPERAI	25	1
COMO	45-54	IMPIEGATI	1	2
COMO	45-54	INTERMEDI	4	
LECCO	45-54	OPERAI	1	
COMO	55-64	OPERAI	11	3
COMO	55-64	IMPIEGATI	1	3
COMO	55-64	INTERMEDI	1	
COMO	55-64	QUADRO	1	
COMO	55-64	DIRIGENTE	1	
LECCO	55-64	OPERAI	1	
MILANO	55-64	OPERAI	1	
MONZA BRIANZA	55-64	IMPIEGATI	1	
MONZA BRIANZA	55-64	INTERMEDI	1	
COMO	OLTRE 65	IMPIEGATI	1	

2019

			MASCHIO	FEMMINA
COMO	19-24	APPR. OP	1	
COMO	19-24	IMPIEGATI		2
COMO	25-34	APPR. OP	1	
COMO	25-34	APPR. IMP.		2
COMO	25-34	OPERAI	7	
COMO	25-34	IMPIEGATI		4
COMO	35-44	OPERAI	6	
COMO	35-44	IMPIEGATI		4
COMO	35-44	INTERMEDI	3	
LECCO	35-44	OPERAI	1	
MILANO	35-44	OPERAI	1	
COMO	45-54	OPERAI	24	1
COMO	45-54	IMPIEGATI	3	4
COMO	45-54	INTERMEDI	3	
LECCO	45-54	OPERAI	1	
COMO	55-64	OPERAI	16	3
COMO	55-64	IMPIEGATI		3
COMO	55-64	INTERMEDI	1	
COMO	55-64	QUADRO	1	
LECCO	55-64	OPERAI	1	
MILANO	55-64	OPERAI	1	
MONZA BRIANZA	55-64	IMPIEGATI	1	
MONZA BRIANZA	55-64	INTERMEDI	1	
COMO	OLTRE 65	IMPIEGATI	1	

CONFRONTO NEGLI ANNI TRA REALTÀ STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. E INTERO SETTORE TESSILE

DIVISIONE NUMEROSITÀ COLLABORATORI PER ETÀ RELATIVO ALL'INTERO SETTORE TESSILE ANNO 2018

SESSO	FASCE DI ETÀ						TOTALE
	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	
MASCHI	3	8.877	13.248	21.710	26.076	4.883	74.797
FEMMINE	2	8.500	18.457	32.025	31.970	4.828	95.782
TOTALE	5	17.377	31.705	53.735	58.046	9.711	170.579

fonte Sanimoda

STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. CONFRONTO 2018 CON 2019 DIVISIONE NUMEROSITÀ COLLABORATORI PER ETÀ

SESSO	FASCE DI ETÀ 2018						TOTALE
	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	
MASCHI	0	5	3	19	37	4	68
FEMMINE	0	6	2	6	6	1	21
TOTALE	0	11	5	25	43	5	89

FASCE DI ETÀ 2019

SESSO	FASCE DI ETÀ 2019						TOTALE
	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	
MASCHI	0	5	5	22	39	3	74
FEMMINE	0	7	2	7	5	2	23
TOTALE	0	12	7	29	44	5	97

52

DIVISIONE % NUMEROSITÀ COLLABORATORI PER ETÀ RELATIVO ALL'INTERO SETTORE TESSILE ANNO 2018

SESSO	FASCE DI ETÀ						TOTALE
	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	
MASCHI	0,002%	5,204%	7,766%	12,727%	15,287%	2,863%	43,849%
FEMMINE	0,001%	4,983%	10,820%	18,774%	18,742%	2,830%	56,151%
TOTALE	0,003%	10,187%	18,587%	31,502%	34,029%	5,693%	100,000%

fonte Sanimoda

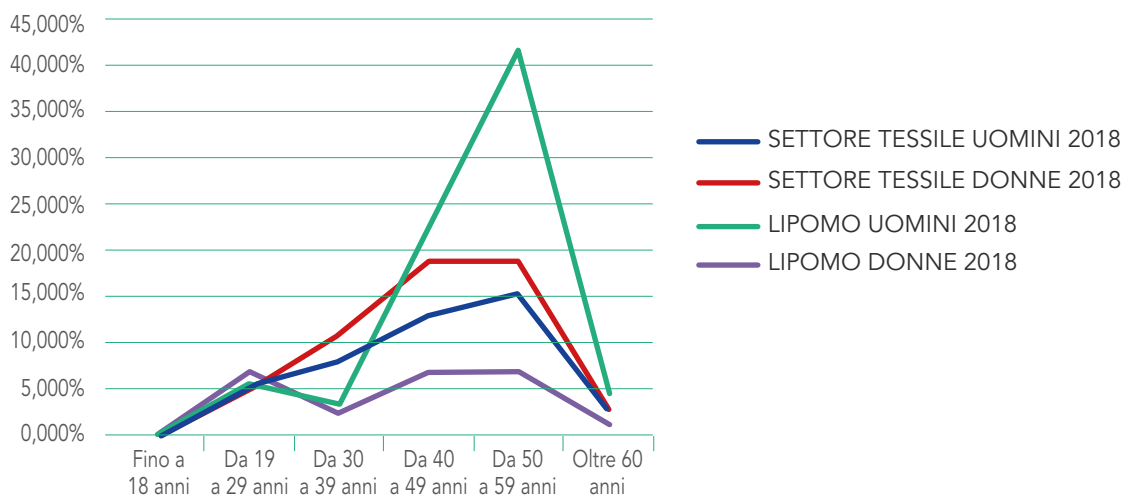
STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. CONFRONTO 2018 CON 2020 DIVISIONE NUMEROSITÀ COLLABORATORI PER ETÀ

SESSO	FASCE DI ETÀ 2018						TOTALE
	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	
MASCHI	0,000%	5,618%	3,371%	21,348%	41,573%	4,494%	76,404%
FEMMINE	0,000%	6,742%	2,247%	6,742%	6,742%	1,124%	23,596%
TOTALE	0,000%	12,360%	5,618%	28,090%	48,315%	5,618%	100,000%

FASCE DI ETÀ 2019

SESSO	FASCE DI ETÀ 2019						TOTALE
	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	
MASCHI	0,000%	5,155%	5,155%	22,680%	40,206%	3,093%	76,289%
FEMMINE	0,000%	7,216%	2,062%	7,216%	5,155%	2,062%	23,711%
TOTALE	0,000%	12,371%	7,216%	29,897%	45,361%	5,155%	100,000%





LA FORMAZIONE

Stamperia di Lipomo S.p.A. annualmente redige il piano di formazione che copre in modo trasversale o specifico i fabbisogni aziendali. Le attività di formazione tengono conto di tutti i dipendenti che operano all'interno dell'azienda.

Attività di addestramento, previste in ogni caso nel piano di formazione, sono supportate dal personale interno mentre per alcuni corsi l'azienda si avvale di collaboratori esperti esterni.

Data l'importanza che l'azienda attribuisce ai temi di sicurezza / qualità dei prodotti, sicurezza sui luoghi di lavoro e ambientale, ogni anno vengono create sessioni formative trasversali per tutti gli operatori appartenenti ad aree diverse, in modo da accrescere la consapevolezza collettiva

ed alimentare oltre che aggiornare il percorso di conoscenze delle regole cogenti e volontarie del nostro settore. Sono previste, per i prossimi anni, attività di formazione ad hoc (esempio sessioni di team building) per creare e mantenere una cultura aziendale unica e condivisa.

Sessioni specifiche per aree o per tematiche, in particolare di tipo tecnico o applicativo, sono programmate ed organizzate sulla base di esigenze formative che emergono durante l'anno e ciò a seguito, ad esempio, di aggiornamenti procedurali o modifiche gestionali o di nuove attrezzature. Queste sessioni mirano ad accrescere il patrimonio professionale dei dipendenti e quindi anche aziendale. Grande importanza inoltre riveste l'attività di formazione specifica degli addetti alla sicurezza sui luoghi di lavoro.

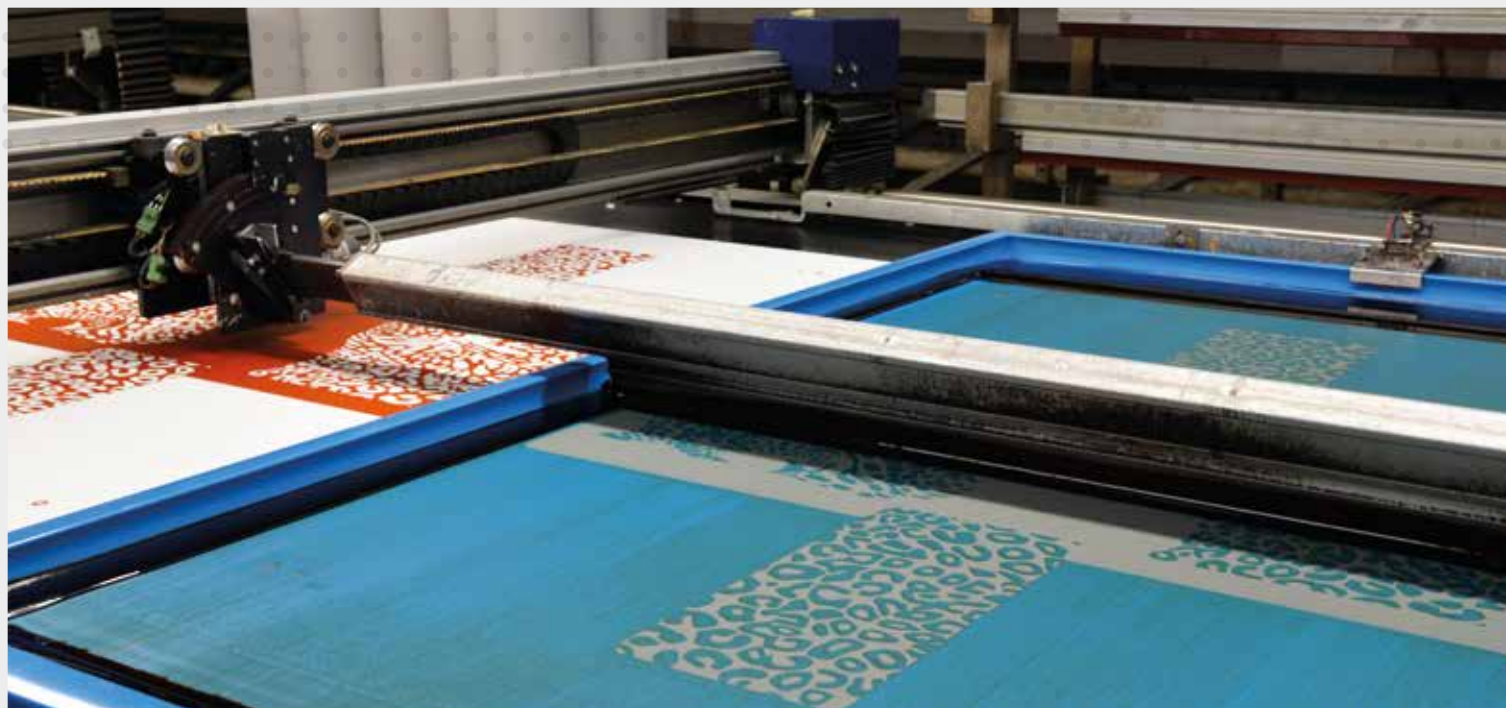


Nel corso del 2018-2019 si sono svolti i **corsi di formazione** riportati nella **tabella** riassuntiva sottostante che raggruppa per **area tematica** gli argomenti trattati e riporta il **numero di ore dedicate**:

2018

FORMAZIONE	DATA	N. addetti	ORE
AGGIORN.RSPP	25/01/18	1	8
	28/06/18	1	8
	29/11/18	1	4
AGGIORN. ANTINCENDIO	10/05/18	2	5
PRIMO SOCC./BLS D NEW	27/10/18	5	5
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	28/02/18	2	6
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	07/06/18	1	6
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	06/09/18	1	6
CONVEGNO "Il contratto a tutele crescenti..."	20/04/18	1	2,5
PRIVACY UE GDPR	04/05/18	2	2
CONVEGNO "IL MARCHIO SERICO"	09/05/18	1	4
ZDHC – Top 10 Issues of Chemical Management	07/06/18	1	4
CONVEGNO " Il contratto a tutele crescenti..."	17/07/18	1	3
INCONTRO "PRESENTAZIONE SIAV fatturaz. Elettronica"	04/10/18	2	3
CONVEGNO "Decreto Dignità"	12/12/18	1	2,5
ZDHC – Chemical Management Training	27/11/18	1	8
	28/11/18	1	





2019

FORMAZIONE	DATA	N. addetti	ORE
RLS NEW	Dal 06 al 27/11/19	1	32
AGGIORN.RSPP	27/06/19 28/11/19	1 1	8 8
AGGIORN. ANTINCENDIO	15/05/19 25/05/19	3 1	5
AGGIORN.PRIMO SOCC.	11/04/19 24/10/19	1 3	6 6
PRIMO SOCC./BLSO NEW	16/11/19	1	5
CARRELLISTI NEW	25-26/09/2019	2	12
AGGIORN. CARRELLISTI	26/09/19	1	4
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	28/02/19	6	6
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	16/09/19	79	1,5
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	14/11/19	1	6
CORSO CSR e governance	14-16-22/03/19	1	20
CORSO CSR e mercato	5-6-12/04/19	1	20
CORSO CSR e risorse umane	17-18-24/05/19	2	20
CORSO CSR e relazioni con la comunità	13-14-27/09/19	1	20
CORSO CSR e gestione ambientale	11-12-25/10/19	1	20
CORSO CSR e comunicazione	15-16-22/11/19	1	20
Lectio magistralis di Enrico Giovannini	20/02/19	1	2
Corso gestione rifiuti	20/02/19	1	4
OPEN LAB – il report di sostenibilità: come misurare il valore delle imprese	17/04/19	1	8
ZDHC – Top 10 Issues of Chemical Management	26/06/19	1	8
Regolamento Reach n. 1907/2006 e applicabilità ai prodotti tessili	10/07/19	1	3
ZDHC - Wastewater Management	04/09/19	1	8
Convegno "Economia circolare: intraprendere nuovi modelli di business sostenibili nel comparto moda tessile"	23/10/19	1	2

Formazione prevista nel 2020

FORMAZIONE	DATA	N. addetti	ORE
AGGIORN. RLS	12/11/20	1	8
AGGIORN. RSPP	28/05/20	1	8
	12/11/20	1	8
NEW ANTINCENDIO	21-24/2/20	12	5
	22/09/20	12	3
AGGIORN. ANTINCENDIO	21-24/2/20	3	5
	22/09/20	3	3
AGGIORN. PRIMO SOCC.	11-15/06/20	1	6
AGGIORN. CARRELLISTI	17/02/20	10	4
	16/09/20	1	4
PREPOSTO NEW	30/06/20	1	8
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	08/07/20	58	1,5
AGGIORN. Formaz. Lavorat.	10/07/20	25	1,5
WEBINAR – D.L. N. 104/2020 (C.D. DECRETO AGOSTO)	17/09/20	1	2
Giornata Economia (SUPSI Lugano-Trevano)	11/02/20	1	8

56



Inoltre, l'azienda in collaborazione con IED Como ha sviluppato progetti (nr. 2 Career Card triennali – la prima iniziata nel 2017, la seconda nel 2019), coinvolgenti un gruppo di studenti in funzione di obiettivi "culturali – accrescimento di conoscenze" propri di Stamperia di Lipomo S.p.A.

Attività di comunicazione per i dipendenti e tra i dipendenti.

Oltre alle riunioni – incontri operativi dettati dalle necessità contingenti e difficilmente programmabili ex-ante, periodicamente sono fissati questi momenti di incontro:

- a. trimestralmente con i responsabili di settore viene discusso il budget aziendale e più specificatamente commerciale affinché si possano interpretare al meglio i risultati degli scostamenti rispetto a quanto inizialmente previsto;
- b. annualmente i dipendenti e collaboratori sono invitati ad una attività comune che abbina finalità professionali agli aspetti sociali.



I CLIENTI

I clienti di Stamperia di Lipomo S.p.A. corrispondono essenzialmente alle macro-aree di mercato sotto evidenziate e geograficamente sono così diffusi:

REGIONI	PESO %
LOMBARDIA	72,00%
ALTRE REGIONI	28,00%

Alla clientela italiana si aggiunge quella estera sita, in particolare, in:

- Svizzera
- Germania
- Gran Bretagna
- Repubblica Ceca

Dal punto di vista del fatturato e dei volumi, nel 2019 si è assistito ad un consolidamento di questi due parametri rispetto all'anno precedente, dato che costituisce un ottimo risultato.

Le maggiori leve di successo che permettono a Stamperia di Lipomo S.p.A. di presidiare i mercati geografici sopra definiti ed aumentare la propria quota di mercato sono:

- Il fattore "Unicità del prodotto" abbinato al Made in Italy;
- Il Sistema Qualità;
- La Ricerca e Sviluppo;
- L'insieme dei processi produttivi e la diversificazione di sistemi di progettazione e produzione.

La tabella che segue riporta la segmentazione della clientela di Stamperia di Lipomo S.p.A.

TIPOLOGIA CLIENTI	PESO %
CONVERTER	46,79%
FOULARISTI	3,85%
OCCASIONALI	4,49%
PRONTOMODISTI	3,21%
CLIENTI DIRETTI	14,10%
VERTICALI	21,79%
VENDITE ALTRE	5,77%

Vi è poi l'obiettivo di abbassare l'incidenza dei "reclami / non conformità" che vengono rilevati mediante l'analisi delle note di credito (si veda tabella relativa a Key Performance Index – KPI -). L'analisi delle cause che si concretizzano poi nei reclami e nelle non conformità e la conseguente politica del miglioramento continuo comporterà il perseguimento di tale obiettivo.

I FORNITORI



A seguito dello sviluppo produttivo consolidatosi nel 2019, gli importi di acquisto circa le materie prime e funzionali alla attività aziendale nonché il consumo energetico relativo alla trasformazione delle materie prime durante la fase di lavorazione - produzione sono aumentati rispetto ai livelli storici.

58

A dare una mano all'abbattimento di tali costi è la produzione di energia elettrica ottenuta tramite i pannelli fotovoltaici.

La scelta di fornitori affidabili è alla base dei nostri livelli di qualità espressi in ogni singola referenza prodotta e commercializzata. Tutti i nostri fornitori sono selezionati e valutati in base a criteri univoci coordinati dall'Ufficio Acquisti.

I fornitori raggiungono il livello "qualificato" sulla base di requisiti ritenuti da Stamperia di Lipo S.p.A. indispensabili:

- sicurezza delle materie prime
- sicurezza del packaging
- tracciabilità e origine
- possibilità di effettuare controlli e monitoraggi condivisi
- qualità costante nelle forniture
- tempestività di risposta in caso di reclami
- certificazioni

Queste griglie di valutazione permettono all'Ufficio Acquisti di approvvigionarsi in modo efficiente ottimizzando costi e consegne. Infatti, nei criteri di valutazione dei fornitori rientrano requisiti di prevenzione ambientale e responsabilità sociale e ciò garantisce modalità di approvvigionamento coerenti con la missione aziendale.

REGIONI	PESO %
LOMBARDIA	91,08%
ALTRE REGIONI	8,92%

Ai fornitori con sede in Italia si aggiungono quelli stranieri e localizzati in:

- SVIZZERA
- GERMANIA
- DANIMARCA
- FRANCIA
- UNGHERIA

TIPOLOGIA FORNITORI

materie prime prodotti chimici	27
materie prime tessuti + carta	19
lavorazione esterne	19
logistica trasporti	6
macchinari imp+manutenzioni	52
fornitori beni in leasing	3
fornitori vari	60
consulenti amministrativi + tecnici	15
fotoincisori + disegnatori	11
utenze	6





LA COLLETTIVITÀ



L'etica aziendale trova consolidamento nelle iniziative che ogni anno vengono poste in essere e gestite sul territorio procurandone vantaggio all'intera collettività.

60

Da sempre, Stamperia di Lipomo S.p.A. pone la massima cura nel sostenere progetti sociali che vadano incontro a specifiche necessità di popolazioni locali o lontane contribuendo in tal modo allo sviluppo del territorio e delle comunità. In particolar modo, Stamperia di Lipomo S.p.A. indirizza il proprio contributo verso le comunità

nel contribuire alla loro crescita economica, nel promuovere tutti quegli aspetti di carattere sociale e culturale che formano la ricchezza comune. In funzione di ciò abbiamo e continuiamo a sviluppare relazioni – partnership con molte organizzazioni del terzo settore quale supporto a iniziative di particolare significato umanitario.





In questo ambito
si sono **inserite**
tutte le nostre **iniziative**.
Ecco il quadro
di sintesi:

ANNO 2018

- Museo della seta
- Brianza classic team
- Banco di solidarietà onlus Como
- Parrocchie
- Rete del dono tra capo e collo onlus
- Associazione Tintillà
- Il Ghisallo
- Associazione il Mantello
- AVSI
- Impresa sociale Quid

ANNO 2019

- SOS bambini onlus
- Salvadè for Africa
- Brianza classic team
- Banco di solidarietà
- Parrocchie
- Associazione Tintillà
- Associazione sportiva dilettantistica G.S. Madonna del Ghisallo
- Donazione per povertà minorile
- Associazione il Mantello onlus
- Associazione Oltre il giardino (nel 2017 avviato progetto di aiuto a portatori di handicap psichico)



L'INDOTTO



La nostra struttura, direttamente o indirettamente, impatta in modo significativo sul cosiddetto indotto. Lo schema che segue illustra questa "forza" che è l'altra faccia del Valore Aggiunto creato.

62

COMPOSIZIONE DELL'INDOTTO

PARAMETRI DI VALUTAZIONE	NR	COEFFICIENTE DI PONDERAZIONE	NR. PERSONE - INDOTTO CHE TRAGGONO VANTAGGIO DA STAMPERIA DI LIPOMO S.p.A.	METODOLOGIA DI VALUTAZIONE
dipendenti fissi presso Stamperia di Lipomo S.p.A.	97	2,2	213	L'impiego di personale fisso è al 31/12
Fornitori materia prima prodotti chimici, tessuti e carta	46	5	230	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore dia di € 30.000 e che l'incidenza sul costo del bene o servizio acquistato da Stamperia di Lipomo S.p.A. sia pari al 5% di detto costo
Lavorazioni esterne, logistica e trasporti	25	5	125	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore dia di € 30.000 e che l'incidenza sul costo del bene o servizio acquistato da Stamperia di Lipomo S.p.A. sia pari al 2% di detto costo
fornitori di macchinari, impianti, manutenzioni, beni in leasing, fornitori vari	115	3	345	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore dia di € 30.000 e che l'incidenza sul costo del bene o servizio acquistato da Stamperia di Lipomo S.p.A. sia pari all'1% di detto costo
Consulenti amministrativi, tecnici, fotoincisori e disegnatori	26	5	130	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore dia di € 30.000 e che l'incidenza sul costo del bene o servizio acquistato da Stamperia di Lipomo S.p.A. sia pari all'8% di detto costo
UtENZE	6	5	30	n.d.



PROGETTI E INVESTIMENTI PER LO SVILUPPO



Nel 2019 sono molti i progetti programmati e realizzati come abbiamo visto in precedenza e che, pur in assenza di un Bilancio Sociale 2018 in cui sarebbe risultata la loro pianificazione preventiva, sono stati portati o a compimento o ad avvio e ciò porta valore aggiunto a tutti gli stakeholder.

Ora, oltre a completare quanto già in essere, qui di seguito si illustrano gli ambiti operativi del prossimo futuro. Sono cospicui gli investimenti previsti per il 2020.

Per il prossimo periodo la direzione e i vertici aziendali si pongono i seguenti obiettivi:

- Garantire la Qualità attesa dai Clienti in modo ancor più accentuato rispetto ai livelli già raggiunti e ciò migliorando soprattutto le caratteristiche del servizio nonché la conformità alle norme di legge e a quelle volontarie sottoscritte attraverso il presidio di tutte le fasi della filiera;
- Aumentare il fatturato, rafforzando sia la penetrazione presso i clienti acquisiti, tramite l'ampliamento del portafoglio prodotti, sia attraverso l'apertura verso nuovi mercati esteri. L'incremento della quota di mercato sarà dato anche dalla dotazione di nuovi macchinari utili a presidiare la domanda al momento non evadibile da parte dell'Azienda;
- Rendere più partecipi i Dipendenti agli obiettivi aziendali, offrire loro un costante supporto "formativo", sensibilizzarli agli aspetti di tutela, valorizzazione del territorio e di responsabi-

lità sociale. Avvio progetto, nel 2020, di analisi del clima aziendale;

- Collaborare con clienti, fornitori ed autorità di controllo nella definizione di progetti di sostenibilità ambientale in modo del tutto trasparente;
- Inserimento nel settore produttivo di macchinari per stampa digitale ed altri piccoli macchinari atti a definire il nuovo centro produttivo;
- Potenziare la cultura relativa alla Responsabilità Sociale d'Impresa attraverso un miglior connubio tra procedure aziendali, certificazioni, formazione ad hoc.

Dal 2018 è iniziato il processo di creazione di nuove procedure, istruzioni operative e standard atti a migliorare la regolamentazione di tutte le fasi di lavoro, le relazioni e comunicazioni interne, il contatto con fornitori e clienti. Si sta dunque promulgando il sistema di Governance. Di pari passo, si è implementando il primo Bilancio Sociale aziendale che coniugherà le prospettive esplicitate nel Codice Etico.



Politica **ambientale**
e **valorizzazione**
del territorio.



In sintesi, nel 2020 i progetti maggiormente impattanti sulla politica ambientale e, di rimando, sulla valorizzazione territoriale si possono così identificare:

- Nuovi investimenti e risorse per l'utilizzo di energie rinnovabili;
- Monitoraggio più efficace circa tutti i processi aziendali che possano impattare con l'ambiente;
- Nuovi investimenti per la riduzione e il monitoraggio delle emissioni in atmosfera;
- Collaborazione con clienti, fornitori, autorità di controllo e istituzioni locali nella definizione di progetti di sostenibilità ambientale;
- Ottenimento di certificazioni;
- Impegno aziendale volto ad aumentare la consapevolezza e la sensibilità ambientale dei propri collaboratori.





Progetti di **comunicazione** e di **relazione.**

Anche sotto il profilo della comunicazione e delle attività di marketing, relazione con gli stakeholder, l'anno 2020 per Stamperia di Lipomo S.p.A. sarà una pietra miliare in quanto l'azienda ha iniziato il processo di pianificazione, attuazione e monitoraggio – misurazione di tutte queste attività, compresa la rilevazione della customer satisfaction dei clienti. I progetti non solo fanno capo ora ad un budget specifico, ma sono governati dallo staff aziendale in modo prospettico scegliendo così in anticipo le strategie migliori per ottenere i risultati prefissi.

Il consolidamento della struttura aziendale ha facilitato questa opera poiché ha liberato energie ora destinate al presidio della relazione con il cliente ed in generale con il mercato.

Il presidio, invece, dei new media o comunicazione online al momento prevede:

- il rinnovamento sostanziale del sito Web aziendale non solo dal punto di vista dell'architettura e della grafica, ma soprattutto nelle sue funzioni e rubriche atte a rendere questo strumento altamente corrispondente alle attese dei clienti e degli operatori di mercato;
- avvio della strategia abbinata alla gestione delle keywords, delle tecniche di SEO e SEM;
- avvio della campagna di informazione – comunicazione a tutti i clienti tramite newsletter;
- potenziamento della presenza aziendale tramite i Social Network per permettere il coinvolgimento degli stakeholder in uno scambio di informazioni ed attività di engagement.



66

Il mondo della moda è in perenne evoluzione e non consente di definire per lungo tempo dei punti di riferimento.

È dunque indispensabile rilevare con costanza l'evoluzione del mercato, analizzare la concorrenza, presidiare gli eventi più "cool", proporre

soluzioni di prodotto e di servizio legati a processi aziendali unici mediante i quali catturare l'interesse del cliente.

Lo strumento della comunicazione è di fondamentale importanza per coltivare e mantenere queste relazioni.



INDICATORI NON ECONOMICO-FINANZIARI



L'efficacia delle politiche proprie aziendali incontra anche risultati non esprimibili da concetti o numeri prettamente economico-finanziari.

A partire dal 2020 si consoliderà il progetto relativo alla definizione dei Key Performance Indicators. Essi aiuteranno a definire e misurare i progressi compiuti per raggiungere gli obiettivi

della propria organizzazione. I KPI riflettono i fattori critici di successo e sono utilizzati non solo come strumento di controllo delle performance, ma anche come uno stimolo.

67

La tabella che segue illustra alcuni KPI non economico-finanziari che vengono monitorati.

INDICATORI	2018	2019
% valore note di credito/fatturato (normalizzato al 2018)	100	104,55
Numero note di credito (normalizzato al 2018)	100	100
Metri lavorati/anno (normalizzato al 2018)	100	101,73
N. infortuni superiori a 7 gg	1	1



Stamperia di Lipomo SpA
Via Provinciale 219
22030 Lipomo (Como)

Tel. +39 031.5591
Fax +39 031.559226
info@stamperiadilipomo.com