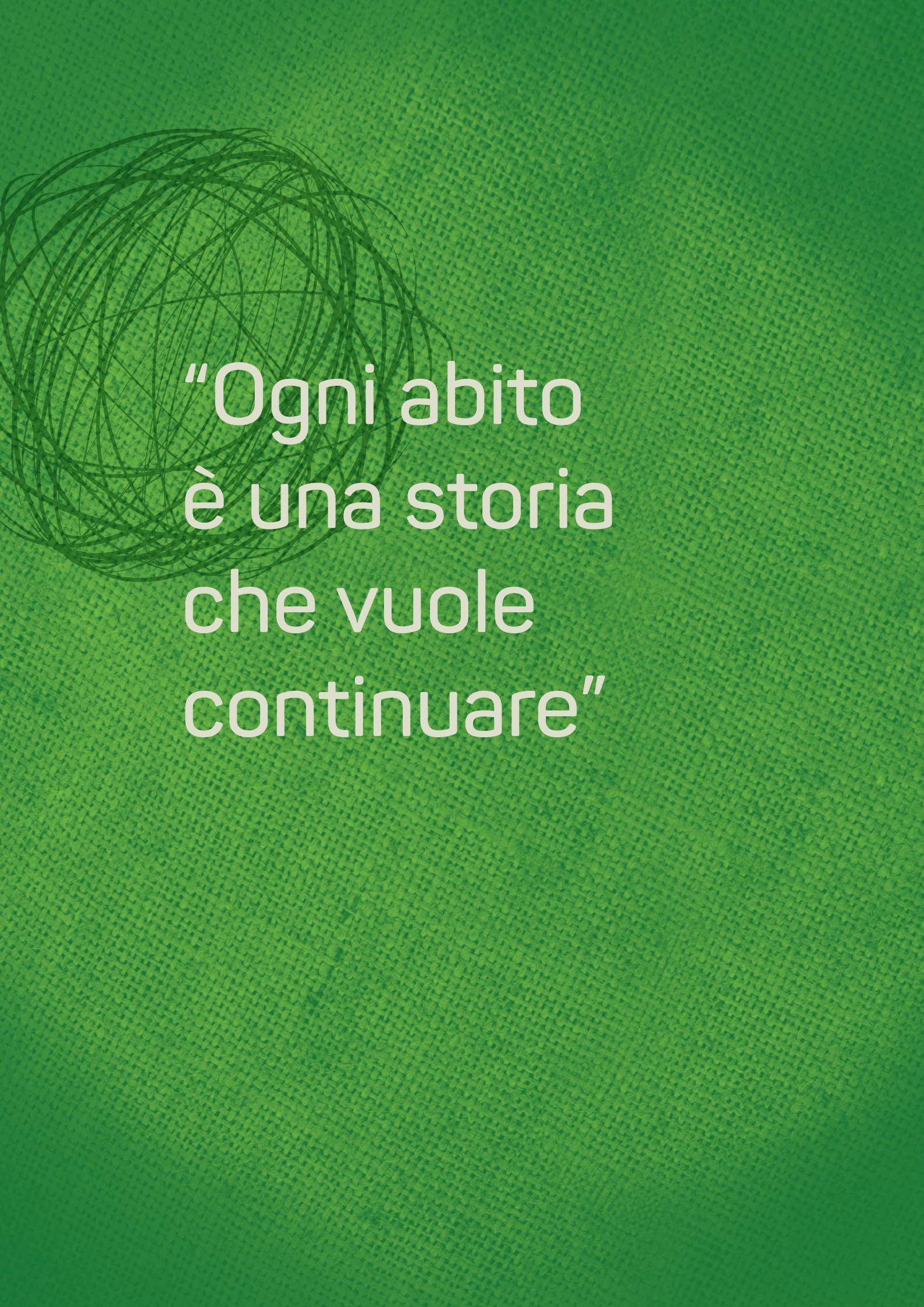




BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2019-2020



HUMANA
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO



“Ogni abito
è una storia
che vuole
continuare”

Lettera agli stakeholder (GRI 102-14)

Care lettrici e cari lettori,

il 2020 è stato un anno senza precedenti che sarà ricordato come l'anno dell'emergenza sanitaria causata dal Covid-19; sono ingenti gli impatti che il virus ha avuto: sia su ciascuno di noi, individualmente, sia come società globale, sia in quanto Humana, interrompendo bruscamente lo svolgimento delle nostre attività quotidiane e imponendoci l'isolamento.

Come noto, dal mese di marzo si sono succedute delle fasi di prolungata chiusura dei negozi imposte dalle disposizioni ministeriali per il contrasto della pandemia; nei periodi in cui abbiamo potuto riprendere l'attività, abbiamo osservato le restrizioni al numero di ingressi previste per garantire il distanziamento, rilevando inevitabilmente un calo del flusso dei nostri clienti. Oltre ai negozi, come misura precauzionale adottata per limitare quanto possibile la diffusione del virus, sono state interrotte anche le attività di smistamento e l'invio degli abiti in altri Paesi.

Questi repentini e radicali mutamenti della nostra routine e la conseguente critica situazione socioeconomica, ci hanno resi ancora più consapevoli di quanto la solidarietà e il superamento dell'individualismo per il bene comune siano le leve da mettere al centro per la ripartenza e la resilienza della nostra società. Seppure in queste circostanze, l'azione solidale a cui ci dedichiamo ogni giorno è stata resa possibile dai tanti partner e sostenitori che hanno scelto di aderire alla nostra mission e che con le loro donazioni ci hanno consentito di sostenere le nostre attività, anche quando è venuto meno l'apporto derivato dalla valorizzazione degli abiti: le aziende, le istituzioni e le fondazioni partner, senza dimenticare gli enti che ci affidano il servizio di raccolta e tutti i cittadini e volontari che hanno riposto la propria fiducia in noi, donandoci abiti, tempo e fondi.

Quest'anno più che mai, un riconoscimento speciale va inoltre ai nostri collaboratori: anche di fronte alle difficoltà e ai rischi imposti dalla pandemia, hanno infatti continuato a svolgere il loro ruolo fondamentale di catalizzatori e trasformatori, impegnandosi affinché valori, risorse e competenze diventassero progetti volti a migliorare le condizioni di vita delle persone più vulnerabili e in difficoltà.

Nello sguardo allargato verso il Sud del mondo, verso le realtà poste ai margini, nell'anno dell'emergenza sanitaria mondiale abbiamo trovato conferma delle ragioni e della motivazione che ci spinge a portare avanti le nostre attività con la massima professionalità e determinazione.





I nostri progetti e programmi non si sono fermati, ma hanno invece rafforzato le capacità delle comunità locali di organizzarsi e reagire all'emergenza sanitaria. Tra i nostri progetti all'estero, l'ambito più finanziato è stato quello dell'istruzione e formazione, seguito dalla prevenzione e tutela della salute e dallo sviluppo agricolo e sicurezza alimentare, senza dimenticare lo sviluppo comunitario. Ogni intervento di cooperazione internazionale è stato possibile grazie alla sinergia costante con gli altri membri della Federazione Internazionale Humana People to People e la Federazione stessa.

In Italia, abbiamo rafforzato la nostra collaborazione con gli enti e i territori ove operiamo per coinvolgere persone spesso in stato di difficoltà e sensibilizzare adulti e bambini sui temi della solidarietà e della sostenibilità ambientale.

Ora è il momento di guardare al futuro, definendo un nuovo piano di azioni strategiche. In quest'ultimo anno, anche alla luce della mutazione del contesto innescata dall'emergenza, abbiamo lavorato per rivedere le nostre priorità e gli obiettivi che, in linea con i Sustainable Development Goals dell'ONU, guideranno le nostre azioni fino al 2030: intendiamo tornare più forti di prima e impegnarci per aumentare l'impatto positivo dei nostri progetti e delle nostre decisioni su alcune delle più grandi sfide umanitarie a livello globale.

Tra queste c'è quella del Cambiamento Climatico, al centro delle nostre attività grazie alla riduzione di CO₂ resa possibile dalla filiera di raccolta degli abiti di seconda mano e attraverso i progetti di cooperazione internazionale. Tali interventi hanno l'obiettivo di migliorare gli strumenti di adattamento e mitigazione dei Paesi meno colpevoli, ma più colpiti dai cambiamenti del clima e dagli eventi meteorologici estremi. La solidarietà e l'uguaglianza sociale saranno nei prossimi anni sempre più sinonimi di "giustizia climatica" e ci vedranno agire in prima linea per ridurre questo divario.

Continuiamo a essere parte attiva all'interno del dibattito sulla raccolta degli abiti e in generale sul settore dell'usato, per noi strategico in termini di tutela delle risorse naturali e di rispetto delle persone che abitano il nostro pianeta. Abbiamo preso parte alla stesura delle "Linee guida per l'affidamento del servizio di gestione degli indumenti usati" promosse da UTILITALIA, con l'obiettivo di porre l'attenzione su alcuni aspetti critici del settore e proporre elementi migliorativi in chiave di trasparenza della filiera e selezione degli operatori per l'affidamento del servizio. Solo grazie a regole certe e obiettivi misurabili imposti da un riordino normativo, tutti gli operatori del settore della raccolta abiti potranno trarne vantaggio e lavorare con correttezza e trasparenza.

Siamo abituati a vedere la nostra azione come parte di un tutto, nell'ambito del quale l'impegno di ciascuno, ente o singolo individuo, è fondamentale per il raggiungimento di obiettivi grandi e condivisi. L'emergenza sanitaria non ha fatto altro che evidenziare ancora di più quanto questo sia l'unica strada percorribile, per una società equa e resiliente.

Buona lettura

Ulla Carina Bolin

Presidente di Humana
People to People Italia ONLUS

Kare Dahne

Presidente di Humana
People to People Italia SCARL



RATIONAL DEL **GOMITOLO**

C'è un filo che unisce tutto ciò che facciamo. Parte dal vecchio continente e arriva dritto fino al Sud del mondo, dove c'è tanto ma ancora molto resta da fare. È la voglia di cambiare qualcosa nel tessuto della società in cui viviamo. Un legame trasparente e indissolubile che alimentiamo con entusiasmo giorno dopo giorno. Non si tratta solo di abiti usati, donazioni e progetti di sviluppo. Si tratta di un impegno per stimolare e raccogliere i piccoli gesti che trasformano il mondo, rendendolo un posto più accogliente, per tutti.

Ulla Carina Bolin, Presidente di Humana People to People Italia ONLUS

INDICE



NOTA METODOLOGICA.....	6
1.1 CHI SIAMO	18
Vision, mission e valori (GRI 102-16)	21
Federazione Internazionale Humana People to People	22
La struttura organizzativa (GRI 102-5)	23
Legalità e trasparenza nell'organizzazione.....	25
1.2 LE PERFORMANCE ECONOMICHE	26
Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Scarl (GRI 201-1)	26
Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Onlus (GRI 201-1).....	28
2.1 I COLLABORATORI DI HUMANA ITALIA.....	30
2.2 PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO.....	31
2.3 FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE.....	32
2.4 SALUTE E SICUREZZA.....	34
2.5 IL PERSONALE ESTERNO.....	35
3.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA.....	37
ESET: uno strumento concreto per la tracciabilità della nostra filiera	38
RICUCITÓ: un progetto per ridare valore a cose e persone	39
3.2 VESTITI USATI: GLI ANELLI DELLA NOSTRA FILIERA (GRI 102-9).....	40
Affidamento del servizio	40
Il servizio di raccolta di Humana	44
Le destinazioni degli abiti	45
Destinazione riutilizzo	47
Destinazione riciclo	50
Destinazione coincenerimento	50
3.3 GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA NOSTRA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI (GRI 203-2)	51
3.4 L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE NELLA GESTIONE DEI PROCESSI.....	52
I nostri consumi.....	52
#SEMPREVERDI	54
Partecipazione a iniziative ed eventi.....	54

4

I NOSTRI
PROGETTI
NEL SUD DEL
MONDO

5

GLI INTERVENTI
IN ITALIA E
L'ATTIVITÀ DI
RACCOLTA
FONDI

4.1 I PROGETTI ALL'ESTERO: SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE INTERNAZIONALE.....	56
4.2 ISTRUZIONE E FORMAZIONE (48,3%).....	58
Scuole magistrali	58
Formazione professionale	59
Programmi di inclusione scolastica	60
One World University	61
4.3 PREVENZIONE E TUTELA DELLA SALUTE (25%)	62
4.4 AGRICOLTURA E SICUREZZA ALIMENTARE (17,8%).....	64
4.5 AIUTO ALL'INFANZIA E SVILUPPO COMUNITARIO (7%).....	65
5.1 FARE RETE PER LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA SOLIDARIETÀ	68
5.2 CON FONDAZIONI E ISTITUZIONI	68
5.3 CON LE AZIENDE PARTNER.....	69
Donazione campagne di recupero dell'abbigliamento usato	69
Donazioni in-kind e in denaro	69
Collaborazioni con la GDO.....	69
5.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI.....	70
5.5 CON LE SCUOLE E LE UNIVERSITÀ.....	72
5.6 #HUMANA: EVENTI, COMUNICAZIONE E MEDIA.....	72
ANNEX.....	77
Informativa generale.....	78
Occupazione.....	79
Salute e sicurezza sul lavoro	81
Formazione e istruzione.....	82
Diversità e pari opportunità	82
G4-ngo 8 – ngo sector disclosures	84
Materiali.....	85
Rifiuti.....	85
GRI CONTENT INDEX	86

NOTA METODOLOGICA

PERIMETRO E SCOPO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Il **Bilancio di Sostenibilità** è lo strumento che abbiamo scelto per presentare le attività, i progetti, le iniziative e i risultati relativi al biennio **2019-2020 (102-50)** in ambito economico, sociale e ambientale di Humana **People to People Italia ON-LUS** e **Humana People to People Italia Società Cooperativa a r.l. (102-1, 102-45)**, di seguito collettivamente indicate come **Humana** o **Humana Italia**, salvo dove diversamente specificato.

Il presente Bilancio si colloca all'interno di un percorso iniziato nel 2015 con l'adozione delle linee guida della Global Repor-

ting Initiative (GRI) secondo un approccio che nel tempo ha portato Humana Italia a rendicontare con sempre maggiore precisione e ricchezza di indicatori la propria attività. Il presente documento è pertanto redatto secondo i **GRI Sustainability Reporting Standards** (opzione "In accordance Core") **(102-54)**.

Il Bilancio di Sostenibilità viene normalmente redatto con cadenza annuale **(102-52)**; l'edizione del 2019 non è stata pubblicata a causa della situazione di difficoltà causata dall'emergenza pandemica. L'ultima versione pubblicata è per-

tanto riferita all'anno 2018 **(102-51)**, ed è disponibile all'indirizzo: www.humanaitalia.org/trasparenza/.

La redazione è stata curata dall'ufficio **Certificazioni e Processi**, in collaborazione con i diversi reparti operativi e con il supporto metodologico di ALTIS, Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. La revisione del presente bilancio è stata affidata a Bureau Veritas. **(102-56)**.

Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Bilancio è possibile rivolgersi a Greta Tenardi: g.tenardi@humanaitalia.org - Tel. 02.93.96.40.42 **(102-53)**.

GLI AMBITI DI INTERVENTO PRIORITARI E I CONTENUTI DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ (GRI 102-46; 102-47)

I contenuti del Bilancio sono stati selezionati sulla base dei risultati dell'analisi di Materialità, con il fine di individuare gli aspetti rilevanti - cosiddetti **temi materiali** - per Humana Italia e per i suoi stakeholder. Come indicato dai GRI Standards, che hanno fornito le linee guida per la redazione del presente Bilancio, sono considerati materiali gli aspetti in grado di rappresentare i principali impatti economici, sociali e ambientali dal punto di vista di Humana e da quello dei suoi stakeholder.

La matrice di materialità è stata aggiornata nell'esercizio 2020, individuando una

lista di aspetti potenzialmente rilevanti da sottoporre a valutazione, sulla base delle linee guida **GRI Standards 2020** e **NGO Sector Specific Disclosures**, dei trend emergenti di settore e degli obiettivi strategici di Humana.

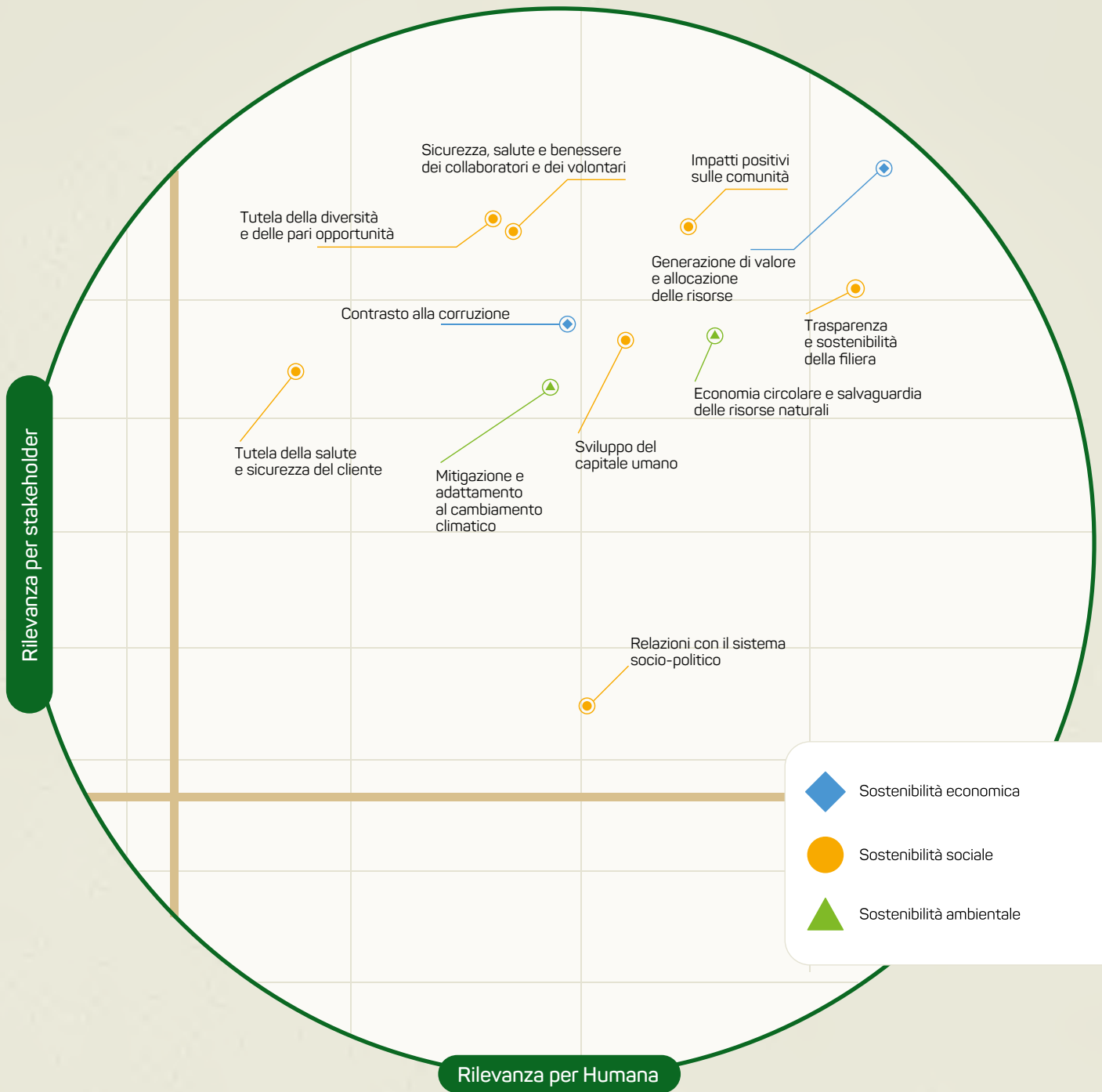
La selezione degli aspetti materiali è stata svolta grazie a un percorso di **ascolto degli stakeholder interni** (management e funzioni organizzative) ed **esterni** (tra cui consociate estere, clienti all'ingrosso e al dettaglio, aziende e fondazioni partner, coordinatori dei progetti di cooperazione internazionale, enti che ci affidano il

servizio di raccolta indumenti, istituzioni pubbliche locali, media e volontari). Gli stakeholder sono stati coinvolti in interviste individuali e nella compilazione di un questionario che ha previsto l'attribuzione di un valore di rilevanza (da 1 a 5) ai singoli aspetti. La matrice è stata successivamente revisionata dal Comitato Direttivo, validata e approvata dallo stesso.

Dalla matrice di Materialità 2020 emergono **11 aspetti materiali**, che superano il valore medio di rilevanza per Humana, per gli stakeholder, o per entrambi.



Figura 1. **MATRICE DI MATERIALITÀ**



Gli aspetti materiali afferiscono a **tre ambiti**:

- 1. sostenibilità economica**, declinata lungo l'intera filiera di Humana: dalla raccolta fondi e dall'allocazione delle risorse alla distribuzione di valore agli stakeholder e agli impatti economici indiretti generati per le comunità;
- 2. sostenibilità sociale**: gli aspetti in grado di influire maggiormente sulle attività e sulle performance di Humana, che rappresentano altrettante aree di impegno, afferiscono alle condizioni di salute e sicurezza dei collaboratori e dei volontari, alla valorizzazione delle pari opportunità e alla prevenzione di comportamenti discriminatori e, più in generale, alle politiche

di gestione e formazione delle risorse umane. Nel quadro della sostenibilità sociale rientrano i risultati conseguiti nell'ambito dei progetti implementati nel Sud del mondo e le iniziative di sensibilizzazione e sociali in Italia;

- 3. sostenibilità ambientale**: gli impatti sull'ambiente delle attività di Humana sono connessi prevalentemente alla gestione e alla valorizzazione degli abiti usati in ottica di economia circolare, ai progetti di cooperazione internazionale dedicati all'adattamento climatico e/o all'agricoltura sostenibile e ai risultati delle politiche messe in campo a livello di processi per ridurre gli impatti negativi sull'ambiente.

Tabella 1. ASPETTI MATERIALI E RISPETTIVO PERIMETRO

ASPETTI MATERIALI PER HUMANA ITALIA	DESCRIZIONE	ASPETTI GRI STANDARDS E NGO SECTOR DISCLOSURES	PERIMETRO DEGLI ASPETTI MATERIALI	
			Interno	Esterno
GENERAZIONE DI VALORE E ALLOCAZIONE DELLE RISORSE	Valore economico generato e distribuito ai portatori di interesse e ricerca di efficienza nell'allocazione delle risorse e rendicontazione del loro utilizzo.	201 - Performance economica	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
		G4 - DMA Sector Disclosure (former NGO7)		
		G4-NGO8		
CONTRASTO ALLA CORRUZIONE	Pratiche volte a prevenire i rischi di corruzione nell'organizzazione	205 - Anticorruzione	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
ECONOMIA CIRCOLARE E SALVAGUARDIA DELLE RISORSE NATURALI	Politiche e pratiche per ridurre il consumo di materie prime; azioni volte a incrementare la quota di capi di abbigliamento avviati a riutilizzo e riciclo lungo la filiera	301 - Materiali	Humana ONLUS/SCARL	Fornitori, comunità e territorio
		306 - Rifiuti		
MITIGAZIONE E ADATTAMENTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	Politiche e azioni per ridurre l'impatto relativo alle emissioni dirette in atmosfera (gas effetto serra ed altri inquinanti); contributo alla riduzione delle emissioni grazie alle attività di raccolta e riciclo; progetti di cooperazione internazionale dedicati all'adattamento e alla mitigazione del cambiamento climatico	305 - Emissioni	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
TRASPARENZA E SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA	Comunicazione e attività di sensibilizzazione sul tema della trasparenza della filiera: dall'affidamento del servizio a tutti gli anelli seguenti, fino alla destinazione finale; Valutazione socio-ambientale dei clienti all'ingrosso del recupero e dei fornitori di servizi di smaltimento	308 - Valutazione ambientale dei fornitori	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio, Stazioni Appaltanti e operatori del settore
		414 - Valutazione sociale dei fornitori		
SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO	Politiche e azioni volte a favorire la crescita professionale e la motivazione dei collaboratori, attraverso formazione, valutazione delle performance individuali e incentivazione basate sul merito	401 -1 Occupazione	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
		404 - Formazione		

ASPETTI MATERIALI PER HUMANA ITALIA	DESCRIZIONE	ASPETTI GRI STANDARDS E NGO SECTOR DISCLOSURES	PERIMETRO DEGLI ASPETTI MATERIALI	
			Interno	Esterno
SICUREZZA, SALUTE E BENESSERE DEI COLLABORATORI E DEI VOLONTARI	Impegno nel garantire la salute e la sicurezza dei collaboratori e dei volontari nell'ambito delle iniziative promosse da Humana in Italia e all'estero; Politiche di welfare aziendale volte a migliorare il benessere psicofisico dei collaboratori.	401 -2 Occupazione	Humana ONLUS/SCARL	Volontari, comunità e territorio
		403 - Salute e sicurezza sul lavoro		
		NGO Sector Disclosure G4 - LA6 - Tutela della salute e sicurezza dei volontari (incidenti e infortuni)		
		NGO Sector Disclosure G4 - LA7 Tutela della salute e sicurezza dei volontari (malattie)		
TUTELA DELLA DIVERSITÀ E DELLE PARI OPPORTUNITÀ	Politiche e pratiche per garantire a tutti uguali diritti sul posto di lavoro e favorire la valorizzazione della diversità, anche in seno ai progetti di cooperazione internazionale	405 - Diversità e delle pari opportunità	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
		406 - Non discriminazione		
IMPATTI POSITIVI SULLE COMUNITÀ	Gestione degli impatti sulla comunità locale (in Italia e all'estero) e promozione di iniziative di coinvolgimento della comunità locale.	203 - Impatti economici indiretti	Humana ONLUS/SCARL	Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
		413 - Impatto sulla comunità locale		
TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA DEL CLIENTE	Pratiche per tutelare e promuovere la salute e la sicurezza dei donatori che conferiscono gli abiti nei nostri contenitori e degli utilizzatori finali dei capi	416 - Salute e sicurezza dei clienti	Humana ONLUS/SCARL	Clienti, comunità e territorio
RELAZIONI CON IL SISTEMA SOCIO-POLITICO	Partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche a livello nazionale e regionale sui temi di interesse di Humana, anche attraverso le relazioni con altri soggetti chiave del sistema socio-politico (es. associazioni di categoria, consorzi ecc.)	415 - Politica pubblica	Humana ONLUS/SCARL	Comunità e territorio

Per alcuni indicatori si è provveduto ad aggiornare il perimetro di rendicontazione o la metodologia di calcolo, rispetto ai dati pubblicati nel 2018. Tali cambiamenti sono opportunamente segnalati nel documento [\(102-48\)](#).

GLI STAKEHOLDER E IL PROCESSO DI COINVOLGIMENTO (GRI 102-40; 42; 43 E 44)

Il dialogo con i portatori di interesse è da sempre un elemento chiave della strategia e dei valori che porta avanti Humana. Per questo motivo, anche nel biennio 2019-2020 Humana ha attivato, quando possibile, iniziative di dialogo e coinvolgimento dei propri stakeholder, nonostante le difficoltà causate dall'emergenza sanitaria.

Nella Tabella 2 si riportano in particolare:

- le principali **categorie di stakeholder** di Humana Italia;
- i **temi** emersi come prioritari;
- le **attività** di ascolto, dialogo e consultazione realizzate nel corso dell'ultimo anno.

Tabella 2. **STAKEHOLDER ENGAGEMENT E PROCESSO DI COINVOLGIMENTO**

PRINCIPALI STAKEHOLDER DI HUMANA ITALIA	ARGOMENTI CHIAVE ED EVENTUALI CRITICITÀ	PRINCIPALI INIZIATIVE DI DIALOGO E RISOLUZIONE EVENTUALI CRITICITÀ
DIPENDENTI	Formazione e iniziative di stakeholder engagement	Incontri regolari per reparto Aggiornamenti tramite quarterly meeting Notiziario interno Bilancio di Sostenibilità
VOLONTARI	Fidelizzazione e coinvolgimento	Incontri pre-partenza per le Vacanze Solidali Incontri di presentazione delle Vacanze Solidali
DONATORI DI ABITI	Trasparenza della filiera Servizio di raccolta abiti Salute e sicurezza	Manutenzione costante contenitori per la raccolta abiti Comunicazione integrata con i Comuni Sito web dedicato: http://raccoltaviestiti.humanaitalia.org/
SOSTENITORI - FONDAZIONI E ISTITUZIONI	Comunicazione e valorizzazione della mission di Humana	Rendicontazione specifica Visita progetti virtuali Webinar Notiziario Bilancio di Sostenibilità Sito web
SOSTENITORI - SINGOLI INDIVIDUI	Coinvolgimento sulla mission di Humana e fidelizzazione	Campagna di Natale Campagna 5x1000 eNewsletter dedicata a coloro che sono registrati sul nostro sito Notiziario
AZIENDE PARTNER (CAUSE RELATED MARKETING, RACCOLTA STRAORDINARIA DI ABITI)	Comunicazione e valorizzazione della mission di Humana	46 dipendenti di 2 aziende coinvolti in giornate di volontariato aziendale incentrate su attività di smistamento, di orticoltura presso l'Orto 3C, attività di upcycling Laboratorio di Upcycling con KPMG e Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone Viaggio di monitoraggio in Zambia con 4 dipendenti di un'azienda partner
CLIENTI RETAIL	Fidelizzazione Comunicazione e sensibilizzazione sulla mission di Humana Salute e sicurezza	Sito web e social media (Facebook e Instagram) dedicati Comunicazione tramite TV interna presso i punti vendita Materiale informativo nei punti vendita
CLIENTI ALL'INGROSSO	Criteri di selezione Migliore risposta alle esigenze dei clienti in termini di controllo qualità	Visite di verifica di due clienti all'ingrosso nel 2019

PRINCIPALI STAKEHOLDER DI HUMANA ITALIA	ARGOMENTI CHIAVE ED EVENTUALI CRITICITÀ	PRINCIPALI INIZIATIVE DI DIALOGO E RISOLUZIONE EVENTUALI CRITICITÀ
GESTORI (UTILITIES, COMUNI, CONSORZI)	Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati	<p>"Humana talks" Serie di 5 incontri on-line su temi della sostenibilità della filiera degli indumenti usati e nuove prospettive per il settore TAM</p> <p>Partecipazione Salone della CSR, convegno "EPR e fine vita del prodotto: come cambia il ruolo di produttori e distributori"</p> <p>Humana Eco Solidarity Awards</p> <p>Notiziario – Bilancio di Sostenibilità</p> <p>Sito web – pagine dedicate</p>
ISTITUZIONI LOCALI E TERRITORIALI (REGIONE, PROVINCIA)	Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati	<p>"Humana talks": serie di 5 incontri on-line su temi della sostenibilità della filiera degli indumenti usati e nuove prospettive per il settore TAM</p> <p>Partecipazione Salone della CSR, convegno "EPR e fine vita del prodotto: come cambia il ruolo di produttori e distributori"</p> <p>Notiziario – Bilancio di Sostenibilità</p> <p>Sito web – pagine dedicate</p>
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA O DI SETTORE (ES. ASSORECUPERI, RETE ONU)	Trasparenza della filiera Sensibilizzazione sui temi dell'usato e del recupero	<p>"Humana talks": serie di 5 incontri on-line su temi della sostenibilità della filiera degli indumenti usati e nuove prospettive per il settore TAM</p> <p>Partecipazione Salone della CSR, convegno "EPR e fine vita del prodotto: come cambia il ruolo di produttori e distributori"</p> <p>Notiziario</p> <p>Partecipazione al Festival del Riuso di Torino</p>
BENEFICIARI DEI PROGETTI IN ITALIA E NEL SUD DEL MONDO (COMUNITÀ LOCALE)	Sensibilizzazione sulle tematiche di sviluppo sostenibile e del recupero Formazione e sensibilizzazione Attività di ricaduta locale, derivanti dal servizio di raccolta indumenti	<p>42 progetti di sviluppo sostenuti nel biennio</p> <p>Incontri formativi e di sensibilizzazione realizzati presso le scuole e progetti di ricaduta locale sul territorio</p>
MEDIA (STAMPA, WEB)	Trasparenza della filiera Sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile e dell'economia circolare	<p>Ufficio stampa</p> <p>Invio di newsletter e DEM dedicate</p> <p>Aggiornamento sito istituzionale e aggiornamento sito dedicato alla raccolta vestiti</p>
FEDERAZIONE INTERNAZIONALE HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA	Condivisione della linea strategica di sostegno ai progetti di cooperazione internazionale Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione	<p>Progress report</p> <p>Report per ogni progetto</p> <p>Conference</p> <p>Meeting Periodici</p>
CONSORELLE DI HUMANA	Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione Collaborazione per aumentare la qualità dei capi smistati e spediti in Africa	<p>Visite in loco</p> <p>Webinar – Meeting Periodici</p>

IL NUOVO PIANO DI SOSTENIBILITÀ E IL CONTRIBUTO AGLI SDGS

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno sottoscritto la nuova **Agenda per lo Sviluppo Sostenibile** che definisce i principali obiettivi (declinati in 169 target specifici) da perseguire a livello globale entro il **2030**: Humana Italia e le altre organizzazioni della Federazione Internazionale sono attive con progetti e interventi concreti e coerenti con diversi **Goals dell'ONU** e con la cosiddetta **strategia delle 5P**, che mette al centro del dibattito sulla sostenibilità cinque temi chiave: **Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership (GRI 102-12)**.

Humana è nata con l'obiettivo di ridurre il divario tra coloro che vivono bene perché hanno tutto ciò che serve per condurre una vita dignitosa (e spesso molto di più!) e chi ha poco, nemmeno la conoscenza o gli strumenti per migliorare le proprie condizioni. Tutto ciò avviene attraverso il coinvolgimento di singoli e comunità. Questo è il significato di **"people to people"**, dalle persone alle persone. È questa la nostra visione per cambiare davvero le cose.

La crisi causata dal Covid-19 ha provocato cambiamenti senza precedenti in tutti i mercati e settori, incrementando le disuguaglianze e il divario sociale. Anche all'interno di Humana, la mutazione del contesto innescata dall'emergenza sanitaria ha stimolato una riflessione che ha portato a un aggiornamento degli obiettivi strategici.

Per questo Humana Italia ha avviato un nuovo percorso per la definizione di un **Piano Strategico di Sostenibilità** associato agli Obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'Onu, identificandone **5** come prioritari, aderenti al nostro lavoro di tutti i giorni e ai nostri obiettivi di medio-lungo termine e **6** come direttamente impattati dalle attività che svolgiamo.



Nella discussione avviata all'interno dell'organizzazione, uno dei principali temi emersi è legato alla volontà di valorizzare l'**impatto ambientale positivo** di Humana, reso possibile da una parte grazie all'applicazione dei principi dell'economia circolare nella filiera della raccolta abiti e dall'altra attraverso l'implementazione di progetti nel Sud del mondo che mettono al centro l'adattamento e la mitigazione dei cambiamenti climatici. Il filo conduttore del piano è stato quindi identificato come **la lotta al riscaldamento globale e al cambiamento climatico (SDG 13 – Agire per il clima)**, tema centrale per ogni attività e area organizzativa. Tra i principali obiettivi che si pone Humana Italia in quest'ambito vi sono:




- Ridurre del 50% il consumo di combustibili fossili entro il 2030;
- Installare impianti per l'energia rinnovabile nella sede di Pregnana Milanese per avere il 100% di fornitura di energia rinnovabile entro il 2027;
- Effettuare la piantumazione degli alberi per compensare completamente le emissioni di CO2 delle attività produttive entro il 2030, e quindi raggiungere il «climate neutral». Si stima la piantumazione totale di circa 85.000 alberi;
- Ridurre la percentuale del materiale destinato allo smaltimento dallo smistamento al 50% entro il 2030, usando anche nuovi metodi di riciclo;
- Promuovere l'agricoltura sostenibile con azioni concrete, per esempio attraverso gli orti sociali (3C = Coltiviamo il Clima e la Comunità) e obiettivi specifici da stabilire entro il 2022.

Al cuore della visione strategica vi sono le persone di Humana (SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica), perché tutto ciò che Humana rappresenta è reso possibile grazie al lavoro e alla passione dei nostri collaboratori che, uniti dagli stessi valori, hanno deciso di dedicare la propria vita ad aiutare i più fragili.



Tra i pilastri dell'organizzazione posizioniamo **la correttezza e la trasparenza della filiera (SDG 16 – Pace, giustizia e istituzioni forti)**, che garantiamo attraverso il controllo della filiera dei vestiti, dall'affidamento del servizio fino alla destinazione dei capi raccolti, e delle risorse destinate ai progetti di cooperazione internazionale. Monitorare e comunicare con trasparenza ogni passaggio è per noi un requisito fondamentale per dimostrare il "valore sociale" prodotto dall'attività di Humana.

Gli SDG 12 e 17 rappresentano invece le due anime di Humana Italia: da una parte il lavoro della cooperativa rivolto alla valorizzazione degli abiti usati e all'applicazione e diffusione dei principi di economia circolare (**SDG 12 – Consumo e produzione responsabili**), che consente, dall'altra, la creazione di risorse per i progetti ambientali e di solidarietà, in Italia e nei Paesi del Sud del mondo, gestiti direttamente o in collaborazione con Humana ONLUS (**SDG 17 – Partnership per gli obiettivi**). La sinergia tra questi due grandi anime di Humana permette, infine, di contribuire a diversi livelli su altri SDGs, con impatti diretti e indiretti: SDG 1- Sconfiggere la povertà, SDG 2 - Sconfiggere la fame, SDG 3 - Salute e benessere, SDG 4 - Istruzione e qualità, SDG 5 - Parità di genere, SDG 6 - Acqua pulita e servizi igienico-sanitari.

Nella **grafica** presentata qui di seguito è possibile, inoltre, trovare il raccordo tra gli aspetti del GRI emersi come materiali e presentati lungo tutto il documento e i vari SDGs.

SDG	TARGET	ASPETTI MATERIALI
<p>SDG 1 NO POVERTY</p> 	<p>1.1 Entro il 2030, eliminare la povertà estrema per tutte le persone in tutto il mondo, attualmente misurata sulla base di coloro che vivono con meno di 1,25 \$ al giorno.</p> <p>1.2 Entro il 2030, ridurre almeno della metà la percentuale di uomini, donne e bambini di ogni età che vivono in povertà in tutte le sue dimensioni in base alle definizioni nazionali.</p> <p>1.5 Entro il 2030, rafforzare la resilienza dei poveri e di coloro che si trovano in situazioni di vulnerabilità e ridurre la loro esposizione a eventi estremi legati al clima e ad altri shock e disastri economici, sociali e ambientali.</p>	<p>Impatti positivi sulle comunità</p>
<p>SDG 2 ZERO HUNGER</p> 	<p>2.1 Entro il 2030, eliminare la fame e assicurare a tutte le persone, in particolare i poveri e le persone in situazioni vulnerabili, tra le quali i bambini, l'accesso a un'alimentazione sicura, nutriente e sufficiente per tutto l'anno.</p> <p>2.2 Entro il 2030, eliminare tutte le forme di malnutrizione, incluso il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sull'arresto della crescita e il deperimento dei bambini sotto i 5 anni di età, e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, in gravidanza, in allattamento e delle persone anziane.</p> <p>2.3 Entro il 2030, raddoppiare la produttività agricola e il reddito dei produttori di alimenti su piccola scala, in particolare le donne, le popolazioni indigene, le famiglie di agricoltori, pastori e pescatori, anche attraverso l'accesso sicuro e giusto alla terra, ad altre risorse e stimoli produttivi, alla conoscenza, ai servizi finanziari, ai mercati e alle opportunità che creino valore aggiunto e occupazione non agricola.</p>	<p>Impatti positivi sulle comunità</p>
<p>SDG 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p> 	<p>3.2 Entro il 2030, mettere fine alle morti evitabili di neonati e bambini sotto i 5 anni di età, con l'obiettivo per tutti i Paesi di ridurre la mortalità neonatale a non più di 12 su 1.000 nati vivi, e per i bambini al di sotto dei 5 anni, ridurre la mortalità a non più di 25 su 1.000 nati vivi.</p> <p>3.3 Entro il 2030, porre fine alle epidemie di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate e combattere l'epatite, le malattie collegate all'uso dell'acqua e altre malattie trasmissibili.</p> <p>3.7 Entro il 2030, garantire l'accesso universale ai servizi di assistenza sanitaria sessuale e riproduttiva, compresi quelli per la pianificazione familiare, l'informazione e l'educazione, e l'integrazione della salute riproduttiva nelle strategie e nei programmi nazionali.</p> <p>3.8 Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti.</p>	<p>Impatti positivi sulle comunità (Salute e sicurezza dei beneficiari)</p> <p>Salute, sicurezza e benessere dei collaboratori, dei volontari</p> <p>Tutela della salute e sicurezza del cliente</p>

SDG	TARGET	ASPETTI MATERIALI
SDG 4 QUALITY EDUCATION 	4.1 Entro il 2030, assicurarsi che tutti i ragazzi e le ragazze completino un'istruzione primaria e secondaria libera, equa e di qualità che porti a rilevanti ed efficaci risultati di apprendimento.	Impatti positivi sulle comunità Sviluppo del capitale umano
	4.3 Entro il 2030, garantire la parità di accesso per tutte le donne e uomini a un'istruzione a costi accessibili e di qualità, a un'istruzione professionale e di terzo livello, compresa l'Università.	
	4.4 Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse quelle tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.	
	4.7 Entro il 2030, assicurarsi che tutti gli studenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso, tra l'altro, l'educazione per lo sviluppo e stili di vita sostenibili, i diritti umani, l'uguaglianza di genere, la promozione di una cultura di pace e di non violenza, la cittadinanza globale e la valorizzazione della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.	
	4c. Entro il 2030, aumentare notevolmente l'offerta di insegnanti qualificati, anche attraverso la cooperazione internazionale per la formazione degli insegnanti nei Paesi in via di sviluppo, in particolare nei Paesi meno sviluppati e nei piccoli Stati insulari in via di sviluppo.	
SDG 5 GENDER EQUALITY 	5.1 Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze di ogni parte del mondo.	Impatti positivi sulle comunità
	5.3 Eliminare tutte le pratiche dannose, come il matrimonio delle bambine, forzato e combinato, e le mutilazioni genitali femminili.	Politiche per la gestione delle risorse umane
	5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica.	Tutela della diversità e delle pari opportunità
SDG 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 	8.4 Migliorare progressivamente, fino al 2030, l'efficienza delle risorse globali nel consumo e nella produzione nel tentativo di scindere la crescita economica dal degrado ambientale.	Sviluppo del capitale umano
	8.6 Entro il 2030, ridurre sostanzialmente la percentuale di giovani disoccupati che non seguano un corso di studi o che non seguano corsi di formazione.	Salute e Sicurezza di collaboratori e volontari
SDG 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	12.2 Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali.	Economia circolare e salvaguardia delle risorse naturali Trasparenza e sostenibilità della filiera
	12.5 Entro il 2030, diminuire in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo.	
	12.6 Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche.	
	12.7 Promuovere pratiche in materia di appalti pubblici che siano sostenibili, in accordo con le politiche e priorità nazionali.	
SDG 13 CLIMATE ACTION 	13.1 Rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai rischi legati al clima e ai disastri naturali in tutti i Paesi.	Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico
	13.3 Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale riguardo ai cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e di allerta precoce.	
	13 b. Promuovere meccanismi per aumentare un'efficace pianificazione e gestione connessa al cambiamento climatico nei Paesi meno sviluppati e nei piccoli Stati insulari in via di sviluppo, concentrandosi tra l'altro sulle donne, i giovani e le comunità locali ed emarginate.	

SDG	TARGET	ASPETTI MATERIALI
<p>SDG 16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p> 	<p>16.5 Ridurre sensibilmente la corruzione e gli abusi di potere in tutte le loro forme.</p> <p>16.6 Sviluppare a tutti i livelli istituzioni efficaci, responsabili e trasparenti.</p>	<p>Contrasto alla corruzione</p> <p>Trasparenza e sostenibilità della filiera</p>
<p>SDG 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p> 	<p>17.3 Mobilitare ulteriori risorse finanziarie per i Paesi in via di sviluppo da più fonti.</p> <p>17.9 Rafforzare il sostegno internazionale per attuare nei Paesi non industrializzati uno sviluppo delle capacità efficace e mirato, al fine di sostenere i piani nazionali per l'attuazione di tutti gli obiettivi di sviluppo sostenibile, anche attraverso la cooperazione internazionale Nord-Sud, Sud-Sud e triangolare.</p> <p>17.16 Migliorare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile, integrato da partenariati multilaterali che mobilitino e condividano le conoscenze, le competenze, le tecnologie e le risorse finanziarie, per sostenere il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in tutti i Paesi, in particolare quelli in via di sviluppo.</p>	<p>Generazione di valore e allocazione delle risorse</p> <p>Impatti positivi sulle comunità</p> <p>Relazioni con il sistema socio-politico</p>







HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

Promotori di trasparenza e correttezza





1.1 CHI SIAMO

Nata nel **1998** in Italia, Humana è da sempre attiva nella promozione della cultura della **solidarietà** e della **sostenibilità**, impegno che si concretizza nell'implementazione di progetti di cooperazione internazionale di medio-lungo termine e in iniziative sociali e all'insegna della sostenibilità ambientale in Italia (**GRI 102-2**).

In particolare l'attività di **raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati** svolta in Italia costituisce una leva prioritaria per Humana per promuovere lo **sviluppo sostenibile**, in termini di impatto sociale ottenuto attraverso la generazione di risorse economiche per progetti sociali nel Sud del mondo e in Italia e di diffusione dell'economia circolare. Humana Italia fa parte della **Federazione Internazionale Humana People to People** (**GRI 102-13**).

HIGHLIGHTS 2020 (GRI 102-7)



10 PROGETTI

sostenuti in Africa India e Sud America



60,4% dei contributi destinati a progetti in ambito formativo ed educativo

187 COLLABORATORI

Humana Italia¹



21.455.888 CHILI

di abiti raccolti in Italia²
equivalenti a **1.120 TIR**



3.232.217 CHILI di abiti smistati in Italia

¹Il numero si riferisce ai collaboratori in essere al 31.12.2020.

²Include il quantitativo di abiti raccolti da Humana, ma non gestiti nell'ambito della propria filiera (pari a 1.071.610 chili)

I progetti di Humana sono realizzati nel **Sud del mondo** e in **Italia**, seguendo principalmente le seguenti macro aree di intervento (GRI 102-2):

SUD DEL MONDO



PREVENZIONE E TUTELA DELLA SALUTE, con interventi di sensibilizzazione e prevenzione dell'HIV/AIDS, di contrasto alla malaria e alla tubercolosi.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE, con progetti che puntano ad assicurare una formazione di qualità a tutti i livelli, dai pre-scuola all'Università.

AGRICOLTURA SOSTENIBILE E SICUREZZA ALIMENTARE, con progetti di formazione dei piccoli coltivatori sui temi dell'accesso al cibo e alle risorse idriche e dello sviluppo di abilità imprenditoriali.

AIUTO ALL'INFANZIA E SVILUPPO COMUNITARIO, per supportare a 360° le famiglie e in particolare i bambini delle comunità.

IN ITALIA



AZIONI SOCIALI E DI SENSIBILIZZAZIONE, per promuovere la cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile partendo proprio dal nostro Paese. Incontri nelle scuole e iniziative di ricaduta locale a favore di persone più vulnerabili o per salvaguardare l'ambiente in cui viviamo, realizzate insieme a Comuni nostri partner e ad associazioni del territorio.



OLTRE 77 MILIONI DI CHILI di emissioni di CO₂ evitate, pari all'azione di **773.176** alberi

grazie agli abiti raccolti in Italia



128,7 MILIARDI DI LITRI di acqua risparmiati, pari a **51.497** piscine olimpioniche



OLTRE 4,2 MILIONI DI EURO di costi di smaltimento risparmiati dalla Pubbliche Amministrazioni, e quindi dai cittadini, grazie a Humana

223.685 EURO³ di fondi usati per realizzare gli interventi di cooperazione internazionale



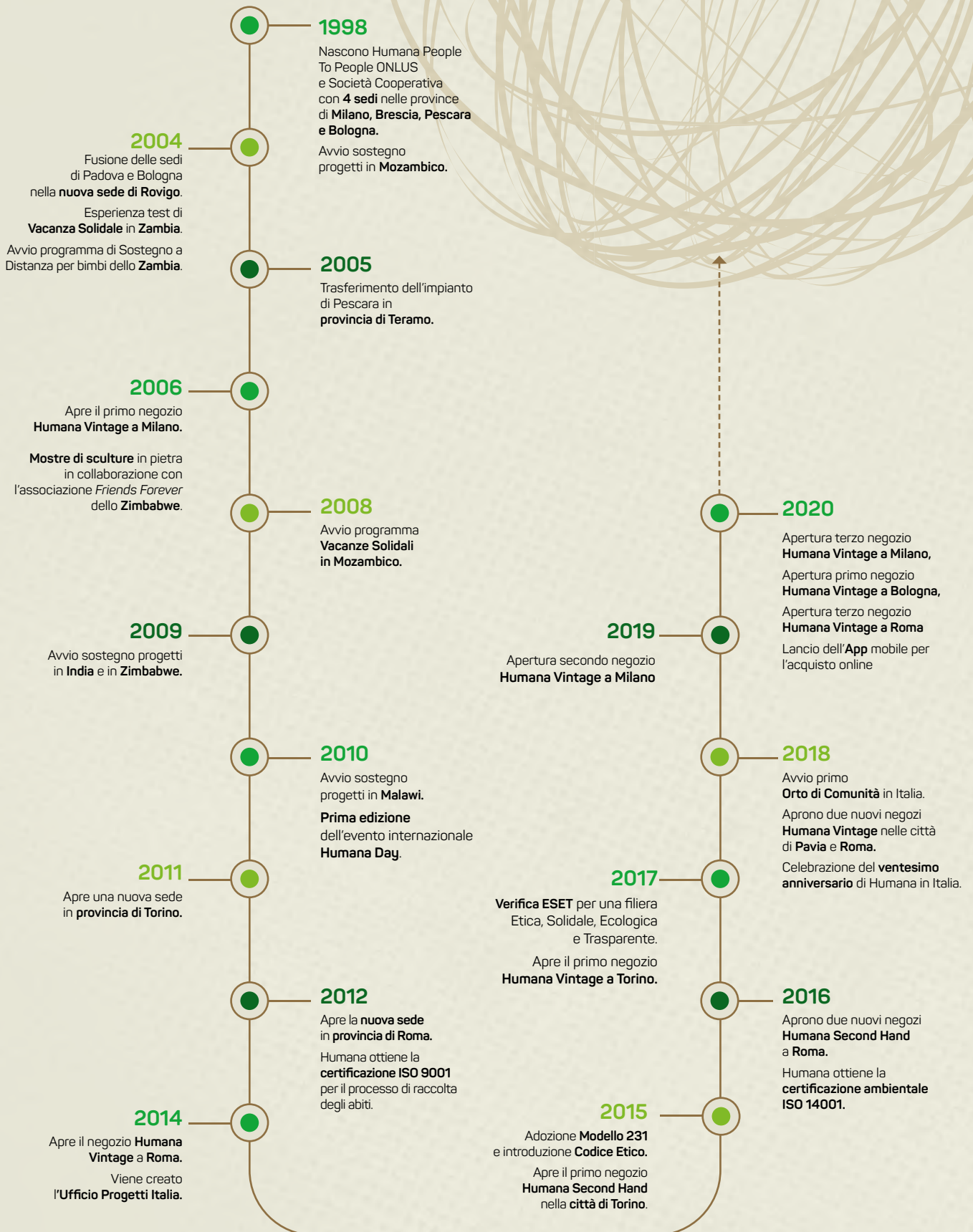
8 NEGOZI VINTAGE
e **1 SECOND HAND**
in Italia



1.226 COMUNI partner nell'attività di raccolta degli indumenti

³Non inclusivo dei 5.000 euro di contributo alla Federazione Internazionale Humana People to People.

LA NOSTRA STORIA DAL 1998 AD OGGI



Vision

Un mondo dove la **solidarietà tra le persone** sia al centro della vita sociale ed economica e la comunità sia capace di costruire il proprio futuro in equilibrio con la natura.

Mission

Humana People to People Italia promuove la cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile.

Humana finanzia e realizza progetti nel Sud del mondo, contribuisce alla tutela dell'ambiente anche attraverso la raccolta, la vendita e la donazione di abiti usati.

Humana si impegna inoltre ad accrescere le capacità di popoli e comunità, affinché divengano protagonisti del proprio futuro.

Humana People to People Italia partecipa al movimento internazionale Humana People to People.

IL NOSTRO MANIFESTO

Il futuro è aperto e un mondo più giusto è possibile. Ma il motore del cambiamento non saranno le parole e i proclami. Per questo il nostro impegno non ha a che fare con le ideologie.

Occorre avanzare passo dopo passo con piccoli gesti concreti, che sommati e integrati tra di loro possono creare un enorme effetto.

Siamo in grado di trasformare il mondo:

- Quando apprendiamo nuove tecniche per produrre alimenti nel nostro villaggio
- Quando ci auto-organizziamo con la nostra comunità per sconfiggere un'epidemia
- Quando studiamo e ci formiamo con l'intenzione di creare sviluppo nel nostro paese
- Quando doniamo un vestito o altre risorse interrogandoci su come verranno utilizzati
- Quando lavoriamo con professionalità ed efficienza nell'economia sociale
- Quando piantiamo un albero e lo adottiamo

Solo unendoci riusciremo a superare la fame, l'ingiustizia, la solitudine sociale degli anziani, l'emarginazione economica dei giovani, i disastri ambientali, i modelli di sviluppo insostenibili, le epidemie, il razzismo, la guerra e l'ignoranza.

Ma perché questo accada, nei momenti di crisi e difficoltà non dobbiamo rifugiarci nell'egoismo e nell'indifferenza. Al contrario, dobbiamo aprire gli occhi e il cuore e moltiplicare la nostra solidarietà verso la comunità dove viviamo e verso ogni essere umano.

Ogni essere umano, grazie al sostegno della sua comunità, ha la possibilità di diventare protagonista ed artefice del proprio destino. Ma Reciprocità, Comunità, Solidarietà e Armonia con l'Ecosistema devono tornare a essere concetti autentici, potenti e vivi.

L'unica Economia Circolare che ci interessa è capace di includere e reintegrare non solo le cose ma anche le persone.

L'unico Non profit che ci interessa non è strumento della cattiva politica e non commercia con la buona fede delle persone. L'unica Solidarietà che ci interessa è un'impresa spalla a spalla tra pari e non fa distinzioni razziste o di classe tra gli esseri umani. L'Umanismo Solidale deve diventare anima e baricentro della vita economica e sociale.



HUMANA
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO



L'azione di HUMANA è GLOCAL: locale, ma con un impatto globale

Valori e principi

Humana **crede nelle persone** e nella loro capacità di generare cambiamenti positivi per la società in cui vivono. La forza di ciascun individuo, se unita a quella degli altri, ha un **potenziale unico** per raggiungere **obiettivi comuni**.



TRASPARENZA, per raccontare cosa facciamo e soprattutto come. Trasparenza non solo come opportunità di comunicazione, ma principio fondante di gestione, garantita anche da verifiche della nostra filiera da parte di enti terzi e indipendenti.

CONCRETEZZA, affinché le attività che realizziamo abbiano sempre un impatto tangibile sulla vita delle persone.

ETICA, perché ogni comunità ha la propria cultura, le proprie usanze e le proprie opinioni, da rispettare sempre.

CAPACITY BUILDING, perché la nostra idea di cooperazione internazionale si basa sulla condivisione di idee ed esperienze così da rendere le persone con le quali lavoriamo autonome nell'avvio di processi di cambiamento e nella costruzione di un futuro migliore.

COINVOLGIMENTO ATTIVO DELLE COMUNITÀ LOCALI, perché nessun progetto può essere "calato dall'alto": i nostri interventi prendono avvio dal bisogno che emerge dalle comunità locali. Realizziamo, spalla a spalla con le comunità, interventi di medio-lungo periodo e sostenibili dal punto di vista socio-ambientale ed economico.

FEDERAZIONE INTERNAZIONALE HUMANA PEOPLE TO PEOPLE

Humana Italia è una delle 29 organizzazioni facenti parte della Federazione Internazionale Humana People to People, attiva dal 1994 in 45 Paesi del mondo. La sede legale si trova a Ginevra, quella operativa in Zimbabwe. Il fatto di essere parte di una rete globale determina vantaggi da diversi punti di vista:

IN TEMA DI TRASPARENZA:

nella gestione dei fondi ottenuti e del flusso dei capi donati dai cittadini e destinati a clienti al dettaglio e all'ingrosso o spediti direttamente in Africa.

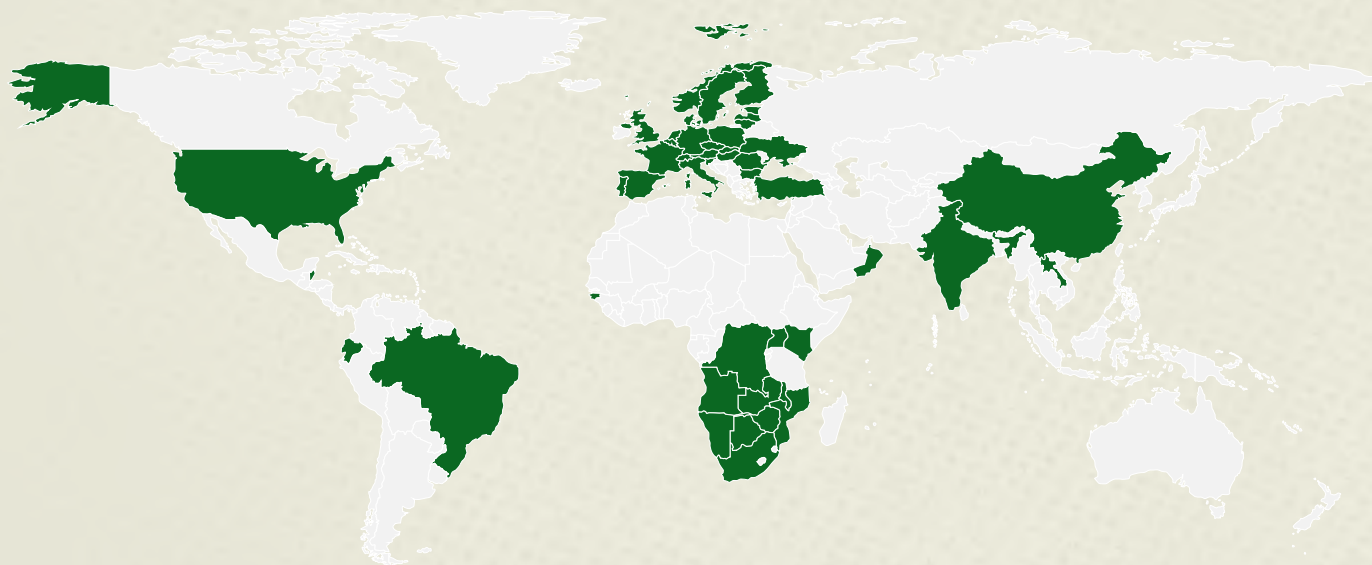
IN TEMA DI EFFICIENZA:

nella gestione dei costi e delle risorse economiche.

IN TEMA DI EFFICACIA:

nell'implementazione dei progetti, nella condivisione di best practice e nella capacità di rispondere alle specifiche esigenze locali.

Figura 1. LA FEDERAZIONE INTERNAZIONALE HUMANA PEOPLE TO PEOPLE



13.400
PERSONE IMPIEGATE
NEL MONDO

**OLTRE
12.000.000**
DI BENEFICIARI
DEGLI INTERVENTI
DI COOPERAZIONE
INTERNAZIONALE

45
PAESI

1.453
PROGRAMMI
DI SVILUPPO

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA (GRI 102-5)

Per perseguire la propria mission, Humana si è dotata di una **struttura efficace e sostenibile** con l'obiettivo di destinare sempre più risorse ai progetti realizzati nel Sud del mondo e in Italia. La sede di **Humana ONLUS** è a Pregnana Milanese (MI) (GRI 102-3). Le sue attività principali sono rappresentate dalla raccolta dei vestiti usati in collaborazione con Humana SCARL e la gestione di progetti di cooperazione internazionale con scopo sociale e ambientale attraverso partnership con enti e istituzioni locali. Le decisioni relative alla gestione della ONLUS sono adottate dal **Consiglio d'Amministrazione**, formato dalla Presidente Ulla Carina Bolin e da altri due membri: Elisabeth Molnar, Vice Presidente, e Benedetta Cella, Consigliere. I soci della ONLUS sono 8 e si riuniscono, almeno una volta all'anno, per l'approvazione del Bilancio.

Nel corso dell'anno 2020 l'**Ufficio "Cooperazione Internazionale"** è stato rafforzato dall'**accreditamento di HPP Italia all'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS)** e ha assunto un ruolo più centrale per quanto riguarda la comunicazione all'esterno delle attività di cooperazione internazionale, svolte in collaborazione con gli altri membri della Federazione Humana People to People.



**Legalità e trasparenza
come valori fondanti
per una struttura
solida e funzionante**

L'associazione, oltre a essere membro della Federazione Internazionale, **aderisce ad altre organizzazioni attive in ambiti coerenti con la nostra mission (GRI 102-13)**. In particolare, Humana ONLUS:

- fa parte del **Comitato di Coordinamento delle Associazioni per il Sostegno a Distanza** della provincia di Milano;
- fa parte di **CoLomba** - Associazione delle Organizzazioni di Cooperazione e Solidarietà Internazionale della Lombardia;
- aderisce al **Coordinamento milanese "Pace in Comune"**;
- è membro di **AISEC**, Associazione Italiana per lo Sviluppo dell'Economia Circolare;
- aderisce a **Rete ONU** ossia la Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato che rappresenta oltre 13.000 operatori del settore del riutilizzo e della preparazione per il riutilizzo. Ad oggi Rete ONU ha contribuito alla presentazione di 4 proposte di legge di riordino del settore dell'usato in Italia in discussione presso le commissioni congiunte di Camera e Senato, oltre a sottoporre ai Ministeri competenti misure per abbattere gli ostacoli che impediscono il pieno sviluppo del settore dell'usato.
- **Humana SCARL** (Società Cooperativa a responsabilità limitata) condivide con Humana ONLUS la sede legale e operativa a Pregnana Milanese (MI) **(GRI 102-3)**. È attiva sul territorio con **6 filiali operative** nelle province di Milano, Brescia, Rovigo, Torino, Teramo e Roma e con **9 negozi** nelle città di Milano, Bologna, Roma e Torino. Nel 2020 si è dotata di un ufficio **"Marketing e CSR"**, dimostrando il ruolo centrale assunto dalla responsabilità sociale e della sostenibilità all'interno dell'organizzazione **(GRI 102-10)**.

Il **Consiglio d'Amministrazione** della SCARL non ha subito variazioni nel biennio 2019/2020. Il **Comitato Direttivo**, composto dalla Vice Presidente, dal CFO&Legal Manager, dal Direttore Italia della Raccolta Abiti e dal Manager del centro di Smistamento, si riunisce ogni mese per **discutere le scelte strategiche** anche su temi economici, ambientali e sociali **(GRI 102-18 b)**, **nonché i risultati raggiunti dall'intera organizzazione**. In occasione dei propri incontri mensili, il Comitato Direttivo può convocare altre figure dell'organizzazione per approfondimenti su temi specifici **(GRI 102-18 a)**.

Anche come Cooperativa, Humana è membro attivo di alcuni enti e organismi all'interno dei quali lavora per proporre le istanze relative alla trasparenza della filiera di raccolta indumenti, alla certezza nella donazione e alla valorizzazione delle pratiche del riutilizzo e del recupero **(GRI 102-13)**:

- **Assorecuperi**, l'Associazione nazionale delle imprese operanti nel settore del recupero di rifiuti (dal 2017); La Presidente di Humana Italia, Karin Bolin, partecipa con delega di Rete ONU e Assorecuperi alle iniziative di EURIC (European Recycling Industries' Confederation) l'organizzazione ombrello per le industrie europee del riciclaggio;
- **Rete ONU** (Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato), insieme alla ONLUS;

A partire dal mese di maggio 2019, Humana SCARL ha deciso di recedere dal **CONAU** (Consorzio Nazionale Abiti Usati).

MODELLO ORGANIZZATIVO E CODICE ETICO

Dal 2015 Humana Italia ha adottato in modo volontario il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo (MOG) ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001 (GRI 102-11)**, noto come "Modello 231", di cui è parte integrante il **Codice Etico e di Condotta (GRI 102-16)**.

Il Modello 231 si sostanzia in un insieme di protocolli e procedure che delineano la corretta struttura e gestione dei processi **sensibili (GRI 205-1)** di Humana, rappresentati principalmente dall'impatto ambientale della filiera degli abiti usati, la gestione delle risorse finanziarie, la partecipazione a gare e bandi pubblici e la tutela della salute e igiene sul posto di lavoro.

Se correttamente ed efficacemente applicato e aggiornato, il Modello riduce il rischio di commissione di illeciti penali e può esimere l'impresa dalla propria responsabilità amministrativa dipendente da reato. L'ultimo processo di adeguamento del MOG di Humana si è completato a giugno 2019. Nel corso del 2021 il MOG sarà oggetto di nuove integrazioni e modifiche a seguito

dell'introduzione di nuovi reati presupposti da parte del legislatore italiano.

A vigilare sul rispetto delle procedure delineate dal Modello e sulla loro adeguatezza è l'Organismo di Vigilanza (OdV), composto da due membri esterni e un membro interno. I membri sono tutti altamente qualificati nei rispettivi ambiti di competenza: ambientale, societario, pubblico amministrativo, legale e finanziario. Al 31 dicembre 2020 l'OdV è composto da:

- Presidente/membro esterno: Avv. Benedetta Cella;
- Membro esterno: Dr.ssa Antonella Licata;
- Membro interno: Dr. Enrico Ribet, CFO & Legal Manager di Humana People to People Italia SCARL **(GRI 102-17)**.

I dipendenti, i collaboratori e i soggetti che intrattengono rapporti con Humana a qualsiasi titolo hanno la possibilità di rivolgersi all'OdV tramite un indirizzo e-mail dedicato (odv@humanaitalia.org) per segnalare, anche in forma anonima, la commissione o

LEGALITÀ E TRASPARENZA NELL'ORGANIZZAZIONE

Come confermato dal piano strategico di sostenibilità di Humana Italia, la **legalità e la trasparenza** sono da sempre considerati principi fondanti dell'organizzazione, alla base dell'avvio e dell'implementazione dell'insieme di iniziative e progetti sostenuti. Tale modus operandi trascende l'attività di compliance, ossia il rispetto della normativa in materia sia socio-ambientale sia economica, tramite l'**adozione volontaria** di presidi specifici, tra cui:

- il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo** (per maggiori informazioni, si rimanda al Box di approfondimento "**Modello Organizzativo e Codice Etico**");
- l'**asseverazione ESET** - Etica, Solidale, Ecologica e Trasparente (si veda il paragrafo 3.1 Una filiera trasparente);

- i dati riportati all'interno del **Bilancio di Sostenibilità** sono revisionati e asseverati da un ente terzo indipendente;
- le **Certificazioni** per la Qualità **ISO 9001** e per i Sistemi di gestione ambientale **ISO 14001**.

Il settore della raccolta e avvio a recupero degli abiti è stato scosso più volte da scandali legati al mancato rispetto di normative sulla gestione, per questo motivo Humana è impegnata a promuovere i temi della legalità, della trasparenza e della prevenzione della corruzione e coglie ogni occasione di confronto pubblico per portare all'attenzione dei suoi interlocutori il funzionamento dell'intera filiera (**GRI 103 1-2-3**).

A conferma del suo modo corretto di operare, nel corso del biennio 2019-2020, Humana Italia non ha riportato sanzioni monetarie né multe per il mancato rispetto di leggi e/o regolamenti in ambito socio-economico e ambientale e non sono stati registrati casi di corruzione (**GRI 205-3**).



tentata commissione di uno dei reati previsti nel Modello Organizzativo, ovvero la violazione o l'elusione fraudolenta dei principi e delle prescrizioni in esso indicate e/o dei valori Etici e delle regole comportamentali contenute nel Codice Etico (**GRI 102-17**). L'eventuale violazione delle procedure comporta sanzioni disciplinari da parte dell'organizzazione. Le operazioni messe in campo per evitare i rischi di corruzione sono quelle riconducibili alle procedure previste nell'ambito del MOG (**GRI 205-1**).

Con lo scopo di comunicare e trasmettere a tutti i collaboratori i principi e valori che ispirano l'attività di Humana è stato predisposto e adottato, come parte integrante del Modello Organiz-

zativo, il **Codice Etico e di Condotta**, (**GRI 102-16**). Il documento contiene una serie di diritti, doveri, responsabilità e regole sociali e morali cui tutti i membri di Humana devono attenersi nello svolgimento del proprio lavoro, allineandosi allo spirito che anima l'organizzazione.

Per **approfondimenti** sul Modello 231 e sul Codice Etico e di Condotta si rimanda a:

www.humanaitalia.org/humana/codice-etico-modello231/
(**GRI 102-17**).

1.2 LE PERFORMANCE ECONOMICHE

La capacità di perseguire con efficacia la nostra mission, continuando a sostenere progetti con impatti ambientali e sociali positivi nel Sud del mondo e in Italia, passa necessariamente attraverso le risorse economiche ottenute grazie alle proprie attività di raccolta abiti, le partnership create negli anni e il supporto istituzionale.

In questo senso, la forza di Humana è rappresentata dalla collaborazione sinergica tra Humana People to People Italia SCARL e Humana People to People Italia ONLUS. Entrambe le organizzazioni hanno l'obiettivo di garantire il maggior supporto possibile ai progetti e di creare valore per una molteplicità di soggetti (GRI 103-1; 103-2).

GLI IMPATTI DELL'EMERGENZA SANITARIA SULLE NOSTRE ATTIVITÀ

Lo scoppio della pandemia da Covid-19 ha determinato l'insorgere di diverse problematiche nella gestione delle attività di raccolta di vestiti usati e dell'intera filiera. A inizio 2020, con il diffondersi del contagio, l'introduzione del lockdown e le misure di limitazione delle transazioni commerciali, Humana Italia si è vista impossibilitata a gestire la filiera e costretta a **sospendere parzialmente il servizio di svuotamento dei contenitori e il reparto di smistamento**.

Ciò ha evidentemente determinato un calo nella quantità di indumenti raccolti rispetto al 2019 (-18%); nel periodo di parziale sospensione di queste attività, durata sei settimane, è comunque proseguita la nostra attività di monitoraggio dei contenitori, per garantire il servizio alle stazioni appaltanti e il rispetto del decoro urbano. Oltre a un impatto in termini di gestione logistica, i blocchi commerciali hanno **impedito a Humana di inviare abiti in Africa**, determinando il venir meno del prezioso contributo che deriva dalla loro valorizzazione per i progetti umanitari.

La pandemia ha avuto una ricaduta importante sulle performance e sulla **gestione dei negozi** Humana Vintage e Second Hand. Oltre alle fasi di prolungata chiusura imposte dalle disposizioni ministeriali che si sono succedute da marzo in poi, che hanno inciso pesantemente sulle performance economiche, anche nei periodi in cui è stata consentita la ripresa delle attività, i negozi hanno sofferto di flussi inferiori a causa delle restrizioni al numero di ingressi per il mantenimento della distanza di sicurezza. Nonostante ciò, l'espansione della rete retail di Humana non si è fermata e tra il 2019 e il 2020 sono stati aperti 3 nuovi negozi, che hanno da subito suscitato un grande interesse da parte di nuovi clienti.

Nonostante le difficoltà e sofferenze di questo periodo, guardiamo alle necessità che stanno emergendo: il coronavirus e il lockdown hanno riacceso i riflettori sul tema ambientale e sulla responsabilità sociale, e i consumatori guardano con sempre maggior interesse al second hand e al vintage. Secondo una ricerca condotta da BCG consulting, il

2020 ha registrato un **boom del second hand** e si stima che il mercato globale dell'usato crescerà nel prossimo futuro con un incremento dal 15% al 20% annuo. Il nostro obiettivo è fare leva su queste nuove tendenze per poter crescere e alimentare il contributo che la nostra rete di negozi dà ai progetti di sviluppo sostenibile e cooperazione internazionale.



IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA SCARL (GRI 201-1)

L'anno 2019, pur chiudendo con un risultato negativo, è stato caratterizzato da un graduale e progressivo miglioramento della situazione economica, derivante dal buon andamento gestionale dei reparti operativi/commerciali e in particolare dei negozi.

Il conto economico del bilancio 2019 infatti chiude con una piccola perdita di -3.720,00 €, un risultato prossimo al pareggio che conferma il trend positivo della gestione aziendale iniziato nel secondo semestre del 2019.

Tale fattore viene confermato anche dall'incremento del 19,1% in più di valore economico generato rispetto all'anno precedente; risultato purtroppo non confermato nel 2020, anno in cui Huma-

na ha dovuto affrontare l'impatto negativo di un periodo senza precedenti, causato dalla situazione sanitaria emergenziale della pandemia da Covid-19.

A inizio 2020, con il diffondersi del contagio, l'introduzione del lockdown e le misure di blocco delle transazioni commerciali, Humana Italia si è vista impossibilitata a gestire correttamente la filiera e costretta a **sospendere parzialmente il servizio di svuotamento dei contenitori e chiudere temporaneamente la propria rete di negozi**. Ciò ha evidentemente determinato un calo nella quantità di indumenti raccolti (-18%) e venduti rispetto al 2019, con un conseguente decremento del valore economico generato, in totale pari a 10.595.551 € (-27,9% rispetto al 2019), frutto anche della ulteriore diminuzione del prezzo di vendita, per l'eccesso di materiale tessile generatosi in tutta Europa come conseguenza dei lockdown.

Se in termini di costi si è riusciti in parte a ridurre l'impatto negativo della pandemia con l'ausilio degli ammortizzatori sociali, la sensibile riduzione degli introiti ha determinato un risultato d'e-

sercizio negativo. Il valore economico distribuito nel 2020 ammonta infatti a 10.985.314 € (-23,14% rispetto al 2019) e risulta maggiore di quello generato: ciò evidenzia la difficoltà intercorsa nel 2020 a coprire le proprie spese, rappresentate principalmente, oltre che dal costo del personale, dai costi operativi, comprendenti non solo le spese di gestione della struttura, ma anche gli oneri per la realizzazione del servizio di raccolta e avvio al recupero degli abiti e per l'attuazione di interventi di sensibilizzazione e progetti sociali a vantaggio dei territori in cui è effettuata la raccolta degli abiti.

Tenuto conto della congiuntura economica, tuttavia, complessivamente il bilancio chiude con una perdita operativa pari a 403.570 €, che non crea squilibri a livello patrimoniale. In assenza delle problematiche sorte con la pandemia, il risultato della gestione caratteristica della Cooperativa sarebbe stato sicuramente positivo: infatti tutti i reparti nell'ultimo semestre hanno prodotto economie positive e in linea con le aspettative. Il risultato complessivo, di segno negativo, ha imposto la circostanziale sospensione delle donazioni nei confronti di Humana ONLUS.

Tabella 1. VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA SCARL E COSTI DI PRODUZIONE (valori in euro)

Valore economico direttamente generato e distribuito da Humana Italia SCARL (Euro)	2018	2019	2020	Ripartizione 2019	Ripartizione 2020	Variazione 2020/2019	Variazione 2019/2018
Valore economico generato	12.339.187	14.695.411	10.595.551	100,00%	100,00%	-27,90%	19,10%
Valore economico distribuito	12.193.424	14.292.581	10.985.314	97,26%	103,68%	-23,14%	17,22%
Costi operativi	5.441.198	6.966.708	5.116.276	47,41%	48,29%	-26,56%	28,04%
Remunerazione del personale	6.272.323	7.218.124	5.650.007	49,12%	53,32%	-21,72%	15,08%
Oneri finanziari	90.935	94.529	94.470	0,64%	0,89%	-0,06%	3,95%
Imposte	122.168	6.420	110.361	0,04%	1,04%	1619,02%	-94,74%
Donazioni in denaro a favore di Humana ONLUS per il sostegno ai Progetti nel Sud del mondo	259.500	-	-	0,00%	0,00%	#DIV/0!	-100,00%
Donazioni in denaro a favore di altri Enti Non Profit	7.300,00	6.800	14.200	2,74%	-3,68%	108,82%	-6,85%
Valore economico trattenuto	145.763	402.830	- 389.763	2,77%	0,13%	-196,76%	176,36%
Ammortamenti e svalutazioni	381.518	406.550	13.807	-0,03%	-3,81%	-96,60%	6,56%
Utile d'esercizio	- 235.755	- 3.720	- 403.570	100,00%	100,00%	-10748,66%	98,42%

PERCHÉ SI CALCOLA IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO?

L'indicatore del **valore economico generato e distribuito** è uno dei GRI Standards che offre una misura della ricchezza generata da un'organizzazione grazie al proprio core business (valore economico generato) e una rappresentazione di come questa venga redistribuita ai diversi stakeholder con i quali l'organizzazione si rapporta (valore economico distribuito). Il valore economico distribuito rappresenta quindi l'entità delle risorse che l'organizzazione destina ai propri fornitori, ai collaboratori, agli azionisti, alle Amministrazioni Pubbliche, alla collettività e all'ambiente: la rendicontazione di tale valore è dunque per noi un elemento fondamentale di trasparenza.

Nel caso di Humana Italia, l'indicatore viene calcolato sia per la Cooperativa, sia per la ONLUS.

Per **Humana SCARL** il valore generato è rappresentato principalmente dai ricavi derivanti dalla vendita degli abiti usati, mentre per la **ONLUS** deriva dalla valorizzazione degli abiti donati alle consociate in Africa e dalla raccolta fondi.

IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA ONLUS

(GRI 201-1)

Il valore economico direttamente generato da Humana ONLUS nel 2020 è stato di 515.797 € (GRI 102-7), un sensibile decremento rispetto ai risultati dei due anni precedenti (-47,8% rispetto al 2019, -45% rispetto al

2018). Questo risultato negativo rappresenta la diretta conseguenza del mancato ricevimento delle donazioni da parte della SCARL e della mancata valorizzazione della raccolta abiti dovuti alle restrizioni nazionali e internazionali imposte dall'emergenza sanitaria; conseguentemente, anche il valore economico distribuito ha subito una flessione del 20,6% rispetto al 2019. In termini assoluti, il valore economico distribuito risulta maggiore a quello generato, determinando una perdita che ammonta a -51.888 €.

Tabella 2. VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ONLUS (valori in euro)

Valore economico direttamente generato e distribuito da HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ONLUS (Euro)	2018	2019	2020	Ripartizione 2019	Ripartizione 2020	Variazione 2020/2019	Variazione 2019/2018
Valore economico generato	1.986.000,00	1.105.900	515.797	100,0%	100,0%	-47,8%	-45,0%
Valore economico distribuito	1.979.258,00	1.088.134	567.685	98,39%	110,06%	-20,6%	-30,4%
Costi operativi	264.918,00	184.392	146.366	16,7%	28,4%	-34,4%	10,3%
Remunerazione personale	238.400,00	262.872	172.493	23,8%	33,4%	44,6%	-2,5%
Oneri finanziari	5.613,00	5.472	7.915	0,5%	1,5%	-47,8%	-45,0%
Progetti Sociali nel Sud del mondo	1.470.327,00	635.398	240.911	57,5%	46,7%	-62,1%	-56,8%
Valore economico trattenuto	6.742,00	17.766	-51.888	1,6%	-10,1%	-392,1%	163,5%
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	85.171,00	4.172,00	0,00	0,4%	0,0%	-100,0%	-95,1%
Risultato gestionale	-78.429,00	13.594,00	-51.888,00	1,2%	-10,1%	-481,7%	117,3%

Nel 2019 il contributo di 635.398 € destinato ai progetti nel Sud del mondo derivava:

- per il 63,6% dalla **valorizzazione economica dei vestiti donati** e spediti alle associazioni consociate di Humana attive in Africa, membri della Federazione Internazionale;
- per il 36,4% dalle attività di **raccolta fondi** fatte con cittadini, aziende e istituzioni e dalla donazione ricevuta dalla Cooperativa grazie alla **vendita dei vestiti in Italia e in Europa**.

Nel 2020 tale contributo, pari a 240.911 €, deriva interamente dall'attività di raccolta fondi presso individui, istituzioni e aziende. Rispetto agli anni precedenti è mancato l'apporto normalmente derivante dalla valorizzazione economica dei vestiti donati a causa delle restrizioni ministeriali imposte durante l'emergenza sanitaria.

Tabella 3. IL CONTRIBUTO DI HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS AI PROGETTI NEL SUD DEL MONDO, SUDDIVISO PER PROVENIENZA (valori in euro)

	2020	%	2019	%
Contributi derivanti dalla raccolta fondi	240.911	100%	231.446	36,4%
Valorizzazione in Africa dei vestiti donati	-		403.952	63,6%
TOTALE	240.911	100%	635.398	100%

Humana monitora costantemente i dati economici e produttivi, in modo da avere un quadro d'insieme aggiornato sui risultati e poter adottare con tempestività azioni correttive qualora necessario (Former NGO-7) (GRI 102-3).

I bilanci di Humana (SCARL e ONLUS) sono certificati con controlli di coerenza esterna dalla Società di revisione Ria Grant Thornton SpA e poi resi disponibili sul nostro sito istituzionale

(www.humanaitalia.org) e sul sito dedicato alla raccolta dei vestiti (<http://raccoltavestiti.humanaitalia.org>). Dal 2018, le modalità di controllo e verifica del bilancio della SCARL sono state ulteriormente ampliate e rafforzate in seguito all'entrata in vigore della revisione obbligatoria.

Tutte le consociate, ed ogni progetto finanziato, sono sottoposti ad audit da parte di revisori esterni.



LA NOSTRA SQUADRA

Crescita e valorizzazione delle persone





2.1 I COLLABORATORI DI HUMANA ITALIA

“People to people” questo è lo spirito che guida le attività di Humana Italia, consapevole che la forza, le competenze e le conoscenze dei singoli vengono moltiplicate in una squadra, e che i migliori risultati vengono raggiunti grazie al lavoro e alla collaborazione di tutti i propri professionisti, accomunati da un forte orientamento alla mission sociale e ambientale della nostra organizzazione.

Per questo motivo Humana si impegna a valorizzare il proprio staff garantendo formazione, sicurezza e ascolto ai propri collaboratori.

Lo staff di Humana opera nelle **sei filiali** nelle province di Milano, Brescia, Torino, Rovigo, Roma e Teramo per la gestione della raccolta di vestiti e nei **nove negozi Vintage e Second Hand** presenti in Italia (Milano, Torino, Roma e Bologna); al 31 dicembre 2020 è costituito da **187⁴** collaboratori, in decrescita rispetto al 2019 (-7,9%).

Le persone assunte nel 2020 sono state infatti **64** a fronte di un numero di cessazioni dei contratti di lavoro pari a **79 (GRI 401-1 a)**: di conseguenza il tasso di turnover in entrata è pari a 32,5% e in uscita del 40,1% (GRI 401-1 b). La situazione di sofferenza economica, causata dall'inevitabile introduzione di normative atte alla limitazione della diffusione del Covid-19, ha imposto la chiusura di alcuni negozi e reso necessaria una revisione dei rapporti di lavoro. La diminuzione del personale è altresì dovuta ad una riorganizzazione realizzata con l'intento di rendere più snella ed efficiente la struttura; nonostante la situazione difficile, l'ultimo biennio ha visto l'apertura di 4 negozi (di cui 3 nel 2020).

Figura 1. I COLLABORATORI DI HUMANA AL 31.12.2020

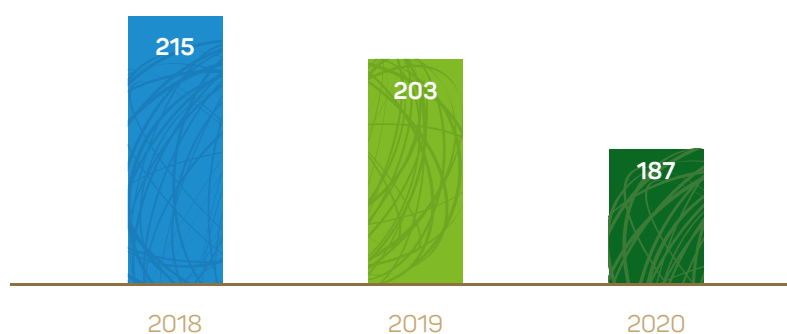
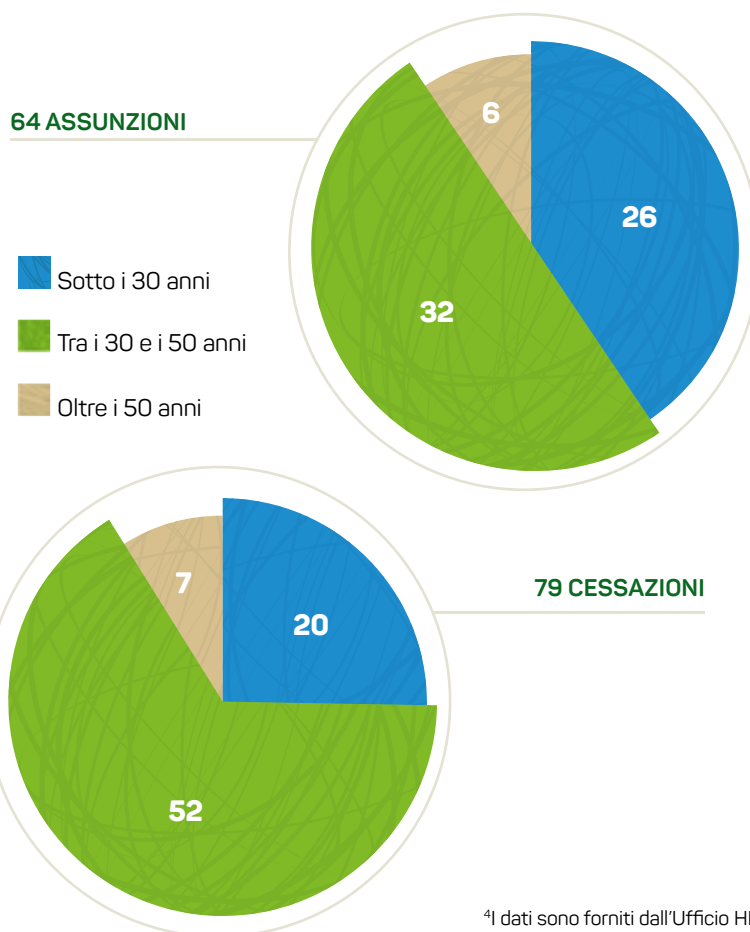


Figura 2. ASSUNZIONI E CESSAZIONI NEL 2020, PER FASCIA D'ETÀ

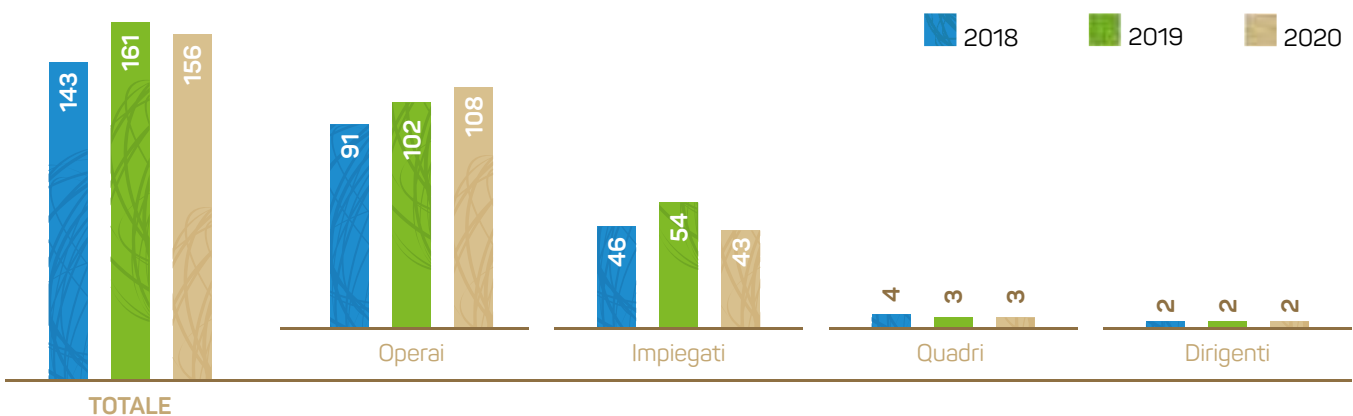


⁴I dati sono forniti dall'Ufficio HR sulla base dei contratti di lavoro attivi al 31.12.2020.

Dei 187 collaboratori di Humana Italia, la maggior parte (182 persone) è assunta da Humana SCARL, mentre 5 persone lavorano per Humana ONLUS (GRI 102-7). Tutti i collaboratori di Humana sono coperti dal **CCNL Commercio (GRI 102-41)**. Quasi la totalità dei collaboratori di Humana (il 97,3%) è regolata da un contratto a tempo determinato o indeterminato (156 di-

pendenti, pari all'85,7%). Di questi ultimi, la percentuale più significativa è rappresentata dalla categoria degli operai, che comprendono gli autisti e la maggior parte delle risorse impegnate nei reparti Raccolta Abiti e Smistamento. Seguono gli impiegati, tra cui quelli operativi nei negozi.

Figura 3. **DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO PER QUALIFICA**



Per quanto riguarda la tipologia di impiego, dei 182 dipendenti, 136 lavorano in **full-time** e 46 (+15% rispetto al 2019) in **part-time**, per la maggior parte donne (GRI 102-8 c).

2.2 PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO

Il concetto di "diversity&inclusion", che negli ultimi anni sta interessando sempre più il mondo delle imprese, è per Humana un valore fondante, parte del suo DNA. La conferma sta nel fatto che i collaboratori di Humana appartengono a ben **20 nazionalità diverse**: un team davvero multiculturale che lavora unito, andando oltre a qualunque differenza di etnia, religione e cultura. Non esistono particolari procedure volte a garantire le pari opportunità e il contrasto verso qualsiasi tipo di discriminazione all'interno dell'organizzazione: questi temi sono infatti valori intrinseci e fortemente radicati nella cultura interna a Humana, motivo per cui non si è ritenuto necessario adottare politiche formalizzate a riguardo (GRI 103 1-2-3). Anche nel biennio 2019-2020, **non si sono registrate azioni legali o denunce relative a casi di discriminazione** nei confronti o all'interno dello staff per il mancato rispetto delle persone in virtù della loro religione, razza, colore, sesso, opinione politica o per la propria estrazione e provenienza sociale (GRI 406-1 a).



**La diversità nel DNA:
20 nazionalità unite
da unico obiettivo.**

Oltre alla diversità etnica, lo staff di Humana si contraddistingue anche per l'equilibrio di **genere**. La popolazione aziendale è infatti caratterizzata da un sostanziale rapporto di parità tra uomini e donne, con la leggera prevalenza di queste ultime.

La parità di genere è assicurata anche negli organismi di governance di Humana Italia (GRI 405-1 a). Mentre nel **Comitato Direttivo** solo il 25% dei quattro componenti è di genere femminile, il **CdA della Cooperativa** vede 2 donne su 3, che salgono alla totalità dei 3 componenti del **CdA della ONLUS**.

Dal punto di vista anagrafico, prevale la categoria over 50, che rappresenta il 66,7% dei membri del CdA della ONLUS, il 75% dei membri del Comitato Direttivo e il 100% dei membri CdA della Cooperativa. La maggior parte di collaboratori della squadra di Humana ha un'età compresa **tra i 30 e i 50 anni**, con una quota di oltre il 18,1% di persone **under 30** (GRI 405-1 b).

Figura 4. **DIPENDENTI NEL 2020, PER GENERE**

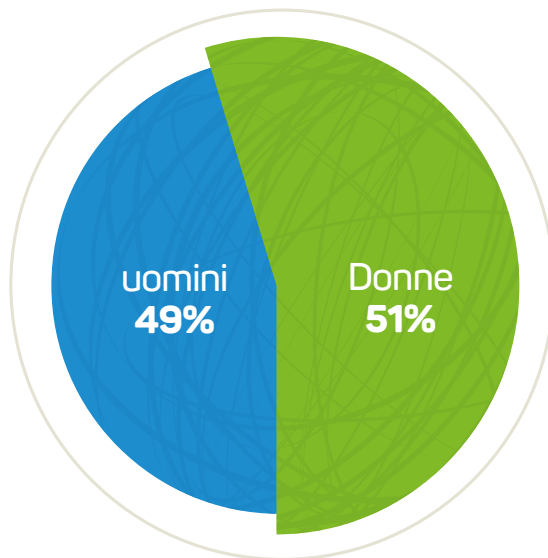
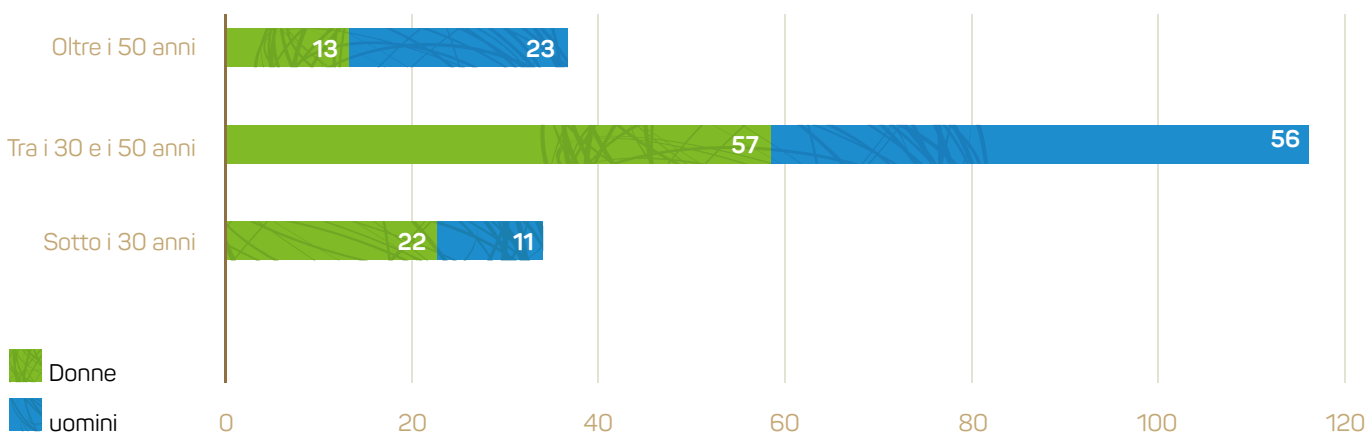


Figura 5. **DIPENDENTI NEL 2020, PER GENERE E FASCE DI ETÀ**



2.3 FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE



People to people significa anche formazione e crescita professionale.

"People to people" significa anche mettere le persone al centro nella formazione e nella crescita professionale, vista l'importanza che esse rivestono nella nostra organizzazione.

La formazione effettuata mira da una parte ad accrescere lo **sviluppo professionale** dello staff, e dall'altra al continuo **coinvolgimento e sensibilizzazione sui temi e valori fondanti della nostra mission**. Ogni anno, i responsabili di reparto rilevano le esigenze formative dei propri collaboratori e le comunicano all'Ufficio HR (GRI 103-1-2-3).

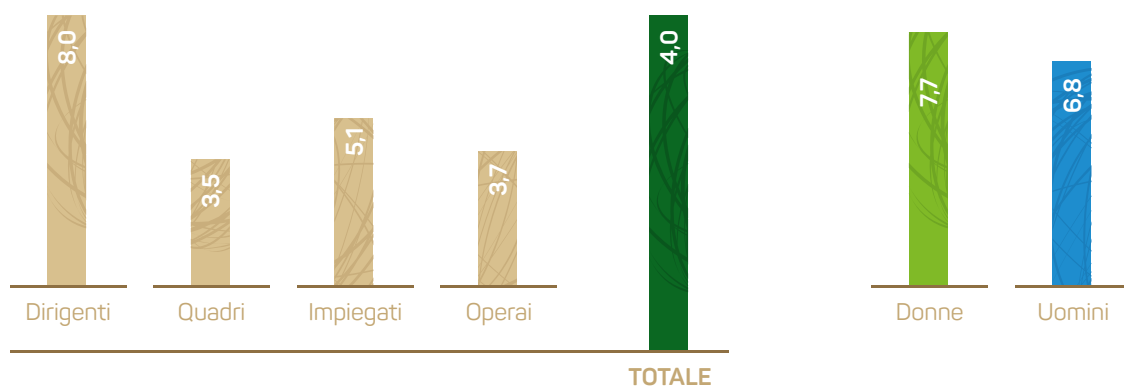
La formazione erogata nel 2020 ammonta complessivamente a **721 ore, in aumento rispetto all'anno precedente (+62%)** ma sensibilmente in diminuzione rispetto al 2018: ciò è dovuto da una parte alle circostanze di emergenza sanitaria, che hanno inevitabilmente limitato le attività di formazione, dall'altra al fatto che nell'anno 2018 sono stati effettuati molti corsi di aggiornamento, oltre alle formazioni previste per i neoassunti. Delle **721** ore erogate, **548** ore rientrano nella **formazione obbligatoria** che include tutti i corsi dedicati alla **salute e sicurezza** sul posto di lavoro, quali: formazione per i neoassunti, conduzione del carrello elevatore usato nei nostri impianti, formazione RLS, Primo Soccorso e Antincendio **(GRI 403-5)**.

Alla formazione obbligatoria si aggiungono i **percorsi formativi realizzati in via volontaria**, specifici a seconda del reparto di appartenenza e del ruolo ricoperto, a cui i collaboratori hanno partecipato per un totale di **173 ore**. I corsi di formazione volontaria hanno avuto come obiettivo lo sviluppo di **soft skills** come

la gestione dell'ansia e dell'emotività o l'abilità di negoziazione (dedicato al team commerciale); oppure una valenza più tecnica, come il corso di sensibilizzazione per gli autisti sul tema della **guida efficiente ed ecologica** per la riduzione delle emissioni. Nella formazione non obbligatoria è inclusa la cosiddetta "induction", ossia la formazione dedicata ai neoassunti per garantire loro una prima conoscenza dei principali processi, procedure e strumenti organizzativi interni, agevolando così il loro inserimento nella squadra di Humana.

Se si considerano le ore di formazione (obbligatoria e non) erogate per **categoria contrattuale**, nel 2020 sono stati soprattutto i **Dirigenti** a beneficiarne maggiormente; guardando invece al **genere**, le partecipanti ai corsi sono state prevalentemente donne **(GRI 404-1)**.

Figura 6. **Ore medie di formazione nel 2020, per categoria contrattuale e genere**



2.4 SALUTE E SICUREZZA

Tutelare la salute e la sicurezza dei nostri collaboratori e di tutte le persone che sono coinvolte nelle nostre attività, costituisce per noi un **principio fondamentale**, in particolare alla luce della gestione dell'emergenza sanitaria da Covid-19. Per questo, Humana si impegna costantemente a garantire a tutti i collaboratori (compreso il personale esterno) **corsi di aggiornamento o di formazione ex novo in tema di salute e sicurezza sul posto di lavoro**, con l'obiettivo di assicurare la conformità e massimizzare l'efficacia delle normative in termini di salute e sicurezza.

Le regole in materia di salute e sicurezza non riguardano solo collaboratori e dipendenti, ma sono estese a tutti coloro che entrano in contatto, a vario titolo, con la nostra organizzazione, tra cui collaboratori esterni, volontari, vacanzieri solidali, attivisti del progetto Orto 3C e visitatori del centro di smistamento **(GRI 103-1-2-3)**.

La centralità di questi temi si è accentuata ulteriormente con la diffusione del virus Covid-19: durante l'emergenza sanitaria, Humana Italia ha introdotto un **protocollo di gestione Covid-19** e ha creato un **team dedicato** per la gestione dell'emergenza. Grande attenzione è stata posta nel consentire ai nostri collaboratori di proseguire il lavoro in sicurezza, sia attraverso la messa a disposizione dei dispositivi di protezione (come mascherine e guanti), sia attraverso l'implementazione di percorsi di ingresso differenti a seconda dei reparti e, ove possibile, il **lavoro da remoto**.

In condizioni normali, le attività di Humana Italia non sono contraddistinte da un elevato rischio per la salute e la sicurezza; i

principali rischi sono connessi all'attività di svuotamento e trasporto degli indumenti raccolti dagli autisti, alla manutenzione dei contenitori e all'attività di stoccaggio e spostamento degli abiti negli impianti di Humana. In considerazione delle attività svolte nelle filiali di Humana Italia e nei nostri negozi, non sono presenti lavoratori coinvolti in mansioni che presentano un alto livello di rischio di malattie specifiche.

Humana Italia si impegna a perseguire un continuo miglioramento della propria struttura e documentazione relative a salute e sicurezza sul lavoro, e ha già avviato l'integrazione degli aspetti riguardanti la gestione di questi temi nel proprio sistema di gestione integrato qualità e ambiente, dotando l'organizzazione di procedure, buone prassi e formazione specifica al di là di quanto richiesto dal D.Lgs 81/2008 **(GRI 403-1)**. Benché non vi siano accordi formali con i Sindacati relativi alla salute e alla sicurezza, Humana Italia è strutturata con un team di lavoro deputato a controllare e fornire consigli sui programmi di tutela della salute e sicurezza dei lavoratori **(GRI 403-4)**.

Tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato hanno a disposizione la copertura sanitaria Fondo Est prevista dal CCNL Commercio. **(GRI 401-2)**

La squadra di Humana Italia dedicata alla salute e alla sicurezza sul posto di lavoro include un Dirigente per la Sicurezza, un Responsabile Servizio di Prevenzione e Protezione **(RSPP)**, il medico competente e un Addetto al Servizio di prevenzione e



protezione (ASPP). Per la **Cooperativa** è previsto inoltre un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) nella filiale di **Pregnana Milanese (MI)**. A questi si aggiunge un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) per i dipendenti della **ONLUS**, presso la filiale milanese. Il ruolo di **Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione (ASPP)** è ricoperto da una risorsa interna a Humana che, facendo parte del servizio di prevenzione e protezione dai rischi (come stabilito dal D. Lgs. 81/08), ha un ruolo di collegamento tra Datore di Lavoro/Dirigente per la Sicurezza e RSPP esterno (Responsabile Servizio Prevenzione e Prevenzione) nell'individuazione dei fattori di rischio e delle misure per la sicurezza e la salubrità degli ambienti di lavoro, nel rispetto della normativa vigente e sulla base della specifica conoscenza dell'organizzazione aziendale (GRI 403-2-4).

Nel corso del 2020, nel perimetro di Humana Italia si sono verificati un totale di **4 infortuni** sul lavoro, determinando un **tasso di infortunio**⁵ pari a **15,29**, in netta diminuzione rispetto agli anni precedenti (-47% rispetto al 2019 e -54% rispetto al 2018, in entrambi questi anni si sono verificati 10 incidenti).

Le persone coinvolte sono stati tutti uomini, autisti e magazzinieri delle sedi di Milano e Brescia che hanno riportato contusioni o lievi ferite. Nessun collaboratore di Humana Italia ha contratto malattie collegate allo svolgimento dell'attività professionale, né si sono verificati incidenti gravi sul posto di lavoro (GRI 403-9). Tutte le pratiche legate agli incidenti e infortuni sul posto di lavoro (per tutte le filiali di Humana Italia) sono gestite e rendicontate internamente e segnalate all'INAIL.

Il **tasso di assenteismo**, calcolato come il rapporto tra le ore perse per infortunio, malattia, permessi sindacali, sciopero e assenza ingiustificata e le ore complessivamente lavorate nel corso dell'anno, è pari al 4,3% nel 2020, in leggero aumento in confronto agli anni precedenti (+0,7 punti percentuali rispetto al 2019 e +1,3 punti percentuali rispetto al 2018). Le giornate di assenza sono state in totale **2.037**.

Durante il 2020, a causa della radicale riduzione dell'attività lavorativa causata dalla pandemia, Humana Italia è stata costretta a servirsi degli ammortizzatori sociali per poter sostenere alcuni dei suoi dipendenti, per un numero totale di **5.490** giornate.

2.5 IL PERSONALE ESTERNO

In alcune mansioni operative, e a seconda dell'andamento della raccolta di indumenti usati, i collaboratori di Humana sono affiancati da personale esterno, assunto da Cooperative.

Il ricorso al personale esterno è motivato dalla necessità di coprire i **periodi di picco di raccolta** abiti, durante i quali si arriva a raccogliere anche il doppio del quantitativo di abiti rispetto ai periodi non coincidenti con il cambio di stagione; o eventi non programmabili, come ad esempio eventuali periodi di malattia dei nostri collaboratori, per i quali risulta difficile assicurare una sostituzione con altri colleghi assunti da Humana Italia. Per questi motivi, tradizionalmente, il personale esterno è impiegato soprattutto nei nostri magazzini (GRI 102-8 d).

Al 31 dicembre 2020 contiamo 12 collaboratori esterni, **operai di genere maschile** (GRI 102-8 d)⁶, che collaborano in modo

stabile presso la nostra organizzazione nelle attività di carico-scarico, riempimento e chiusura dei balloni dei vestiti usati nelle filiali di Pregnana Milanese (MI), Nichelino (TO), Rovigo e Torbole Casaglia (BS).

Humana Italia contribuisce a garantire la **salute e sicurezza** sul posto di lavoro anche ai collaboratori esterni assunti da Cooperative, ai quali spetta in via prioritaria l'adeguata formazione a riguardo. Il preposto o il responsabile del reparto presso cui si troveranno a prestare servizio i collaboratori esterni, si coordina con il responsabile di reparto del collaboratore esterno, affinché siano fornite le istruzioni operative preliminari all'avvio dell'attività lavorativa. I responsabili di reparto, in accordo con i preposti dei collaboratori esterni, verificano inoltre l'effettivo utilizzo dei necessari dispositivi di sicurezza (quali, ad esempio, le scarpe antinfortunistiche).

Humana verifica che il personale esterno operi nel rispetto del D. Lgs. 81/08 in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e, pertanto, controlla che sia stato sottoposto a opportuna formazione e fornito dei DPI (dispositivi di protezione individuale) necessari e commisurati allo svolgimento delle attività richieste. Inoltre, qualora ricorrano le condizioni di cui all'articolo 26 del D. Lgs. 81/08, viene redatto il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI), allo scopo di valutare i rischi da interferenze tra le attività dei soggetti coinvolti e adottare le necessarie misure di protezione e prevenzione degli infortuni (GRI 103-1-2-3).

Nel corso del 2020 non si sono registrati infortuni né incidenti che hanno coinvolto i collaboratori esterni impiegati da Humana per lo svolgimento delle proprie attività (GRI 403-9 b).

⁵Calcolato come segue: numero infortuni/totale ore lavorate in un anno* 1.000.000.

⁶I dati sono stati forniti direttamente dai responsabili di reparto presso cui hanno operato i collaboratori esterni (GRI 102-8 f).





LA FILIERA DELLA RACCOLTA ABITI

Protagonisti della transizione circolare

3



3.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA

In Italia il settore della raccolta e avvio a recupero degli indumenti è molto articolato, sia in termini di gestione dei singoli anelli della filiera, sia degli attori che vi operano. Humana Italia, anche in considerazione di questa complessità, è da sempre impegnata a garantire alle persone che donano i propri abiti usati **massima trasparenza e certezza nella destinazione dei capi**.

La tracciabilità è per noi ancora più importante in quanto siamo portatori di una finalità sociale che risponde a un preciso mandato dei cittadini che donano i loro vestiti: grazie alla trasparenza, è possibile garantire il “**valore sociale**” prodotto dall’attività di Humana, sotto forma di progetti di cooperazione internazionale e attività solidali in Italia.

Cogliamo l’occasione di ogni confronto pubblico per portare all’attenzione dei nostri interlocutori il funzionamento dell’intera filiera degli abiti usati, evidenziandone sia la complessità sia l’impatto sociale e ambientale positivo.

Humana si è dotata di una serie di strumenti e di certificazioni volte a migliorare la gestione della propria filiera (**GRI 103-1-2-3**):

- **Certificazioni UNI ENI ISO 9001** per la Qualità e **14001** per l’Ambiente⁷
- **Modello Organizzativo 231**
- **Iscrizione alla White List** (ossia al registro gestito dalla Prefettura di Milano con l’elenco dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa, operanti nei settori esposti maggiormente a rischio)
- Filiera asseverata **ESET** (Etica, Solidale, Ecologica e Trasparente) da un Ente terzo.

ESET: UNO STRUMENTO CONCRETO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA NOSTRA FILIERA

Lo strumento che Humana Italia ha scelto di adottare per verificare la propria filiera si chiama **ESET**, acronimo di filiera Etica, Solidale, Ecologica e Trasparente: si tratta della **prima attestazione di verifica di parte terza della filiera degli indumenti usati**, possibile grazie alla ricostruzione puntuale dei flussi merceolo-

⁷È la Cooperativa, nell’attività di gestione della filiera degli abiti usati, a essere certificata UNI ENI ISO 9001 e 14001.

IN PRIMA LINEA PER PROMUOVERE L’ECONOMIA CIRCOLARE

Humana Italia è in prima linea nella promozione dell’**economia circolare**, sia grazie all’attività di valorizzazione degli indumenti, sia perché stimola l’attivazione di **nuove sinergie nel settore dell’usato** e più specificatamente **del riutilizzo e del riciclo**.

Humana, infatti, è membro di **Rete ONU**, la Rete Nazionale degli Operatori dell’Usato, e di **Assorecuperi**⁸, l’associazione nazionale delle imprese attive nel settore del recupero rifiuti.

Anche nel corso del biennio 2019-2020, sono state diverse le iniziative promosse

insieme ad attori del territorio con l’obiettivo di promuovere la “cultura del riutilizzo” e, nello stesso tempo, di rafforzare l’impatto sociale dei progetti sostenuti. In questo senso è proseguita la collaborazione con **la Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone** e l’attività di promozione dell’upcycling anche grazie al marchio **Beltbag**. Nel 2019 inoltre lo spazio di Belt Bag è stato anche utilizzato per mettere in campo iniziative specifiche di volontariato aziendale, cosa che non è stata possibile invece riproporre nel 2020 a causa della pandemia.

Nel 2020 Humana ha anche proseguito la collaborazione con l’Associazione Oltre i Perimetri per il progetto **GUARDAROBA AMICO**. Tale collaborazione è legata al servizio di raccolta differenziata di indumenti usati e avvio a recupero che Humana svolge sul territorio comunale di Settimo Milanese. Il Guardaroba Amico è uno spazio di distribuzione gratuita e di baratto di abiti e accessori per uomo, donna e bambino, allestito presso Palazzo Granaio – Largo Papa Giovanni XXIII. Humana ha donato per tale progetto 400 kg di indumenti selezionati.

⁸Si precisa che di Assorecuperi è membro solo la Cooperativa di Humana.



gici (ossia degli abiti) e dei flussi economici. ESET nasce proprio per rispondere alla **necessità di trasparenza e di sicurezza circa la destinazione solidale dei vestiti**, posta sia dai cittadini sia dai comuni e gestori che affidano il servizio, ed è uno strumento che acquisisce una rilevanza strategica ancora maggiore nel momento storico in cui ci troviamo, caratterizzato da numerosi scandali relativi alla gestione illecita e opaca da parte di alcuni enti e società attivi nel settore.

La prima verifica della nostra filiera è stata effettuata nel 2017 dall'ente di certificazione internazionale **Bureau Veritas**: in questa prima fase, i revisori hanno svolto un **controllo "sul campo"** dei principali anelli del processo, visitando gli impianti di stoccaggio e selezione e le attività di raccolta e contabilità di Humana in Italia e delle **consociate Humana Bulgaria** (a Varna) e di **DAPP Malawi** (a Blantyre); l'attività di verifica ha riguardato anche i negozi di vendita al dettaglio di Humana in Italia e nei Paesi sopra

citati, e gli interventi di cooperazione internazionale implementati, grazie alla valorizzazione dei vestiti usati dalle consociate di Humana in **India e Malawi**.

Nel 2018 abbiamo potenziato e arricchito il processo di certificazione con **ulteriori azioni relative ad anelli specifici della nostra filiera**. In particolare, abbiamo preparato nuovi format di analisi da utilizzare nei confronti di fornitori e clienti chiave.

Nel 2019 abbiamo perseguito il nostro obiettivo di **estensione delle verifiche ESET** attraverso interviste e visite di monitoraggio presso due dei nostri principali partner (un cliente esterno al network Humana e un fornitore dei servizi di recupero energetico). A causa della situazione pandemica, nel corso del 2020 le attività di controllo sono state però sospese e riprogrammate nel 2021. Con l'auspicio del raggiungimento di una situazione di nuova stabilità, Humana Italia mira infatti a estendere e migliorare ulteriormente le proprie attività di verifica della filiera nel triennio 2021-2023, inglobando nuovi anelli e nuovi Stakeholder che possano portare nuove evidenze relativamente al nostro impegno anche e soprattutto nel mondo del riciclo.

Lo sviluppo di ESET consentirà di fornire crescenti garanzie alla filiera integrata di Humana, anche attraverso l'applicazione di parametri specifici all'esterno degli anelli della nostra filiera, come lo standard di gestione dei capi, l'impatto sociale generato, il rispetto dell'ambiente e la scelta di opzioni ecologicamente preferibili nell'ambito della gerarchia dei rifiuti, o ancora la tutela dei diritti dei lavoratori. Questo approccio mira a **promuovere una vera e propria "cultura ESET"** tra i diversi operatori attivi nell'ambito della filiera, affinché insieme si possa dare vita a meccanismi virtuosi volti a introdurre nel mercato una sana competizione tra proposte di valore e di impatto sociale positivo.

RICUCITÒ: UN PROGETTO PER RIDARE VALORE A COSE E PERSONE

Nel corso del 2019, in seguito all'assegnazione del bando vinto nel 2018 e di cui abbiamo dato riscontro nel precedente Bilancio, Humana ha realizzato "RicuciTò", un progetto finanziato dal bando "AxTò - Azioni per le periferie torinesi" del Comune di Torino finalizzato a rafforzare il tessuto sociale torinese implementando un modello di economia circolare attraverso il recupero di vecchi jeans. Il progetto è stato realizzato in partnership con la Cooperativa Sociale Il Gelso di Torino e la Coope-

rativa Sociale Occhio del Riciclone.

L'iniziativa ha coinvolto gli studenti del corso di Laurea in Design e Comunicazione Visiva del Politecnico di Torino, i quali hanno ideato il concept creativo: i vecchi jeans si sono trasformati in ciabatte e presine da cucina, poi realizzate nel laboratorio della Sartoria Sociale Il Gelso, che si trova all'interno della Casa Circondariale Lorusso e Cutugno, dove sono impiegate tre detenute, e con il supporto tecnico di Occhio del Riciclone. RicuciTò non ha consentito "solo" di allungare il ciclo di vita di un materiale come il jeans (peraltro altamente inquinante dal



punto di vista ambientale), ma ha creato anche nuove sinergie tra diverse realtà del torinese, rafforzando il tessuto sociale locale con un progetto di rigenerazione a tutto tondo. I prodotti realizzati sono stati commercializzati presso i negozi di Humana a Torino.

IL FUTURO DEL SETTORE DEL RIUSO E DEL TESSILE

La filiera del tessile si prepara a vivere una rapida evoluzione: a seguito dell'approvazione da parte del Consiglio Europeo della direttiva sull'economia circolare, **entro il 2025 anche i materiali tessili saranno oggetto di raccolta differenziata obbligatoria in tutti gli Stati membri**. L'Italia ha fatto di più: con il decreto legislativo n°116 del 2020 ha anticipato l'obbligo di tre anni, spostando le lancette indietro, al 1° gennaio del 2022. Ciò comporterà una significativa **crescita del quantitativo globale di materiali tessili raccolti** e si renderà necessaria una **rimodulazione degli schemi di raccolta e avvio a recupero degli abiti usati**. In particolare, è realistico pensare che l'incremento della raccolta degli abiti determinerà un generale abbassamento del valore economico nella vendita degli stock di abiti raccolti e non ancora smistati, e un calo della quota di materiale di alta qualità riutilizzabile sul totale di quanto raccolto da Humana, rompendo l'equilibrio costi-ricavi che oggi consente di coprire tutti i costi del servizio gratuito.

Le conseguenze di tali cambiamenti non riguardano solo la pubblica amministrazione e gli operatori del settore: la direttiva prevede anche l'introduzione del concetto di **Responsabilità Estesa del Produttore (EPR)**, intesa come **“la responsabilità finanziaria o quella finanziaria e organizzativa della gestione della fase del ciclo di vita in cui il prodotto diventa un rifiuto”** sostenendo i costi della raccolta differenziata, di comunicazione, ricerca, preparazione per il riutilizzo e riciclo del tessile. L'obiettivo, in un'ottica di economia circolare, è quello di spingere il produttore a progettare il capo o l'articolo pensando alla sua dismissione, privilegiando materiali riciclabili e strutture **“disassemblabili”** per facilitarne la gestione del fine vita e incrementare la durata dei prodotti.

L'EPR è una grande occasione di trasformazione verso un **modello circolare** più sostenibile per il settore del tessile, ma in quanto strumento che agisce sul mercato, deve essere struttu-



rato in modo da non creare barriere o disequilibri tra gli operatori e assicurare la massima trasparenza di fronte ai consumatori. I sistemi di EPR dovrebbero evitare di mettere a rischio e indebolire finanziariamente sistemi di raccolta esistenti, per valorizzare al massimo il riutilizzo.

Per prepararsi alla trasformazione, Humana Italia si sta impegnando ad avviare nuove forme sperimentali di raccolta e collaborazioni in chiave di **applicazione della EPR**, come parte attiva all'interno dei principali tavoli di discussione e scambio di esperienze virtuose nel settore.

Tra le iniziative alle quali Humana ha preso parte nell'ultimo biennio, segnaliamo la partecipazione alle consultazioni, in qualità di portatore d'interesse, per la stesura delle **“Linee guida per l'affidamento del servizio di gestione degli indumenti usati”** promosse da UTILITALIA (Federazione che riunisce le Aziende operanti nei servizi pubblici dell'Acqua, dell'Ambiente, dell'Energia Elettrica e del Gas) con l'obiettivo di porre l'attenzione su alcuni aspetti critici del settore e proporre elementi migliorativi in chiave di trasparenza della filiera e selezione degli operatori per l'affidamento del servizio. Humana Italia ha inoltre partecipato a webinar inerenti ai possibili modelli di applicazione della EPR.

3.2 VESTITI USATI: GLI ANELLI DELLA NOSTRA FILIERA (GRI 102-9)

AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO

Humana gestisce e realizza la raccolta degli indumenti tramite contenitori stradali in conformità al **Testo Unico Ambientale (D.lgs. 152/06)**, secondo il quale la raccolta di vestiti, scarpe e accessori usati avviene in regime di privativa da parte di comuni o gestori (consorzi e utilities). Questi possono poi decidere di affidare il servizio a operatori terzi, tra cui appunto Humana Italia.

L'affidamento del servizio rappresenta il primo anello della nostra filiera ed è regolamentato dalla **normativa** definita dal recente Codice degli Appalti e delle Concessioni (**D.lgs. 50/16**). Questo dà un rinnovato rilievo al “principio dell'offerta economicamente più vantaggiosa”, ponendo al centro la qualità del servizio e integrando gli elementi economici con considerazioni di ordine sociale e ambientale.

Concretamente, l'affidamento del servizio può essere **diretto** per importi inferiori a 40.000 euro o può avvenire tramite **bando di gara** (c.d. "procedura ristretta") per importi superiori a 40.000 euro, secondo quanto stabilito dalle **Linee Guida dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) n. 4**. Una volta ottenuto l'affidamento del servizio, è possibile **posizionare i contenitori per la raccolta vestiti** sul suolo comunale. Humana per assicurare **un servizio di qualità e sempre più "personalizzato"** prevede un team composto da un **Ufficio Commerciale** e da una **squadra di Referenti Relazioni Esterne**, dedicato alle relazioni con comuni, consorzi e utilities partner per la raccolta abiti. L'attività di Key Account e RRE prevede incontri periodici per un confronto costante sul servizio in essere e per l'implementazione d'iniziative congiunte, oltre allo sviluppo di nuove partnership **(103-3)**.

Le **visite complessive** effettuate a comuni e consorzi nel 2020 sono state **341**, un dato sensibilmente in calo rispetto al 2019 (-66,9%) dettato dalla situazione di emergenza sanitaria che ha visto l'implementazione del lavoro da remoto. Nonostante que-

sto, grazie al ricorso a nuovi strumenti tecnologici l'ufficio raccolta è riuscito a mantenere intatto il proprio servizio, rinnovando gli accordi con le stazioni appaltanti. L'emergenza pandemica ha infatti accelerato il processo di trasformazione tecnologica interna, che ci ha consentito di incrementare gli incontri online, limitando così i nostri spostamenti e quindi il nostro impatto negativo sull'ambiente.

Nel 2020 i comuni serviti da Humana per gli abiti usati sono stati **1.189 (+0,3% rispetto al 2019, -3% rispetto al 2018)** in **8** regioni (Lombardia, Veneto, Piemonte, Lazio, Abruzzo, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Marche) e **43** province **(GRI 102-6)**.

Il numero dei **contenitori** nel 2020 è pari a **5.383 (-5%)**, ai quali si aggiungono i 679 contenitori di AMA nella città di Roma per i quali abbiamo svolto il solo servizio di svuotamento e non l'avvio a recupero dei vestiti (gli abiti trasportati non rientrano quindi nell'ambito della nostra filiera) e i 209 di Hera Modena. Nel 2020 abbiamo cessato il servizio di raccolta per Hera Modena e da luglio 2020 è stato interrotto anche quello in conto terzi per AMA Roma.

Figura 1. **TREND DI CRESCITA DEI CONTENITORI E DEI VESTITI RACCOLTI**

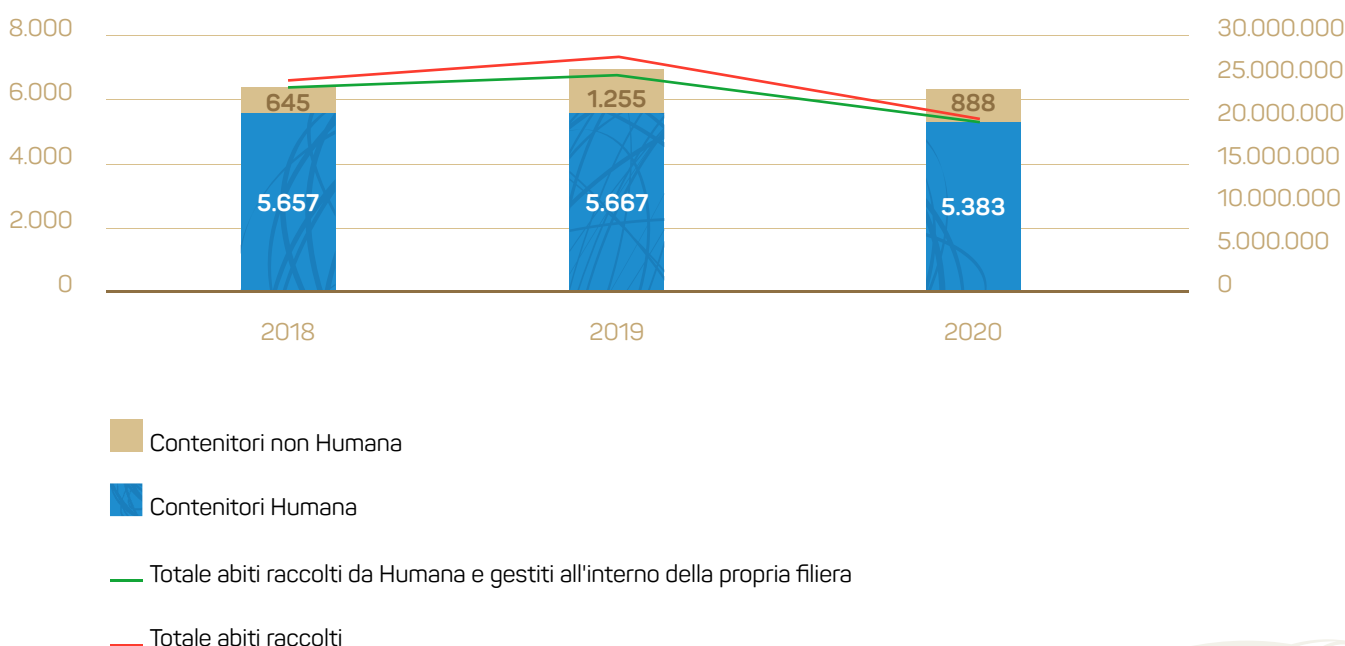
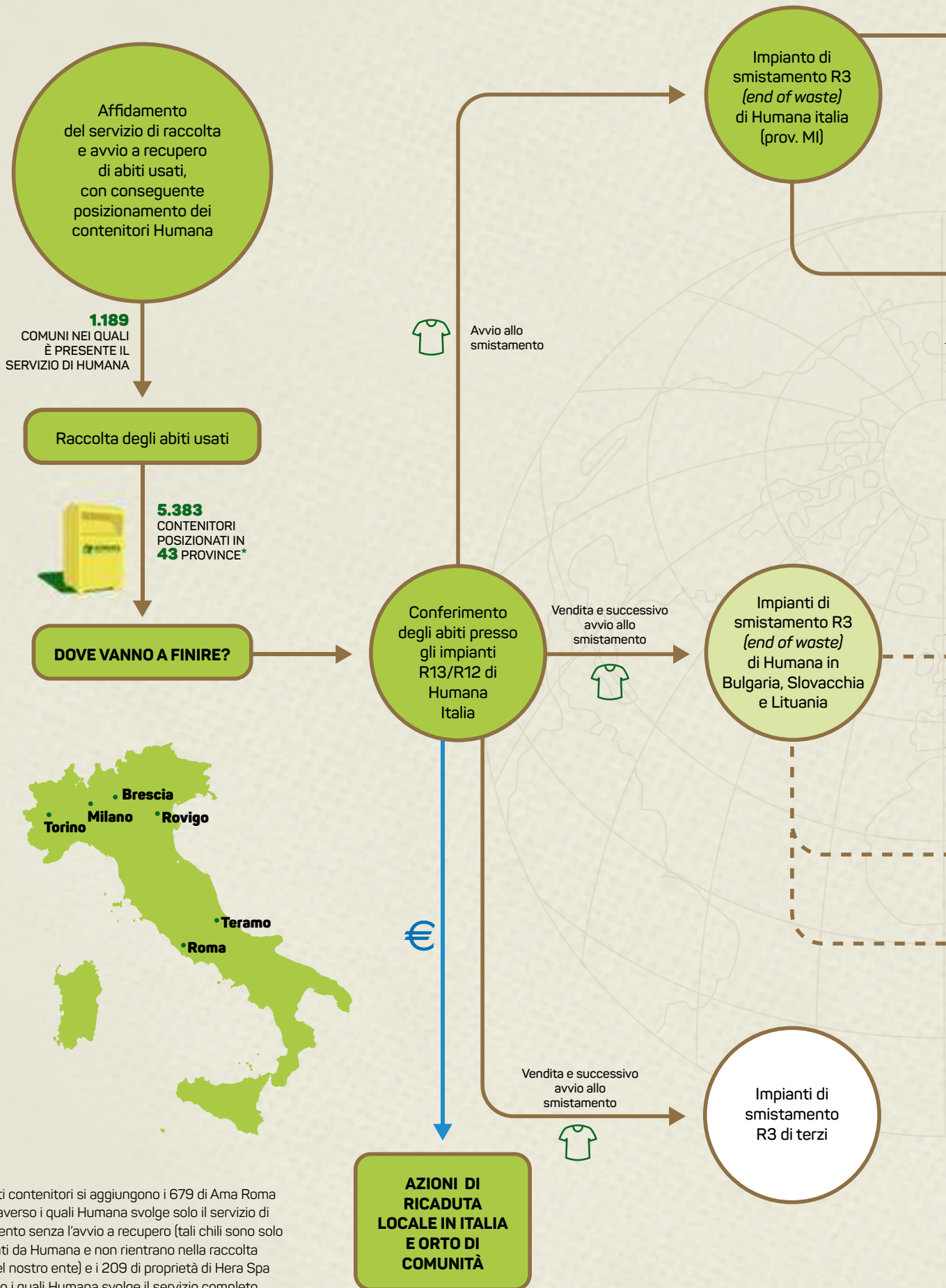
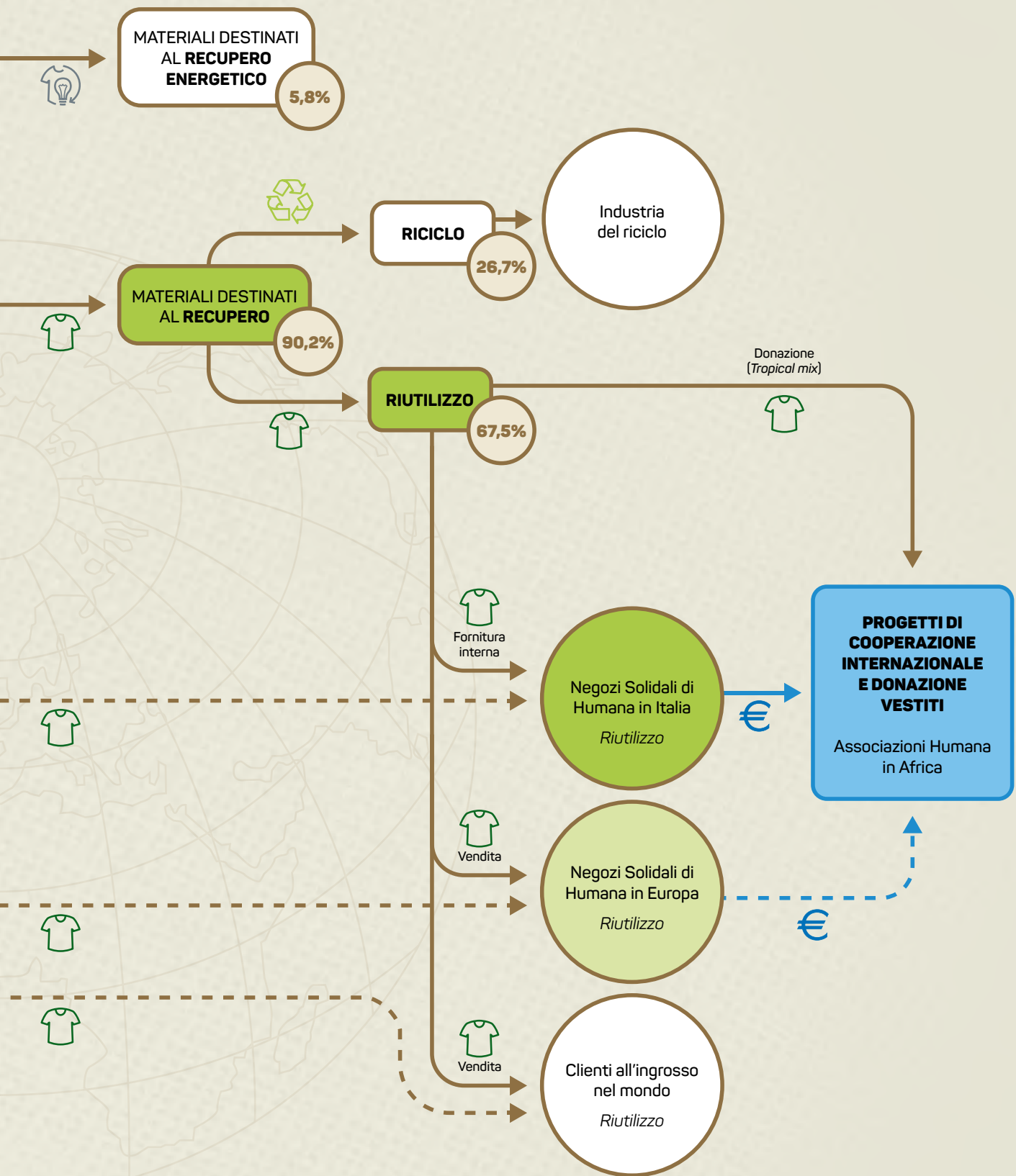


Figura 2. I PRINCIPALI ANELLI DELLA FILIERA DI HUMANA



* A questi contenitori si aggiungono i 679 di Ama Roma Spa, attraverso i quali Humana svolge solo il servizio di svuotamento senza l'avvio a recupero (tali chili sono solo trasportati da Humana e non rientrano nella raccolta di abiti del nostro ente) e i 209 di proprietà di Hera Spa attraverso i quali Humana svolge il servizio completo.



IL SERVIZIO DI RACCOLTA DI HUMANA

Una volta firmato l'accordo con l'ente che affida il servizio, i contenitori per la raccolta indumenti sono posizionati sul suolo comunale e accessibili ai cittadini: nel 2020 sono state circa **3 milioni**⁹ le persone che hanno conferito i propri abiti nei contenitori Humana, scegliendo così di destinarli a uno **scopo sociale**, coincidente con la **mission della nostra organizzazione (GRI 102-6)**. Humana Italia presta il proprio servizio mediante appositi contenitori per la raccolta abiti di proprietà, **accessibili 24 ore su 24**. I contenitori di Humana sono realizzati **in conformità alle norme internazionali UNI**, con l'obiettivo di assicurare nel tempo un servizio di qualità e garantire la sicurezza dei donatori che usufruiscono del servizio. Grazie a un **sistema di monitoraggio costante**, sono controllati affinché siano sempre funzionanti e in buono stato e sia possibile procedere alla loro sostituzione laddove si verifici un peggioramento della qualità meccanica e/o dell'estetica (GRI 416-1).

È la **Cooperativa di Humana People to People Italia Scarl** ad occuparsi del servizio di raccolta degli indumenti usati in quanto iscritta all'**Albo Nazionale Gestori Ambientali** (in categoria 1

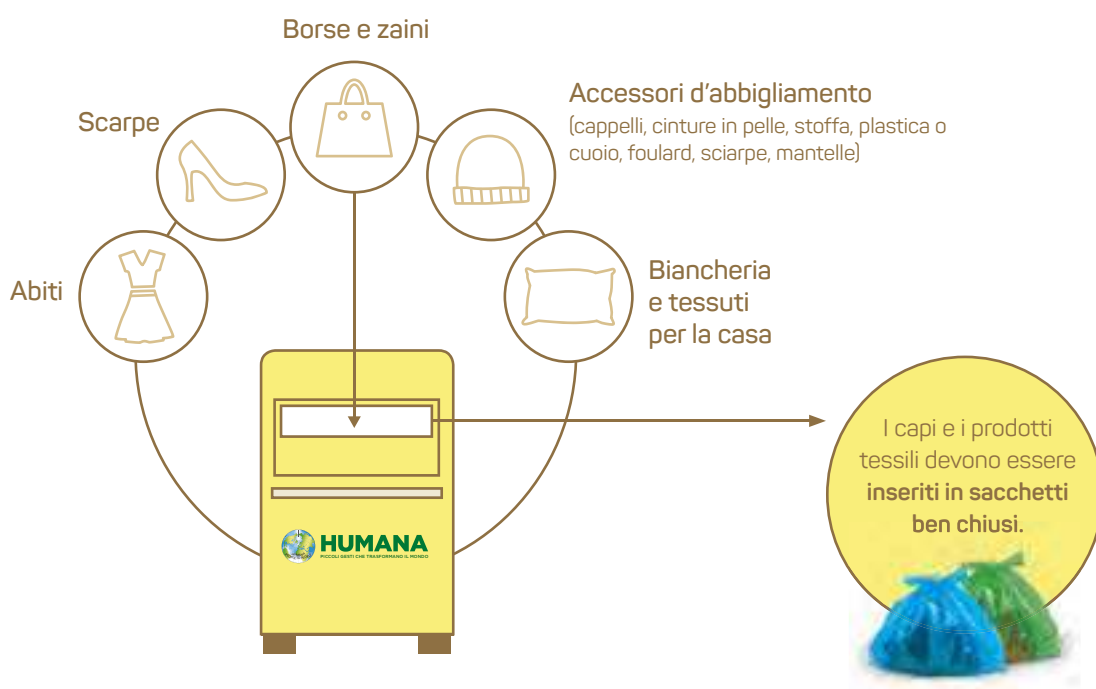
classe A) e del conferimento per l'avvio a recupero presso i propri impianti nelle province di Brescia, Milano, Roma, Rovigo, Teramo e Torino sulla base di specifiche autorizzazioni rilasciate dagli enti competenti.

In questi impianti si conducono attività di recupero diverse a seconda della tipologia di autorizzazione: tutti gli impianti possono ricevere e stoccare i vestiti (**autorizzazioni R13**). Presso l'impianto di Pregnana Milanese (MI) è possibile, grazie all'**autorizzazione R3**, gestire anche un processo di *end of waste* volto alla selezione e all'igienizzazione dei vestiti usati con l'obiettivo di massimizzare il riutilizzo dei capi.

Con lo scopo di migliorare la tracciabilità e la condivisione delle informazioni sul servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti, ci avvaliamo del cosiddetto "**CRM Espresso**", una piattaforma di *Customer Relationship Management*, adottata a partire dal 2017 a supporto della gestione dei dati sui contenitori o delle richieste e delle segnalazioni da parte dei nostri partner.

La flotta mezzi del reparto Raccolta Abiti consta, a fine 2020, di **67 mezzi** dedicati alla raccolta indumenti, **il 76,1%** dei quali a **basso impatto ambientale** (categorie euro 5 ed euro 6).

Figura 3. CHE COSA PUOI DONARE?

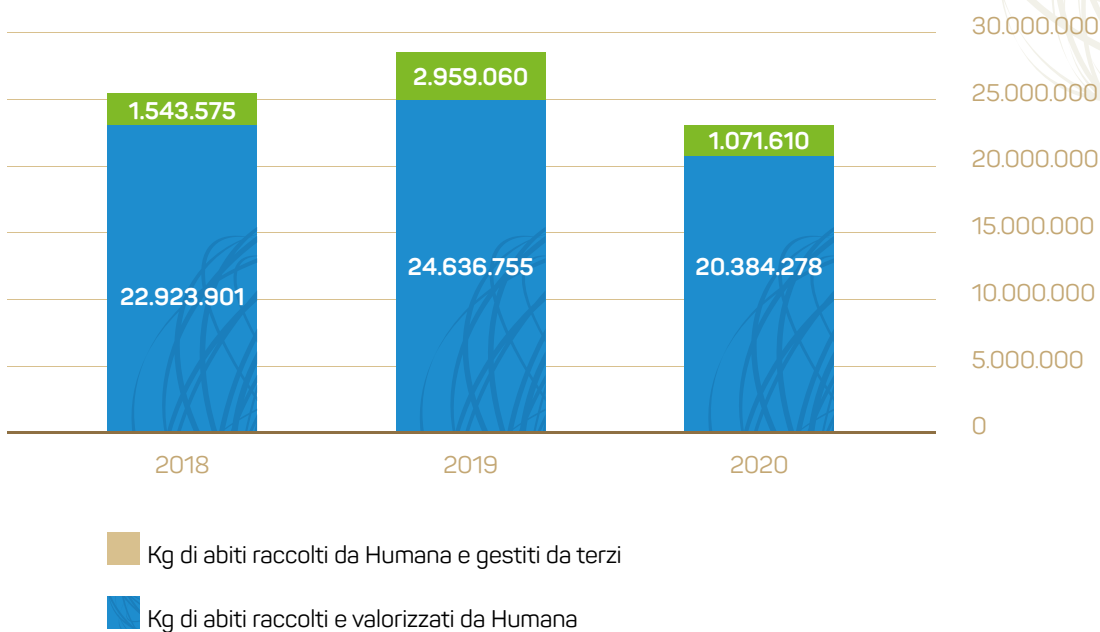


Nell'anno pre-pandemico, il 2019, erano stati raccolti e valorizzati da Humana Italia complessivamente **24.636.755 chili di abiti**, circa il **7,5%** in più rispetto al 2018 (si veda Figura 5) (GRI 102-7). Questa tendenza positiva si è arrestata nel 2020, anno che ha visto la quantità di abiti raccolti **flettersi del 17,3%** prevalentemente a causa della sospensione dell'attività di raccolta attuata in ottemperanza alle disposizioni ministeriali per la gestione dell'emergenza Covid, sigillando i contenitori per impedirne l'utilizzo.

Agli abiti raccolti e gestiti direttamente da Humana si aggiungono anche quelli raccolti da Humana Italia ma gestiti da terzi, anch'essi in netta diminuzione, pari al 64% rispetto al 2019, anche perché il servizio ha avuto una durata inferiore all'anno. Tenuto conto delle difficoltà del periodo, i quantitativi di materiale tessile raccolto si sono posizionati di poco sotto le aspettative di budget, in parte controbilanciati dalla maggiore resa registrata di ogni singolo contenitore.

⁹Il dato è stato stimato da Humana Italia, considerando il peso medio di un singolo sacchetto di abiti (di dimensioni standard, pari a circa 7 chili) per donatore.

Figura 5. L'ANDAMENTO DELLA RACCOLTA ABITI (KG)



LE DESTINAZIONI DEGLI ABITI

LA TRACCIABILITÀ DELLE DONAZIONI SOLIDALI

I contenitori non sono tutti uguali! In linea con i nostri principi di trasparenza, per favorire la tracciabilità della filiera da parte dei donatori, indichiamo sempre la destinazione degli abiti che raccogliamo, la nostra mission e i nostri recapiti **sui lati del contenitore con il logo Humana** (informazioni a volte assenti sui contenitori di alcuni operatori). Tra le informazioni presenti sul contenitore che in generale è importante verificare per accertarsi dell'affidabilità dell'ente ci sono:

I DATI SULL'ORGANIZZAZIONE INCARICATA DEL SERVIZIO

Non è sufficiente il numero di cellulare, ma serve anche un numero fisso, un indirizzo fisico e, se possibile, il riferimento a un sito internet.

LA DESTINAZIONE DEI CAPI DONATI

Per conoscerne il reale utilizzo a scopi sociali (non basta il logo di un'associazione per essere sicuri della finalità benefica delle donazioni).

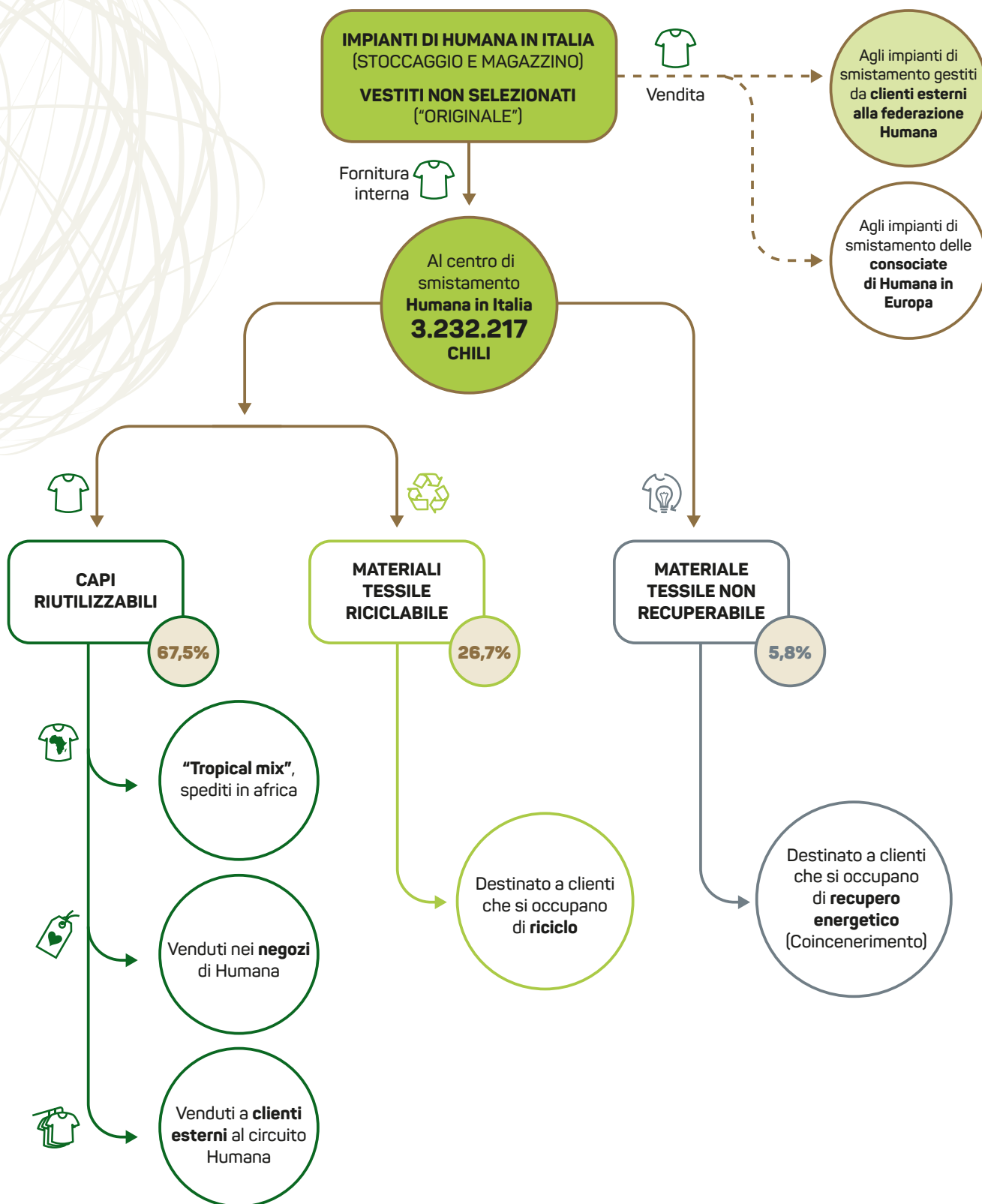
Humana Italia mette a disposizione dei propri stakeholder le informazioni relative alla propria filiera anche sul sito dedicato (in aggiunta a quello istituzionale) <http://raccoltavestiti.humanaitalia.org>.

In caso di richieste specifiche è possibile **mettersi in contatto con noi** tramite i nostri canali Social, oppure via e-mail: commerciale Raccolta@humanaitalia.org (GRI 103-2).

¹⁰¹Il dato si riferisce alla raccolta totale di abiti di Humana Italia, includendo quanto raccolto nei contenitori Humana e grazie a campagne specifiche con aziende, eventi o mediante altre iniziative di sensibilizzazione

Una volta raccolti dai contenitori e trasferiti nei nostri sei impianti, i vestiti (definiti, in questa fase, "in originale" perché frutto di quanto raccolto direttamente dai nostri contenitori senza alcun processo di selezione) hanno **tre destinazioni principali**: il centro di Smistamento di Humana Italia, gli impianti di smistamento delle consociate di Humana in Europa, Clienti esterni alla Federazione Humana.

Figura 6. LE DESTINAZIONI DELL'ORIGINALE: I NUMERI DEL 2020 (GRI 306-4)



Del totale venduto nel 2020, circa il **50%** è stato destinato al **circuito di Humana in Italia e in Europa**, la restante parte è stata indirizzata a grossisti esterni. Tutti i nostri clienti sono dotati di impianti autorizzati, nel rispetto della normativa del Paese presso cui operano. La vendita dell'originale consente di ottenere le risorse economiche necessarie, oltre a coprire i costi di gestione, ad assicurare **stabilità economica** ai nostri progetti di cooperazione internazionale e alle attività in Italia.

La vendita degli abiti alle consociate di Humana in Europa

Nel 2020 sono state tre le **consociate europee** (One World Clothes Trade **Bulgaria** Ltd., Humana People to People **Slovakia** e Humana People to People Baltic in **Lituania**) a cui abbiamo venduto **8.227.527** chili di abiti, in lieve diminuzione rispetto al 2019 (**4,2%**). Tale quantitativo rappresenta il **33%** di quanto venduto complessivamente in Italia nel corso del 2020. Gli oltre 8,2 milioni di chili venduti alle consociate europee **sono poi, a loro volta, da questi smistati**¹¹ con destinazioni diverse a seconda della tipologia e della qualità di ciascun capo¹².

La vendita degli abiti a clienti esterni al circuito Humana

Una parte dei capi è venduta a clienti esterni alla rete di Humana: si tratta del **36,8%** (corrispondente a **9.188.073** chili) del totale venduto da Humana Italia nel corso del 2020. Un dato in diminuzione del 29% rispetto al 2019. Humana si impegna nella verifica continua degli standard di lavoro presso gli impianti dei principali clienti attraverso un programma annuo di visite. A causa della situazione pandemica, nel corso del 2020 le attività di controllo previste presso due dei principali clienti sono state però sospese e riprogrammate nel 2021.

DESTINAZIONE RIUTILIZZO

I negozi Vintage e Second Hand in Italia e all'estero

Dei capi da noi selezionati e **destinati al riutilizzo**, nel 2020 sono stati 694.596 i kg destinati ai nostri negozi **in Italia e in Europa**, dedicati alla moda vintage (capi degli anni '60-'90) e a quella second hand (capi attuali per donna, uomo e bambino) (**GRI 306-4**). Nel biennio 2019-2020 ci sono stati molti cambiamenti riguardanti la nostra rete di negozi in Italia: nel 2020 si è resa necessaria la chiusura di 2 negozi (Roma Tuscolana e Pavia) ma si sono verificate **4 importanti nuove aperture**, una nel 2019 (Milano De Amicis) e Bologna, Roma Leonina e Milano via Vigevano nel 2020, avvenute in seguito al primo periodo di lockdown causato dall'emergenza Covid. Conseguentemente a questi cambiamenti, **la rete retail di Humana al 31 dicembre 2020 è composta da 9 negozi**.

La fornitura degli abiti al centro di smistamento di Humana Italia

Negli ultimi anni il centro di smistamento di Humana Italia a Pregnana Milanese ha rafforzato la capacità di selezione dei capi. Nel 2020 però, il materiale smistato in Italia è stato di **3.232.217 chili**, dato in contrazione (-6%) rispetto al 2019, in conseguenza della sospensione dell'attività di raccolta per la gestione del virus Covid-19. Il **trattamento dei capi** da parte delle nostre smistatrici avviene in due fasi: la verifica visiva, volta a rimuovere materiali estranei, e la suddivisione degli indumenti in categorie merceologiche basate sulla tipologia, qualità e stagionalità dei capi. Tutto il materiale ottenuto, in base alla nostra autorizzazione, viene infine sottoposto a igienizzazione al fine di rispettare i limiti di legge in termini di carica batterica.

L'attività di smistamento è strategica per Humana perché consente di valorizzare al meglio i vestiti affidati dai cittadini. Il nostro centro di smistamento arriva a suddividere i capi e gli accessori in **43 categorie** (a seconda delle caratteristiche dei prodotti), potendo così rispondere meglio alle esigenze dei clienti finali.

La maggior parte di essi viene **recuperata (94,2%** nel 2020), ossia **riutilizzata** come capi di abbigliamento (**67,5%**) oppure è destinata a **riciclo (26,7%)**. Nella categoria del riciclo, oltre agli abiti si includono anche eventuali materiali non tessili (pari all'1,2% della quota totale di riciclo indicata sopra), tra cui carta e plastica (ad esempio i sacchetti usati per donare gli indumenti) che le smistatrici separano dall'abbigliamento.

La restante parte (**5,8%**), non riutilizzabile e non riciclabile, è destinata a **recupero energetico**. Il dato è in netto calo rispetto al 2019 (-4,4 punti percentuali), indice di un miglioramento generale della qualità dei capi raccolti nell'anno. In termini assoluti, gli abiti destinati alla termovalorizzazione rispetto al 2019 sono diminuiti del 46%.



¹¹Una quota di abiti derivante dalla raccolta abiti in Italia e smistati dalle consociate europee contribuisce a incrementare le donazioni di tropical mix di Humana Italia nei confronti delle consociate in Africa.

¹²Da questo punto di vista, il processo di lavorazione delle consociate di Humana in Europa è molto simile a quello che vedremo per il nostro centro di smistamento

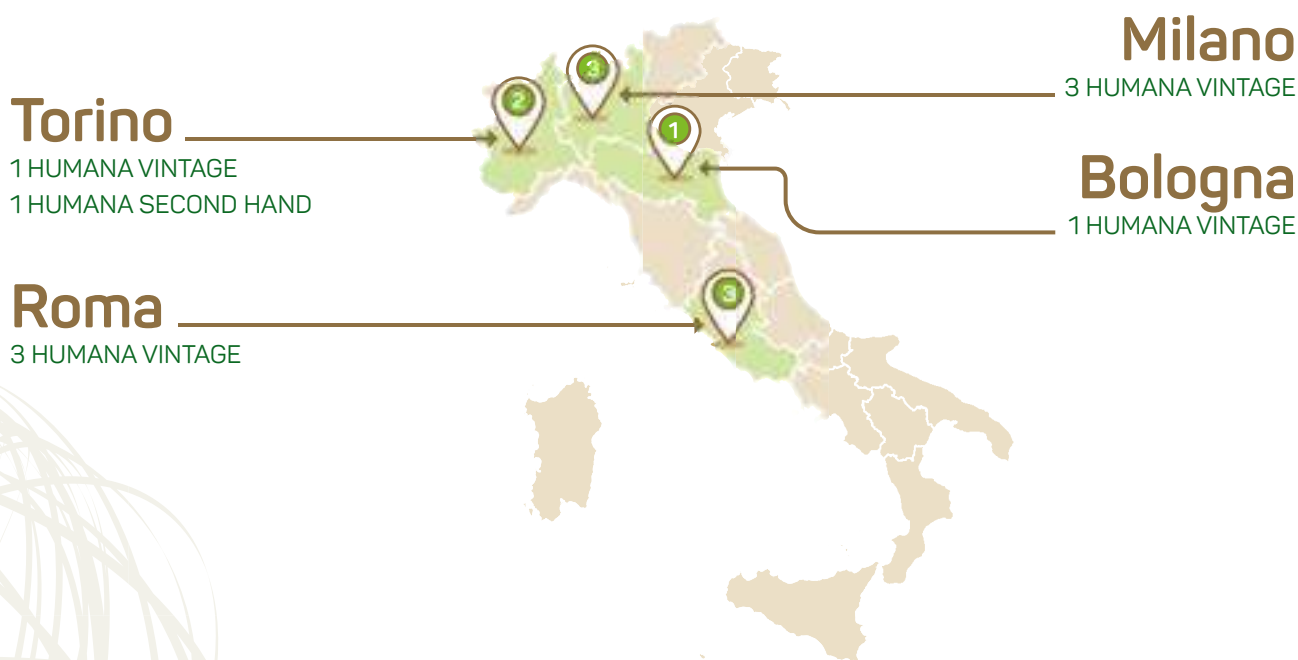
Nonostante il periodo difficile, le nuove aperture si sono dimostrate fin da subito estremamente competitive, affermandosi come i migliori negozi della catena nella fase post-lockdown. Parte di questo successo, oltre alla crescente attenzione da parte dei consumatori alla moda sostenibile, è dovuto a due nuovi fattori introdotti in questo biennio: una nuova **comunicazione** e la **prezzatura** dei capi centralizzata. Nel primo caso c'è stato un vero e proprio cambio di strategia in ambito comunicativo, con la decisione di appoggiarsi ad una società esterna specializzata per la gestione della comunicazione dei negozi, sia social che mailing; questo ha portato ad una forte accelerata della nostra *brand awareness*, che ha contribuito all'immediata buona performance dei nostri nuovi negozi. Il secondo grande cambiamento ha riguardato l'apertura del nuovo reparto di prezzatura capi con il quale sono stati introdotti due grandi miglioramenti:

- un prezzo uguale ed equilibrato per tutti i negozi che si approvvigionano da questo reparto, rendendo facili ed immediate eventuali nuove direttive;
- il decadere della necessità di avere grandi magazzini per poter prezzare i capi, grazie al quale abbiamo potuto aprire nuovi negozi in posizioni migliori e con quasi tutta la metratura dedicata alla vendita.



Comprendendo l'importanza sempre maggiore che sta assumendo l'e-commerce nel mondo dell'abbigliamento¹³, spinto anche dalle circostanze del Covid-19, Humana Italia ha avviato il suo primo "shop online" con il lancio dell'app "Humana Vintage", funzionante sulle piattaforme ANDROID e IOS.

Figura 7. I NOSTRI NEGOZI IN ITALIA¹⁰



I vestiti e gli accessori in buone condizioni raccolti dai contenitori con il logo Humana vengono quindi rivenduti al dettaglio per essere indossati nuovamente, contribuendo così ad **allungarne il ciclo di vita** e, grazie all'utile della vendita, a **sostenere i nostri**

progetti sociali nel Sud del mondo. Il tema della sostenibilità è inoltre presente anche nel processo stesso di **allestimento dei negozi**, che punta a valorizzare materiali di recupero e arredi non più utilizzati, per dare loro "nuova vita" (GRI 306-2).

¹³Secondo una ricerca dell'osservatorio eCommerce B2C del Politecnico nel 2020 il mercato eCommerce dell'Abbigliamento ha registrato un significativo +22% rispetto al 2019 e passa da 3,3 a 3,9 miliardi di euro. Il Fashion è inoltre il terzo (13%) comparto merceologico che contribuisce maggiormente alla crescita degli acquisti eCommerce B2c di prodotto, preceduto solo da Food & Grocery (20%) e Informatica ed elettronica di consumo (19%).

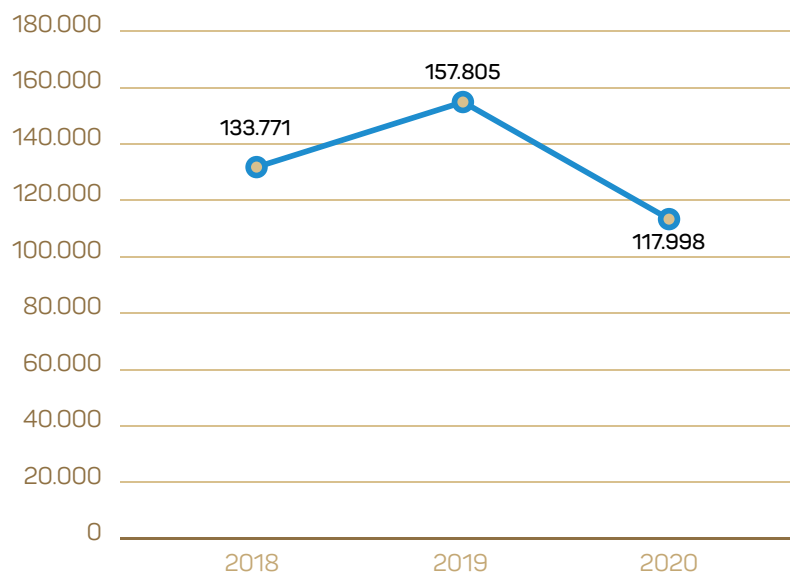
Nonostante le buone performance delle nuove aperture, nel 2020 la crescita degli **acquisti nei nostri negozi**, incessante fino al 2019, si è interrotta, registrando un decremento del **-25,23%** rispetto all'anno precedente. Il risultato è imputabile alle fasi di prolungata chiusura imposta dalle disposizioni ministeriali che si sono succedute da marzo in poi per il **Covid-19**: oltre ad essere costretti a periodi di serrata generale ricorrendo alla Cassa Integrazione per i dipendenti, anche nei periodi in cui è stata consentita la ripresa delle attività si sono registrati flussi necessariamente inferiori, a causa delle restrizioni al numero di ingressi per il mantenimento della distanza di sicurezza.

Per Humana, la **salute e sicurezza del cliente** che sceglie di acquistare nei nostri punti vendita è sempre una priorità, assicurata da precisi processi interni che prevedono la cura e la selezione di tutti i capi provenienti dal nostro centro di smistamento e il rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza all'interno dei nostri negozi (**GRI 103-1-2-3**), (**GRI 416-1**).

Questo aspetto si è accentuato particolarmente in conseguenza alla diffusione del virus Covid-19: i nostri negozi si sono adeguati alle normative diramate dal Governo italiano, provvedendo alla **sanificazione** di tutti i nostri locali prima della riapertura post lockdown e dotando tutto lo staff dei Dispositivi di Protezione Individuale previsti a norma di legge (mascherine FFP2 ad uso giornaliero e gel per le mani con fornitura illimitata). Il nostro personale è stato nella sua interezza formato sul **protocollo Covid-19** adottato da Humana affinché fosse preparato per garantire la propria salute, quella dei colleghi e dei nostri clienti. Abbiamo sempre prestato la massima attenzione al rispetto delle norme relative all'**igienizzazione** dei locali e degli strumenti di lavoro, al rispetto delle distanze interpersonali e al controllo degli accessi ai negozi. Abbiamo anche fornito i lavoratori di una visiera personalizzata con grafiche scelte per trasmettere messaggi positivi sia ai dipendenti che ai clienti. I nostri punti cassa sono stati tutti modificati per permettere l'installazione di una barriera in plexiglass che riducesse la possibilità di propagazione del virus. Queste disposizioni si sono rivelate efficaci non avendo sviluppato focolai all'interno dei nostri locali con una diffusione contenuta del virus fra i dipendenti, senza mai mettere a repentaglio la salute del gruppo e della clientela.

I negozi costituiscono per noi degli **spazi di visibilità ed engagement dei clienti** rispetto a quelli che sono i valori e la mission di Humana: iniziative realizzate durante la Settimana Europea per la Riduzione Rifiuti o il Fashion Revolution Day vedono proprio nei

Figura 8. NUMERO DI ACQUISTI EFFETTUATI NEI NEGOZI HUMANA



negozi una vetrina per divulgare alcuni messaggi sui temi ambientali e sul rispetto dei diritti umani nelle filiere di produzione dell'abbigliamento. Tale visibilità è poi ampliata e rafforzata dalla presenza di un piano di comunicazione off-line e digitale dedicato esclusivamente ai negozi.

#WHOMADEMYCLOTHES

Anche nel 2019 Humana ha aderito alla **Fashion Revolution Week**, una campagna di sensibilizzazione in memoria delle vittime della strage del **Rana Plaza** verificatasi il 24 aprile 2013 in Bangladesh, quando un edificio utilizzato da numerose aziende per la produzione di abiti crollò, causando la morte di 1.133 persone e il ferimento di altre 2.500. Si tratta dell'incidente più grave mai verificatosi nella storia della produzione tessile, diventato ormai il **simbolo dei rischi insiti nella crescita incontrollata dei consumi e volta solo a massimizzare i profitti**. L'obiettivo dell'iniziativa, a cui Humana aderisce tutti gli anni, è quindi quello di aiutare i consumatori a prendere coscienza del **costo reale della moda**, del suo impatto sulle persone e sull'ambiente. In particolare, durante questa settimana, nei negozi Humana Vintage e Second Hand, i clienti sono stati invitati a scattarsi delle foto con gli abiti al rovescio, mostrando così l'etichetta di provenienza del capo indossato. A loro è stato poi chiesto il motivo alla base della scelta di acquisto di vestiti usati e di una moda più sostenibile e rispettosa dei diritti umani. Le risposte sono state pubblicate sui canali Social dei negozi con l'hashtag ufficiale del Fashion Revolution **#whomademyclothes (Chi ha fatto i miei vestiti?)**.

TROPICAL MIX PER L'AFRICA

Per perseguire la nostra mission, oltre a sostenere direttamente specifici interventi di cooperazione internazionale attraverso donazioni monetarie, **inviando in Africa parte degli abiti** smistati nel nostro centro di smistamento e considerati riutilizzabili. Tale selezione di capi, definita **tropical mix**, include capi e accessori con caratteristiche volte a rispettare le usanze, il clima e i costumi locali. Humana Italia, grazie a costanti confronti con le consociate nel Sud del mondo, invia quantità e tipologia di capi rispondenti alla domanda delle comunità del posto.



I vestiti giunti ai centri di smistamento in Africa sono selezionati in ulteriori sottocategorie da personale dipendente delle consociate Humana, che li distribuiscono attraverso canali locali (piccoli commercianti o tramite grossisti che li rivendono anche in zone rurali), generando un **circuito virtuoso** sia in termini ambientali sia occupazionali (GRI 306-2). Nel 2020 le disposizioni contro il Coronavirus ci hanno per la prima volta impedito di effettuare le donazioni di abiti.

DESTINAZIONE RICICLO

A seguito della selezione dei capi effettuata nel nostro centro di smistamento, la quota di materiali usurati e non più riutilizzabili, ma di cui è possibile recuperare le fibre, viene destinata all'**industria del riciclo**.

La percentuale di capi destinati al riciclo sul totale smistato è pari al 26,7%, sostanzialmente in linea con gli anni precedenti. In termini assoluti, nel 2020 sono stati **809.386 i kg (GRI 306-4)** destinati da Humana ad aziende specializzate nella produzione di pezzami a uso industriale o in processi di riciclo degli scarti tessili che consentono il recupero delle fibre (con lavorazioni diverse a seconda della tipologia di fibra, dalla cardatura della lana allo sfilacciamento per il cotone ecc.) (GRI 306-2).

Al riciclo tessile si aggiunge una quota di **materiale riciclabile non tessile** (ad esempio carta o plastica) recuperato dalle smistatrici durante l'attività di selezione (pari a **39.982 kg (GRI 306-4)**).

DESTINAZIONE COINCENERIMENTO

La quota di materiale tessile di bassa qualità, non riutilizzabile e non riciclabile (ad esempio perché sporco, molto rovinato o ad alta percentuale di acrilico difficile da riciclare) viene destinato a **recupero energetico**.

In particolare, il fornitore a cui affidiamo questa quota di smistato, certificato UNI EN ISO 9001 e 14001, OHSAS 18001, EMAS e SA8000, utilizza la pratica del cosiddetto "**coincenerimento**" che, a differenza dell'invio in discarica o dell'incenerimento tradizionale, permette di trasformare i materiali tessili e gli accessori non recuperabili in una **fonte di energia alternativa ai combustibili fossili** (carbone, petrolio e gas) **usata in cementifici e centrali elettriche** (si tratta dei cosiddetti combustibili solidi secondari - CSS).

Humana sceglie questo processo perché rappresenta la **migliore alternativa possibile laddove riutilizzo e riciclo non risultano fattibili**: il coincenerimento, infatti, riduce la dipendenza da combustibili fossili, elimina le emissioni delle discariche e non genera scorie. **Il materiale tessile destinato da Humana a recupero energetico** è pari a 186.769 kg (GRI 306-5) e nel 2020 è diminuito del 46% rispetto al 2019, attestandosi al 5% del totale smistato contro il 10% dell'anno precedente, in favore di un aumento della quota di abiti recuperati tramite riutilizzo (+2%).

3.3 GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA NOSTRA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI (GRI 203-2)

Figura 9. GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA FILIERA DI HUMANA



METTIAMO IN PRATICA L'ECONOMIA CIRCOLARE: RIUTILIZZO E RICICLO A TUTELA DELL'AMBIENTE

Il nostro modo di promuovere l'economia circolare si basa sulla valorizzazione dei vestiti usati, prevalentemente mediante il riutilizzo e il riciclo dei capi raccolti. Il 68% di questi sono rimessi in circolo per il riutilizzo come abiti di seconda mano, sia attraverso i nostri negozi che attraverso l'invio in Africa. Oltre all'impatto sociale, è importante ricordare che l'attività di recupero dei vestiti usati genera importanti benefici dal punto di vista ambientale¹⁶ evitando l'emissione di CO₂, il consumo di litri di acqua e l'utilizzo di pesticidi e di fertilizzanti per la produzione di abbigliamento nuovo.

Con **21.455.888 chili** di abiti raccolti abbiamo generato i seguenti impatti positivi:

Oltre 77 milioni di chili di emissioni di CO₂ evitate, pari all'azione di circa **773.176** alberi piantumati

128,7 miliardi di litri di acqua risparmiati pari a **51.497** piscine olimpioniche

6,4 milioni di chili di pesticidi non utilizzati pari all'irrorazione di **1.369.589** ettari di campi

12,8 milioni di chili di fertilizzanti evitati pari alla quantità richiesta da **203.544** ettari coltivati a grano

¹⁶Il calcolo sull'impatto ambientale dell'attività di raccolta e avvio a recupero degli indumenti è stato effettuato da Humana Italia sulla base di una rielaborazione di alcuni dati presentati nella tesi di laurea di Laura Farrant, Environmental benefits from recycling clothes, Technical University of Denmark, Department of Management Engineering, Quantitative Sustainability Assessment, Copenhagen, 2008.



GLI ABITI DIVENTANO RISORSE PER I NOSTRI PROGETTI SOCIALI IN ITALIA E NEL SUD DEL MONDO

Oltre il **63%** dei fondi **utilizzati sui progetti di cooperazione internazionale** nel 2019 proveniva dalla valorizzazione dei vestiti usati (sia tramite i capi **spediti in Africa**, sia tramite la vendita al dettaglio e all'ingrosso dei vestiti). Le donazioni in Africa non sono però state possibili nel 2020, come conseguenza degli effetti dell'emergenza sanitaria globale.

In **Italia**, grazie alle collaborazioni in essere con enti locali e gestori, possiamo contribuire a dare vita a iniziative con **ricadute positive sul territorio**, realizzando azioni specifiche (di carattere sociale e ambientale) aggiuntive rispetto alla tradizionale attività di raccolta e recupero degli indumenti (**GRI 103-1**). Tali iniziative, possibili proprio grazie alla raccolta dei capi usati, sono adattate per **target e tipologia di beneficiari**.

Nel corso del 2019 e 2020 le principali iniziative sono state gli **incontri di Educazione alla Cittadinanza Mondiale nelle scuole** in diversi comuni nostri partner, **l'erogazione di borse di studio** per studenti meritevoli, la **piantumazione** di nuovi alberi, o ancora la distribuzione di **voucher lavorativi** per persone in stato di bisogno.



CONTRIBUTO ECONOMICO GRAZIE AL SERVIZIO DI RACCOLTA E AVVIO A RECUPERO DEI VESTITI

Humana Italia offre **gratuitamente** il proprio servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati in collaborazione con comuni, consorzi e utilities. Le Pubbliche Amministrazioni, e

quindi i cittadini, beneficiano di un **risparmio economico legato al mancato conferimento in discarica** dei capi raccolti. Nel 2020, grazie alle convenzioni in essere, il servizio di Humana ha fatto risparmiare complessivamente oltre **4,3 milioni** di euro¹⁷ (**GRI 203-2**). Oltre al risparmio generato, Humana negli ultimi due anni ha anche versato un contributo ai Comuni presso i quali gestisce il servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti pari a 1.039.107 euro (733.595 € nel 2019, 305.512 € nel 2020) sostenendo fra l'altro iniziative con ricaduta locale positiva nei territori coinvolti. (**GRI 203-2**).



CREAZIONE DI NUOVI POSTI DI LAVORO

La nostra filiera consente di creare nuovi posti di lavoro. Nel 2020 il costo complessivo dei salari e stipendi dei collaboratori di Humana Italia (per Humana SCARL e Humana ONLUS) corrisponde a **5.822.500** euro.

Grazie ai capi spediti come *tropical mix* alle consociate in Malawi, Mozambico e Angola, Humana può inoltre generare posti di lavoro per la gestione in loco dei vestiti (si pensi agli impianti di smistamento, o ancora ai negozi e alle attività di piccoli commercianti del posto). Indirettamente, la gestione degli abiti raccolti in Italia contribuisce a creare posti di lavoro anche in Europa, in particolare presso i centri di smistamento e i negozi.

3.4 L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE NELLA GESTIONE DEI PROCESSI



Climate action

La tutela ambientale, già intrinseca alla raccolta abiti, nel caso di Humana è rafforzata non solo da una serie di scelte e politiche inerenti alla gestione delle attività e ai consumi correlati, ma anche dalla messa in campo di azioni orientate alla **sensibilizzazione** al tema e alla ricerca di **azioni concrete** da attuare all'interno dell'organizzazione e in collaborazione con i territori di riferimento.

Offrono un riferimento come Linee guida in quest'ambito i Su-

tainable Development Goals dell'ONU, in particolare il 12 e il 13 riguardanti rispettivamente "Il consumo e produzione responsabili" e le "Azioni di lotta al cambiamento climatico".

I NOSTRI CONSUMI

Dalle analisi ambientali svolte nel corso del tempo, emerge che i principali impatti negativi generati dalla nostra attività sono quelli derivanti dalle **emissioni di CO₂ dei mezzi usati per la raccolta**

¹⁷Il calcolo è effettuato da Humana Italia, considerando i costi medi di smaltimento (variabili tra i 0,15 e i 0,18 euro al chilo) presso i centri di raccolta differenziata in Italia.



abiti, motivo per cui prestiamo la massima attenzione alla gestione e al monitoraggio di questi dati. I consumi di carburante, che si traducono in emissioni di CO₂, sono registrati puntualmente e sono oggetto di analisi condotte con cadenza settimanale.

Al 31 dicembre 2020, le emissioni di Humana Italia ammontano a **633.292 kg** di CO₂, un dato assoluto in diminuzione rispetto agli anni precedenti (-6% rispetto al 2018, -25% rispetto al 2019) **(GRI 305-5)**, ma in peggioramento se messo in relazione ai numeri della raccolta: a fronte di una raccolta di 21.455.476 kg di abiti, infatti, sono stati emessi 29,5 g di CO₂ ogni kg raccolto contro i 27,6 g del 2018.

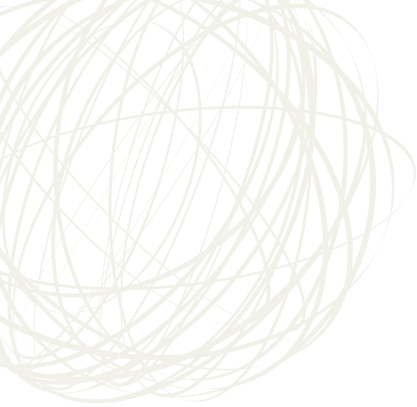
Il peggioramento delle prestazioni ambientali della raccolta è in parte imputabile alla particolare situazione della primavera 2020: se infatti per sei settimane la raccolta presso i nostri contenitori è stata sospesa, è anche vero che per garantire il servizio alle stazioni appaltanti e il rispetto del decoro urbano la nostra attività di monitoraggio ci ha fatto percorrere in ogni caso diversi chilometri per verificare le condizioni dei contenitori sul territorio. Per questa ragione, a fronte di una raccolta inferiore alle attese del budget, non è stato possibile ottimizzare i consumi di carburante e le emissioni di CO₂ ad essi collegati.

Per poter migliorare questi valori, stiamo compiendo gli sforzi necessari per **rinnovare la nostra flotta mezzi** con la sostituzione di quelli più vecchi e l'inserimento di camion nuovi con minor impatto inquinante; inoltre con i nostri sistemi di **pianificazione della**

logistica e attraverso percorsi di formazione e sensibilizzazione degli autisti per una guida più "green" cerchiamo di migliorare quotidianamente l'efficienza della nostra flotta con percorsi di svuotamento dei contenitori più brevi e più efficaci. Per il futuro stiamo predisponendo la misurazione dei consumi di carburante e delle emissioni di CO₂ che ne derivano, in relazione alle tonnellate di abiti raccolti, con l'obiettivo di **diminuire ogni anno circa il 10% di emissioni** per raggiungere un dimezzamento delle emissioni entro il 2030.

Da notare che, se ai chili di CO₂ risparmiati grazie al recupero degli abiti (vedi Fig.10) sottraiamo quelli emessi con il servizio di raccolta otteniamo in ogni caso **un risparmio netto di 76.600 tonnellate di CO₂** **(GRI 305-5)**.

Oltre al consumo di carburante, un impatto da tenere in considerazione in termini ambientali è l'utilizzo di **plastica**. Per le movimentazioni degli abiti, necessarie nelle attività di raccolta e smistamento, vengono infatti utilizzati appositi sacchi o balloni in plastica. Nel 2020 il consumo di plastica ammonta a 52.383 kg, in netta diminuzione in termini assoluti rispetto agli anni precedenti (-32% rispetto al 2019, -23% rispetto al 2018). Questo dato assoluto è evidentemente dovuto in gran parte alla flessione nella raccolta di abiti; tuttavia, rapportando il consumo di plastica ai chili di abiti raccolti si evince anche una diminuzione di plastica in termini proporzionali, passando da un'incidenza dello 0,46% nel 2018 a una dello 0,21% nel 2020.



#SEMPREVERDI

Nell'ottica di arricchire ulteriormente il proprio impegno verso la tutela ambientale e rafforzare le politiche interne volte alla sostenibilità, nel 2019 Humana ha creato "#sempreverdi": un gruppo di **dipendenti** di Humana accumulati dal desiderio di attivarsi per **combattere il cambiamento climatico** attraverso la messa in campo di piccoli gesti concreti e pratiche virtuose in grado di generare benefici per l'ambiente e azioni di sensibilizzazione dei colleghi attraverso il loro coinvolgimento in webinar e incontri in presenza per la condivisione di buone prassi.

PARTECIPAZIONE A INIZIATIVE ED EVENTI

Humana si impegna attivamente per l'ambiente anche attraverso la partecipazione ad eventi e iniziative volte alla sensibilizzazione di cittadini, aziende e istituzioni. In particolare, nel 2019 ha partecipato a **Ecomondo**, fiera di riferimento per la transizione ecologica e l'economia circolare. In sinergia con Consorzio Equo, ha promosso il convegno "Sociale ed Efficiente" in occasione del quale esperti, esponenti della società civile e player solidali del riuso e del recupero si sono confrontati e hanno presentato soluzioni ed esperienze concrete di gestione ambientale e solidale.

Nel 2019 e 2020 Humana Italia ha inoltre partecipato al **Salone della CSR** affrontando i temi della moda sostenibile, dell'economia circolare e della responsabilità estesa del produttore – EPR (vedi box dedicato "Il futuro del settore del riuso e del tessile"). Humana collabora inoltre in modo continuativo con scuole e università attivando incontri di formazione e, soprattutto nel mondo del fashion, coinvolgendo gli studenti in iniziative di upcycling e moda sostenibile.





I NOSTRI PROGETTI NEL SUD DEL MONDO

(GRI 413-1)

Generatori di impatti concreti
per lo sviluppo sostenibile





4.1 I PROGETTI ALL'ESTERO: SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

La Federazione Internazionale Humana e le sue consociate sono nate con lo scopo di contribuire allo sviluppo di comunità afflitte da estrema povertà e degrado. **Sviluppo sostenibile** è dunque la parola chiave da porre al centro dell'azione di Humana nel Sud del mondo.

Per la scelta, lo sviluppo e la gestione dei progetti, lavoriamo in totale sinergia con le persone, le consociate nel Nord e nel Sud del mondo, con l'obiettivo di rispondere in modo efficace alle esigenze specifiche delle comunità con le quali operiamo **(GRI 103-3)**.

Gli interventi implementati nel Sud del mondo, si distinguono per alcuni tratti distintivi **(GRI 103-2)**:

- **Rilevazione dei bisogni:** tutto ha inizio dall'ascolto e dall'osservazione. La conoscenza del contesto geografico, sociale e culturale, l'esperienza quarantennale e il coinvolgimento di beneficiari e stakeholder interessati, porta alla formulazione di una risposta alle esigenze calibrata e condivisa.
- **Creazione di modelli declinabili:** Humana opera creando modelli d'intervento che, nati dall'esperienza sul campo, sono in grado simultaneamente di adattarsi alle diverse realtà e di affrontare le necessità specifiche.
- **L'approccio olistico:** l'approccio è orientato alla creazione di uno sviluppo integrato e ampio della comunità nel suo insieme.
- **L'orizzonte temporale:** il medio e lungo periodo, in alcuni casi lunghissimo (citiamo ad esempio il centro La Città dei Bambini di Malabanyama in Zambia, attivo dal 1990), è l'arco temporale di attuazione dei progetti che possono anche divenire permanenti (si pensi alle scuole magistrali). Ciò consente un reale radicamento e una maggiore acquisizione di strumenti da parte dei beneficiari, coinvolti in un processo di cambiamento duraturo e sempre più capaci di guidare autonomamente la crescita delle proprie comunità.
- **Sostenibilità:** grazie all'eterogeneità dei finanziamenti, ma soprattutto ai fondi derivanti dalla raccolta abiti realizzata da Humana nel mondo, è possibile garantire la stabilità nel tempo della parte fondante dei progetti, raggiungendo così gli obiet-

tivi strategici prefissati e gestendo in maniera più flessibile le attività collaterali.

- **Trasparenza:** i progetti sono rendicontati dai singoli project leader e i bilanci sono certificati da società di revisione. Humana Italia effettua monitoraggi annuali rendicontati su questo documento e sulla Relazione della Mission di Humana ONLUS. Nel corso dell'ultimo biennio Humana Italia ha contribuito allo sviluppo dei progetti in Africa, India e Brasile attraverso un sostegno economico pari a **946.622 € (GRI 203-1)**.

In particolare, nel 2020 sono state inviate donazioni per **223.685€**, un contributo inferiore ai sostegni normalmente elargiti da Humana Italia e che **deriva interamente dall'attività di raccolta fondi presso individui, istituzioni e aziende**, a causa del mancato apporto derivante dalla valorizzazione economica dei vestiti donati, dettata dalle misure di contenimento della diffusione del virus Covid-19.

I progetti sostenuti da Humana sono stati 32 nel 2019 e 10 nel 2020. Gli ambiti di intervento di Humana Italia continuano ad essere principalmente 4: **istruzione e formazione, aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario, prevenzione e tutela della salute, agricoltura sostenibile**. A questi 4 ambiti di intervento tradizionali, nel 2019, se ne aggiunge anche un quinto dedicato alla necessità di far fronte alla situazione di emergenza creatasi in Mozambico a causa dei cicloni Idai e Kenneth e delle forti alluvioni. La crisi ambientale, che sempre di più mette al centro dei progetti il tema dell'**emergenza climatica** in atto, ha imposto un intervento immediato per ricostruire le strutture e le attività colpite. Humana Italia ha contribuito con circa 16.480 € (il 2,3% dei contributi).

Tabella 1. CONTRIBUTI UTILIZZATI PER I PROGETTI DI SVILUPPO, PER AMBITI DI INTERVENTO (€)¹⁸

	2018	2019	2020	VARIAZIONE 2020-2019	VARIAZIONE 2019-2018
Istruzione e formazione	684.283,1	322.446,6	135.171,3	-58,1%	-112,2%
Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario	314.309,5	50.733,0	16.000,0	-68,5%	-519,5%
Prevenzione e tutela della salute	276.079,9	236.875,1	-	-100,0%	-16,6%
Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare	273.299,0	96.402,1	72.513,9	-24,8%	-183,5%
Emergenza		16.480,0	-	-100,0%	100,0%
Totale per ambiti di intervento	1.547.971,5	722.936,8	223.685,3	-69,1%	-114,1%

¹⁸ I contributi economici qui inseriti si riferiscono ai fondi effettivamente utilizzati sui progetti di cooperazione internazionale nel corso dei rispettivi anni, suddivisi per ambito di intervento.

Figura 1. DOVE SONO I NOSTRI PROGETTI (GRI 102-4)

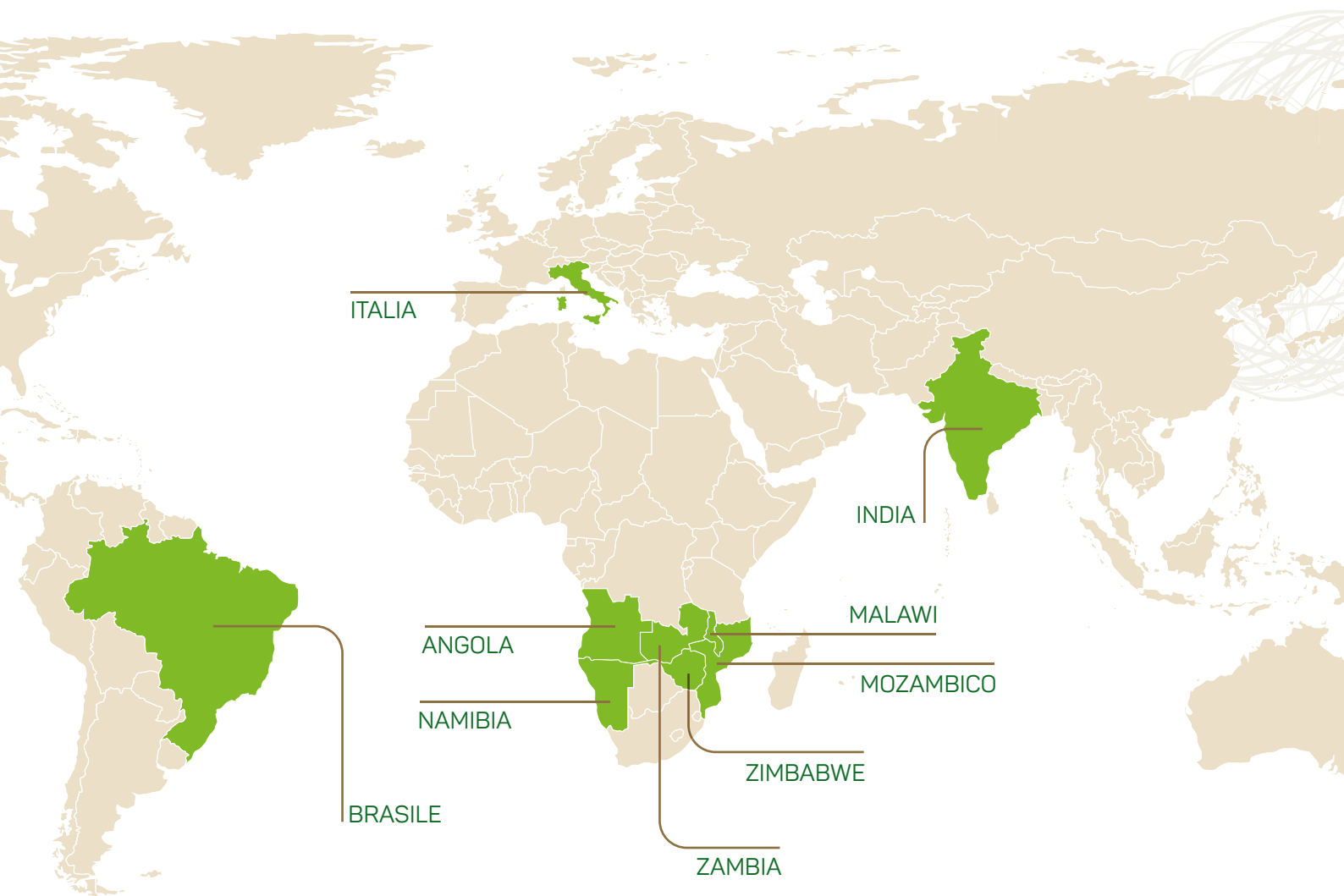
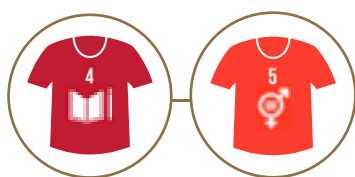
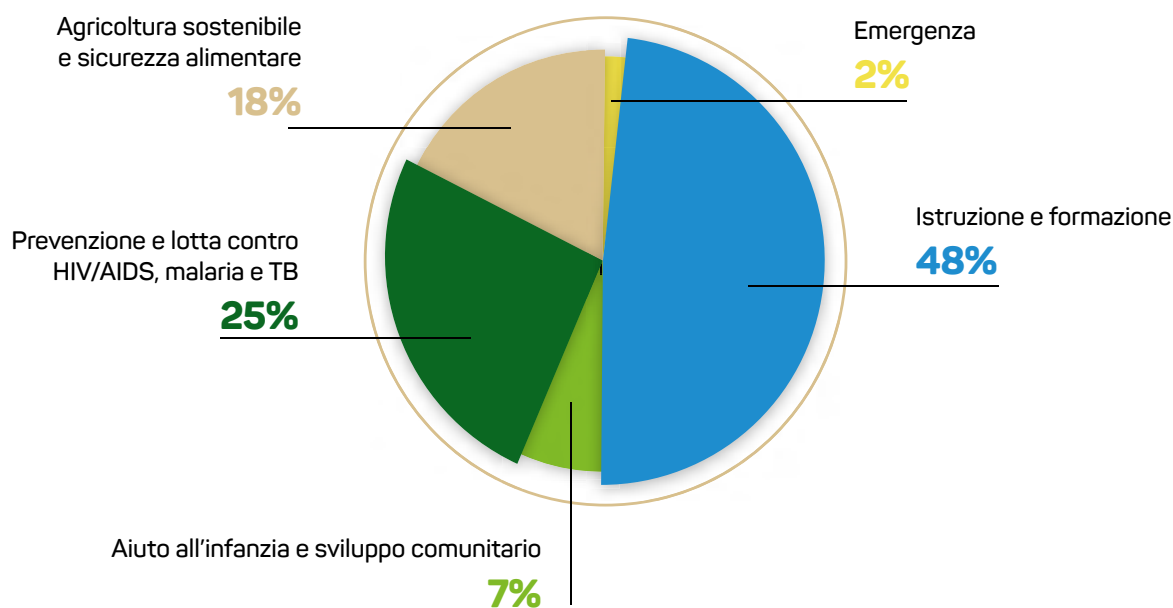


Figura 2. **SUDDIVISIONE DEI CONTRIBUTI ECONOMICI AI PROGETTI PER AMBITO DI INTERVENTO NEL BIENNIO 2019-2020**



Sustainable Development Goals

4.2 ISTRUZIONE E FORMAZIONE (48,3%)

L'ambito prioritario di intervento per Humana si conferma quello dell'istruzione. Humana dà priorità ai progetti che permettono alle persone coinvolte di acquisire competenze e conoscenze utili a costruire in autonomia il proprio futuro. Puntare sull'istruzione significa investire a favore dello sviluppo dei singoli e, su più ampia scala, delle comunità. I progetti in questo ambito spaziano dai pre-scuola alla scuola primaria, dalla formazione professionale e magistrale fino al livello universitario. Il denominatore comune è la volontà di unire formazione teorica ed esperienza sul campo, fornendo un'educazione che sia di qualità, equa e inclusiva, così come indicato anche dal **Sustainable Development Goal 4** delle Nazioni Unite (GRI 203-2).

SCUOLE MAGISTRALI

Le scuole magistrali mirano a **formare i futuri insegnanti delle scuole primarie**, affinché diventino educatori **appassionati e competenti**, nonché promotori di un **approccio all'insegnamen-**

to innovativo e partecipativo. I corsi, sostenuti da Humana Italia e implementati dalle associazioni consociate attive in loco, sono strutturati in linea con i piani educativi nazionali (1 o 3 anni) e si basano sul sistema **DMM (Doctrine of Modern Method)**, un metodo di insegnamento che pone al centro lo studente con l'obiettivo di aiutarlo a sviluppare una forte capacità di adattamento, resilienza e flessibilità, affinché sia capace di educare i bambini in zone particolarmente disagiate.

Grazie al contributo dell'Otto per Mille alla Chiesa Valdese, nel 2020 si è concluso il progetto quinquennale "NeTT e Kadam+", programma d'azione per il miglioramento dell'istruzione realizzato da Humana India in collaborazione con Humana Italia e con il sostegno di Tavola Valdese.

Sempre in India è proseguito il progetto di formazione degli insegnanti attraverso il programma "NeTT e Kadam: inclusione scolastica e istruzione di qualità per tutti" implementato da Humana India in collaborazione con Humana Italia e con il sostegno di Fondazione San Zeno. Il programma è stato avviato nel 2019



nel distretto di Mewat (stato di Haryana) ed è finalizzato a migliorare la qualità dell'insegnamento attraverso la formazione di nuovi insegnanti (soprattutto donne) e l'inclusione scolastica riportando a scuola bambine e bambini esclusi dal sistema scolastico attraverso specifici corsi di recupero.

A causa della pandemia molte attività del progetto sono state rimodulate: il lockdown decretato dal governo indiano a marzo 2020 ha infatti determinato la chiusura di tutte le scuole, per questo motivo le lezioni sono state impartite online attraverso piattaforme (Skype o Zoom) e utilizzando sistemi di messaggistica istantanea affinché gli studenti potessero seguire le lezioni dalla propria abitazione. Nonostante le enormi sfide causate dalla pandemia, il team di progetto è riuscito a portare avanti la formazione e tutti gli studenti hanno terminato il proprio percorso formativo.

SCUOLE MAGISTRALI

LUOGO

INDIA, MALAWI E MOZAMBICO

Contributo economico 2019-2020

224.551,3 €

Principali risultati*

MALAWI

527 studenti in formazione nel 2020. Dalla loro implementazione ad oggi si sono diplomati dai quattro istituti (TTC – Teachers Training College) di Mzimba, Dowa, Chilangoma e Amalika 3.303 studenti di cui 1.964 femmine e 1.339 maschi; circa l'80% è ora impiegato dal governo del Malawi e lavora nelle scuole elementari in zone rurali.

INDIA

Il programma NeTT è operativo in 14 istituti di formazione per insegnanti gestiti dal governo in cinque stati dell'India: Haryana, Uttar Pradesh, Bihar, Jharkhand e Madhya Pradesh. 2.030 studenti-insegnanti sono stati formati e diplomati con successo attraverso la metodologia DMM nell'anno 2019-2020.

Nell'anno scolastico 2020-2021, 1.646 insegnanti tirocinanti si sono diplomati con successo negli istituti magistrali di HPP India. Hanno beneficiato dei loro metodi di insegnamento circa 81.167 studenti della scuola primaria durante i loro periodi di pratica didattica.

MOZAMBICO

1.590 studenti iscritti negli 11 istituti magistrali (EPF – Escolas do Professores do Futuro) nel 2020. Dal 1993 ad oggi si sono diplomati in 22.530. Gli istituti magistrali sono presenti in tutte le province del Mozambico (Cabo Delgado, Niassa, Nampula, Zambezia, Tete, Manica, Sofala, Inhambane, Gaza e Maputo).

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. **(GRI 203-1)**

Humana Italia ha anche sostenuto le scuole magistrali di Amalika, Chilangoma, Dowa e Mzimba in Malawi per il contrasto all'emergenza Covid-19. Il contributo erogato da Humana Italia è stato utilizzato per dotare le scuole dei dispositivi di protezione individuale, per azioni di sanificazione e attività di sensibilizzazione rivolte agli studenti per prevenire la diffusione della pandemia in vista della riapertura degli istituti scolastici.

FORMAZIONE PROFESSIONALE

Le scuole professionali di Humana formano i ragazzi tra i 18 e i 24 anni su **materie tecniche specifiche**, volte a rispondere alla diversa domanda del mercato del lavoro, aiutandoli ad avviare piccole attività imprenditoriali in proprio. I corsi, della durata di 2 o 3 anni, spaziano dal turismo alla falegnameria, dall'agricoltura al cucito, o ancora dalla meccanica e l'edilizia all'estetica e

al management. Tutti i percorsi prevedono un periodo di tirocinio in aziende per consentire agli studenti di mettere in pratica quanto imparato.

Nel corso del 2019 e 2020, Humana ha sostenuto istituti professionali in **Mozambico, Malawi e Zimbabwe**. In particolare, l'**Istituto Politecnico di Nacala** (Mozambico) e la **scuola di Mikolongwe** (Malawi) si contraddistinguono per l'offerta di un indirizzo di specializzazione in ambito turistico-alberghiero. I turisti che scelgono di trascorrere le proprie vacanze estive in

questi due Paesi, attraverso il nostro programma di Vacanze Solidali, sono infatti accolti dagli studenti, che possono sperimentare sul campo le nozioni apprese. Grazie al contributo erogato da Humana Italia, nell'anno 2020 sono state finanziate **25 borse di studio** che hanno consentito ad altrettanti studenti di intraprendere un percorso di formazione tecnica e professionale presso la scuola di Nacala.

Il contributo alla scuola di Mikolongwe in Malawi è stato utilizzato, invece, per il **contrasto all'emergenza Covid**, attraverso

FORMAZIONE PROFESSIONALE

LUOGO

MALAWI, MOZAMBICO, ZIMBABWE, BRASILE

Contributo economico 2019-2020

153.943,7 €

Principali risultati*

MOZAMBICO

25 borse di studio elargite presso la scuola di Nacala nel 2020.

BRASILE

120 tra giovani e donne coinvolti nel progetto Sementes do futuro nel 2020.

MALAWI

Scuola Professionale di Mikolongwe - 315 studenti iscritti ai corsi della durata di 1, 2, o 3 anni e 110 studenti iscritti a corsi brevi nel 2019.

ZIMBABWE

Scuola professionale Ponesai Vanhu - 80 studenti iscritti e 20 studenti frequentanti i corsi brevi nel 2019.

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. **(GRI 203-1)**

l'installazione degli impianti di lavaggio delle mani, la disinfezione degli spazi in preparazione alla riapertura della scuola e l'acquisto di dispositivi per la protezione dal contagio.

Sempre nell'ambito della formazione tecnica e professionale, a novembre 2020 il Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo ha erogato un contributo a sostegno del progetto "Sementes do futuro. Formazione e inclusione per giovani e donne della periferia di Salvador". Il progetto, avviato in collaborazione con Humana Brasile, punta a ridurre la povertà nel quartiere di Castelo Branco nella città di Salvador attraverso l'aumento delle capacità professionali e personali di 120 giovani e donne in condizione di vulnerabilità. Le donne, in prevalenza madri single e disoccupate, saranno coinvolte in corsi di cucito con l'obiettivo di sviluppare il loro spirito imprenditoriale e renderle indipendenti mentre i giovani, in prevalenza "NEET", seguiranno corsi di informatica e inglese per rafforzare il loro livello di istruzione e la possibilità di trovare lavoro.

PROGRAMMI DI INCLUSIONE SCOLASTICA

Tra gli interventi in ambito formativo sostenuti da Humana, particolare attenzione è posta all'**accesso all'istruzione per i bambini più piccoli** e alle iniziative di **contrasto dell'abbandono scolastico**, fenomeno purtroppo ancora molto frequente nei Paesi dell'Africa subsahariana e dell'India.

In **India**, Humana continua a sostenere il programma **KADAM Step-Up**, con l'obiettivo di ridurre il tasso di abbandono scolastico e di colmare le lacune dei cosiddetti Out-of-School Children (OOSC). Avviato nel 2014, il programma si basa su "10 step", ovvero un sistema di apprendimento graduale che alterna lezioni teoriche a laboratori pratici, che aiutano lo sviluppo a tutto tondo dei bambini. Ad agosto 2020, il programma coinvolgeva **86.218** studenti in sei stati dell'India (Jammu & Kashmir, Haryana, Uttar Pradesh, Rajasthan, Maharashtra and Chattisgarh).

In **Malawi**, Humana è impegnata nella sensibilizzazione sul ruolo centrale dell'istruzione, con campagne one-to-one e gruppi di mobilitazione, al fine di coinvolgere le famiglie e le comunità. Con il progetto "**Let children stay at school**" si è cercato di ridurre l'assenteismo e di contrastare il tasso di abbandono scolastico. L'obiettivo è stato perseguito mediante una formazione speci-

PROGRAMMI DI INCLUSIONE SCOLASTICA

LUOGO	MALAWI, MOZAMBICO e INDIA
Contributo economico 2019-2020	73.384,0 €
Principali risultati*	<p>MOZAMBICO Programma 400 Primary school: Nel 2019 100 studenti delle scuole magistrali coinvolti, 12.253 studenti raggiunti direttamente attraverso tirocinio realizzato dagli studenti diplomati presso le Scuole Magistrali del Malawi, 53.481 studenti raggiunti indirettamente dal progetto attraverso attività quali open days, attività sportive, pre-scuola.</p> <p>INDIA 86.218 studenti coinvolti nel programma "KADAM Step-up" nel 2020.</p>

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. **(GRI 203-1)**

fica per gli insegnanti, che hanno redatto piani di medio-lungo termine, al fine di assicurare continuità alle attività in tutte le 114 scuole beneficiarie dell'intervento: tra queste, rientrano le iniziative di creazione e di gestione degli orti scolastici (valido supporto ai programmi alimentari), la ristrutturazione delle latrine e delle aule, la realizzazione di nuovi spazi gioco, nonché l'avvio di nuove piccole attività generatrici di reddito, gestite da gruppi di mamme.

Sempre in **Malawi**, abbiamo sostenuto il progetto "**400 Primary School**", che nasce dalla volontà degli insegnanti diplomati pres-

so gli istituti magistrali di DAPP Malawi di migliorare le scuole governative nelle quali si trovano a lavorare una volta terminati gli studi con l'obiettivo di raggiungere, appunto, 400 scuole primarie. Oltre a coinvolgere gli alunni, gli insegnanti organizzano attività al di fuori della scuola, come la piantumazione di alberi e la creazione di orti intorno agli istituti, la costruzione di servizi igienici e di forni salva-legna, nonché la formazione su temi quali la corretta alimentazione e la prevenzione di malattie come il colera e la malaria.

ONE WORLD UNIVERSITY

Humana gestisce anche una formazione di livello universitario presso la **One World University**, istituto situato nel distretto di Changanane, in **Mozambico**. Due sono gli indirizzi di specializzazione: **Pedagogia**, che forma i futuri insegnanti delle scuole magistrali di Humana, e **Sviluppo Comunitario** (*Fighting with*

the Poor), che prepara operatori di comunità, impegnati a migliorare le condizioni di vita delle persone e a sconfiggere la povertà. La formazione include anche esperienze di viaggio, interazioni con la comunità e responsabilizzazione nella gestione dell'istituto. Dal 2012, i corsi sono offerti anche in modalità **distance-learning**.

ONE WORLD UNIVERSITY

LUOGO	MOZAMBICO
Contributo economico 2019-2020	5.739,0 €
Principali risultati*	213 totale studenti iscritti nel 2019, a cui si aggiungono 425 studenti iscritti ai corsi in distance learning.

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. **(GRI 203-1)**



4.3 PREVENZIONE E TUTELA DELLA SALUTE (25%)

Il benessere e la salute delle persone costituiscono dei bisogni primari, basilari per qualsiasi individuo. Per questo Humana, in coerenza con il **Goal 3** delle Nazioni Unite è impegnata in **programmi di prevenzione e contrasto di malattie** molto diffuse, quali **malaria** e **HIV/AIDS** in Mozambico, Angola, Namibia, Malawi, Zimbabwe (**GRI 203-2**).

Nel corso del 2019, Humana ha sostenuto interventi di contrasto al virus dell'HIV nell'ambito del programma HOPE di Maputo, Mozambico, dove si è continuato ad applicare, in sinergia con le strutture mediche locali, l'approccio definito Index Case con l'obiettivo di sottoporre alle attività di counselling e testing i fa-

miliari e le persone più vicine alle persone a cui è già stata diagnosticata l'HIV. Il programma mira, inoltre, a sensibilizzare le persone che hanno interrotto il trattamento per l'HIV affinché essi possano riprenderlo in modo continuativo. Particolare attenzione viene data alle donne incinte e ai bambini.

I **Programmi TCE (Totale Controllo dell'Epidemia)**, avviati sempre in Mozambico, adottano invece un **approccio personalizzato**, basato su campagne porta a porta, in grado di raggiungere i singoli individui di una comunità. Le attività di assistenza si concentrano soprattutto nei confronti delle persone più a rischio, in particolare le donne e le giovani ragazze prostitute af-



finché esse si prendano cura della loro salute, prevenendo così sia il ciclo di contagi legati ai rapporti avuti con clienti, compagni e fidanzati, sia la trasmissione del virus durante eventuali gravidanze.

Sempre in Mozambico è stato portato avanti un progetto di **prevenzione della malaria** che punta a sensibilizzare e sollecitare le persone ad avere un ruolo attivo nella prevenzione, promuovendo pratiche dedicate nelle abitazioni e nelle comunità in cui vivono e cercando di avviare un trattamento precoce presso le strutture mediche locali. Il progetto, che è implementato in stretta sinergia con il programma nazionale contro la malaria del Ministero della salute, punta a formare insegnanti, attivisti e volontari in modo tale che diventino dei veri e propri esperti ed ambasciatori sul territorio. Il progetto ha permesso di distribuire circa 3,9 milioni di zanzariere in 23 distretti della Provincia di Nampula.

In Zimbabwe, nel 2019, Humana Italia ha contribuito a sostenere **Child Aid Malaria**, un Programma specifico di lotta alla malaria dedicato ai bambini che si colloca all'interno **dell'iniziativa regionale di contrasto alla malaria E8 (Elimination 8 Initiative)**. Intrapresa dal Global Fund nel giugno del 2017 e implementata da 8 Paesi dell'Africa meridionale, tra cui appunto lo Zimbabwe, essa ha l'obiettivo di **contrastare la diffusione della malaria** con particolare attenzione alle aree di confine tra i Paesi. Il progetto, che si è concluso nel mese di marzo 2019, ha realizzato azioni

di prevenzione precoce, rilevazione, localizzazione e trattamento dei casi di contagio, in particolare tra migranti e tra coloro che più spesso effettuano spostamenti. Inoltre, sono state realizzate 5 stazioni di salute mobili permanenti, così da assicurare assistenza sanitaria primaria. L'intervento è stato coordinato dal Ministero della salute insieme a quello della cura dell'infanzia consentendo di raggiungere 7.098 persone.

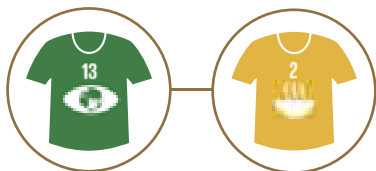
Sempre nell'ambito del programma regionale E8, Humana Italia ha sostenuto, in coordinamento con ADPP Angola, interventi specifici per l'eliminazione della malaria (oltre che per la prevenzione dell'HIV) in sei province sul confine tra Angola e Namibia. A oltre 45 mila persone è stato effettuato il test per la malaria e circa 4.200 persone sono state supportate direttamente con la terapia antiretrovirale. L'approccio usato è quello del **TTT, ossia Test, Treat and Tracking**, ossia testa, cura e monitora. Il numero di contagi nel 2019 è risultato in calo se visto in rapporto al 2018 e ciò è stato possibile soprattutto grazie alle Campagne di sensibilizzazione condotte dallo staff di DAPP.

Nell'ambito dei progetti per la salute, prosegue inoltre il sostegno di Humana al Programma TC-TB nei distretti di Chikwawa, Zomba, Machinga e Mangochi, in Malawi, che punta a contrastare la diffusione della tubercolosi, dell'HIV/AIDS e della malaria attraverso campagne di sensibilizzazione rivolte alla popolazione più a rischio, servizi di testing e assistenza alle persone malate.

PREVENZIONE HIV/AIDS E MALARIA

LUOGO	ANGOLA, NAMIBIA, MALAWI, MOZAMBICO E ZIMBABWE
Contributo economico 2019-2020	236.875,05 €
Principali risultati*	<p>MOZAMBICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 23.256 persone testate per l'HIV presso il centro HOPE. • 6.039 giovani prostitute raggiunte dal programma TCE nel 2019 e 5.149 sottoposte a test. • 8.479 persone formate sui temi della malaria <p>ZIMBAWE</p> <p>7.098 persone raggiunte, 6.148 persone sottoposte al test, 2.800 positive che hanno pertanto cominciato il trattamento grazie al programma Child Aid Malaria.</p> <p>ANGOLA E NAMIBIA</p> <p>46.918 persone sottoposte a test per la malaria, di cui il 98% sottoposte a trattamento.</p> <p>MALAWI</p> <p>1.815 hanno ricevuto il servizio di testing per Tubercolosi e HIV; 120 persone hanno iniziato il trattamento contro la tubercolosi.</p>

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. (GRI 203-1)



4.4 AGRICOLTURA E SICUREZZA ALIMENTARE (17,8%)

In Africa il 60% della popolazione è impiegata in attività agricole e dipende da queste per la propria sopravvivenza. Grazie ai programmi **Farmers' Clubs**, in **Malawi** Humana supporta i piccoli coltivatori con lo scopo di **ridurre la povertà, combattere l'insicurezza alimentare e garantire loro accesso al cibo**. Questi obiettivi sono perseguiti mediante percorsi formativi sulle tecniche di agricoltura sostenibile in grado di diversificare e incrementare la produttività dei terreni, e su come avviare attività commerciali, basate sul surplus agricolo **(GRI 203-2)**.

Sempre in **Malawi**, in collaborazione con **Tavola Valdese**, Humana continua a sostenere il progetto **SCA – Screening, Cura e Alimentazione** volto a contrastare l'elevato tasso di malnutrizione infantile severa e moderata nel Paese e ridurre così la mortalità **(GRI 203-2)**.

Nel 2020 il progetto ha risentito degli effetti della crisi pandemica globale e alcune attività sono state rimodulate per evitare i contagi. Una delle prime attività ad essere rimodulata è stata quella dello **screening di massa** per individuare casi di malnutrizione acuta: lo staff di progetto ha definito una nuova strategia di intervento nota come **Family MUAC, affidando lo screening direttamente alle madri** per limitare i contatti e contrastare la

diffusione del virus. Nonostante le sfide poste da questo nuovo approccio, **4.908 madri** sono state raggiunte e formate su come effettuare lo screening. Inoltre, 4.874 bambini sotto i due anni sono stati raggiunti dagli screening di massa e 605 hanno avuto accesso al trattamento sanitario corrispondente alla forma di malnutrizione individuata. Sono stati realizzati 2.303 orti alimentari e sono stati distribuiti 1.300 pacchi contenenti diverse varietà di ortaggi locali.

A gennaio 2019, grazie al finanziamento del Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo, è stato avviato il progetto **"Bambà: la forza delle donne Quilombola"**. Il programma, rivolto a 50 donne Quilombola dello stato di Bahia, discendenti degli schiavi africani e fra i gruppi più emarginati del Brasile, mira da un lato a **favorire lo sviluppo rurale sostenibile** per la lotta alla malnutrizione e il miglioramento della sicurezza alimentare delle famiglie e dall'altro a **promuovere l'organizzazione comunitaria delle donne** per la creazione di piccole imprese economiche solidali, collegate al mercato locale **(GRI 203-2)**. Il termine brasiliano "Bambà" indica il sedimento dell'olio di palma (frutto tra i più noti e diffusi nel Paese dell'America Latina) e simbolo stesso della resistenza della pianta, del Brasile e di questa comunità emarginata e resiliente.

AGRICOLTURA SOSTENIBILE E SICUREZZA ALIMENTARE

LUOGO

MALAWI E BRASILE

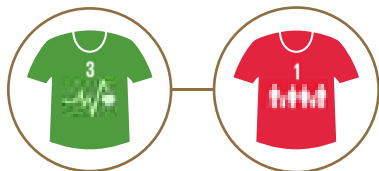
Contributo economico 2019-2020

168.916,0 €

Principali risultati*

- 4.908 mamme e 4.874 bambini beneficiari del progetto SCA nel 2020
- 53 donne coinvolte e formate nell'ambito dell'agricoltura sostenibile e 5 micro-imprese solidali sorte grazie al progetto Bambà.

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. **(GRI 203-1)**



4.5 AIUTO ALL'INFANZIA E SVILUPPO COMUNITARIO (7%)



Humana gestisce programmi integrati di **sviluppo comunitario** e **aiuto all'infanzia**, finalizzati alla tutela della salute, a favorire lo sviluppo economico delle comunità rurali e più isolate, migliorandone le condizioni di vita e creando un contesto nel quale i bambini possano crescere sani e sviluppare al meglio il proprio potenziale (GRI 203-2). Colonna portante di questi programmi sono i **Gruppi di Azione di villaggio**, costituiti da 15-20 famiglie ciascuno, che si attivano in iniziative di sensibilizzazione, percorsi di empowerment e progetti di micro-credito, andando a coinvolgere i membri della comunità.

I programmi di sviluppo comunitario supportati nel corso del 2020 sono stati i centri di accoglienza **La Città dei Bambini di Maputo in Mozambico** e di **Malambanyama in Zambia**.

Il Centro di Accoglienza La Città dei Bambini a Maputo, in Mozambico (attivo dal 1990), assicura **educazione primaria e supporto all'integrazione sociale di bambini vulnerabili**. Il Centro accoglie bambini orfani e vulnerabili, dando loro vitto e alloggio, nonché avviandoli in processi formativi. Inoltre, nel Centro, è erogata educazione primaria (percorso di 7 anni, coerente con il Piano del Ministero dell'Istruzione) per i bambini residenti nei villaggi vicini. Oltre a imparare a leggere e scrivere (le lezioni sono tenute in lingua portoghese), i bambini residenti nel Centro hanno l'opportunità di partecipare a programmi culturali e sportivi e di essere responsabilizzati, grazie al loro coinvolgimento nella produzione agricola o nella cura degli animali.

Anche nella Città dei Bambini di Malambanyama si lavora con grande

impegno per accogliere i **bambini più vulnerabili**, perché reduci da attività illegali o abusi, garantendo loro un percorso di rieducazione e formazione, anche professionale. I ragazzi più grandi, infatti, partecipano a laboratori di falegnameria, piccola carpenteria e sartoria, oppure praticano attività sportive e ricreative che li aiutano a riacquisire una socialità positiva. A entrambi i Centri di Accoglienza sono destinati i fondi derivanti dalla sottoscrizione del Programma di Sostegno a Distanza di Humana Italia. Nel 2019 Humana Italia ha sostenuto anche un programma di sviluppo comunitario integrato in Angola grazie al quale sono stati coinvolti oltre **11 mila famiglie** residenti in zone rurali e affette da grande siccità, con l'obiettivo di migliorare la loro condizione di salute attraverso l'implementazione di punti di approvvigionamento idrico, la fornitura di energia tramite l'installazione di pannelli solari, l'installazione di sistemi di lavaggio e latrine, la promozione di pratiche di agricoltura sostenibili, la distribuzione di zanzariere e di attività di orticoltura e altre attività concrete.

AIUTO ALL'INFANZIA E SVILUPPO COMUNITARIO

LUOGO	MOZAMBICO, ZAMBIA E ANGOLA
Contributo economico 2019-2020	66.733,0 €
Principali risultati*	<ul style="list-style-type: none"> • 489 bambini iscritti nel Centro di Maputo in Mozambico. • 424 bambini iscritti nel Centro di Malambanyama in Zambia. • 11.162 famiglie visitate e registrate dai c.d. Community Agents (operatori di comunità) nell'ambito del progetto di sviluppo comunitario in Angola.

* I principali risultati qui riportati fanno riferimento a ciò che è stato possibile realizzare grazie al contributo di Humana Italia, in sinergia con gli altri membri della Federazione Humana ed eventuali ulteriori partner esterni. (GRI 203-1)





GLI INTERVENTI IN ITALIA E L'ATTIVITÀ DI RACCOLTA FONDI

(GRI 413-1)

Promuoviamo la cultura della sostenibilità
e della solidarietà

5



5.1 FARE RETE PER LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA SOLIDARIETÀ



**La forza della rete:
insieme per promuovere
solidarietà e sviluppo
sostenibile**

Humana opera anche in Italia, impegnandosi nella realizzazione di diversi progetti ed eventi con l'obiettivo principale di diffondere e **promuovere la cultura della sostenibilità e dello sviluppo sostenibile** insieme a una **rete di partner**. In coerenza con il 17° Goal delle Nazioni Unite vediamo infatti nell'**avvio e nel rafforzamento delle partnership uno strumento concreto** ed efficace per raggiungere gli obiettivi di promozione della solidarietà e della sostenibilità.

Le collaborazioni che si innescano sono varie e diversificate, anche a seconda degli stakeholder coinvolti (aziende, istituzioni, scuole, associazioni del territorio ecc). Molte delle iniziative realizzate in partnership uniscono alla **sensibilizzazione** l'attività di **raccolta fondi**.

La Tabella 1 mostra le principali categorie di donatori che nel 2019 e 2020 hanno sostenuto la nostra mission con contributi economici (**G4-NGO8 - NGO Sector Disclosures**).

Tabella 1 . DONAZIONI PER CATEGORIA DI DONATORI (VALORI IN EURO)*

Categorie di donatori	2018	%	2019	%	2020	%	Variazione% (2018-2019)	Variazione% (2019-2020)
Individui*	85.373,3	21,9%	100.814,7	33,1%	57.360,8	30,3%	18,1%	-43,1%
Istituzioni e fondazioni	192.419,0	49,3%	95.311,2	31,3%	119.882,7	63,3%	-50,5%	25,8%
Aziende	112.129,1	28,7%	108.665,0	35,7%	12.200,0	6,4%	-3,1%	-88,8%
Altre donazioni	387,0	0,1%		0,0%		0,0%	-100,0%	
Totale	390.308,4	100,0%	304.790,9	100,0%	189.443,5	100,0%	-21,9%	-37,8%

* La quota individui include il 5 per mille

5.2 CON FONDAZIONI E ISTITUZIONI

In questa categoria di stakeholder, nel 2020 si conferma un nostro partner strategico: **La Tavola Valdese**, con cui collaboriamo da 8 anni. Nell'ultimo anno la Chiesa Valdese ha approvato due finanziamenti: uno per il progetto Nett e Kadam+ e l'altro per proseguire il progetto SCA - Screening, Cura e Alimentazione (per approfondire i due progetti, si veda cap. 4, par. 4.2 e 4.4).

Nel 2020 abbiamo rafforzato anche la collaborazione con il Fondo di Beneficenza di **Intesa Sanpaolo** che a novembre ha



sostenuto il progetto sviluppato in Brasile “Sementes do futuro. Formazione e inclusione per giovani e donne della periferia di Salvador”.

Anche **Fondazione San Zeno** ha confermato il proprio supporto alla mission di Humana, in particolare aiutandoci ad assicurare continuità al progetto delle scuole magistrali in India.

Grazie alla partecipazione a bandi erogati da istituzioni, Humana Italia ha ottenuto l'approvazione di proposte di finanziamento per un totale di **155.783 €** a favore di progetti di cooperazione internazionale e degli interventi in Italia a favore del **progetto Orto 3C** – Coltiviamo il Clima e la Comunità (la quota include il finanziamento di 5.000 euro erogato dalla Fondazione Comunitaria Nord Milano).

5.3 CON LE AZIENDE PARTNER

Tra i principali stakeholder esterni, un ruolo importante nell'attività di promozione della CSR e nell'innescare di buone pratiche di circolarità è ricoperto dalle **aziende** con cui Humana Italia ha portato avanti, in questi anni, iniziative e campagne di diversa natura. Le collaborazioni sono proseguite nel 2020, anche se in modo ridotto a causa dell'emergenza pandemica, che ha provocato l'interruzione di alcune collaborazioni e iniziative storiche e la riduzione delle quantità di abiti donati.

DONAZIONE TRAMITE CAMPAGNE DI RECUPERO DELL'ABBIGLIAMENTO USATO

Le **campagne di recupero dell'abbigliamento usato** sono tra le iniziative di sostenibilità di maggior successo che Humana propone alle **aziende del settore moda**, attraverso un'operazione che mette al centro i clienti e il loro impegno.

Grazie a queste iniziative, i punti vendita delle aziende di moda partner ospitano contenitori temporanei per la raccolta degli abiti usati, all'interno dei quali i clienti possono donare gli abiti che non indossano più. Humana garantisce la **valorizzazione dei capi usati** donati, grazie alla trasformazione dei vestiti in risorse economiche per i progetti.

DONAZIONI IN-KIND E IN DENARO

È possibile sostenere la mission di Humana anche **donando prodotti e servizi** oggetto del proprio business aziendale, contribuendo così a ridurre gli acquisti e a contenere i costi sostenuti da Humana. Attraverso una donazione in-kind, inoltre, le aziende evitano le spese di stoccaggio e di gestione delle merci a magazzino e possono godere della **deducibilità fiscale** proporzionale al valore della donazione effettuata. Per le imprese del **settore Tessile-Abbigliamento-Moda** vi è l'opportunità di destinare i propri **stock aziendali** a Humana, che può valorizzarli all'interno della propria filiera.

Tra le partnership di questo tipo, continua ad esempio quella con Armadio Verde, oggi diventato **GreenChic**, la start up italiana nata nel 2011 con l'obiettivo di ridurre i consumi e l'impatto sull'ambiente, partendo dallo scambio di capi di abbigliamento tra privati, tramite la piattaforma online (www.greenchic.it). Nel 2020 Humana ha ricevuto dalla start up 83.500 kg di capi, donati poiché non conformi per la vendita sul proprio portale, o invenduti. Abbiamo ricevuto inoltre donazioni in-kind anche da parte del **gruppo Hanes Italy Srl** con 10.860 kg di propri articoli invenduti di abbigliamento intimo.

Le iniziative di sensibilizzazione sulle finalità sociali e solidali di Humana presso i propri partner hanno generato donazioni economiche per un importo complessivo di 24.200 € da parte di **ALSCO Italia, Masterpack, Cassa Centrale, Anima Sgr, Amazon Logistics**.

COLLABORAZIONI CON LA GDO

Con la **Grande Distribuzione Organizzata (GDO)** da sempre attiviamo partnership di CSR personalizzate. Il posizionamento di contenitori per la raccolta di abiti usati di Humana presso i punti di vendita (previo accordo con i comuni convenzionati con Humana), è uno degli esempi più concreti di come queste collaborazioni possano portare vantaggi alle aziende, oltre che ai beneficiari dei nostri progetti: l'azienda, infatti, può offrire un servizio aggiuntivo alla propria clientela e, nello stesso tempo, sensibilizzarla sui temi della sostenibilità. In alcuni casi, iniziative come questa possono evolvere dando vita a progetti più strutturati dedicati all'engagement dei collaboratori, o al miglioramento del clima aziendale. Tra le principali insegne della GDO con le quali abbiamo lavorato nel 2020 si riconfermano **UNES, Il Gigante e Carrefour**.

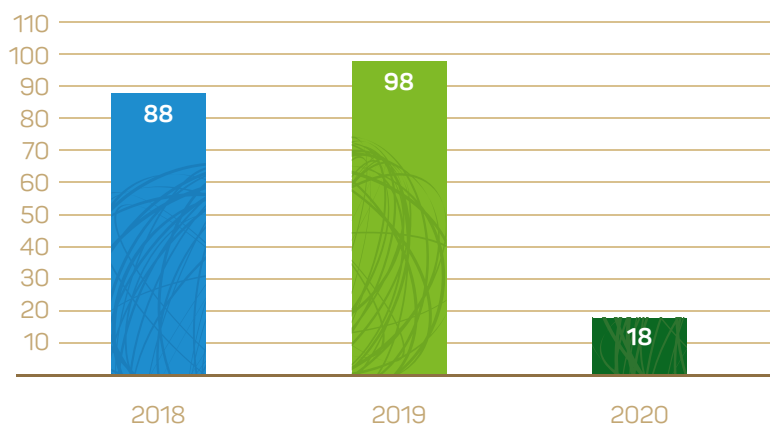
5.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI

La possibilità di migliorare il mondo in cui viviamo passa anche dalle scelte di singoli individui o piccoli gruppi di persone, che credono nella forza dei "piccoli gesti": tra queste, includiamo sicuramente i nostri volontari e donatori.

Il numero di volontari per il 2019 è aumentato rispetto all'anno precedente (98 rispetto a 88), mentre nel 2020 il numero si è ridotto a 18 per le limitazioni imposte dall'emergenza sanitaria. La maggior parte dei volontari ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, e ha preso parte a giornate di **volontariato aziendale**: i dipendenti di **Cnp Vita** e **Medtronic** sono stati coinvolti in attività di smistamento abiti presso la filiale di Pregnana Milanese, di orticoltura presso l'orto di comunità di Humana e in attività di upcycling in collaborazione con la Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone e il suo marchio Beltbag. 15 volontari sono stati invece coinvolti direttamente nello sviluppo del progetto 3C, l'orto di comunità di Humana (vedi box).

Un altro ambito di volontariato è rappresentato dal **programma Vacanze Solidali**. Nel 2019, oltre alla tradizionale meta mozambicana, è stata aggiunta una nuova destinazione, il Malawi. I volontari che hanno preso parte all'iniziativa sono stati 36 nel periodo che va tra luglio e agosto. Con il **Programma di Vacanze Solidali** i partecipanti hanno l'opportunità di svolgere un'esperienza di viaggio autentica, partecipando ad attività di volontariato con i bambini e le comunità del posto, visitando gli interventi di cooperazione internazionale sostenuti da Humana in loco e godendo di paesaggi ancora incontaminati. Una parte della quota di partecipazione al viaggio in Mozambico è andata a finanziare 25 borse di studio per studenti della scuola professionale di Nacala più in difficoltà, per un importo

Figura 1. NUMERO VOLONTARI



PROGETTO 3C: COLTIVIAMO IL CLIMA E LA COMUNITÀ

Il primo orto di comunità di Humana è stato avviato a Cornaredo (MI), a pochi passi dalla nostra sede di Pregnana Milanese, nel giugno 2018.

Si tratta di un'iniziativa completamente gratuita e per tutti: ad ognuno dei partecipanti viene messo a disposizione un lotto di terra da coltivare e offerto un percorso di formazione teorica e pratica, della durata di due anni, sulle tecniche di agricoltura biologica. Le lezioni, tenute dai nostri esperti, affrontano diversi argomenti come la preparazione del terreno, le tecniche di irrigazione, ma anche la nutrizione e la fitoterapia. Infine, tutti i prodotti dell'orto vanno direttamente ai

partecipanti, che possono così beneficiare di un'alimentazione sana e a km zero, dando un aiuto diretto alla propria economia familiare.

Obiettivo del progetto è proprio quello di coinvolgere la comunità locale, promuovendo uno stile di vita sano e consapevole dell'ambiente, attraverso l'esperienza di auto-produzione e l'utilizzo di tecniche di coltivazione biologica. Inoltre, il progetto vuole creare, attraverso le sue attività di formazione e di lavoro condiviso, occasioni di socializzazione propositiva e incentivare la produzione di cibo di qualità per le persone più in difficoltà. **Gli obiettivi sono quindi l'inclusione e la promozione di un'agricoltura biologica e sostenibile.**

totale che ammonta a circa 8.750 euro. Per il Malawi, invece, le donazioni dei vacanzieri hanno contribuito a sostenere alcune attività specifiche per l'avvio del progetto (tra le quali ad esempio la distribuzione di libri e lavori di manutenzione nelle camere e cucine anche con l'acquisto di letti e stoviglie), anche in sinergia con Swiss Foundation for solidarity in Tourism.

Nel 2020 il Programma di Vacanze Solidali è stato totalmente sospeso.

Siamo riusciti invece a dare continuità al Progetto 3C, l'orto di comunità di Humana cui hanno preso parte 18 volontari. Le lezioni e le attività si sono fermate durante il primo lockdown di marzo 2020, ma sono riprese gradualmente nel rispetto delle norme di distanziamento richieste.

All'engagement e al contributo fornito dai partner aziendali e istituzionali e dai volontari, si aggiunge anche il supporto di individui che sostengono la mission di Humana con **donazioni in denaro**. Le modalità per attivarsi in questo senso sono riconducibili **principalmente a due opzioni**.

La prima riguarda la possibilità di aderire (individualmente o in piccoli gruppi) al programma di **Sostegno a Distanza**, contribuendo a sostenere i bambini e ragazzi ospiti dei **centri di accoglienza La Città dei Bambini** che Humana gestisce in Zambia e in Mozambico. Le formule di sostegno sono due: con 300 euro all'anno si assicurano istruzione, cure mediche e cibo a un bambino; con 150 euro all'anno invece si assicura la formazione scolastica a un bambino. Nel 2020 circa sessanta donatori hanno deciso di sostenere Humana.

Una seconda modalità è possibile attraverso la sottoscrizione del **5X1000 a favore di Humana Italia** nella **Dichiarazione dei redditi**. Nel 2020 Humana ha ottenuto un contributo totale di **25.539 €**, utilizzato a sostegno dei progetti a favore dell'istruzione e della formazione in Mozambico e Malawi.

Inoltre, Humana raccoglie donazioni attraverso campagne di sensibilizzazione dedicate a progetti specifici come nel caso della campagna natalizia del 2019 intitolata "5 pozzi per 5 scuole", lanciata con l'obiettivo di ridurre il gap di risorse idriche in Zambia, il Paese delle cascate Vittoria, ma dove oltre il 40% della popolazione non ha accesso sicuro all'acqua.

COME DIVENTARE VOLONTARI

Per ricevere informazioni su come diventare nostro volontario contattaci: 02-93964009 oppure volontariato@humanaitalia.org

SALUTE E SICUREZZA DEI NOSTRI VOLONTARI (GRI NGO LA6 - LA7)

Il **tema della salute e della sicurezza** è imprescindibile anche nei confronti di tutti i nostri **volontari, che operino in Italia o nei progetti a Sud del mondo**. Humana Italia attua infatti tutte le misure necessarie a tutelarli nello svolgimento della loro attività, effettuando un'analisi dei rischi e implementando tutte le azioni possibili per prevenirli (**GRI 103-1**). Ai volontari, per qualsiasi tipologia di attività svolta, vengono fornite tutte le adeguate informazioni a proposito della loro sicurezza e salute, coerentemente con quanto prescritto dalla normativa nazionale (**GRI 103 2-3**).

In particolare, nell'ambito del programma di Vacanze Solidali in **Mozambico e Malawi**, sono previsti **specifici incontri pre-partenza** volti a illustrare gli eventuali rischi a cui i volontari potrebbero incorrere durante il soggiorno in Africa, indicando anche le dovute precauzioni da prendere per poterli arginare. Nella fase preliminare alla partenza, Humana Italia consiglia sempre di rivolgersi alle ASL competenti per l'indicazione delle terapie vaccinali da effettuare prima di partire (**GRI 403-3**). I gruppi sono inoltre accompagnati in loco per tutto il tempo del loro soggiorno da un referente italiano ed è prevista una costante attività di supporto dall'Italia. Humana monitora regolarmente il sito www.viaggiareassicuri.it ed è in contatto con l'Ambasciata mozambicana in Italia e, viceversa, con quella italiana in Mozambico, in modo da essere costantemente aggiornata su eventuali criticità da poter trasmettere ai propri volontari (**GRI 103-2**).

Coloro che si attivano con il **volontariato nazionale** beneficiano di un'assicurazione dedicata stipulata da Humana Italia. Tutti i volontari e i visitatori delle nostre sedi, in particolare del nostro impianto di smistamento e del laboratorio di Belt Bag (i luoghi dove vengono solitamente realizzate le attività di volontariato aziendale), ricevono i necessari DPI, quali ad esempio scarpe antinfortunistiche, guanti e giubbotto catarifrangente. Per gli attivisti del progetto "**3C Coltiviamo il Clima e la Comunità**" è prevista una formazione ad hoc, portata avanti dalla responsabile del progetto, dedicata agli aspetti inerenti alla tutela della sicurezza all'interno dell'orto. I nostri ortisti vengono inoltre dotati di DPI specifici e viene loro richiesto di aderire a un regolamento interno e a una procedura di prevenzione infortuni.



5.5 CON LE SCUOLE E LE UNIVERSITÀ

La possibilità di coinvolgere i giovani in progetti di engagement sui temi della solidarietà e della tutela ambientale è, da sempre, un settore di lavoro strategico per Humana. Alla base di ciò, vi è l'idea che si possa **partire proprio dai più piccoli per migliorare gli stili di vita**, in modo che siano realmente più sostenibili. Lavorare in sinergia con le scuole, e quindi con i bambini e i ragazzi, consente di divulgare i valori della solidarietà e del rispetto di culture diverse dalla propria, contribuendo a sensibilizzare anche su questi temi "gli adulti del domani". L'attivazione di percorsi nelle scuole non si basa su specifiche procedure interne: i progetti, realizzati da Humana anche in collaborazione con "partner tecnici", quali ad esempio agenzie di comunicazione ambientale o professionisti della comunicazione, sono "costruiti" per promuovere i valori della nostra organizzazione e, nello stesso tempo, rispondere alle esigenze dei nostri partner sul territorio (sia i Comuni sia gli Istituti scolastici stessi) **(GRI 103-1-2-3)**.

Tra queste iniziative, nel 2019 in collaborazione con **SAVNO**, Consorzio attivo in 44 Comuni della Provincia di Treviso, abbiamo implementato il progetto "Noi sì che abbiamo della stoffa!", che ha raggiunto 1.122 studenti delle scuole primarie e secondarie (per un totale di 55 interventi). Sempre nel 2019 è proseguita l'iniziativa, avviata nel 2017, con il Consorzio di Bacino Verona 2 del



Quadrilatero che ha raggiunto 792 studenti, per un totale di 36 interventi. Infine, grazie alla collaborazione attiva con il Comune di Costabissara (VI), Humana ha realizzato 10 interventi di ECM – Educazione alla Cittadinanza Mondiale - che hanno coinvolto altri 200 studenti delle scuole primarie e secondarie del territorio. A causa delle restrizioni introdotte a seguito dell'inizio della pandemia, nel 2020 abbiamo dovuto ridurre le occasioni di attività e coinvolgimento delle istituzioni scolastiche, che contiamo di riprendere in sicurezza non appena sarà possibile.

5.6 #HUMANA: EVENTI, COMUNICAZIONE E MEDIA

Con l'obiettivo di sensibilizzare le comunità in cui operiamo e dialogare con tutti i nostri stakeholders, non perdiamo occasione di mobilitarci, prendendo parte a tavoli di confronto e iniziative di divulgazione sui temi della circolarità, della trasparenza e della sostenibilità del settore.

Nel 2020 la partecipazione agli eventi è stata notevolmente ridotta. Nonostante questo, le nuove tecnologie hanno reso possibile prendere parte ad alcuni importanti incontri virtuali; tra questi il **Salone della CSR e dell'innovazione sociale** di Milano, al quale Humana ha partecipato con un convegno dal titolo "EPR

e fine vita del prodotto: come cambia il ruolo di produttori e distributori” (si veda il box “Il futuro del settore del ri-uso e del tessile” Cap. 3)

Humana ha continuato a prendere parte alle attività promosse dal **Tavolo di Riuso** di Torino, una realtà che riunisce i principali soggetti piemontesi che operano nell’ambito del recupero di abbigliamento, arredi e beni durevoli. Nel corso del 2020 il format degli eventi organizzati ha subito un cambiamento, divenendo un Agorà virtuale sulla sostenibilità con decine di appuntamenti online con personaggi del mondo della cultura e dell’arte sostenibile.

Nel mese di novembre Humana ha organizzato una serie di eventi online dedicati al tema dell’economia circolare: gli **Humana Talks**. Sotto questo cappello sono stati realizzati quattro convegni trasmessi in diretta sul canale YouTube di Humana sotto il titolo generale “Economia Circolare: ne abbiamo la stoffa? Le sfide imminenti per il settore tessile”. Sono intervenuti rappresentanti di aziende, della Pubblica Amministrazione e di associazioni dedicate al recupero.

Sempre nel mese di novembre, in occasione della **SERR - Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti**, attraverso la piattaforma YouTube, è stato realizzato un convegno dal titolo “La trama invisibile di una T-Shirt”, con l’obiettivo di discutere sull’impatto ambientale e sociale dell’industria della moda e delle possibili strategie e modelli da attuare per invertire la rotta.

Per quanto riguarda le attività più tradizionali di comunicazione, l’Ufficio Comunicazione e Marketing ha portato avanti le attività di ufficio stampa e PR, soprattutto in occasione di eventi specifici e iniziative dedicate alla raccolta vestiti o alla promozione della cultura del riutilizzo.

Le **uscite complessive** a livello mediatico sono state **478**.

Il **notiziario Associativo**, redatto due volte l’anno, ha raggiunto complessivamente **circa 3.700 stakeholder**.

Nel corso dell’anno è stata inviata una **newsletter** con lo scopo di mantenere informate e aggiornate sull’attività di Humana e sulle ultime notizie del settore **circa 16.000 persone**.

Nel corso del 2020 sono stati aggiornati inoltre il sito istituzionale:

(<https://www.humanaitalia.org/>), e quello dedicato specificatamente alla filiera degli abiti usati (<http://raccoltaviestiti.humanaitalia.org/>).

Per quanto riguarda la comunicazione sui Social Network, a fine 2020 Facebook contava **circa 17.500 followers**, in lieve incremento rispetto all’anno precedente. Una maggiore attenzione è stata data anche ad altre piattaforme social quali Instagram e LinkedIn. Oltre alla comunicazione organica, la comunicazione sui social avviene effettuando campagne sponsorizzate dedicate a contenuti ed eventi specifici. All’attività social si aggiunge quella di *mailing* (tramite DEM) destinata a target diversi.



Enti e Istituzioni



1.189 Comuni italiani	Fondo di Beneficenza Intesa Sanpaolo
ADPP Angola*	Humana People to People India*
ADPP Mozambico*	Humana People to People Brasile
ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società - Università Cattolica del Sacro Cuore	Humana People to People Slovakia*
Centro di ricerca Occhio del Riciclone ONLUS	Humana People to People Baltic in Lituania*
Chiesa Valdese	Icesp
CSR Manager Network Italia	Leotron
DAPP Malawi*	Occhio del Riciclone Cooperativa Sociale ONLUS
DAPP Zambia*	One World Clothes Trade Bulgaria Ltd.
DAPP Zimbabwe*	Rete Nazionale Operatori dell'Usato
Euric	Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale
Fondazione Comunitaria Nord Milano	Swiss Foundation for Solidarity in Tourism
Fondazione KIABI	Tides Foundation (Patagonia)
Fondazione San Zeno	Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano
	Utilitalia

* Organizzazioni membri della Federazione Internazionale Humana People to People

Altri partner



A&T 2000 S.p.A.	Cem Ambiente S.p.a.
Achab Group	Cidiu Servizi S.p.a.
Alsco Italia Srl	CLARA S.p.A. SERVIZI AMBIENTALI PER IL TERRITORIO
Amiat Gruppo iren	CNP Vita
Anima SGR	Cogesa SpA
Aprica S.p.a (Gruppo A2A)	CONSER VCO S.p.a.
Armadio Verde	CCS Consorzio Chierese per i Servizi
Assocalzaturifici	Consorzio dei Comuni dei Navigli
Assorecuperi	Consorzio Comprensoriale per lo Smaltimento dei Rifiuti Urbani "Area Piomba Fino"
Associazione Oltre i Perimetri	Consorzio Covar 14
Associazione Vivibalon (operatori del mercato storico Balon di Torino)	Consorzio di Bacino Basso Novarese
Asti Servizi Pubblici S.p.a.	Consorzio di Bacino Verona Due del Quadrilatero
Auchan Retail Italia	Consorzio Obbligatorio di Bacino Unico del V.C.O.
Audace Palestre	CO.S.R.A.B. Consorzio Smaltimento Rifiuti Area Biellese
Banco BPM	CST consulting
Bridgestone	Criteo
Broni Stradella Pubblica srl	DHL Express
Brunelli & CO	Diners
BTicino	Diodoro Ecologia Srl
Carmens Industry	Domus Academy
Carrefour Italia	Eco.lan S.p.A
Casalasca Servizi S.p.a.	Ecoambiente Srl
CEC - Consorzio Ecologico Cuneese	Ecoelpidiense Srl



ESA-Com spa	Manifi
ESDW	MissUp
Esprinet	Nico
EURVEN	Nokia
Gallerie Commerciali Italia	Officine Mario Freni srl
Fratelli Villani	Patagonia
Ferragamo	PlanBee
FLEX	Politecnico di Torino
Giunko srl	Procter&Gamble
Grassi	PWC
Gruppo HERA S.p.A	Reale Mutua
Gruppo IREN S.p.A	S.A.B.A.R Servizi Srl
Gruppo Paterno	Sap
Gruppo Zannier con il marchio Z	Sartoria Sociale Il Gelso
Hanes Italy Srl	SASOM Srl
ICIS	Savno Servizi Srl
IDEALSERVICE SOC.COOP	Ser Lory
Il Gigante S.p.A	Service 24 Ambiente srl
Intrighi	SIVE - Servizi Intercomunali Veronapianura S.r.l.
IPER La Grande i S.p.A	Teddy S.p.A con il brand Terranova
Italmark S.p.A	Solidarietà provagliese Cooperativa Sociale ONLUS
i-paint	Tex
KIABI	Trenord
KPMG S.p.A	UNES - U2 Supermercati
Labelab	Università di Pavia - M.U.S.T. (Marketing Utilities and Storytelling Techniques)
Lampoo	UTILYA srl
Lanieri	Valle Camonica Servizi Srl
LINEA GESTIONI srl	VELOSI- PSC Europe
LW	Viridea Srl





ANNEX

6

INFORMATIVA GENERALE

GRI 102-7 COLLABORATORI COMPLESSIVI, PER CONTRATTO DI LAVORO E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Tempo indeterminato	156	161	143	-3,1%
Donne	77	77	70	0,0%
Uomini	79	84	73	-6,0%
Tempo determinato	26	36	59	-27,8%
Donne	15	11	20	36,4%
Uomini	11	25	39	-56,0%
Stage	2	3	5	-33,3%
Donne	2	3	3	-33,3%
Uomini	0	0	2	-
Contratto collaborazione coordinata e continuativa	3	2	2	50,0%
Donne	1	1	1	0,0%
Uomini	2	1	1	100,0%
Apprendistato	0	1	6	-100,0%
Donne	0	0	4	-
Uomini	0	1	2	-100,0%
Totale	187	203	215	-7,9%
Donne	95	92	98	3,3%
Uomini	92	111	117	-17,1%

GRI 102-7 COLLABORATORI COMPLESSIVI, PER AREA GEOGRAFICA E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Abruzzo (Teramo)	5	5	5	0,0%
Donne	0	1	2	100,0%
Uomini	5	4	3	-25,0%
Lazio (Roma)	15	29	34	48,3%
Donne	10	11	11	9,1%
Uomini	5	18	23	72,2%
Emilia Romagna (Bologna)	5	0	-	-
Donne	4	0	-	-
Uomini	1	0	-	-
Lombardia (Milano, Pregnana, Pavia, Brescia)	129	132	136	2,3%
Donne	70	69	75	-1,4%
Uomini	59	63	61	6,3%
Piemonte (Torino)	18	17	16	-5,9%
Donne	10	9	8	-11,1%
Uomini	8	8	8	0,0%
Veneto (Rovigo)	15	20	24	25,0%
Donne	2	2	2	0,0%
Uomini	13	18	22	27,8%
Totale	187	203	215	7,9%
Donne	96	92	98	-4,3%
Uomini	91	111	117	17,1%

GRI 102-8 DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO E PER GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Full-time	136	157	175	-13,4%
Donne	54	57	68	-5,3%
Uomini	82	100	107	-18,0%
Part-time	46	40	40	15,0%
Donne	39	31	30	25,8%
Uomini	7	9	10	-22,2%
Totale	182	197	215¹⁹	-7,6%

¹⁹Nel 2018 sono stati presi in considerazione tutti i lavoratori di Humana, inclusi i non dipendenti. Dal 2019, per rispondere correttamente alle richieste degli standard GRI, ci riferiamo solo ai dipendenti

GRI 102-8 COLLABORATORI ESTERNI PER AREA GEOGRAFICA E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Lazio (Roma)	-	-	-	-
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	-	-	-
Lombardia (Milano, Brescia)	3	3	13	-
Donne	-	-	-	-
Uomini	3	3	13	-
Piemonte (Torino)	-	10	-	-100%
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	10	-	-100%
Veneto (Rovigo)	9	10	-	-10%
Donne	-	-	-	-
Uomini	9	10	-	-10%
Totale	12	23	13	-47,8%
Donne	-	-	-	-
Uomini	11	23	13	-47,8%

OCCUPAZIONE

GRI 401-1 NUMERO TOTALE DI NUOVE ASSUNZIONI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Under 30	26	22	35	18,2%
Donne	18	12	16	50,0%
Uomini	8	10	19	-20,0%
Tra i 30 e i 50 anni	32	27	61	18,5%
Donne	6	8	13	-25,0%
Uomini	26	19	48	36,8%
Over 50	6	1	7	500,0%
Donne	1	0	2	#DIV/0!
Uomini	5	1	5	400,0%
Totale dipendenti	64	50	103	28,0%
Totale Donne	25	20	31	25,0%
Totale Uomini	39	30	72	30,0%

GRI 401-1 NUMERO TOTALE DI PERSONE CHE HANNO TERMINATO O INTERROTTO IL RAPPORTO DI LAVORO, PER FASCIA D'ETÀ, GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Under 30	20	18	21	11,1%
Donne	12	10	-	20,0%
Uomini	8	8	-	0,0%
Tra i 30 e i 50 anni	52	35	30	48,6%
Donne	8	12	-	-33,3%
Uomini	44	23	-	91,3%
Over 50	7	2	1	250,0%
Donne	1	1	-	0,0%
Uomini	6	1	-	500,0%
Totale dipendenti	79	55	52	43,6%
Totale Donne	21	23	18	-8,7%
Totale Uomini	58	32	35	81,3%

GRI 401-1 TASSO DI TURNOVER PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Tasso turnover complessivo	72,6%	48,8%	83,6%	23,8
Tasso di turnover in entrata	32,5%	23,3%	32,5%	9,2
Donne	12,7%	9,3%	21,7%	3,4
Uomini	19,8%	14,0%	43,8%	5,8
Sotto i 30 anni	13,2%	10,2%	87,5%	3,0
Tra i 30 e i 50 anni	16,2%	12,6%	23,8%	3,7
Oltre i 50 anni	3,0%	0,5%	7,7%	2,6
Tasso di turnover in uscita	40,1%	25,6%	65,6%	14,5
Donne	6,1%	4,7%	37,3%	1,4
Uomini	4,1%	3,7%	90,0%	0,3
Sotto i 30 anni	10,2%	8,4%	145,8%	1,8
Tra i 30 e i 50 anni	26,4%	16,3%	48,4%	10,1
Oltre i 50 anni	3,6%	0,9%	53,8%	2,6

Il **Tasso di turnover complessivo** è calcolato come nr. entrati + nr. usciti nel corso dell'anno/organico anno*100

Il **Tasso di turnover in uscita** è calcolato come nr. usciti durante l'anno/organico anno*100

Il **Tasso di turnover in entrata** è calcolato come nr. entrati durante l'anno/organico anno*100

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

GRI 403-9 NUMERO DI INFORTUNI SUL LAVORO DEI DIPENDENTI, SUDDIVISI PER GENERE E AREA GEOGRAFICA

INFORTUNI PER GENERE E AREA GEOGRAFICA	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Numero di infortuni Lazio (Roma)	-	4	1	-
Donne	-	1	-	-
Uomini	-	3	1	-
Numero di infortuni Lombardia (Pregnana M.se, Pavia e Brescia)	4	4	6	-
Donne	-	-	-	-100%
Uomini	4	4	1	-100%
Numero di infortuni Veneto (Rovigo)	-	2	2	-
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	2	2	-100%
Numero di infortuni Abruzzo (Teramo)	-	-	-	-
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	-	-	-
Totale numero infortuni	4	10	10	-
Donne	-	1	1	-
Uomini	4	9	9	-100%

GRI 403-9 NUMERO DI INFORTUNI SUL LAVORO DEI DIPENDENTI E CONTRATTISTI SUDDIVISI PER GRAVITÀ

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Numero di infortuni registrabili	4	10	10	-60%
di cui occorsi ai dipendenti	4	10	10	-60%
di cui contrattisti	0	0	0	-
Numero di infortuni con conseguenze gravi	0	0	0	-
di cui occorsi ai dipendenti	0	0	0	-
di cui contrattisti	0	0	0	-

Sono stati considerati tutti gli infortuni registrati da Humana Italia (SCARL e ONLUS) nel corso dei rispettivi anni.

Per infortuni con conseguenze gravi, secondo lo standard GRI si intendono gli infortuni che comportano un periodo di tempo superiore ai 6 mesi perché il lavoratore recuperi le condizioni di salute precedenti all'infortunio.

GRI 403-9 TASSI DI INFORTUNIO SUL LAVORO E ORE LAVORATE DEI DIPENDENTI E DEI CONTRATTISTI

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Tasso di infortuni sul lavoro	15,29	28,86	33,20	-47,0%
di cui occorsi ai dipendenti	15,29	28,86	33,20	-47,0%
di cui contrattisti	0	0	0	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0	0	0	-
di cui occorsi ai dipendenti	0	0	0	-
di cui contrattisti	0	0	0	-

I calcoli degli indici degli infortuni hanno considerato tutte le persone assunte durante l'anno con un contratto a tempo indeterminato, determinato e di apprendistato (no stage e no contratto collaborazione continuativa).

Il Tasso di infortunio è stato calcolato come: numero infortuni/totale ore lavorate in un anno* 1.000.000

Il Tasso di assenteismo è stato calcolato come: giornate di assenza (da calendario) per infortunio/totale ore lavorate in un anno* 10.000

FORMAZIONE E ISTRUZIONE

GRI 404-1 ORE MEDIE ANNUE DI FORMAZIONE EROGATE AI DIPENDENTI, SUDDIVISI PER CATEGORIA E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Dirigenti	8,0	3,0	14,4	167%
Donne	-	-	-	-
Uomini	8,0	3,0	14,4	167%
Quadri	3,5	3,3	36,7	5%
Donne	-	-	63,1	-
Uomini	3,5	3,3	10,3	5%
Impiegati	5,1	1,1	14,3	350%
Donne	4,7	0,9	12,6	423%
Uomini	6,4	1,8	18,6	249%
Operai e Equiparati	3,5	2,7	9,4	30%
Donne	3,7	1,4	6,5	158%
Uomini	3,4	3,3	10,8	2%
Totale	4,0	2,3	11,4	76%
Donne	7,7	1,2	10,6	554%
Uomini	6,8	9,0	12,0	-25%

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

GRI 405-1 DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO, PER CATEGORIA E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Dirigenti*	2	2	2	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	2	2	2	-
Quadri	3	3	4	-
Donne	0	0	2	-
Uomini	3	3	2	-
Impiegati	43	54	46	-20,4%
Donne	34	41	33	-17,1%
Uomini	9	13	13	-30,8%
Operai	108	102	91	5,9%
Donne	43	36	35	19,4%
Uomini	65	66	56	-1,5%
Totale	156	161	143	-3,1%
Donne	77	77	70	0,0%
Uomini	79	84	73	-6,0%

*Due dei quattro dirigenti hanno un contratto di collaborazione continuativa, di conseguenza non sono inclusi nella tabella.

GRI 405-1 POPOLAZIONE AZIENDALE, PER FASCIA DI ETÀ E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Under 30	33	29	39	13,8%
Donne	22	15	22	46,7%
Uomini	11	14	17	-21,4%
Compreso tra i 30 e i 50	113	135	153	-16,3%
Donne	57	61	69	-6,6%
Uomini	56	74	84	-24,3%
Over 50	36	33	23	9,1%
Donne	13	12	7	8,3%
Uomini	23	21	16	9,5%
Totale	182	197	215	-7,6%
Donne	92	88	98	4,5%
Uomini	90	109	117	-17,4%

*Due dei quattro dirigenti hanno un contratto di collaborazione continuativa, di conseguenza non sono inclusi nella tabella.

GRI 405-1 COMPOSIZIONE CDA HUMANA SCARL PER FASCIA DI ETÀ E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Under 30	0	0	0	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	0	0	0	-
Compreso tra i 30 e i 50	0	0	0	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	0	0	0	-
Over 50	3	3	3	-
Donne	2	2	2	-
Uomini	1	1	1	-
Totale dipendenti	3	3	3	-
Donne	2	2	2	-
Uomini	1	1	1	-

GRI 405-1 COMPOSIZIONE CDA HUMANA ONLUS PER FASCIA DI ETÀ E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Under 30	0	0	0	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	0	0	0	-
Compreso tra i 30 e i 50	1	1	1	-
Donne	1	1	1	-
Uomini	0	0	0	-
Over 50	2	2	2	-
Donne	2	2	2	-
Uomini	0	0	0	-
Totale dipendenti	3	3	3	-
Donne	3	3	3	-
Uomini	0	0	0	-

G4-NGO 8 – NGO SECTOR DISCLOSURES

NUMERO DI VOLONTARI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Under 30	2	6	11	-66,7%
Donne	1	5	6	-80,0%
Uomini	1	1	5	0,0%
Tra i 30 e i 50	9	75	67	-88,0%
Donne	4	56	36	-92,9%
Uomini	5	19	31	-73,7%
Over 50	7	17	10	-58,8%
Donne	4	6	5	-33,3%
Uomini	3	11	5	-72,7%
Totale volontari	18	98	88	-81,6%

NUMERO DI VOLONTARI, PER AMBITO DI INTERVENTO

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Volontari coinvolti in eventi e iniziative specifiche sul territorio	0	3	3	-100,0%
Di cui donne	0	3	2	-100,0%
Di cui uomini	0	0	1	-
Volontari partecipanti alle Vacanze Solidali	0	36	22	-100,0%
Di cui donne	0	24	17	-100,0%
Di cui uomini	0	12	5	-100,0%
Volontari che hanno aderito al volontariato aziendale	0	44	48	-100,0%
Di cui donne	0	32	21	-100,0%
Di cui uomini	0	12	27	-100,0%
Volontari che hanno aderito all'orto di comunità	18	15	15	20,0%
Di cui donne	9	8	8	12,5%
Di cui uomini	9	7	7	28,6%
Totale volontari	18	3	88	-100,0%

AMMONTARE DEI CONTRIBUTI PER CATEGORIE DI DONATORI

	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Individui*	57.360,8	100.814,7	85.373,3	-43,1%
Istituzioni e fondazioni	119.882,7	95.311,2	192.419,0	25,8%
Aziende	12.200,0	108.665,0	112.129,1	-88,8%
Altre Donazioni	-	-	387,0	-
Totale volontari	189.443,5	304.790,9	390.308,4	-37,8%

*La quota comprende le donazioni 5 per mille

MATERIALI

GRI 301-1 MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME

	u.m.	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Plastica (balloni)	kg	52.735	81.275	99.156	-27,7%
Plastica su kg abiti raccolti	%	0,21	0,28	0,46	-0,07 pt

RIFIUTI

GRI 306-4-5 RIFIUTI SOTTRATTI E DESTINATI ALLO SMALTIMENTO

	u.m.	2020	2019	2018	VARIAZIONE% (2019-2020)
Abiti destinati al riutilizzo	kg	2.180.981	2.131.064	2.148.316	2%
Abiti destinati al riciclo	kg	824.485	894.920	797.504	-8%
Abiti destinati alla termovalorizzazione	kg	186.769	347.412	324.804	-46%
Materiali (non tessili - carta e plastica - e accessori) destinati al riciclo	kg	39.982	49.243	44.023	-19%

APPENDICE

TABELLA DI CORRELAZIONE GRI

La seguente tabella di correlazione riporta l'indice dei contenuti GRI secondo l'opzione "in accordance" – Core.

INFORMAZIONI GENERALI, GOVERNANCE E AFFARI LEGALI

		Paragrafo	Pagina	Commenti
GD - PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE				
102-1	Nome dell'organizzazione	Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-2	Principali attività, marchi, prodotti e servizi	1.1 Chi siamo	20	
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	1.1.3 La struttura organizzativa	25	
102-4	Numero di Paesi in cui l'organizzazione opera	4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	1.1.3 La struttura organizzativa	25	
102-6	Mercati serviti	3.2.1 Affidamento del servizio	42	
102-7	Dimensioni dell'organizzazione (es. dipendenti, ricavi netti, ecc.)	1.1. Chi siamo (Highlights) 1.2.2 Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Onlus 2.1 I collaboratori di Humana Italia 6. Dati analitici	20 30 32 80	
102-8	Numero di dipendenti per tipo di contratto, area geografica e genere	2.1 I collaboratori di Humana Italia 2.5 Il personale esterno 6. Dati analitici	32 37 80	Non avendo l'organizzazione sedi operative al di fuori dell'Italia, per area geografica si intende il livello regionale
102-9	Descrizione della catena di fornitura	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
102-10	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura avvenuti nel periodo di rendicontazione	1.1.3 La struttura organizzativa	25	L'ultimo biennio ha visto l'apertura di 4 nuovi negozi: 1 nel 2019 e 3 nel 2020
102-11	Spiegazione dell'approccio prudenziale	1.1.4 Legalità e trasparenza nell'organizzazione (BOX Modello Organizzativo e Codice Etico)	26	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Il nuovo piano di sostenibilità e il contributo agli SDGs	13	
102-13	Appartenenza ad associazioni	1.1 Chi siamo 1.1.3 La struttura organizzativa	20 25	
GD – STRATEGIA				
102-14	Dichiarazione dell'AD o del Presidente in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	Lettera agli stakeholder	3	
GD – ETICA E INTEGRITÀ				
102-16	Valori, Principi, Standard e norme di comportamento	1.1.1 Vision, mission e valori 1.1.4 Legalità e trasparenza nell'organizzazione	23 27	
GD – STAKEHOLDER ENGAGEMENT				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento	12	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	2.1 I collaboratori di Humana Italia	32	
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder da coinvolgere	Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento	12	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento	12	
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dal confronto con gli stakeholder	Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento	12	
GD – REPORTING PRACTICE				
102-45	Elenco società incluse nel Bilancio	Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-46	Processo di definizione dei contenuti	Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-47	Elenco dei temi identificati come materiali	Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-48	Spiegazione degli effetti e delle ragioni di eventuali modifiche nei calcoli/informazioni rispetto alle edizioni precedenti	Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione			L'ultimo biennio ha visto l'apertura di 4 nuovi negozi: 1 nel 2019 e 3 nel 2020

		Paragrafo	Pagina	Commenti
102-50	Periodo di rendicontazione			Esercizi 2019 e 2020
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente			Agosto 2019
102-52	Periodicità di rendicontazione			Annuale, ad eccezione degli anni 2019 e 2020 che sono rendicontati in un unico Bilancio
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti	Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" con il GRI Standard scelta (Core o Comprehensive)	Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
102-55	Tabella GRI	GRI Content Index	88	
102-56	Assurance esterna del Bilancio	Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	

INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA

Generazione di valore e allocazione delle risorse

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	1.2 Le performance economiche	28	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.2 Le performance economiche	28	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.2 Le performance economiche	28	
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	1.2.1 Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Scarl	28	
		1.2.2 Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Onlus	30	
DMA (former G4-NG07)	Spiegazione dell'approccio manageriale nella gestione del tema dell'allocazione delle risorse	1.2.2 Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Onlus	29	
G4-NG08	Fonti di finanziamento per categoria, i 5 donatori principali di denaro e valore monetario del loro contributo	5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà	70	

Contrasto alla corruzione

103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	11.3 La struttura organizzativa	25	
		11.4 Legalità e trasparenza	27	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	11.3 La struttura organizzativa	25	
		11.4 Legalità e trasparenza	27	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.1.3 La struttura organizzativa	25	
		1.1.4 Legalità e trasparenza	27	
205-1	Attività valutate in relazione a rischio di corruzione	1.1.4 Legalità e trasparenza (BOX Modello Organizzativo e Codice Etico)	26	
205-3	Casi di corruzione registrati e azioni intraprese	1.1.4 Legalità e trasparenza	27	

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

Economia circolare e salvaguardia delle risorse naturali

103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
301-1	Materie prime utilizzate suddivise per peso o volume, distinte tra riciclate e non	6. Dati analitici	80	Al momento l'utilizzo di materie prime riciclate è trascurabile e ininfluente ai fini della filiera di trattamento, in quanto i capi di vestiario raccolti sono a propria volta avviati a recupero e riciclo; pertanto, è fornito solo il dato complessivo delle materie prime per peso
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	3.2.3 Le destinazioni degli abiti	47	
		3.2.4 Destinazione riutilizzo	49	
		3.2.5 Destinazione riciclo	52	
		3.2.6 Destinazione coincenerimento	52	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	3.2.3 Le destinazioni degli abiti	47	
		3.2.4 Destinazione riutilizzo	49	
		3.2.5 Destinazione riciclo	52	
		3.2.6 Destinazione coincenerimento	52	
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	3.2.3 Le destinazioni degli abiti	47	
		3.2.4 Destinazione riutilizzo	49	
		3.2.5 Destinazione riciclo	52	
		6. Dati analitici	80	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	3.2.3 Le destinazioni degli abiti	47	
		3.2.6 Destinazione coincenerimento	52	
		6. Dati analitici	80	
Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	3.3 Gli impatti positivi generati dalla nostra filiera di valorizzazione degli abiti	53	
		3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi	54	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	3.3 Gli impatti positivi generati dalla nostra filiera di valorizzazione degli abiti	53	
		3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi	54	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	3.3 Gli impatti positivi generati dalla nostra filiera di valorizzazione degli abiti	53	
		3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi	54	
305-5	Riduzione delle emissioni inquinanti	3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi	54	
Indicatori di Performance Sociale				
Impatti positivi sulle comunità				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
		5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà	70	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
		5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà	70	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
		4.2 Istruzione e Formazione	60	
		5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà	70	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
		4.2 Istruzione e formazione	60	
		4.3 Prevenzione e tutela della salute	64	
		4.4 Agricoltura e sicurezza alimentare	66	
		4.5 Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario	67	
203-2	Principali impatti economici indiretti, compresa la dimensione degli impatti	3.3 Gli impatti positivi generati dalla nostra filiera di valorizzazione degli abiti	53	
		4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
		4.2 Istruzione e formazione	60	
		4.3 Prevenzione e tutela della salute	64	
		4.4 Agricoltura e sicurezza alimentare	66	
		4.5 Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario	67	
413-1	Programmi di coinvolgimento della comunità locale, valutazione di impatto e sviluppo	3.3 Gli impatti positivi generati dalla nostra filiera di valorizzazione degli abiti	53	
		4.1 I progetti all'estero: sviluppo, non solo cooperazione internazionale	58	
		4.2 Istruzione e formazione	60	
		4.3 Prevenzione e tutela della salute	64	
		4.4 Agricoltura e sicurezza alimentare	66	
		4.5 Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario	67	
		5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà	70	
		5.2 Con fondazioni e istituzioni	70	
		5.3 Con le aziende partner	71	
		5.4 Con i nostri volontari e sostenitori	72	
5.5. con le scuole e le università	74			
Sicurezza, salute e benessere dei collaboratori e dei volontari				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	2.4 Salute e sicurezza	36	
		2.5 il personale esterno	37	
		5.4 Con i nostri volontari e sostenitori (box salute e sicurezza dei nostri volontari)	73	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	2.4 Salute e sicurezza	36	
		2.5 il personale esterno	37	
		5.4 Con i nostri volontari e sostenitori (box salute e sicurezza dei nostri volontari)	73	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	2.4 Salute e sicurezza;	36	
		2.5 il personale esterno	37	
		5.4 Con i nostri volontari e sostenitori (box salute e sicurezza dei nostri volontari)	73	
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	2.4 Salute e sicurezza	36	
403-1	Sistema di gestione della salute e della sicurezza	2.4 Salute e sicurezza	36	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2.4 Salute e sicurezza	36	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.4 Salute e sicurezza	36	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e di sicurezza	2.3 Formazione e crescita professionale	34	
403-9	Infortuni sul lavoro	2.4 Salute e sicurezza	36	
		6. Dati analitici	80	
NGO Sector Disclosures G4-LA6	Tutela della salute e sicurezza dei volontari (incidenti e infortuni)	5.4 Con i nostri volontari e sostenitori (box salute e sicurezza dei nostri volontari)	73	
NGO Sector Disclosures G4-LA7	Tutela della salute e sicurezza dei volontari (malattie)	5.4 Con i nostri volontari e sostenitori (box salute e sicurezza dei nostri volontari)	73	
Sviluppo del capitale umano				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	2.1 I collaboratori di Humana Italia	32	
		2.3 Formazione e crescita professionale	34	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	2.1 I collaboratori di Humana Italia	32	
		2.3 Formazione e crescita professionale	34	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	2.1 I collaboratori di Humana Italia	32	
		2.3 Formazione e crescita professionale	34	
401-1	Nuovi collaboratori assunti e turnover	2.1 I collaboratori di Humana Italia	32	
		6. Dati Analitici	80	
404-1	Ore di formazione media per anno e per impiegato	2.3 Formazione e crescita professionale	34	
		6. Dati analitici	80	
Tutela della diversità e delle pari opportunità				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	33	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	33	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	33	
405-1	Tutela delle pari opportunità e della diversità negli organismi di governance e per i collaboratori	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	33	
		6. Dati analitici	80	
406-1	Casi di discriminazione registrati e azioni correttive intraprese	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	33	
		6. Dati analitici	80	
Tutela della salute e sicurezza del cliente				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	3.2 Vestiti usati: gli anelli della nostra filiera	42	
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	3.2.2 Il servizio di raccolta di Humana 3.2.4 Destinazione riutilizzo	46	
Relazioni con il sistema socio-politico				
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	3.1 Una filiera trasparente e sicura	40	

		Paragrafo	Pagina	Commenti
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	3.1 Una filiera trasparente e sicura	40	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	3.1 Una filiera trasparente e sicura	40	
415-1	Contributi politici			Nell'esercizio 2019 e 2020 non sono stati erogati contributi politici finanziari e in natura, direttamente o indirettamente

Indicatori di performance socio-ambientale

Trasparenza e sostenibilità della filiera

103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	3.1 Una filiera trasparente e sicura	40	Indicatore specifico selezionato dall'organizzazione (cfr. Nota Metodologica)
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	3.1 Una filiera trasparente e sicura	40	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	3.1 Una filiera trasparente e sicura	40	
308-1 414-1	Assessment socio-ambientale dei fornitori dei servizi di smaltimento			Nel biennio 2019-2020 sono stati inseriti due nuovi fornitori per gli imballaggi, di cui uno sottoposto a valutazione secondo criteri sociali e ambientali, tramite richiesta di certificazioni.

COLOPHON

Con il contributo scientifico di



Coordinamento dell'Ufficio Certificazioni
e Processi di Humana People to People Italia

Elaborazione grafica e impaginazione:
Pensieri e Colori Coop. Sociale Onlus

Stampa: POZZONI S.p.A.

Sede legale e operativa

Via Bergamo, 9B-C
20010 Pregnana Milanese (MI)
Tel. 02 9396401
info@humanaitalia.org

Sedi operative

Via Vespucci, 1
25030 Torbole Casaglia (BS)
Tel. 030 2150293
brescia@humanaitalia.org

Via dell'Artigianato, 28
45100 Rovigo (RO)
Tel. 0425 471049
rovigo@humanaitalia.org

Via dei Pastai
64025 Pineto (TE)
Tel. 085 9462201
teramo@humanaitalia.org

Via Mentana 7
10042 Nichelino (TO)
Tel. 011 2071580
torino@humanaitalia.org

I nostri negozi

HUMANA VINTAGE

Via Cappellari, 3 – MILANO
Tel. 02 72080606
humanavintagemilano@humanaitalia.org

Via De Amicis, 43 – MILANO
Tel. 02 30067457
humanavintagemilano2@humanaitalia.org

Via Vigevano, 32 – MILANO
Tel. 02 40026259
humanavintagemilano3@humanaitalia.org

Piazza Pasque Veronesi, 5 – VERONA
Tel. 045 6118138
humanavintageverona@humanaitalia.org

Via Righi 16/18 – BOLOGNA
Tel. 051 3169948
humanavintagebologna@humanaitalia.org

Via Cavour, 102 – ROMA
Tel. 06 48906187
humanavintageroma@humanaitalia.org

Corso Vittorio Emanuele II, 199 – ROMA
Tel. 06 37896956
humanavintageroma2@humanaitalia.org

Via Leonina 38/41, Rione Monti – ROMA
Tel. 06 483831
humanavintageroma3@humanaitalia.org

Via dei Mercanti, 18 – TORINO
Tel. 011 5612918
humanavintagetorino@humanaitalia.org

via Po 39 – TORINO
Tel. 011 8017042
humanavintagetorino2@humanaitalia.org

HUMANA SECOND HAND

Corso Vittorio Emanuele II, 41 – TORINO
Tel. 011 655592
humanashtorino@humanatorino.org

Indirizzi siti web

Istituzionale www.humanaitalia.org
Raccolta indumenti <http://raccoltavestiti.humanaitalia.org>
Negozi www.humanavintage.it
Sostegno a Distanza www.humanaitalia.it/adozioneadistanza

