

# BILANCIO SOCIALE 2020

[WWW.STAMPERIADILIPOMO.COM](http://WWW.STAMPERIADILIPOMO.COM)



SOSTENIBILITÀ  
*Stamperia  
di Lipoma*  




# BILANCIO SOCIALE 2020

[WWW.STAMPERIADILIPOMO.COM](http://WWW.STAMPERIADILIPOMO.COM)





# indice

**4-5**

Introduzione

Modello di riferimento Bilancio Sociale Stamperia di Lipomo S.p.A.

**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

**47**

Il quadro economico-finanziario di sintesi

**6**

Lettera dell'Imprenditore

**30**

Il sito produttivo

**35** Politica per la qualità

**36** Responsabilità sociale

**37** La sostenibilità ambientale ed economia circolare

**46** Codice etico

**48**

Gli stakeholder

**49** Le risorse umane

**59** I clienti

**60** I fornitori

**62** La collettività

**64** L'indotto

**65**

Progetti e investimenti per lo sviluppo

**69**

Indicatori non economico-finanziari

# Introduzione

Siamo arrivati alla seconda edizione del nostro Bilancio, riferito all'esercizio 2020. 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](http://www.stamperiadilipomo.com)





# Modello di riferimento Bilancio Sociale Stamperia di Lipomo S.p.A.

Stamperia di Lipomo S.p.A. ha preso quale modello di riferimento per sviluppare il Bilancio Sociale quello proposto dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale che è a tutt'oggi lo schema più utilizzato dalle imprese europee. In Italia, tale modello è stato recepito e sviluppato da G.B.S. (Gruppo Bilancio Sociale). La crescente consapevolezza del ruolo cruciale delle aziende nel perseguire uno sviluppo sostenibile ha determinato un'accelerazione dell'interesse, da parte delle istituzioni e di stakeholder come gli investitori e la collettività, verso una maggior trasparenza degli impatti che le loro scelte e operazioni generano sulla società e sull'ambiente.

Ciò ha prodotto importanti sviluppi nella normativa, negli standard, nella dottrina, nella prassi, e ha fatto emergere:

- da un lato, un ampliamento degli ambiti del Financial Reporting e l'affermazione di nuovi strumenti e metodologie di misurazione e valorizzazione di aspetti della performance non ripresi dalla contabilità (rating per il Socially Responsible Investment, balanced scorecard, Bilancio degli Intangibili, Integrated Reporting);
- dall'altro l'esigenza di compatibilità e convergenza tra i vari tipi di reporting e disclosure.

Gli standard G.B.S. sono una guida operativa che contiene indicazioni utili per la redazione del Bilancio Sociale. Rappresentano un punto di vista neutrale, rivolto a garantire la completezza e l'attendibilità delle informazioni, nonché la trasparenza del processo seguito per raccoglierle, elaborarle e rappresentarle.

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 di ottenere il consenso della Clientela, del proprio Personale, di tutti gli stakeholder.

# Lettera dell'Imprenditore

Il nostro secondo Bilancio Sociale è sicuramente influenzato da tutte le problematiche legate al Covid19. Ciò, però, ha rafforzato la nostra responsabilità e determinazione nel comunicare in piena trasparenza e coerenza i principi fondamentali della nostra storia aziendale.

La Stamperia di Lipomo S.p.A., anche durante la pandemia, ha continuato a consolidarsi tramite l'attuazione del piano previsionale circa nuovi investimenti tecnologici, abbinando quest'ultima alla formazione continua del personale, nel pieno rispetto dei vincoli di sicurezza imposti dal Covid19. Tutte le difficoltà relative a questo particolarissimo periodo e che hanno modificato radicalmente la "vita aziendale", sono state lenite dalla forza della solidarietà e della vicinanza reciproca tra azienda e collaboratori: la capacità di essere un team, di applicare e condividere tutte le risoluzioni ed i dispositivi sanitari, di utilizzare flessibilità organizzativa sono stati e sono i fattori vincenti che hanno permesso all'azienda non solo di limitare i "danni", ma soprattutto di riprendere le strategie utili ad affrontare il mercato e la politica di rispetto e valorizzazione dell'ambiente, del "fine vita mai dei prodotti", del riciclo. Abbiamo evoluto anche la governance aziendale tramite l'introduzione dell'analisi del rischio (Enterprise Risk Management) per gestire non solo eventuali imprevisti di tipo economico, ma di prestazione, di sicurezza dell'ambiente di lavoro, d'immagine e reputazione; abbiamo realizzato nuove procedure legate alle certificazioni e valutazioni progettuali utili a rendere l'azienda sempre più caratterizzata da una propria impronta verde / eco-sostenibile. L'azienda, pur con una inevitabile riduzione del fatturato e della redditività, ha mantenuto integra la forza lavoro e gli impegni con clienti, fornitori, comunità.

**Il 2020 si è chiuso al di sotto delle iniziali aspettative, ma con la consapevolezza che l'azienda abbia rafforzato la strategia vincente che supera la resilienza di periodo: nuovi investimenti, formazione rivolta a tutti i collaboratori, progettualità innovative di evoluzione del modello di business, servizi di customer oriented ci consentono di essere apprezzati presso 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.**

*Gianluca, Marco e Matteo Brenna*







# 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 imprevisi. La struttura produttiva, così come quella del sales and marketing, affrontano ogni giorno esigenze 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 trend, 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 complementari.

**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.

**2020**

acquisizione dell'immobile del comparto industriale ex Tenconi S.r.L.





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**

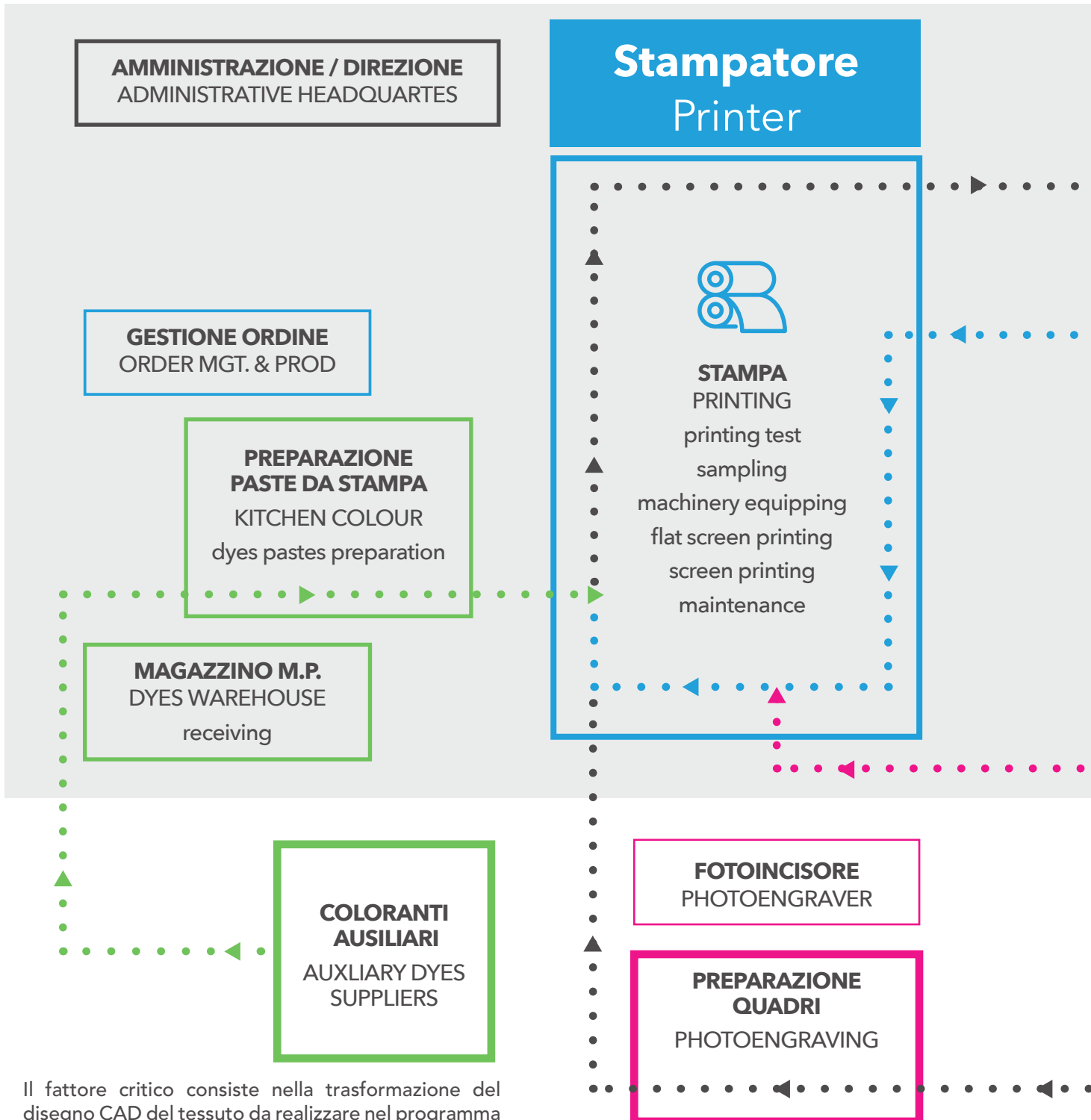
implementazione dei sistemi di illuminazione led anche all'esterno dello stabilimento.

**2020**

messa sotto inverter di tutti i pozzi: miglioramento dell'adduzione 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 esplicata 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.

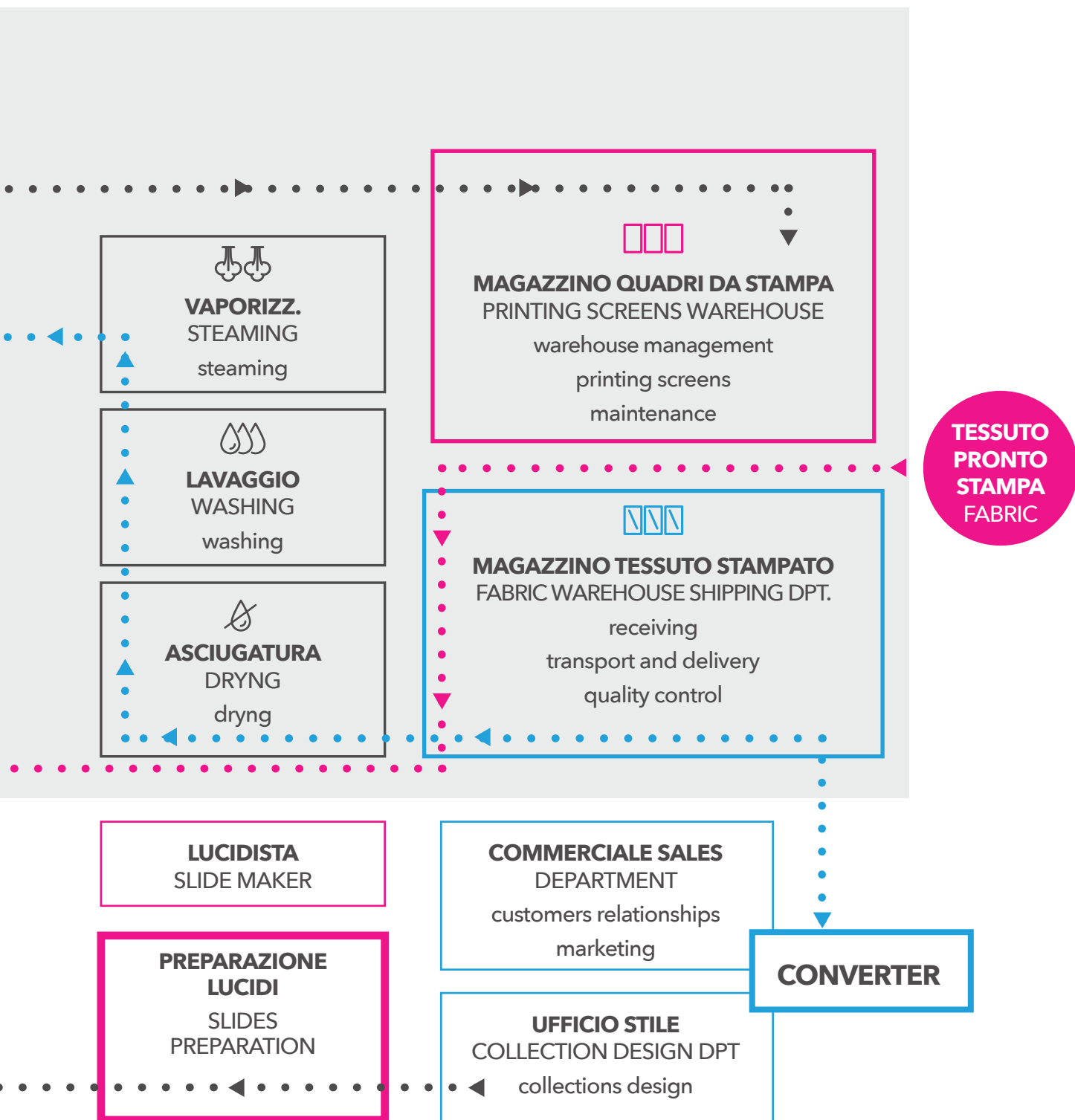


Il fattore critico consiste nella trasformazione del disegno CAD del tessuto da realizzare nel programma di stampa della stampante ink-jet.



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

- • • ► **FLUSSO TESSUTO DRAWING FLOW**
- • • ► **FLUSSO COLORANTI DYES FLOW**
- • • ► **FLUSSO TESSUTO GREGGIO FABRIC FLOW**
- • • ► **FLUSSO TESSUTO STAMPATO PRINTED FABRIC FLOW**





**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 investendo in tecnologia e governando meglio i processi (Sistema Qualità – procedure, standard

aziendali), proprio perché la sensibilità aziendale porta naturalmente ad impegnarsi fattivamente nella riduzione delle emissioni inquinanti. L'aver introdotto nel corso del 2020 l'approccio alla gestione dei "rischi" (Enterprise Risk Management), consentirà a breve all'azienda di garantire il "valore aziendale" nel suo complesso in modo ottimale e, contemporaneamente, offrire ulteriori garanzie e sicurezze ai clienti, all'indotto in generale.

#### ATTIVITÀ DI SUPPORTO

- INFRASTRUTTURA DELL'IMPRESA
- GESTIONE DELLE RISORSE UMANE
- SVILUPPO DELLA TECNOLOGIA
- APPROVVIGIONAMENTI



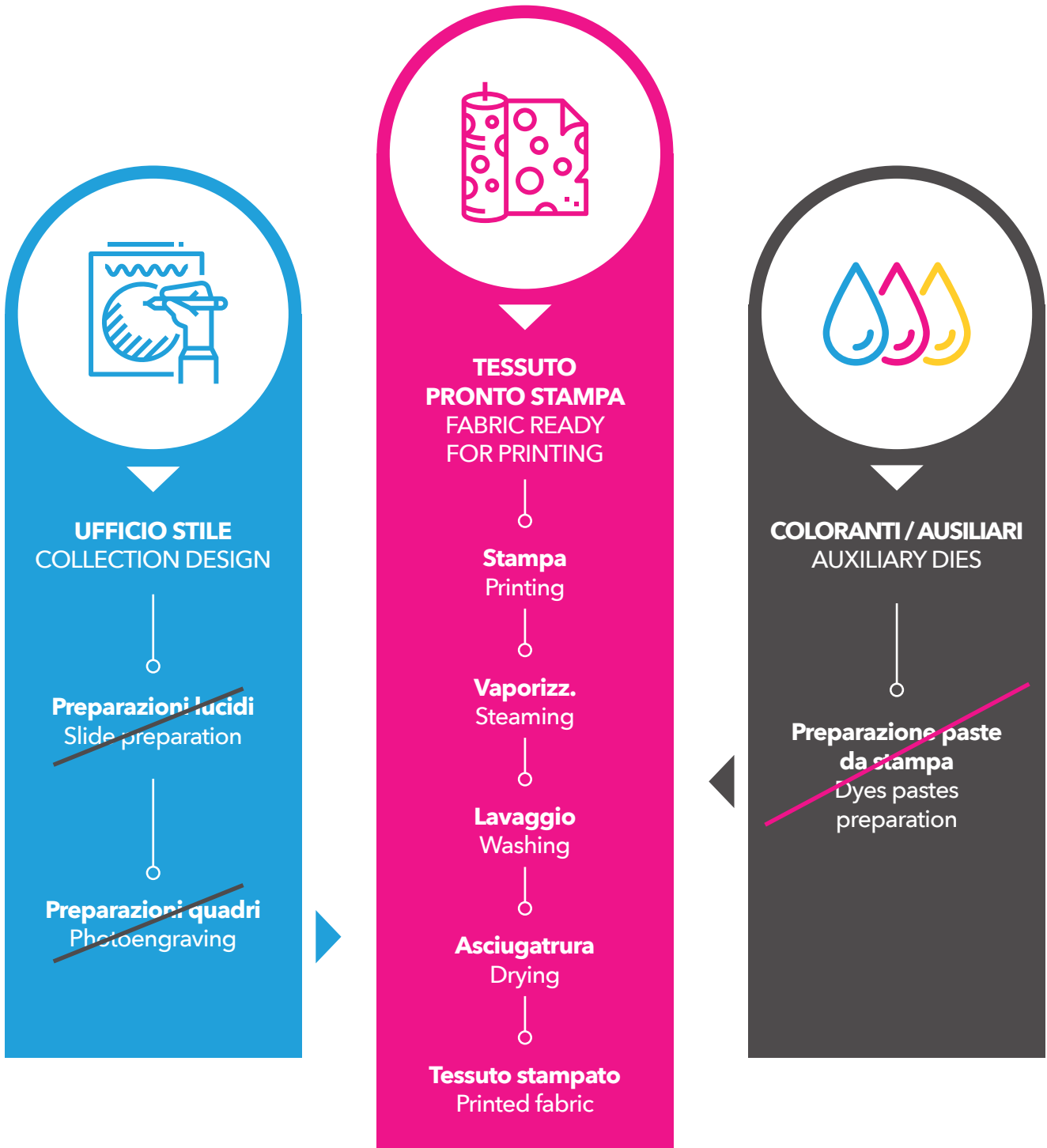
#### ATTIVITÀ PRIMARIE

- LOGISTICA INTERNA
- OPERATIONS
- LOGISTICA ESTERNA
- MARKETING E VENDITE
- SERVIZI





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 <sub>2</sub>	t/kt	2.73951	28
	NO <sub>x</sub>	t/kt	460.835	33
	SO <sub>2</sub>	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 <sup>3</sup> /kt	54063.5	34
	Da acquedotto pubblico Public supply	m <sup>3</sup> /kt	170441	48
	Totale Total	m <sup>3</sup> /kt	209223	61
CONSUMO MATERIALE E PRIMO MATERIAL INPUT	Solventi organici Organic Solvents	kt/kt	37.7962	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 <i>Suspended solid material</i> (mg/l)	BOD5 (mg/l)	COD (mg/l)	COD (dopo 1h) (mg/l)	Azoto Ammoniacale (mg/l)	Azoto Kjeldhal (mg/l)	Fosforo (mg/l)
<i>campione/sample1</i>	8	150	101	500	423	3,5	32,9	1,2
<i>campione/sample2</i>	8,1	130	103	443	409	3,2	30,4	1,1
<i>campione/sample3</i>	7	120	85	400	340	3,6	37,2	1,2
<i>campione/sample4</i>	7,8	101	93	420	399	3,3	41,3	1
<i>campione/sample5</i>	7,8	101	93	420	399	3,2	36,5	1
<i>campione/sample6</i>	7,5	99	75	521	520	4	32	1,5
<i>campione/sample7</i>	7,7	77	81	320	290	2,4	37,5	0,9
<i>campione/sample8</i>	7,9	140	100	470	441	3,2	36,3	0,9
<i>campione/sample9</i>	7,8	85	87	393	361	3,1	30	1,1
<i>campione/sample10</i>	7,6	92	96	431	396	3,1	31	0,8
<b>MEDIA/AVERAGE</b>	<b>7,72</b>	<b>109,5</b>	<b>91,4</b>	<b>431,8</b>	<b>387,8</b>	<b>3,26</b>	<b>34,51</b>	<b>1,07</b>

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



## 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.



## OPERATIONS

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



## MARKETING, VENDITE E COMUNICAZIONE

Post-vendita: gestione problem solving, reclami – non conformità e/o integrazioni richieste dal cliente. Avvio sistema di comunicazione integrata per la tenuta dell'attività di relazione continua con il cliente.



## SERVIZI E CUSTOMER CARE

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. Avvio sistema di monitoraggio (post-vendita) e gestione customer care.

SCARLET  
R

NAGS

MA

80

25

3v2

Blau  
Liquor

160

# 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.

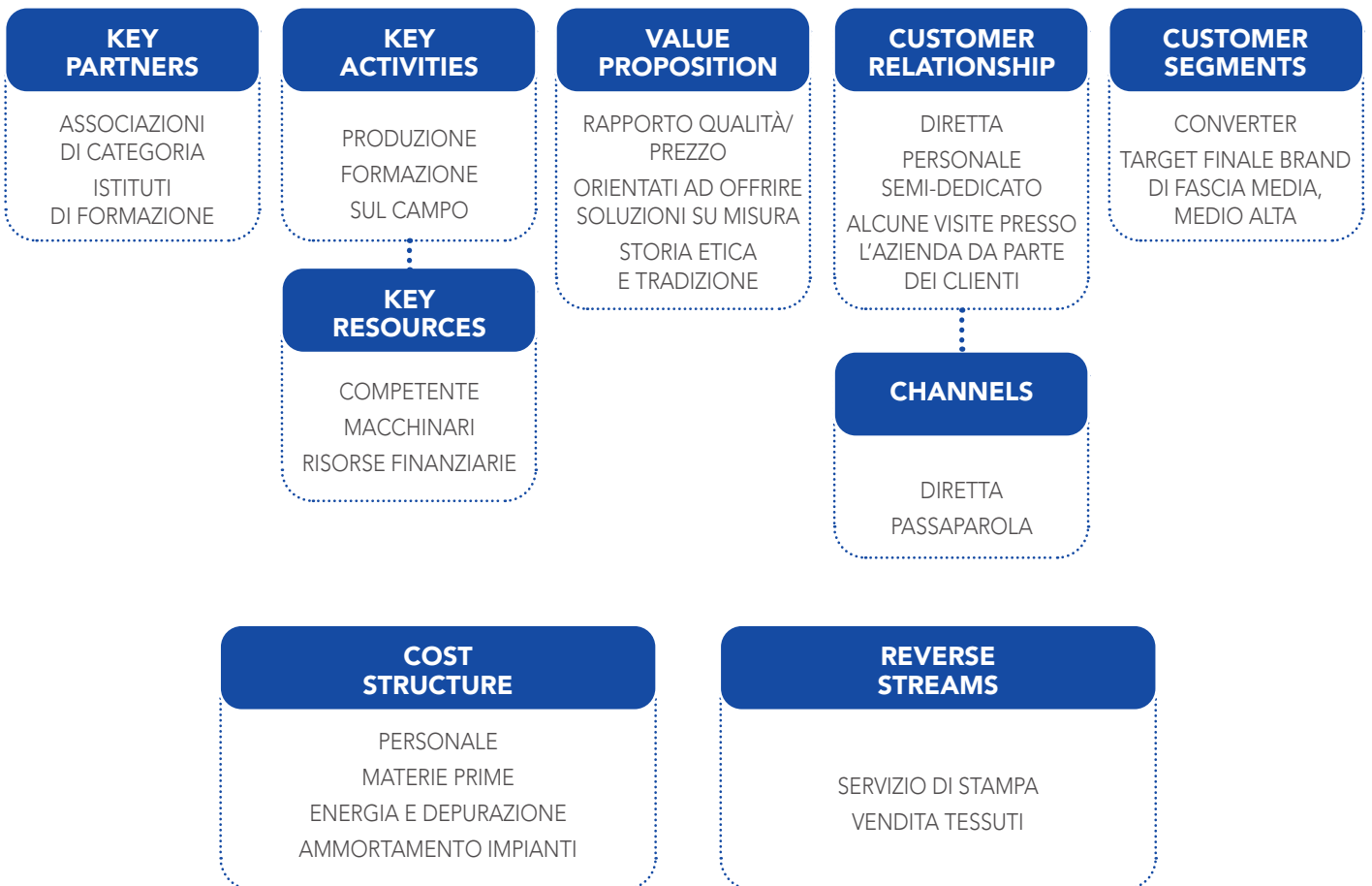
Il know-how, la ricerca e sviluppo, l'innovazione, ma soprattutto la capacità di lavorare insieme sono i segreti della relazione vincente tra Cliente e Stamperia di Lipomo S.p.A. Infatti, insieme al Cliente si studiano le soluzioni migliori per l'ottenimento di prodotti unici, di elevata qualità. Tutti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

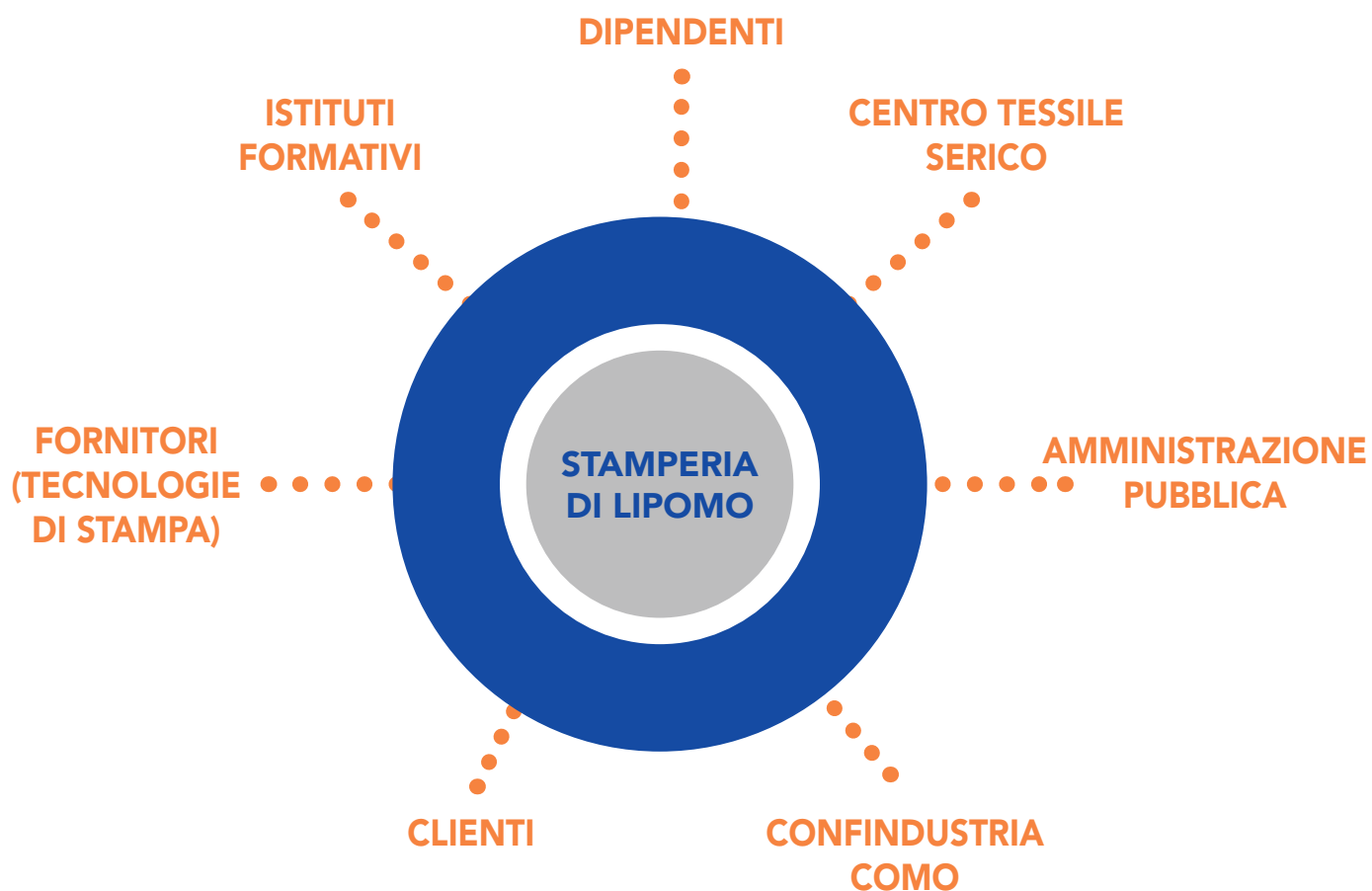
TEMA	DESCRIZIONE
LA FLESSIBILITÀ	Pianificazione ed ottimizzazione delle risorse produttive che coniughi qualità - tempi - costi in risposta alle richieste del mercato
I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI	La capacità di sostenere/migliorare risultati di redditività e produttività
LE COMPETENZE AZIENDALI	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



Il **modello** di **business** conseguente ha la **seguito 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

La Società è organizzata in modo da garantire che le attività siano svolte in modo efficace e coerente con gli obiettivi fissati dal vertice aziendale e dispone di sistemi informatici strutturati in modo da assicurare l'adempimento di questi principi.



La Società ha predisposto il proprio Modello descrivendo chiaramente la propria struttura organizzativa: ruoli, responsabilità e tracciabilità nei processi decisionali che è nota a dipendenti e collaboratori, i quali, dal 2021, potranno consultare la relativa documentazione in ogni momento accedendo al sito intranet aziendale.

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 nel 2020, nonostante la pandemia, ha risposto, seppur parzialmente, l'approccio alla 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.

La rilevazione del Clima Aziendale, tenuta nella seconda metà dell'anno, è la base di partenza per la gestione mirata dell'empowerment. Ciò 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.



AMMINISTRATORE  
DELEGATO

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E QUALITÀ

SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE



AREA AMMINISTRATIVA

AMMINISTRAZIONE  
E CONTROLLO

FATTURAZIONE

ACQUISTI

PERSONALE



STAMPA TRADIZIONALE

UFFICIO BOLLE  
DISPOSIZIONI

MAGAZZINO

PRODUZIONE

CUCINA COLORI

STAMPA TAVOLO

MANOMACCHINA

STAMPA ROTATIVA

VAPORIZZAGGIO

LAVAGGIO

FINISSAGGIO

CONTROLLO FINALE

MANUTENZIONE



STAMPA DIGITALE

UFFICIO BOLLE  
DISPOSIZIONI

MAGAZZINO

PRODUZIONE

UFFICIO CAD

REPARTO PRODUZIONE

COMMERCIALE

CAMPIONATURA

ACQUISTI TESSUTI

CONTROLLO  
FINALE

QUESTA ATTIVITÀ NON RIENTRA  
NEL CAMPO DI APPLICAZIONE  
DEL SISTEMA DI GESTIONE

# 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.



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, in modo flessibile ed assecondante il mercato, la crescita aziendale gestendo meglio i repentini cambiamenti;
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.

In funzione del risk assessment, la Società ha una funzione di controllo per la revisione dei processi operativi, finanziari e amministrativi in modo da valutare internamente:

- validità, precisione, attendibilità e efficacia del rispetto dei piani dei costi attraverso un sistema di controllo finanziario e di reporting locale;

- modalità con cui i beni aziendali sono contabilizzati e protetti da possibili perdite;
- diffusione della conoscenza delle linee di condotta stabilite e delle procedure;
- adeguatezza ed efficacia dei controlli relativi alla sicurezza informatica.

Per le concrete modalità di funzionamento si rinvia alle disposizioni Statutarie e, per quanto non disposto, al Codice Civile (artt. 2364 e ss.).

La Società ha ritenuto opportuno avviare l'adozione di un proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo al fine di:

1. disporre di un efficace mezzo di prevenzione contro il rischio di commissione dei reati e che permetta, dunque, di tenere sotto controllo gli aspetti che possono presentare profili di criticità in relazione all'attività aziendale;
2. disporre di un valido strumento di sensibilizzazione di tutti coloro che operano nell'ambito della Società, affinché tengano comportamenti corretti e lineari.

Il Codice Etico conferma che forme di comportamento illecito, oltre che alle disposizioni di legge sono contrarie anche ai principi etici sottesi all'esercizio del business aziendale e, come tali sono condannati anche ove la Società fosse, per

ipotesi, apparentemente in condizione di trarne vantaggio.

Per la formalizzazione e l'implementazione delle policy aziendali attuative del Modello (e relativi regolamenti, protocolli preventivi e procedure operative), tutto il Personale deve avere consapevolezza della politica etica aziendale, dell'assoluta disapprovazione della Società delle condotte illecite anche quando la Società potrebbe apparentemente trarne un vantaggio, ha tenuto e terrà incontri informativi e formativi, definiti nell'ambito del Piano formativo per l'anno di riferimento.

La gestione più ampia e che delimita il concetto di risk assessment parte dalla valutazione dei seguenti fattori:

**Analisi di contesto (storico e geografico).** Per tale voce il parametro "diffusione" corrisponde alla probabilità che in tale momento storico o zona geografica siano presenti dei rischi "congeniti" (es. area geografica notoriamente assoggettata alla malavita); per "conoscenza" si intende il livello di consapevolezza dell'esistenza di eventuali rischi di cui accennato già specificando il concetto di "diffusione"; per "applicazione" si intende il livello di probabilità che l'azienda possa essere influenzata dal rischio del contesto (storico e geografico); per "gestione" si intende la % di risoluzione delle "minacce" funzionali al rischio di cui si sta parlando e che l'azienda è riuscita a far fronte, nell'eventualità, con esito positivo.

**Adeguatezza organizzativa, deleghe e segregazione di funzioni.** Per tale voce il parametro "diffusione" corrisponde alla probabilità che ciascun dipendente / collaboratore abbia ricevuto l'organigramma ed il proprio mansionario oltre agli altri documenti relativi al mondo del lavoro (es. contratto collettivo). Per livello di "conoscenza" si intende il livello di consapevolezza che ogni singolo dipendente / collaboratore abbia circa le proprie mansioni, regole - doveri, diritti in azienda. Per livello di "applicazione" si intende la probabilità che ogni singolo dipendente / collaboratore sia stato posto nel ruolo proprio lavorativo secondo le reali competenze e capacità e che queste incontrino perfettamente le mansioni affidate. Lo strumento per verificare ciò è il "bilancio delle competenze". Per "gestione" si intende la % di risoluzione con esito positivo delle eventuali incongruità rilevate nel valutare l'adeguatezza organizzativa, deleghe e segregazione.

**Clima etico aziendale.** Per tale voce il parametro "diffusione" corrisponde alla probabilità che ciascun dipendente / collaboratore abbia ricevuto, annualmente, il questionario mediante il quale si registra il clima etico aziendale. Per livello di "conoscenza" si intende il livello di consapevolezza che ogni singolo dipendente / collaboratore abbia circa la funzione del clima etico aziendale, ossia la valenza sottostante la compilazione del

questionario relativo. Per livello di "applicazione" si intende la probabilità che ogni singolo dipendente / collaboratore sia stato coinvolto in riunione ad hoc atta a valutare le risultanze del questionario circa il clima etico aziendale. Per "gestione" si intende la % di risoluzione con esito positivo delle eventuali problematiche rilevate dal questionario in oggetto. Il raggiungimento della risoluzione di tali eventuali problematiche viene certificato (o meno) dai responsabili di settore dopo un periodo congruo in cui l'azienda abbia predisposto gli interventi mirati a ciò.

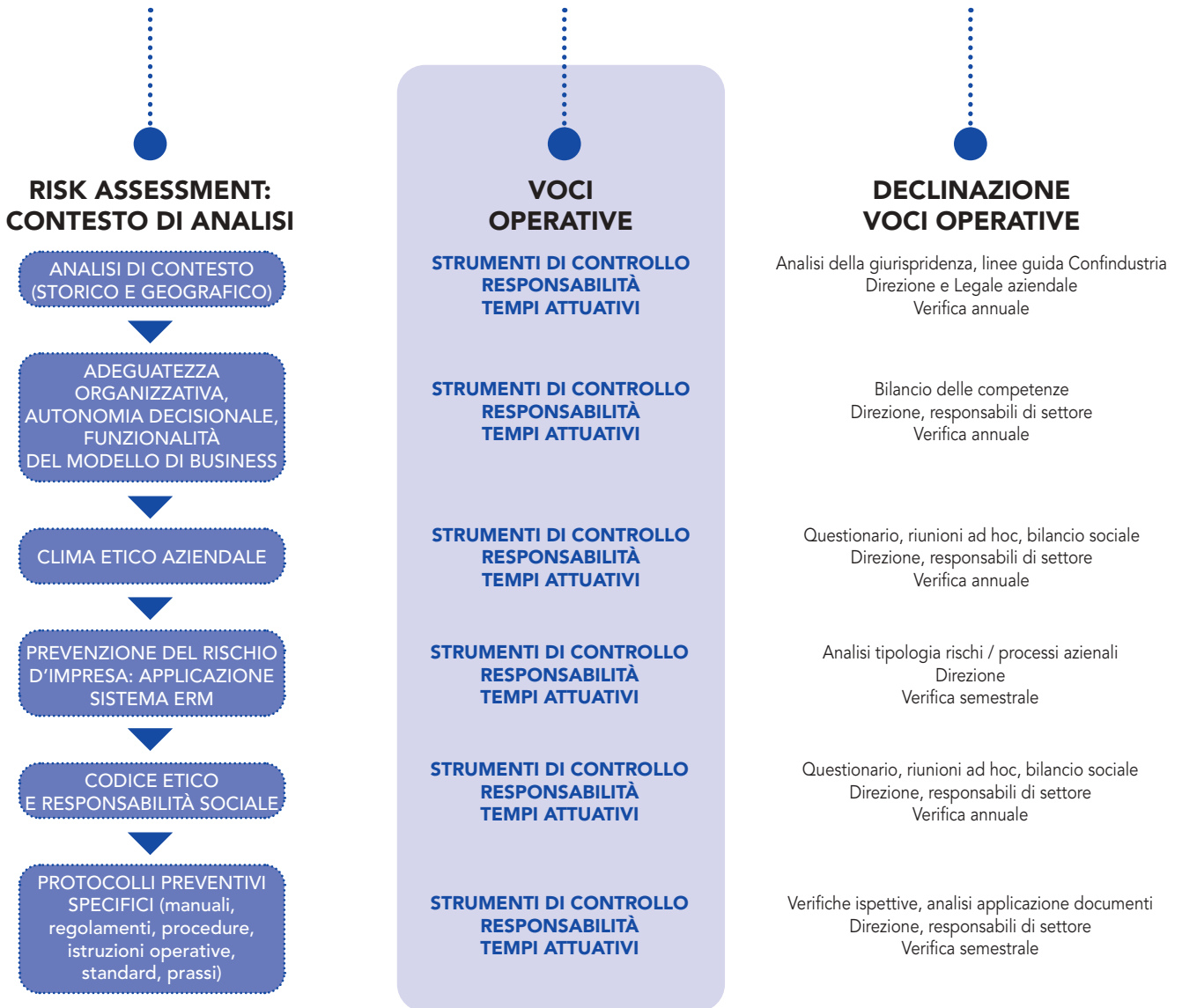
**Prevenzione del rischio di impresa: giurisprudenza penale e successione di leggi nel tempo.** Per tale voce il parametro "diffusione" corrisponde alla probabilità che ogni parametro di valutazione del rischio sia sempre "aggiornato" secondo le evoluzioni / modifiche e quant'altro predisposto dalla giurisprudenza penale e dalla successione delle leggi nel tempo. Per livello di "conoscenza" si intende il livello di consapevolezza che l'azienda, nel suo complesso, abbia circa tutte le evoluzioni dette sopra. Per livello di "applicazione" si intende la probabilità che l'azienda abbia ottemperato nei tempi e modi corretti alle evoluzioni delle leggi. Per "gestione" si intende la % di aggiornamento ottenuto circa le tematiche qui discusse ed inerenti a tutti i parametri valutativi il risk assessment.

**Codice etico e responsabilità sociale.** Per tale voce il parametro "diffusione" corrisponde alla probabilità che ciascun dipendente / collaboratore abbia ricevuto, annualmente, copia del documento illustrante il codice etico. Per livello di "conoscenza" si intende il livello di consapevolezza che ogni singolo dipendente / collaboratore abbia circa la funzione del codice etico e della responsabilità sociale. Per livello di "applicazione" si intende la percentuale di raggiungimento degli obiettivi prefissati, espressi dal codice etico, da parte dell'azienda. Per "gestione" si intende la % di risoluzione con esito positivo delle eventuali problematiche rilevate da "incongruenze" di comportamento da parte dell'azienda rispetto a quanto prefissato proprio nel codice etico.

**Protocolli preventivi specifici (manuali, regolamenti, procedure, istruzioni operative, standard, prassi).** Per tale voce il parametro "diffusione" corrisponde alla probabilità che ciascun dipendente / collaboratore abbia ricevuto, annualmente, copia di detti documenti. Per livello di "conoscenza" si intende il livello di consapevolezza che ogni singolo dipendente / collaboratore abbia circa la funzione di detti documenti. Per livello di "applicazione" si intende il livello di applicazione di detti documenti nelle attività quotidiane d'azienda. Per "gestione" si intende la % di risoluzione con esito positivo delle eventuali problematiche rilevate dall'applicazione dei documenti in oggetto.



## RISK ASSESSMENT: MODELLO STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A.



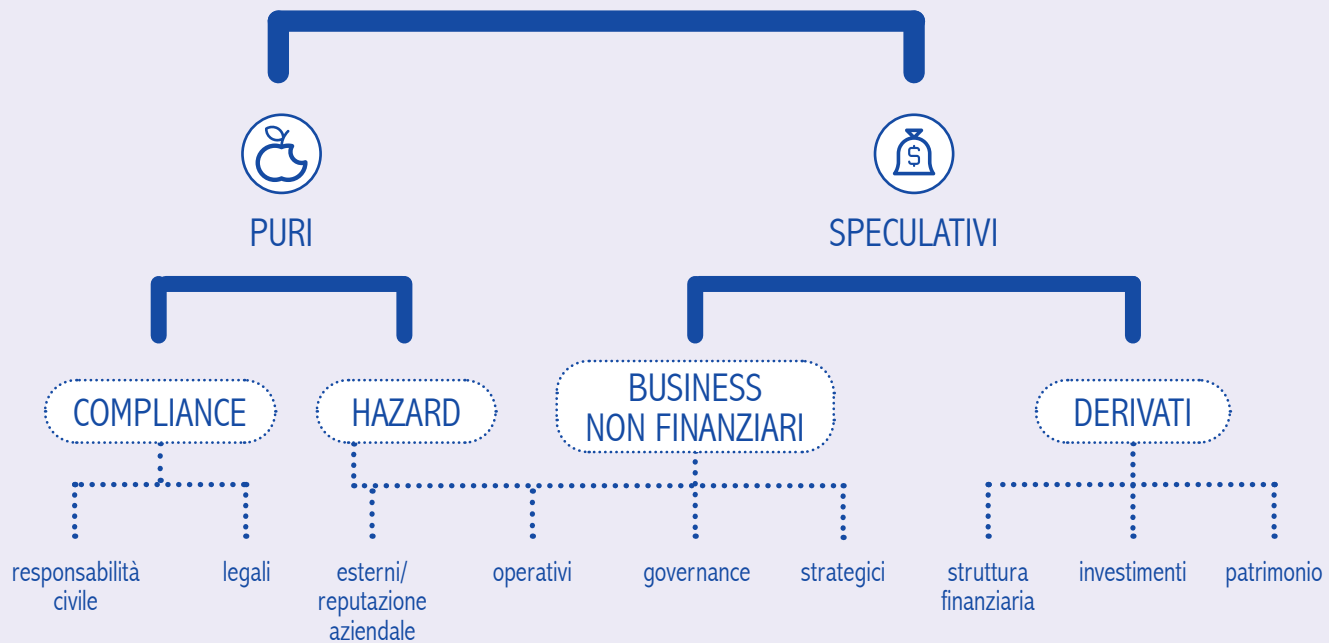
La strategia di Enterprise Risk Management (ERM) assume dunque anche una prospettiva temporale di applicazione in due ambiti. Il primo obiettivi strategici di medio-lungo periodo definiti secondo profili di rischio aggregati (di portafolio). Il secondo, preparazione alla speculazione

(attività tesa al conseguimento di guadagni nel breve periodo in contesti di incertezza), di circoscritti profili di rischio attesi nel breve periodo. La mappa che segue riporta la varia natura di rischio a cui Stamperia di Lipomo S.p.A. si sta preparando a far fronte in modo preventivo.





## RISCHIO D'IMPRESA



### 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.

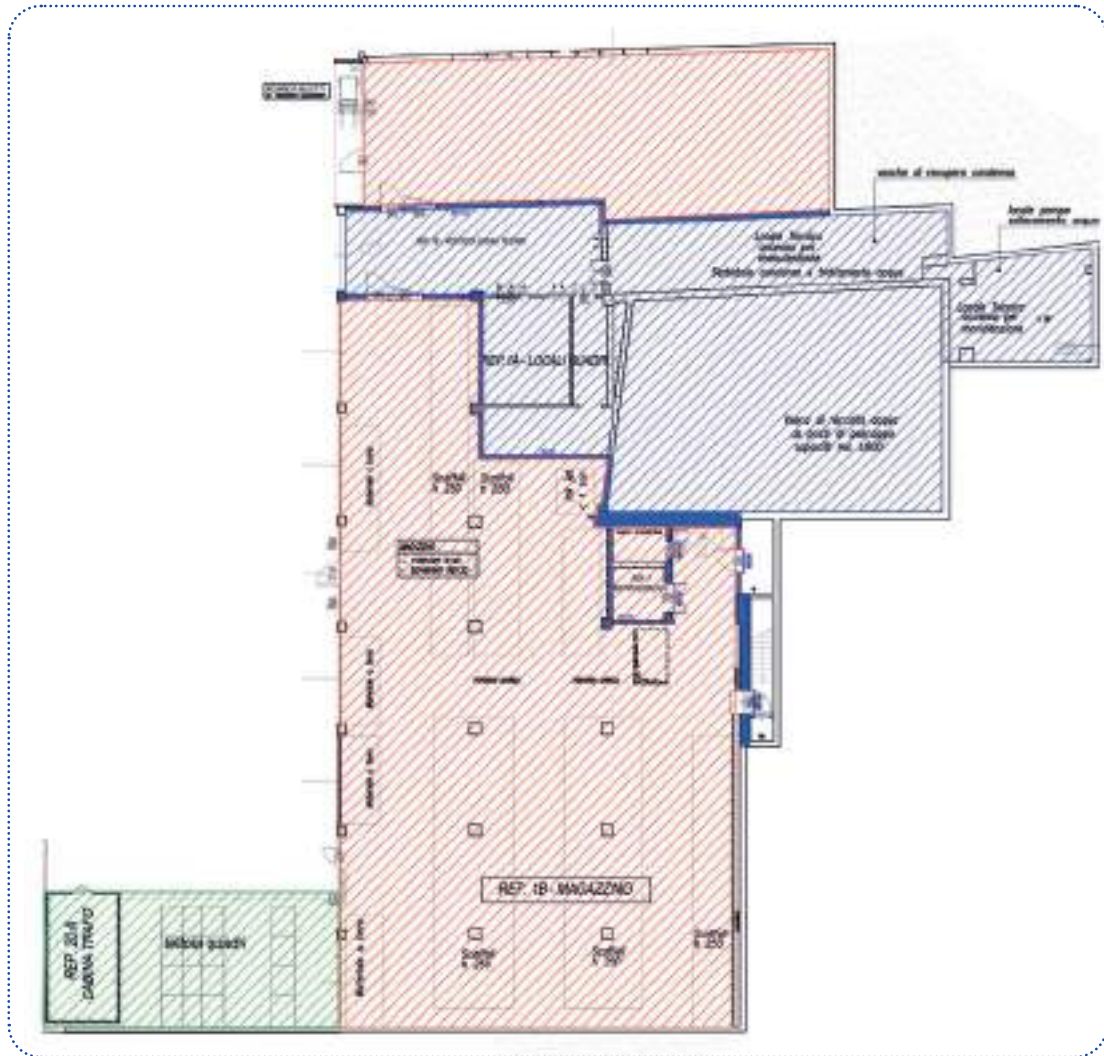
**La struttura aziendale Stamperia di Lipomo S.p.A. è così rappresentabile:**



> FOTOGRAFIA AEREA PERTINENZA AZIENDALE



> SUPERFICI EDIFICATE E DESTINAZIONI D'USO PIANO SEMINTERRATO



		Piano Seminterrato	Piano Terra	Piano Primo	TOTALE
COLORE	Descrizione	Superficie [m <sup>2</sup> ]	Superficie [m <sup>2</sup> ]	Superficie [m <sup>2</sup> ]	Superficie [m <sup>2</sup> ]
	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

Il **Sistema produttivo**, via via aggiornato mediante l'introduzione di **nuove macchine e sistemi informatici** e mediante anche la sostituzione dei cespiti obsoleti, schematicamente è rappresentabile dal quadro sinottico che segue:

LINEA	DOTAZIONE	REALIZZAZIONE
<b>CAMPIONATURA A MANO</b>	Nr. 2 tavoli	Tirelle, campionari, sblocchi di produzione, prove colori
<b>TAVOLI PIANI</b>	Nr. 2 tavoli	Piccoli lotti di produzione. Qualità eccelsa. Produzione per abbigliamento, arredamento, accessori
<b>TAVOLI ROTANTI</b>	Nr. 2 tavoli	Qualità alta di produzione con intensità di manodopera impiegata. Produzione per abbigliamento, arredamento, accessori
<b>MANOMACCHINA</b>	Nr. 1 manomacchina a nr. 12 colori	Modelli, stampa quadri, lotti più grandi. Maggiore automazione
<b>ROTATIVE</b>	Nr. 1 rotativa a nr. 10 colori; nr. 1 rotativa a nr. 12 colori	Lotti importanti di produzione. Estrema automazione
<b>STAMPA DIGITALE</b>	Nr. 6 linee di produzione	Stampa diretta su tessuto: tessuti naturali e artificiali per abbigliamento, arredamento, accessori
<b>STAMPA CARTA</b>	Nr. 2 linee stampa carta per transfert	Poliestere
<b>CALANDRA</b>	Nr. 1	Trasferimento carta su tessuto
<b>POST STAMPA</b>	Nr. 3 vaporizzi; nr. 2 linee di lavaggio e asciugatura; nr. 2 finissaggi a 7 e 8 cambi; nr 1 Eanergy per mani particolari in finissaggio; nr 1 barca per lavaggio campioni; nr 1 macchina lavaggio benè	

Nei processi produttivi vengono impiegate le seguenti materie prime:

	2017	2018	2019	2020
ausiliari stampa (kg)	102.400	129.830	115.439	79.404
materiali di consumo (kg)	193.601	157.774	118.358	90.037
coloranti e pigmenti (kg)	34.273	46.113	38.745	25.734
inchiostri stampa digitale (LT)	24.715	29.604	30.241	23.280
ausiliari lavaggio (kg)	81.250	133.920	117.874	92.941
ausiliari finissaggio (kg)	36.735	51.010	38.740	29.306
ausiliari preparazione digitale (kg)	204.234	222.665	201.890	166.799





## 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.

Il Controllo Statistico di Processo (SPC - Statistical Process Control), è una metodologia che Stamperia di Lipomo S.p.A. si sta apprestando ad introdurre. Esso può essere definito come una metodologia che, in riferimento ad una determinata attività, operazione, fase o processo caratterizzato da ripetitività, fa ricorso a tecniche statistiche al fine di definire, analizzare e verificare le condizioni che determinano la variabilità dell'oggetto di analisi. In modo più sintetico, rifacendoci alla definizione fornita da Juran potremmo definire l'SPC come "l'applicazione di tecniche statistiche per comprendere ed analizzare le variabilità di un processo".

Obiettivo ultimo quindi, nell'utilizzo di queste tecniche è quello di dotare l'impresa di strumenti adeguati a migliorare il livello qualitativo dei

prodotti/servizi offerti/erogati attraverso l'eliminazione di errori, difformità che causano rilavorazioni, controlli inutili e quindi rallentamenti nei cicli di lavorazione. Garanzia di simili risultati sarà quindi, necessariamente una conoscenza chiara e approfondita dei processi, l'identificazione delle caratteristiche critiche del processo attraverso l'impiego di dati statisticamente significativi e in quanto tali analizzabili che consentano di determinare e interpretare performance e cause che determinano "cambiamenti indesiderati" rispetto al normale funzionamento del processo in analisi.

La significatività dei dati e la loro conseguente attendibilità sarà indispensabile al raggiungimento degli obiettivi posti. Non bisogna mai dimenticare, infatti, quello che è il fine ultimo che ci si pone nell'impiegare una metodologia quale SPC: ottenere un efficace supporto per la comprensione di un processo con lo scopo di prevederne l'andamento e intervenire su di esso in tempo reale secondo l'ottica del miglioramento continuo.

Nella pratica aziendale, allora, bisognerà arrivare ad avere dei dati sui cui fondare determinate



conclusioni, predisporre azioni che correggano la variabilità di un processo e quindi consentano di risalire dalla manifestazione della variazione "indesiderata" o "anomala" alla causa prima su cui occorre intervenire per modificare le condizioni di svolgimento del processo.

Nell'individuare i fattori che generano tali anomalie e quindi variabilità nel processo in esame si fa sempre riferimento a due categorie principali di cause:

- cause comuni
- cause speciali

Le cause comuni (o normali) sono insite nella variabilità di un processo produttivo; insorgono casualmente durante il normale svolgimento del processo e ne determinano la fluttuazione naturale all'interno di un intervallo;

Le cause speciali, invece, sono tutte quelle che, come abbiamo già detto, determinano variabilità indesiderata o anomala rispetto al naturale svolgimento del processo. Esse possono derivare, ad esempio, dall'uso di un utensile sbagliato, dall'errore di un operatore o da particolari condizioni ambientali, come l'illuminazione o la temperatura.

Secondo l'approccio del miglioramento continuo, ogni tipo di intervento da sviluppare sul

processo di trasformazione, sarà da rapportare non soltanto alle attività già effettuate ma a tutte le attività svolte nel processo, presenti e future, (tenendo ben presenti ostacoli e difficoltà da affrontare nel prevedere in modo attendibile l'andamento futuro dei processi produttivi), considerando che l'SPC è una metodologia orientata alla prevenzione dei difetti e degli errori piuttosto che alla loro semplice scoperta.

A questo scopo vengono definiti gli indici di capacità del processo, che mettono in relazione le prestazioni o il potenziale del processo con il soddisfacimento a specifiche imposte. Essi, inoltre, permettono di riassumere in modo molto conciso i dati di un processo produttivo, con il vantaggio, rispetto agli indici statistici come media e dispersione, di essere quantità adimensionali, e quindi facilmente interpretabili e paragonabili tra loro. In generale la capacità di un processo:

1. dipende dai limiti specificati;
2. è valutata per ogni caratteristica;
3. dipende dalla dispersione del processo;
4. dipende dalla posizione del processo;
5. si determina con l'uso delle carte di controllo o con un'analisi specifica;
6. si può valutare attraverso gli indici di capacità.

# 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.



La Stamperia di Lipomo S.p.A. è certificata Serico 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 continuamente 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.

E' 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

Le tabelle che seguono riassumono in modo preciso e fedele i risultati conseguiti da Stamperia di Lipomo S.p.A. in termini di sostenibilità ambientale/economia circolare.

## STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. RENDICONTAZIONE AMBIENTALE (SK25)



	2020	2019	2018
<b>DATI GENERALI</b>			
Addetti [n]	87	98	89
Tessuti [m]	2.503.000	3.559.000	5.349.170
Prodotti chimici di base/ausiliari [kg]	362.563	468.643	528.129
Prodotti coloranti [kg]	50.242	71.243	76.398
Prodotti per manutenzione macchine [kg]	94.660	121.321	166.103
Prodotti (altri) [kg]	36	80	116
Totale prodotti/ m tessuto (kg/m)	0,203	0,186	0,144
<b>SUPERFICIE OCCUPAZIONE SUOLO E SOTTOSUOLO</b>			
Area Coperta [mq]	8.160	8.160	7.800
Area Impermeabilizzata esterna [mq]	4.500	4.500	3.800
Area a verde o drenante [mq]	14.210	14.210	11.200
Numero serbatoi interrati contenenti combustibili [n]	0	0	0
Numero serbatoi interrati contenenti prodotti o rifiuti [n]	0	0	0
Totale Volume massimo serbatoi interrati [mc]	0	0	0
Area totale interessata [mq]	26.870	26.870	22.800
Area impermeabilizzata/ area totale [%]	47,1	47,1	50,9
Volume serbatoi/ area totale [mc/mq]	0	0	0
<b>ENERGIA</b>			
Processi: Gas naturale [mc]	1.578.413	2.075.398	1.946.013
Processi: Gasolio [mc]	0	0	0
Processi: Energia Elettrica [kWh]	1.984.000	2.582.000	2.523.726
Processi: Olio combustibile [mc]	0	0	0
Trasporti: Benzina [mc]	7	9	2
Trasporti: Gasolio [mc]	2	3	8
Energia elettrica fonte rinnovabile autoprodotta [kWh]	357.045	389.208	329.951
Processi: Tonn eq petrolio/metro tessuto [tonneq/m]	148,226	135,666	88,227

<b>EMISSIONI IN ATMOSFERA E GAS REFRIGERANTI/SERRA</b>			
Processi: Combustibile-Energia [tonn CO <sub>2</sub> eq]	4.089	5.363	5.079
Trasporti: Combustibili [tonn CO <sub>2</sub> eq]	21	28	26
COV [kg]	554	1.264	870
Gas serra/ozono lesivi presenti [kg]	39,5	39,5	40
Gas serra/ozono lesivi aggiunti [kg]	0	0	0
Processi/m tessuto [tenneq CO <sub>2</sub> *10 <sup>3</sup> /m]	1,6	1,5	0,9
Trasporti/m tessuto [tenneq CO <sub>2</sub> *10 <sup>6</sup> /m]	8,1	7,6	4,8
COV/m tessuto [Kg/m]	0,221	0,355	0,163
Gas aggiunti/m tessuto [kg*10 <sup>6</sup> /m]	0	0	0
<b>APPROVVIGIONAMENTO IDRICO</b>			
Acqua da acquedotto [mc]	7.524	13.796	1.880
Acqua da pozzo [mc]	130.379	194.241	199.600
Acqua da corpo idrico superficiale [mc]	0	0	0
Totale acqua approvvigionata [mc]	137.903	208.037	201.480
Riciclo stimato [%]	0	0	0
Acqua approvvigionata/m tessuto [mc/m]	0,06	0,06	0,04
<b>SCARICHI IDRICI</b>			
Volume acque reflue industriali [mc]	123.121	186.886	185.804
Volume acque reflue domestiche [mc]	450	550	500
Volume totale acque reflue [mc]	123.571	187.436	186.304
Pioggia/anno [mm]	1.200	1.200	1.195,8
Volume totale acque meteoriche stimato [mc]	15.192	15.192	13.871
Scarichi industriali/m tessuto *10 <sup>3</sup> [l/m]	49,189	52,511	34,735
Controlli analitici acque [n]	11	12	9
Analisi eseguite secondo i parametri ZDHC MRSL	0	1	0
<b>RIFIUTI PRODOTTI</b>			
Rifiuti totali pericolosi smaltiti [kg]	4.161	3.290	2.870
Rifiuti totali non pericolosi smaltiti [kg]	286.617	287.193	270.289
Rifiuti totali smaltiti [kg]	290.778	290.483	273.159
Rifiuti totali a recupero [kg]	289.118	290.093	273.159
Rifiuti totali a recupero energetico [kg]	0	0	0
Rifiuti totali a compostaggio [kg]	0	0	0
Rifiuti totali a smaltimento [kg]	1.660	390	0
Rifiuti stoccati in sito [mc]	100	100	100
Rifiuti recuperati/totale prodotti [%]	99,4	99,9	100
Rifiuti totali kg/m tessuto [kg/m]	0,116	0,082	0,051
<b>SOSTANZE CHIMICHE PER QUANTITÀ E PER TIPOLOGIA</b>			
Totale chimici utilizzati [n]	269	273	287
Totale chimici utilizzati [kg]	507.501	661.287	770.746
Chimici con indicazione pericolo salute/tossici [n]	136	130	129
Chimici con indicazione pericolo salute/tossici [kg]	274.728	342.300	382.296
n Chimici pericolo salute/totale [%]	50,558	47,619	44,948
kg Chimici pericolo salute/totale [%]	54,133	51,763	49,601
Chimici con indicazione di pericolo ambiente [n]	40	42	41
Chimici con indicazione di pericolo ambiente [kg]	62.044	85.790	23.647
n Chimici pericolo ecotossici/totale [%]	14,9	15,4	14,3
kg Chimici pericolo ecotossici/totale [%]	12,2	13	3,1





	2020	2019	2018
Chimici conformi MRLS ZDHC [n]	262	260	277
Chimici conformi MRLS ZDHC [kg]	506.872	660.504	768.791
n Chimici conformi MRLS ZDHC/totale [%]	97,4	95,2	96,5
kg Chimici conformi MRLS ZDHC/totale [%]	99,9	99,9	99,7
Prodotti chimici utilizzati/m tessuto [kg/m]	0,203	0,186	0,144
<b>SVERSAMENTI - SEGNALAZIONI - SANZIONI - SORVEGLIANZA LEGGI</b>			
Totale sversamenti, fuoriuscite [n]	0	0	0
Segnalazioni-eventi non desiderati ambientali [n]	0	0	0
Sanzioni ricevute [n]	0	0	0
Audit annuale [n]	3	4	1
<b>FORNITORI SIGNIFICATIVI RISPETTO A CRITERI AMBIENTALI PRODOTTI E SERVIZI</b>			
Fornitori totali [n]	29	29	33
Fornitori qualificati con criteri ambientali [n]	22	22	23
Fornitori che garantiscono tracciabilità [n]	29	29	33
Fornitori con criteri ambientali [%]	75,9	75,9	69,7
Fornitori che garantiscono rintracciabilità [%]	100	100	100

■ Valori calcolati  
■ Indicatori

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 Disciplinaire 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"*
- ottenimento nel 2020 certificazione GRS; ISO 9000 in previsione nel 2022, Oeko-tex nel 2022

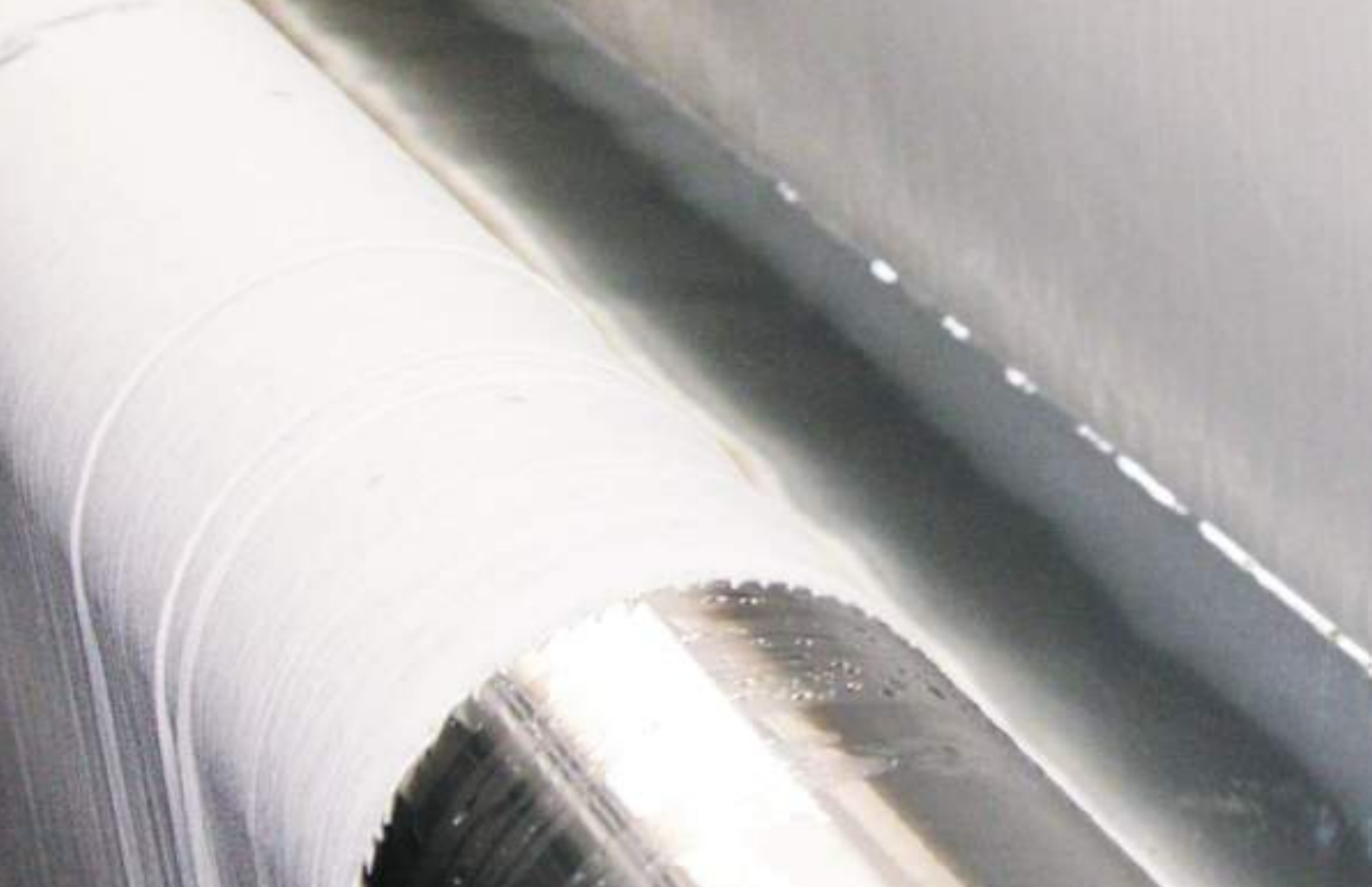
#### b) Investimenti in tecnologie meno impattanti sull'ambiente

Inoltre, l'azienda si sta indirizzando verso il progetto di ottenimento della certificazione internazionale "B Corp", in Italia definita come Società Benefit. La pandemia ha rallentato questo progetto, ma a partire da quest'anno si ripristinano le attività necessarie a conseguire questo risultato

ottenibile, si crede, entro la metà del 2022. L'impresa in questo modo si fa portatrice di un cambiamento (sociale, ambientale, culturale) al quale il cliente (o un'altra azienda) concorre acquistando prodotti e servizi.

L'impresa non è più soltanto un agente economico poiché si fa promotrice di un cambiamento sociale, culturale e ambientale connesso con la propria comunità. Oggi, non stupisce leggere come diverse ricerche evidenzino come il mondo delle imprese sia considerato responsabile del miglioramento della vita dei cittadini in misura molto simile a quello dei governi.

Nell'epoca della globalizzazione e del libero scambio, inoltre, il cliente è diventato sempre più cosciente della sua capacità di influire sulle politiche aziendali ed orientare la strategia d'impresa. È proprio la consapevolezza d'acquisto - che consiste nello scegliere l'azienda con la quale instaurare un rapporto economico in maniera accurata, dopo aver raccolto informazioni e verificato che i valori dell'azienda siano in linea con i propri - a costituire un elemento sempre più centrale nell'indirizzo delle scelte dei clienti e, parallelamente, delle aziende. In modo simile, un meccanismo analogo - seppur di minor portata - sembra affermarsi anche per il mercato del lavoro: sempre più spesso chi è alla ricerca di occupazione, se ne ha la possibilità, tende a prediligere le aziende più attente alla pratica quotidiana di impatto positivo.



Il movimento delle B Corp: sulla spinta dei cambiamenti sociali ed economici e di una nuova consapevolezza anche nel mondo delle aziende, nel 2006 negli Stati Uniti nasce - con l'ambizioso obiettivo di promuovere imprese in grado di affrontare le esigenze e le sfide della società - il movimento delle B Corp. In particolare, questo movimento composto da aziende e imprese di tutto il mondo nasce ricercando la definizione di un nuovo paradigma di business, capace aiutando le imprese a misurare l'impatto complessivo generato da una determinata azienda nei confronti della collettività, locale e non solo.

A questo fine è stato promosso e messo a disposizione online, gratuitamente, un apposito strumento di misurazione: il BIA (Benefit Impact Assessment), che permette di misurare a 360° quanto un'azienda "consumi" o "produca" valore non economico o finanziario. L'autovalutazione dell'impatto complessivo - economico e non - generato da una singola impresa è realizzata attraverso un questionario complesso e molto dettagliato, elaborato e gestito dall'organizzazione non profit B-Lab, suddiviso in cinque ambiti: governance (missione e impegno, etica e trasparenza), lavoratori (sicurezza finanziaria, salute, benessere, sicurezza, sviluppo della carriera, coinvolgimento e soddisfazione), comunità (diversità, equità, inclusione, impatto economico, impegno civico e donazioni), ambiente (gestione ambientale, aria e clima, acqua, terra e

vita) e cliente (privacy, gestione dei clienti, customer satisfaction,...).

Questo nuovo modo di fare impresa supera la dicotomia tra "for profit" e "non profit", adottando un modello di business ibrido che crea un impatto positivo su persone e ambiente, mentre genera profitto. Lo scopo non è più solo massimizzare il guadagno degli shareholders, ma anche massimizzare il beneficio di tutti i portatori di interesse (stakeholders); se prima l'impresa si sentiva responsabile unicamente nei confronti degli azionisti e aveva come unico vincolo esterno le leggi, oggi si trova ad operare in un contesto caratterizzato da una molteplicità di interlocutori che possono interferire su di essa, e di cui deve tener conto: dipendenti, comunità e filiera in cui opera, biosfera, destinatari finali dei servizi. Le Società Benefit (come sono definite in Italia le B Corp), sono tenute a redigere annualmente una rendicontazione - denominata Relazione di Impatto - da allegare al bilancio e pubblicare sul sito aziendale. In tal modo, le imprese sono inserite in una cornice di *accountability* devono cioè rendere conto, con trasparenza, del loro operato non solo agli azionisti ma anche alla collettività nel suo complesso.

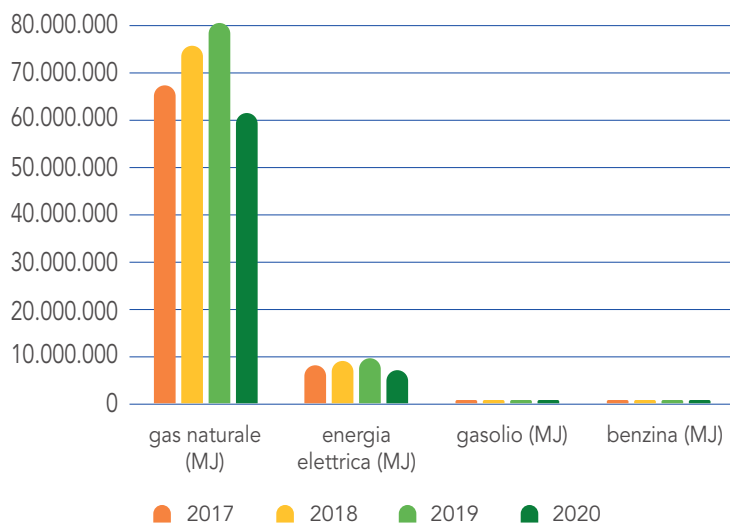
Per questo la normativa prevede che nella relazione - oltre alla valutazione dell'impatto - siano descritti obiettivi specifici e le azioni attuate per raggiungerli, così come i nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.



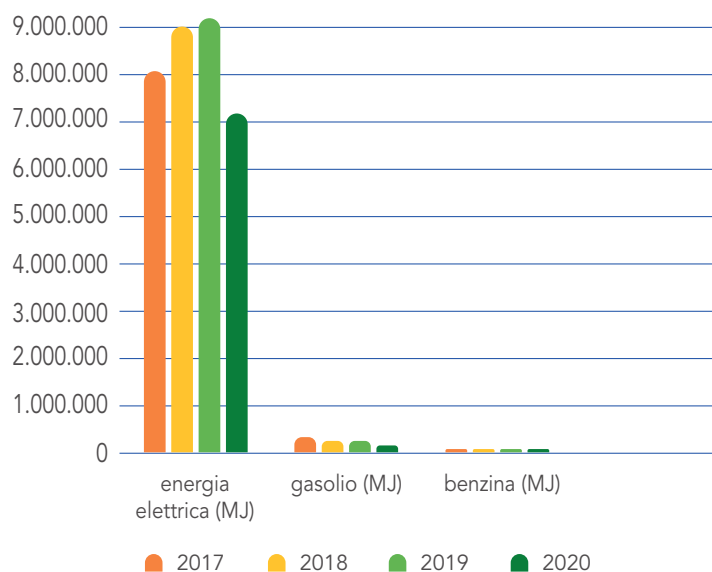
## Energia

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

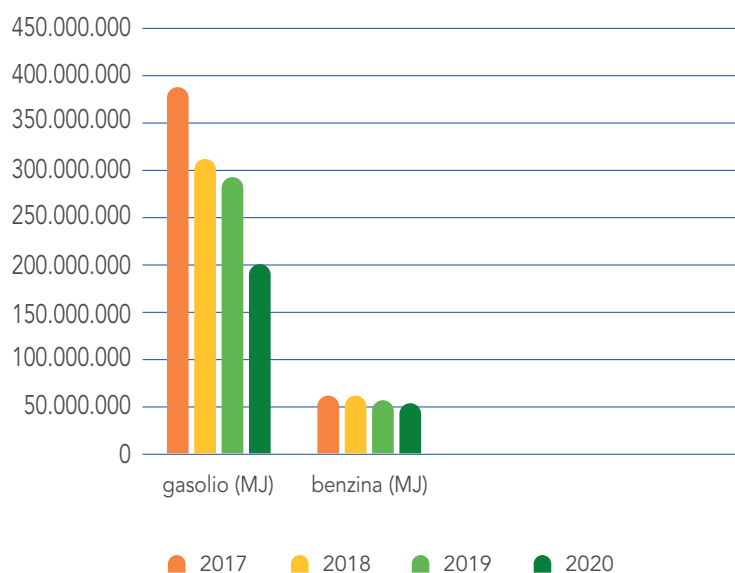
RISORSE	ANNI			
	2017	2018	2019	2020
gas naturale (MJ)	67.500.468,81	75.690.392,65	80.588.697,56	61.284.261,61
energia elettrica (MJ)	8.167.208,40	9.085.413,60	9.298.076,40	7.186.107,60
gasolio (MJ)	385.831,77	315.094,40	296.483,96	202.562,94
benzina (MJ)	68.848,82	68.710,47	64.861,54	59.447,97



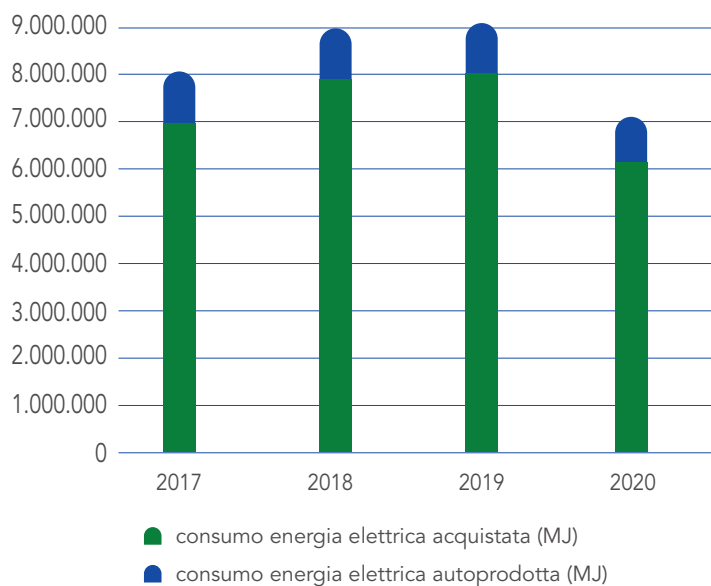
RISORSE	ANNI			
	2017	2018	2019	2020
energia elettrica (MJ)	8.167.208,40	9.085.413,60	9.298.076,40	7.186.107,60
gasolio (MJ)	385.831,77	315.094,40	296.483,96	202.562,94
benzina (MJ)	68.848,82	68.710,47	64.861,54	59.447,97



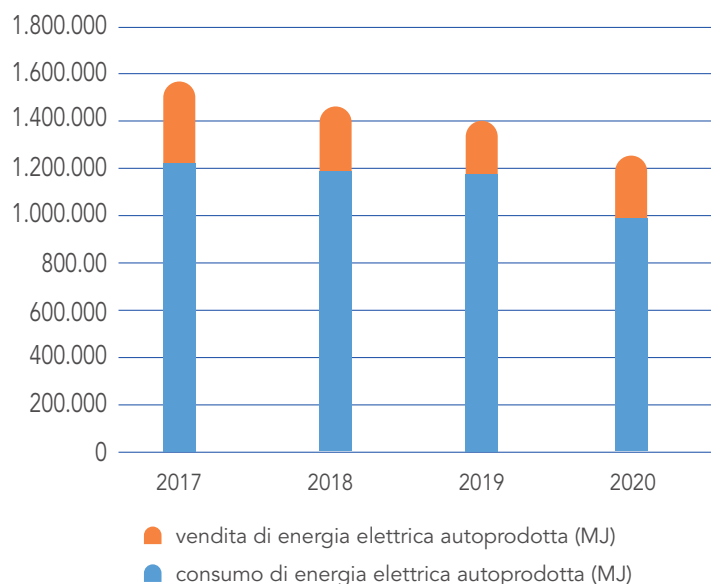
RISORSE	ANNI			
	2017	2018	2019	2020
gasolio (MJ)	385.831,77	315.094,40	296.483,96	202.562,94
benzina (MJ)	68.848,82	68.710,47	64.861,54	59.447,97



CONSUMO ENERGIA ELETTRICA (MJ)	ANNI			
	2017	2018	2019	2020
consumo energia elettrica acquistata (MJ)	6.930.093,60	7.897.590,00	8.094.290,40	6.197.396,40
consumo energia elettrica autoprodotta (MJ)	1.237.114,80	1.187.823,60	1.203.786,00	988.711,20



RISORSE	ANNI			
	2017	2018	2019	2020
consumo di energia elettrica autoprodotta (MJ)	1.237.114,80	1.187.823,60	1.203.786,00	988.711,20
vendita di energia elettrica autoprodotta (MJ)	326.768,40	281.001,60	197.362,80	296.650,80
<b>energia elettrica prodotta (MJ)</b>	<b>1.563.883,20</b>	<b>1.468.825,20</b>	<b>1.401.148,80</b>	<b>1.285.362,00</b>



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 nei grafici, 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
- gestione dei consumi anomali circa le acque di ingresso

Tutto ciò ha consentito all'azienda di fare un notevole balzo in avanti in termini della sicurezza generale. Si è anche terminato il progetto CPI,

come accennato, che porta ad una riduzione sostanziale del rischio insito (gestione della pressione d'esercizio delle reti gas, rischio incendio). Inoltre, nello stesso periodo, si è mandato a regime il processo per la gestione della "pasta in eccesso" consentendo, così, la riduzione dell'inquinamento idrico.

Nel periodo l'azienda ha affrontato e superato diversi "audit" inerenti a diverse situazioni tra cui:

- verifiche poste in essere da parte di clienti
- audit inerenti alle certificazioni
- verifiche "generiche" poste da Enti preposti
- verifiche istituzionali
- verifiche interne volontaristiche

Ecco un quadro di sintesi relativo ai **principali investimenti** effettuati nel **2020** e direttamente inerenti al fattore **"sicurezza"**.

INVESTIMENTI ANNO 2020	EURO
CONSULENZE PER CPI	45.000
ADEGUAMENTO STRUTTURALE CPI	700.000
IMPIANTI E MACCHINARI (rilevazione fumi, gas, illuminazione)	391.000
ALTRI IMPIANTI	24.000
ATTREZZATURE VARIE	60.000
MACCHINE STAMPA DIGITALE	400.000
ADEGUAMENTO INFORMATICO	17.000
GESTIONE TEMPERATURA MAGAZZINO TESSUTI PER INKJET	26.000





# 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 adottato e fatto 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 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 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 Codice è il documento ufficiale in cui 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.

**Esso è visionabile scaricabile per intero presso il sito [www.stamperiadilipomo.com](http://www.stamperiadilipomo.com)**





# IL QUADRO ECONOMICO-FINANZIARIO DI SINTESI

Stamperia di Lipomo S.p.A, come dimostrano le tabelle che seguono, pur di fronte alla pandemia, ha saputo reagire investendo nel proprio futuro e nella ricerca dell'eccellenza.

## INDICATORI STRUTTURA PATRIMONIALE - FINANZIARIA

VOCI	UNITÀ DI MISURA	ANNI		
		2020	2019	2018
MEZZI PROPRI	EURO/000	9.534	9.140	7.856
ATTIVO FISSO (*)	EURO/000	5.632	5.197	4.408
MARGINE PRIMARIO DI STRUTTURA	EURO/000	3.902	3.943	3.448
QUOZIENTE PRIMARIO DI STRUTTURA	INDICE	1,69	1,76	1,78
PASSIVITÀ CONSOLIDATE	EURO/000	2.621	2.299	2.112
MEZZI PROPRI + PASSIVITÀ CONSOLIDATE	EURO/000	12.155	11.439	9.968
MARGINE SECONDARIO DI STRUTTURA	EURO/000	6.523	6.242	5.560
QUOZIENTE SECONDARIO DI STRUTTURA	INDICE	2,16	2,20	2,26

(\*) non comprende le attività finanziarie iscritte nelle immobilizzazioni

## INDICATORI REDDITIVITÀ

VOCI	UNITÀ DI MISURA	ANNI		
		2020	2019	2018
VENDITE	EURO/000	10.326	14.914	14.543
EBITDA NORMALIZZATO	EURO/000	1.787	2.974	3.295
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	EURO/000	488	1.780	2.020
UTILE NETTO / PERDITA	EURO/000	394	1.283	1.479
CAPITALE INVESTITO OPERATIVO (*)	EURO/000	14.213	15.353	13.541
PATRIMONIO NETTO	EURO/000	9.534	9.140	7.856
R.O.I. (EBIT/CAPITALE INVESTITO OPERATIVO)	%	3,4%	11,6%	14,9%
R.O.S. (EBIT/VENDITE)	%	4,7%	11,9%	13,9%
R.O.E. (UTILE NETTO / PATRIMONIO NETTO)	%	4,1%	14,0%	18,8%

(\*) non comprende le attività finanziarie iscritte nelle immobilizzazioni

# 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.



Il settore Risorse Umane raccoglie e valuta i curricula e 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. non discrimina nessuno nell'effettuare le assunzioni 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 nel **2020** è di **47,6 anni**, mentre l'**anzianità media** è di **11 anni**.

## 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
<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>97</b>

PROVINCIA					
	COMO	LECCO	MILANO	MONZA BRIANZA	TOTALE
M	67	3	2	2	74
F	23				23
<b>TOTALE</b>	<b>90</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>97</b>

RUOLO								
	APPR. OP	APPR. IMP.	OPERAIO	IMPIEGATO	INTERMEDIO	QUADRO	DIRIGENTE	TOTALE
M	2		58	5	8	1		74
F		2	4	17				23
<b>TOTALE</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>64</b>	<b>22</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>97</b>

## 2020

ETÀ								
	< 18	19-24	25-34	35-44	45-54	55-64	OLTRE 65	TOTALE
M		1	7	8	28	22	1	67
F		1	7	3	4	5		20
<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>32</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>87</b>

PROVINCIA					
	COMO	LECCO	MILANO	MONZA BRIANZA	TOTALE
M	61	3	2	1	67
F	60				20
<b>TOTALE</b>	<b>81</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>87</b>

RUOLO								
	APPR. OP	APPR. IMP.	OPERAIO	IMPIEGATO	INTERMEDIO	QUADRO	DIRIGENTE	TOTALE
M	2		54	4	7			67
F		1	3	16				20
<b>TOTALE</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>57</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>87</b>



## 2019

PROVINCIA	FASCIA DI ETÀ	RUOLO	MASCHIO	FEMMINA	TOTALE
COMO	19-24	APPR. OP	1		1
COMO	19-24	IMPIEGATI		2	2
COMO	25-34	APPR. OP	1		1
COMO	25-34	APPR. IMP.		2	2
COMO	25-34	OPERAI	7		7
COMO	25-34	IMPIEGATI		4	4
COMO	35-44	OPERAI	6		6
COMO	35-44	IMPIEGATI		4	4
COMO	35-44	INTERMEDI	3		3
LECCO	35-44	OPERAI	1		1
MILANO	35-44	OPERAI	1		1
COMO	45-54	OPERAI	24	1	25
COMO	45-54	IMPIEGATI	3	4	7
COMO	45-54	INTERMEDI	3		3
LECCO	45-54	OPERAI	1		1
COMO	55-64	OPERAI	16	3	19
COMO	55-64	IMPIEGATI		3	3
COMO	55-64	INTERMEDI	1		1
COMO	55-64	QUADRO	1		1
LECCO	55-64	OPERAI	1		1
MILANO	55-64	OPERAI	1		1
MONZA BRIANZA	55-64	IMPIEGATI	1		1
MONZA BRIANZA	55-64	INTERMEDI	1		1
COMO	OLTRE 65	IMPIEGATI	1		1
<b>TOTALE</b>			<b>74</b>	<b>23</b>	<b>97</b>

## 2020

PROVINCIA	FASCIA DI ETÀ	RUOLO	MASCHIO	FEMMINA	TOTALE
COMO	19-24	APPR. OP	1		1
COMO	19-24	IMPIEGATI		1	1
COMO	25-34	APPR. OP	1		1
COMO	25-34	APPR. IMP.		1	1
COMO	25-34	OPERAI	6		6
COMO	25-34	IMPIEGATI		6	6
COMO	35-44	OPERAI	4		4
COMO	35-44	IMPIEGATI		3	3
COMO	35-44	INTERMEDI	2		2
LECCO	35-44	OPERAI	1		1
MILANO	35-44	OPERAI	1		1
COMO	45-54	OPERAI	22	1	23
COMO	45-54	IMPIEGATI	2	3	5
COMO	45-54	INTERMEDI	3		3
LECCO	45-54	OPERAI	1		1
COMO	55-64	OPERAI	17	2	19
COMO	55-64	IMPIEGATI		3	3
COMO	55-64	INTERMEDI	2		2
LECCO	55-64	OPERAI	1		1
MILANO	55-64	OPERAI	1		1
MONZA BRIANZA	55-64	IMPIEGATI	1		1
COMO	OLTRE 65	IMPIEGATI	1		1
<b>TOTALE</b>			<b>67</b>	<b>20</b>	<b>87</b>

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

### DIVISIONE NUMEROSITÀ COLLABORATORI PER ETÀ RELATIVO ALL'INTERO SETTORE TESSILE ANNO 2020

FASCE DI ETÀ							
SESSO	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	TOTALE
MASCHI	2	9308	13703	21847	26399	4941	76200
FEMMINE	2	8999	18858	32253	32581	4952	97645
<b>TOTALE</b>	<b>4</b>	<b>18307</b>	<b>32561</b>	<b>54100</b>	<b>58980</b>	<b>9893</b>	<b>173845</b>

FASCE DI ETÀ							
SESSO	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	TOTALE
MASCHI	0,001%	5,354%	7,882%	12,567%	15,185%	2,842%	43,832%
FEMMINE	0,001%	5,176%	10,848%	18,553%	18,741%	2,849%	56,168%
<b>TOTALE</b>	<b>0,002%</b>	<b>10,531%</b>	<b>18,730%</b>	<b>31,120%</b>	<b>33,927%</b>	<b>5,691%</b>	<b>100,000%</b>

fonte Sanimoda

### DIVISIONE NUMEROSITÀ COLLABORATORI PER ETÀ RELATIVA A STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. ANNO 2020

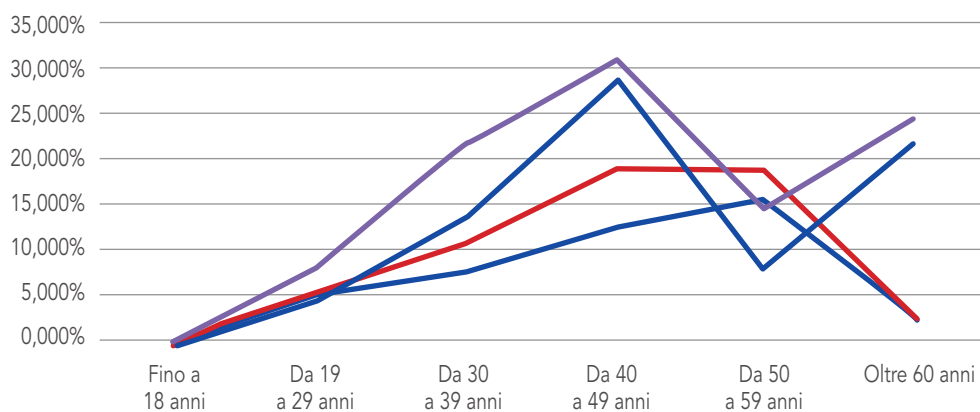
FASCE DI ETÀ							
SESSO	Fino a 18 anni	Da 19 a 29 anni	Da 30 a 39 anni	Da 40 a 49 anni	Da 50 a 59 anni	Oltre 60 anni	TOTALE
MASCHI	0	4	12	25	7	19	67
FEMMINE	0	3	7	2	6	2	20
<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>87</b>

FASCE DI ETÀ							
SESSO	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	TOTALE
MASCHI	0,000%	4,598%	13,793%	28,736%	8,046%	21,839%	77,011%
FEMMINE	0,000%	3,448%	8,046%	2,299%	6,897%	2,299%	22,989%
<b>TOTALE</b>	<b>0,000%</b>	<b>8,046%</b>	<b>21,839%</b>	<b>31,034%</b>	<b>14,943%</b>	<b>24,138%</b>	<b>100,000%</b>

fonte Sanimoda





- SETTORE TESSILE UOMINI 2020
- SETTORE TESSILE DONNE 2020
- STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. UOMINI 2020
- STAMPERIA DI LIPOMO S.P.A. DONNE 2020



**Stamperia di Lipomo S.p.A.** ai propri dipendenti che sono in azienda da **almeno 25 anni** riconosce un **"premio fedeltà"**. Dal 2014 al 2020 sono state **otto** le occasioni in cui vi è stato questo **riconoscimento**.

## CLIMA AZIENDALE

Nel 2020 si è tenuta, per la prima volta, la rilevazione del clima aziendale che ha coinvolto tutti i collaboratori, i quali hanno risposto ed accettato molto ben volentieri all'iniziativa.

### Ecco la sintesi dei risultati nella relazione predisposta da Gianluca Brenna:

"Nel tornare a ringraziarvi per aver dato risposte ai temi inseriti nella nostra prima rilevazione del Clima Aziendale, come precedentemente accennato, nella impossibilità odierna di riunirci tutti, voglio almeno trasmettervi la sintesi delle vostre osservazioni e suggerire un piano di "miglioramento" che vorrei fosse condiviso da tutti voi.

Partendo dai giudizi più direttamente legati all'azienda, avete valutato le relative condizioni economiche e finanziarie come solide e adeguate non solo al mantenimento della realtà aziendale, ma anche al suo prossimo sviluppo. Di pari passo la vostra generale percezione circa il livello di competitività che la nostra azienda dimostra sui mercati di riferimento.

Riconoscete anche, in maggioranza, alla direzione la capacità di individuare le strategie corrette per guidare al meglio l'azienda e risolvere le problematiche che via via si devono affrontare. Ciò risulta nelle considerazioni che i più hanno espresso circa il tema della "chiarezza organizzativa".

L'importanza di tutti i collaboratori, oltre al contributo espresso nell'ottenimento dei punti sopra considerati, si manifesta nella valutazione dell'esistenza di un buon clima che caratterizza, in genere, i rapporti tra tutti noi e le modalità con cui ci si relaziona. Esistono comunque al riguardo delle criticità. Da quest'ultima considerazione nasce la proposta relativa al piano di miglioramento che vorrei condividere con tutti voi e che dovrebbe sopperire alle mancanze registrate e segnalate e di cui vi sono veramente grato per averle espresse con chiarezza.

La rilevazione effettuata ha dimostrato, se ve ne fosse ancora bisogno, l'alto grado di "fidelizzazione" che avete nei riguardi della nostra azienda. Ci sono all'interno delle Risorse Umane diversità, ossia collaboratori con necessità, attese, giudizi diversi da altri e ciò ci deve porre in un'ottica di maggiore ascolto ed interazione con ciascuno di voi. Molti, infatti, chiedono e vorrebbero un più forte coinvolgimento, una più incisiva promozione delle capacità individuali, una più diretta e continua comunicazione, una migliore considerazione anche sotto il profilo economico.

La rappresentazione così sintetizzata equivale al porre in essere un processo complesso che pensiamo si possa dar avvio a partire dai primi mesi del 2021 (covid permettendo!), potenziando, in primis, il ruolo della Gestione delle Risorse Umane. Siamo ben consapevoli che il successo di un'azienda è figlio del ruolo attivo del team dei collaboratori.

Questo progetto vi coinvolgerà tutti, per gradi in modo progressivo e ci permetterà di fissare obiettivi condivisi a vantaggio di tutti noi. Infatti, vorremmo promuovere con voi almeno i seguenti punti del programma:

- a.** Miglioramento della comunicazione interna
- b.** Promozione delle capacità individuali e di team. Definizione migliore dei ruoli, delle responsabilità sulla base della meritocrazia
- c.** Piano di incentivi sia economici che legati al welfare (possibilità di venire incontro a necessità particolari legate anche alla vita sociale, non solo quindi lavorativa, del singolo collaboratore)
- d.** Piano formativo atto alla vostra crescita professionale

A questo punto, rimango in attesa di una vostra valutazione circa quanto esposto al fine di arrivare a rendere operativo questo progetto specifico".







## 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.

Nello specifico, nel biennio **2019-2020**, si sono svolti i **corsi di formazione** riportati nelle **tabelle** riassuntive sottostanti e che raggruppano per **area tematica** gli argomenti trattati anche in termini di **numero ore dedicate**:

## 2019

FORMAZIONE	DATA	N. addetti	ORE
RLS NEW	Dal 06 al 27/11/19	1	32
AGGIORN.RSPP	27/06/19	1	8
	28/11/19	1	8
AGGIORN. ANTINCENDIO	15/05/19	3	5
	25/05/19	1	
AGGIORN.PRIMO SOCC.	11/04/19	1	6
	24/10/19	3	6
PRIMO SOCC./BLSA 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 tenuta nel 2020





## 2020

FORMAZIONE	DATA	N. addetti	ORE
AGGIORN. RLS	12/11/20	1	8
AGGIORN. RSP	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

### Formazione prevista nel 2021

## Previsione 2021

FORMAZIONE	DATA	N. addetti	ORE
AGGIORN. RLS	1	8	
AGGIORN.RSPP	1	8	
AGGIORN. ANTINCENDIO	23/02/21	1	6
AGGIORN.PRIMO SOCC. BLSO	4	5	
WEBINAR SERICO – SCHEDE 25-26	12/01/21	1	2
WEBINAR VASINO - self-assessment 4sustainability	24/02/21	1	1,5
ICEA, webinar	26/02/21	1	2
Progetto RISICO – Design Thinking	DA MARZO A MAGGIO 2021	1	11
FORMAZIONE GDPR	13 - 20 APRILE 2021	30	3
Webinar progetto “Hub gestione scarti nell’ipotesi di economia circolare”	21/04/21 05/05/21	1	3
TEST IDONIETÀ prevenzione incendi	29/06/21	7	2,5
WEBINAR – D.L. N. 104/2020 (C.D. DECRETO AGOSTO)	14/07/21	1	2

Attività di comunicazione per i dipendenti e tra i dipendenti.

Oltre alle riunioni – incontri operativi dettati dalle necessità contingenti e difficilmente programabili 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., in Italia, corrispondono essenzialmente alle macro-aree di mercato riportate nello schema seguente:

MACRO AREE ITALIANE	PESO %
LOMBARDIA	69,57%
ALTRE REGIONI	30,43%

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

- Svizzera
- Germania
- Gran Bretagna

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, controllo dei processi;
- La Ricerca e Sviluppo abbinata agli investimenti mirati;

- 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	45,03%
FOULARISTI	3,31%
OCCASIONALI	9,27%
PRONTOMODISTI	5,30%
CLIENTI DIRETTI	10,60%
VERTICALI	22,52%
VENDITE ALTRE	3,97%

Anche nel 2020 e, poi, per il 2021, vige 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 -).

# I Fornitori

Dopo il forte consolidamento dello sviluppo produttivo avutosi nel 2019, nel 2020, causa pandemia, gli acquisti di materie prime, funzionali alla attività aziendale, nonché il consumo energetico relativo alla trasformazione delle stesse durante la fase di lavorazione - produzione sono calati rispetto ai livelli storici.

A dare sempre una mano all'abbattimento di tali costi vi 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 e dal Sistema Qualità.

I fornitori raggiungono il livello "qualificato" sulla base di requisiti ritenuti da Stamperia di Lipo- mo 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.

MACRO AREE ITALIANE	PESO %
LOMBARDIA	86,75%
ALTRE REGIONI	13,25%

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

- Danimarca
- Hong Kong
- Cina

TIPOLOGIA FORNITORI	
MATERIE PRIME PRODOTTI CHIMICI	24
MATERIE PRIME TESSUTI + CARTA	18
LAVORAZIONI ESTERNE	13
LOGISTICA TRASPORTI	6
MACCHINARI IMP + MANUTENZIONI	35
FORNITORI BENI IN LEASING	2
FORNITORI VARI	44
CONSULENTI AMMINISTRATIVI + TECNICI	13
FOTOINCISORI + DISEGNATORI	10
UTENZE	6





# La Collettività

Nel concetto ampio di “collettività” ci sembra opportuno inserire una data storica: il 2020 rappresenta il 60° anno dalla costituzione della Società. Ciò significa, che seppur piccolo, ogni anno Stamperia di Lipomo S.p.A. ha costruito il proprio contributo per lo sviluppo sociale rimanendo ferma, in tutti questi anni, nel credo dei valori che la contraddistinguono.

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

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, l’azienda continua 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 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)

#### ANNO 2020

- Banco di solidarietà
- Fondazione provinciale della comunità comasca onlus
- Scuola d'infanzia Lipomo società cooperativa sociale
- Fondazione Setificio
- Brianza classic team
- Adesione sottoscrizione di Confindustria Como a favore degli ospedali comaschi "Io ci sarò"



# 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.

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 SPA	87	2,2	191	L'impiego di personale fisso è al 31/12
FORNITORI MATERIA PRIMA, PRODOTTI CHIMICI, TESSUTI E CARTA	42	5	210	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore sia 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	19	5	95	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore sia 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	81	3	243	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore sia di € 30.000 e che l'incidenza sul costo del bene o servizio acquistato da Stamperia di Lipomo S.p.A. sia pari al 1% di detto costo
CONSULENTI AMMINISTRATIVI, TECNICI, FOTOINCISORI E DISEGNATORI	23	5	115	Si ipotizza che il costo totale annuo per dipendente del fornitore sia di € 30.000 e che l'incidenza sul costo del bene o servizio acquistato da Stamperia di Lipomo S.p.A. sia pari al 8% di detto costo
UTENZE	6	5	30	N.D.

PG. 77 BIL. SOC. 2014



# PROGETTI E INVESTIMENTI PER LO SVILUPPO

Per il 2020 erano stati “budgetizzati” diversi investimenti atti a sostenere l’evoluzione tecnologica ed ambientalista dell’azienda. Il Covid 19 ha necessariamente spinto in un’altra direzione, ma non ha tolto l’iniziativa a perseguire questo cammino. Gli investimenti sono risultati inferiori a quanto preventivato, ma comunque cospicui.

Per il 2021, ancor di più vi è la necessità di accelerare e recuperare il “tempo perduto” e, in effetti, il quadro degli investimenti previsti è in linea con i seguenti obiettivi:

- Garantire la Qualità attesa dai Clienti, Sistema di Controllo Statistico, 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, recuperando quanto perso nel 2020, 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 digitali 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 responsabilità sociale. Analisi del clima aziendale in “continuum”;
- Collaborare con clienti, fornitori ed autorità di controllo nella definizione di progetti di sostenibilità ambientale in modo del tutto trasparente;
- Potenziare la cultura relativa alla Responsabilità Sociale d’Impresa attraverso un miglior connubio tra procedure aziendali, certificazioni, formazione ad hoc;
- Potenziare il meccanismo di “governance” per evolvere il modello di business;
- Completare 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.



In sintesi, nel 2020-21 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 e nelle acque;
- 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.



Anche sotto il profilo della comunicazione e delle attività di marketing, relazione con gli stakeholder, l'anno 2021, recuperando gli intenti previsti per il 2020, per Stamperia di Lipomo S.p.A. sarà una tappa fondamentale 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 presidio, invece, dei new media o comunicazione online al momento prevede:

- il rinnovamento sostanziale del sito Web aziendale, previsto per il 2020, attuabile dal 2021, si basa sulle funzioni e rubriche atte a rendere questo strumento altamente corrispondente alle attese dei clienti e degli operatori di mercato;
- in contemporaneo 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.



Dai dati previsionali dell'analisi presentata dal Centro Studi di Confindustria Moda emerge che nel quarto trimestre 2020 la contrazione media delle aziende del settore dovrebbe essere nell'ordine del -20%: pur se meno intensa rispetto alle precedenti rilevazioni, tale contrazione risulta ancora marcata, con un numero rilevante di aziende, soprattutto piccole e medie, in forte sofferenza. Anche nel 2021 il trend è in calo, anche se in lento miglioramento, grazie anche a un recupero parziale delle vendite all'estero (per il 37% del campione analizzato alcuni mercati sarebbero già ripartiti, tra cui Cina, Usa ma anche Germania e Francia). Il vero e proprio recupero è previsto a partire dal terzo trimestre del 2021 con una decisa accelerazione nel quarto, ovviamente nell'ipotesi di avanzata diffusione del piano vaccinale con un progressivo ritorno a livelli di attività pre-covid nel corso del 2022. Nonostante il settore sia indubbiamente uno dei più colpiti

dalla crisi legata alla pandemia, il saldo commerciale del fashion si attesta a 17,4 miliardi di euro, confermando il settore come il primo contributore alla bilancia commerciale del Paese fra le tre F (Fashion, Food, Forniture). Nonostante tutto, la forte dinamicità delle imprese ha prevalso sulle difficoltà estreme cui hanno dovuto far fronte: si consideri, tra l'altro, che nella prima parte del 2020 molte sono state costrette a chiudere e altre, anche se lasciate nella condizione di proseguire, si sono trovate in difficoltà di fronte ai protocolli di sicurezza. A questo si aggiunge il fatto che, una volta conclusi gli ordini di gennaio e febbraio le aziende si sono trovate davanti a un congelamento dei nuovi ordinativi. Per non parlare delle difficoltà di approvvigionamento a inizio pandemia per il tessile-moda. Stamperia di Lipomo S.p.A. si inserisce in questo quadro di riferimento facendo giocare agli investimenti tecnologici / digitali un piano di rilievo.

# INDICATORI NON ECONOMICO-FINANZIARI

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

Nel 2020 si è consolidato, nonostante le difficoltà del momento, il progetto relativo alla definizione dei Key Performance Indicators. Essi aiutano a definire e misurare i progressi compiuti per

raggiungere gli obiettivi. I KPI riflettono i fattori critici di successo e sono utilizzati non solo come strumento di controllo delle performance, ma anche come stimolo al miglioramento continuo.

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

INDICATORI	2018	2019	2020
% valore note di credito/fatturato (normalizzato al 2018)	100	104,55	95,45
Numero note di credito (normalizzato al 2018)	100	100	56,62
Metri lavorati/anno (normalizzato al 2018)	100	101,73	71,54
N. infortuni superiori a 7 gg	1	1	2,00













**Stamperia di Lipomo SpA**

Via Provinciale 219  
22030 Lipomo (Como)

**Tel. +39 031.5591**

Fax +39 031.559226  
info@stamperiadilipomo.com

[WWW.STAMPERIADILIPOMO.COM](http://WWW.STAMPERIADILIPOMO.COM)

